

Begrüßung

PR & Werbung

New News

Fußball

Politik

Kerstin Steglich

... studierte zwischen 1996 und 2003 KoWi,
Rechtswissenschaft & Psychologie.

**Neue Freiheit: Wie deutsche Anwälte ihre
Werbemöglichkeiten nutzen**

Begrüßung

PR & Werbung

New News

Fußball

Politik

Methodisches Vorgehen

Methode: Bundesweite Umfrage unter
Rechtsanwälten

Stichprobe: 2.000 Fragebögen versandt,
416 Antworten ausgewertet

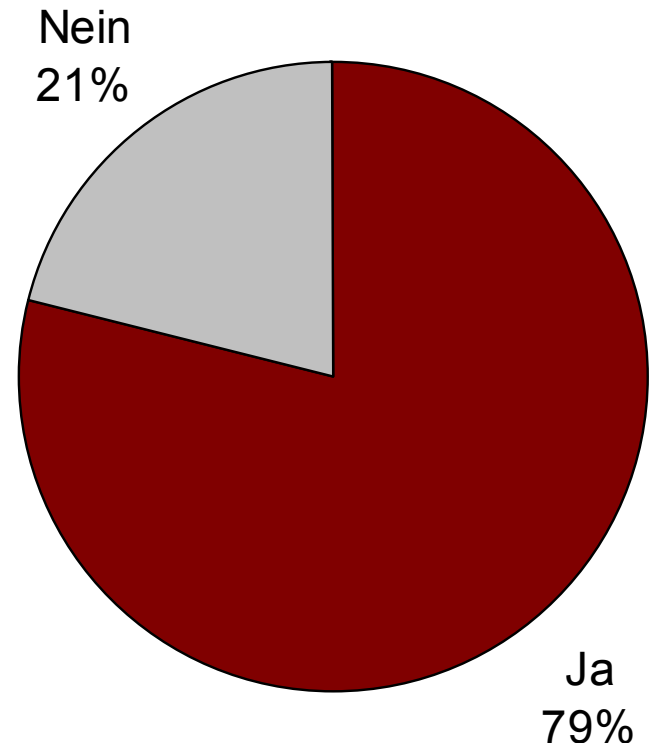
Zeitraum: August – September 2002

Novelliertes Berufsrecht

- Richtungsweisende Urteile des Bundesverfassungsgerichts vom 14. Juli 1987 hoben das Werbeverbot für Rechtsanwälte auf
- Neuregelung des Berufsrechts für Anwälte im Jahr 1994 räumte deutlich mehr Möglichkeiten für Werbung und Öffentlichkeitsarbeit ein
- Aber: Bis heute noch keine Gleichbehandlung mit Wirtschaftsunternehmen
- § 43 b BRAO: „Werbung ist dem Rechtsanwalt nur erlaubt, soweit sie über die berufliche Tätigkeit in Form und Inhalt sachlich unterrichtet und nicht auf die Erteilung eines Auftrags im Einzelfall gerichtet ist.“

Bedeutung der Werbung

- „Oft wird die Ansicht vertreten, dass es auch für Rechtsanwälte immer wichtiger wird, Werbung und Marketing zu betreiben. Sehen Sie das ebenfalls so?“
- Gründe:
 - Wachsende Konkurrenz zwischen Anwälten / Kanzleien (92%)
 - Wachsende Konkurrenz durch Nicht-Juristen (82%)
 - Anwälte müssen sich zunehmend wirtschaftlich orientieren und in der Führung ihrer Kanzlei unternehmerisch denken (96%)



Begrüßung

PR & Werbung

New News

Fußball

Politik

Vermuteter Einfluss auf das Image

„Werbung und seriöse Rechtsberatung sind unvereinbar“

„stimme ich nicht zu“: 59 %

„stimme ich zu“: 18 %

„Wenn Rechtsanwälte werben, verlieren sie an Respekt, Glaubwürdigkeit und Ansehen“

„stimme ich nicht zu“: 57 %

„stimme ich zu“: 22 %

„Das Verhältnis zwischen Anwalt und Mandant ist sehr persönlich und vor allem durch Vertrauen gekennzeichnet. Es sollte daher nicht durch Werbung zustande kommen.“

„stimme ich nicht zu“: 46 %

„stimme ich zu“: 33 %

Begrüßung

PR & Werbung

New News

Fußball

Politik

Nutzung verschiedener Werbeformen

Einträge in Anwaltsverzeichnissen 95 %

Einträge in den Gelben Seiten 85 %

Einträge im Anwaltssuchservice u.ä. 79 %

Infoveranstaltungen / Seminare 65 %

Kanzleihomepage 55 %

Pressearbeit für Publikumsmedien 23 %

Newsletter gedruckt 21% (elektronisch 14 %)

Anzeigen in Publikumsmedien 17 %

Anzeigen in Fachmedien 10 %

Radio- / Fernsehspots 4 %

Diskrepanz zwischen Bewertung und Nutzung

Wesentlich **seltener** genutzt, als es der Bewertung entspricht:

- Veröffentlichungen und redaktionelle Beiträge in der Tagespresse
- Teilnahme an Ratgeberforen, Expertenrunden der Medien
- Veröffentlichungen, redaktionelle Beiträge in Publikumszeitschriften/ Magazinen
- Newsletter (gedruckt, bzw. elektronisch)

Wesentlich **häufiger** genutzt, als es der Bewertung entspricht:

- Stellenanzeigen, in denen gleichzeitig die Kanzlei vorgestellt wird
- Werbegeschenke
- Veröffentlichungen in juristischen Fachzeitschriften
- Einträge in Anwaltsverzeichnissen