

## BUITENLAND

### Twée uitersten: winkel en site

#### Advocatuur en marketing in Duitsland

De Duitse advocaat Goetz Grunert houdt er sinds enige tijd een winkel op na in de Berlijnse Dudenstrasse, op een steenworp afstand van het oude vliegveld Tempelhof, midden in de wijk Kreuzberg. Wie er op een zondag langs loopt, treft de jonge advocaat in spijkerbroek en T-shirt op een ladder aan met een emmer water en een trekker, waarmee hij nauwkeurig de ramen wast. Vooral het gele logo met de dikke zwarte letters 'strafzettel.de' wordt driftig bewerkt. 'Wie er met de auto langs rijdt, ziet het meteen', zegt Grunert druk poetsend. 'En bij degenen die een envelop van een officier van Justitie op de mat hebben gekregen, blijft het in het geheugen gegrift dat er aan de naam een internetsite vastzit, waarop ik niet alleen mijn volledige diensten aanprij, maar bovendien inzicht geef in de juridische mogelijkheden van hun zaak.'

Die zaak moet zich dan wel beperken tot het omvangrijke Duitse verkeersrecht, waarin Grunert zich na zijn afstuderen gespecialiseerd heeft. Grunert deed daarmee wat steeds meer afgestudeerde juristen als dwingend advies meekrijgen bij het behalen van hun graad. Want in Duitsland is een overvloed aan jonge afgestudeerde juristen die min of meer noodgedwongen het beroep van advocaat kiezen en elkaar van de markt verdringen, voorzover ze al niet weggeconcurrereerd worden door het groeiend aantal grotere 'kanzleien' en het eveneens sterk toenemend aantal buitenlandse kantoren.

De oplossing voor het probleem van met name de kleine kantoren en de 'starters' wordt gepredikt door de Keulse professor Christoph Hommerich,

een marketingspecialist die stad en land afreist met de boodschap dat de kleine kantoren, die het vroeger vooral moesten hebben van de regio waarin ze zich vestigden, zich moeten specialiseren op die enkele gebieden waarop veel kennis in huis is. Te vaak leidt een brede, 'ouderwetse' praktijkvoering tot de grote financiële problemen waarmee veel kleine advocaten kampen, en die zelfs tot een fors aantal faillissementen heeft geleid in Duitsland. De idee dat een advocaat zich ergens vestigt en 'als vanzelf' een cliëntenbestand opbouwt dat altijd weer terugkomt en voor gratis reclame zorgt, is allang niet meer van deze tijd, betoogt Hommerich.

De kunst is een duidelijke keuze te maken voor een specialisatie. Daar moet tijd voor uitgetrokken worden, en het moet vooral ook op schrift worden gezet om te kunnen controleren of alle doelen gehaald worden. Formuleer duidelijk wat mogelijk is, maak het niet te ingewikkeld. Het belangrijkste is uiteindelijk de plannen daadwerkelijk door te zetten. Te vaak voelen advocaten in kleine kantoren zich gedwongen om toch maar weer die zaak aan te nemen waarover niet direct veel kennis in huis is en die veel te veel uitzoekwerk vergt, waardoor veel energie verloren gaat. 'Als de keuze voor een strategie gemaakt is, moet de advocaat cliënten durven weigeren', zegt Hommerich. 'Daar gaat het nog vaak mis. Alles willen doen is voor veel cliënten, voor wie door alle specialisaties de markt doorzichtiger geworden is, ook niet meer geloofwaardig.'

Op de keuze voor een duidelijke strategie volgt marketing, en ook daarin gaat volgens Homme-

rich veel energie verloren. Hij ziet niets in radiospotjes met het geluid van botsende auto's of vernissages in opgedirkte kantoren, waarmee advocaten elkaar ook onderling het leven zuur maken. Veel belangrijker is volgens Hommerichs iedereen in een kantoor op één lijn te krijgen over het doel en de strategie, en daarnaar te handelen. Dat betekent dat iedereen ervoor moet zorgen dat een cliënt het gevoel krijgt dat hij boven verwachting behandeld wordt. Daarbij moet het contact met het cliënt waar mogelijk onderhouden worden, ook nadat een zaak is afgehandeld. De cliënt moet ook diensten worden aangeboden waaraan hij wellicht direct niet behoefte heeft.

Andere manieren om bekend te maken wat een advocaat kan, is simpelweg een advertentie in een krant of een goede internetsite die bij vele zoekmachines 'aangemeld' is. Dat is een les die de Berlijnse advocaat Grunert ter harte genomen heeft. Zijn website 'strafzettel.de' is een indrukwekkende hoeveelheid uitspraken, regels en wetten op een heldere manier gerangschikt, die de geïnteresseerde een uitgebreid inzicht kan geven in zijn eigen situatie en de juridische mogelijkheden. Grunerts site komt bij alle zoekmachines vrijwel onmiddellijk naar boven. Het resultaat is vele honderden 'hits' per dag en regelmatig een telefoontje met een verzoek om informatie, uit heel Duitsland. 'Ik werk met de winkel aan de ene kant en de internetsite aan de andere met twee uitersten op communicatiegebied', zegt Grunert. 'En ik ben over beide zeer tevreden.' (Zeger Luyendijk)

Zie ook *Advocatenblad* nummer 10 over marketing van advocatuur in Nederland.

(advertentie)

het einde niet in zicht ?

met onze tevredenheidsgarantie en  
vaste prijs weet u waar u aan toe bent

er kan maar één de beste zijn  
[www.AdvocatenSoftware.nl](http://www.AdvocatenSoftware.nl)

Rivierenlaan 197  
8226 LG Lelystad  
tel 0320 251 994  
fax 0320 257 880



S tichting A dvocaten S oftware