

WO SIND DIE ANWÄLTINNEN AUF LINKEDIN?

Personal Branding als Anwältin mit und durch LinkedIn



Dr. Anja Schäfer

Wer als Anwältin Online-Netzwerke für Beruf oder Business nutzen will, kommt mittlerweile nicht mehr an LinkedIn vorbei. Mehr als 900 Millionen weltweit und 19 Millionen im DACH-Raum nutzen diese Business-Social-Networking-Plattform Nr. 1, um sich beruflich – sei es für die eigene Karriere oder das eigene Unternehmen – zu vernetzen. Rund 40 % aller Nutzer und Nutzerinnen sind täglich auf der Plattform aktiv, so dass diese nicht ohne Grund als eine der effektivsten virtuellen Kanäle zur Gewinnung qualitativ hochwertiger Kontakte vor allem im B2B-Kontext eingestuft wird.

Doch wo sind die Anwältinnen auf LinkedIn? Mit einem eigenen, professionell aufgesetzten LinkedIn-Auftritt können Sie als Anwältin – nicht nur mit eigener Kanzlei – diese Plattform vielfältig nutzen, so zum Beispiel, um

- den eigenen Expertinnenstatus auf- und auszubauen,
- Kontakte zu knüpfen und das eigene Netzwerk weiterzuentwickeln,
- neue Mandanten und Mandantinnen zu gewinnen und bestehende Mandantenkontakte zu pflegen,
- neue Mitarbeitende zu gewinnen,
- sich mit Kollegen und Kolleginnen auszutauschen,
- Kooperationspartner zu finden oder diese auf sich aufmerksam zu machen,
- sich zu informieren – fachlich, beruflich und persönlich.

„Mittlerweile werden etwa 70 % aller Stellen über den sog. verdeckten Stellenmarkt und damit ohne vorherige Ausschreibung vergeben“

Der zweitwichtigste Aspekt, warum Menschen auf LinkedIn aktiv sind, ist das Thema Jobsuche. Mittlerweile werden etwa 70 % aller Stellen über den sog. verdeckten Stellenmarkt und damit ohne vorherige Ausschreibung vergeben. Folglich ist LinkedIn heutzutage nicht nur bei Headhuntern und Personalern die erste Anlaufstelle. Auch für viele Nutzer und Nutzerinnen ist die Plattform längst die erste Wahl in puncto Karrierenetzwerk oder

beruflicher Wechsel. Doch nur etwa 10 % aller Bewerber und Bewerberinnen nehmen diesen Arbeitsmarkt, der allein übers Netzwerk und insbesondere soziale Profile zugänglich ist, überhaupt ins Visier. Da derzeit minütlich acht Jobs „über LinkedIn“ vergeben werden, sollte der eigene LinkedIn-Auftritt von jeder Juristin mindestens genauso professionell wie die Bewerbungsunterlagen gehandhabt werden.

„Doch nur etwa zehn Prozent aller Bewerber und Bewerberinnen nehmen diesen Arbeitsmarkt, der allein übers Netzwerk und insbesondere soziale Profile zugänglich ist, überhaupt ins Visier“

WARUM SIE ALS RECHTSANWÄLTIN EIN PROFESSIONELLES LINKEDIN-PROFIL BRAUCHEN

Dennoch begegnen mir regelmäßig Kolleginnen, egal ob selbstständig oder angestellt, welche entweder über noch kein oder nur ein mäßig ausgefülltes und damit keinesfalls erstens über ein strategisch und professionell aufgebautes sowie regelmäßig gepflegtes LinkedIn-Profil und zweitens über einen auf die jeweilige Zielgruppe ausgerichteten und ihre Expertise sowie Persönlichkeit sichtbar machenden LinkedIn-Auftritt verfügen. Dies ist jedoch Voraussetzung, um als Anwältin beim Expertinnen-Branding und damit für Karriere und das berufliche Vorankommen einen Vorsprung zu haben.

„Ein qualifizierter LinkedIn-Auftritt wird immer mehr zur Notwendigkeit, denn Mandantinnen und Mandanten sowie Personaler informieren sich immer häufiger auch über die sozialen Kanäle“

Ein qualifizierter LinkedIn-Auftritt wird immer mehr zur Notwendigkeit, denn Mandantinnen und Mandanten sowie Personaler informieren sich immer häufiger auch über die sozialen Kanäle. Sofern Sie dort kein oder nur ein rudimentär eingerichtetes Profil vorweisen können, verzichten Sie auf eine stetig wichtiger werdende Möglichkeit zur Ansprache potenzieller Mandanten und Mandantinnen, Arbeitgebern usw., auf dem Sie auf Ihre fachlichen Inhalte und Ihr sonstiges Know-how, insbesondere im Wege des Empfehlungsmarketings, aufmerksam machen können. Zudem lassen Sie sich eine, in der Regel kostenlose, Option zum Aufbau Ihres eigenen Expertinnenstatus, zur regelmäßigen Sichtbarkeit Ihrer persönlichen Expertise und zur Reichweite für eigene Inhalte bzw. Themen entgehen.

LinkedIn selbst ist eine Datenbank. Darüber hinaus ranken LinkedIn-Profilen im Rahmen der Google-Suche regelmäßig ganz weit oben. In puncto Expertinnen-Branding ist dies ein vor allem für angestellte Anwältinnen nicht zu unterschätzender Aspekt und Effekt. Diese können in ihrem LinkedIn-Profil um einiges mehr an Informationen zur Person und Expertise unterbringen, als üblicherweise auf ihrem Profil auf der Kanzlei-Website

oder Visitenkarte zu finden sind. Um jedoch als Anwältin aufgefunden und aktiv angesprochen zu werden, wirklich Karriere zu machen oder entsprechende Mandats-, Vortrags- oder Publikationsanfragen zu erhalten, müssen Sie ein wichtiges Kriterium erfüllen: mit einem entsprechend aufgestellten und stetig optimierten LinkedIn-Auftritt sichtbar werden.

MEHR SICHTBARKEIT FÜR ANWÄLTINNEN

„Anwältinnen tun sich regelmäßig deutlich schwerer als Anwälte, sich in ihrem Arbeitsumfeld sowie im Netzwerk, und damit auch auf den sozialen Plattformen wie LinkedIn, als Expertin zu zeigen und ihre eigene Expertise im Profil durch passende Kommentare und auch regelmäßige, auf Mehrwert ausgerichtete, eigene Beiträge sichtbar zu machen“

Anwältinnen tun sich regelmäßig deutlich schwerer als Anwälte, sich in ihrem Arbeitsumfeld sowie im Netzwerk, und damit auch auf den sozialen Plattformen wie LinkedIn, als Expertin zu zeigen und ihre eigene Expertise im Profil durch passende Kommentare und auch regelmäßige, auf Mehrwert ausgerichtete, eigene Beiträge sichtbar zu machen.

Obwohl der Frauenanteil auf LinkedIn durchschnittlich 43 % beträgt, ist er umso geringer, je älter die Nutzerinnen und Nutzer sind. Auch auf dieser Plattform zeigt sich wieder, dass Frauen ihr Netzwerk weniger für sich nutzen. So bitten sie zum Beispiel etwa um ein Drittel seltener um eine Empfehlung auf bzw. durch LinkedIn. Vielen ist zudem nicht klar, dass und wie sie mit ihrer Zielgruppe auf LinkedIn einfach und leicht in den Kontakt sowie Austausch kommen und über geteiltes Know-how an Sichtbarkeit und Reichweite gewinnen können.

Häufig unterschätzt wird die Mehrfach-Multiplikatoren-Funktion von LinkedIn, so zum Beispiel im Zusammenhang mit der Google-Suche. Um jedoch das Potenzial der Plattform selbst wie auch des dort virtuell geknüpften Netzwerks für sich als Multiplikatorin zu nutzen, braucht jede Anwältin eine strategisch ausgerichtete, digital sichtbare Personal Brand. Diese sollte auf einen oder auch den ersten Blick klar erkennen lassen:

- wer Sie sind, was Ihnen wichtig ist und was Sie auszeichnet,
- wofür Sie die Expertin sind und über welche zusätzlichen Kompetenzen, Fähigkeiten, Qualifikationen und praktischen Erfahrungen Sie verfügen,
- welche Mandantinnen und Mandanten Sie ansprechen und welche (Beratungs-)Angebote Sie machen,
- welche Position Sie suchen und ausfüllen können.

Ein entsprechendes Expertinnen-Branding entsteht nicht über Nacht, auch nicht auf bzw. durch LinkedIn.



Ihr professioneller, auf Ihre Ziele ausgerichteter LinkedIn-Auftritt sorgt zum einen dafür, dass Sie als Anwältin in Ihrem virtuellen (sowie selbstverständlich auch analogen) Netzwerk und darüber hinaus mit Ihrer Expertise sichtbar(er) sind. Zudem erreichen Sie über die von Ihnen vertretenen fachlichen wie auch sonstigen Themen in Form von Kommentaren und Beiträgen entsprechend (immer mehr) Bekanntheit und Reichweite in Ihrem Netzwerk, Ihrer Zielgruppe und darüber hinaus. Diese vor allem für angestellte Anwältinnen wichtige, über den Onlineauftritt der Kanzlei hinausgehende Möglichkeit zum Auf- und Ausbau des eigenen Expertinnenstatus nutzen derzeit etwa nur 5 % aller LinkedIn-Nutzerinnen und -Nutzer, und deutlich mehr Anwälte als Anwältinnen, wie der Blick in den eigenen LinkedIn-Newsfeed zeigt.

Sichtbarkeit bedeutet, dass mehr über Sie gesprochen wird. Werden Sie also aktiv – am besten strategisch und zielfokussiert. Denn Sie werden auf diese Weise nicht nur schneller und häufiger als Expertin wahrgenommen und angesprochen, was regelmäßig zu noch mehr Reichweite, nicht nur auf LinkedIn, führt. Zudem zahlt sich eine immer größer werdende Bekanntheit Ihres Expertinnenstatus in den allermeisten Fällen auch mittel- bis langfristig in „barer Münze“ und damit mit einem Mehr an Einnahmen, Gehalt oder Honorar aus.

Selbst dann, wenn Sie im Moment nicht aktiv auf Mandats- oder Jobsuche sind, lohnt sich ein entsprechender LinkedIn-Auftritt. Denn Sie werden darüber regelmäßig für Sie interessante Kontaktanfragen oder andere attraktive Angebote erhalten und die Sichtbarkeit Ihrer anwaltlichen Expertise und/oder Ihre Karriere auf eine Art und Weise boosten, mit der Sie auf den ersten Blick gar nicht rechnen. Auch aus diesem Grund sollten Sie LinkedIn nicht allein den Herren Kollegen überlassen.

Dr. Anja Schäfer, Rechtsanwältin, Business Coach und Expertin für Networking und Female Leadership in Kanzleien, Veranstalterin vom virtuellen „Juristinnen netzwerken ... TAG“ am 24. & 25. März 2023,

<https://www.juristinnen-netzwerken.de/>