

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. Kanzleihinhaber —	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 Resources —	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

E. Kanzleiführung und Personalmanagement — 351

- 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

F. Kanzleimarketing und Akquise — 401

- 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

G. Zurück in die Zukunft — 507

- I. Routinearbeit: Kanzleivision und -strategie — 510
- II. Beobachten, Orientieren, Investieren — 515
- III. Wieder auf Anfang — 517

Autorin und Mitwirkende — 527

Literaturverzeichnis — 535

Sachverzeichnis — 543