

BERUF UND KARRIERE V2/13

Süddeutsche Zeitung Nr. 108, Samstag/Sonntag, 11./12. Mai 2013

Anwaltskontos Liebling. Rechtsanwälte reden zu viel und fragen zu wenig. Sie wirken oft blasiert und produzieren Bandwurmsätze. Und wenn sich ein Mandant nach der voraussichtlichen Höhe des Honorars erkundigt, dann schwurbeln sie herum, was das Zeug hält – aber eine klare Aussage ist ihnen selten zu entlocken.

Das sind nur einige der Gründe, warum es den meisten Rechtsanwälten an Stammkunden mangelt: Sie wissen zwar vieles, was Recht ist, aber sie haben nie gelernt, sich und ihre Leistungen zu verkaufen.

Kanzleimarketing, Kompetenzpräsentation, Zieldefinition und der Umgang mit den Medien werden im Staatsexamen nicht abgefragt.

Ein-Mann-Kanzleien und Büros mit nur wenigen Juristen sind auf ihr Verkaufstalent und ihren guten Riecher angewiesen, und wo die fehlen, droht die Insolvenz.

Nach der Lektüre des 530 Seiten starken Verkaufsratgebers „Chefsache Mandantenakquisition“ sollten selbständige Juristen, die am Monatsende mehr Geld auf ihrem Konto sehen wollen, zumindest von der Idee her verstanden haben, wie sie neue Mandanten gewinnen und ihre Honorarumsätze erhöhen können.

Die Autorin, Rhetoriktrainerin für Rechtsanwälte und Richter und Dozentin für mandantenzentrierte Kommunikation an der Bucerius Law School, präsentiert in ihrem Nachschlagewerk eine Vielzahl alphabetisch geordneter Kommunikationsstrategien, gefährliche Fallstricke und Erfolgsbeispiele für die gekonnte Mandantenwerbung und -bindung.

Der Praxis-Check wird gleich mitgeliefert, denn mehr als 20 Anwälte kommentieren die Tipps und ergänzen sie mit ihren Alltagserfahrungen. Hieraus können übrigens auch Unternehmensberater und Wirtschaftsprüfer Honig saugen. Auch die reden oft zu viel und fragen zu wenig.

Christine Demmer /SZ

Johanna Busmann:

Chefsache Mandantenakquisition.
Erfolgreiche Aquisestrategien für Anwälte.
Verlag De Gruyter, Berlin 2012, 69,95 Euro

