

Recht + Steuern > Wirtschaftsrecht Meldungen

HANDELSBLATT, Freitag, 29. April 2005, 09:58 Uhr

Handelsblatt-Umfrage Top-50-Kanzleien: Abwerben guter Leute wird Methode

## Klienten fordern verstärkt Erfolgshonorar

Von Jörg Lichter und Claudia Tödtmann

**Verstecken gilt nicht mehr. Anwälten gelingt es immer seltener, sich hinter Gesetzen, Landesrecht und Gebührenordnung zu verschanzen – um letztlich ihre Pfründe zu sichern. Den Top-Kanzleien bläst der harte Wind des Wettbewerbs ins Gesicht. Sie sind auf dem besten Wege, Dienstleister zu werden. So wie andere Unternehmen auch.**



DÜSSELDORF. Die neue Handelsblatt-Umfrage unter den Top-50-Kanzleien in Deutschland (Basis: Juve Handbuch Wirtschaftskanzleien 2004/05, Antwortquote 60 Prozent) belegt dies: Jeder zweite Mandant verlangt von den Juristen Honorare, die sich – auch – am Erfolg ihrer Arbeit orientieren. Und bei 32 Prozent der Kanzleien kommen die Firmenkunden damit auch durch. „Die Nachfrage der Mandanten nach erfolgsabhängiger Vergütung wächst fast täglich“, weiß Tobias Bürgers, Sprecher der Partner bei Nörr Stiefenhofer Lutz. Zwar sind Erfolgshonorare nach US-Muster hier nicht zulässig. Doch wo kein Kläger, da kein Richter. Und: „Im Nachhinein darf man jede Vereinbarung treffen“, urteilt **Michael Kliemt**, Chef der gleichnamigen Düsseldorfer Arbeitsrechtskanzlei.

Und umgekehrt heißt es ausgerechnet aus den zwei deutschen unter den Top-Ten-Kanzleien – Hengeler oder Gleiss – souverän, dass sie das Honorar ohnehin bei Mandatsende aushandeln (Hengeler) und sich „daran orientieren, welchen Wert die Sache für den Mandanten hat“, wie es Jobst-Hubertus Bauer von Gleiss auf den Punkt bringt.

Gestiegen sind die Stundenhonorare. Partner kassieren im Schnitt 400 Euro die Stunde (2003: 370 Euro), angestellte Anwälte 265 Euro (2003: 225 Euro). Das bedeutet eine Steigerung um acht Prozent bei den Partnern und 18 Prozent bei den angestellten Juristen. 80 Prozent der Top-Adressen vermelden höhere Umsätze – freilich ohne diese zu beziffern. Einzig die Kanzlei Rödl & Partner aus Nürnberg mit 2 350 Mitarbeitern verkündet Umsatzzahlen – und dieses Recht musste sie sich erst gerichtlich erstreiten: 2004 waren es 151,4 Millionen Euro. Es ist nur eine Frage der Zeit, wann auch die anderen Großkanzleien diesen Mut aufbringen. Etliche angloamerikanische Sozietäten verkünden zwar ihren Welt-Umsatz, verraten aber keine Deutschland-Zahlen. Beispiel: Die größte Kanzlei weltweit, Clifford Chance, macht 1,38 Milliarden Euro Umsatz mit 3 300 Anwälten.

Dass die Bundesliga-Kanzleien jedenfalls keine Not leiden, zeigt auch dies: Bei fast 80 Prozent hat sich der Umsatz im Vergleich

zum Vorjahr erhöht. Knapp die Hälfte beabsichtigt auch, weitere Juristen einzustellen. Die andere Hälfte will diese Zahl zumindest konstant halten.

Dementsprechend haben 62 Prozent der Kanzleien auch mehr Partner an Bord. Und wie stark aus den Sozietäten schon normale Unternehmen werden, zeigt sich daran, dass sie auf die Zahlen der einzelnen Kollegen genau achten. Immerhin 14 Prozent der Kanzleien trennten sich in jüngster Vergangenheit von einzelnen Partnern, wenn diese zu wenig einspielen. Dauerten Partnerschaften einst lebenslang, so wird heute der Boden für unrentable Rechtsanwältinnen schnell zu heiß. Zum Beispiel bei Linklaters oder Lovells – weltweit trennten sich letztere von 25 Partnern. Dass die lebenslange Loyalität zu einer Kanzlei vorbei ist, zeigen auch die vielen Wechsel, die auch oft im ganzem Team erfolgen: Schon die Hälfte der Top-Kanzleien hat Erfahrungen mit Abtrünnigen gemacht. McDermott Will & Emery angelte sich vier Steueranwältinnen von KPMG, Beiten Burkhard bediente sich bei Faegre & Benson mit einer Arbeitsrechtler-Truppe von vier Leuten. Die Top-US-Kanzlei Kaye Scholer – hier ein Newcomer – warb Jones Day gleich ein Trio ab.

Die Umfrage des weiteren: Befragt nach der Anzahl der Dax 30-Unternehmen in ihrer Klientel liegt Clifford Chance mit 29 an der Spitze gefolgt von Freshfields mit 26 und Haarmann Hemmelrath mit 22 und Gleiss mit 17. Dennoch ist die Kundenorientierung noch nicht ausgefeilt: Die Zufriedenheit ihrer Mandanten fragt einzig Baker & McKenzie strukturiert, umfassend und schriftlich ab. Stichprobenartig handhaben dies zumindest 14 Prozent der Kanzleien wie Lovells, Bird & Bird und McDermott. Die allermeisten Top-Adressen belassen es bei einer Nachfrage – meist beiläufig beim Kaffee nach dem Abschlussessen. Positiv ist dagegen dieses Ergebnis: 77 Prozent der Kanzleien wollen ihre Pressearbeit weiter professionalisieren, indem sie PR-Profis einstellen – mit entsprechender Kontaktfreudigkeit, Hartnäckigkeit und Servicebewusstsein. Sie haben gemerkt, dass auch PR ein Handwerk ist, das gelernt sein will.

---

#### **Nutzungshinweise:**

Die in Handelsblatt.com veröffentlichten Artikel, Daten und Prognosen sind mit größter Sorgfalt recherchiert. Nachrichten und Artikel beruhen teilweise auf Meldungen der Nachrichtenagenturen AP, AFP, ddpADN, dpa, sid, Reuters, und vwd. Dennoch können weder die Verlagsgruppe Handelsblatt noch deren Lieferanten für die Richtigkeit eine Gewähr übernehmen. Das Handelsblatt weist ausdrücklich darauf hin, dass die veröffentlichten Artikel, Daten und Prognosen keine Aufforderung zum Kauf oder Verkauf von Wertpapieren oder Rechten darstellen. Sie ersetzen auch nicht eine fachliche Beratung. Die Verlagsgruppe Handelsblatt versichert zudem, dass persönliche Kundendaten mit größter Sorgfalt behandelt und nicht ohne Zustimmung der Betroffenen an Dritte weitergegeben werden. Alle Rechte vorbehalten.

Die Reproduktion oder Modifikation ganz oder teilweise ohne schriftliche Genehmigung des Verlages ist untersagt.

All rights reserved. Reproduction or modification in whole or in part without express written permission is prohibited.

[schließen](#)