

## Sachverzeichnis

Fette Zahlen bezeichnen die Paragrafen, magere Zahlen die Randnummern

- Absatzfunktion 1 9
- AG
  - Gesellschaftsform für Kanzleien 6 15 ff.
- Aktenverwaltung
  - Qualitätsmanagement 4 59 ff.
- Analyse, Chance-Risiken-Analyse 1 38 f.
  - Ist-Analyse-Verfahren 1 31 ff.
  - Istzustand der Mandantenorientierung der Kanzleiprozesse 2 49 ff.
  - Kooperationen von Anwälten 6 28 ff.
  - Lücken der Kommunikation mit dem Mandanten GAP 4 24
  - Stärken-Schwächen-Analyse 1 36 f.
  - STEPP-Analyse 1 33 ff.
  - strategische Lücke 1 42
  - SWOT 1 40 f.
- Anschrift
  - korrekter Briefbogen 8 24, s. a. *Kanzleiadresse*
- Anzeigen
  - Öffentlichkeitsarbeit 11 57, s. a. *Werbung in Printmedien*
- Audit, Qualitätsmanagement 4 32 ff., s. a. *dort*
- Ausscheiden
  - Kenntlichmachung ausgeschiedener Anwälte auf dem Briefbogen 8 25
- Außendarstellung und Medienkontakte 3 1 ff.
  - andere Anwälte 3 15
  - Anforderungen der Außenwelt 3 4 ff.
  - Bedeutung der Empfehlung für neue Mandate 3 5
  - bezahlte Artikel im redaktionellen Teil 3 19
  - Broschüren 3 19
  - Dienstaufsichtsbeschwerde 3 12
  - Erfolgsangaben 3 19
  - Gerichte und Staatsanwaltschaften 3 11
  - Grundrechtsschutz der Medienarbeit des Anwalts 3 17 ff.
  - Hinweise über neue Rechtsentwicklungen 3 24
  - Interview 3 48
  - Kammern und Verbände 3 16
  - Kommunikation als Mittel der Information 3 8 ff.
  - Medieninformation 3 17, 22 ff.
  - Pressekonferenz 3 40 ff.
  - Pressemitteilung 3 25 ff.
  - Regeln der Medieninformation 3 25 ff.
  - sonstige Behörden 3 12 ff.
  - Spielregeln im Umgang mit der Presse 3 21
  - Tipps 3 47
  - Veränderung der Kanzlei, Umzug 3 24
- Begriff des Marketings 1 10, 8 29
- Berufsethik 1 1 ff., 15 1 ff.
- Berufsrecht
  - Angabe von Erfolgswerten 9 27
  - Dialogmarketing 10 1
  - europäische Berufsregelungen 15 8
  - Hinweis auf Gebührenbemessung § 49b Abs. 5 BRAO 7 12
  - Interessentenschreiben 9 72
  - Internetwerbung 9 26, 89 ff., 110 ff.
  - keine Beratung an öffentlichen Orten 11 50
  - Kooperation mit anderen freien Berufen 6 51
  - Rundschreiben 9 73
  - Sachlichkeitsgebot 15 4
  - übertriebene Selbstanpreisung 15 6
  - Verletzung der Verschwiegenheitspflicht bei Einsicht Dritter 4 19
  - virtuelle Kanzlei 6 48 f., 9 59
  - Werbung 8 9, 15 1 ff.
  - Werbung gegenüber Kapitalanlegern 9 74
  - Werbung in Printmedien 8 11 ff.
  - Zeithonorar, überhöhte Honorarforderung 7 46
  - Zertifizierung für Qualitätsmanagement 4 18 ff.

- Beschwerdemanagement
  - Dialogmarketing 10 54 ff.
  - Kanzleiorganisation 14 47 ff.
- Beziehungsmanagement
  - Begriff 10 36 f.
  - Feststellung des Ist-Zustands 2 49 ff.
  - Kernkompetenz des Anwalts 1 17
  - Konzeption 2 54 ff.
  - Lernende Kanzlei 2 58
  - Lob- und Beschwerdemanagement 2 45 ff.
  - Mandantenbindung über Dialogmarketing 10 35 ff.
  - mandantenorientierte Kanzleiprozesse als Ziel 2 48 ff.
  - Mandantenorientierung und -zufriedenheit 2 *siehe dort*
  - Mitarbeiterzufriedenheit 2 58
  - Möglichkeiten 2 43 ff.
  - persönliche Kommunikation 12 1 ff., *s. a. dort*
  - Pflichtenheft zur Kanzleiorganisation 2 54 ff.
  - Sicherung der Mandantenorientierung 2 60 ff.
- Boutique
  - Spezialisierung 5 17 ff.
- Briefbogen
  - Anforderungen an Angaben 8 21 ff.
- Briefpapier
  - Öffentlichkeitsarbeit 11 23 ff.
- Broschüren
  - Dialogmarketing 10 19
  - Grundrechtsschutz der Pressearbeit 3 19
  - Öffentlichkeitsarbeit 11 35 ff.
- Büro
  - Gestaltung 11 32 ff.
- Bürogemeinschaft
  - Zweck 6 3 f.
- Corporate Identity
  - Öffentlichkeitsarbeit 11 17
- Datenbank
  - Grundlage für Dialogmarketing 10 30 ff.
- Dialogmarketing 10 1 ff.
  - Bedeutung im Markt 10 14 ff.
  - Berufsrecht 10 1
  - Beschwerdemanagement 10 54 ff.
  - Briefgestaltung 10 67
  - Briefpapier 10 20 f.
  - Broschüre 10 19
  - Databasemarketing 10 31
  - Datenbank als Grundlage 10 30 ff.
  - Einladung zu Fachvorträgen und Seminaren 10 40 ff.
  - E-mail 10 16
  - Fernsehen 10 28
  - Grüße zu Festen 10 69
  - Imagewerbung und Marke 10 12 f.
  - Instrumente 10 14 ff.
  - Internet als Mandantenbindungsinstrument 10 43 ff.
  - Internet 10 24 ff.
  - Kino 10 29
  - Mailings 10 59 ff.
  - Mandantenbindung 10 35 ff.
  - Mandantenorientierung 10 8 ff.
  - Mandantenrundschriften 10 16 ff.
  - Mitmach-Internet Web 2.0 10 27
  - Newsletter 10 16 ff.
  - Rundfunk 10 28
  - Speicherung von Informationen 10 30 ff.
  - Telefon-Kommunikation 10 22 f.
  - Visitenkarte 10 20 f.
  - Ziel 10 4
  - Zielgruppe 10 5
- Dienstleistungsmanagement 1 12 ff.
- DIN-Normen *siehe ISO-Normen*
- E-Commerce
  - Spezialisierung 5 65
- E-mail
  - Kanzleiorganisation 14 43 ff.
- EWIV
  - Anwaltsnetzwerk 6 46 f.
- Externe Berater
  - Werbung in Printmedien 8 36 f.
- Fachanwalt
  - Angst vor Umsatzeinbußen 5 30
  - Gebiete 5 28
  - Qualitätsmerkmal 5 29
  - Sozialrecht 5 36
  - Spezialisierung 5 28 ff.
  - Statistik 5 ff.
  - Verwaltungsrecht 5 35
- Fernsehen
  - Dialogmarketing 10 28
- Fristen
  - Qualitätsmanagement 4 59 ff.
- Funktionierender Markt
  - Definition 1 2
- Gebühren nach dem RVG
  - Gebührenüberhebung gem. § 352 Abs. 1 StGB 7 10 ff., 44, *s. a. Honorargestaltung*

- Ermäßigung bei Bedürftigkeit 7 29
- Hinweis auf die Gebührenbemessung § 49b Abs. 5 BRAO 7 12
- Mindestvergütung im prozessualen Bereich 7 18
- Nachteile 7 17ff.
- Soziale Querfinanzierung 7 11
- Sozialstaatliche Funktion 7 15
- Systematik 7 10ff.
- Vorteile 7 14ff.
- Gericht
- Kommunikationspartner des Anwalts 3 11
- Geschichte des Marketing 1 4ff.
- Gewerblicher Rechtsschutz
- Spezialisierung 5 61ff.
- GmbH
- Gesellschaftsform für Kanzleien 6 15ff.
- Grundlagen des Marketing 1 4ff.
- Hausanwalt
- Spezialisierung 5 14
- Honorargestaltung 7 1 ff.
- Erfolgshonorar 7 6, 88ff.
  - Berechnungskriterien 7 100ff.
  - Bestimmter Geldbetrag 7 90
  - Bundesverfassungsgericht 7 93
  - Erfolgswahrscheinlichkeit 7 100
  - Form 7 104ff.
  - Gesetzliche Grenzen 7 92ff.
  - Interessenverknüpfung 7 92
  - Nachteile 7 108ff.
  - nichtanwaltliche Nebentätigkeit 7 99
  - Prozessfinanzierer 7 96, 109ff.
  - Prozesskostenhilfe 7 96
  - Quota-litis-Abrede 7 91
  - Unwirksame Vereinbarung 7 97
  - Vorteile 7 106f.
  - wirtschaftliche Verhältnisse des Auftraggebers 7 95
- Fortsetzung der Bearbeitung gegen Vereinbarung 7 8
- Gebühren nach dem RVG 7 10ff., *s. a. dort*
- Gebührenvereinbarung bei Beratungstätigkeit 7
- Geschäftsbesorgungs- und Dienstvertrag 7 7
- Jahreshonorar 7 4
- Mischformen 7 115ff.
- Pauschalhonorar 7 73ff.
  - Auslagen 7 74
  - Berechnungskriterien 7 80ff.
  - Form 7 83
  - gesetzliche Grenzen 7 79
  - Nachteile 7 86f.
  - Preisvergleich 7 85
  - Sachverhaltsermittlung 7 76
  - Umsatzsteuer 7 75
  - Vorteile 7 84f.
- Sockelhonorar 7 116
- Textform für Vereinbarung 7 6
- Unterschreitung der gesetzlichen Gebühren 7 6
- Vergütung nach RVG die Regel § 1 Abs. 1 RVG 7 4
- Zeithonorar 7 21ff.
  - abnehmender Stundensatz 7 70
  - Ausschreibung großer Projekte 7 52
  - Bedürftigkeit des Mandanten 7 29
  - Beratungsleistungen 7 55
  - Berechnungskriterien 7 47ff.
  - Berufspflichtverletzung bei überhöhter Forderung 7 46
  - Bezeichnung der Vereinbarung 7 55
  - Darlegung- und Beweislast 7 24
  - Deckelung durch Höchstdauer 7 69
  - E-mail und sms 7 53
  - Erfolgshonorar 7 49
  - formularmäßige Vereinbarung von Zeiteinheiten 7 23
  - Gebührenüberhebung gem. § 352 Abs. 1 StGB 7 44
  - Gebührenunterschreitung 7 56
  - gesetzliche Grenze 7 26ff.
  - Gutachten des Vorstands der Rechtsanwaltskammer 7 34f.
  - Hinweis der Beschränkung der Kostenerstattungspflicht des Gegners 7 55
  - kleinste Abrechnungszeit zu nennen 7 23
  - Kosten des Anwalts 7 48
  - Kostenlose Einarbeitungszeit bei Einschaltung eines Junganwalts 7 72
  - Nachteile 7 67ff.
  - präzise Tätigkeitserfassung 7 25
  - Reisezeit 7 22
  - sittenwidrige Vereinbarung 7 41ff.
  - Stundensätze zwischen 30 bis 700 EUR 7 51
  - Timesheets 7 25

- Überschreitung der gesetzlichen Gebühren 7 31 f.
  - unangemessener Stundensatz 7 33
  - Unterschreitung der Grenzen des RVG 7 27 ff.
  - unwirksame Vereinbarung 7 56 ff.
  - Vorteile für Anwalt 7 60 ff.
  - Vorteile für Mandanten 7 63 ff.
  - Zeithonorar 7 53 ff.
  - Zwangsvollstreckung 7 30
- Informationspflichten
- Fernabsatzrecht 9 106 ff.
- Innovation
- Zeitabfolgestrategie 1 64 ff.
- Intangibilität der Anwaltsleistung 1 12 ff.
- Interessen- und Tätigkeitsschwerpunkte
- Internetmarketing 9 18 ff.
  - Spezialisierung 5 40 ff.
- Interestenschreiben
- sachbezogene Werbung 9 72
- Internet
- After-Sales-Marketing 9 16
  - Agentur für Marketing oder Design 9 11
  - Anbieterkennzeichnung gem. § 6 TDG 9 98
  - Angaben über Personen 9 19
  - Angleichung der Aufmachung an Printwerbung 9 28
  - Ausgleich von Standortnachteilen 9 7
  - äußere Gestaltung des Auftritts 9 27
  - Begriff des Teledienstes 9 97
  - Beispiele zulässiger Werbung 9 93
  - Berufsrecht 926, 89 ff., 110 ff.
  - Corporate Identity 9 58
  - Design der Webseite 9 34
  - Dialogmarketing 10 24 ff.
  - Dienstleistungs- und Niederlassungsfreiheit 9 114
  - Direktmailings 9 95
  - Domainname 9 31 ff.
  - einheitliche Botschaft und Design 9 10
  - Einsatz des Internets für den Anwalt 9 4 f.
  - Elektronischer Geschäftsverkehr 9 108
  - E-mail 9 78 ff.
  - Englische Sprache 9 30
  - Erfolgsangaben 9 92
  - ergänzendes Dienstleistungsangebot 9 68 ff.
  - Fernabsatzrecht 9 103 ff.
  - Foren, Newsgroups, Mailing-Listen 9 83 ff.
  - Fortbildung 9 62 ff.
  - Gebietsschutz durch Anbieter 9 41
  - Gebot der Sachlichkeit 9 91 ff.
  - Information durch Internetauftritt 9 70 ff.
  - Informationen über die Kanzlei 9 24
  - Inhalt der Seite 9 8
  - Interaktion 9 86 ff.
  - Interessen- und Tätigkeitsschwerpunkte 9 18 ff.
  - Interestenschreiben 9 72
  - internationale Rechtsberatung 9 54
  - Internetauftritt 9 1 ff.
  - irreführende Angaben bei weiteren Qualifikationen 9 23
  - Kanzleiorganisation 14 43 ff.
  - kommerzielle Kommunikation gem. § 7 TDG 9 100
  - Kommunikationsformen 9 78 ff.
  - Kontrollaufrufe durch die Kanzlei 9 38
  - Leistungsangebot 9 47 ff.
  - Mahnverfahren 9 51 f.
  - Mandantenbindung 9 87, 10 43 ff.
  - Mandantenorientierung 9 15 ff.
  - Mandatsvergabe im Netz 9 55 ff.
  - Mediendienste-Staatsvertrag 9 103
  - Meta-Tags 9 44
  - Mindestangaben § 6 TDG 9 8
  - Nutzerfragen 9 86
  - Powerpoint im Netz 9 81
  - Recht der Online-Dienste 9 97 ff.
  - rechtliche Grenzen 9 89 ff.
  - Rechtsberatung 9 26 ff.
  - Rundbriefe 9 95
  - Rundschreiben 9 73
  - Schweigepflicht 9 50
  - Seminare, Schulungen, Newsletter 9 70 ff.
  - Sicherheit und Schnelligkeit der Seite 9 36 f.
  - Sicherheit 9 61
  - Statistik 9 3
  - Struktur der Webseite 9 29
  - Suchdienste 9 39
  - Suchfunktion 9 18

- Suchmaschinen 9 39 ff.
  - Technische Aspekte 9 33 ff.
  - unsachliche Werbung 9 93
  - Videokonferenzen 9 79 ff.
  - virtuelle Kanzlei 9 58 ff.
  - virtuelle Rechtsberatung 9 53
  - virtuelle Schiedsgerichtsbarkeit 9 65 ff.
  - virtuelle Visitenkarte 9 8
  - virtuelles Gästebuch 9 94
  - Vollmacht 9 56 f.
  - Werbewirksame Informationen 9 24
  - Werbung gegenüber Kapitalanlegern 9 74
  - Wettbewerbsrecht 9 91 ff.
  - Whiteboard 9 81
  - Wirksamkeitskontrolle 9 25
  - Zielsetzung eines Auftritts 9 8, 11
  - ISO-Normen
  - Kanzleiorganisation 14 51 f.
  - Prävention 4 61
  - Qualitätsmanagement 4 25 ff.
- JUVE
- Werbung mit Ranking 11 54
- Kanzleiorganisation 14 1 ff.
- Ablehnung eines Mandats 14 14
  - Arbeitszeit für unerwartete Aktivitäten 14 27
  - Bearbeitungsplanung 14 22
  - Begriff 14 1 ff.
  - Beschwerdemanagement 14 47 ff.
  - Controlling 14 46 ff.
  - Delegieren 14 33 f.
  - E-mail 14 43 ff.
  - Ermittlung der Mandantenzufriedenheit und Konsequenzen 14 61 ff.
  - Gesprächsmanagement am Telefon 14 35 ff.
  - Haftpflichtversicherung 14 19
  - Internet 14 43 ff.
  - Klärung Honorarfrage 14 18
  - Kollisionsprüfung 14 12 f.
  - Kommunikationswege 14 35 ff.
  - Mandatsablauf 14 15 ff.
  - Mandatsannahme 14 6 ff.
  - Mandatsbestätigung 14 16
  - moderne Kommunikationsmittel 14 43 ff.
  - Personalentwicklung 14 59 f., s. a. *Personalmarketing*
  - persönlicher Ansprechpartner 14 20
  - Prioritäten 14 30
  - Problemstellung 14 4
  - Qualitätszirkel 14 55
  - schriftliche Kommunikation 14 39 ff.
  - Schriftliche Planung 14 26
  - Überprüfung der Abläufe 14 53 ff.
  - Vertretungsregelungen 14 21
  - Vollmacht 14 17
  - Wichtigkeit und Dringlichkeit 14 28 f.
  - Zeitmanagement 14 23 ff.
  - Zertifizierung 14 51 f.
  - Ziel 14 1 ff.
  - Zuständigkeiten 14 20 ff.
- Kanzleiräume
- Persönliche Kommunikation 12 59 ff.
- Kanzleischild
- Öffentlichkeitsarbeit 11 19 ff.
- Kernkompetenz
- Selbstüberprüfung 1 72
- Kino
- Dialogmarketing 10 29
- Kollisionsprüfung
- Mandatsannahme 4 54
- Kommunikation
- Persönliche *siehe Persönliche Kommunikation*
- Kompetenz des Anwalts
- Beziehungsmanagement 1 17
- Konkurrenz
- Abgrenzung des Geschäftsfeldes 1 19 ff.
  - Ist-Analyse-Verfahren 1 31 ff.
- Kooperationen 6 1 ff.
- AG 6 15 ff.
  - Analyse 6 28 ff.
  - andere freie Berufe 6 50 f.
  - Anwaltsnetzwerk 6 46 f.
  - Begriff 6 1
  - Briefbogen 8 22
  - Bürogemeinschaft 6 3 f.
  - EWIV 6 46 f.
  - externe 6 22 ff.
  - förmliche Zusammenschlüsse 6 42
  - gemeinsame Projekte 6 37
  - gewerblichen Dienstleistern und Wirtschaftsunternehmen 6 52
  - GmbH 6 15 ff.
  - informelle Zusammenarbeit 6 39
  - Interdisziplinäre 6 50 ff.
  - interne 6 2 ff.
  - Kapitalgesellschaften 6 15 ff.
  - Korrespondenzgemeinschaft 6 40

- Limited Liability Partnership LLP 6 12 ff.
- Marketing 6 24
- Nachteile 6 55
- Nennung sämtlicher Partner im Briefbogen 8 21
- Old Boys Network 6 41
- Organisationsalternativen 6 26
- Partnerschaftsgesellschaft 6 9 ff.
- Partnersuche 6 32 f.
- praktizierte 6 34 ff.
- Praxisbeispiele 6 39 ff.
- Praxistipps 6 56
- Sozietät 6 5 ff.
- Spezialisierung 5 22 f.
- typische gemeinsame Aktivitäten 6 27
- typische Probleme 6 38
- überörtliche Sozietät 6 43 ff.
- Verbänden 6 53
- virtuelle Kanzlei 6 48 f.
- Vorteile 6 23 f., 55
- Zielanalyse 6 25
- Zielkonflikte 6 31
- Kosten
  - Qualitätsmanagement 4 11 ff.
- Leasing
  - Spezialisierung 5 75 f.
- Limited Liability Partnership LLP
  - hybride Gesellschaftsform mit Haftungserleichterungen 6 12 ff.
- Logo
  - Werbung in Printmedien 8 44
- Mahnverfahren
  - Internet 9 51 f.
- Mailing
  - Dialogmarketing 10 59 ff.
- Mandantenbindung
  - Dialogmarketing 10 35 ff.
- Mandantenorientierung und -zufriedenheit 2 1 ff.
  - Dialogmarketing 10 8 ff.
  - Internet-Auftritt 9 15 ff., *s. a. Internet*
  - Kanzleiorganisation 14 1 ff., *s. a. dort*
  - Mandantenzufriedenheit 14 61 ff.
  - schriftliche Kommunikation 14 39 ff.
- Mandantenorientierung und -zufriedenheit
  - Begriff der Zufriedenheit 2 9
  - Beziehungsmanagement 2 43 ff.
  - Credence Qualities 2 3 ff.
- Dienst am Mandanten 2 1 ff.
- Erleben des Mandanten 2 2
- Indikatoren der Mandantenorientierung 2 19 ff.
- Kenntnis der Mandantenwünsche 2 5 ff.
- Konzeption 2 54 ff.
- loyale Mandanten als Schlüssel zum Erfolg 2 13 ff.
- Maßstab der Mandantenorientierung 2 24 ff.
- Messung der Mandantenorientierung 2 17 ff.
- Messverfahren der Zufriedenheit 2 29 ff.
- Sicherung 2 60 ff.
- Zufriedenheit als Ausgangspunkt der Kanzleiorganisation 2 8 ff.
- Mandantenrundschriften
  - Dialogmarketing 10 16 ff.
  - Öffentlichkeitsarbeit 11 39 ff.
- Markt
  - Abdeckungsstrategie 1 47 ff.
  - Austrittsschranken 1 48
  - Eintrittsschranken 1 48
  - Erwartung an Spezialisierung 5 7 ff.
  - Herausforderer 1 58 f.
  - Mitläufer 1 60 f.
  - Nischenanbieter 1 62 f.
  - Statistik über den Anwaltsmarkt 3 1 ff.
- Marktanpassung 1 9
- Mediation
  - Spezialisierung 5 84
- Medien
  - Spezialisierung 5 80
- Medizinrecht
  - Spezialisierung 5 68
- Mission 1 27 f.
- Mitarbeiter
  - Personalmarketing 13 1 ff., *s. a. dort*
- Mix 1 73 ff.
  - Begriff 1 73
- Öffentlichkeitsarbeit 11 1 ff.
  - Abgrenzung zur Werbung 11 9 ff.
  - Anzeigen 11 57
  - Arbeitsmittel in der Kanzlei 11 29
  - Berichterstattung über Anwalt 11 53
  - Branchentelefonbuch 11 56
  - Briefpapier 11 23 ff.
  - Broschüren 11 35 ff.
  - Corporate Identity 11 17

- Definition 11 6ff.
- Events 11 42ff.
- Fachbezeichnungen 11 30f.
- Gestaltung des Büros 11 32ff.
- Gestaltung 11 17
- Gewinnspiel 11 63
- Gründe für Öffentlichkeitsarbeit 11 1ff.
- Grundlagen 11 14ff.
- Juristische Fachzeitschriften 11 51
- JUVE-Ranking und Werbung 11 54
- Kanzleischild 11 19ff.
- keine Beratung an öffentlichen Orten 11 50
- Krisen-PR 11 66
- Mandantenrundschriften 11 39ff.
- Nennung der beschäftigten Anwälte 11 24
- Nennung von Kooperationen 11 30f.
- Personalmessen 11 48f.
- Pressearbeit 11 51ff.
- Seminare 11 42ff.
- Sponsoring 11 64f.
- Textgestaltung 11 28
- unzulässige Inserate 11 51
- Verzeichnisse 11 55ff.
- Visitenkarten 11 23ff.
- Werbegeschenke 11 58ff., *s. a. dort*
- Zielgruppe 11 14
  
- Partnerschaftsgesellschaft
  - Einschränkung der Haftung 6 10f.
  - Rechtsscheinhaftung 6 11
  - Zurechnung § 31 BGB analog 6 10
  - Zweck und rechtliche Konsequenzen 6 9ff.
- Personalmarketing 13 1ff.
  - Abrechnung 13 32ff.
  - Anforderungsprofil bei neuer Stelle 13 13f.
  - Arbeitsplatzgestaltung 13 28
  - Arbeitsstrukturierung 13 27, 57
  - Arbeitszeitmanagement 13 31f.
  - Beschaffung von Personal 13 15ff.
  - Besprechungen, Meetings 13 41f.
  - Entgelt für Mitarbeiter 13 32ff.
  - Fortbildung 13 50ff.
  - Großkanzleien 13 3ff.
  - Interne Personalbeschaffung 13 16
  - Job Enlargement 13 26
  - Job Enrichment 13 26
  - Job Rotation 13 26
  - Kommunikation 13 39ff.
  - Kündigung 13 58ff.
  - Motivation 13 43ff.
  - Nichtjuristische Akademiker 13 4ff.
  - Personalauswahl 13 19ff.
  - Personalbedarf 13 12
  - Personalentwicklung 13 50ff., 14 59f.
  - Personalförderung 13 57
  - Personalfreisetzung 13 58ff.
  - Personalplanung 13 9ff.
  - Reservebedarf 13 12
  - Stellenzuweisung 13 23ff.
  - Telearbeit 13 26
  - Übersicht über Mitarbeiter 13 9
  - Urlaubsplanung 13 29f.
  - zusätzliche Vergütung 13 34f.
- Personalmesse
  - Öffentlichkeitsarbeit 11 48f.
- Persönliche Kommunikation 12 1ff.
  - Argumentation 12 28ff.
  - Arten 12 4
  - Begriffe 12 1ff.
  - Beispiele 12 20f.
  - Besprechungen, Meetings 13 41f.
  - Dimensionen der Kommunikation 12 6ff.
  - Ebenen 12 14ff.
  - Einwände 12 33ff.
  - Empfänger 12 12
  - Erscheinungsbild 12 53ff.
  - Formale Aspekte der Kommunikation 12 36ff.
  - Fremdsicht 12 16
  - Gesprächsführung 12 22ff.
  - Gestik 12 47ff.
  - Grundlagen 12 5
  - Informationsverlust 12 3
  - Kanzleiorganisation 14 35ff., *s. a. dort*
  - Kanzleiräumlichkeiten 12 59ff.
  - Kommunigramm 12 7
  - Kommunikationskontext 12 66ff.
  - Kommunikationsnetz 12 7
  - Kontext 12 66ff.
  - Mimik 12 50f.
  - Non-verbale Signale 12 46
  - Personalmarketing 13 39ff.
  - Phasen 12 11
  - Pragmatik 12 5
  - Selbstsicht 12 17
  - Semantik 12 5
  - Semiotik 12 5
  - Sender 12 12

- Sigmantik 12 5
- Sprechgeschwindigkeit 12 42 ff.
- Stimme 12 36 ff.
- Syntaktik 12 5
- Transport 12 12
- Verbale Signale 12 22 ff.
- Verschlüsselung 12 12
- zeitliche Komponente 12 62 ff.
- Positionierung 1 68 ff.
- Bauchgefühl der Zielgruppe 1 71
- Begriff 1 68
- emotionale Heraushebung 1 70
- Kernkompetenz 1 72
- Konzeptdefinition 1 72
- sachliche Heraushebung 1 69
- Pressearbeit 11 51 ff., *s. a. Öffentlichkeitsarbeit*
- Produktionsfaktoren 1 1
  
- Qualitätsmanagement 4 1 ff.
- Abweichungskosten 4 12
- Aktenverwaltung 4 59 ff.
- aktuelle Probleme, Aufgaben und Ansatzpunkte in der Kanzlei 4 13 ff.
- als Führungsaufgabe 4 39 ff., 73
- Analyse 4 64, 73
- Anforderung an Führung 4 8
- Auditierung 4 32 ff., 37 f.
- Bedeutung der Mitarbeiter 4 44 f.
- Beispiel aus der Praxis 4 72
- Benchmarking 4 51
- Bereitstellung von Unterlagen durch Mandanten 4 23
- Berufsrecht und Zertifizierung 4 18 ff.
- Bestandsaufnahme 4 30
- Bewertung des Fortschritts Richtung Excellence 4 9 f.
- Dienstleistungserbringung 4 73
- Dokumentation von Qualitätsmanagementsystemen 4 29 ff.
- Einführung von Qualitätsmanagementsystemen 4 29 ff., 73
- Ergebnisqualität 4 14
- Fehlermanagement und Korrektur 4 67 ff.
- FMEA 4 56
- Fortbildung und Schulung 4 49
- Fremddienstleister 4 57 ff., 73
- Fristen 4 59 ff.
- Grundlagen 4 1
- Haftungsfragen 4 21 f.
- Image, Marke, Identität 4 17
- Integration des Mandanten in den Leistungsprozess 4 23 ff.
- ISO-Normen 4 25 ff., 61, 73
- Kanzleipolitik 4 41
- kein Management ohne Engagement 4 25
- Kollisionsprüfung beim Mandat 4 54
- Kommunikation 4 46 ff.
- Kontinuierliche Verbesserung 4 70 f.
- Konzeptqualität 4 14
- Kostenaspekte 4 11 ff.
- Kriterien 4 5, 43
- Kriterien der Bewertung 4 10
- Lücken der Kommunikation mit dem Mandanten GAP 4 24
- Mandatsannahme 4 53 ff.
- Mandatsbearbeitung 4 59 ff.
- Mängel der Kanzlei-Dienstleistung 4 14
- Merkmale, Aufgaben und Ziele 4 3 ff.
- Messung von System, Prozessen und Zufriedenheit 4 63 ff., 73
- neue Strategien 4 56
- Organisation des Qualitätsmanagements in der Kanzlei 4 25 ff.
- Plan-Do-Check-Act 4 28
- Produktbezogener Qualitätsbegriff 4 2
- Prozess in Übersicht 4 73
- Prozessmanagement 4 73
- Prozessqualität 4 14
- QFD 4 56
- Qualität der Kanzlei-Dienstleistung 4 13
- Qualitätsstandard einer Kanzlei 4 15 ff.
- Rechtsfortschreibung 4 70 f.
- Ressourcenmanagement 4 73
- Risikominimierung 4 21 f.
- Sachverständige 4 57 ff.
- Schulung 4 73
- Selbstverpflichtung zum Abheben von Wettbewerbern 4 16
- Self-Assessment 4 50 f.
- Software 4 22
- Strategie 4 15
- Strukturqualität 4 14
- Total Quality Management TQM 4 7 ff.
- Übereinstimmungskosten 4 12
- Verbesserung 4 64, 73
- Verletzung der Verschwiegenheitspflicht bei Einblick Dritter 4 19
- vier Qualitätsdimensionen 4 14
- Vorbeugung 4 69



- Vorteile 4 6
- Weiterentwicklung zum integrierten Management 4 7ff.
- Werte 4 41
- Wertschöpfung durch Qualitätsmanagement 4 52ff.
- Wirksamkeitskontrolle 4 31
- Wirtschaftlichkeitsaspekte 4 11 ff.
- Zertifizierung 4 32ff.
  - Nutzen der Zertifizierung 4 35ff.
  - Überprüfung durch Audits 4 37ff.
  - Werbung mit Zertifikaten 4 36
  - Zertifizierungsgesellschaft 4 33ff.
- Zusatzleistungen 4 53
  
- Rahmenverträge
  - Mandantenbindung 1 43
- Rankings
  - Werbung in Printmedien 8 50
- Recht der Online-Dienste
  - Anbieterkennzeichnung gem. § 6 TDG 9 98
  - Begriff des Teledienstes 9 97
  - Elektronischer Geschäftsverkehr 9 108
  - Fernabsatzrecht 9 103ff.
  - kommerzielle Kommunikation 9 100
  - Mediendienste-Staatsvertrag 9 103
  - Zulässige Werbung 9 97ff.
- Rechtsberatung
  - Internationale 9 54
  - Internetauftritt 9 26ff., 49ff.
  - virtuelle 9 53
- Rundfunk
  - Dialogmarketing 10 28
  
- Schiedsgerichtsbarkeit
  - virtuelle 9 65ff.
- Segmentierung der Zielgruppe 1 13
- Signalling 1 14
- Sozialrecht
  - Fachanwalt 5 36
- Sozietät
  - überörtliche 6 43ff.
  - Zweck, rechtliche Konsequenzen und Marketing 6 5ff.
- Spezialisierung 5 1ff.
  - BGH-Zulassung 5 27
  - Boutique 5 17ff.
  - Branchenbezug 5 79ff.
  - Doppelqualifikationen 5 82f.
- E-Commerce 5 65
- Fachanwalt 5 28ff.
  - Angst vor Umsatzeinbußen 5 30
  - Gebiete 5 28
  - Qualitätsmerkmal 5 29
  - Sozialrecht 5 36
  - Statistik 5 32ff.
  - Verwaltungsrecht 5 35
- Formen 5 25ff.
- Geschichtliche Entwicklung 5 1
- Gewerblicher Rechtsschutz 5 61ff.
- Hausanwalt 5 14
- Interessen- und Tätigkeitsschwerpunkte 5 40ff., 9 18ff.
- Kanzlei mit vielen Spezialisten 5 12ff.
- Kooperationen von Kanzleien 5 22f.
  - kraft Bestellung 5 25ff.
  - kraft Zulassung 5 25ff.
  - Kulturkompetenz 5 49ff.
  - Liquiditätssicherung 5 77f.
  - Managerhaftung 5 58
  - Master of Law 5 54
  - Mediation 5 84
  - Medien 5 80
  - Medizinrecht 5 68ff.
  - Mietrecht, Leasing 5 75f.
  - Mischformen für Kanzleien 5 20ff.
  - Nachfrage des Marktes 5 7ff.
  - nicht formgebundene 5 48ff.
  - Nischenkanzlei 5 17ff.
  - Notar 5 26
  - Notwendigkeit durch Expansion des Wissens 5 4
  - Notwendigkeit durch Komplexität 5 5
  - Öffentlichkeitsarbeit 11 30f.
  - One-Stop-Shopping 5 13
  - Singularspezialisierung 5 17ff.
  - Sonstige Felder 5 85f.
  - Sprachkompetenz 5 49ff.
  - Subventions- und Vergaberecht 5 60
  - Tätigkeitsschwerpunkte 9 21
  - Teilbereiche der Berufstätigkeit 5 39
  - Tourismus 5 50f.
  - Verkehrsrecht 5 66f.
  - Vermarktung, Public-Private-Partnership 5 79
  - Versicherungsrecht 5 73f.
  - Versorgung und Entsorgung 5 81
  - Verzicht auf Mandate 5 2, 87
  - Vorgehensweise 5 11ff.

- Werbung in Printmedien 8 16ff.
- Wirtschaftsrecht 5 57ff.
- Zertifizierung 5 46f.
- Sponsoring
- Öffentlichkeitsarbeit 11 64f.
- Staatsanwaltschaft
- Kommunikationspartner des Anwalts 3 11
- Statistik
- Anwälte mit Web-Auftritt 9 3
- Fachanwalt 5 28, 32ff.
- Spezialisierung 5 1
- Versicherungswirtschaft 5 73
- Strategie 1 15ff.
- Abgrenzung des Geschäftsfeldes 1 18
- Analyseverfahren zur Zielfindung 1 31ff., *s. a. Analyse*
- Angebotsvorteilsstrategie 1 51ff.
- Anwerbung neuer Mandanten 1 43
- begleitende Serviceleistungen 1 45
- Beziehungsmanagement 1 17, *s. a. dort*
- Cross Selling 1 45
- Definition 1 15
- Dominanz als Ziel 1 21
- Gebietsausdehnung 1 44
- Größe der Kanzlei 1 48
- Gründung neuer strategischer Gruppe 1 21
- Innovation 1 64ff.
- Ist-Analyse-Verfahren 1 31ff.
- Kernkompetenzen des Anwalts 1 16
- Mandantenrückgewinnung 1 43
- Marktabdeckungsstrategie 1 47ff.
- Marktaustrittsschranken 1 48
- Marktdurchdringung 1 43
- Markteintrittsschranken 1 48
- Markterweiterung 1 44
- Marktfeldstrategie 1 42
- Marktherausforderer 1 58f.
- Marktmitläufer 1 60f.
- Marktnischenanbieter 1 62f.
- Marktparzellierung 1 49
- Mission der Kanzlei 1 27f.
- Mitbewerber 1 19ff.
- Partizipation am Markttrend 1 44
- Parzellierung 1 49
- Polarisierung des Marktes 1 51
- Preiswettbewerb 1 53
- Problemweckung 1 43
- Produkterweiterung 1 45
- Qualitätsmanagement 4 15
- Qualitätswettbewerb 1 52
- Rahmenverträge 1 43
- Raster 1 67
- Servicewandel 1 44
- Set-Alternative 1 44
- Share of wallet 1 45
- Statistik über den Anwaltsmarkt 3 1ff.
- Stellgrößen 1 15ff.
- strategische Gruppe der Mitbewerber 1 20ff.
- strategische Lücke 1 42
- Teilstrategien 1 42ff.
- Up Selling 1 45
- Verhaltensstrategie 1 55ff.
- Vision der Kanzlei 1 25f.
- Wechsel in attraktivere strategische Gruppe 1 21
- Werte der Kanzlei 1 29
- Zeitabfolgestrategie 1 64ff.
- Zergliederung der Kanzlei in strategische Geschäftseinheiten SGE 1 22ff.
- Ziele 1 30
- Zielfindung 1 24ff.
- Strategische Geschäftseinheiten SGE 1 22ff.
- Suchfunktion
- Internetmarketing 9 18
- Suchmaschinen
- Internetauftritt 9 39ff.
- Tätigkeits- und Interessenschwerpunkte
- Werbung in Printmedien 8 16ff., *s. a. Interessenschwerpunkte*
- Vergaberecht
- Spezialisierung 5 60
- Vergütung 7 *siehe Honorargestaltung*
- Verkehrsrecht
- Spezialisierung 5 66f.
- Versicherungsrecht
- Spezialisierung 5 73f.
- Verwaltungsrecht
- Fachanwalt 5 35
- Verzeichnisse
- Bundesrechtsanwaltskammer 11 55
- Videokonferenz 9 79ff.
- Vision 1 25f.
- Visitenkarte
- Dialogmarketing 10 20f.
- Öffentlichkeitsarbeit 11 23ff.

### Vollmacht

- elektronische Form 9 56f.
- Kanzleiorganisation 14 17

### Werbegeschenke

- kleine 11 58ff.
- teure 11 61ff.

### Werbung in Non-Printmedien 9 1ff.

- Berufsrecht 9 26
- Dialogmarketing 10 *siehe dort*
- Internet-Auftritt 9 1ff., *s. a. Internet*
- virtuelle Kanzlei 9 58ff.

### Werbung in Printmedien 8 1ff.

- Bedeutung 8 2
- Befragung neuer Mandanten 8 48
- Beispiele für Printmedien 8 2
- Berufsrecht 8 9, 11ff.
- Briefbogen 8 21ff.
  - Adressen 8 24
  - Ausgeschiedene Anwälte 8 25
- Budgetierung 8 38ff.
- Checkliste 8 50
- Controlling 8 46ff.
- Definition und Abgrenzung 8 3ff.
- Drittwerbungsverbot 8 26
- externe Berater 8 36f.
- Gestaltung 8 44
- Größe der Anzeige 8 15
- Image 8 32
- Imagewerbung 8 49
- Imagewerbung durch Stellenanzeigen 8 1
- inhaltliche Botschaft 8 45
- Kanzleistategie 8 27, 41
- Kommunikationspolitik 8 1ff.

- Kosten für eine Anzeige 8 31
- Logo 8 44
- Nennung sämtlicher Partner 8 21
- Perspektive 8 51ff.
- Planung 8 10, 27ff.
- Rankings 8 50
- Rubriken in Zeitungen 8 28
- Sachlichkeitsgebot 8 13ff., 15 4
- Tätigkeits- und Interessenschwerpunkte 8 16ff.
- Teil des Kanzleimarketings 8 8
- unpersönliche Kommunikation mit anonymen Personenkreis 8 5f.
- Verbot irreführende Werbung 8 13
- Wahl des richtigen Werbeträgers 8 34f.
- Werbeslogan 8 34
- Wirksamkeitskontrolle 8 46ff.
- Zeitplanung 8 43
- Zielsetzung 8 28
- Zuständigkeit innerhalb der Kanzlei 8 42

### Werte 1 29

### Wettbewerbsrecht

- Grenzen der Internetwerbung 9 91ff.
- ### Wirtschaftsrecht
- Spezialisierung 5 57ff.

### Zertifizierung

- Kontrolle der Kanzleiorganisation 14 51f.
  - Spezialisierung 5 46f.
- ### Zusatzleistungen
- Qualitätsmanagement 4 53