

## **Marketingansätze Dr. Neuenhahn**

### **1. Notwendigkeit der Kuchenvergrößerung**

- 1.1. Der Markt der Mediation muss noch entwickelt werden. Dies erfordert Aktivitäten, die nicht primär auf ein Mediationsmandat ausgerichtet sind, sondern der Akzeptanz der Mediation dienen
- 1.2. Dem dient meine Tätigkeit im Vorstand der EUCON
  - 1.2.1. Vorträge
  - 1.2.2. Veröffentlichungen
  - 1.2.3. Einführung von Mediationsklauseln
  - 1.2.4. Qualitätskriterien
  - 1.2.5. Qualitätskontrolle
  - 1.2.6. Kooperation mit Allianz RS
  - 1.2.7. Einbindung von Anwaltskanzleien
  - 1.2.8. Anwaltsgespräche
  - 1.2.9. Unternehmensgespräche
- 1.3. Gründer des Arbeitskreises Außergerichtliche Konfliktlösungen RAK München, zuständig für über 20.000 Anwälte

### **2. Anteil am Kuchen**

#### **2.1. Persönliche Profilierung im Markt**

- 2.1.1. Veröffentlichungen
  - 2.1.1.1. NJW Aufsätze
- 2.1.2. Beschreibung anonymer Fälle
- 2.1.3. Qualifizierte Homepage
- 2.1.4. Profilierung durch Vorstandstätigkeit für EUCON, Mitwirkung im AK RAK
- 2.1.5. Lehrauftrag Universität Jena
- 2.1.6. Vorträge
  - 2.1.6.1. Deutscher Juristentag
- 2.1.7. Präsentationen
- 2.1.8. Presseaktivitäten

#### **2.2. Kooperationen**

##### **2.2.1. Pilotprojekt mit Allianz RS**

- 2.2.1.1. Kostenpauschale
- 2.2.1.2. 1 bis 2 Tage
- 2.2.1.3. Effektive Vorbereitung/Durchführung der Sitzung
- 2.2.1.4. Erfolgsgebühr

### **3. Marktstrategie**

- 3.1. Konzentration auf Wirtschaftsmediation mit höheren Streitwerten (größere Wertschöpfung)

- 3.2. Schwerpunkt: Konflikte zwischen Unternehmen bzw. Gesellschaftern vor dem Hintergrund drohender prozessualer Auseinandersetzungen
- 3.3. Nutzen meiner beruflichen Kompetenzen
- 3.4. Einsatz des Peer-to-Peer-Prinzips

#### **4. Unterstützende Massnahmen**

- 4.1. Netzwerk
- 4.2. Listung als Mediator
- 4.3. Workshops in Anwaltskanzleien