

## ***Presse- und Öffentlichkeitsarbeit großer Rechtsanwaltskanzleien***

Eine Untersuchung der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der 50  
größten Rechtsanwaltskanzleien in Deutschland

**Oktober 2006**

Landau Media Monitoring AG & Co.KG  
Medienanalyse  
Friedrichstr. 30, 10969 Berlin  
Tel.: 030 – 202 42 420  
[www.landaumedia.de](http://www.landaumedia.de)

## 1 Vorwort

Professionelle, effektive und zielgerichtete Presse- und Öffentlichkeitsarbeit für Kanzleien und Rechtsanwälte gestaltet sich deutschlandweit scheinbar noch immer schwerfälliger als in anderen Branchen. Selbst die Top-Kanzleien in Deutschland sind in der öffentlichkeitswirksamen Darstellung ihrer Kompetenzen zurückhaltend. Dass sich dennoch Entwicklungstendenzen ablesen lassen, das zeigt die Analyse der Pressearbeit der Top 50-Kanzleien Deutschlands von Landau Media, Faktenkontor und Handelsblatt.

Die vorliegende Untersuchung, die bereits zum vierten Mal durchgeführt wird und damit einen Vergleich zum Vorjahreszeitraum erlaubt, zeigt, dass die Presseresonanz der untersuchten Kanzleien von diesen selbst aktiv mitgeformt und gesteuert wird. Die Kompetenzdemonstration in Form von Expertenmeinungen und Autoren-Artikeln hat sich jedoch im Vergleich zum letzten Jahr gewandelt. Die Aktivitäten der untersuchten Kanzleien in diesem Bereich sind von 44% (2004/2005) auf 39% gesunken. Im Gegensatz dazu haben die Sozietäten ihre Publizität im Bereich der Mandate deutlich steigern können. Die Berichterstattung in diesem Segment ist zur Nummer eins unter den PR-Aktivitäten avanciert. In 31% aller Meldungen konnte eine Berichterstattung über Klienten der Kanzleien konstatiert werden, die mit diesen Meldungen erneut ihre Bekanntheit und öffentliche Beachtung stärken konnten. Ein Grund hierfür sind die hohen Wachstumsraten im Merger & Acquisition-Geschäft, vor allem die Großkanzleien profitierten davon im vergangenen Jahr. Auffällig im Vergleich zum Vorjahr ist auch eine Steigerung der Berichte über die Geschäftsentwicklungen der Kanzleien von 6% auf 13%. Trauriger Höhepunkt in dieser Disziplin ist sicher das Zerwürfnis und die nachfolgende Auflösung der Kanzlei Haarmann Hemmelrath in verschiedene Teileinheiten.

Rechtsanwälte haben die Bedeutung und das Potential professioneller Pressearbeit erkannt, jedoch bei Weitem noch nicht ausgeschöpft. Das Maß, in dem die verschiedenen Instrumente der PR von den Kanzleien eingesetzt werden, differierte auch in diesem Jahr erheblich. Wie im Vorjahr fällt die Sozietät Flick Gocke Schaumburg durch einen hohen Anteil von Autoren-Meldungen auf, der auf eine Artikelreihe im Bereich des Erbrechtes für die Frankfurter Allgemeine Zeitung zurückzuführen ist. Der Einsatz von Personalmeldungen im Untersuchungszeitraum war rückläufig. Selbst Friedrich Merz, der im Vorjahreszeitraum durch seinen Eintritt in die Sozietät Mayer, Brown, Rowe & Maw für einen Anstieg der Berichterstattung in dieser Disziplin sorgte, konnte als prominenter Vertreter der Sozietäten nur geringfügig Medieninteresse auf sich ziehen. Führend im Bereich der medial platzierten Interviews waren die Partner und Mitarbeiter der Kanzlei Lovells.

Auch im aktuellen Untersuchungszeitraum sind Studien zu populistischen rechtswissenschaftlichen Themen, Wettbewerbe oder das Thema Sponsoring die vernachlässigten Disziplinen der PR in deutschen Kanzleien. Erneut konnten sich nur etwa ein Prozent aller untersuchten Zeitungsmeldungen des vergangenen Jahres auf eine juristische Studie aus einer Kanzlei berufen. Noch unter einem Prozentpunkt liegt der Anteil der Meldungen, die auf ein Sponsoringengagement einer Sozietät zurückgehen. Aus dem Kanon der angewandten PR-Instrumente gänzlich verschwunden ist die Beteiligung an Wettbewerben.

Die Bilanz zeigt, dass es immer noch viel zu tun gibt. Für einige Kanzleien hat sich die Investition in die Pressearbeit deutlich gelohnt. Vielfach bieten die Sozietäten jedoch ebenso Potenzial, die Erfolgsaussichten ihrer Kommunikation zu steigern.

Landau Media recherchiert, dokumentiert und bewertet die Medienpräsenz ihrer Kunden aus Print- und Internetmedien, Nachrichtenagenturen und TV. Die Dienstleistungen umfassen das Medien-Monitoring, den Pressespiegel (in Kooperation mit PMG auch elektronisch), die Internetbeobachtung mit Online-Clippingservice, die Analyse der Presseresonanz sowie der kostenfreie Online-Zugriff auf die Beobachtungsergebnisse im MediaAccount. Als kompetenter Ansprechpartner für die PR-Evaluation verdichtet Landau Media die Medienresonanz seiner Kunden zu aussagekräftigen Analysen.

**Kontakt:**

**Landau Media Monitoring AG & Co.KG**

Herr Eike Tölle

Tel.: 030 - 20 242 420

Fax: 030 - 20 242 444

E-Mail: [toelle@landaumedia.de](mailto:toelle@landaumedia.de)

**Faktenkontor GmbH**

Herr Jörg Forthmann

Tel.: 040 – 227 03 7787

Fax: 040 – 227 03 7961

E-Mail: [Joerg.Forthmann@faktenkontor.de](mailto:Joerg.Forthmann@faktenkontor.de)

## 2 Untersuchungsmethode

Recherchiert wurde nach Presse-Meldungen der 50 größten Rechtsanwaltskanzleien in Deutschland in der deutschen Presse – inklusive Agenturmeldungen – außerhalb der juristischen Fachpresse.

Die Recherche erfolgte über die Eingabe der Kanzleinamen in den einschlägigen Datenbanken „Factiva“ und „GBI“.

In der Gruppe der deutschen Titel sind rund 150 Publikations-Quellen enthalten, darunter:

- Überregionale Tageszeitungen (z.B. Frankfurter Allgemeine Zeitung, Financial Times Deutschland, Handelsblatt, Süddeutsche Zeitung)  
Erstmals ist in die Studie die Berichterstattung der Börsen-Zeitung eingeflossen.
- Regionale Tagespresse (z.B. Der Tagesspiegel, Stuttgarter Zeitung)
- Wochenpresse (z.B. Der Spiegel, Die Zeit, Focus)
- Wirtschaftspresse (z.B. Wirtschaftswoche, Capital, Euro, Impulse)

Als Untersuchungszeitraum wurde die Zeit vom 1. November 2005 bis zum 31. Oktober 2006 gewählt. Innerhalb dieses Zeitraumes wurden alle Artikel analysiert, in denen das Suchwort (der Kanzleiname) mindestens einmal vorkommt.

Die zu untersuchenden 50 größten deutschen Rechtsanwaltskanzleien wurden dem JUVE Handbuch 2005/2006 entnommen. Daraus ergeben sich folgende 50 Testobjekte (die Kanzleien wurden, analog zum JUVE-Ranking „NATIONALER ÜBERBLICK TOP 50“, in sieben Blöcke unterteilt, und innerhalb dieser Blöcke alphabetisch geordnet):

1. Freshfields Bruckhaus Deringer
2. Hengeler Mueller
3. Clifford Chance
4. Gleiss Lutz
5. Linklaters Oppenhoff & Rädler
6. Shearman & Sterling
7. Cleary Gottlieb Steen & Hamilton
8. CMS Hasche Sigle
9. Latham & Watkins Schön Nolte
10. Lovells
11. Noerr Stiefenhofer Lutz
12. White & Case
13. Allen & Overy
14. Baker & McKenzie
15. Taylor Wessing

16. Beiten Burkhard Goerdeler
17. Görg Rechtsanwälte
18. Haarmann Hemmelrath
19. Heuking Kühn Lüer Wojtek
20. Hogan & Hartson Raue
21. Hölters & Elsing
22. Jones, Day, Reavis & Pogue
23. P+P Pöllath + Partner
24. Mayer, Brown, Rowe & Maw
25. Weil, Gotshal & Mangers
26. Wilmer, Cutler & Pickering Hale and Dorr
  
27. Bird & Bird
28. Flick Gocke Schaumburg
29. McDermott, Will & Emery
30. GSK Gassner Stockmann & Kollegen
31. Haver & Mailänder
32. Luther Menold
33. Norton Rose Vieregge
34. Redeker Sellner Dahs & Widmaier
35. Rödl & Partner
36. SJ Berwin Knopf Tulloch Steininger
  
37. Ashurst
38. Buse Heberer Fromm
39. Esche Schümann Commichau
40. *FPS Fritze Paul Seelig*
41. Göhmann Wrede Haas Kappus & Hartmann
42. Grüter Rechtsanwälte und Notare
43. Hoffmann Liebs Frisch & Partner
44. Kümmerlein Simon & Partner
45. Oppenländer Rechtsanwälte
46. Raupach & Wollert-Elmendorff
47. *Schmidt von der Osten & Huber*
48. Thümmel, Schütze & Partner
49. Graf von Westphalen Bappert & Modest
50. Zenk Rechtsanwälte