

## BUCHBESPRECHUNG

Johanna Busmann  
 „Chefsache Mandantenakquisition“  
 – eine alphabetische Anleitung für  
 die anwaltliche Akquise

De Gruyter 2013, 530 Seiten, gebunden,  
 ISBN 978-3-11-029362-3, 69,95 €

### Der Leser

Ich bin seit 5 Jahren Anwalt und habe schon viele Mandanten gewonnen, betreut und beraten. Ich habe das mit mehr oder weniger Struktur ganz gut geschafft. Meine „gute Arbeit“ wird offenbar gut weiter getragen. Ich habe Spaß an meiner Arbeit. Ich bin gern Anwalt. Doch gelernt haben wir Anwälte davon nichts. In unseren Ausbildungen werden alltäglich wichtige Themen ausgespart wie Verhandlungen, Zeugenvernehmungen und auch Akquise!

### Die Lehrerin

Ausgerechnet eine ehemalige Lehrerin „füllt diese Lücke“, wie der Buchrückentext zutreffend verspricht. Johanna Busmann trainiert seit 23 Jahren Anwaltskanzleien jeder Größe. Ihre Referenzliste ([www.busmann-training.de](http://www.busmann-training.de)) liest sich wie das „Who-Is-Who“ in der deutschen Anwaltschaft.

In dem Buch „Chefsache Mandantenakquisition“ (De Gruyter) erklärt sie bis ins rhetorische Detail – alphabetisch geordnet – hunderte von Tipps zur anwaltlichen Akquise. Jeder einzelne davon ist in den durch sie trainierten „156 Kanzleien jeder Größe“ ausprobiert worden.

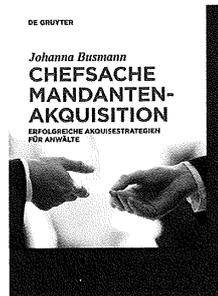
### Das Buch

Es ist dick (530 Seiten), es ist spannend (jede Behauptung wird durch Kanzlei-„Klassiker“ belegt; man erkennt

sich dauernd wieder!), es ist witzig („Richter gehören, genau wie Türsteher, Kellner, Putzfrauen und Polizisten zu den territorialen Verhandlern“), es ist angenehm strukturiert (Jedes Kapitel beginnt mit einer Themenübersicht!), es ist schockierend („Anwälte verwenden Marketingmaßnahmen, deren Wirkungslosigkeit sie kennen“) und es ist erstaunlich alltagstauglich!

Frau Busmann meidet Verallgemeinerungen, folgenlose Appelle und Beliebigkeit. Sie kreist immer wieder ein, wann, für wen, in welcher Kanzleigröße

eine Strategie sinnvoll ist und wann nicht. Sie liebt Details; besonders wertvolle finden sich in allen rhetorischen Strategien: Verzicht auf „Warum“-Fragen und auf „aber“, Verzicht auf „Bandwurmsätze“ und auf „Helvetica-10-Punkt-Bleiwüsten“ auf Präsentationsfolien. In jeder Zeile und an jedem der 1000 Beispiele merke ich, dass Frau Busmann in Kanzleien ein und aus geht. Am Textrand finden sich die „I“ Symbole für „Information. Jede „I“ ist eine Diskussion in der Kanzlei und im eigenen Kopf Wert („Bestimmen Sie Ihre Klientel eher durch deren Branchen- als durch deren Problemgemeinschaften“). Offenbar haben auch anwaltliche Arbeitsweisen bereits auf die Autorin „abgefärbt“: Am Ende eines jeden Kapitels steht eine „Fünf-Punkte-Ergebnis-Zusammenfassung“ – auch unter „I“.



Ein Tipp von mir: Lesen Sie mal jedes Kapitel vom Ende her! Dann wissen Sie vorher, was Sie bekommen werden!

### Das Neue:

Einige für mich komplett neue Ideen haben mich inhaltlich besonders beeindruckt:

Die Strategie, Fach-Journalisten von mir aus anzurufen, auch im Vorfeld eines heiß umstrittenen Urteils, sorgt für eine aktive Möglichkeit, „Multiplikatoren“ (Busmann) besser als zuvor zu nutzen. Im Buch steht ein wörtliches Beispiel eines solchen Telefonats, durch das einem Kollegen das Platzieren einer regelmäßigen Kolumne gelang.

Mandanten-Inhouse-Veranstaltungen sind die teuersten aller Akquisemaßnahmen; nur die schlechte Behandlung von Mandanten ist noch teurer! Leser lernen die „Staffelübergabe“, jenes „Stehstisch-Hopping“, durch das der Vortragende des Abends nach seinem Vortrag die eigentliche Akquise einleitet.

Das Buch grenzt – für mich ebenfalls neu – die Begriffe Werbung, Marketing und PR sauber voneinander ab, indem jedes sein eigenes Kapitel erhält. Allein die Informationen über Werbung und deren taktische Ausrichtung können das Werbe-„konzept“ einer Anwaltskanzlei torpedieren – oder ganz neu erschaffen helfen.

### Das Ergebnis:

Frust über das Mögliche und Begeisterung über das bereits Erreichte könnten sich bei der Lektüre die Waage halten. Bei mir war es genau umgekehrt!

RA Alexander Schreiber, Leipzig

**@ktuelles**

Gern informieren wir Sie über Neuigkeiten per E-Mail. Senden Sie uns bitte Ihre aktuelle E-Mail-Adresse mit Ihrem Namen und dem Betreff „Aktuelles“ an:

[info@rak-sachsen.de](mailto:info@rak-sachsen.de)

