

# UMGANG MIT DER CORONA KRISE: ERSTE ERFAHRUNGEN AUS UNSERER BERATUNGSARBEIT

Was Kanzleien jetzt tun sollten!

Von Christoph H. Vaagt, Kanzleiberater, München

Viele Kanzleien haben in den Krisenmodus geschaltet. Die Umstellung auf Home-Office hat, auch dank meist bereits vorhandener IT- bei den meisten gut funktioniert. Bei denjenigen, die noch keine Anbindung an die Kanzleisoftware geschaffen hatten, ist das jetzt der Fokus: gut ist bedient, wer eine SaaS-Lösung hat, wie etwa Actaport.

Was ist jetzt wichtig?

1. Liquidität: Liquiditätserhalt ist zentral.
  1. Wichtig: Zahlungsvorausschau für die nächsten 6 Monate erstellen auf Excelbasis: wann wird was eingehen, was wird wann fällig, was ist herauschiebbar?
  2. Offene Posten: Prozess dadurch beschleunigen, dass Partner Ihre Offenen Posten mit Hilfe einer vorformulierten Mail erinnern, in der es ein Zahlungsziel gibt, verbunden mit Unterstützung in dieser wichtigen Zeit!
  3. WIP/halbfertige Arbeiten: Abrechnung von noch nicht abgerechneten Zeiten, resp. fälligen Gebühren auch vor Mandatsabschluss. Eine Rechnung immer mit einem freundlichen Anschreiben verbinden, in dem dargestellt wird
    1. Worum es geht
    2. Was getan wurde (wichtig: besondere Herausforderungen gemeistert, gute Möglichkeit der Selbstdarstellung!)
    3. Mit welchem Erfolg (kurz/mittel/langfristig) aus Sicht des Kunden
1. Vorschüsse einnehmen: gerade bei dringenden Anfragen von Neumandanten
2. Umsätze: Jetzt sitzen die Anwälte (endlich) mal wieder am längeren Hebel: also Stundensätze rauf, Vorschüsse, kurze Zahlungsziele oder sogar Sonderprämien vereinbaren!
  1. In Rechtsanwaltskanzleien geht es bei einigen Referaten jetzt um Bewältigung der vielen Anfragen, und Mandatsanlage, Zeiterfassung sind jetzt zentral. Natürlich auch die höchsten Stundensätze vereinbaren: jetzt wird von Mandanten nicht über das Honorar verhandelt.
  2. Bei Patentanwälten gehen die Neuaufträge in Beratung/Drafting jetzt zurück. Aufgrund der langen Zeiträume, über die hinweg gezahlt wird (insb. den Japanern) ist das aber noch lange nicht liquiditätswirksam, vielmehr sind die Zahlungsziele jetzt ein Vorteil, weil sie einen Puffer darstellen. Auch hier gilt: wer bedient werden will, muss spüren, dass die Verhandlungsmacht jetzt bei der Kanzlei liegt; also ist es jetzt Zeit, gut nachzuverhandeln. Da viele Mandanten noch die günstigeren Gebühren etwa am EPA realisieren will (Umstellung ist am 31.3.), kann man da Aufschläge nehmen, und damit einmal zeigen, wie es ist, wenn man (wie lange Zeit vorher die Mandanten) am längeren Hebel sitzt
  3. Wirtschaftsprüfer haben jetzt eigentlich die heißen Monate der Vorbereitung der Jahresabschlüsse: hier geht kapazitätsmäßig kaum mehr etwas! Aber Sonderaufträge zu Sonderkonditionen können natürlich bei freien Kapazitäten zu Gewinnsteigerungen angenommen werden.
3. Kosten: variable Kosten reduzieren!

1. Variable Kosten herunterfahren: dies sind vor allem Fortbildung, und (einfach!) Reisekosten. Nicht zuerst an Personal denken, sondern bei den Partnern die Kosten reduzieren, inkl. der Entnahmen, damit die Mitarbeiter merken, dass man bei sich selbst anfängt!
2. Fixe Kosten: hier hilft das Zero-Budgeting: Wenn eine Kostenposition entfällt, ohne dass die Kernleistung leidet, war sie wahrscheinlich auch nicht so wichtig!
4. Marketing / Kommunikation: Jetzt schlägt die Stunde zu zeigen, was man kann!
  1. Anwälte beraten: sie reduzieren Komplexität und können schnelle Handlungsanweisungen geben. Jetzt beweist sich der gute Berater!
  2. Mit vielen Mandanten war man lange nicht mehr in Kontakt: jetzt ist die Zeit: und sei es: Wir sind für Sie da, wenn es darauf ankommt! Danach muss eine Info kommen, die dem Mandanten eindeutig hilft. Danach kann ein Hinweis auf das Leistungsportfolio kommen.
  3. Aktualität / Frequenz: Da sich die Ereignisse fast stündlich neu ordnen, muss jede Kommunikation sinnvoll die aktuellen Ereignisse widerspiegeln. Jedoch darf keine Panikkommunikation stattfinden. Die Frequenz ist möglichst gering zu halten. Dazu müssen die wichtigen Punkte der aktuellen Entwicklung herausgefiltert werden.
  4. Einige staatliche Stellen setzen Verhandlungen ab oder können nicht reagieren: also alle zeitkritischen Mandate, die davon betroffen werden, sollten kommunikativ umsorgt werden. Wie geht es weiter, was können wir tun? Kurze Hinweise genügen.
  5. Planung verwenden: Jetzt ist keine Zeit für Aktionismus, sondern für geplante Aktivitäten.
  6. Erklären: Schreiben Sie Ihren Mandanten, was Sie warum tun! Erklären Sie das Vorgehen, denn die Kosten, die jetzt produziert werden, werden unter ganz anderen Gesichtspunkten gesehen als vor der Krise. Die Frage, die beantwortet werden muss, lautet: Muss das jetzt wirklich sein?