

Deutsches Anwaltsblatt 4 / 2013, S. 261, Rechtsanwalt Dr. Matthias Kilian, Köln:

Bestens bekannt in der Anwaltsszene ist *Johanna Busmann*, die seit mehr als zwei Jahrzehnten Rechtsanwälte coacht. Sie hat nun das Buch „*Chefsache Mandantenakquisition*“ veröffentlicht. Seine Grundbotschaft: Nicht die Konjunktur, störrische Mandanten oder die fehlende Zeit machen Akquise schwierig, sondern der Umgang der Anwälte mit ihrer immer noch ungewohnten Rolle als Unternehmer, Verkäufer und Chefs.

Das Buch verdient als solches in zweifacher Hinsicht Anerkennung: Berater publizieren zwar gerne, aber eher in kleinen Dosen und unverbindlich, ist Schreiben doch nicht nur aufwändig, sondern führt auch zur Preisgabe von eben jenem Know-How, mit dem man eigentlich sein Geld verdient. Marketingbücher haben daher häufig eher den Charakter von wenig konsistenten Aufsatzsammlungen, die den Leser mit einer gewissen Ratlosigkeit zurücklassen.

Busmann lässt uns hingegen umfassend an ihrem Wissen teilhaben und breitet dieses auf mehr als 500 Seiten aus. Das Buch ist in Form eines „ABC der Mandantenakquise“ aufgebaut – wer allerdings jetzt eine Art kleinen Brockhaus mit Hunderten Stichworten fürchtet, sei beruhigt: „A wie Assistentin“, „F wie Flexibilität“, „M wie Mandantengespräche“ oder „W wie Werbung“ sind lediglich Kapitelüberschriften, unter denen die sich hinter den Stichworten verbergenden Marketingthemen mal auf fünf bis zehn, mal auf 20 bis 30 Seiten umfassender aufgearbeitet werden.

Der Schreibstil ist durchweg flott, Überschriften wie „Die rhetorische Apokalypse: Wir müssen jetzt noch über Geld reden“ oder „Die Ich-Botschaft – Botschafterin der taktischen Selbstverkleinerung“ lassen nicht nur schmunzeln, sondern machen auch neugierig. Erörtert wird nicht, wie so häufig, „der Rechtsanwalt“ oder „die Kanzlei“, der Leser wird von *Busmann* vielmehr durchgängig direkt angesprochen.

Nicht weil sich der Rezensent häufiger zitiert sieht, gefällt vor allem, dass *Busmann* ihre Überlegungen wann immer möglich, durch empirisches Datenmaterial fundiert – allzu häufig habe ich mir in der Vergangenheit beim Lesen von Managementliteratur gedacht, dass dort angestellte Betrachtungen mit der empirisch nachgewiesenen Realität wenig zu tun haben und letztlich nur – kaum hilfreiche – Meinungen oder Anekdoten verbreitet werden.



Chefsache Mandantenakquisition Johanna Busmann, Verlag De Gruyter, Berlin 2012, 530 S., ISBN 978-3-11-029362-3, 69,95 EUR