



Das Mandantengespräch als Akquisemethode

Von Johanna Busmann, Hamburg

Der Mandant – das unbekannte Wesen

Ein neuer Mandant ist ein komplexes Wesen. Wodurch kommt er? Wodurch geht er wieder? Was tratscht er in seiner Umgebung über seine Anwälte herum?

Da Anwälte selten Mandantenbefragungen durchführen und noch seltener die Ergebnisse dieser Befragungen zur eigenen Optimierung nutzen, wissen sie die Antworten darauf oft nicht.

- **Mandanten kommen in die Kanzlei aufgrund**

- der besonderen Reputation der Kanzlei
- der besonderen Vortragsqualität eines Anwalts
- eines vorherigen Mandats
- einer Event-Einladung nach dem ersten Mandat
- einer Empfehlung
- eigener Vorerfahrungen (z.B. Vortragsbesuch, private Begegnung)
- von Stichwortsuche im Internet
- von Alphabet im Branchenbuch
- ausgewiesener Besonderheiten der Kanzlei (Spezialisierung, Sprache, Nationalität, Geschlecht bzw. sexuelle Ausrichtung der Anwälte, behindertengerechte Aufgänge, Kinderbetreuung, besondere Werbung bzw. PR)
- der geographischen Bedingungen (dieselbe Stadt, Nachbarschaft)

- **Chronologie der Vertrauensbildung geändert**

Mandanten sind heutzutage - das war vor 10 Jahren noch anders - vor ihrem ersten Besuch in der Kanzlei mit einem gewissen Grundvertrauen ausgestattet, das auf der Annahme beruht: „Ein Spezialist macht nie alles Mögliche, aber ab und zu alles möglich.“

Diesen Eindruck macht oft genug die Webseite.

- **Grundvertrauen mehrten – niemals enttäuschen!**

Ein Mandantengespräch dient dazu, dieses Grundvertrauen zu vermehren, damit "der Neue" selbst Mandant wird (direkte Akquise) und dafür zu sorgen, dass der Mandant seine Begeisterung über die anwaltlichen Kompetenzen in die Lande streut (indirekte Akquise). Schon das Erste gelingt oft nicht.

- **Mandantengespräche sind Akquiseveranstaltungen!**

Ein Mandantengespräch ist eine Inszenierung, während der ein Profi mit einem Nicht-Profi über die juristische Lösung eines in aller Regel unjuristischen Problems spricht.

Ein Anwalt hat das systematisch untersucht und erwähnt an dieser Stelle die Problematik der „asymmetrischen Informationsverteilung zwischen Nachfragern und Anbietern“, doch auch jeder Nicht-Anwalt merkt: Da kann viel schief gehen, daher einige Bemerkungen vorweg:

- **Mandantengespräche dienen in allen drei Zeitzonen unmittelbar der Akquise:**

Gegenwart: zur Ausdehnung des derzeitigen Mandats

Vergangenheit: zum Zurück holen eines ehemaligen Mandanten

Zukunft: um neue Mandanten zu gewinnen

- **Dem Probleminhaber eine Heimat bieten!**

Mandantengespräche dienen auch mittelbar der Akquise, wenn sie dem Mandanten eine durch Empathie und Kompetenz eine „Heimat“ bieten, einen Wiedererkennungswert schaffen (corporate identity), wenn ihre Team- Mitarbeiter sich in Szene setzen können (Team-Stärke) und wenn der Anwalt durch die Führung schwieriger Mandanten (Kaiserstatus) punktet.

Strukturieren Sie Ihre Mandantengespräche

Ein Mandanten-Erstgespräch besteht aus neun Phasen, von denen hier acht dargestellt werden; die Rechtsberatung als fachlicher Teil des Erstgesprächs fehlt hier:

1. Begrüßung / Chemie / Smalltalk-Text
2. Was ist der Kern Ihres Problems?
3. Was ist Ihr Ziel?
4. Wie wird bezahlt?
5. Wie kamen Sie auf unsere Kanzlei?
6. Wie läuft das Mandat ab?
7. Hausaufgaben
8. Assistentin vorstellen

1. Schon die Begrüßung entscheidet über Vertrauen!

Für den ersten Eindruck gibt es keine zweite Chance! Sympathie und Antipathie können sich in den ersten Sekunden entscheiden.

Übertreiben Sie weder Freundlichkeit noch Lautstärke, weder Eile noch Empathie. Lange bevor die Gesprächsbeteiligten gemeinsam am Tisch sitzen, hat der Mandant bereits entschieden, ob der Mandant dem Anwalt die Lösung zutrauen würde.

- **Vorsicht! Mandatiert wird nur über's Gefühl**

Selbst wenn Anwälte höchste Fachkenntnis besitzen: mandatiert wird stets über das Gefühl! In den allermeisten Fällen hat der Mandant im Augenblick der Erstbegegnung noch keinen Vertrag mit dem Anwalt unterzeichnet.

- **Vorsicht! Schweigepflicht!**

Wer den Namen des Abgeholtten vor anderen Mandanten im Wartezimmer erwähnt, verstößt gegen seine Schweigepflicht.

Dasselbe gilt, wenn wartende Mandanten den Namen anderer Mandanten durch die telefonierende Empfangsassistentin erfahren.

- **Vorsicht! Business Knigge!**

Haben Sie mehrere Gäste? Dann wird laut Business-Knigge der „informelle Führer“ der Gäste immer zuerst begrüßt. Das ist sie Person, mit der Sie schon telefoniert oder per mail „Informationen ausgetauscht“ haben.

Diese Regel gilt unabhängig von Alter, Hierarchie und Geschlecht der Gäste. Die Frau wird also NICHT automatisch als erste begrüßt, ebenso wenig wie die älteren Herrschaften im Gästeteam, es sei denn, diese hätten die „informelle Führung“.

Diese zunächst etwas ungewohnte Regel kennt im Geschäftsleben nur eine Ausnahme: Wenn der informelle Führer des Gästeteams nach den Regeln des privaten Knigge agiert, wird er es selbst wichtig finden, dass Frauen oder ältere Herrschaften zuerst begrüßt werden.

Er dokumentiert das deutlich, indem er hinter Frauen oder älteren Herrschaften zurücktritt. Begrüßen Sie in diesem Fall die genannten Personen zuerst.

- **Vorsicht! Small-talk-Allergie!**

Testen Sie den small-talk Bedarf der Gäste. Manche brauchen viel, manche wenig, manche gar keinen!

Als gute Testfrage hat sich bewährt: „Wie war Ihre Anreise? Ich habe gehört, auf der A 6 war heute Stau?“ Bieten Sie mindestens zwei „Andockstationen“.

Wer viel small-talk braucht, um Vertrauen zu fassen, plaudert nun über Staus. Wer keinen braucht, sagt „War erträglich“ und senkt die Stimme.

Wenn der Mandant aus dem Fenster schaut, steigen Sie drauf ein: „Das ist zur Zeit die größte Baustelle der Stadt. Dort entsteht...“

- **Vorsicht! Gastgeberpflichten!**

Sie weisen dann die Sitzplätze zu und setzen sich selbst immer später als alle Gäste. Auch das ist vom Geschlecht aller unabhängig. Sie dokumentieren dadurch Ihr Territorium und machen Ihre Führungsrolle an diesem Tisch klar.

Sie setzen sich NIE gegenüber vom Mandanten sondern in 90 Grad Winkel oder an einen runden Tisch.

Durch das Lehrbuch der „Satanischen Verhandlungskunst“ lernen Anwälte den Verzicht auf weitere schwierige äußere Verhältnisse: eingeengte Platzverhältnisse, unzureichende Getränke, überhitzte oder eiskalte Räume; Lärm, unangenehme Gerüche und andere Störungen von außen.

- **Die Einleitung zeigt bereits Ihre Kanzleiorganisation**

Sie signalisieren bereits in den ersten Sekunden Interesse an Person und Fall. Wenn der Anwalt selbst schon mit dem Mandanten telefoniert hat, paraphrasiert er die kurze gemeinsame Historie so: „Guten Tag, Herr Bergmann, ich freue mich, dass Sie da sind. Wir haben ja schon telefoniert.... Mein Name ist..., ich bin in der Kanzlei der Fachanwalt für...Sie haben mir ja schon berichtet...“

- **Assistentin sofort namentlich erwähnen**

Wenn die Assistentin den Kern des Falles oder den Kern des Wunsches notiert hat, steigt er so ein: „Meine Assistentin Frau Berger hat mir schon aufgeschrieben, dass Sie einen Autounfall hatten, dass die Polizei am Unfallort war und dass Sie eine Vollkaskoversicherung haben. Ist das alles richtig so?“

Der Subtext transportiert hier die Wichtigkeit der Mitarbeiter.

Der Blickkontakt bleibt. Jede Hektik wird vermieden.

2. Der Kern des Problems ist Ihre Arbeits-Basis

Anwälte sind keine Therapeuten, sondern Manager von komplizierten Gesprächen. Daraus folgt, dass nicht die Menge an Informationen einen effizienten Verlauf des Gesprächs verspricht, sondern deren Qualität.

- **Vorsicht! Qualität**

Das Wort „Qualität“ wird durch Mandanten und ihre Anwälte unterschiedlich interpretiert! Der Mandant empfindet Qualität, wenn der Anwalt ihn versteht. Für den Anwalt dagegen ist die rechtliche Verwertbarkeit der Informationen wichtig.

- **Vorsicht! Verzweifelte Probleminhaber**

Sie sind häufig unstrukturiert und lieben ausführliche Schilderungen ihrer „Situation“ aus drei Gründen: Sie

- wissen nicht, was rechtlich wichtig ist
 - haben nur einen einzigen Fall, der sie Tag und Nacht beschäftigt
 - sind nicht in der Lage, klar zu denken, da ihr Stammhirn das Denkhirn blockiert
- **Einstiegsfrage:**
Bewährt hat sich die Einstiegsfrage Frage: „Was ist - in einem einzigen Satz gesagt - Ihr größtes Problem?“ Notfalls hilft auch hier der Perspektivwechsel „Sagen Sie mir in einem Satz, als müssten Sie es einem Kind erklären, was an Ihrem Fall das Schlimmste ist.“ Auch wenn es nicht immer gelingen wird: lassen Sie nichts unversucht, gerade solche Mandanten von vornherein zu lenken.
Wenn Sie geordnete, ruhiger auftretende Mandanten vor sich haben, können Sie die Leine locker lassen durch: „Was kann ich für Sie tun?“ oder sogar: „Was ist passiert?“ Tipp

3. Das Mandantenziel ist Ihr Auftrag!

Keine Details ohne Zielklärung!

Mandanten machen das Ziel, ihre Anwälte den Weg dorthin. Nicht umgekehrt. Viele Mandanten haben allerdings nicht die Kapazitäten, ein rechtlich erreichbares Ziel zu definieren.

- **Es ist anwaltliche Aufgabe, Mandantenziele realistisch zu gestalten.**
Ein Anwalt, der das Mandantenziel mit allen Mitteln verfolgt, wird zum Star des Grillabends in dessen Garten. Nichts wird häufiger weiter getragen als ein durchsetzungsstarker Anwalt. Sein Engagement sorgt für ein belastbares Vertrauensverhältnis.

Gespräche kürzen!

Anwälte kürzen ihre Mandantengespräche drastisch ab, indem sie so früh wie möglich nach dem Ziel des Mandanten fragen:

- „Was möchten Sie ganz am Schluss erreicht haben?“
- „Durch welches Ergebnis wären Sie so richtig zufrieden?“
- „Was ist Ihnen am allerwichtigsten?“

Durch diese Fragen sortieren Mandanten manchmal selbst, welche Teile ihrer Sachverhaltsschilderung wichtig und welche weniger wichtig sind.

Vorsicht! Subtext!

Subtext = der nicht mitgesprochene Text. Er kommt häufig dominanter an als der gesprochene Text und erreicht den Mandanten leider auf der Beziehungsebene.

Da diese die gesamte (auch nonverbale) Kommunikation mit dem Anwalt bis zum Eintritt in ein Vertrauensverhältnis nachweislich regiert, kommt z.B. die anwaltliche Frage „Warum haben Sie Ihren Arbeitsvertrag nicht gleich mitgebracht?“ wie ein scharfer Vorwurf an. Genau dieser wird im Freundeskreis empört weitergetratscht.

4. Die Honorarinformation gehört ins Erstgespräch!

Die Information über das Anwaltshonorar ist nicht nur anwaltliche Pflicht nach BRAO, sondern auch psychologische Voraussetzung für gegenseitiges Vertrauen in einem ungleichen Team. Warten Sie nicht, bis Sie danach gefragt werden! Sprechen Sie das Thema offensiv selbst an – und so früh wie möglich!

Viele Anwälte nutzen die Honorarinformation schon am Telefon, um ihre Leistung sofort zusammen mit der Gegenleistung zu präsentieren oder auch, um Mandanten abzuschrecken. Vielen Anwälten fällt die innerlich und äußerlich souveräne Information über das Honorar schwer. Üben lohnt sich!

5. Die Marketingfrage hilft Ihnen, Geld zu sparen!

"Wie kamen Sie auf unsere Kanzlei?"

Diese Marketingfrage fehlt entweder komplett in Erstgesprächen – oder ihre Antworten werden nicht erschöpfend registriert und ausgewertet.

Durch die Antworten erfährt der Anwalt, welche seiner Werbe-Maßnahmen er ausbauen und welche er sofort einstellen sollte.

- **Vorsicht:**

Das Nicht-Wissen über die Wirksamkeit von Akquise-Maßnahmen ist um ein Vielfaches teurer als die Maßnahme selbst!

6. Wie läuft das Mandat ab?

Strategische und taktische Fragen sind vielen Mandanten ein Buch mit sieben Siegeln! Viele Mandanten wissen nicht, was ein Anspruchsschreiben ist und schon gar nicht, wie lange die Antwort dauern kann.

Taktische Schachzüge und ungewohnte Chronologien müssen ebenso erläutert werden wie Pflichten und Rechte vor Gericht sowie die Parameter außergerichtlicher oder gerichtlicher Verhandlungen.

- **Mandanten einbinden!**

Mandanten, die sich in die Taktik ihres Anwalts eingebunden fühlen, torpedieren diese Taktik nicht.

Erläutert werden hier auch Notfallpläne, Urlaubszeiten, andere Ansprechpartner, die Funktion der Assistentin, Prognosen, Klagewege, Zeiträume, typisches Verhalten von Richtern, Gegnern und Kollegen.

Verbunden mit dem nächsten Punkt wird dem Mandanten mitgeteilt, wie wichtig seine eigene Mitarbeit für die Zielerreichung ist.

- **Tipp analog:**

Heften Sie eine einfach geschriebene, gut visualisierte schriftliche Zusammenfassung aller dieser Themen - in vielen Kanzleien „Mandanteninformation“ genannt - mit Honorarvereinbarung und Dienstvertrag in einen Aktenordner, der Ihr Kanzleilogo trägt und geben Sie dem Mandanten dieses „care-Paket“ nach seinem ersten Termin mit nach Hause.

- **Tipp digital:**

Ihre Assistentin hilft älteren Mandanten beim Einloggen in die E-Akte, unbedingt auch telefonisch.

7. Geben Sie Hausaufgaben!

Hausaufgaben sind ein wichtiges Akquise-Instrument!

Sie sorgen subjektiv und objektiv dafür, dass der Mandant einen eigenen Anteil am Lösen seines Falles behält.

- Subjektiv: Er bleibt mit seinem Fall befasst, behält eine Teilverantwortung für das Ergebnis und „kippt ihn nicht vor die Anwaltsfüße“.

- **Objektiv:** Der Mandant kann manche Aufgaben besser als jeder andere erfüllen. Zählen Sie ihm genau auf, welche das sind: Zeugenlisten, Verträge, Kopien, Telefonate, Korrespondenz, (Gedächtnis-) Protokolle, Gutachten, Arztbesuche, Behördengänge etc.

Abhängig von Intelligenz- und Emotionalisierungsgrad macht es Sinn, ihm eine Aufgabenliste schriftlich zu erstellen.

- **Teamkoordination**

Hausaufgaben beweisen eine gute Teamkoordination, wenn sie durch die Assistentin schon am Telefon durchgegeben werden: Die ersten Hausaufgaben sind die im Erstgespräch benötigten Unterlagen!

- **Autorität der Assistentin erhöhen!**

Diese Informationen stärken die Autorität Ihrer Assistentin dem neuen Mandanten gegenüber und sorgen für den Eindruck hindernisfreien Informationsflusses in der Kanzlei!

Die Assistentin kontrolliert bitte auch den Eingang von versprochenen Mandanten-Unterlagen und mahnt sie bei Verspätung telefonisch an.

Strukturieren Sie dabei Ihre Aufforderungen „Darf ich Sie bitten, drei Unterlagen zum nächsten Termin mitzubringen (oder vor dem nächsten Termin zu übersenden)? Nämlich erstens..., zweitens... drittens.... Schaffen Sie das alles bis Donnerstag 14.30 Uhr?“

Bei emotionalisierten Mandanten fertigen Sie selbst seine Hausaufgabenliste in seiner Gegenwart.

8. Assistentin dem neuen Mandanten vorstellen!

Dieses Vorgehen ist kostenlos, schnell lernbar, hundertfach erfolgreich in Kanzleien jeder Größe erprobt und dreifach lukrativ:

- **Zeitersparnis**

Es reduziert die Anzahl der nicht-notwendigen Stressanrufe in Ihrer Kanzlei („Ist in meiner Sache schon was passiert?“) sofort um 1/3.

Es verschont den Anwalt von organisatorischen Anfragen aller Art und entlastet auch seine Zeitbudgets in einem kuriosen Umfang.

- **Selbstbewusstsein und Rolle**

Es stärkt Verantwortung und Position der Assistentin erheblich, senkt dadurch Krankenstand und Fluktuation zeitgleich mit dem Telefonstress.

- **Mandantenglück**

Es vermittelt dem Mandanten die Sicherheit, dass Anwalt und Assistentin gemeinsam für ihn arbeiten; das erhöht seine innere Ruhe und senkt seine Bereitschaft zu hektischer Telefonitis.

- **Cool:**

Manche Anwälte unterstützen die persönliche Vorstellung ihrer Assistentin, indem sie ihr zum Jahresende ein Zusatzgehalt von 120 Euro gewähren.

Im Gegenzug kauft sie im Winterschlussverkauf einen Hosenanzug in gedeckten Farben, den sie bei der Arbeit trägt.

- **Cooler:**

Dadurch entfallen peinliche Gespräche – peinlich sind sie besonders für männliche Chefs (!) - über nabelfreie T-Shirts, sichtbare Tattoos und ungepflegte Erscheinungen aller Art am Empfang!

**ACHTEN SIE BITTE IMMER MEIN © COPYRIGHT!
DANKE FÜR IHR INTERESSE!**

Johanna Busmann

busmann training@, hamburg
tel: 0171 1244321

mail: [info@busmann training.de](mailto:info@busmanntraining.de)

www.anwalts-akquise.de
www.anwalts-coach.de

