

<b>Vorwort</b>	V
<b>Inhaltsübersicht</b>	IX
<b>Inhaltsverzeichnis</b>	XI
<b>Literaturverzeichnis</b>	XXI

<b>A. MEINE ERFOLGSFORMEL</b>	Seite
-------------------------------	-------

---

<b>I. Das TOM-Prinzip<sup>o</sup></b>	2
1. Effektivität = Zeit/Ziele-Management	5
2. T = Time (Zeit)	6
3. O = Objectives (Ziele)	9
4. M = Management (Effektivität)	10
<b>II. Die 3 Mächte der Effektivität<sup>o</sup></b>	12
1. Die Macht der Gedanken	14
a) Mindset	16
b) Glaubenssätze	18
c) Persönlichkeit	21
2. Die Macht des Umfelds	22
a) Beziehungen	24
b) Kommunikation	27
3. Die Macht der Planung	29
a) Freiräume schaffen (Selbst- und Zeitmanagement)	30
b) Wirtschaftliches Denken	32
c) Von der Vision zum Erfolg	35
d) Erfolg ist Tun	36

<b>B. DIE MACHT DER GEDANKEN</b>	
----------------------------------	--

---

<b>I. Ihr Mindset</b>	39
1. Effektivitätsimpuls 1: Unternehmer = Lebensform	39
a) „Märchen“ Work-Life-Balance	39

XI

	Seite
b) Das Leben als Museum	41
c) „Me first“ als Basis	41
2. Effektivitätsimpuls 2: Unternehmer = Freiheit	43
a) Unternehmertum = profitables Hobby/Leidenschaft	43
b) Unternehmertum = legales Abenteuer	44
c) Ruhestand = keine (Er-)Lösung	45
3. Effektivitätsimpuls 3: Zeit = Neue Währung	46
a) 600 „produktive“ Minuten pro Tag	46
b) Entscheidend: Wie nutze ich meine Zeit?	47
c) Zeit ist wichtiger als Geld	48
4. Effektivitätsimpuls 4: Die 3 Rollen in der Kanzlei	50
a) Die 3 Rollen: Unternehmer – Manager – Fachkraft	50
b) Die Aufgaben: Unternehmer – Manager – Fachkraft	51
c) Kreisklasse vs. Weltklasse	53
d) Das Phänomen des „Peters-Prinzip“	53
5. Effektivitätsimpuls 5: Unternehmer vs. Selbständig	55
a) Vom Selbständigen zum Unternehmer	55
b) Herausforderung: (Arbeits-) Zeit ist kein Maßstab für Effektivität	55
c) Herausforderung: Fachkräfteaufgaben = „Bestätigung“	57
d) Matrix der 4 Arbeitstypen/-formen	58
e) Entscheidung: Unternehmer und/oder Selbständiger	59
<b>II. Ihre Glaubenssätze</b>	<b>60</b>
1. Effektivitätsimpuls 6: Perfektionismus = Zeitlupe	60
a) Keine Buchung ohne Beleg	60
b) Der perfekte Kreis	61
c) Wir leben in einem Informationszeitalter	62
d) Unperfekt = Erfolgsfaktor	63
2. Effektivitätsimpuls 7: Out-of-the-box-Denken	64
a) Negative Glaubenssätze verhindern Erfolg	65
b) Fortbildung „Out-of-the-box“	65
c) Out-of-the-box = Wettbewerbsvorteil	66
d) Wachstum passiert außerhalb der Komfortzone	67
3. Effektivitätsimpuls 8: Vergessen Sie Multitasking	68

	Seite
a) Multitasking hat seinen Ursprung in der Computerwelt	68
b) „Echtes“ Multitasking gibt es nicht	69
c) Multitasking = Nichts „richtig“ zu machen	70
d) Monotasking = Priorisierung/Fokus = Erfolg	71
4. Effektivitätsimpuls 9: Geld = Energie	72
a) Geld = Bewertungsmaßstab für Zeit	72
b) Geld „verleiht Flügel“: Cash is king	74
c) Negative Glaubenssätze über Geld	75
5. Effektivitätsimpuls 10: Selbstverantwortlichkeit	77
a) Mein Durchbruch zur Effektivität: Die Macht der Entscheidung	77
b) Selbstverantwortung = Fluch und Segen zugleich	78
c) Verantwortung vs. Opferrolle	79
d) Die Macht der Wahl: Freiheit zwischen Reiz und Reaktion	80
<b>III. Persönlichkeit</b>	<b>83</b>
1. Effektivitätsimpuls 11: Das Lebensrad	83
a) Das Lebensrad = Realitätsspiegel	84
b) Fitness/Gesundheit = Effektivitätsfaktor	85
c) Fitness/Gesundheit = bessere Ergebnisse	86
d) Fitness/Gesundheit = „Altersvorsorge“	86
e) Ruhe/Pausen = Wachstum	88
2. Effektivitätsimpuls 12: Wissen tanken	89
a) Herausforderungen beim „Wissen tanken“	90
b) Wissen für Unternehmer	90
c) Wissen = Vermögen	91
d) Die Macht des „Lesens“	92
3. Effektivitätsimpuls 13: Stärke/Talente/Fähigkeiten	94
a) Talent vs. Fleiß: Die 10.000-Stunden-Regel	94
b) Der Schlüssel zur Effektivität: Ihre Stärken	96
c) Der Grundsatz der „Stärkenstärkung“	97
d) Wie gehe ich mit Schwächen um?	98
4. Effektivitätsimpuls 14: „Leitplanken“: Werte/Motive	99
a) Begriffsabgrenzung/Meine Definition	99
b) Was sind Werte?	100

	Seite
c) Was sind Motive?	101
d) Auswirkungen von Werten/Motiven auf unsere Kanzlei und unser Leben	102
e) Motivgerechte Interaktion: Die Platin-Regel	103
5. Effektivitätsimpuls 15: Ihre (persönlichen) Ziele	104
a) Lebensziele = Navi für Ihr Leben	104
b) Intrinsische vs. Extrinsische Ziele	106
c) Der „Flow“-Moment	108

## **C. DIE MACHT DES UMFELDS**

---

<b>I. Ihre Beziehungen</b>	110
1. Effektivitätsimpuls 16: Umfeld = Erfolgsfaktor	110
a) Die Spiegelneuronen: Unser Umfeld = „Selfie“	110
b) Großzügigkeit als „Glücksbringer“	111
c) Umfeld: „Der“ unterschätzte Wachstumsfaktor	113
d) Mentoren/Biografien/Mastermind = „Abkürzung“	115
2. Effektivitätsimpuls 17: Beziehungskonten	117
a) Was ist ein Beziehungskonto?	117
b) Entscheidend: Die Währung des Anderen	118
c) Was sind Ein- und Auszahlungen?	119
d) Saldo = Vertrauen	120
3. Effektivitätsimpuls 18: Team = 1. Kunde	121
a) Die Kanzlei = Ihr wichtigster Mandant	121
b) Team = 1. Zielgruppe	122
c) Menschen statt Mitarbeiter	124
d) „Dominoeffekt“: Unternehmer – Team – Mandanten	125
4. Effektivitätsimpuls 19: Mandanten	127
a) Mandanten = direktes Umfeld	127
b) Unternehmerische Freiheit „Nein-Sagen“	128
c) Zielgruppe = Liebe	130
d) Traum-/Wunschmandant	131
5. Effektivitätsimpuls 20: Mehrwerte schaffen	132
a) Win-Win-Denken	132

b) Weiterentwicklung des Teams	135
c) Der Grundsatz: „Was habe ich davon?“	136
<b>II. Ihre Kommunikation</b>	139
1. Effektivitätsimpuls 21: Menschentypen	139
a) Das „Zwiebelmodell“ der Persönlichkeit	139
b) Das Persönlichkeits-Modell: DISG	140
c) Kenntnis über Menschentypen = Effektive Kommunikation	141
d) Anwendung der Typisierung im Kanzleialltag	143
2. Effektivitätsimpuls 22: Die Macht der Emotionen	145
a) Emotionen sitzen im Unterbewusstsein: Das limbische System	145
b) Entscheidungen basieren auf Emotionen	147
c) Geschichten = Bilder = Emotionen	149
3. Effektivitätsimpuls 23: Die Macht der Fragen	150
a) Grundsatz: „Wer fragt, der führt“	150
b) Warum sind Fragen so mächtig?	151
c) Fragen beeinflussen unsere Lebensqualität	153
d) Der Schlüssel zu effektiver Kommunikation: Zuhören und Verstehen	154
4. Effektivitätsimpuls 24: Marketing (Team/Mandanten)	157
a) Marketing = 100 % Kommunikation	157
b) Warum ist Marketing so wichtig?	158
c) Fachlich top zu sein reicht (heute) nicht mehr	159
5. Effektivitätsimpuls 25: Teamführung	161
a) Team = Voraussetzung für Unternehmertum	162
b) Führung = Kommunikation	163
c) Sinn/„Warum“ = Grundlage für effektives Teamwork	164

## **D. DIE MACHT DER PLANUNG**

---

<b>I. Freiräume schaffen</b>	168
1. Selbstmanagement	168
a) Effektivitätsimpuls 26: Eisenhower-Matrix	168
aa) Prioritäten sind Effektivitätsfilter	168
bb) Priorisieren mit der Eisenhower-Matrix	170

	Seite
cc) Wichtig vs. Dringend	171
dd) Effektivität = Management von wichtigen und nicht dringenden Aufgaben	172
b) Effektivitätsimpuls 27: Not-to-do-Liste	173
aa) Erfolgsfaktor „Not-to-do-Liste“	173
bb) Effektives Delegieren	175
cc) Monkey Management = Aufgaben managen	176
c) Effektivitätsimpuls 28: Nein-Sagen	177
aa) Effektivitätsdieb: „Hast Du mal eine Sekunde?“	177
bb) Jedes „Ja“ hat seinen Preis	179
cc) Herausforderung: Unser Selbstwert/„Das Ego“	180
d) Effektivitätsimpuls 29: „Eat-that-frog“	182
aa) Was bedeutet „Eat-that-frog“?	182
bb) Willenskraft - eine limitierte Ressource	184
cc) Schlüssel zur Effektivität: Willenskraft am Morgen nutzen	186
e) Effektivitätsimpuls 30: Flexibles System	187
aa) Flexibilität: ein wichtiger Erfolgsfaktor	187
bb) Effektivität mit Effizienz verbinden - Finden Sie Ihr perfektes System	188
2. Zeitmanagement	190
a) Effektivitätsimpuls 31: Aufgabenplanung	190
aa) Der Zeigarnik-Effekt: Unerledigte Aufgaben bedeuten Stress	191
bb) Terminkalender ≠ To-Do-Liste	192
cc) Der „perfekte“ Kalender	193
dd) Der Wochenplan	195
ee) Der Tagesplan	197
b) Effektivitätsimpuls 32: Outlook/E-Mails	198
aa) Outlook-Einstellungen	199
bb) E-Mail-„Konsum“	200
cc) E-Mail-Versand	201
dd) Regeln und Filter	202
ee) Einsatz von Hilfen und Werkzeugen	203

	Seite
c) Effektivitätsimpuls 33: Blockarbeit	204
aa) Unterbrechungen = Stress	205
bb) Blockarbeit wiederkehrender Aufgaben / Tätigkeiten bündeln	206
cc) Unterbrechungen/Ablenkungen eliminieren	207
dd) Das Parkinson'sche Gesetz	209
ee) Pausen = Produktivitätsbooster	210
d) Effektivitätsimpuls 34: Einmaliger Fingerabdruck	212
aa) Einmaliger Fingerabdruck = Dinge nur einmal „anfassen“	212
bb) Der Weg zur Inbox-Zero	213
cc) Wir brauchen ein „zentrales“ Inputverarbeitungssystem	215
dd) Die 2-Minuten-Regel	217
e) Effektivitätsimpuls 35: <u>M</u> eeting- <u>M</u> it- <u>M</u> ir - MMM-Termine	219
aa) MMM = Meeting mit mir	219
bb) Kopfarbeit/Qualität benötigt Fokus	219
cc) Ablenkungen/Unterbrechungen: Der Sägeblatt-Effekt	221
dd) Tipps für MMM-Termine	222
<b>II. Wirtschaftliches Denken</b>	<b>223</b>
1. Effektivitätsimpuls 36: Pareto-Prinzip	223
a) Input ≠ Output	223
b) Das Pareto-Prinzip (Historie – Definition – Richtwert – Formel)	225
c) Pareto in der Unternehmenswelt	227
d) Anwendung / Beispiele für das Pareto-Prinzip	228
2. Effektivitätsimpuls 37: Kosten-Nutzen-Denken	229
a) Mandantenklassifizierung/-typisierung / ABC-Analyse	229
b) Wesentlichkeitsgrenzen – Ein essentieller Kosten/Nutzen- Hebel	232
c) Effektive und effiziente Prozesse	233
3. Effektivitätsimpuls 38: Stellschraube Honorar	235
a) Umsatz = (End)Effekt von Nutzen für Mandanten	235
b) Preis = (subjektiver) Wert aus Mandantensicht	236
c) Bedürfnisse/Emotionen erfüllen = Win-Win-Win	237

d) Was Mandanten wollen	239
e) Tipps für effektives Honorarmanagement	242
4. Effektivitätsimpuls 39: Kosten	245
a) Profit-First-Ansatz	246
b) Qualitätsmanagement = „Teampayer“	248
c) Zeiterfassung = fundierte Entscheidungsbasis	249
5. Effektivitätsimpuls 40: Rechnungswesen/Controlling	250
a) Buchhaltung = Spielstandanzeige	250
b) Kennzahlen/Tools für eine erfolgreiche Kanzleisteuerung	252
c) Kostenrechnung = Entscheidungsgrundlage	253
<b>III. Von der Vision zum Erfolg</b>	256
1. Effektivitätsimpuls 41: Das „Warum“	256
a) The golden circle: Start with why	256
b) Das „Warum“ Ihrer Kanzlei	258
c) Das Zusammenspiel von Warum – Wie – Was	259
2. Effektivitätsimpuls: 42: Vision	262
a) Die Kraft der Visualisierung	262
b) Bilder = Emotionen = Realität	264
c) Vision = „Add on“	265
d) Vision = dynamisch & authentisch	266
3. Effektivitätsimpuls 43: Mission	268
a) Begriffsabgrenzung/Meine Definition	268
b) Unternehmenszweck = Der Weg zur „Vision“ mit Kundenbezug	269
c) „Vision/Mission/Warum“ als Filter	270
d) Positionierung/USP (= unique selling proposition)	271
4. Effektivitätsimpuls 44: Plan(ung)	275
a) Planung = Weg zum Ziel	275
b) Planung = Schlüssel zum Erfolg	277
c) Planung = Management-Instrument für Unternehmer	280
<b>IV. Erfolg ist Tun</b>	283
1. Effektivitätsimpuls 45: Ziele	283
a) Die 3 Arten von Zielen	284
b) Ziel I: „Der Weg ist das Ziel“	285

	Seite
c) Ziel II: „Das wäre cool“	286
d) Ziel III: „Ich werde...“	286
e) Die 3 Vorteile von Zielen	287
(aa) Fokus/Priorisierung	288
(bb) Erfolg ist Tun	290
(cc) Messbarkeit	293
f) Effektive Zielformulierung	295
2. Effektivitätsimpuls 46: Entscheidungen	297
a) Führung/Unternehmertum heißt „Entscheidungen treffen“	298
b) Entscheidungen = Unsicherheit	300
c) Schnelle Entscheidungen = Erfolgsfaktor	302
3. Effektivitätsimpuls 47: („Gesunde“) Fehlerkultur	303
a) Fehler = Erfahrungen	304
b) Fehler = Vorstufe von Erfolg	305
c) Beschwerde = Chance	307
d) Beschwerde = „begeisterter“ Kunde/Fan	308
e) Beschwerde = „kostenlose“ Unternehmensberatung	309
4. Effektivitätsimpuls 48: Reflektion („Loop“)	312
a) Feedback = Frühstück der Gewinner	312
b) Selbstreflektion = Weiterentwicklung	313
c) Unternehmertum = Kreislauf „IST – SOLL – PLAN – TUN“	314

## **E. MEINE QUINTESSENZ**

---

I. Mein persönliches Resümee	317
II. Lied: „Leben erleben“	321

## **F. ANHANG**

---

I. Die 48 Effektivitätsimpulse als Übersicht	323
II. Persönliche Notizen	330
III. Downloads	332

<b>Stichwortverzeichnis</b>
<b>Danksagung</b>

Seite
333
337