

Inhalt

Vorwort	4
Zur Lage der Rechtsberufe	5
Perspektiven des strategischen Anwaltsmarketings	29
Operatives Marketing:	
Kommunikationspolitik	61
Produktpolitik	79
Distribution und Vertrieb	101
Preispolitik	113
Corporate Design	123

Vorwort des Herausgebers

Verehrter Leser, verehrte Leserin,

vor etlichen Jahren beschloss ich, Rechtswissenschaften zu studieren. Als junger Mensch, der weiß, wie das Leben läuft, vermutete ich, dass mich die Zentralstelle für die Vergabe von Studienplätzen ins heimatnahe Münster verteilen würde, und so zog ich dorthin. Tatsächlich verteilte mich die ZVS jedoch nach Heidelberg, aber zu diesem Zeitpunkt hatte ich bereits alle Poster in meiner Münsteraner Studentenbude aufgehängt. So beschloss ich also, mich für das ZVS-freie Fach Volkswirtschaftslehre einzuschreiben, und was soll ich sagen – die Entscheidung war goldrichtig! Als diplomierter Wirtschaftswissenschaftler führe ich inzwischen ein Leben in Saus und Braus, habe einen Rolls Royce speziell zum Zigarettenholen und kann Ihnen als Volkswirt sogar schlüssig erklären, warum das alles seine Richtigkeit hat.

Den vorliegenden Sammelband mit den schnell vergriffen gewesenen Themenheften von „Urteil & Vermögen“ haben wir zusammengestellt, um Sie als Anwalt oder Anwältin von den Chancen zu überzeugen, die das freie Spiel der Marktkräfte für Sie bereithält. Denn an eines müssen sich Anwälte in Zukunft gewöhnen: „Unternehmerisches Denken tritt mehr in den Vordergrund.“¹ Und da ist es dann gar nicht verkehrt, ein Kompendium wie dieses gelesen zu haben.

Nürnberg, im Frühjahr 2016

Andreas Rother

Der Verlag dankt seinen treuen Werbekunden, allen voran der Kanzlei SCHNÖSEL HANDAUF & PARTNER, für ihre erfrischend innovativen Werbeaufträge. Wer weiß, vielleicht sind Anzeigen wie diese eines Tages sogar zulässig.

1 PROGNOSE AG: „Der Rechtsdienstleistungsmarkt 2030. Eine Zukunftsstudie für die deutsche Anwaltschaft“, Berlin 2013, S. 126.