

Rezeption

Handbuch der Beweiswürdigung. *Handbuch, ZAP Arbeitsbuch, von Andreas Geipel, Wolters Kluwer Deutschland – ZAP Verlag Köln, 2. Aufl. 2013, LXIII u. 1385 S., geb., 158 €, ISBN 978-3-89655-694-3.*

Das Gesetz geht in § 529 Abs. 1 Nr. 1 ZPO von der Annahme aus, dass die Beweiswürdigung erster Instanz im Normalfall richtig ist. Diese Annahme ist offensichtlich falsch, worauf *Doukoff* aus Sicht eines Berufungsrichters zutreffend hingewiesen hat (Zivilrechtliche Berufung, 4. Aufl. 2010, Rn. 367). Ein Großteil der Beweiswürdigungen, sofern eine solche überhaupt vorliegt, verzichtet auf eine individuelle Auseinandersetzung mit dem Beweiswert eines Beweismittels und erschöpft sich in Floskeln. Der Rechtsanwalt muss deshalb in der Lage sein, eine richterliche Beweiswürdigung auf ihre Richtigkeit zu überprüfen und eine fehlerhafte Beweiswürdigung anzugreifen.

Hierbei leistet das Handbuch von *Geipel* wertvolle Hilfe. Zielsetzung des Werkes ist, die Gedankenführung im Urteil transparent zu machen und systematische Fehlerquellen zu erkennen und zu vermeiden. Es richtet sich sowohl an die Wissenschaft als auch an die Praxis. Der Leser kann alles für die konkrete Fallbearbeitung Relevante sofort finden und ist nicht gezwungen, das gesamte Werk zu lesen. Die damit verbundene Kehrseite, nämlich dass der, der das ganze Werk liest, zwangsläufig auf Wiederholungen stoßen muss, tut dem insgesamt überaus positiven Eindruck keinen Abbruch.

Es konnte wissenschaftlich nachgewiesen werden, dass menschliches Denken sehr anfällig für systematische Urteilsfehler und für Selbstüberschätzung ist. Die hohe Zahl der fehlerhaften Beweiswürdigungen steht damit in einem engen Zusammenhang. Bislang konnte der Praktiker allenfalls auf Einzelfallentscheidungen zurückgreifen, da es kein überschaubares und geschlossenes System in der Rechtsprechung der deutschen Gerichte zur Beweiswürdigung gibt.

Hier setzt der Autor an und behandelt in Teil 1 des Handbuchs zunächst die Notwendigkeit der Objektivierung der Beweiswürdigung mit eigenen Vorschlägen zu ihrer Durchführung. Die gefundenen Ergebnisse werden sodann an einem realen Beispielfall überprüft. Teil 2 des Handbuchs befasst sich mit der Widerlegung des Urteils durch logische Würdigung von Indizien und behandelt die häufigsten Fehler in der Beweiswürdigung sowie die wichtigsten Aussagekriterien, wiederum dargestellt an realen Beispielfällen (u.a. am Mordfall Sedlmayr). Ein besonders sicheres Beweismittel ist der Zeugenbeweis. Die Analyse und die Würdigung der Zeugenaussage werden erschöpfend in Teil 3 des Werkes dargestellt. Breiten Raum nimmt auch das zivilprozessuale Beweisrecht ein, das in Teil 4 des Handbuchs behandelt wird. Der Autor gibt hier umfangreiche Hinweise zur Substantiierung und richterlichen Hinweispflicht. Ein eigenes Kapitel ist der Zeugeneinvernahme aus taktischer Sicht gewidmet, u.a. auch unter Berücksichtigung der Tatsache, dass man es in der forensischen Praxis nicht selten mit verschiedenen Arten von Lügneren zu tun hat. In eigenen Kapiteln thematisiert werden des weiteren Angriffe auf zivilrichterliche Zeugenbeweiswürdigungen sowie das Geständnis und Justizirrtümer. Für die praktische Arbeit wichtig ist auch die Darstellung der prozesstaktisch besonders relevanten Situationen im Zivil- und Strafverfahren unter Einbeziehung problematischer Zeugenaussagen wie z.B. Polizeibeamte, Beifahrer, Mitbeschuldigte und am Prozessausgang Interessierte. Abschließend stellt der Autor die Entscheidungsmechanismen in Vergleichsverhandlungen in einem eigenen Kapitel dar.

Als Fazit bleibt festzuhalten, dass in dem Handbuch von *Geipel* alle Fragen, die sich im Zusammenhang mit der Beweiswürdigung im Straf- und Zivilprozess stellen, eingehend behandelt werden. Das Buch ist gut lesbar und kann auch als Nachschlagewerk benutzt werden. Der umfangreiche Inhalt wird durch das ausführliche Sachregister gut erschlossen. Der Leser wird hier für alle praxisrelevanten Probleme der Beweiswürdigung Antworten finden. Als »Bibel« der Beweiswürdigung kann das Handbuch von *Geipel*

jedem forensisch tätigen Praktiker und darüber hinaus allen an Fragen der Beweiswürdigung Interessierten zur Anschaffung wärmstens empfohlen werden.

Rechtsanwalt RUDOLF GÜNTER,
WOTAXlaw Partnerschaftsgesellschaft, Aachen

Praxishandbuch Anwaltsmarketing – Mandanten gewinnen mit System. *Handbuch, von Ilona Cosack und Angela Hamatschek, NWB Verlag Herne 2013, 296 S., geb., 59 €, ISBN 978-3-482-64291-3.*

Anwaltliche Kompetenz allein ist auf dem umkämpften Markt längst kein Garant mehr für die Gewinnung von neuen Mandanten und eine wirtschaftlich erfolgreiche Kanzleiführung. Die unmittelbare Konkurrenz unter den Rechtsanwälten ist in den letzten Jahren stetig gestiegen. Die Märkte sind kaum mehr erweiterungsfähig. Die fachliche Kompetenz der im Markt agierenden Rechtsanwälte wird von den Mandanten als selbstverständlich vorausgesetzt und kann von ihnen auch kaum richtig bewertet werden. Umso wichtiger ist die Art und Weise, wie sich Rechtsanwälte heute im Markt präsentieren. Auf Marketing kann heutzutage kein Rechtsanwalt, sei er »Einzelkämpfer« oder in einer mittleren oder größeren Sozietät tätig, mehr verzichten. **Kompetente Hilfestellung hierbei bietet das Handbuch von Cosack und Hamatschek.** Beide Autorinnen beraten Anwälte und Steuerberater seit vielen Jahren in der Frage, wie man Mandanten gewinnt und auf Dauer behält. Die Autorinnen haben ihr Know How nunmehr in dem vorliegenden Werk zusammengefasst. Da Steuerberater Anwälten im Management voraus sind, erweist sich der Blick auf beide Berufsgruppen als sehr hilfreich.

Autorinnen und Verlag definieren als Ziel des Handbuchs, dem Leser ein Werkzeug an die Hand zu geben, das ihn dazu befähigt, dauerhaft professionelles Marketing zu betreiben. Das Werk hat dabei vier unterschiedliche Marktsegmente im Auge: Den Kanzleigründer, den Einzelanwalt, die kleine Sozietät und das interdisziplinäre Büro aus Rechtsanwälten, Steuerberatern und Wirtschaftsprüfern. Diese Differenzierung ist deshalb sehr bedeutsam, weil sich die Probleme bei der Akquisition von Mandanten in allen Praxisfeldern sehr unterschiedlich darstellen können.

In jedem der vier Marktsegmente **identifiziert das Handbuch fünf Handlungsfelder (Strategie, Beziehungspflege, aktives Empfehlungsmarketing, überzeugender Außenauftritt und Marketingplan), die jeweils von der Strategie bis zur Umsetzung dargestellt werden.** Dabei belassen es die Autorinnen nicht nur bei einer Darstellung im Text, vielmehr werden jeweils drei bis vier »Erfolgshelpe« in Form von Checklisten vorgestellt, Fragen entwickelt und viele Werkzeuge vorgeführt, die aus der praktischen Beratung entstanden sind.

Alle Handlungsfelder und Erfolgsfaktoren für ein professionelles Anwaltsmarketing werden systematisch dargestellt, sodaß der Leser in die Lage versetzt wird, gemeinsam mit seinen Mitarbeitern ein stimmiges Marketingkonzept für die eigene Kanzlei zu erarbeiten, es konsequent durchzusetzen und weiter zu verfeinern.

Dabei profitiert der Leser jederzeit von der langjährigen Erfahrung der Autorinnen als Kanzleiberaterinnen, die neben einer Vielzahl praktischer Beispiele auch Einblick in Mandantenumfragen geben und das Internet durch viele Verweise auf weiterführende Webseiten für den Leser erschließen. Die Darstellung ist durchweg gut verständlich und an vielen Stellen auch unterhaltsam zu lesen. Die Anschaffungskosten für das Handbuch werden sich schon nach kurzer Zeit bezahlt machen, wenn man einzelne der vielfältigen Anregungen der Autorinnen für das Marketing der eigenen Kanzlei umsetzt. **Sehr empfehlenswert!**

Rechtsanwalt RUDOLF GÜNTER,
WOTAXlaw Partnerschaftsgesellschaft, Aachen

Mit dieser Ausgabe verteilen wir eine Beilage vom Dt. Anwaltsverein Bonn.
Wir bitten um freundliche Beachtung.