

Einführung

Die Technik hat sich in den letzten beiden Jahrzehnten rasant weiterentwickelt. Die sogenannte »digitale Revolution« beeinflusst nahezu jeden Lebensbereich und macht es daher unmöglich, sie zu ignorieren. Ob es der neue Laptop, das leistungsstarke Smartphone oder die sprachgesteuerte Kaffeemaschine ist – vieles davon gilt mittlerweile als normal und ist fest in unseren Alltag integriert. Die seit dem Jahrtausendwechsel heranwachsende Generation kennt die Zeit ohne Internet und Computer schon gar nicht mehr und nimmt diese Dinge als selbstverständlich wahr.

Wie viel Digitalisierung wir in unser Leben lassen, können wir zu einem großen Teil selbst entscheiden. Zwar etablieren Unternehmen wie auch der Staat zunehmend neue digitale Standards. Allerdings ist niemand gezwungen, sich »smarte« Geräte anzuschaffen, elektronisch zu kommunizieren oder mit dem Handy zu bezahlen. Das können wir – zumindest noch – selbst entscheiden.

Im Berufsleben ist das etwas anders. Neue Technologien und vor allem das Internet bieten zahllose Möglichkeiten, die Digitalisierung aktiv für sich zu nutzen. Natürlich ist auch das zunächst einmal optional. Gleichwohl hat sich die vermeintliche Wahlfreiheit schnell erledigt, wenn Sie als Angestellter plötzlich mit einem neuen IT-System arbeiten müssen. Als Selbstständiger kommt der Veränderungsdruck von modernen und innovativen Konkurrenten. Schließlich haben die Kunden eine andere Erwartungshaltung als noch vor zwanzig Jahren. Davon abgesehen, müssen potenzielle Kunden überhaupt auf Sie aufmerksam werden – Werbung ohne Internet ist wenig erfolgversprechend.

Es ist daher nicht verwunderlich, dass sich auch der Rechtsmarkt verändert hat. Es gibt völlig neue Rechtsgebiete und Kanzleien, die ihre gesamte Existenz auf dem Internet aufgebaut haben. Rechtsdienstleister haben bestimmte anwaltliche Tätigkeiten automatisiert und bieten sie für attraktive Pauschalpreise über das Internet an. Viele Rechtssuchende informieren sich vor dem Gang zum Anwalt erst auf einschlägigen Websites über etwaige Lösungen ihrer Probleme – während dort aktive Anwälte versuchen, diese potenziellen Mandanten durch geschickte Werbung für sich zu gewinnen.

Wer in der juristischen Branche arbeitet, der kommt nicht umhin, sich zumindest in Grundzügen mit den neuen Gegebenheiten auseinanderzusetzen. Viel von dem, was derzeit auf dem Rechtsmarkt passiert, firmiert unter der Bezeichnung *Legal Tech*. Doch was steckt dahinter? Was bedeutet das für Menschen, die im deutschen Rechtsmarkt arbeiten, und lohnt es sich überhaupt, Zeit in eine Auseinandersetzung mit dem Thema zu investieren?

Wir wollen mit diesem Buch Ihr Interesse für Legal Tech wecken. Wir wollen diesen scheinbar inflationär genutzten Trend-Begriff mit Leben füllen und Ihnen helfen, sich in der digitalisierten Welt des Rechts zurechtzufinden und durchzusetzen. Damit ist jedoch nicht Schluss, dieses Buch soll kein bloßes Lexikon sein. Vielmehr wollen wir Ihnen verdeutlichen, wie Sie die Digitalisierung für sich nutzen können. Wir zeigen Ihnen innovative Strategien, wie Sie im Internet gezielt Mandanten ansprechen und Legal Tech zur Optimierung Ihrer alltäglichen Arbeit einsetzen.

An wen sich dieses Buch richtet

Mit diesem Buch richten wir uns an Praktiker aus der Welt des Rechts. Da wir viele Erfahrungen aus der Kanzlei Wilde Beuger Solmecke teilen werden, dürften Leser, die auch in einer Rechtsanwaltskanzlei arbeiten, von einigen Kapiteln in besonderem Maße profitieren. Allerdings haben wir beim Schreiben Wert darauf gelegt, dass dieses Buch auch für andere Personen geeignet ist, die in der juristischen Branche arbeiten – immerhin ist Legal Tech kein Thema, das allein Kanzleien betrifft. Auch Personen, die allgemein an modernen Technologien, insbesondere im rechtlichen Bereich und an den Veränderungen auf dem Rechtsmarkt interessiert sind, werden auf Ihre Kosten kommen.

Auf keinen Fall wollen wir nur Kanzlei-Partner oder andere Führungspersonen ansprechen. Zudem ist es unerheblich, ob Sie angestellt oder selbstständig sind. Wir decken in diesem Buch ein breites Spektrum an Themen ab, die allen Legal-Tech-Interessierten eine informative Lektüre bieten. Dabei geben wir an vielen Stellen Tipps, die in verschiedenen Arbeitsverhältnissen genutzt werden können. Kleine und mittelständische Kanzleien sowie Einzelanwälte werden den größten Nutzen aus diesem Buch ziehen können.

Schließlich wollen wir mit diesem Buch zwei Personenkreise adressieren:

- ▶ Anwälte, für die der Anwaltsberuf nicht mehr neu ist, die aber auf der Höhe der Zeit bleiben oder sich aktiv weiterentwickeln wollen
- ▶ Neueinsteiger, die sich zu Berufsbeginn über die aktuelle Lage informieren und entsprechend auf den digitalen Rechtsmarkt vorbereiten wollen

Was Sie in diesem Buch erwartet

Das gesamte Buch besteht aus 5 Teilen, um dem umfangreichen Thema etwas mehr Struktur zu geben. Im **ersten Teil** widmen wir uns ganz allgemein dem Begriff *Legal Tech* und dessen Bedeutung für den Anwalt. Dazu betrachten wir in Kapitel 1

zunächst die verschiedenen Anwendungsfelder von Legal Tech und stellen Ihnen einige Legal Techs für Kanzleien, Rechtsabteilungen und Endkunden vor.

Nachdem wir die Grundlagen geklärt haben, können wir im **zweiten Teil** des Buches konkreter werden und Sie an modernes Marketing heranzuführen. Kapitel 2 beschäftigt sich daher mit der Entwicklung von Marketing-Konzepten. Da das alles mit Arbeit und Zeitaufwand verbunden ist, machen wir Sie in Kapitel 3 mit verschiedenen Dienstleistern bekannt, die einen Großteil dieser Arbeit übernehmen können. All das nutzt Ihnen jedoch nichts, wenn Sie keine Ahnung haben, wo Sie überhaupt Ihre Zielgruppe finden. Das Internet ist groß und Ihr Angebot ist unter Umständen sehr speziell. Um Sie mit Ihrem Wunschmandanten zusammenzuführen, haben wir das Kapitel 4 der Frage gewidmet, wie man sich auf dem Markt positioniert. Wenn Ihre Marketing-Kampagne dann zumindest in der Theorie steht, fehlt noch die Umsetzung. Wie diese in der Praxis aussehen kann, zeigen wir in Kapitel 5 am Beispiel der sogenannten *Landingpage*.

Nach der Lektüre der ersten beiden Teile sollten Sie ein abstraktes Verständnis von Legal Tech und modernem Marketing haben. In den beiden folgenden Teilen bauen wir darauf auf und werden konkret. Im **dritten Teil** dieses Buches steht die digitale Mandantenakquise im Vordergrund. Den Anfang macht in Kapitel 6 die Website. Sie ist das Kernstück Ihrer Aktivität im Internet und wir widmen ihr uns allen nötigen Einzelheiten – vom Aufbau der Website und deren Inhalt bis hin zur Suchmaschinen-Werbung und dem Einsatz moderner Tracking-Technologie. Ein häufig vergessenes, weil totgeglaubtes Werbeinstrument ist der Newsletter. Warum sich ein Kanzlei-Newsletter lohnt und wie er auszusehen hat, erklären wir in Kapitel 7. Im Anschluss wenden wir uns einem Instrument zu, das von Anwälten häufig gemieden wird, aber aus Marketing-Sicht sehr effizient ist: Social Media. Kapitel 8 stellt nicht nur eine Einführung in die verschiedenen sozialen Netzwerke dar, sondern gibt auch wertvolle Tipps zur aktiven Nutzung der populären Plattformen, die bis zu 90 % aller deutschen Internetnutzer erreichen. Zum Abschluss des dritten Teils machen wir noch einen kleinen Abstecher in die klassische Welt der Medien: Kapitel 9 behandelt die Pressearbeit von Anwälten, insbesondere die Kommunikation mit Journalisten und den Aufbau eines eigenen Presseverteilers.

Jede noch so effektive Akquise ist nutzlos, sofern die neuen Mandate nicht angemessen abgearbeitet werden können. Wie Legal Tech bei dieser Arbeit helfen kann, ist Thema des **vierten Teils**. Falls Sie noch keine wirkliche Vorstellung von digitaler Anwaltsarbeit haben, dann ist das kein Problem. In Kapitel 10 geben wir eine Einführung in die Anwaltsarbeit im Zeitalter der Digitalisierung. Hier wollen wir Sie für die Veränderungen des Anwaltsberufs und für die Möglichkeiten sensibilisieren, die sich durch Legal Tech bieten. In Kapitel 11 beantworten wir ausführlich eine Frage, die sich viele Anwälte und Kanzleien stellen: »Brauche ich eine Kanzleisoftware?« In diesem Zusammenhang werden wir vermehrt auf die Technologie des *Cloud Computings* zu

sprechen kommen. Was es damit genau auf sich hat und welchen Nutzen Anwälte daraus ziehen können, erläutern wir in Kapitel 12. Auf dieser Grundlage sehen wir uns die Arbeit innerhalb einer modernen Kanzlei genauer an. In Kapitel 13 stellen wir dar, wie die Digitalisierung der Kanzlei zu bewältigen ist. Dabei legen wir Schwerpunkte auf das Sekretariat und die Anwaltschaft. Zudem wollen wir Sie mit diesem Kapitel ermutigen, selbst aktiv zu werden und Legal Tech zur Optimierung Ihrer Arbeitsläufe einzusetzen. Danach stellen wir in Kapitel 14 kurz das elektronische Anwaltspostfach vor, das natürlich auch unter den Begriff Legal Tech fällt. Zum Abschluss des vierten Teils werfen wir noch einen Blick in das Gesetz. Denn bei allen behandelten modernen Technologien spielt ein Rechtsgebiet eine besondere Rolle: das Datenschutzrecht. Kapitel 15 beinhaltet daher ausführliche Informationen zu verschiedenen Fragen rund um den gesetzeskonformen Einsatz von Legal Tech. Dabei haben wir zum einen die Datenschutz-Grundverordnung und zum anderen das anwaltliche Berufsrecht berücksichtigt.

Das Buch endet schließlich im **fünften Teil** mit einem Blick in die Zukunft. In Kapitel 16 erkunden wir neue digitale Businessmodelle und Möglichkeiten für Anwälte, hieran zu partizipieren. Um noch ein paar Ideen für die Zukunft zu sammeln und sich das eine oder andere abzugucken, richten wir in Kapitel 17 unseren Blick auf das Ausland. Da viele Länder im Bereich Legal Tech schon sehr viel weiter als Deutschland sind, lohnt sich die Lektüre dieses Kapitels auch dann, wenn Sie selbst nicht international aufgestellt sind.

Wie Sie immer auf dem Laufenden bleiben

Der Digitalisierungsprozess wird auch in Zukunft weiter voranschreiten und neue Veränderungen mit sich bringen. Es kann daher nie schaden, sich regelmäßig zu informieren. Im Folgenden haben wir ein paar Anlaufstellen aufgelistet, über die Sie sich abseits dieses Buches auf dem Laufenden halten können.

Weitere Informationen:

- ▶ www.wbs-law.de – Auf der Webseite der Kanzlei WBS finden Sie täglich Neues aus der digitalen Welt des Rechts. Gerne können Sie auch den wöchentlichen Newsletter abonnieren. Weitere Informationen finden Sie in den sozialen Netzwerken (z. B. hier: www.facebook.com/die.aufklaerer) und auf dem YouTube-Kanal (www.youtube.com/user/KanzleiWBS).
- ▶ www.rheinwerk-verlag.de – Im Rheinwerk Verlag werden zahlreiche Praxishandbücher zu verschiedensten Themen aus den Bereichen IT und Marketing veröffentlicht.
- ▶ <https://legal-tech-blog.de> – Der *Legal Tech Blog* berichtet auf Deutsch und Englisch über die Veränderungen in der juristischen Branche.

- ▶ www.allaboutlegaltech.de – Die juristische Quereinsteigerin Daniella Domokos versucht mit ihrer Website eine Schnittstelle zwischen Journalisten, Juristen, Entwicklern und Ingenieuren zu schaffen. Sie hilft auf diese Weise Juristen, die technischen Grundlagen für Legal-Tech-Anwendungen zu verstehen.
- ▶ www.legal-tech.de – Diese Website beantwortet alle Fragen rund um das Thema Legal Tech, gibt Tipps und informiert über Neuigkeiten.
- ▶ www.lexisnexis.at/produkte/legal-trigger – Das Informations- und Service-Magazin *Legal Trigger* erscheint mehrmals im Jahr im Lexis Nexis Verlag. Es vermittelt den Lesern praktisch anwendbares Wissen im Bereich Legal Tech.
- ▶ <http://legaltech.nrw> – Alle Leser aus Nordrhein-Westfalen sollten den *Legal Tech Meetups NRW* einen Besuch abstatten. In entspannter Atmosphäre diskutieren Anwälte und andere Interessierte über aktuelle Entwicklungen in der Legal-Tech-Szene.

Danksagung

Nun wollen wir noch ein paar Worte des Dankes loswerden. Unser Dank gilt zunächst den mittlerweile über 260.000 Abonnenten des YouTube-Kanals der Kanzlei WBS sowie allen anderen Nutzern der Kanzlei-Social-Media-Angebote, die für zahlreiche Themenvorschläge und Inspirationen gesorgt haben.

Wir danken unseren Gastautoren. Das sind zum einen Sebastian Erlhofer, Martina Kölsch, Josef Fischer, Tobias Häring und Dorothea Brenner von der mindshape GmbH, die einen sehr informativen und praxisrelevanten Beitrag zu den Themen SEO, SEA und Tracking verfasst haben. Zum anderen danken wir Dr. Roland Vogl von der Stanford Law School für das Geleitwort.

Ganz besonders danken wir Sibel Kocatepe für die tatkräftige Unterstützung bei der rechtzeitigen Fertigstellung dieses Buches.

Schließlich bedanken wir uns beim Rheinwerk Verlag und insbesondere bei unserem Lektor Stephan Mattescheck sowie bei unserer Korrektorin Friederike Daenecke.