



Der einheitliche Außenauftritt

Wie treten Sie nach außen hin auf (Logo, Unterlagen, Homepage)? Wie sieht Ihr Büro aus? Wie gehen Sie und Ihre Mitarbeiter mit den Mandanten um? Viele Kanzleien überlassen es dem Zufall, welches Bild sie nach aussen vermitteln und glauben mit einem Logo auf allen Geschäftspapieren wäre das Thema „einheitlicher Aussenauftritt“ aufgearbeitet.

Dabei sind wesentlich mehr Punkte zu hinterfragen und zu bearbeiten.

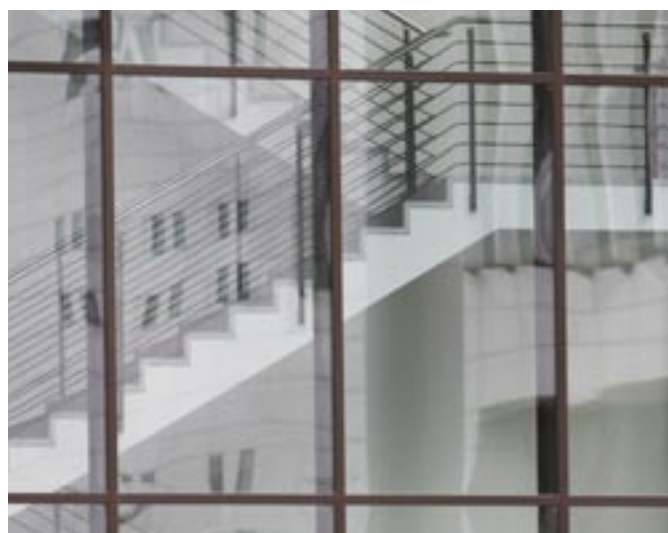
Zuerst einmal geht es um das grundsätzliche Image, den Eindruck den Sie erzeugen wollen. Entsprechend Ihrer Kanzlei-philosophie wird sich also auch Ihr Erscheinungsbild ergeben. Dabei spielt zum einen eine Rolle, wie Sie sich selbst sehen. Sind Sie der klassisch seriöse Typ, der grundsätzlich Anzug und Krawatte im Büro trägt, die Einrichtung ist in dunklem Holz, das Logo (falls es eines gibt) ist dezent. Oder zählen Sie sich zu den Jung-Dynamikern, der einen legeren Umgangston pflegt, helle moderne Designermöbel bevorzugt und die Bilanzbesprechung mit seinen Mandanten lieber beim Golf spielen macht als im Büro. Zum anderen kommt es darauf an,

welche Zielmandanten Sie ansprechen wollen. Eine Kanzlei, die Handwerker betreut und als Mandanten gewinnen will, wird sinnvollerweise „bodenständig“ auftreten. Eine Kanzlei, die sich auf die Werbebranche spezialisiert, hingegen eher „unkonventionell“ auftreten.

Es gilt also zu überlegen, wie Sie gesehen werden wollen und darauf hin alles abzustimmen. Diese Gesamtbetrachtung und Abstimmung des Erscheinungsbildes nennt man Corporate Identity und umfasst auch das Verhalten gegenüber den Mandanten, vom Briefstil über die Telefonansage bis hin zum Auftreten der Mitarbeiter.

Je umfassender Sie dieses Bild aktiv gestalten, desto glaubwürdiger vermitteln Sie die gewünschte Wirkung. Denn ein unverwechselbares Image ermöglicht der Kanzlei mit ihren Dienstleistungen aus der Anonymität und der Informationsflut herauszutreten und erkennbar zu werden. Das schafft Sympathie und Vertrauen und ermöglicht, die Ziele der Kanzlei zu unterstützen.

Hard Facts	Soft Facts
Gebäude	Briefstil
Büromöbel	Auftreten der Mitarbeiter
Inneneinrichtung	Telefonverhalten
Briefpapier	
Auswertungen	
Präsentationsvorlage	
Visitenkarte	
Website	
Kanzleibroschüre	
PKW-Aufkleber	
Inserate	



Eine einheitlicher Aussenauftritt dient zur Orientierung:

Es entsteht ein strukturiertes und stabiles Vorstellungsbild der Kanzlei.

Durch eine klare Selbstdarstellung entsteht eine identifizierbare und damit unterscheidbare Kanzlei.

Mit Hilfe der klaren Selbstdarstellung entsteht ein deutliches Bild bei Mandanten, Lieferanten und auch den Mitarbeitern. Damit erhöht sich meist der Bekanntheitsgrad des Unternehmens.

Die entscheidende Voraussetzung für die Glaubwürdigkeit ist allerdings, dass Worte und Taten übereinstimmen müssen: Wenn in einer Broschüre steht „Bei uns steht der Mandant immer im Mittelpunkt“ und dann nach mehrmaligem Läuten immer noch nicht der Hörer abgenommen wird, macht sich diese Kanzlei unglaubwürdig. Corporate Identity bedeutet also nicht Aufpolieren des Images durch „Kosmetik“. Im Erscheinungsbild sollen sich die zentralen Werte der Kanzlei spiegeln, die das Denken und Handeln bestimmen.

„Nur von dem, der ein Gesicht hat, kann man sich ein Bild machen.“ (Lothar Fiss)