

Corporate Design verbindet

Deutsch-britischer Brückenschlag

Die Verschmelzung der Corporate Designs nach einer grenzüberschreitenden Fusion stellt Innenarchitekten vor eine Herausforderung.

Im Jahr 2001 fusionierten Teile der ehemaligen deutschen Wirtschaftskanzlei Gaedertz mit der international operierenden Londoner Law Firm Norton Rose.

Der so neu entstandene deutsche Part der Sozietät Norton Rose nennt sich Norton Rose Vieregge. Im Zuge dieser Fusion wurde der Standort Frankfurt neu aufgebaut. Ca. 8.000 Quadratmeter Nutzfläche auf insgesamt sieben Etagen brauchten ein neues Raumkonzept mit neuem Interior Design. Als Basis der Innengestaltung musste aber zunächst ein neues, die fusionierenden Partner verbindendes Corporate Design (CD) entwickelt werden.

Maßgeblich für die innenarchitektonische Gestaltung von neuen Räumen war die Berücksichtigung der bestehenden Corporate Designs der beiden Unternehmen. Deshalb beauftragte man für Entwurf, Planung und die künstlerische Bauleitung ein Innenarchitekturbüro. Der Brückenschlag zwischen Köln und London, manifestiert in CD-gerechten Räumen, war das Ziel der räumlichen Gestaltung von Norton Rose Vieregge Frankfurt.

Ausgangspunkt und Ziele

Das vorhandene CD von Norton Rose erstreckte sich - im Gegensatz zu dem Kölner Büro von Gaedertz - nicht auf die Räumlichkeiten. Daher gab Norton Rose auch nur wenige Vorgaben für die Gestaltung des neuen CD. Weltweit einheitlich präsentierte Norton Rose lediglich seinen Namenszug: Die Typographie sowie die Größe und die Stärke der Buchstaben sind genau festgelegt, der Hintergrund ist immer weiß. Die CD-Farbe aller Printprodukte ist Dunkelblau und Hellblau. Zufällig war dieses Dunkelblau auch die Hausfarbe von Gaedertz gewesen. Entsprechend zeichnete sich das Kölner Büro der Sozietät Gaedertz innenarchitektonisch durch die Verwendung der Materialien Ahorn, Aluminium, Leder und gesandstrahltes Glas sowie durch die Farbe Dunkelblau aus.

Die Gestaltung des aus der Fusion zweier unterschiedlicher Sozietäten hervorgegangenen Frankfurter Standorts war in vielfacher Hinsicht eine Gratwanderung. Es galt, eine angelsächsisch geprägte, international agierende Law Firm mit mehreren tausend Mitarbeitern mit einer deutschen Großkanzlei zu verbinden. Da auch britische Partner mit an den Main zogen, musste das neue Innendesign sowohl der angelsächsischen als auch der deutschen Kultur gerecht werden.

Standort mit eigenem Profil

Norton Rose Vieregge versteht sich als deutscher Standort mit eigenem Standing im Kontext der weltweit insgesamt 19 Norton-Rose-Standorte, also nicht als Kanzlei mit britischer Prägung. Daher hatte man innerhalb des vorgegebenen Rahmens genügend Spielraum, um dem Frankfurter Standort ein eigenes Profil zu geben.

Grundsätzlich wurde bei der Gestaltung großer Wert auf ein ausgewogenes Farbkonzept gelegt. Die Farbkombination Dunkelblau-Hellblau ist ein prägnantes Merkmal mit einem hohen Wiedererkennungswert. Dunkelblau für sich allein genommen wäre weit weniger aussagefähig gewesen, da diese Farbe als Ausdrucksträger von Seriosität bei Anwälten oft anzutreffen ist. Im Ergebnis beruht das CD von Norton Rose Vieregge jetzt auf einem visuellen Dreiklang aus den Farben Hell- und Dunkelblau, dem Motiv der Rose und dem semantisch angereicherten Bild der Metropole Frankfurt.

Für das komplett angemietete Bürogebäude in Frankfurt musste erst einmal eine neue funktionale Raumstruktur geplant werden. Von den sieben Etagen wurden zunächst nur vier umgebaut. Damit bleibt die Option auf Vergrößerung offen. Funktional gliedert sich das Frankfurter Büro in vier Bereiche: Eingangsbereich, Verwaltungstrakt, Anwaltsbüros und Konferenzebene.

Herzstück: Der Eingangsbereich

Der Eingangsbereich beinhaltet das Foyer mit dem Empfang und der Bibliothek. Der Empfang ist das Herzstück einer jeden Kanzlei. Als zentraler Anlaufpunkt für die Mandanten kommt ihm eine Schlüsselrolle bei der Repräsentation des Unternehmens zu. Hier sind die CD-Farben Dunkelblau und Hellblau allgegenwärtig. Wert wurde auf eine klare Formensprache gelegt: Großzügige, deutlich abgegrenzte Wandflächen in Weiß oder Blau dominieren den Raum. Da sie in den CD-Farben leuchten ist ihre Eigenwertigkeit gewollt. Möbel und Gliederungselemente in den Materialien Edelstahl, Leder, Glas und hellem Ahorn beleben das Erscheinungsbild, ohne die Klarheit zu stören. Das ruhige Umfeld bringt die CD-Details besonders zur Geltung: Der Namenszug der Kanzlei und die Rosen werden zu Blickpunkten. Ein in Material und Typografie einheitliches Beschilderungskonzept weist den Mandanten den Weg.

Die Arbeitsräume der Anwälte sind für Mandanten tabu. Für Besprechungen stehen gesonderte Räume zur Verfügung. Daher ist die Ausstattung der Anwaltszimmer eine ausbaufähige Basis, die sich erweitern und den jeweiligen individuellen Wünschen anpassen lässt. Um reichlich Ablagefläche zu schaffen, wurden beispielsweise die Schreibtische großzügig bemessen. Alle aktuellen Unterlagen sind stets griffbereit. Der Anwalt kann sie aus Sideboards holen, die hinter seinem Rücken stehen und viel Stauraum bieten.

Durchdachte Sekretariate

Die Sekretariate liegen - kommunikationserleichternd - direkt neben den Anwaltsbüros. Auch hier spielt die Farbigekeit mit den CD-Farben des Unternehmens die entscheidende Rolle. Das einfache, weiße Büromöbelprogramm weicht in Details entscheidend vom Standard ab. So ist also aus einem Serienprodukt durch die gezielten kleinen Veränderungen etwas Einzigartiges geworden. Die kostengünstige Ausstattung genügt sowohl funktionalen als auch ästhetischen Ansprüchen.

Auf der Konferenzebene befindet sich ein zweiter Empfangsbereich. Er ist nötig, um die Mandanten in

die verschiedenen Räume zu verteilen. Jeweils zwei Konferenzräume lassen sich durch eine flexible Trennwand zu einem großen Sitzungsraum zusammenlegen.

Zu Unrecht wird der Sanitärbereich oft vernachlässigt, denn viele Mandanten suchen vor einer Besprechung noch schnell die Toilette auf. Auf der Herrentoilette erwarten den Mandanten rote Rosen in verglasten Wandnischen - und bei den Damen wurden Vergrößerungs-Schminkspiegel eingebaut.

Optischer Merger der Kanzlei-Kulturen

Das neu entwickelte CD verbindet durch seine räumliche Umsetzung in sinnlich erfahrbarer Weise die Standorte Frankfurt, Köln und London. In den Räumen, die für Mandanten und Besucher nicht zugänglich sind, wirkt das CD nach innen. Es sorgt nicht nur für funktionale Arbeitsabläufe, sondern spiegelt den Mitarbeitern auch das Selbstverständnis der Kanzlei wider.

So ermöglichen hochwertige Drehstühle in hell- und dunkelblau sämtlichen Mitarbeitern eine ergonomisch vorteilhafte Sitzweise (s. in diesem Heft auch S. 26). Bereits vorhandene Kabelkanäle erneuerte man in dunkelblauer Lackierung. An den Fenstern wurden in allen vier Himmelsrichtungen Flächenvorhänge angebracht. Die silberfarbenen, teflonbeschichteten Stoffe werden vereinzelt von dunkelblauen Streifen unterbrochen. Die Bestuhlung, die Kabelkanäle und die Flächenvorhänge korrespondieren über die Farbe Dunkelblau in allen Räumen miteinander. Die Materialien Ahorn, Aluminium, Leder und gesandstrahltes Glas finden sich ebenfalls immer wieder.

Bei der Gestaltung galt das Prinzip: Weniger ist mehr. Entscheidend war die Auswahl der Motive. Als Bestandteil des Sozietätsnamens spielen Rosen eine wichtige Rolle: Am Empfang und im Sanitärbereich behaupten sie ihre Funktion als das Motiv mit dem größten Wiedererkennungswert.

Sichtbarkeit der Unterschiede

Die Fußbodenbeläge der Arbeitsräume und der Flure bestehen aus Schlingenware. In den Zimmern ist der Teppich monochrom-anthrazitfarben, auf den Fluren blau. An solchen Stellen wird erkennbar, ob man sich in einer englischen oder einer deutschen Sozietät befindet. Läge Frankfurt auf der Insel, befänden sich hier dicke, hochflorige Axminsterböden. Dem deutschen Geschmack entspricht dagegen die zurückhaltende, homogene Farbigkeit und die ruhige Oberfläche der Schlingenware. Die Differenz der Kulturen wurde hier zu Gunsten der Standort-Nationalität bereinigt.

Die Fusion zweier renommierter, aber unterschiedlicher Sozietäten, die bereits über ein eigenes CD verfügen, bedeutet für die Entwicklung eines neuen räumlichen CDs eine Gratwanderung. Dennoch ist es möglich, unter Berücksichtigung des Vorhandenen der neu entstandenen Kanzlei eine eigene Identität zu verleihen. Die positive Resonanz der Partner, Anwälte und Mandanten bestätigt dies. Dr. Matthias Kappus, Managing Partner Deutschland: "Die Gestaltung der Räume sagt viel über Kultur und Strategie eines Unternehmens aus. Nach wie vor ist die

Kanzlei ein wichtiger Treffpunkt von Mandanten mit Anwälten, daher spiegelt unsere Innenarchitektur auch die Unternehmens-Kultur von Norton Rose nach außen wider. Besonders für die Identifikation der Belegschaft einer Sozietät mit mehreren Büros ist die Gestaltung wichtig, um eine einheitliche Kultur zu schaffen. Uns ist dies gelungen, denn wir fühlen uns wohl in unseren Räumen."