



atornix

Atornix aus Bremen ist einer der Vorreiter im Bereich der Legal Tech Unternehmen für Verbraucher

Wir führten ein Interview mit Marco Klock, CEO von Atornix, und befragten ihn zu der Funktionsweise von Legal Tech Unternehmen und zu der Konkurrenzfrage gegenüber klassischen Kanzleien.

Sehr geehrter Herr Klock, warum haben Sie eine Legal Tech Firma gegründet und wie kamen Sie auf die Idee dazu?

Marco Klock: Im Gründerteam sind wir zu viert und wir hatten vorher bereits aus unterschiedlichen Perspektiven Kontakt zu Kanzleien im Bereich des Verbraucherrechts. Damals war fliightright auch groß im Kommen und wir spürten im gesamten Markt eine gewisse Unzufriedenheit, die vom Mandanten gegenüber den Kanzleien deutlich zum Vorschein kam - zumindest aus Blick einer Kanzlei in den typischen Bereichen des Alltagsrechts.

Ganz naiv haben wir dann mit der Entwicklung einer Legal Tech-Software begonnen, die eine Art Kanzlei-Software mit einem hohen Automatisierungsgrad darstellen sollte. Und noch naiver haben wir dann gleichzeitig eine Kanzlei gegründet (rightmart), um dies im Sozialrecht (mit hartz4widerrspruch.de)

zu testen. Dort könnten zwar schnell Mandate akquiriert werden, allerdings war das Thema rechtlich viel komplexer als gedacht und die Geschäftsmodelle ebenfalls sehr schwierig. Heute glaube ich, dass wir damals dachten, dass wir es im Sozialrecht beweisen müssen, es wirtschaftlich sinnvoll hinzukriegen, um dann spielend in andere Rechtsgebiete zu gehen. Hätten wir damals gewusst, wie lange das dauert, welche Risiken damit einhergehen und was das kostet, hätten wir sicher nicht weitergemacht [lacht].

Alles in allem haben wir aber damals schon aus Sicht des Kunden gedacht und wollten sowohl günstig, schnell und digital eine gute Rechtsberatung liefern.

Atornix ist mittlerweile ja auch in weiteren Rechtsbereichen aktiv. Welche sind das und laufen alle bereits erfolgreich?

Marco Klock: Mittlerweile betreiben wir alle Bereiche des Verbraucherrechts rund um Verkehrsrecht, Arbeitsrecht, Mietrecht, Immobilienrecht, Bank- und Kapitalmarktrecht (z. B. Wirecard), Sozialrecht, aber auch Sonderfälle wie Abgaskandal (dieselskandal-helfer.de), welcher bei unserer Zentralkanzlei rightmart ebenfalls eine eigene Rechtsabteilung füllt. Alle Bereiche laufen erfolgreich, weil wir vieles zentralisieren können und dadurch die Kosten für die Administration sehr gering halten können.

Dadurch, dass wir mittlerweile eine derartige Größe haben, können wir es uns erlauben in Vorleistung zu gehen und Bereiche aufzubauen, die wir dann direkt in unserer Zentralkanzlei abwickeln und bundesweit über ein riesiges Netzwerk auch gerichtlich über die Zielgerade bringen. Die Tatsache, dass wir diese ganzen Bereiche mit der unglaublichen Unterstützung unserer Mitarbeiter bei Atornix

und auch bei rightmart aufgebaut haben, macht uns heute so einzigartig.

Wie funktioniert denn Atornix genau?

Marco Klock: Atornix betreibt neben atornix.de weitere Portale, wie z. B. hartz4widerspruch.de oder dieselskandal-helfer.de. Wir kreieren Content, konzipieren und executen Marketingkampagnen und haben eine Vertriebsabteilung, um die potentiellen Kunden für unsere angebotenen Kanzleien vorzubereiten. Über den Atornix Manager hat die Kanzlei dann Zugriff auf den jeweiligen Fall und wir erhalten für diese Nutzung dieser Software eine Vergütung. Dies ist letztlich das gleiche Modell, welches alle anderen Legal Techs am Markt auch nutzen und mittlerweile sogar viele Kanzleien über ausgegründete Gesellschaften.

Sind Legal Tech Unternehmen wie ihre auf lange Sicht in allen Rechtsgebieten denkbar? Und kommt dadurch eine immer größer werdende Konkurrenz auf klassische Kanzleien zu?

Marco Klock: Legal Tech ist ja letztlich nichts anderes als ein Begriff für moderne und meistens digitale Rechtsdienstleistungen. Die Definition des Begriffs wurde schon durch viele Managen gejagt, ich bleibe aber dabei: Es gibt keinen wirklichen Unterschied zwischen Legal Techs und den klassischen Rechtsanwälten, bis auf die Herangehensweise an das Marketing und die Art und Weise der Erbringung der Rechtsdienstleistung. Die Legal Techs (nach herrschender Definition) wie wir sind von Beginn an den Weg gegangen sich mit den Bedürfnissen des Kunden auseinanderzusetzen, Marketing zu verstehen und auch die Rechtsdienstleistung oder Rechtsberatung an sich neu zu denken - als Produkt.

Und dieser Ansatz, sofern er denn erfolgreich ist, funktioniert natürlich mit jeder Art der Rechtsberatung - dazu braucht es keine super automatisierte Software, sondern ein gutes Produkt aus Sicht des Kunden. Und auch eine schnelle und individuelle Erstberatung im Wohnrechtsrecht kann als Produkt verkauft werden (siehe atornix.de). Insofern: Ja, wir werden uns in jedem Bereich der Rechtsberatung erweitern wollen innerhalb der nächsten Jahre, gemeinsam mit den Kanzleien, die das gleiche Mindset haben.

Für diejenigen, die nicht in Produkten oder einfach kundenzentriert denken, wird es in der Tat zu einem Problem. Dies liegt darin begründet, dass die Größe der Unternehmen (und das spüren wir heute schon) sehr entscheidend ist für die Möglichkeiten, die man hat, wie z. B. Budget im Marketing oder auch einfach der Preis des Produkts selbst. Wenn es dann irgendwann etablierte Marken für Verbraucher gibt, wie es einige Kanzleien in einigen Bereichen bereits sind, bleibt kein wirtschaftlich begründbarer Platz mehr für die „klassischen Rechtsanwälte um die Ecke“ - es lohnt sich einfach nicht mehr. Es klingt aber ja schon durch: Die Gewinner können und werden wahrscheinlich auch gut aufgestellte Kanzleien sein, die eben auch „Legal Tech“ sind.

Wie wichtig ist eine Markenbildung zur Erreichung des Kunden? Was könnten auch Kanzleien hier besser machen?

Marco Klock: Namen weg, Markenname raus und anfangen diesen zu etablieren. Dazu eine gewisse Prise CRM, transparente Prozesse und Preise und schon steht die Kanzlei in einem ganz anderen Licht da. Es ist aber dennoch so, dass der Faktor Marke eine untergeordnete Rolle spielt. Weil die meisten Menschen zum Glück nur selten gekündigt werden oder gegen einen Baum fahren, ist eine Wiederkehrtrate, außer in Nischen wie flightright oder hartz4widerspruch.de, nicht wirklich vorhanden. Aus diesem Grund ist bei der Marke der Faktor der Glaubwürdigkeit wichtig, damit die Kunden Empfehlungen an Freunde und Familie aussprechen. Mir ist bisher kein Legal Tech außerhalb einer Nische bekannt, welches dies erreicht hat.

Wie sieht der tägliche Arbeitsablauf in Ihrem Unternehmen aus? Wieviele Mitarbeiter/innen kümmern sich um welche Tätigkeiten und wie sind Rechtsanwälte/innen in diese Arbeit eingebunden?

Marco Klock: Bei Atornix kümmern sich ca. 25 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter um die Themen Development, Marketing, Vertrieb und Kundenservice. Der Großteil spielt sich dann in den angeschlossenen Kanzleien ab, die mit unserer Software und unseren Kunden arbeiten.

Die Rechtsanwälte und Rechtsanwältinnen geben Feedback aus der Mandatsarbeit und aus meiner Sicht funktioniert

es auch nicht ohne die operative Arbeit des Rechtsanwalts zu verstehen.

Hat sich in Ihrem Geschäft etwas verändert in der Zeit des Lockdowns und auch danach durch den Corona-Virus?

Marco Klock: Die meisten Rechtsgebiete laufen besser als vorher, was mutmaßlich an der schlechten Konjunktur liegt. Intern hat sich natürlich einiges verändert: Homeoffice und ein viel flexibleres Arbeitsleben als vorher. Da haben unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter die Herausforderung wirklich grandios gemeistert und dazu beigetragen, dass wir heute neuen Mitarbeitern/innen gleich von Beginn an flexiblere Regelungen zusagen können. Für die Organisationsentwicklung war es deshalb eine Zeit mit sehr positiven Entwicklungen.

Vielen Dank Herr Klock für das interessante Interview und weiterhin viel Erfolg mit Atornix.



Über den Interviewten:
Marco Klock ist CEO der Atornix GmbH aus Bremen.