

Der Weg zur ersten Million



DR. CLEMENS PICHLER, LL.M.,
Rechtsanwalt, Multi-Unternehmer,
Investor

PICHLER MANAGEMENT GmbH

RA Dr. Clemens Pichler, LL.M.
Alexandra Pichler
Nähere Infos unter
www.pichler-management.com

Das erste Mal einen siebenstelligen Kanzleiumsatz zu machen, ist etwas Besonderes. Die Strategie dafür ist weniger schwierig, als viele denken.

Ist-Zustand analysieren

In Wirklichkeit haben Rechtsanwälte¹ real betrachtet, einen deutlich niedrigeren Stundensatz als 300 Euro pro Stunde. Die Rechnung ist einfach: Bei einer 40-Stunden-Woche sollte dann demnach monatlich ein Nettoumsatz von etwa 50.000 Euro am Kanzleikonto pro Anwalt sein. Das haben jedoch die wenigsten. Die meisten buckeln deutlich mehr und verdienen deutlich weniger. Das bedeutet, dass wenn du² entweder nicht rund um die Uhr arbeitest oder einen 1.000 Euro Stundensatz hast, die Sache ohne weiteren Juristen oder Rechtsanwalt tendenziell schwierig wird. Ein runtergebrochener Monatsumsatz von gut 85.000 Euro wird also mehr Man- oder Woman-Power benötigen.

Notwendige Ressourcen klären

Bei einer effizienten Kanzleiführung sollte aber zumindest ein Nettoumsatz von 30.000 Euro pro Anwalt möglich sein. Rechtsanwaltsanwärter hatten bei mir in der Kanzlei ein monatliches Nettoumsatzziel zwischen 10.000 Euro (kleine LU) und 25.000 Euro (mit Rechtsanwaltsprüfung). Gehen wir davon aus, dass du dich sinnvollerweise nicht nur um Mandanten kümmerst, sondern auch darum, deine Kanzlei als Unternehmen besser zu machen (und zum Beispiel so einen Artikel liest). Gehen wir weiter davon aus, dass du neben deinen Unternehmeraufgaben einen Nettoumsatz von 20.000 Euro pro Monat schaffst. Wenn das nicht der Fall ist, hast du entweder zu schlechte Mandanten oder arbeitest sehr wenig oder ineffizient. Falls du lukrative Mandanten hast und mehr schaffst, wunderbar, das beschleunigt die Zielerreichung.

Sehr wahrscheinlich brauchst du aber neben dir noch weitere Juristen, die in der Lage sind, gemeinsam einen Nettoumsatz von gut 65.000 Euro zu erwirtschaften, was vermutlich auch eine zusätzliche Sekretariatskraft bedeutet. Daneben fallen noch weitere Kosten für zusätzliche Arbeitsplätze, Kammerbeiträge oder vielleicht eine höhere Haftpflichtversicherungsprämie an. Falls du noch nicht genügend Mandanten hast, um deine zukünftigen Mitarbeiter auszulasten, wird

es auch eine Marketingstrategie und ein damit verbundenes Marketingbudget benötigen.

Das alles kostet eine Menge Geld, das man erst mal auftreiben muss.

Verschiedene Wege führen nach Rom

Es gibt unzählige Wege zur ersten Million. Ressourcen wirst du dafür aber vermutlich brauchen. Stell dir zumindest einen groben Plan auf, was das ist und was das in den nächsten zwei Jahren kostet. Wenn du nicht regelmäßig zwischenabrechnen kannst (zum Beispiel weil du viele Rechtsschutzmandate hast), kann es 12 bis 24 Monate dauern, bis wirklich der produzierte Umsatz am Kanzleikonto landet. Verzögern sich Verfahren oder kommt es zu einem Zahlungsausfall eines als sicher geglaubten Honorars, kann es sonst eng werden. Kümmere dich im Vorfeld schon um die notwendige Liquidität, die das Ganze im Worst-Case brauchen würde – damit du diesen Zeitraum auch sicher überstehst. Sich erst um das Geld zu kümmern, wenn man es braucht, ist eine schlechte Verhandlungsposition. Selbst wenn du deinen vereinbarten Kontokorrentrahmen (den du idealerweise gleich bei zwei verschiedenen Banken hast) nie ausnützt, kann dich diese Vorsorgemaßnahme beim Eintreten eines unerwarteten Ereignisses (Krankheit, Pandemie oder was auch immer) über Wasser halten. Kurzfristig liquide Mittel für die nächsten drei Monaten für deine gesamten laufenden Kosten zur Verfügung zu haben, geben dir etwas Zeit, im Ernstfall eine Lösung für das Problem finden zu können. Wichtig: Leg dir ein realistisches Tempo für dein Ziel fest. Wenn du nicht gerade in einer Großstadt wohnst, kann es manchmal dauern, die richtigen Mitarbeiter zu finden und auszubilden. Aber es gibt nur eine Sache, die noch problematischer ist, als keine Mitarbeiter zu finden: Die falschen Mitarbeiter einzustellen.

Je nach anvisierter Umsatzsteigerung wirst du nicht nur deine Personalstruktur planen müssen, sondern auch deinen Mandantenzustrom. Nur zu warten, bis das Telefon klingelt wird nicht reichen. Überlege dir zuerst, wer deine richtige Mandantenzielgruppe ist, um damit auch die

notwendigen Umsätze erzielen zu können. Viele juristische Bereiche sind nicht gut geeignet, um damit vernünftiges Geld zu verdienen und reichen kaum, um den notwendigen Deckungsbeitrag zu erwirtschaften. Bist du beispielsweise in einem Bereich spezialisiert, bei dem eine Bemessungsgrundlage vielleicht nur 5.200 Euro beträgt, wirst du für das gleiche Umsatzziel deutlich mehr juristische Dienstleistungen erbringen müssen, als bei einer Bemessungsgrundlage von 43.200 Euro. Es gibt Mandanten, die können sich kaum einen Stundensatz von 150 Euro leisten, andere fragen auch bei 500 Euro nicht nach. Auch zu wissen, was dich die Akquise eines Mandats kostet, hilft enorm bei der Unternehmensplanung. Mittels Online-Marketing lässt sich das sehr genau messen. Wenn du weißt, wer deine Zielgruppe ist und wo sie sich aufhält, kannst du die Akquisekosten deutlich optimieren.

Ein moderat gewähltes Tempo gibt dir außerdem auch die Zeit, eventuelle Fehler schneller wieder zu korrigieren. Wähle dein Tempo vor allem auch so, dass dir der Weg zum Ziel auch weiterhin Spaß macht, sonst wirst du es nämlich nicht durchhalten.

In unserem eigens entwickelten zehnwöchigen High Performance Unternehmertraining „BOOT-CAMP FÜR RECHTSANWÄLTE“ (begleitend im Kanzleialltag) widmen wir uns u.a. genau diesen Themen. Nächster Start: 29.3.2022



1 Alle verwendeten Formen beziehen sich immer auf die männliche und weibliche Form. Alle Geschlechter betrachten wir selbstredend als absolut gleichwertig und lehnen jegliche Form der Kategorisierung nach Geschlechtergruppen ab.

2 Wir haben auf das „du“ umgestellt. Das ist keine Respektlosigkeit. Wenn es Sie stört, einfach bei jedem Du ein Sie denken. Die Gründe dafür sind zum einen, weil wir es lieber haben, zum anderen, weil Du-Botschaften für dein/Ihr Gehirn leichter zu verarbeiten sind.

Wettbewerbsrecht

Band 1

Grundlagen und Markenrecht



Die lange erwartete Neuauflage des Standardwerks zum Wettbewerbsrecht startet mit Band 1.

Das umfassende Werk ist in praktischen Zielen und seiner wissenschaftlichen Grundorientierung unverzichtbar für alle mit dem Wettbewerbsrecht Befassten: möglichst übersichtliche Zusammenfassungen des Meinungsstandes, namentlich von Positionen der Judikatur, Inhalts- und Schrifttumsübersichten vor jedem Paragrafen, ein ausführliches Sachregister.

Das Werk wird in drei Bänden erscheinen (Band 2 – Kartellrecht, Band 3 – UWG).

Die Herausgeber:

em. o. Univ.-Prof. Dr. Hans-Georg Koppensteiner (Autor Band 1)

Dr. Peter Thyri

Univ.-Prof. Dr. Georg Eckert

Abopreis: € 99,-* | Preis € 129,-

Wien 2021 | 680 Seiten

Best.-Nr. 30074004 | ISBN 978-3-7007-7977-3

*in Ihrer Buchhandlung oder direkt ab Verlag