

Kommunikation zwischen Anwalt und Mandant

Klartext zeugt von Kompetenz

Ob frisch von der Uni oder erfahrener alter Hase: Fachwissen, Ehrgeiz und eine Berufshaftpflichtversicherung reichen nicht aus. Vorbereitet sein muss der Berufsträger vor allem auf das Wichtigste: den Mandanten. Ob es das Honorar auszuhandeln gilt oder die Klage erfolglos war – mit geschickter Kommunikation kein Problem.

Rechtsberatung hat ihren Preis, doch wenn konkrete Zahlen im Raum stehen, ist mancher Mandant überrascht über das, was da auf ihn zukommen kann. „Es ist anspruchsvoll, ein angemessenes Honorar auszuhandeln, aber kein Unternehmer, der Erfolg haben will, kommt daran vorbei, gute Preise für seine Dienstleistungen zu verlangen“, meint Eva Engelken, Buchautorin („Klartext für Anwälte“) und PR-Beraterin in Mönchengladbach.

Die erste Voraussetzung sei hier, den eigenen Marktwert zu kennen sowie den speziellen Nutzen des eigenen Angebots für den Mandanten. „Das Angebot vom Nutzen für den Mandanten her formulieren“, rät sie. Nur mit dem Preis zu argumentieren, sei dagegen kontraproduktiv, denn billigere Konkurrenten gebe es immer.

Coach und Diplom-Kauffrau Barbara Schaefer aus Nürnberg, die sich auf Kanzleimarketing spezialisiert hat, nennt für alle heiklen Themen als erste Voraussetzung, damit die Kommunikation gelingt: „Transparenz und Ehrlichkeit.“

Schlechte Aussichten, eigene Fehler – aber Reden ist Gold

Auch wenn es um einen Rechtsstreit gehe, der wenig Aussicht auf Erfolg hat, geht Barbara Schaefer's Tipp in Richtung Offenheit: „Transparenz ist das Wichtigste: Chancen und Risiken offen ansprechen, beschreiben, was man tun kann – aber auch, wo Grenzen sind.“ Vielleicht auch darauf hinweisen, dass die Parteien vor Gericht ein Urteil bekommen, aber keine Lösung des Problems, der Streit manchmal bestehen bleibe. Da könne der Rechtsanwalt – auch um die Erwartungen an die eigenen Möglichkeiten abzustecken – auf eine Mediation verweisen.

Aber wie bringt ein Anwalt seinem Mandanten am besten bei, dass der Prozess verloren ist?

Trainerin Barbara Schaefer schlägt vor, zuerst aufzuzählen, was man alles unternommen hat, dann das Ergebnis folgen zu lassen. Am besten solle man die Entscheidung des Gerichts mit dem Mandanten durchgehen und nachvollziehen, in welchen Punkten der eigenen Argumentation nicht gefolgt wurde und welche Konsequenzen das hatte.

Auch bei eigenen Versäumnissen hilft es nicht zu schweigen und zu hoffen, dass es nicht auffällt. „Es

trauensverhältnis zwischen Anwalt und Mandant. Eine solide Vertrauensbasis zahlt sich in Krisen aus: So lassen sich negative Nachrichten leichter überbringen, wenn das Vertrauen stimmt, meint Engelken.

Das Fingerspitzengefühl des Juristen ist also jederzeit gefragt. „Sich bewusst machen, dass er es als Fachmann meist mit Laien zu tun hat, die ihn aufsuchen, weil sie in einer für sie wichtigen Angelegenheit seine Unterstützung benötigen. ‚Ernst nehmen‘ heißt das Schlagwort, das so leicht gesagt und so schwer umzusetzen ist“, erklärt Barbara Schaefer. Denn ob



gibt keinen Anwalt und keine Anwältin, der oder die nicht im Laufe ihrer Tätigkeit irgendwas verbockt“, beruhigt die Juristin Eva Engelken. „Klare Versäumnisse mit Folgen für den Auftraggeber sollte man rechtzeitig und umfassend kommunizieren. Natürlich jeweils verbunden mit einer Empfehlung an den Mandanten, was weiter zu tun ist.“ Entscheidend sei, dem Mandanten jederzeit das Gefühl zu geben, ihn verantwortungsvoll zu beraten. Dazu gehöre es auch, ihm unangenehme Wahrheiten schonend nahe zu bringen.

Vertrauen wecken und Gefühle ernst nehmen

Die Grundlage der gelungenen Kommunikation bleibt aber: Das Ver-

trauen ernst genommen würden, das spürten sie auf der emotionalen Ebene.

„Sie machen sich Sorgen, ärgern sich oder haben Angst. Alles Emotionen, die für den versierten Fachmann häufig nicht nachvollziehbar sind, weil es zu seiner Alltagsroutine gehört, sich zum Beispiel mit Drohbriefen, Anzeigen und den Gerichten auseinanderzusetzen.“ Daher gehe es im ersten Schritt immer darum, das Vertrauen zu gewinnen, durch fachliche Kompetenz, aber auch durch das Würdigen der – aus Sicht des Mandanten – „Ausnahmesituation“.

Und damit habe man gleich etwas für die Mandantenbindung getan: „Ein Mandant, der wirklich Vertrauen gewonnen hat, wird wiederkommen“, meint die Beraterin.

Klartext statt Floskeln

Ein Anwalt muss – oder darf – sich immer wieder neu auf die Menschen einlassen, die seine Mandanten sind oder es werden sollen. Das ist nicht immer leicht. „Deshalb ist auch ein Anwalt nicht schlecht beraten, wenn er sich zusätzlich auch Coaching-Techniken und Psychologiekenntnisse aneignet. Andererseits sollte sich jeder Dienstleister – ob junger Anwalt oder erfahrener Kanzleigründer – klarmachen, dass er nicht von allen Typen von Mandanten geliebt werden kann“, meint Eva Engelken.

Das gilt auch umgekehrt: „Kunden muss man nicht lieben, aber respektieren. Wenn das im Einzelfall nicht gelingt, lieber das Mandat ablehnen“, meint PR-Expertin Schaefer. Besserwisserei, Bagatellisieren, Monologe seien ebenso fehl am Platz wie Fachchinesisch. Außerdem gelte es, die Sach- und Gefühlsebene voneinander zu unterscheiden. „Letztere ist die Wichtigere, deshalb scheuen sich ja so viele Rechtsanwälte davor“, so Schaefer.

Ein Anwalt sollte sich daher bei jeder Form von Kommunikation – ob schriftlich oder mündlich – auf das Gegenteil einstellen, meint Engelken, und die Sprache des Gegenübers sprechen. „Beim persönlichen Gespräch mit Mandanten fällt das den meisten Anwälten leicht. Bei offiziellen Anlässen glauben viele, nur eine formelle, anwaltstypische Ausdrucksweise unterstreiche ihre Kompetenz.“ Sie selbst hat aber die Erfahrung gemacht, dass das Gegenteil der Fall ist: „Man sollte sich von dem Irrglauben verabschieden, Kompetenz als Anwalt beweise man nur mit gestelzter, floskelhafter und möglichst juristisch klingender Ausdrucksweise.“

Und Klartext könne man üben, indem man Ratgeber liest und Seminare besucht, außerdem rät Eva Engelken: „Sich seine eigenen Schriftstücke immer selbst laut vorlesen. So merkt man, ob der Satzbau gut ist. Wenn man Zweifel hat, ob die Zielgruppe einen versteht, sollte man versuchen, einen Testleser oder Testhörer zu finden.“

Denn: Je klarer die Sprache, desto größer die Wirkung – wer wollte sich diese Chance entgehen lassen.

Die Autorin Judith Hammer ist Rechtsanwältin und freie Journalistin.