

Editorial

Herausgeberin:
Carmen Wolf, Koblenz



Liebe Kolleginnen und Kollegen,

die Digitalisierung durchdringt alle Lebens- und Arbeitsbereiche. In unserer Rubrik **anwaltsbüro kompakt** greifen wir für Sie ein paar interessante neue Nachrichten auf, die die zunehmende Bedeutung digitaler Kommunikation belegen.

Am Anfang des Jahres nehmen sich viele Angestellte vor, eine Gehaltserhöhung zu verhandeln. Gehören Sie vielleicht auch dazu? Dann haben wir ein paar Tipps für Sie. Im **Thema des Monats** erfahren Sie u.a., dass nicht nur die Höhe des Gehalts gut verhandelt sein will, sondern auch der Zeitpunkt und die Art des Gesprächs mit dem Arbeitgeber mit Bedacht gewählt werden sollten.

Pflegt und lebt Ihre Kanzlei eigentlich eine Corporate Identity (CI), also eine Unternehmensidentität? In unserer **Rubrik Büromanagement** möchten wir Ihnen leicht umzusetzende Ideen vorstellen, wie eine Corporate Identity geschaffen werden kann.

Die **Rubrik Gebührenpraxis** nimmt diesmal die Kombination von Anrechnung und Abgleich unter die Lupe, also den Fall, dass einem Verfahren, in dem außergerichtliche Ansprüche zu Protokoll gegeben wurden, auch eine vorgerichtliche Tätigkeit vorausgegangen ist. Beachten Sie die richtige Reihenfolge und holen Sie ein „Mehr“ aus der Akte!

Wir wünschen Ihnen bei der Lektüre des Infobriefs wiederum viel Vergnügen, neue Anregungen und Erkenntnisse!

Ihre Carmen Wolf

P.S.: Wie gefällt Ihnen, liebe Leserinnen und Leser, das **anwaltsbüro**? Sind die Themen richtig gewählt? Haben Sie Wünsche oder Änderungsvorschläge? Schreiben Sie mir eine Nachricht an wolf@infobrief-anwaltsbuero.de – mich interessiert Ihre Meinung, denn der Infobrief soll auf Ihre Bedürfnisse zugeschnitten sein.

Inhalt

anwaltsbüro kompakt

Umsetzung des Fahrplans zum
beA-Neustart 2

Elektronischer Rechtsverkehr:
Formvorgaben künftig auch für
Straf- und Bußgeldverfahren... 2

D21-Digital-Index 2017/18
veröffentlicht..... 3

Grenzüberschreitendes Online-
Shopping – EU-Parlament
beschließt Neuregelung 3

Thema des Monats

Erfolgreich Gehaltsverhandlungen
führen – aber wie? 4

Büromanagement

Corporate Identity – Der Anwalt
als Marke 9

Gebührenpraxis

Abgleich in Zusammenschau
mit Anrechnung: Welche
Reihenfolge gilt? 11



Umsetzung des Fahrplans zum beA-Neustart

Die BRAK setzt ihren Fahrplan zur Wiederinbetriebnahme des beA weiter um. Den Fahrplan hatte die BRAK-Präsidentenkonferenz in zwei Sitzungen im Januar beschlossen. Teil dessen war u.a. ein Sicherheitsdialog (beAthon) mit kritischen IT-Experten, der Ende Januar stattfand. Der Fahrplan sieht ebenfalls die **Begutachtung der vom IT-Dienstleister Atos vorgelegten Lösung** für die im Dezember aufgezeigten Sicherheitslücken der beA-Software vor. Zum einen überprüft das Fraunhofer Institut im Auftrag von Atos die Software. Zum anderen testet auch die vom Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik empfohlene Firma secunet im Auftrag der BRAK, ob die nun vorgelegte Softwarelösung ein so hohes Sicherheitsniveau hat, dass das beA-System wieder in Betrieb gehen kann. Der Neustart des beA soll, so hatte es die Präsidentenkonferenz ebenfalls beschlossen, mit einer Anlaufphase angekündigt werden. Der Prüfumfang des Sicherheitsgutachtens von secunet stand auch im Mittelpunkt der außerordentlichen Sitzung des Präsidiums der BRAK am 14.2.2018. Der Prüfauftrag umfasst die technische Analyse des beA-Clients unter Berücksichtigung von Fragen, die aus dem beAthon resultieren, und eine konzeptionelle Prüfung der Gesamtlösung des beA Systems.

Das Gutachten der secunet wird die Grundlage für die Präsidentenkonferenz bilden, um darüber zu entscheiden, wann das beA wieder für die Anwaltschaft zur Verfügung gestellt werden wird.

(Quelle: BRAK-Newsletter zum beA 4/2018 v. 15.2.2018)

Elektronischer Rechtsverkehr: Formvorgaben künftig auch für Straf- und Bußgeldverfahren

Die Verordnung über die technischen Rahmenbedingungen des elektronischen Rechtsverkehrs und über das besondere elektronische Behördenpostfach (Elektronischer-Rechtsverkehr-Verordnung – ERVV) wird künftig auch für den Bereich des Straf- und Bußgeldverfahrens gelten. Einer entsprechenden Änderungsverordnung stimmte der Bundesrat in seiner Sitzung am 2.2.2018 zu. Die Änderung tritt mit ihrer Verkündung im Bundesgesetzblatt in Kraft; diese steht allerdings noch aus.

Die ERVV, die erst zum 1.1.2018 in Kraft trat, enthielt Vorgaben zur Übermittlung elektronischer Dokumente an Gerichte, insbesondere zu Dateiformaten und weiteren Formalia, zunächst nur für die Gerichte der Zivil-, Arbeits-, Verwaltungs-, Sozial- und Finanzgerichtsbarkeit. Vorschriften für Straf- und Bußgeldverfahren waren zunächst nicht enthalten; noch vor Inkrafttreten der ursprünglichen Verordnung wurde der Referentenentwurf für eine Erweiterung des Anwendungsbereichs vorgelegt.

Gegenüber dem Referentenentwurf, zu dem die BRAK Stellung genommen hatte, wurde insbesondere die Anwendung der Formvorgaben des § 2 ERVV erweitert: Auch für die **Übermittlung sonstiger Dokumente an Strafverfolgungsbehörden oder Gerichte** „sollen“ nunmehr die Anforderungen des § 2 ERVV gelten.

Aber Vorsicht: Bund und Ländern steht es frei, per Verordnung die Eröffnung des elektronischen Rechtsverkehrs für ihre Bereiche um ein oder zwei Jahre nach hinten zu schieben. Eine Übersicht dazu, welche Bundesbehörden bzw. Länder für welche Bereiche die ihnen zustehende Opt-out-Möglichkeit genutzt haben, hat die BRAK auf der beA-Website zusammengestellt.

(Quelle: BRAK-Newsletter zum beA 4/2018 v. 15.2.2018)

D21-Digital-Index 2017/18 veröffentlicht

Am 23. Januar wurden die Ergebnisse des D21-Digital-Index vorgestellt. Die Studie liefert seit 2013 jährlich ein umfassendes Lagebild zum Stand der Digitalisierung in Deutschland.

Kompetenz und Offenheit zur Digitalisierung steigen, doch viele fühlen sich überfordert: Die deutsche Gesellschaft ist mit 53 Indexpunkten so digital wie nie zuvor. Der D21-Digital-Index gibt den Digitalisierungsgrad der Gesellschaft auf einer Skala von 0 bis 100 Punkten wieder und fasst die Komponenten Zugang, Nutzung, und Offenheit in einer einzigen Kennzahl zusammen. „Wir beobachten zwar eine positive Entwicklung: Immer mehr Menschen bewegen sich souveräner, kompetenter und aufgeschlossener in der digitalen Lebenswelt“, so Hannes Schwaderer, Präsident der Initiative D21: „Doch nach wie vor fühlen sich viele nicht für die digitale Welt gewappnet. Um nicht große Teile der Bevölkerung dauerhaft von der digitalen Teilhabe auszuschließen sind deutlichere Anstrengungen in allen Bereichen der Bildung notwendig, sei es in der Schule, Berufsausbildung oder auch der Erwachsenenbildung.“

Vier von fünf Deutschen sind online: Erstmals nutzen über 80 Prozent der Deutschen das Internet. Treibender Faktor ist die fortschreitende Verbreitung des mobilen Internets über Smartphones. Nachdem die jüngeren Generationen bereits seit Längerem nahezu vollständig online sind, gibt es bei den 50- bis 64-Jährigen sowie den über 65-Jährigen Zuwächse von jeweils fünf Prozentpunkten bei der Internetnutzung bzw. 10 und 3 Prozentpunkten mobil.

(Quelle: <http://www.medienkompetenzportal-nrw.de/aktuelles>)

Grenzüberschreitendes Online-Shopping – EU-Parlament beschließt Neuregelung

Wer online einkauft, wird nun besser und leichter EU-weit auf Waren und Buchungen etwa von Hotelzimmern, Mietwagen oder Konzertkarten zugreifen können. Die neuen Vorschriften machen **Schluss mit dem sog. „Geoblocking“**. Verbraucher werden bald selbst wählen können, auf welcher Website sie Waren oder Dienstleistungen erwerben, ohne dass sie aufgrund ihrer Staatsangehörigkeit, ihres Wohnsitzes oder sogar ihres vorübergehenden Aufenthaltsortes blockiert oder automatisch auf eine andere Website umgeleitet werden. Anbieter müssen Online-Käufer aus einem anderen EU-Land genauso behandeln wie einheimische Kunden, d.h. ihnen Zugang zu gleichen Preisen oder Verkaufsbedingungen gewähren – wenn eine der folgenden Bedingungen erfüllt wird:

- Der Zielort der Bestellung (z.B. von Haushaltsgeräten, Elektronik, Kleidung) ist ein Mitgliedstaat, den der Gewerbetreibende in seinen allgemeinen Geschäftsbedingungen als Lieferziel ausweist, oder Kunde und Verkäufer vereinbaren einen Ort zur Abholung in einem solchen EU-Land (Verkäufer müssten nicht in alle EU-Länder liefern, aber Käufer sollten die Möglichkeit haben, das Paket an einem mit dem Händler vereinbarten Ort abzuholen).
- Es handelt sich um elektronisch erbrachte, nicht urheberrechtlich geschützte Leistungen wie zum Beispiel Cloud-Dienste, Data-Warehousing, Webhosting oder die Bereitstellung von Firewalls.

- Die erworbene Dienstleistung wird in den Räumlichkeiten des Anbieters oder an einem Standort, an dem der Anbieter tätig ist, erbracht, wie Hotelunterbringung, Sportveranstaltungen, Autovermietung sowie Eintrittskarten für Musikfestivals oder Freizeitparks.

Ebenfalls wird verboten sein, Verbraucher je nach dem Ausstellungsort einer Kredit- oder Debitkarte unterschiedlich zu behandeln. Während es Händlern weiterhin freisteht, die von ihnen gewünschten Zahlungsmittel zu akzeptieren, dürfen sie innerhalb einer bestimmten Zahlungsmarke nicht aufgrund der Nationalität diskriminieren.

Digitale urheberrechtlich geschützte Inhalte wie E-Books, Musik, Online-Spiele oder audiovisuelle und Transportdienstleistungen fallen vorerst nicht unter die neuen Regeln.

Die neuen Vorschriften werden noch vor Ende 2018 in Kraft treten.

(Quelle: EP, Pressemitteilung v. 7.2.2018, <http://www.europarl.europa.eu/news/de>)

Thema des Monats

Erfolgreich Gehaltsverhandlungen führen – aber wie?

Von Rechts- und Notarfachwirtin Ronja Tietje und Rechtsfachwirtin und zert. Personalmanagerin (DAM) Viviane Schrader, Gesellschafterinnen der Tietje & Schrader oHG, Kanzleiconsulting, Achim

Der Jahresbeginn ist für viele Kanzleimitarbeiter ein guter Zeitpunkt, um auf das vergangene Arbeitsjahr zurückzublicken und Wünsche oder Erwartungen für das kommende Jahr zu entwickeln. Es ist etwas ruhiger nach dem meist sehr aufregenden und stressigen Jahresende und der Kanzleialltag hat einen wieder sicher im Griff. Man stellt sich die Frage, was gut und was weniger gut gelaufen ist, und unweigerlich bewertet man die eigene Situation in der Kanzlei. Gelangt man zu dem Ergebnis, dass die Zufriedenheit gelitten hat, fällt der Fokus häufig auch auf das Gehalt.

Ist man glücklich mit der täglichen Arbeit, wird ein nicht ganz so hohes Gehalt eher toleriert. Ist die Arbeitssituation schwierig, treffen viele Arbeitnehmer die Feststellung: „Mir gefällt es hier immer weniger und dann ist die Bezahlung auch noch so schlecht!“ Fatal für die Kanzlei ist, dass der Wunsch nach mehr Gehalt zu Abwanderungsgedanken führen kann. Da auch in der Rechtsdienstleistungsbranche derzeit ein Arbeitnehmermarkt herrscht, schlägt sich ein Arbeitgeberwechsel auch immer im Gehalt nieder.

Doch muss es immer gleich ein Arbeitgeberwechsel sein? Fair und legitim ist es, zum einen die eigene Unzufriedenheit dem Arbeitgeber mitzuteilen, mit dem Ziel, dass sich an der Situation etwas ändert, und zum anderen auch die Frage nach einer höheren Vergütung offen anzusprechen – insbesondere wenn sich hier über mehr als zwei Jahre nichts getan hat.

I. Nicht überreagieren – Besonnenheit führt zum Ziel

Dringend zu vermeiden sind Gehaltsgespräche „aus dem Bauch heraus“, z.B. als Folge einer besonderen Druck- oder Frustsituation.

Zufriedenheit im Job und Gehalt

Beispiel

RAin X: „Haben Sie schon die beiden Eildiktate erledigt? Warum klingelt Ihr Telefon denn in einer Tour? Gehen Sie da nicht mal ran? Was sollen die Mandanten denken? Erledigen Sie bitte noch die Bestellung von Kaffee und Keksen! Und wenn Sie gleich noch eine Minute haben, kommen Sie bitte einmal zu mir, die Rechnung, die Sie gestern entworfen haben, ist ja völliger Humbug; ich erkläre Ihnen dann noch einmal, wie man das RVG korrekt anwendet!“

ReFa Y: „Was meinen Sie eigentlich, was ich hier den ganzen Tag mache?! Ich bemühe mich, mein Bestes zu geben, und dann kritisieren Sie mich in einer Tour! Und das bei dem Hungerlohn hier! Da können Sie sich ja bald mal jemand Neues suchen, wenn Sie da nicht was drauflegen!“

Dass in einer solchen Situation nicht mehr sachlich über eine – vielleicht sogar berechnete – Gehaltserhöhung gesprochen werden kann, versteht sich von selbst. Und eines ist sicher: Auch Arbeitgeber führen nicht gerne Gehaltsverhandlungen. Insofern bietet es sich an, für ein solches Gespräch einen ruhigen und angenehmen Rahmen zu finden. Dafür eignen sich vor allem Randzeiten des Arbeitstags, wenn der Trubel des Alltags noch nicht (morgens) hereingebrochen oder schon (abends) abgeflaut ist.

Wichtig

Am besten wird ein konkreter Besprechungstermin mit dem Chef oder der Chefin vereinbart und im Kalender notiert. So wird sichergestellt, dass in dieser Zeit auch nichts anderes das Gespräch stören kann.

Tipp für Arbeitgeber

„Plötzlichen“ Gehaltsgesprächen beugt man durch jährlich stattfindende Mitarbeitergespräche vor. Darin wird regelmäßig auch das Thema Vergütung angesprochen. Auch die generelle jährliche Erhöhung der Vergütung für alle Mitarbeiter (nach Prozentpunkten oder Fixbeträgen in Euro) beseitigt Konfliktpotenzial und macht individuelle Gespräche und Verhandlungen praktisch unnötig.

II. Entspanntes Gesprächsumfeld finden

Das Gespräch sollte, wenn möglich, nicht am Arbeitsplatz des Chefs oder der Chefin stattfinden, sondern an einem neutralen Ort wie dem Besprechungszimmer. Beide Seiten befinden sich somit an einem „unparteiischen“ Ort und werden nicht von dem eigentlichen Gesprächsgrund abgelenkt. Werden (z.B. in größeren Kanzleien) mehrere Gespräche hintereinander geführt, kann auch eine gute Bewirtung, z.B. mit Gebäck, Fingerfood, Kaffee/Tee/Saft etc., die Gesprächssituation verbessern und auflockern.

III. Begründung des Gehaltswunsches

Ausgangspunkt für jede Gehaltsverhandlung ist selbstverständlich das aktuelle Gehalt. Man könnte nun die gewünschte Erhöhung der Vergütung aus dem Bauch heraus bestimmen. Stichhaltiger ist es jedoch, sich vor dem Gespräch bereits Gedanken zu machen, wie eine Gehaltserhöhung auch sachlich begründet werden kann. Denn eines ist sicher: Dem Anliegen, mehr zu verdienen, werden die meisten Chefs bzw. Chefinnen mit der Frage „warum?“ begegnen. Wer dann nicht gut und überzeugend argumentieren kann, kommt schnell in Bedrängnis.

Zeitpunkt für Gehaltsverhandlung vorher planen

Neutralen Raum für Gehaltsverhandlung wählen

Nur mit wohl überlegten Argumenten in Gehaltsverhandlung gehen

Hinweis

Es sollte selbstverständlich sein, dass sich das Gehalt regelmäßig, allerspätestens alle zwei Jahre, dahingehend anpasst, dass Inflation und generelle Preissteigerungen ausgeglichen werden! Gehaltsverhandlungen zur Erlangung von größeren Gehaltssteigerungen bieten sich darüber hinaus nur dann an, wenn sich inhaltlich an der täglichen Arbeit tatsächlich etwas geändert hat.

Günstig ist es einmal darzustellen, welche vertraglich vereinbarten Aufgaben ausgeführt werden und wie diese Aufgaben sich ggf. verändert oder sogar erweitert haben. Sind Verantwortlichkeiten hinzugekommen, die eine Erhöhung der Vergütung rechtfertigen?

Eine vernünftige Argumentationskette ist eine gute Grundlage und das A und O bei Gehaltsgesprächen. Außerdem sollte berücksichtigt werden, wie lange ggf. keine Erhöhung stattgefunden hat (gab es hierzu Anhaltspunkte wie z.B. schlechte wirtschaftliche Lage der Kanzlei?). Auch die Dauer der Kanzleizugehörigkeit sollte eine Rolle spielen. In Gehaltsverhandlungen geht man am besten mit schriftlich fixierten Stichpunkten, damit man – gerade dann, wenn die Nervosität dann doch aufsteigt – sein Anliegen konzentriert vortragen kann.

IV. Checkliste

- Wie hoch ist das derzeitige Gehalt?
- Gibt oder gab es Sonderzahlungen?
- Wie lange ist die Kanzleizugehörigkeit?
- Wie sehen die derzeit ausgeführten Tätigkeiten aus?
- Was sind die vertraglich vereinbarten Tätigkeiten?
- Wurden neue Aufgaben oder Kompetenzbereiche übertragen?
- Wurden neue Fähigkeiten erworben (Seminare, Fachwirtkurs, Ausbildereignungsschein etc.)?
- Fand eine Beförderung statt, z.B. zur Büroleitung, zum Ausbildungsverantwortlichen, zum/zur Abteilungsleiter/in etc.?
- Bestehen oder bestanden besondere Belastungssituationen bzw. mussten außerordentliche Herausforderungen bewältigt werden (Personalmangel, erhöhte Mandatszahlen, Kanzleiumzug, Anschaffung Kanzleisoftware etc.)?

Wer auf die oben aufgelisteten Fragen mit fundierten Antworten vorbereitet ist, wird immer überzeugende Gründe für eine Erhöhung des Gehalts anführen können. Dabei ist es ratsam, niemals Vergleiche mit Kollegen anzuführen, wenn diese dabei diskreditiert werden! Diese Art von unkollegialem Verhalten – Begründung eines Gehaltsanspruchs aufgrund von „Schlechtleistung“ anderer – könnte sich negativ auswirken. Also bitte nur mit sachlichen und messbaren Gründen aus dem eigenen Tätigkeitsbereich arbeiten.

V. Den Gehaltswunsch kalkulieren und formulieren

Der Begründung, dass das eigene Gehalt angepasst werden muss, sollte auch ein konkreter Vorschlag in Zahlen folgen. Das beweist dem Gegenüber, dass man sich seines Wertes sehr bewusst ist. Eine generelle Gehaltsanpassung zu fordern und die Höhe in das Ermessen der Kanzleiführung zu legen, empfiehlt sich nicht. Überlegen

Vergleiche mit Kollegen sollten tabu sein

Gehaltserhöhung realistisch bemessen und konkret vortragen

Thema des Monats

Sie sich vor dem Gespräch also, mit welchem niedrigsten Gehalt sie zufrieden wären und was ihre Idealvorstellung ist. So haben Sie einen guten Verhandlungsspielraum. Setzen Sie die gewünschte Erhöhung ins prozentuale Verhältnis zum derzeitigen Gehalt. 2 %, 3 % oder maximal 5 % Erhöhung sind absolut realistisch. Bei 10 % wird die Kanzleiführung wahrscheinlich „aus Reflex“ schon verneinen. So eine Forderung wird leicht als unverschämt verstanden und provoziert schnell die rhetorische Gegenfrage, ob man denn meine, dass auch die Berufsträger jedes Jahr 10 % mehr Gewinn erhalten würden. Derlei Wendungen im Gespräch sollten dringend vermieden werden! Daher lieber realistische Anpassungen vorschlagen. Diese werden auch eher gewährt. Verärgern Sie die Kanzleiführung mit überzogenen Wünschen, kann sich die Frage nach einer Anpassung schnell generell erledigen.

Achtung

Brutto mehr Gehalt verdienen heißt u.U. nicht, netto tatsächlich mehr Geld ausgezahlt zu bekommen! In manchen Fällen wirken sich (vor allem kleine) Gehaltsanpassungen eher negativ aus. Daher den Gehaltswunsch (und die Alternativen!) vor dem Gespräch grob mit einem Brutto-Netto-Rechner kalkulieren.

VI. Haltung bewahren

Steht der vereinbarte Termin zur Gehaltsverhandlung unmittelbar bevor, empfiehlt es sich, auch die eigene Haltung und das Auftreten gegenüber Chefs oder Chefinnen zu prüfen. Nimmt man am Gespräch eher passiv und unbeteiligt, gar verängstigt oder schüchtern teil, werden Gehaltswünsche eher nicht berücksichtigt, weil sie schlicht nicht angemessen präsentiert wurden. Das eigene Auftreten sollte authentisch und offen sein, niemals jedoch arrogant oder überheblich oder gar zu fordernd. Eine aggressive Stimmung verdirbt zwangsläufig die Gesprächsatmosphäre.

Gerade die sachliche Begründung des Anpassungswunsches (siehe Checkliste oben) sollte dafür sorgen, mit der nötigen Gelassenheit und einem gesunden Selbstbewusstsein das Gespräch zu bestreiten und entsprechenden Erfolg zu erreichen.

Tipp

Wer allzu nervös oder unsicher ist, sollte die Gesprächssituation mit Kollegen, der Familie oder Freunden vorher üben.

VII. „Nein“ – und was dann?

Jetzt haben Sie sich perfekt vorbereitet, Ihre Haltung und das Auftreten waren stimmig und die Kanzleiführung sagt dennoch „nein“. Was nun? Erbst den Raum verlassen ist keine Lösung. Die Ablehnung sollte indessen von der Kanzleiführung auch begründet werden (ggf. einfordern). Dadurch lassen sich möglicherweise Anknüpfungspunkte für eine erneute oder weiterführende Verhandlung finden. Ist die wirtschaftliche Lage der Kanzlei eventuell angeschlagen? Waren notwendige Investitionen zu tätigen? Ist ein Großmandant weggebrochen? Ebenso wie Sie Ihren Gehaltswunsch begründet haben, so ist auch der Kanzleiführung zuzugestehen, die Ablehnung zu begründen.

Stellt sich heraus, dass es tatsächlich zum angefragten Zeitpunkt nicht die gewünschte Erhöhung geben kann, und ist die Kanzleiführung aber gewillt, eine Anpassung vorzunehmen, könnte es helfen, einen neuen Verhandlungstermin, z.B. drei oder

Mit souveränem Auftreten überzeugen

Konstruktiver Umgang mit Ablehnung

Thema des Monats

sechs Monate später, fest zu vereinbaren und sodann erneut in die Verhandlungen einzusteigen.

Vielleicht ist die Kanzleiführung sogar bereit, als Zeichen der Wertschätzung und Anerkennung zumindest eine einmalige Bonuszahlung zu gewähren. In so einer prekären Situation sind Gespräche auf Augenhöhe und mit gegenseitigem Respekt besonders wertvoll. Hier kann auch ein Mitarbeiter seine besondere Loyalität zeigen, indem z.B. in einer wirtschaftlichen Schieflage der Anpassungswunsch vertagt wird und dies wiederum als Grundlage für ein Gehaltsgespräch zu einem späteren Zeitpunkt anerkannt wird.

VIII. Darf's auch etwas anderes sein?

Wie bereits ausgeführt, sorgt nicht jede Erhöhung des Bruttogehalts auch für einen nennenswert höheren Auszahlungsbetrag. Zudem sorgt eine Bruttolohnerhöhung in der Kanzlei für erhöhte Kosten, weil u.a. auch die Arbeitgeberanteile zur Sozialversicherung steigen. Nicht jeder Arbeitgeber kann sich das leisten.

Kann oder will eine Kanzlei keine dauerhafte Gehaltserhöhung vornehmen, sollten sogleich Vorschläge unterbreitet werden, die a) sehr arbeitnehmerfreundlich sind und b) der Kanzlei aber keine (Personal-) Kostensteigerungen abverlangen.

Vielfach bekannt sind Tankgutscheine. Diese Art von Sachbezug ermöglicht es, dass ein Arbeitnehmer, der einen Pkw für die tägliche Fahrt zur Arbeit nutzt, monatlich maximal 44 EUR von seinem Arbeitgeber erhält. Dieser Betrag ist lohnsteuer- und sozialversicherungsfrei. Das Gleiche gilt, wenn der Arbeitnehmer für diesen Betrag z.B. Fahrkarten des öffentlichen Personennahverkehrs nutzt oder Fachliteratur kauft. Zu beachten ist lediglich, dass die Grenze von derzeit 44 EUR nicht überschritten und ein Warenwert als Gutschein übergeben wird.

Möchte man den monatlich fest vereinbarten Erhalt von diesen Sachbezügen vermeiden, können anlassbezogen auch sog. Aufmerksamkeiten übergeben werden. Hier wäre es z.B. möglich, bis maximal 60 EUR Gutscheine an die Mitarbeiter zu vergeben. Beispielhaft könnte die Sekretärin zu ihrem Geburtstag daher einen Gutschein einer Parfümerie über 60 EUR übergeben bekommen. Auch die Unterstützung von anderen Anlässen ist möglich: Wird das Kind eines Mitarbeiters eingeschult, könnte ein Gutschein zum Kauf eines Schulranzens oder von Schulmaterial verschenkt werden. Diese Aufmerksamkeiten begünstigen die Mitarbeiter direkt, brutto wie netto.

Mitarbeiter mit noch nicht schulpflichtigen Kindern können besonders unterstützt werden, indem die Kanzlei monatlich die tatsächlich anfallenden Kindergartenbeiträge erstattet. Diese Zahlung ist steuerfrei! Und oftmals entlastet sie die Mitarbeiter sehr deutlich.

Im Rahmen eines betrieblichen Gesundheitsmanagements können Kanzleien auch Mitgliedschaftsbeiträge in Fitnessstudios übernehmen oder bezuschussen. Hier lockt nicht nur der finanzielle Vorteil, sondern auch die Aussicht auf langfristig gesunde Mitarbeiter.

Die vorgenannten alternativen Vorschläge können und sollten selbstverständlich auch von den Mitarbeitern selbst vorgetragen werden. Nicht jeder Arbeitgeber kennt diese Kniffe. Man beweist darüber hinaus auch Verständnis für die Arbeitgeberseite, da mit diesen Maßnahmen Sozialabgaben, die auch den Arbeitgeber treffen, gespart werden können.

Respektvolles Miteinander führt weiter

Vorschläge für Alternativen zur Erhöhung des Bruttogehalts

Gutscheine als monatlicher Sachbezug

Gutscheine als anlassbezogene Aufmerksamkeit

Erstattung von Kindergartenbeiträgen

Bezuschussung von Mitgliedschaftsbeiträgen im Fitnessstudio

IX. Fazit

Gehaltsverhandlungen sollten immer wohlüberlegt und sachlich begründet durchgeführt werden. Überfallartig eingebrachte Forderungen führen selten ans Ziel und vergiften eher das Kanzleiklima.

Nicht immer ist die Erhöhung des Grundgehalts empfehlenswert. Einige Alternativen bieten für Kanzlei und Mitarbeiter Vorteile, wie z.B. Sachbezüge oder die Erstattung von Kindergartenbeiträgen (siehe oben). Hier lohnen sich die individuelle Betrachtung der Gehaltssituation jedes einzelnen Mitarbeiters und dessen Wünsche und Vorstellungen und ein Gespräch „auf Augenhöhe“.

Büromanagement

Corporate Identity – Der Anwalt als Marke

Von Rechtswirtin Carmen Wolf, Koblenz

Um heutzutage unter vielen aufzufallen, reicht qualitativ hochwertige Arbeit nicht. Das gilt auch für den Rechtsmarkt. Der Mandant muss den Anwalt bzw. die Kanzlei „als Marke“ wahrnehmen und in Erinnerung behalten. Denn ein professionell gestalteter und in sich schlüssiger Auftritt – vom Logo und Briefpapier über die Visitenkarte bis zum Webauftritt u.Ä. – signalisiert Kontinuität im Handeln und schafft letztlich Glaubwürdigkeit und Vertrauen beim Mandanten.

Es muss also ein Stellenwert geschaffen werden, der mit Qualität assoziiert wird, sodass ein positives Image entsteht. Sie können maßgeblich dazu beitragen, für Ihr Unternehmen eine eigene Identität zu schaffen und sich damit von anderen abzuheben!

Überall dort, wo unterschiedliche Menschen im Verbund arbeiten, finden sich unterschiedliche Identitäten bzw. unterschiedliche Charaktere. Diese gilt es „in ein Paket zu schnüren“ und in einem stimmigen Gesamtbild entsprechend der internen Unternehmensphilosophie nach außen hin darzustellen. Ziel ist es, eine eigene Unternehmensidentität, also eine Corporate Identity herzustellen, die alle Merkmale beinhaltet, die Ihre Kanzlei auszeichnet und von anderen Kanzleien unterscheidet.

Mit der Corporate Identity wird die klare, einheitliche und sympathische Darstellung der Anwaltskanzlei verfolgt, sie dient der Verbesserung bzw. dem Aufbau des Kanzleiimages. Gemeint ist damit die Identifikation über die Elemente „Verhalten“, „Kommunikation“ sowie „einheitliches Design“. Mit dem einheitlichen Design (sog. Corporate Design) ist wiederum das visuelle Erscheinungsbild gemeint, d.h. wie sich die Kanzlei rein optisch darstellt.

Regelmäßig hat ein Unternehmen eine eigene Firmenphilosophie und Unternehmenskultur (sog. Corporate Culture), deren Ursprung meist das Selbstverständnis des Firmengründers widerspiegelt. Damit wird im Grunde vorgegeben, wie sich die Kanzlei darzustellen hat, sowohl visuell als auch im Umgang mit Mitarbeitern, Mandanten und Lieferanten. In den meisten Kanzleien gibt es Kleidungs Vorschriften; wenn sie auch nicht unbedingt offen diskutiert werden, so sind doch Grundregeln des guten Benehmens zu beachten (angezogen, nicht zu freizügig, sauber und ordentlich). Ebenso wird es einen „guten Ton“ geben, der untereinander, aber natürlich auch nach außen zu herrschen hat.

Unterscheidung von der Konkurrenz

Unverwechselbare Persönlichkeit des Unternehmens

Corporate Identity (CI) – Corporate Design (CD)

Corporate Culture (CC)

Büromanagement

Ein guter Ansatzpunkt, um die Unternehmensidentität nach außen sichtbar zu machen, ist das Corporate Design. Hierbei spielt das Logo – auch wenn sich das CD keinesfalls nur hierauf beschränkt – als grundlegendes formales Gestaltungselement eine wichtige Rolle und gehört heute unverzichtbar zum Standard. Beauftragen Sie eine Agentur damit, ein für Ihre Kanzlei „passendes“ Logo – entsprechend den von Ihnen zusammengestellten Informationen über Ihr Unternehmen – zu entwerfen (wenn Sie gute Ideen haben oder künstlerisch begabt sind, können Sie natürlich auch selbst Entwürfe machen). Entscheidend ist, dass Sie für die Verbreitung Ihres Logos sorgen, denn nur durch die ständige Wiederholung prägt sich dieses in Verbindung mit dem Kanzleinamen ein. Auf diese Weise können Sie den Bekanntheitsgrad und Wiedererkennungswert der Kanzlei außerordentlich steigern. Ihr Logo kann z.B. Verwendung finden:

- auf dem Kanzleischild (Hauseingang/Etageneingang),
- auf dem Klingelschild,
- auf dem Briefpapier,
- auf den Visitenkarten/Adresstiketten,
- in der Signatur der Email,
- in der Kanzleibroschüre,
- auf der Kanzleiwebsite/-homepage,
- in Zeitungsanzeigen,
- in Mandantenrundschriften.

Das Logo sollte grundsätzlich nicht zu bunt und nicht zu unübersichtlich sein; ein klar erkennbares und unverwechselbares Design, gerade Linien (solide, nicht verspielt) und eher einfache Farbkombinationen werden leichter wahrgenommen und prägen sich besser ein. Natürlich ist es unerlässlich, das geschaffene Logo als Wort- bzw. Bildmarke zu schützen – je nachdem, wie Ihre Kanzlei arbeitet, nicht nur deutschlandweit, sondern auch über die Grenzen hinaus.

Auch ein kanzleieigener Slogan kann die Leistungen und Ziele des Unternehmens in einem Satz zusammenfassen. Ein passender Slogan bringt den Grundgedanken, für den die Kanzlei steht, zum Ausdruck und ist damit die intensivste Form einer Werbeaussage. Ein Slogan sollte in jedem Fall „kurz und knackig“ und somit einerseits gut erinnerlich sein und andererseits Aufmerksamkeit erregen. Bei allen Kommunikationsmedien (Briefpapier, Visitenkarte, Webaufttritt, E-Mail) sollte der einprägsame Leitspruch gut positioniert sein, sodass er direkt auffällt.

Achtung

Brüche in der Außendarstellung werden von Mandanten regelmäßig als unprofessionell empfunden, was sich im Unterbewusstsein dann auch auf die vermutete Qualität der eigentlichen Arbeit überträgt und damit ungewollt das Image der Kanzlei schädigen kann!

Zu einem einheitlichen Außenauftritt gehört auch die formale Gestaltung von Texten. Insbesondere ist darauf zu achten, dass sich die Kanzlei beim Schriftbild sämtlicher Schriftsätze und Schreiben sowie bei der Aufteilung der Seiten einheitlich darstellt und nicht jeder Mitarbeiter in einer anderen Schriftart und Schriftgröße oder gar anderen Farbe schreibt und die Seiten anders gestaltet. Dazu gehören auch eigens festgelegte „Normen“, wie z.B. dass jeder die Währungsbezeichnung mit „€“ abkürzt

Kanzlei-Logo als individuelles
Markenzeichen

Einprägsamer Kanzlei-Slogan

Einheitliche Textgestaltung

Büromanagement

(oder mit „EUR“), aber nicht einmal so, einmal anders und dass Hervorhebungen und besondere Hinweise an den oder die Empfänger gleichermaßen formatiert werden usw. Letztlich wird bei konsequenter Umsetzung dieser Kriterien ein Schriftsatz Ihrer Kanzlei mit einem Blick sofort auch als der Ihrige identifiziert!

Werden diese ersten Schritte gut umgesetzt, sind Sie schon auf einem guten Weg zu einer einprägsamen Corporate Identity – und sorgen dafür, dass Ihre Kanzlei zur Marke wird und lange in guter Erinnerung bleibt – was ein Garant dafür sein wird, dass der nächste Auftrag wieder an Ihr Unternehmen vergeben wird.

Gebührenpraxis

Abgleich in Zusammenschau mit Anrechnung: Welche Reihenfolge gilt?

Von Rechtswirtin Carmen Wolf, Koblenz

In bestimmten Fallkonstellationen kann es passieren, dass Anrechnungen und Abgleichungen in einem Verfahren zu erfolgen haben. Das ist regelmäßig dann der Fall, wenn der Anwalt zunächst außergerichtlich tätig war und später in einem Klageverfahren weitere außergerichtliche (oder auch „anderweitig rechtshängige“) Ansprüche im Rahmen eines Vergleichs zu protokollieren beantragt. Für die Reihenfolge gibt es nach dem RVG keine Vorgaben, allerdings einhellige und mittlerweile höchstrichterliche Rechtsprechung, da sich der Bundesgerichtshof mit diesem Thema bereits befasst hat (vgl. BGH, Urt. v. 25.9.2008 – IX ZR 133/07; aber auch OLG München, Beschl. v. 7.3.2012 – II WF 360/12, BeckRS 2012, 05995).

Danach hat zuerst die Anrechnung und erst anschließend der Abgleich zu erfolgen, und zwar unabhängig davon, ob die vorgerichtliche Tätigkeit des Anwalts sämtliche oder nur einen Teil der später rechtshängig gewordenen Ansprüche umfasst. Das hat zur Folge, dass bei diesen Konstellationen, bei denen nach außergerichtlicher Tätigkeit ein Mehrwert protokolliert wird, äußerst selten die Abgleichungsregel greift – ein Mehrwert für den Anwalt!

Zur Verdeutlichung folgender Fall:

Beispiel

Der Anwalt war für seinen Mandanten vorgerichtlich tätig; über denselben Gegenstand (4.000 EUR) hat er anschließend ein gerichtliches Verfahren geführt, in dem dann weitere – bis dahin nicht rechtshängige – Ansprüche in Höhe von 3.500 EUR mit verglichen wurden.

Dem Anwalt entsteht für seine außergerichtliche Tätigkeit eine Geschäftsgebühr der Nr. 2300 VV RVG, die für die Beispielsrechnung mit 1,5 angesetzt wird (mittlere Schwierigkeit und mittlerer Umfang), aus dem für das außergerichtliche Verfahren geltenden Gegenstandswert von 4.000 EUR. Für die gerichtliche Tätigkeit über den rechtshängig gemachten Gegenstandswert von 4.000 EUR erwächst ihm eine gerichtliche Verfahrensgebühr der Nr. 3100 VV RVG. Für den Antrag auf Protokollierung der bis dahin nicht rechtshängigen Forderung mit einem Gegenstandswert von 3.500 EUR entsteht eine Verfahrensdifferenzgebühr nach Nr. 3101 VV RVG.

Hierbei sind zwei Besonderheiten zu beachten: Zum einen findet die außergerichtliche Geschäftsgebühr der Nr. 2300 VV RVG in Höhe der Hälfte, maximal mit 0,75 Anrechnung auf die gerichtliche Verfahrensgebühr; zum anderen hat nach § 15

Erfolgreich durch gutes CI

Anrechnung und Abgleich in einem Verfahren

Erst Anrechnung, dann Abgleich

Zwei Besonderheiten!

Gebührenpraxis

Abs. 3 RVG ein Abgleich zu erfolgen, da die beiden addierten Verfahrensgebühren aus den unterschiedlichen Gegenstandswerten nicht höher sein dürfen als die höchste der beiden Verfahrensgebühren aus dem Gesamtstreitwert.

Wie bereits vorstehend ausgeführt, hat der BGH eine Reihenfolge vorgegeben: Die Geschäftsgebühr für die außergerichtliche Tätigkeit wird zuerst auf die Verfahrensgebühr der Nr. 3100 VV RVG angerechnet; nur der restliche Teil der Verfahrensgebühr wird mit der Verfahrensdifferenzgebühr dem Abgleich nach § 15 Abs. 3 RVG unterzogen.

1,5 Geschäftsgebühr, Nr. 2300 VV RVG i.V.m. §§ 13, 14 RVG aus 4.000,00 EUR	378,00 EUR
Auslagenpauschale, Nr. 7002 VV RVG	20,00 EUR
1,3 Verfahrensgebühr, Nr. 3100 VV RVG i.V.m. § 13 RVG aus 4.000,00 EUR	327,60 EUR
– 0,65 Geschäftsgebühr, Vorbem. 3 (4) Teil 3 VV RVG aus 4.000,00 EUR	– 189,00 EUR
<i>Restliche Verfahrensgebühr somit</i>	<i>138,60 EUR</i>
0,8 Verfahrensgebühr, Nr. 3100, 3101 VV RVG i.V.m. § 13 RVG aus 3.500,00 EUR	201,60 EUR
<i>Summe Verfahrensgebühren somit</i>	<i>340,20 EUR</i>
(darf nicht höher sein als 1,3 Gebühr aus 7.500,00 EUR = 592,80 EUR)	340,20 EUR
1,2 Terminsgebühr, Nr. 3104 VV RVG i.V.m. § 13 RVG aus 7.500,00 EUR	547,20 EUR
1,0 Einigungsgebühr, Nr. 1003 VV RVG i.V.m. § 13 RVG aus 4.000,00 EUR	252,00 EUR
1,5 Einigungsgebühr, Nr. 1003 VV RVG i.V.m. § 13 RVG aus 3.500,00 EUR	378,00 EUR
<i>Zwischensumme</i>	<i>630,00 EUR</i>
§ 15 Abs. 3 RVG: Maximal 1,5 aus 7.500,00 EUR (684,00 EUR)	
Einigungsgebühr somit	630,00 EUR
Auslagenpauschale, Nr. 7002 VV RVG	20,00 EUR
<i>Zwischensumme</i>	<i>1.935,40 EUR</i>
19 % Mehrwertsteuer, Nr. 7008 VV RVG	367,73 EUR
Gesamtbetrag	2.303,13 EUR

Da die Anrechnung zuerst erfolgte, greift eine Begrenzung nach § 15 Abs. 3 RVG nicht.

Reihenfolge bei Berechnung beachten!

Impressum

Herausgeber:

Carmen Wolf
Rechtswirtin in Koblenz

Erscheinungsweise:

monatlich, nur als PDF, nicht im Print

Bezugspreis (jährlich):

70,- EUR zzgl. MwSt.

Bestellungen:

Über jede Buchhandlung und beim Verlag. Abbestellungen müssen 6 Wochen zum Jahresende gegenüber dem Verlag erfolgen.

ISSN 2509-968X



ZAP Verlag GmbH
Rochusstraße 2–4 · 53123 Bonn
Tel.: 0228-91911-65 · Fax: 0228-91911-66
service@zap-verlag.de

Ansprechpartnerin im Verlag:

Beate Eschbach

Exklusive preisreduzierte Mängelexemplare für Kanzleimitarbeiter/innen
gibt es unter: www.zap-verlag.de/exklusivbereich

Das gültige Passwort finden Sie in der E-Mail der aktuellen Ausgabe.

Hinweis:

Die Ausführungen in diesem Werk wurden mit Sorgfalt und nach bestem Wissen erstellt. Sie stellen jedoch lediglich Arbeitshilfen und Anregungen für die Lösung typischer Fallgestaltungen dar. Die Eigenverantwortung für die Formulierung von Verträgen, Verfügungen und Schriftsätzen trägt der Benutzer. Herausgeber, Autoren und Verlag übernehmen keinerlei Haftung für die Richtigkeit und Vollständigkeit der in diesem Infobrief enthaltenen Ausführungen.

Hinweise zum Urheberrecht:

Die Inhalte dieses Infobriefs wurden mit erheblichem Aufwand recherchiert und bearbeitet. Sie sind für den Abonnenten zur ausschließlichen Verwendung zu internen Zwecken bestimmt.

Dementsprechend gilt Folgendes:

- Die schriftliche Verbreitung oder Veröffentlichung (auch in elektronischer Form) der Informationen aus diesem Infobrief darf nur unter vorheriger schriftlicher Zustimmung durch die ZAP Verlag GmbH erfolgen. In einem solchen Fall ist der ZAP Verlag als Quelle zu benennen.
- Unter „Informationen“ sind alle inhaltlichen Informationen sowie bildliche oder tabellarische Darstellungen von Informationen aus diesem Infobrief zu verstehen.
- Jegliche Vervielfältigung der mit dem Infobrief überlassenen Daten, insbesondere das Kopieren auf Datenträger sowie das Bereitstellen und/oder Übertragen per Datenfernübertragung ist untersagt. Ausgenommen hiervon sind die mit der Nutzung einhergehenden, unabdingbaren flüchtigen Vervielfältigungen sowie das Herunterladen oder Ausdrucken der Daten zum ausschließlichen persönlichen Gebrauch. Vom Vervielfältigungsverbot ausgenommen ist ferner die Erstellung einer Sicherheitskopie, soweit dies für die Sicherung künftiger Benutzungen des Infobriefs zum vertraglich vorausgesetzten, ausschließlich persönlichen Gebrauch notwendig ist. Sicherheitskopien dürfen nur als solche verwendet werden.
- Es ist nicht gestattet, den Infobrief im Rahmen einer gewerblichen Tätigkeit Dritten zur Verfügung zu stellen, sonst zugänglich zu machen, zu verbreiten und/oder öffentlich wiederzugeben.