

# NJW-Stellenmarkt

Die Jobbörse für Juristen – [www.beck.de](http://www.beck.de)

## Die Renaissance der Boutique?

von Raphael Slowik, Rechtsanwalt, Hays Legal

Dieser Beitrag soll ein Phänomen beleuchten, welches in den einschlägigen Veröffentlichungen den Marktteilnehmern als „Spin-Off“ bekannt ist. Eine Vielzahl von Anwälten der großen deutschen Anwaltskanzleien scheidet dort gewollt aus und gründet kleinere Einheiten, die oftmals dann als sog. Boutiquen bezeichnet werden bzw. sich so nennen.

Diese Geschäftsmodelle stehen in direkter Konkurrenz zu den sog. Großkanzleien, meist ist dies dem Umstand geschuldet, dass die Gründungen als „Startkapital“ neben der fachlichen Qualifikation und der hervorragenden Ausbildung oft Mandate aus den großen Kanzleien „mitnehmen“ und auf den hoch profitablen Beratungsmärkten dann als Mitbewerber der ehemaligen Mandatsträger auftreten.

In den vergangenen fünf Jahren gründeten wahrnehmbar aus den Kanzleien des *magic and silver circle* vorwiegend Associates eigene Kanzleien und sind seitdem erfolgreich am Markt tätig.

Die Fragen, die sich hieraus ergeben, sind von höchstem Interesse, z. B., ob es sich hierbei um ein zukunftsträchtiges Geschäftsmodell handelt, welche Umstände die Anwälte in der Regel bewegen, sich herauszulösen und welche Chancen diese Einheiten für Nachwuchskräfte bieten.

Grundsätzlich ist der gewählte Terminus erläuterungsbedürftig, denn die Bezeichnung als Boutique bedarf der Erklärung, welche Merkmale hierdurch transportiert werden sollen.

Boutique steht oft als Synonym für Spezialisierung an sich, ohne Berücksichtigung der FAO und der in §§ 2 ff. FAO normierten Voraussetzungen einer nachgewiesenen Vertiefung von Fachkenntnissen im Sinne einer Spezialisierung und der daraus resultierenden Befugnis, einen Fachanwaltstitel zu führen.

Dennoch ist oft die Erklärung zu lesen, dass man als Boutique eine „ausgewiesene Spezialisierung“ in bestimmten Rechtsgebieten habe, die sich auf eine besondere Ausbildung, dort gewonnene Erkenntnisse und weitreichende Erfahrung in oftmals nur wenigen, aber dafür hoch profitablen Rechtsgebieten zurückführen lässt.

Wahrnehmbar am Markt und beispielhaft soll hier die Gründung der Rechtsanwaltskanzleien RRGH (Renzenbrink Raschke v. Knobelsdorff Heiser) in März 2004 sowie KAHB (Kruhl Arends Hofert Bergemann) Mitte 2003 genannt werden, die sich jeweils von der Hamburger Kanzlei Freshfields Bruckhaus Deringer abspalteten. Begründet wurde die Eigenständigkeit durch die Konzentration auf dauerhafte Beratung von Unternehmen und Transaktionen, also weg vom Ansatz einer Full-Service-Kanzlei und dem Bild des Anwaltes als juristischer Berater in allen rechtlichen Fragen des Mandanten.

Die Boutique kann durch zwei wesentliche Merkmale von einer Full-Service-Kanzlei unterschieden werden.

Zum einen zeichnet sich diese Art der Kanzlei oftmals dadurch aus, dass die Berufsträger in kleineren Einheiten (weniger als zehn Berufsträger) agieren und zu diesem Zweck gemeinsam als Team einer größeren Kanzlei zu einer selbstständigen Practice-Group werden.

M&A-Teams o.ä. mit entsprechender Erfahrung und Mandanten im „Rucksack“ setzen es sich zum Ziel, als spezialisierte Boutique laufende Mandatenberatung bei weniger umfangreichen Transaktionen anzubieten. Als kleinere Teams haben Sie es vergleichsweise einfach, eine niedrige Kostenstruktur in die Honorargestaltung miteinfließen zu lassen und können demnach den Mandanten „über den Preis“ gewinnen, dem kleinen Team zu folgen. Kleine Teams bieten den Vorteil, dass die Kollegen sich seit mehreren Jahren kennen und eingespielt sind und so im Tagesgeschäft kaum Reibungsverluste entstehen, da man in der Vergangenheit die wesentlichen Prozesse aufeinander abstimmt.

Das andere Kennzeichen von Boutiquen ist eine auf Mandatsseite ausgewiesene Alleinstellung, die möglicherweise aus besonderen Beziehungen der Berufsträger zu einem Unternehmen oder einer Branche herrühren können, wie z.B. in der Affinität bekannter Kanzleien zur IP oder Technologiepraxis. Hieraus ergibt sich, dass die Kanzlei auf in diesen Branchen anfallenden Tätigkeitsgebieten langjährig kontinuierlich tätig ist und daraus resultierend ihre Berufsträger mit diesen Rechtsgebieten besonders vertraut sind. Vielfach sind die Kenntnisse so tiefgreifend, dass andersartig gelagerte Mandate nicht mehr angenommen werden können.

Der Unterschied zur Full-Service-Kanzlei liegt demnach auf der Hand. Während die Full-Service-Kanzlei Wissen und Kompetenz in jeglichen Rechtsgebieten bevorraten muss, vertraut die Boutique auf die Vertiefung der Erfahrung in der Nische. Daraus resultiert auch die Verpflichtung der Kanzlei, den Mandanten möglichst umfassend und ihn in vielen Rechtsgebieten gleichermaßen gut zu beraten.

Für den juristischen Nachwuchs stellen kleinere Einheiten mit hoher Spezialisierung durchaus eine Alternative in der Karriereplanung dar, denn die aufgezeigten Vorteile der Boutiquen schlagen sich im Bedarf der Kanzleien an Nachwuchskräften direkt nieder, allein der Stellenmarkt dieser Zeitschrift belegt dies jede Woche eindrucksvoll.

Viele Neugründungen sind mit dem „Geschäftsmodell Boutique“ erfolgreich am Markt präsent, dementsprechend soll in einer der nächsten Ausgaben weiter vertieft werden, dass der juristische Markt eine Alternative zwischen Einzelanwalt und Großkanzlei zu bieten hat.