

Von erfahrenen Praktikern für junge Juristinnen und Juristen

Ausgabe 4/22

## Die wichtigsten Fragen zum MoPeG



**Teil 2: Änderungen bei den Personenhandelsgesellschaften, stillen Gesellschaften und Vereinen** – Benjamin Schauß



Das beA im Straf-/Bußgeldverfahren: Regelungen und aktuelle Rechtsprechung – Detlef Burhoff



Human Behaviour-Training – nonverbale und paraverbale Kommunikation von Zeugen besser verstehen – Inés Hoelter



Was kann Legal Design? Astrid Kohlmeier über ihr Grundlagenwerk „Das Legal Design Buch“ – Astrid Kohlmeier

... und weitere Beiträge



### Partnerunternehmen

**juris**

**schweitzer**  
Fachinformationen

**beck-online**  
DIE DATENBANK

**RA-MICRO**

**DATEV**

  
Deutsche **Anwalt**Akademie

 Fachseminare  
von Fürstenberg

**Anwaltssekretariat.de**

**//ACTAPORT**



Ilona Cosack

# beA- Webinar

Gerichtliches  
Mahnverfahren und  
Zwangsvollstreckung

25.8.2022  
14.00 Uhr

Jetzt anmelden 



Dieter Schüll

# MKG

INHALT



Benjamin Schauß

## ▶ AKTUELLE RECHTSPRECHUNG

Die wichtigsten Fragen zum MoPeG – Teil 2:  
Änderungen bei den Personenhandelsgesellschaften,  
stillen Gesellschaften und Vereinen

Von Benjamin Schauß ..... 3



Detlef Burhoff

## ▶ BEA

Das beA im Straf-/Bußgeldverfahren: Regelungen  
und aktuelle Rechtsprechung

Von Detlef Burhoff ..... 5



Inés Hoelter

## ▶ KANZLEIPRAXIS

Human Behaviour-Training – nonverbale  
und paraverbale Kommunikation von Zeugen  
besser verstehen

Von Inés Hoelter ..... 11



Pia Löffler

## ▶ MARKETING

Marketing-Agentur: So finden Sie die richtige  
für Ihre Kanzlei

Von Pia Löffler ..... 13



Astrid Kohlmeier

## ▶ KARRIERE

Was kann Legal Design?  
Astrid Kohlmeier über ihr Grundlagenwerk  
„Das Legal Design Buch“

Interview mit Astrid Kohlmeier ..... 16



Dr. Anja Schäfer

## ▶ KARRIERE

Social Media-Aktivitäten richtig einteilen –  
Mit der Social Media-Pyramide zu mehr Sichtbarkeit  
und effektiverem Networking

Von Dr. Anja Schäfer ..... 19

FOLGEN SIE UNS AUCH AUF:





**BENJAMIN SCHAUB**

Benjamin Schauß ist Rechtsanwalt bei der überregionalen Wirtschaftskanzlei Aderhold Rechtsanwaltsgesellschaft mbH. Im Bereich des Bank- und Finanzrechts berät und vertritt er in erster Linie Banken, Finanz- und Zahlungsverkehrsdienstleister.

 [aderhold.legal](http://aderhold.legal)

## DAS MOPEG – EIN ÜBERBLICK ÜBER DIE WESENTLICHEN NEUREGELUNGEN (TEIL 2): ÄNDERUNGEN BEI DEN PERSONENHANDELSGESELLSCHAFTEN, STILLEN GESELLSCHAFTEN UND VEREINEN

**Nachdem in der letzten Ausgabe der erste Teil der Artikelreihe zum Gesetz zur Modernisierung des Personengesellschaftsrechts (MoPeG) erschienen ist, in dem die wichtigsten Änderungen im Bereich der Gesellschaft bürgerlichen Rechts (GbR) dargestellt wurden, widmet sich dieser zweite Teil nun den wichtigsten Änderungen bei den Personenhandelsgesellschaften, stillen Gesellschaften sowie Vereinen.**

### I FREIBERUFNER-OHG BZW. FREIBERUFNER-KG

Eine wesentliche Neuerung im Bereich der Personenhandelsgesellschaften stellt die Öffnung der OHG sowie der KG für Freiberufler dar. Nunmehr können sich auch freiberuflich Tätige z. B. in der Form einer GmbH & Co. KG organisieren, die in der Praxis sehr beliebt ist. Voraussetzung ist, dass das jeweilige Berufsrecht die Eintragung ausdrücklich zulässt (§ 107 Abs. 1 S. 2 HGB n.F.). Für Rechtsanwälte und Rechtsanwältinnen ist diese Zulassung durch die am 1.8.2022 in Kraft tretende BRAO-Reform (vgl. § 59b I 1 Nr. 1 BRAO n.F.) bereits erfolgt. Hintergrund dieser Änderung ist die fehlende Möglichkeit bei einer Partnerschaft, eine vollumfängliche Haftungsbeschränkung zu erreichen. Bei dieser ist eine Haftungsbeschränkung nur für Verbindlichkeiten und Ansprüche aus fehlerhafter

Berufsausübung möglich, nicht jedoch für Miet-, Arbeits- oder Darlehensverbindlichkeiten. Inwieweit auf die Partnerschaft in Zukunft dann überhaupt noch zurückgegriffen wird, bleibt abzuwarten.

### II ÄNDERUNGEN DES BESCHLUSSMÄNGELRECHTES

Neu im Personenhandelsgesellschaftsrecht ist die Einführung von Regelungen zum Beschlussverfahren sowie zum Beschlussmängelrecht. Die neu eingeführten Regeln zum Beschlussmängelrecht (§ 110 HGB ff. n.F.) orientieren sich an dem aktienrechtlichen Anfechtungsmodell, so dass auch hier in Zukunft zwischen nichtigen Beschlüssen und mangelhaften Beschlüssen unterschieden wird. Da es sich hier um dispositive Regelungen handelt (vgl. § 708 BGB n.F.), bleibt es den Gesellschaftern unbenommen, sich im Gesellschaftsvertrag auch für das alte Feststellungsmodell zu entscheiden.

### III EINHEITSGESELLSCHAFT

Die in der Rechtsprechung und Literatur anerkannte und in der Praxis beliebte Einheitsgesellschaft, bei der die Kommanditgesellschaft die Anteile an ihrer eigenen Komplementärin hält, findet sich nun erstmalig im Gesetz wieder. Durch die neu geschaffene Sondervertretungsregel (§ 170 Abs. 2 HGB n.F.) nehmen die Gesellschafterrechte in der Gesellschafterversammlung der

Komplementärin – in der Regel eine GmbH oder SE – nunmehr die Kommanditisten wahr. Dies entspricht ohnehin der üblichen Gestaltungspraxis in derartigen Gesellschaftsverträgen. Es stellt sich die Frage, warum der Gesetzgeber nicht den Mut gefasst hat, gleich eine Kommanditgesellschaft mit umfassender Haftungsbeschränkung zu schaffen.

### IV WEITERE ÄNDERUNGEN IM PERSONENHANDELSGESELLSCHAFTSRECHT

Weiter werden die Vorschriften zur Gewinnverwendung neu gefasst. In Zukunft ist es den Gesellschaftern nicht mehr gestattet, ohne Gesellschafterbeschluss einen Teil der Einlage aus der Gesellschaft zu entnehmen. Ferner unterscheidet das Gesetz nun deutlicher zwischen der im Innenverhältnis maßgeblichen „Einlage“ und der im Außenverhältnis relevanten „Haftsumme“. Auch die Informationsrechte des Kommanditisten werden gestärkt (§ 166 HGB n.F.). Das Recht zur Auskunft setzt in Zukunft weder einen wichtigen Grund noch eine gerichtliche Anordnung voraus. Dieses Recht kann auch im Gesellschaftsvertrag nicht ausgeschlossen werden. Ebenfalls neu ist die gesetzliche Normierung einer Austrittskündigung im Bereich der OHG und KG (§ 132 HGB n.F.). Daneben finden sich noch mehrere kleinere und redaktionelle Änderungen.

### V STILLE GESELLSCHAFT

Bei der stillen Gesellschaft finden sich entsprechende Angleichungen. Zum einen wird das Auskunftsrecht des stillen Gesellschafters in Anlehnung an das des Kommanditisten erweitert. Zum anderen wird auch bei

der stillen Gesellschaft die Auflösungskündigung durch eine Austrittskündigung ersetzt.

### VI VEREIN

Im Bereich des Vereinsrechts wird der nicht rechtsfähige Idealverein in Anlehnung an die ständige Rechtsprechung nunmehr auch im Gesetz als rechtsfähig anerkannt, weswegen in den geänderten Vereinsvorschriften künftig vom „Verein ohne Rechtspersönlichkeit“ die Rede ist.

### VII FAZIT – MEHR ZULAUF FÜR DIE GMBH & CO. KG ZU ERWARTEN

Neben den im ersten Teil dieser Artikelreihe vorgestellten Änderungen im Bereich der GbR finden sich auch interessante Neuerungen im Bereich der Personenhandels-gesellschaften sowie beim Verein und der stillen Gesellschaft. Während es sich bei den Letztgenannten eher um kleinere Änderungen handelt, sind bei den Personenhandels-gesellschaften insbesondere die Öffnung für Freiberufler sowie das neue Beschlussmängelrecht hervorzuheben. Es ist durchaus zu erwarten, dass sich zusammenschließende Rechtsanwälte und Rechtsanwältinnen in Zukunft vermehrt in Form einer GmbH & Co. KG organisieren werden und es die in der Praxis heute schon unbeliebte Partnergesellschaft noch schwerer haben wird. Das neue Beschlussmängelrecht scheint sehr gelungen und die Anlehnung an das schon bewährte aktienrechtliche Anfechtungssystem ist zu begrüßen.

Mit kollegialen Grüßen



Benjamin Schauß

## „Homeoffice, Referendare, Ehrenamt – und die Kanzlei im Griff!“

– Kanzlei Köslich & Dunker



MEHR ERFAHREN



## DETLEF BURHOFF

Rechtsanwalt und RiOLG a. D. Detlef Burhoff ist Herausgeber, Autor oder Mitautor einer Vielzahl von Fachbüchern aus den Bereichen Strafrecht, Verkehrsrecht, Ordnungswidrigkeitenrecht sowie der Rechtsanwaltsvergütung. Daneben ist er Herausgeber von Fachzeitschriften zu den vorgenannten Themen (StRR und VRR) und unterhält die Internetseiten [burhoff.de](http://burhoff.de) sowie [blog.burhoff.de](http://blog.burhoff.de)

 burhoff.de

## DAS BEA IM STRAF-/BUßGELD-VERFAHREN: REGELUNGEN UND AKTUELLE RECHTSPRECHUNG

Am 1.1.2022 sind in den verschiedenen Verfahrensordnungen die Regelungen in Kraft getreten, die die aktive Nutzungspflicht für die elektronische Form vorschreiben. Für das Strafverfahren ist das § 32d StPO. Dazu liegt inzwischen erste Rechtsprechung vor, die wir heute zusammen mit einigen anderen Entscheidungen zum elektronischen Dokument in einem Überblick vorstellen wollen.

### ALLGEMEINES

Für das Strafverfahren ist die Pflicht zur elektronischen Übermittlung, die sog. aktive Nutzungspflicht, in § 32d StPO vorgesehen. Insoweit gilt:

- ▶ Nach § 32d Satz 1 StPO sollen Verteidiger und Rechtsanwälte den Strafverfolgungsbehörden und Gerichten Schriftsätze und deren Anlagen sowie schriftlich einzureichende Anträge und Erklärungen als **elektronisches Dokument** übermitteln.
- ▶ Nach § 32d Satz 2 StPO müssen die **Berufung** und ihre Begründung, die **Revision**, ihre Begründung und die Gegenerklärung sowie die **Privatklage** und die **Anschlussklärung bei der Nebenklage** als elektronisches Dokument übermittelt werden. Insoweit handelt es sich um eine Rechtspflicht.
- ▶ § 32d Satz 3 StPO sieht eine **Ausnahme** vor, wenn die elektronische Übermittlung **aus technischen Gründen**

vorübergehend nicht möglich ist. Dann ist ausnahmsweise die Übermittlung in Papierform zulässig. Nach § 32d Satz 4 StPO ist die vorübergehende Unmöglichkeit bei der Ersatzeinreichung oder unverzüglich danach glaubhaft zu machen; auf Anforderung ist ein elektronisches Dokument nachzureichen.

§ 110c Satz 1 OWiG sieht u. a. vor, dass § 32d StPO im Bußgeldverfahren entsprechend gelten soll. D. h., dass die Rechtsbeschwerde, der Zulassungsantrag (§ 80 OWiG) und die Rechtsbeschwerdegründung als elektronisches Dokument eingereicht werden müssen. Ob das auch für den durch einen Verteidiger eingelegten Einspruch gegen den Bußgeldbescheid gilt, ist inzwischen umstritten. Seitz/Bauer (vgl. Göhler, OWiG, 18. Aufl. 2021, § 67 Rn 21a) lehnen das unter Hinweis darauf ab, dass der Einspruch (gegen den Strafbefehl) nicht genannt werde und daher eine entsprechende Anwendung der Regelung auf den Einspruch gegen den Bußgeldbescheid nicht in Betracht komme. Anderer Ansicht ist Krenberger (vgl. Beck-OK-StVR, § 110c OWiG Rn 13.).

### HINWEIS:

Da auch die **Rechtsprechung nicht einheitlich** ist (vgl. unten die Entscheidungen des AG Tiergarten und des AG Hameln), sollten Verteidiger den Einspruch gegen einen Bußgeldbescheid auf jeden Fall elektronisch übermitteln.

## II RECHTSPRECHUNGSÜBERSICHT

Die nachfolgenden Übersichten enthalten nicht nur Entscheidungen aus dem Straf-/Bußgeldverfahren, sondern auch aus anderen Verfahren, soweit diese auch in Straf-/Bußgeldverfahren von Bedeutung sein können.

### I. ALLGEMEINES ZUR AKTIVEN NUTZUNGSPFLICHT

	Gericht, Aktenzeichen, Fundstelle	Inhalt der Entscheidung
1.	KG, Beschl. v. 25.2.2022 - 6 U 218/21	Eine <b>Ausnahme</b> von der seit dem 1.1.2022 bestehenden Verpflichtung der Rechtsanwälte, vorbereitende Schriftsätze nur noch als elektronisches Dokument bei Gericht einzureichen, besteht nur dann, wenn dies <b>aus technischen Gründen</b> nicht möglich ist, weil entweder das Gericht auf diesem Wege nicht erreichbar ist oder bei dem Rechtsanwalt ein vorübergehendes technisches Problem aufgetreten ist.
2.	OLG Frankfurt/Main, Beschl. v. 3.11.2021 – 6 U 131/21, NJW 2022, 250	Scheitert eine rechtzeitige Übermittlung der Berufungsbegründungsschrift per beA, weil der Prozessbevollmächtigte um 23.46 Uhr versucht, diese gemeinsam mit einer Prozessvollmacht in das System hochzuladen, das sodann um 23.50 Uhr eine <b>Fehlermeldung wegen eines unzulässigen Dateinamens der Prozessvollmacht</b> auswirft, ist der Prozessbevollmächtigte seinen <b>Sorgfaltspflichten nicht hinreichend nachgekommen</b> .
3.	OLG Nürnberg, Beschl. v. 31.1.2022 – 3 W 149/22	Ein bei Gericht eingereichter Antrag kann nicht deshalb mangels Einhaltung der Vorgabe, dass ein elektronisches Dokument für die Bearbeitung durch das Gericht geeignet sein muss, zurückgewiesen werden, weil trotz Verwendung eines zulässigen Formats (PDF) beim Kopieren von Textteilen in ein anderes elektronisches Dokument <b>durch das Gericht eine unleserliche und sinnentstellte Buchstabenreihung</b> entsteht.
4.	OVG Schleswig-Holstein, Beschl. v. 25.1.2022 – 4 MB 78/21	Die aktive Nutzungspflicht der elektronischen Form ist nicht von einem weiteren Umsetzungsakt abhängig und gilt ab dem 1.1.2022 für <b>sämtliche Verfahren</b> einschließlich solcher, die bereits zuvor anhängig gemacht wurden.
5.	VG Berlin, Beschl. v. 5.5.2022 – VG 12 L 25/22	Wird ein Rechtsanwalt in einer eigenen Angelegenheit gerichtlich tätig, besteht für ihn die Pflicht zur elektronischen Einreichung von Schriftsätzen jedenfalls dann, wenn er <b>explizit als Rechtsanwalt auftritt</b> .

### II. INSBESONDERE: STRAFVERFAHREN/BUßGELDVERFAHREN

	Gericht, Aktenzeichen, Fundstelle	Inhalt der Entscheidung
1.	BGH, Beschl. v. 3.5.2022 – 3 StR 89/22	Eine <b>Revisionsbegründungsschrift muss nicht handschriftlich unterzeichnet sein</b> , wenn sie gemäß § 32d Satz 2 StPO <b>elektronisch übersandt</b> wird und die Übermittlung über das besondere elektronische Anwaltspostfach (beA) erfolgt. Vielmehr genügt in diesem Fall, dass der Schriftsatz mit einer maschinenschriftlichen Wiedergabe des bürgerlichen Namens des die Revisionsbegründung verantwortenden Verteidigers oder Rechtsanwalts abgeschlossen wird.
2.	BGH, Beschl. v. 24.05.2022 – 2 StR 110/22; KG, Beschl. v. 11.5.2022 – 3 Ws (B) 88/22	Folge der <b>Nichteinhaltung</b> der Übermittlungsverpflichtung gemäß § 32d Satz 2 StPO ist die <b>Unwirksamkeit der Erklärung</b> . Bei einem Verstoß gegen die Formvorschrift des §§ 32d StPO, 110c OWiG kann dem Betroffenen jedoch Wiedereinsetzung in den vorigen Stand gewährt werden (KG).

3.	BGH, Beschl. v. 8.6.2022 – 5 StR 177/22	Auch eine mittels elektronischen Dokuments übermittelte <b>Revisionsbegründung</b> des Pflichtverteidigers <b>muss von dem beigeordneten Verteidiger signiert sein</b> und darf mithin nicht „in Vertretung für Rechtsanwalt.....“ durch einen anderen Rechtsanwalt signiert worden sein.
4.	KG, Beschl. v. 25.3.2022 - 3 Ws (B) 71/22	Die <b>Pflicht zur elektronischen Übermittlung</b> nach §§ 32d Satz 2 StPO, 111c OWiG gilt (nur) für <b>Verteidiger und Rechtsanwälte</b> . Einem Bevollmächtigten des Betroffenen ist es hingegen möglich, Rechtsbeschwerde nach §§ 79 Abs. 3 Satz 1 OWiG, 341 Abs. 1 StPO formgerecht per Telefax einzureichen.
5.	OLG Celle, Beschl. v. 22.4.2022 – 1 Ss 5/22	Mit Eingang der per beA versandten <b>Einspruchsrücknahme</b> auf dem Server des Gerichts tritt Rechtskraft des Strafbefehls und damit ein von Amts wegen zu berücksichtigendes Verfahrenshindernis ein, durch das sich das gerichtliche Verfahren von selbst erledigt hat. Darauf, dass dem eine Hauptverhandlung durchführenden Richter die Rücknahme des Einspruchs unbekannt geblieben ist, kommt es insoweit nicht an.
6.	OLG Düsseldorf, Beschl. v. 31.5.2022 - IV - 2 RBs 78/22	Ein per beA gestellter <b>Entbindungsantrag</b> , der 35 Minuten vor dem Hauptverhandlungstermin eingeht, ist nicht rechtzeitig gestellt.
7.	OLG Hamm, Beschl. v. 27.5.2022 – 5 RVs 53/22	§ 32a Abs. 3 StPO enthält für ein Dokument, das schriftlich abzufassen, zu unterschreiben oder zu unterzeichnen ist, <b>zwei mögliche Wege der Übermittlung</b> im elektronischen Rechtsverkehr bereit: Ein Weg ist die Übermittlung mit einer <b>qualifizierten elektronischen Signatur</b> der verantwortenden Person. Der andere Weg ist die <b>(einfache) Signatur</b> der verantwortenden Person bei gleichzeitiger Einreichung auf einem sicheren Übermittlungsweg. Für die einfache Signatur reicht die Namenswiedergabe des Verfassers am Ende des Textes.
8.	OLG Oldenburg, Beschl. v. 25.2.2022 - 1 Ss 28/22, – StraFo 2022, 147 = StRR 4/2022, 24	<p>1. Die in § 32a Abs. 6 Satz 2 StPO vorgesehene Fiktion fristwahrender Einlegung nach Hinweis auf die mangelnde Eignung einer zuvor mittels elektronischen Dokumentes eingereichten Revisionsbegründung kann <b>nur durch die Einreichung eines</b> für die Bearbeitung durch das Gericht geeigneten <b>elektronischen Dokumentes</b> ausgelöst werden, nicht durch Übermittlung einer Revisionsbegründung in Papierform.</p> <p>2. Ebenso genügt nur die Einreichung eines für die Bearbeitung durch das Gericht geeigneten elektronischen Dokumentes den Anforderungen einer die Wiedereinsetzung in den vorigen Stand rechtfertigenden Nachholung der versäumten Handlung.</p>
9.	AG Hameln, Beschl. v. 14.2.2022 – 49 OWi 23/22, VRR 4/2022, 26 = StRR 4/2022, 43	Der <b>Einspruch gegen den Bußgeldbescheid</b> nach § 67 OWiG muss auch nach dem 1.1.2022 nicht per <b>elektronischem Dokument</b> eingelegt werden.
10.	AG Tiergarten, Beschl. v. 5.4.2022 - 310 OWi 161/22	Nach §§ 67, 100c OWiG i.V.m. § 32d StPO ist ein <b>Einspruch gegen einen Bußgeldbescheid ausschließlich</b> als signiertes <b>elektronisches Dokument</b> über das BeA - Besondere Anwaltspostfach - und das BeBPO - das besondere elektronische Behördenpostfach - zu übermitteln. Eine Übermittlung in Papierform oder als Telefax ist unzulässig.
11.	LG Osnabrück, Beschl. v. 7.6.2022 – 2 T 142/22; AG Erfurt, Beschl. v. 11.4.2022 - M 1093/22	Die Staatsanwaltschaft trifft bei der <b>Vollstreckung von Geldstrafen</b> eine Nutzungspflicht hinsichtlich der elektronischen Übermittlungswege für Vollstreckungsaufträge gegenüber dem jeweiligen Vollstreckungsorgan aus § 130d ZPO.

III. AUSNAHME NACH § 32D SATZ 2 UND 4 STPO	
Gericht, Aktenzeichen, Fundstelle	Inhalt der Entscheidung
1. KG, Beschl. v. 25.2.2022 - 6 U 218	<p>1. Sieht sich der Rechtsanwalt aus <b>gesundheitlichen Gründen</b> (hier: ausstehendes Ergebnis eines PCR-Testes zum Ausschluss eines Coronaleidens) nicht in der Lage, seine Kanzleiräume aufzusuchen und den Schriftsatz dort elektronisch zu übermitteln, stellt dies <b>keine vorübergehende Unmöglichkeit</b> der elektronischen Übermittlung aus technischen Gründen dar.</p> <p>2. Die <b>technische Störung ist</b> unmittelbar bei der Ersatzeinreichung auf herkömmlichem Wege oder <b>unverzüglich</b> danach <b>glaubhaft zu machen</b>; die Mitteilung von Gründen erst 20 Tage nach Einreichung des Originalschriftsatzes genügt diesen Anforderungen nicht.</p>
2. LG Arnsberg, Beschl. v. 6.7.2022 – 3 Ns-360 Js 24/21-73/22	Die <b>bloße Erklärung</b> des Verteidigers, dass eine Übermittlung der Berufung als elektronisches Dokument vorübergehend aus technischen Gründen nicht möglich ist, rechtfertigt keine Ersatzeinreichung.
3. OVG Münster, Beschl. v. 31.3.2022 – 19 A 448/22.A	<p>1. Zur Glaubhaftmachung, dass die Unmöglichkeit der Übermittlung eines elektronischen Dokuments auf technischen Gründen beruhte, gehört die <b>belastbare Angabe</b>, dass die formgerechte (elektronische) Übermittlung aus technischen Gründen nur vorübergehend nicht möglich war.</p> <p>2. Eine solche Unmöglichkeit ist nicht glaubhaft gemacht, wenn die Angaben auch den Schluss zulassen, dass der Verwender generell versäumt hat, sich rechtzeitig und mit der gebotenen Sorgfalt um die Herstellung der erforderlichen technischen Voraussetzungen zu bemühen.</p>



## juris

KANN ICH ZUM BERUFSSTART  
EINFACH AN ALLES DENKEN?

**JA. MIT JURIS.**



Jetzt >> hier Produkte entdecken  
und 30 Tage kostenlos testen.

**juris.de** Wissen, das für Sie arbeitet.

4.	OVG Münster, Beschl. v. 9.5. 2022 – 16 B 69/22	Die <b>Erklärung</b> , dass „wir bei der Übermittlung als ‚elektronisches Dokument‘ Probleme haben“ und elektronische Dokumente „aktuell nur empfangen“ werden könnten, was versichert werde, <b>genügt nicht zur Glaubhaftmachung</b> der technisch bedingten vorübergehenden Unmöglichkeit.
5.	OVG Schleswig-Holstein. Beschl. v. 25.1.2022 – 4 MB 78/21	<p>1. <b>Unerheblich</b> ist, ob die <b>Ursache für die vorübergehende technische Unmöglichkeit</b> der elektronischen Einreichung in der Sphäre des <b>Gerichts</b> oder in der Sphäre des <b>Einreichenden</b> zu suchen ist. Die Möglichkeit der Ersatzeinreichung ist verschuldensunabhängig ausgestaltet.</p> <p>2. Die vorübergehende technische Unmöglichkeit ist vorrangig zugleich mit der Ersatzeinreichung glaubhaft zu machen. Lediglich dann, wenn der Rechtsanwalt erst kurz vor Fristablauf feststellt, dass eine elektronische Einreichung nicht möglich ist und bis zum Fristablauf keine Zeit mehr verbleibt, die Unmöglichkeit darzutun und glaubhaft zu machen, genügt eine unverzügliche Glaubhaftmachung.</p>
6.	ArbG Frankfurt a. M., Urt. v. 1.4.2022 - 24 Ca 7293/21	Eine vorübergehende Unmöglichkeit der Übermittlung aus technischen Gründen liegt nicht vor, wenn ein <b>Rechtsanwalt pauschal</b> behauptet, er sei, obwohl rechtzeitig beantragt, nicht von der Zertifizierungsstelle freigeschaltet worden.

**FAZIT: NEUREGELUNGEN SORGFÄLTIG BEACHTEN**

Auf der Grundlage dieser ersten Rechtsprechung kann man nur dazu raten, die Neuregelungen sorgfältig zu beachten. Voraussetzung dafür ist eine gute Organisation des Büroablaufs und Schulung der Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen.

Und: Hat die Versendung über das beA nicht geklappt und muss/will sich der Rechtsanwalt/Verteidiger auf die o. a. Ausnahme berufen, muss dazu ordnungsgemäß vorgetragen werden. Dazu gehört, dass der Verteidiger über eine einsatzbereite technische Infrastruktur verfügt, und der Vortrag, ob eine Störung im Bereich der Hardware oder der Software oder in anderen Umständen begründet ist/war. Es ist ferner darzulegen, seit welchem Zeitpunkt die Stö-

rung bestand, und ob bzw. wann sich der Verteidiger mit der gebotenen Sorgfalt um die (Wieder-) Herstellung der erforderlichen technischen Voraussetzungen bemüht hat (LG Arnberg, a.a.O.).

Mit kollegialen Grüßen

*U. Burhoff*  
Detlef Burhoff

**SIE BERATEN UND VERHANDELN**

**MIT GROSSEM EINSATZ.**

**WIR OPTIMIEREN IHRE PROZESSE**

**MIT DIGITALEN LÖSUNGEN.**

Digitalisieren Sie Ihre Rechtsanwaltskanzlei – mit DATEV Anwalt classic, ergänzt um professionelle Lösungen rund um Fallbearbeitung, Kommunikation und Rechnungswesen. So bleibt mehr Zeit für das Wesentliche: beste Ergebnisse für Ihre Mandantinnen und Mandanten. Mehr Informationen unter [datev.de/anwalt](https://datev.de/anwalt) oder kostenfrei anrufen: **0800 3283872**.

Sie gründen Ihre eigene Kanzlei? Know-how und Software finden Sie unter [datev.de/anwalt-startpaket](https://datev.de/anwalt-startpaket).





**DATEV**  
Zukunft gestalten.  
Gemeinsam.



**Wir informieren Sie  
umfassend zu beA,  
ERV und Co.**

Empfehlen Sie  
uns weiter!

**ES LOHNT SICH.**

[www.ra-micro.de/  
empfehlen](http://www.ra-micro.de/empfehlen)

# **RA-MICRO Veranstaltungen: Die digitale Kanzlei**

**Jetzt anmelden!**

**Infoline: 030 43598 801**



**RA-MICRO**



## INÉS HOELTER

Inés Hoelter, The Speech Coach, arbeitet seit 20 Jahren als Sprech- und Performancetrainerin in Deutschland. Sie verhilft ihren Klienten und Klientinnen zu stimmigen und überzeugenden Auftritten – sei es auf der Bühne oder im Gerichtssaal. Aus dem Schauspiel und NLP kommend, hat sich Inés Hoelter als human behavior analyst von Paul Ekman und Chase Hughes ausbilden lassen.

 ines-hoelter.com

## HUMAN BEHAVIOUR-TRAINING – NONVERBALE UND PARAVERBALE KOMMUNIKATION VON ZEUGEN BESSER VERSTEHEN

**In den USA normal und alltäglich – hierzulande noch unüblich und außergewöhnlich: die Zeugenvorbereitung. Diese ist im Zivilprozess in Deutschland nicht verboten, das Strafrecht zeigt jedoch gewisse Grenzen auf. Doch wie können Sie als Anwältin oder Anwalt feststellen, ob ein Zeuge oder eine Zeugin von der anwaltlichen Beratung dazu veranlasst wurde, von seiner subjektiven Erinnerung abzuweichen? In diesem Beitrag möchte ich Ihnen einen Überblick darüber geben, welche Vorteile ein Human Behaviour-Training und ein fundiertes Verständnis nonverbaler und paraverbaler Kommunikation in einer Zeugenvernehmung für Sie bietet.**

### ZEUGENVORBEREITUNG VS. ZEUGENMANIPULATION

Im US-amerikanischen System ist es üblich, sogar angezeigt, dass Anwälte und Anwältinnen ihre Zeugen vor Aussagen „briefen“. Wie sollten sie sich äußern, wie kleiden, wie mit der ganzen Situation im Zeugenstand umgehen? Dieses hilft den Zeugen erwießenermaßen sehr, um besser und souveräner mit der Situation im Gerichtssaal umzugehen. Dabei ist sicherlich eine ethische Linie zu ziehen zwischen der Zeugenvorbereitung und einer Zeugenmanipulation. Denn natürlich soll(te) es nicht so sein, dass der Anwalt oder die Anwältin dem Zeugen in

den Mund legt, was er sagen soll und was besser nicht – oder schlimmer noch, man ihm vorgibt, an was er sich besser zu erinnern hat und an was nicht. Dies sollte zwar nicht passieren, tut es aber.

Und diese Art von Manipulation kann man schlecht nachweisen oder gar beweisen. Hier muss man sich tatsächlich auf die ethischen Grundsätze aller Beteiligten verlassen. Oder nicht?

### NONVERBALE UND PARAVERBALE KOMMUNIKATION

Ein anderes Szenario ist, dass wir in einer Zeugenvernehmung ein sicheres Gefühl haben, dass der Zeuge bzw. die Zeugin

- ▶ nicht die Wahrheit spricht (*deception*),
- ▶ wichtige Details auslässt (*ommission*) oder
- ▶ Tatsachen verdreht (*revising history*).

Statt hilflos zuzusehen und unseren Fragenkatalog weiter abzarbeiten, können wir reagieren.

Wenn der Anwalt oder die Anwältin sich nämlich auf nonverbale und paraverbale Kommunikation<sup>1</sup> versteht und diese auszulesen weiß, verschafft ihm bzw. ihr dies einen unschätzbaren Vorteil. Man kann dann auf das Gesehene und Wahrgenommene reagieren, und zwar in dem Maße, dass die Manipulationsversuche auffallen.

Und hier kommt das Thema Weiterbildung und Coaching ins Spiel. Wenn wir erst einmal wissen, worauf wir uns bei Aussagen konzentrieren sollten, wird es relativ einfach, an bestimmten Stellen noch einmal gezielt nachzufragen. Denn bei der nonverbalen Kommunikation teilen wir zunächst in Behagen und Unbehagen ein. Intuitiv wissen wir zwar, dass „irgendetwas“ nicht stimmt. Doch solange wir nicht genau wissen, worauf wir zu achten haben, bleibt es nur ein vager Verdacht. Um diesen Verdacht in Gewissheit zu verwandeln, ist ein Coaching in human behavior, also ein Coaching um das Wissen, wie wir Menschen uns in bestimmten Situationen verhalten, Gold wert:

- ▶ Welche Gesten zeigen uns, dass unser Gegenüber im Stress ist?
- ▶ Welche Mimiken weisen auf unterdrückte Wut hin?
- ▶ Und welche Pronomen geben Hinweise auf eventuelle Täuschungsmanöver?

#### BEISPIEL: SPRECHTEMPO, BLINK RATE, KADENZEN & SPRACHGEBRAUCH

Stellen wir uns eine Person vor, die in einem bestimmten Sprechtempo mit einer bestimmten *blink rate* (die Anzahl von Lid-schlägen in einer Minute) in geraden oder fallenden Kadenz spricht. Bei einem bestimmten Thema wird das Sprechtempo schneller, die Stimme geht ggf. hoch, die *blink rate* steigt und die Kadenz wechseln häufig in steigende (die Stimme geht am Satzende hoch). Hier sollten wir hellhörig werden und noch einmal genau nachfragen, denn anscheinend bereitet das aktuelle Thema dem Zeugen oder der Zeugin

Stress (erster Hinweis). Ein anderer *tell* (also Hinweis) wäre, wenn sich plötzlich der Sprachgebrauch ändert, also beispielsweise Pronomen von besitzanzeigenden zu unbestimmten werden. Hier möchte sich der Sprechende womöglich unbewusst vom Geschehenen distanzieren.

Eine Mischung aus *statement analysis* und *reading*, also dem genauen Zuhören – auch und vor allem zwischen den Zeilen – sowie einem Wechsel im Wortgebrauch und dem Auslesen der Körpersignale unseres Gegenübers geben uns einen unschätzbaren Vorteil. Wenn dann noch gekonnte Fragetechniken dazu kommen, offene oder geschlossene Fragen an den richtigen Stellen, Autoritätsfragen oder Balkenfragen, dann haben Sie die Oberhand. Denn erst wenn wir eine Vermutung haben, und zwar eine fundierte, können wir an diesen Stellen, an denen wir ein Abweichen im „normalen Verhalten“ unseres Gegenübers festgestellt haben, weiter „bohren“ – um dann bestenfalls zur Wahrheit vorzudringen.

Wenn wir über dieses Werkzeug verfügen, können wir nicht nur selber sehr viel souveräner auftreten, auch können wir dieses Wissen unseren Zeugen als „Vorbereitung“ an die Hand geben. Und dann ist es auch egal, ob die Gegenseite sich ethisch verhält oder nicht – wir würden der Manipulation sowieso auf die Schliche kommen. Und sind damit unserem Gegenüber stets voraus. Ihre Mandantschaft wird es Ihnen danken.

Mit kollegialen Grüßen

Inés Hoelter

Inés Hoelter



## Gratis für Sie!

**Aktuelle Fachzeitschriften und Datenbanken kostenlos testen!**



**8 Gutscheine pro Heft!**

Wählen Sie aus 2 Themen:

- Jura-Studium
- Berufseinsteiger

Fordern Sie am besten gleich Ihre gewünschten Gutscheine an:  
[b.mahlke@schweitzer-online.de](mailto:b.mahlke@schweitzer-online.de)  
 Stichwort: MKG2021-2022

**Schweitzer Thema**  
 Interessante, wertvolle  
 Aspekte aus der Berufspraxis

<https://www.schweitzer-online.de/info/Praxiswissen-fuer-Rechtsanwaelte/>

Der Schweitzer Webshop:

[www.schweitzer-online.de](http://www.schweitzer-online.de)

**schweitzer**  
 Fachinformationen



## PIA LÖFFLER

Pia Löffler ist Rechtsanwältin und Wirtschaftsjuristin Univ. Bayreuth. Sie arbeitete einige Jahre in der Rechtsabteilung eines Major-Musiklabels und gründete 2010 eine Kanzlei für Urheber- und Medienrecht in München. 2013 folgte die Gründung ihrer Textagentur [anwaltstexte.com](http://anwaltstexte.com). Seit 2014 berät sie Kanzleien im (Online-) Kanzleimarketing – seit 2017 zusammen mit Jens Schleifenbaum als Agentur [anwalts.marketing](http://anwalts.marketing). Seitdem berät sie Kanzleien jeder Größe im Kanzleimarketing, schreibt für Kanzleien Texte für Marketingzwecke und hält regelmäßig Vorträge

 [kanzlei-pia-loeffler.de](http://kanzlei-pia-loeffler.de)

## MARKETING-AGENTUR: SO FINDEN SIE DIE RICHTIGE FÜR IHRE KANZLEI

**Widmet man sich in der Kanzlei – nach meist langem Hin und Her – dem Thema Marketing, steht man oft vor einem Problem: Wie findet man eine Agentur, die die Kanzlei beim Projekt Kanzleimarketing unterstützt?**

### GEHEN SIE EINEN SCHRITT ZURÜCK!

Bevor Sie sich um Ihr Marketing kümmern und eine passende Marketingagentur für Ihre Kanzlei suchen, geben ich Ihnen einen Tipp: Gehen Sie einen Schritt zurück und kümmern Sie sich zunächst einmal um das Thema „Kanzleistategie“.

Ein wenig weit ausgeholt, könnte man meinen, wenn es doch nur „um ein bisschen Werbung“ für die Kanzlei geht. Weit gefehlt! Denn aus eigener Erfahrung in der Marketingberatung von Kanzleien kann ich berichten: Marketingprojekte von Kanzleien, die ohne eine einigermaßen konkrete Kanzleistategie zu uns kamen, sind oft gescheitert. Nicht selten scheiterten Projekte an Streit zwischen Partnerinnen und Partnern der Kanzlei, die unverhofft im Projekt feststellten, wie uneins man sich innerhalb der Kanzlei ist. Das führt nicht selten zu vollkommenen internen Blockaden, die dann bereits begonnene Projekte (Website etc.) zu Fall bringen können.

### TIPP!

Wollen Sie das Thema Kanzleistategie angehen, kann es hilfreich sein, sich externe Unterstützung von Kanzleiberatern zu holen! Strategieberatungen helfen, eine Strategie zu entwickeln und zwischen Entscheidern und Entscheiderinnen in der Kanzlei zu vermitteln, wenn es inhaltliche Differenzen gibt.

Verstehen Sie mich nicht falsch! Natürlich sollen Sie keine fertige Marketingstrategie entwickeln und damit bereits auf die Suche nach einer Agentur gehen. Allerdings ist es wichtig, dass Sie wissen, welche Ziele Sie mit der Kanzlei verfolgen. Sie bzw. alle Entscheiderinnen und Entscheider der Kanzlei sollten wissen, welche Beratungsleistungen Sie an welche Zielgruppen verkaufen wollen und: was Sie nicht anbieten wollen und wen Sie nicht ansprechen wollen. Denn dieses Wissen ist für jede Agentur Grundlage, um mit Ihnen eine Marketingstrategie zu erarbeiten, die wirklich zu Ihren Kanzleiziele passt.

### HAT DIE KANZLEISTRATEGIE AUSWIRKUNGEN AUF DIE AGENTURWAHL?

Ja, zumindest indirekt. Denn Ihre Kanzleistategie gibt u. a. vor, welche Rechtsberatung Sie welcher Zielgruppe anbieten und damit, welche Marketingkanäle zielführend sind, welche eventuell nicht.

Denn nicht alle Zielgruppen erreicht man über alle Marketingkanäle. So können sich über Ihre Zielgruppendefinition relevante wie auch irrelevante Marketingkanäle herauskristallisieren.

Daraus wiederum ergibt sich zumindest grob, ob eine Agentur für Sie grundsätzlich in Frage kommt oder nicht: Wird man Ihre Zielgruppe vor allem durch Suchmaschinenoptimierung (SEO) und Suchmaschinenwerbung (SEA) erreichen, ist eine Agentur mit Schwerpunkt Social Media nicht für Sie geeignet.

## HINWEIS!

Natürlich können Sie bei der Agentursuche noch nicht wissen, welche Marketingkanäle später für Sie die richtigen sein werden. Bei der Agentursuche sollte sich aber schnell herausstellen, ob das Angebot einer Agentur zu dem passt, was Sie benötigen. Agenturen können bestenfalls nach einem Erstgespräch in etwa einschätzen, was Sie benötigen, was nicht. Eine gute Agentur wird Ihnen dann mitteilen, wenn sie nicht zu Ihrer Kanzlei passt.

## ÜBERLEGEN SIE SICH SELBST, WAS SIE WOLLEN

Ein weiterer Faktor für das Finden der richtigen Agentur ist, sich selbst gründlich Gedanken zu machen, was für ein Projekt man eigentlich realisieren will. Denn Marketing ist ein sehr breit gefächertes Thema. Deswegen macht es Sinn, sich vor der Agentursuche in etwa zu überlegen, was Sie überhaupt angehen wollen.<sup>1</sup>

Gründen Sie gerade eine Kanzlei, brauchen Sie von der Strategieberatung bis zur Umsetzung von A bis Z alles. Steht nach ein paar Jahren ein erstes Rebranding der Kanzlei an, weil Sie sich optisch und inhaltlich fokussieren wollen, ist die Situation vergleichbar. Dann benötigen Sie eine breit aufgestellte Marketingagentur.<sup>2</sup> Wollen Sie sich in einem Bereich – z. B. Social Media – ganz neu aufstellen oder „nur“ die Website erneuern, ist der Bedarf ein anderer: Hier reicht eine spezialisierte Agentur (Social Media-Agentur, Web-Agentur etc.) im Zweifel aus.

Ist Ihnen nicht ganz klar, was Sie genau machen wollen oder müssten: Suchen Sie eine Agentur, die im Zweifel das gesamte

Leistungsportfolio anbietet. Hier hilft man Ihnen dann, den Bedarf genau zu ermitteln UND kann im Zweifel umsetzen, was nötig und gewünscht ist.

## ABER WIE FINDET MAN NUN DIE RICHTIGE AGENTUR?

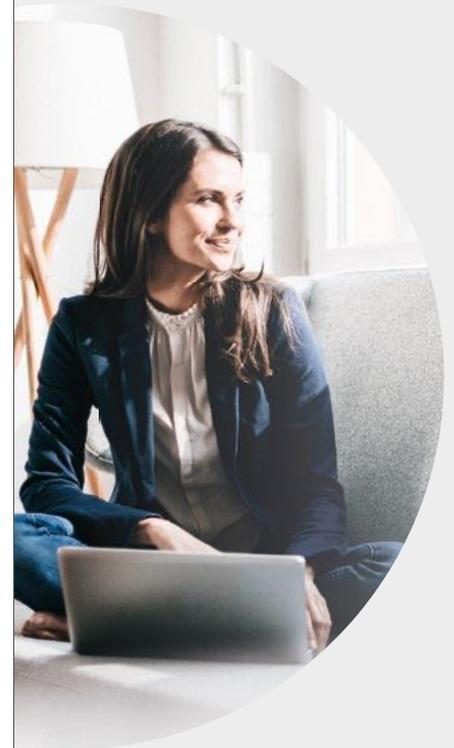
Es gibt ganz unterschiedliche Möglichkeiten, die richtige Agentur für die eigenen Zwecke zu finden:

### 1. „SPIONIEREN“ SIE BEI ANDEREN

Sie haben kürzlich eine Website, eine Broschüre oder einen Social Media-Auftritt gesehen, der Sie überzeugt hat? Das muss gar nicht unbedingt eine Website o. ä. von einer Kanzlei sein! Dann sehen Sie doch z. B. einmal im Impressum der Website nach, wer für den Webauftritt oder ggf. für das gesamte Marketing verantwortlich zeichnet. Dann sehen Sie sich die Website der Agentur an. Gefällt Ihnen, was Sie sehen? Nehmen Sie einfach einmal Kontakt auf – vielleicht haben Sie auf diesem Wege schon die richtige Agentur gefunden.

### 2. UMHÖREN / EMPFEHLUNGEN

Fragen Sie in Ihrem privaten und beruflichen Umfeld, ob jemand bereits gute Erfahrungen mit einer Marketingagentur allgemein oder einer spezialisierten Webagentur (Website etc.), einer SEO-Agentur (Agentur für Suchmaschinenoptimierung) oder einer SEA-Agentur (Agentur für Suchmaschinenwerbung) gemacht hat. So eine „Umfrage“ muss man dabei nicht unbedingt „face to face“ machen! Zapfen Sie auch Ihr Netzwerk z. B. auf LinkedIn oder Facebook an und fragen Sie direkt mit einem Post nach Empfehlungen!



**Sie müssen nicht in der Kanzlei sein, um über bestes Rechtswissen zu verfügen.**

**beck-online.DIE DATENBANK genügt.**

**45 Millionen Dokumente geballtes Rechtswissen online.** Vertrauen Sie bei Ihrer Online-Recherche auf Deutschlands führende juristische Datenbank.

- **Umfassendes Rechtswissen und qualitativ hochwertige Inhalte zu allen relevanten Fragen im Bereich Recht, Wirtschaft und Steuer.**
- **Praxisgerecht in über 360 Online-Modulen aufbereitet und im passgenauen Zuschnitt buchbar.**
- **Schnell, zuverlässig, aktuell und überall verfügbar – und das seit über 20 Jahren.**

<sup>1</sup> Hier können sich nachher mit professioneller Beratung natürlich noch Abweichungen ergeben – aber eine solide, eigene Grundidee darüber, was man will und braucht, hilft sehr, die richtigen Dienstleister zu finden.

<sup>2</sup> Eine breit aufgestellte Marketingagentur muss nicht unbedingt groß sein. Viele Agenturen haben nur ein kleines Kernteam und setzen Projektteams dann aus Freelancern zusammen. Kleine Agentur bedeutet also nicht, dass die Agentur nur kleine Projekte stemmen kann!

### 3. FRAGEN SIE GOOGLE!

Waren Spionage und Suche nach Empfehlungen erfolglos, fragen Sie die größte aller Suchmaschinen: Google. Hier ist es nun von großem Vorteil, wenn Sie sich schon Gedanken gemacht haben, was Sie in etwa suchen. Denn wenn Sie wissen, was Sie wollen, haben Sie schon Suchbegriffe, die Sie bei Google eingeben können, z. B.

- ▶ „Marketing für Rechtsanwälte“ / „Marketingagentur Kanzlei“ / „Kanzleimarketing“ / „Anwaltsmarketing“ (allgemeine Suchanfragen)
- ▶ „SEO für Rechtsanwälte“ / „SEO Kanzlei“ (Suchmaschinenoptimierung)
- ▶ „Kanzleiwebsite Agentur“ / „Webagentur für Rechtsanwälte“ (Websiteerstellung)
- ▶ „Social Media Agentur für Rechtsanwälte / Kanzlei“ (Facebook, LinkedIn etc.)

### 4. DAS SPEZIALPORTAL

Nicht zuletzt werden Sie zu allen Themen auf [kanzleimarketing.de](http://kanzleimarketing.de) fündig. Hier ist das Gros der Unternehmen gelistet, die Kanzleimarketing in allen Facetten anbieten – sortiert nach Themen finden Sie Superspezialisten, Spezialisten und Allrounder.

### UND WIE WÄHLT MAN DANN DIE PASSENDE AGENTUR AUS? MEINE TIPPS!

Wie findet man nun die richtige Agentur bei mehreren vermeintlich gleich gut geeigneten Anbietern? Meine Tipps:

1. Wie fällt die erste Reaktion auf eine Kontaktaufnahme aus: Ist man freundlich? Kommt zeitnah eine Reaktion bzw. ein erstes Gespräch zustande? Stimmt die Chemie? Top!
2. Werden im ersten Gespräch Rückfragen gestellt – z. B. zum Thema Zielgruppe, Beratungsangebot, bisherigen Marketing-Aktivitäten? Sehr gut! Man fängt bereits an, Ihren Bedarf zu ermitteln, und prüft, ob man ihre Nachfrage wirklich bedienen kann.
3. Kommt es zu einem Angebot: Ist das Angebot auf Ihren Bedarf zugeschnitten, erfolgt es also auf Basis bereits geführter Gespräche und ist hinsichtlich Leistungsumfang und Kosten transparent? Sehr gut! Standardangebote sind eher kritisch zu sehen.

4. Hat man Erfahrung mit Kanzleien und kann das dokumentieren, z. B. mit bereits realisierten Projekten? Das ist gut! Denn Kanzleimarketing bzw. Anwaltsmarketing ist etwas anderes als ein Blumengeschäft oder eine Gaststätte zu vermarkten.

Mit kollegialen Grüßen



Pia Löffler

### Sie sind auf der Suche nach einer Marketing-Agentur, die auf Kanzleien spezialisiert ist?

Im Kanzleimarketing-Verzeichnis 2022/2023 finden Sie zahlreiche Anbieter aus den Bereichen Webdesign, SEO & SEA u. v. m.



Hier gratis downloaden



## Unser Seminarprogramm

für das 2. Halbjahr ist online!



Jetzt informieren  
und buchen!

Unser tagesaktuelles Programm finden Sie unter

[www.anwaltakademie.de](http://www.anwaltakademie.de)



DeutscheAnwaltAkademie



### ASTRID KOHLMEIER

Astrid Kohlmeier ist Rechtsanwältin und international anerkannte Legal Design Pionierin. Seit mehr als 15 Jahren verbindet sie Recht und Design, mit leitenden Funktionen in der Rechtsdienstleistungs-, und Service-designbranche. Die Legal Design-Expertin berät juristische Inhouse-Abteilungen und Kanzleien wie Clifford Chance, Linklaters, Airbus, Siemens und viele mehr.

 [astridkohlmeier.de](http://astridkohlmeier.de)

## WAS KANN LEGAL DESIGN? ASTRID KOHLMEIER ÜBER IHR GRUNDLAGENWERK „DAS LEGAL DESIGN BUCH“

**Bei Legal Design handelt es sich um eine nutzerzentrierte Herangehensweise, die das Recht einfacher und zugänglicher machen soll. Doch wie funktioniert Legal Design genau und für wen eignet sich die Methode? Rechtsanwältin und Beraterin für Legal Design Astrid Kohlmeier hat gemeinsam mit Design-Beraterin Meera Klemola das „Legal Design Buch“ geschrieben – und verrät im Interview, was Juristinnen und Juristen der Methode abgewinnen können.**

**Frau Kohlmeier, wie würden Sie einem Neuling „Legal Design“ kurz erklären?**

Legal Design ist das Einbetten von Design ins Recht und damit eine echte Kombination aus Recht und Design. Ziel ist es dabei, rechtlich wasserdichte Lösungen zu schaffen, gleichzeitig aber den jeweiligen Wissens- und Handlungsbedarf von unterschiedlichen Nutzenden zu erforschen und darauf basierend intuitive, sinnvolle und nützliche Lösungen zu entwickeln. Sie müssen also anwenderfreundlich sein. Die Instrumente für solche Ergebnisse sind kreative Problemlösungstechniken, die seit langer Zeit im Bereich Design genutzt werden.

Das reicht vom Befolgen des Designprozesses bis hin zur Anwendung verschiedener Designtechniken wie Grafikdesign, User Experience Design, User Interface Design und vieles mehr. Das Ergebnis sind einfache und anwenderfreundliche rechtliche Inhalte und Tools, die den Betroffenen befähigen, sein Recht zu verstehen und wahrzunehmen.

**Wie ist die Idee für Ihr Legal Design-Buch entstanden?**

Die Idee kam aus den täglichen Anfragen, die meine Co-Autorin und mich erreichten. Jeder wollte wissen, wo er sich in das Thema Legal Design einlesen könne. Nachdem es aber noch kein Grundwerk gab, mussten wir passen.

Wir haben es also wegen der großen Nachfrage nach Basiswissen geschrieben und dann gleich all unser Praxiswissen reingepackt, das wir in den vergangenen Jahren gesammelt haben. Dadurch ist ein extrem praktisch orientierter Leitfaden herausgekommen, der nicht nur den theoretischen Background des Themas beleuchtet, sondern Antworten auf konkrete Fragen und Aufgabenstellungen liefert.

Es gibt im Buch daher eine umfassende Begriffsklärung, konkrete Tipps und anwendbare Techniken für die Praxis sowie interessante Use Cases aus ganz unterschiedlichen Bereichen.

**Wie kann Legal Design in der Kanzleipraxis konkret aussehen?**

In der Praxis ist das Thema höchst relevant und reicht von der Vereinfachung und Visualisierung von Verträgen bis hin zur Konzeption und Implementierung der passenden Legal Tech-Strategien und Tools. Da Legal Design eine Methode ist, lässt sie sich überall dort einsetzen, wo es Themen mit rechtlichem Bezug gibt.

Das Thema ist für alle Rechtsanwältinnen und Rechtsanwälte, alle Kanzleigrößen und rechtlichen Organisationen etwas. Denn es handelt sich bei Legal Design letztlich um ein Zusatz-Skillset für Juristinnen und Juristen, die wissen wollen, wie sie ihre Mandantschaft künftig besser beraten können. Legal Design hilft dabei, den echten Bedarf der jeweiligen Zielgruppe zu erkennen und die Lösungen darauf abzustimmen. Und genau das ist ja im Grunde das Ziel jedes Rechtsdienstleistungsangebotes, egal welcher Organisationsgröße.

**Legal Design zeichnet sich dadurch aus, dass es die Interessen der Nutzenden in den Vordergrund stellt. Kann Legal Design damit auch bei**

**der Mandatsakquise helfen, z. B. bei der Gestaltung der Kanzleiwebsite oder in anderen Bereichen?**

Absolut! Wenn ich nicht weiß, was mein Mandant bzw. meine Mandantin braucht und wie ich eine auf ihn oder sie abgestimmte Lösung entwickeln kann, werde ich stets am Bedarf vorbeigehen. Das fängt schon damit an, dass es für viele ein Novum ist, mit potenziellen Mandantinnen und Mandanten wirklich in ein Gespräch einzusteigen, in dem die konkreten Bedürfnisse besprochen werden. Viele Juristinnen und Juristen gehen schlichtweg von der eigenen Expertise und damit Geeignetheit aus und sind es nicht gewohnt, auch einmal die Frage zu stellen, was sich ihr Gegenüber eigentlich im Mandat wünscht. Aber genau damit fängt alles an: Die richtigen Fragen zu finden und sie auch zu stellen.

Das Geheimnis liegt dann natürlich darin, wie ich mit den Antworten umgehe und was ich daraus mache. Genau dafür eignet sich die Anwendung des Legal Design-Konzepts. Damit können die passenden Lösungen entwickelt werden, die zu konkreten Antworten für die Website von Kanzleien und den richtigen Angeboten einer Kanzlei führen: Solche, die die eigene Zielgruppe wirklich braucht und auch nutzt.

**Sie sind ursprünglich Rechtsanwältin: Wie kamen „legal“ und „design“ in Ihrem Leben zusammen?**

# Der Countdown läuft

# §15 FAO



Fachseminare  
von Fürstenberg

**SIE HABEN DIE WAHL:**



**VOR ORT**

**2 Tage – 15 Stunden**

- Präsenzunterricht mit persönlichem Austausch
- Neue Kontakte knüpfen

- oder -



**ONLINE**

**6 Blöcke à 2,5 Stunden**

- Fortbildung wo Sie wollen
- Keine Reisezeit

Eine kostenfreie Stornierung ist bis 4 Wochen vor Beginn der Veranstaltung möglich.

- Erbrecht
- Handels- & Gesellschaftsrecht
- Insolvenzrecht
- Steuerrecht

**Direkt anmelden!**

[www.fachseminare-von-fuerstenberg.de/15-fao](http://www.fachseminare-von-fuerstenberg.de/15-fao)

Nach meiner Tätigkeit als Anwältin in einer Kanzlei wechselte ich in die Versicherungsindustrie. Ich habe dort als Teil des Managementteams ein Prozessfinanzierungs-Unternehmen mit aufgebaut und die Funktion Marketing und Kommunikation verantwortet. Neben der Zusammenarbeit mit Anwältinnen und Anwälten und rechtlichen Themen erforderte diese Position auch eine enge Zusammenarbeit mit Designerinnen und Designer sowie Fachleuten für Kommunikation. Dabei lernte ich die unterschiedliche Art der Problemlösung kennen, die Designer im Gegensatz zu Fachleuten aus dem Bereich Recht nutzen.

Das faszinierte mich und ich entschied mich dazu, selbst Design zu studieren. Denn ich hatte sofort erkannt, dass das Design bereits viele Antworten besitzt, wenn es darum geht, Komplexes zu vereinfachen und Kommunikation so zu fassen, dass be-

stimmte Zielgruppen Informationen überhaupt verstehen können. Und genau diese hybriden Komponenten prägen heute auch den Bereich Legal Design.

**Frau Kohlmeier, vielen Dank für Ihre Zeit und Ihre Antworten.**

Das Interview führte Pia Löffler.

Mit kollegialen Grüßen

*A. Kohlmeier*

Astrid Kohlmeier

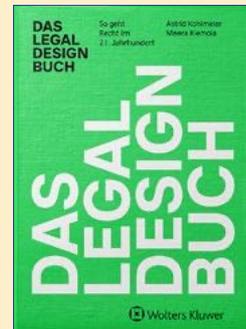
## ➔ Gewinnen Sie

ein Exemplar des „Legal Design Buch“ von Astrid Kohlmeier und Meera Klemola:

Folgen Sie [mkg-online.de](http://mkg-online.de) auf [LinkedIn](#)

und schicken Sie eine Mail an [info@ffi-verlag.de](mailto:info@ffi-verlag.de)

mit dem Betreff „Legal Design Buch“.



Astrid Kohlmeier & Meera Klemola, Das Legal Design Buch. So geht Recht im 21. Jahrhundert, Wolters Kluwer Deutschland GmbH, 2021, ISBN 978-3-472-09726-6, 357 S.

## Smarte Leadqualifizierung am Telefon

Anwaltssekretariat ist zuverlässig erreichbar für alle Ihre Anfragen. Damit Sie sich auf jene konzentrieren können, die Erfolg versprechen.

**30 Tage kostenlos testen**

Alle Infos unter [anwaltssekretariat.de/mkg](http://anwaltssekretariat.de/mkg)

Anwaltssekretariat.de



Kostenfreie Beratung  
**0800 600 400 34**



## DR. ANJA SCHÄFER

Rechtsanwältin Dr. Anja Schäfer unterstützt und berät als Business Coach und Mentorin Anwält:innen bei Fragen zur strategischen Ausrichtung, zur beruflichen und persönlichen Neu- und Umorientierung, zur Kommunikation im Businessumfeld sowie zum Netzwerkauf- und -ausbau. Mehr Impulse zu diesen Themen teilt sie in ihrem Podcast, dem Kommunikationstango ([anja-schaefer.eu/kommunikationstango/](https://anja-schaefer.eu/kommunikationstango/)).

 [anja-schaefer.eu](https://anja-schaefer.eu)

## SOCIAL MEDIA-AKTIVITÄTEN RICHTIG EINTEILEN –

## MIT DER SOCIAL MEDIAPYRAMIDE ZU MEHR SICHTBARKEIT UND EFFEKTIVEREM NETWORKING

**Auch Rechtsanwältinnen und Rechtsanwälte können und wollen in den heutigen Zeiten nicht mehr auf eine aktive Teilhabe in den Sozialen Netzwerken verzichten. Sei es, um zu erfahren, worüber der Kollege, die Chefin oder ein potenzieller Mandant spricht, oder auch, um dort mit der eigenen Expertise durch relevante, gut platzierte Inhalte sichtbar zu werden, zu sein und zu bleiben.**

Der Auf- und Ausbau des eigenen Expertinnen-Status oder Expertenstatus – wie auch die Vernetzung und der Austausch mit anderen Menschen auf sozialen Plattformen wie LinkedIn oder XING kostet Sie, wie auch in der „analogen Businesswelt“, Zeit und persönliches Engagement. Schneller und einfacher geht es, wenn Sie Ihr Personal Branding wie auch Networking digital (wie analog) strategisch angehen. Es lohnt sich daher sehr, sich vorab Gedanken darüber zu machen, was und wen Sie über Ihre Social Media-Aktivitäten – bezogen auf das jeweilige Netzwerk – erreichen wollen.

Die nachfolgende Social Media-Aktivitäten-Pyramide gibt Ihnen eine, im Weiteren noch näher erläuterte Strategie für Ihr Engagement und Zeitinvest auf LinkedIn mit Fokus auf Ihre beruflichen wie persönlichen

Ziele an die Hand – und unterstützt damit bei der Steigerung Ihrer Sichtbarkeit und Reichweite sowie der Weiterentwicklung Ihres Netzwerks.

### EBENE 1:

#### WISSEN SIE, WAS SACHE IST?

Bevor Sie mit Ihren eigentlichen Social Media-Aktivitäten starten, nutzen Sie LinkedIn – und selbstverständlich andere Plattformen sowie andere Online-Quellen, um die für Sie persönlich oder beruflich relevanten Themen oder Personen zu recherchieren und sich entsprechend zu informieren. Mit der LinkedIn-Suchfunktion können Sie bspw. nach Personen mit ähnlichen Interessen usw. suchen, um Ihr berufliches Netzwerk und Ihre beruflichen Kompetenzen zu erweitern.

Auch wenn es möglicherweise selbstverständlich erscheint, sei es hier dennoch der Vollständigkeit halber erwähnt: Eine gute **Recherche** und umfassendes **Monitoring** – nicht nur zu Ihren eigenen Themen – sollte die Basis einer jeden und damit auch Ihrer Expertinnen-Branding- und Networking-Strategie sein. Denn dieses Vorgehen im Sinne einer guten Vorbereitung erleichtert Ihnen die spätere Umsetzung sich daraus ergebender Social Media-Aktivitäten enorm.

Zudem begegnen Ihnen auf diese Weise für Sie (potenziell) relevante und interessante Personen, Unternehmen oder Institutionen, denen Sie auf LinkedIn beispielsweise ganz unkompliziert erst einmal nur folgen können, um sich von Ihnen in puncto Sichtbarkeit inspirieren zu lassen.

## EBENE 2:

### BELOHNEN SIE GUTE INHALTE!

Auch wenn Sie in Ihrem Kanzleialtag nur wenig Zeit für Social Media-Aktivitäten haben, nutzen Sie diese (auch) dafür, gute Inhalte anderer durch Ihr **Like** „zu belohnen“ und damit sichtbarer zu machen. Mit nur einem einzigen Klick signalisieren Sie, dass die Inhalte dieser Personen – die Teil Ihres Netzwerks sein können, aber nicht müssen – Ihr Interesse gefunden haben. Ein solches, im besten Falle tägliches Vorgehen kostet Sie nur wenige Minuten, zahlt jedoch bereits von Anfang an auf Ihre eigene Sichtbarkeit sowie Reichweite und damit auch indirekt auf Ihr Networking ein.

## EBENE 3:

### DISKUTIEREN SIE MIT!

Den wenigsten Rechtsanwältinnen und Rechtsanwälten ist die Wichtigkeit von **Kommentaren** in den sozialen Netzwerken bewusst, welche anders als die eher unspezifischen Likes in der Vielzahl von Reaktionen nicht so leicht untergehen.

Wenn Sie mit Ihrer Expertise auf den sozialen Plattformen sichtbar werden, sein und bleiben wollen, ohne gleich oder stän-

dig eigene Inhalte zu teilen, sollten Sie sich – am besten regelmäßig – an den von anderen angestoßenen Diskussionen durch einen qualifizierten Kommentar beteiligen. Aus Networking-Gesichtspunkten geben Sie anderen Personen dadurch bewusst Aufmerksamkeit, zudem noch Sichtbarkeit sowie Reichweite in Ihrem Netzwerk. Dies macht man nicht mal nebenbei, sondern es benötigt entsprechende Zeitfenster im Arbeits- wie Kanzleialtag.

Nutzen Sie Ihre Kommentare immer wieder dazu, um über Ihre persönliche Expertise hinausgehende, wichtige Themen oder Missstände sichtbar zu machen und entsprechende Diskussionen anzustoßen. Denn Kommentare sind eine Möglichkeit, die Beiträge anderer mit der eigenen Expertise zu bereichern und somit die Ansprache von potenziellen Kontakten vorzubereiten. Kommentieren Sie daher nicht nur nach Lust und Laune, sondern strategisch.

## EBENE 4:

### BAUEN SIE IHR NETZWERK STETIG AUF UND AUS!

Einen großen Teil Ihrer Zeit in den sozialen Netzwerken sollten Sie in das **Knüpfen neuer sowie in die Pflege bereits bestehender Kontakte** investieren. Nutzen Sie daher als Anwältin oder Anwalt LinkedIn, um dort das eigene Netzwerk aufzubauen und weiterzuentwickeln.

Teil Ihrer Social Media-Aktivitäten ist daher das Schreiben individueller Vernetzungsfragen bzw. Nachrichten oder deren Be-

antwortung. Interaktionen wie diese gehören zum Netzwerken dazu. Sie lassen sich jedoch nur teilweise automatisieren oder planen mit der Folge, dass sie einen gewissen (mitunter auch den größten) Teil Ihres Social Media-Zeitbudgets und ein flexibles Vorgehen verlangen.

Finden Sie immer wieder Gelegenheiten, um sich mit ausgewählten, bislang nur virtuellen Kontakten vor Ort persönlich zu verabreden und die Beziehung zu vertiefen. Auf diese Weise sorgen Sie dafür, dass Ihr Netzwerk nicht nur an organischer Reichweite, sondern vor allem auch an Qualität gewinnt.

## EBENE 5:

### TEILEN SIE GUTE INHALTE ANDERER MIT IHREM NETZWERK!

Stellen Sie gute Inhalte anderer, die Ihnen im Rahmen Ihrer Recherche auf LinkedIn (oder anderswo) aufgefallen sind, Ihrem Netzwerk zur Verfügung. Durch dieses Vorgehen können Sie Ihrer Community über Ihre eigene Expertise hinausgehendes Know-how zur Verfügung stellen.

Teilen Sie – auf LinkedIn – die Inhalte anderer nicht einfach so, sondern gehen Sie auch dies strategisch an. Verbinden Sie fremdes Wissen mit Ihrer Expertise, indem Sie bereits veröffentlichte Beiträge Dritter entsprechend einordnen oder um Ihre praktischen Erfahrungen ergänzen.

Dadurch bieten Sie nicht nur Ihrem Netzwerk einen Nutzen, sondern auch der ei-

gentlichen Autorin oder dem Autor. Auch Sie profitieren von mehr Sichtbarkeit und Reichweite mit vergleichsweise geringem Aufwand und dem ein oder anderen neuen Kontakt. Das Teilen eines Beitrags kombiniert mit einem eigenen, ergänzenden Kommentar wird vom LinkedIn-Algorithmus übrigens mehr gewürdigt als „kommentarloses“ Teilen – und dieser ist somit in Ihrem Netzwerk länger sichtbar.

## EBENE 6:

**MACHEN SIE IHRE EXPERTISE DURCH EIGENE INHALTE SICHTBAR!**

Den größten (Zeit-)Aufwand verursachen die eigenen Beiträge, obwohl diese die kleinste Zahl in der Gesamtkommunikation

bilden. Sofern das Erstellen eigener Inhalte bislang den meisten Zeit- und Arbeitsaufwand verursacht, sollten Sie Ihre Social Media-Aktivitäten neu und anders bewerten und entsprechend umverteilen.

Zudem gilt an dieser Stelle: Weniger ist mehr. Fokussieren Sie sich auf wenige, dafür inhaltlich gute Beiträge, die Ihren Kontakten entsprechenden Mehrwert bieten und deren Sichtbarkeit und Reichweite sich über Ihr Netzwerk entwickeln kann. Investieren Sie Zeit in Text und Grafik(-en), damit diese andere begeistern und/oder zur Diskussion einladen. Finden Sie für sich ein Vorgehen, das zu Ihrer Person und Ihrem Arbeitsalltag passt sowie eine kontinuierliche, auf Ihre Expertise einzahlende Sichtbarkeit ermöglicht.

Ein Gedanke zum Schluss: Überlegen Sie sich, bevor Sie Ihre Social-Media-Aktivitäten starten, was Sie erreichen wollen. Denn nur dann können Sie diese so gestalten, dass sie bestmöglich auf Ihren Status als Expertin oder Experte, Ihre Sichtbarkeit als Anwältin oder Anwalt und damit auf Ihre persönlichen und/oder beruflichen Ziele einzahlen – und eben nicht nur Zeit & Engagement kosten.

Mit kollegialen Grüßen

*Schäfer*

Dr. Anja Schäfer

**JURISTINNEN**  
*netzwerken BarCamp*

Am 30.09.2022 in Berlin

**ALS EXPERTIN SICHTBAR**

Keynote: Prof. Dr. Mandy Risch-Kerst



**ZUR ANMELDUNG:**

[www.juristinnen-netzwerken.de](http://www.juristinnen-netzwerken.de)

# MKG

MIT KOLLEGIALEN GRÜßEN

## Junge Juristinnen und Juristen haben beim Berufsstart wichtige Fragen:

- Wie rechne ich richtig ab?
- Welche Urteile muss ich kennen?
- Wie gelingt der Karrierestart?



Im MKG-Magazin bekommen frischgebackene Anwältinnen und Anwälte Antworten.

Jetzt gratis abonnieren





## IMPRESSUM

### FFI-Verlag

#### Verlag Freie Fachinformationen GmbH

Leyboldstraße 12  
50354 Hürth

### Ansprechpartnerin

für inhaltliche Fragen im Verlag:

Jasmin Kröner

☎ 02233 80575-13

kroener@ffi-verlag.de

www.ffi-verlag.de

### Alle Rechte vorbehalten

Abdruck, Nachdruck, datentechnische Vervielfältigung und Wiedergabe (auch auszugsweise) oder Veränderung über den vertragsgemäßen Gebrauch hinaus bedürfen der schriftlichen Zustimmung des Verlages.

### Haftungsausschluss

Die im Magazin enthaltenen Informationen wurden sorgfältig recherchiert und geprüft. Für die Richtigkeit der Angaben sowie die Befolgung von Ratschlägen und Empfehlungen können Herausgeber:innen/Autor:innen und der Verlag trotz der gewissenhaften Zusammenstellung keine Haftung übernehmen. Die Autor:innen geben in den Artikeln ihre eigene Meinung wieder.

### Bestellungen

ISBN: 978-3-96225-109-3

Über jede Buchhandlung und beim Verlag. Abbestellungen jederzeit gegenüber dem Verlag möglich.

### Erscheinungsweise

6 Ausgaben pro Jahr, nur als PDF, nicht im Print. Für Bezieher kostenlos.

### Bildquellennachweis

Cover: Adobe Stock/MD\_01

### Partnerunternehmen

## Juris

☎ 0681 5866 44 66

vertrieb@juris.de

www.juris.de/berufseinstieg

## Schweitzer

Fachinformationen

☎ 040 44183 110

b.mahlke@schweitzer-online.de

www.schweitzer-online.de

## beck-online

DIE DATENBANK

☎ 089 38189 747

beck-online@beck.de

www.beck-online.de

## RA-MICRO

☎ 030 43598 801

info@ra-micro.de

www.ra-micro.de

## DATEV

☎ 0911 31941038

datev-anwalt-vertrieb@datev.de

www.datev.de



DeutscheAnwaltAkademie

☎ 030 7261 530

daa@anwaltakademie.de

www.anwaltakademie.de

## Fachseminare von Fürstenberg

☎ 0221 9373 808

www.fachseminare-von-fuerstenberg.de  
Fachanwaltskurse mit nur 9 Präsenztagen

## Anwaltssekretariat.de

☎ 0800 60040 034

Anwaltssekretariat.de ist ein Service der ebueo AG  
www.anwaltssekretariat.de/mkg

## ACTAPORT

☎ 0341 392856 62

0341 392856 64

anfrage@actaport.de | www.actaport.de

## ffi Verlag

Freie Fachinformationen

☎ 02233 8057 512

info@ffi-verlag.de

www.ffi-verlag.de

## Kollegiale Kooperationen mit



BayerischerAnwaltVerband



Deutscher Anwaltverein

Arbeitsgemeinschaft  
Kanzleimanagement



MünchenerAnwaltVerein e.V.



KölnerAnwaltVerein  
e.V.



SH

Selbsthilfe der  
Rechtsanwälte e.V.



HAV

HAMBURGISCHER  
ANWALTVEREIN e.V.

Einfach, besser, mobil:  
Auf allen Geräten online bestellen.

beck-shop.de Reinklicken lohnt sich!



VERLAG C.H.BECK • 80791 München / 170062

Münchener  
Beck'sche Kurzkommentare  
Grüneberg  
**Bürgerliches  
Gesetzbuch**  
Bearbeitet von  
Ellenberger, Götz, Grüneberg, Herder, von Pr  
Rezläff, Sieck, Sprau, Thom, Weidner  
Weidlich, Wicke  
81. Aufl.