

Gegen den grauen Arbeitsalltag

Corporate Interiors: alle aus einem Guß

Viele Kanzleien haben zwar schon von "Corporate Design" gehört. Anfangen können damit aber die wenigsten etwas.

Die Zeiten ändern sich: Insbesondere Großkanzleien und Neugründungen legen mittlerweile verstärkt Wert auf Marketing. Die "Verpackung" einer Kanzlei ist ein effektives Mittel, um sich von anderen abzuheben und ein eigenständiges, nach außen sichtbares Profil zu zeigen. So selbstverständlich, wie sich ein Rechtsanwalt nicht im Jogginganzug zum Mandantengespräch begibt, sollte auch der Auftritt der Kanzlei nach außen ein gutes Bild abgeben. Angefangen bei Briefpapier, Visitenkarten und Broschüre bis hin zum eigenen Internetauftritt ist idealerweise alles "aus einem Guss". Dabei muss nicht alles gleichzeitig umgesetzt werden. Wichtig ist vielmehr, mit einer Sache anzufangen und alle weiteren Schritte kontinuierlich zu integrieren statt ziellos loszulaufen.

Räume werden bei der Gestaltung eines Corporate Designs oft unterschätzt. In manchen Kanzleien, die schon seit Jahrzehnten auf dem Markt sind, fühlt man sich als Mandant regelrecht in die Gründerzeit versetzt: Räume und Mobiliar sind konserviert wie in einem Museum. Jüngere Kanzleien stellen dagegen das Mobiliar häufig wahllos zusammen oder lassen sich von einem so genannten Objektausstatter ausstatten. Zu einer Ausstattung gehört aber mehr: Ein Gesamtkonzept, das sämtliche Aspekte einer Kanzlei berücksichtigt und eine unverwechselbare Atmosphäre schafft, ist unverzichtbar. Auf diese Weise kann die Kanzlei Ihre zeitgemäße Arbeitsweise zum Ausdruck bringen, sowie Kompetenz und Seriosität demonstrieren. Das schafft Vertrauen und bietet sowohl Mandanten als auch Mitarbeitern eine Atmosphäre zum Wohlfühlen.

Ein "Return on Investment" lässt sich bei alledem nur schwer beziffern. Eine lohnende Investition ist ein "Corporate Interior" aber in jedem Fall: Denn auch keine Gestaltung ist Gestaltung. Und ausgestattet werden muss eine Kanzlei ohnehin. Was spricht also dagegen, es von Anfang an unter diesem Gesichtspunkt zu machen? Für jedes Budget lässt sich eine innovative, unverwechselbare und individuelle Lösung finden - für globale Law Firms genauso, wie für den Einzelanwalt und die mittelständische Kanzlei.

Was Kanzleiräume haben sollten

Damit sich der Kanzleiauftritt zu einer effektiven Marketingmaßnahme entwickelt, sollte bereits bei der Raumgestaltung einiges beachtet werden:

- Charakter
- Unverwechselbarkeit
- Wohlfühlatmosphäre
- Gestalterisches Gesamtkonzept
- Kontinuität

Typische Fehler

Bei der Raumgestaltung sollte man allerdings auch einige Punkte tunlichst vermeiden:

- Austauschbarkeit
- Konzeptlosigkeit
- Ansammlung teuren Mobiliars
- Langeweile
- Verstaubtes Museumsflair