

# Inhaltsübersicht

Vorwort — VII

Geleitwort von Dr. Rupert Wolff — XIII

Vorwort (1. Auflage) — XV

Geleitwort von Markus Hartung (1. Auflage) — XIX

Inhaltsverzeichnis — XXIII

A. Der Rechtsberatungsmarkt — 1

B. Die Kanzleivision — 123

C. Kanzleigründung — 189

D. Kanzleimanagement — 245

E. Kanzleiführung und Personalmanagement — 351

F. Kanzleimarketing und Akquise — 401

G. Zurück in die Zukunft — 507

Autorin und Mitwirkende — 527

Literaturverzeichnis — 535

Sachverzeichnis — 543

# **Inhaltsverzeichnis**

Vorwort — VII

Geleitwort von Dr. Rupert Wolff — XIII

Vorwort (1. Auflage) — XV

Geleitwort von Markus Hartung (1. Auflage) — XIX

Inhaltsübersicht — XXI

## **A. Der Rechtsberatungsmarkt — 1**

I. Zahlen, Daten, Fakten — 3

1. Anbieter — 10

2. Nachfrage — 25

II. Rechtliche Rahmenbedingungen — 29

1. Zulassung — 29

2. Vergütung — 32

3. Regeln — 35

III. Das Produkt der Rechtsberatung — 37

1. Interessenvertretung — 38

2. Krisenintervention und Vertrauen — 40

3. Legal Coaching und Mediation — 47

IV. Preisfindung und Wertschöpfung — 62

1. Wertschöpfung — 64

2. Geregelte Preisfindung (RVG) — 74

3. Fest- und Pauschalpreis — 77

4. Fazit — 80

V. Eine Branche im Wandel: Die Kanzlei der Zukunft — 86

1. Die Digitalisierung — 87

2. Neues Berufsbild durch den Gender- und Generation-Shift — 102

3. Pandemien und Wirtschaftskrisen — 107

4. Zukunftsszenarien — 111

5. Fazit — 121

## **B. Die Kanzleivision — 123**

I. Persönlichkeit des Anwalts — 125

1. Ziele setzen — 135

2. Status Quo — 140

3. Ressourcenanalyse (SWOT) — 148

4. Einschränkungen, Begrenzungen, Verpflichtungen — 153
5. Anwalt vs. Kanzleihhaber — 153
II. Kanzlei und Produkt DNA — 161
1. Werte, Kultur, Ethik — 161
2. Produkt- und Honorarpolitik — 166
3. Das Kanzlei-Team — 170
III. Positionierung und Ausrichtung — 172
1. Was ist Ihre Expertise — 173
2. Was unterscheidet Ihre Kanzlei/Ihr Produkt — 177
3. Zielgruppe — 180
4. Wie bedienen Sie Ihre Mandanten — 182
IV. Setting zur Entwicklung einer Kanzleivision — 184
C. Kanzleigründung — 189
I. Strategie — 197
1. Gründungskonzept — 197
2. Businesskonzept — 209
3. Umsetzung der Kanzleivision — 219
II. Formalien — 222
III. Einrichtung — 228
1. Infrastruktur — 229
2. Personal und Human Ressources — 230
3. Büroeinrichtung und IT — 233
IV. Achten Sie auf Ihre Bedürfnisse — 240
V. Checkliste für Ihre Kanzleigründung — 242
D. Kanzleimanagement — 245
I. Strukturen, Prozesse und Systeme — 247
1. Profitabilität und Büroorganisation — 247
2. Krisen- und Projektmanagement — 256
3. Business Development — 270
4. Buchhaltung, Controlling, QM und Compliance — 286
5. Wissensaufbau und -entwicklung — 294
II. Zeitmanagement — 298
1. Work – Life Balance — 309
2. Kommunikation — 328
3. Aktenarbeit und Recherche — 335
4. Effiziente Büroprozesse — 344

<b>E. Kanzleiführung und Personalmanagement — 351</b>	
I.	Führung und Führungsstile — 354
1.	Partnerschaften und andere Formen der Zusammenarbeit — 369
2.	Managing Partner und Managementteam — 376
3.	Performance Management und Vergütungssystem — 378
II.	Personalmanagement — 380
1.	Legals, Paralegals und Legal Tech — 380
2.	Personalentwicklung und Teambuilding — 386
<b>F. Kanzleimarketing und Akquise — 401</b>	
I.	Marketing und Kommunikation — 404
1.	Markenbildung und Personal Branding — 412
2.	Kommunikationskonzept — 435
3.	nachhaltige Mandantenbindung — 460
4.	Reputation — 465
5.	Business Networking — 472
6.	Kooperationspartner — 482
7.	Employer Branding — 483
II.	Sales und Akquise — 488
1.	Die richtigen Mandanten finden und binden — 489
2.	Ganzheitliche Services — 491
3.	Verkauf von Know How und Expertise — 492
4.	Wissensvermittlung — 497
5.	Engagement für Berufsstand und Gesellschaft — 497
III.	Honorargespräch — 500
IV.	Kanzleimarketing post Corona — 502
<b>G. Zurück in die Zukunft — 507</b>	
I.	Routinearbeit: Kanzleivision und -strategie — 510
II.	Beobachten, Orientieren, Investieren — 515
III.	Wieder auf Anfang — 517
<b>Autorin und Mitwirkende — 527</b>	
<b>Literaturverzeichnis — 535</b>	
<b>Sachverzeichnis — 543</b>	