

Kanzleigestaltung als Marketingfaktor

Planung und Einrichtung von Kanzleien

Raumgestaltung ist ein Bestandteil des Corporate Designs

Kanzleien stehen nicht nur im Wettbewerb um die Mandanten, sondern auch um qualifizierte Mitarbeiter. Beide wollen sich wohlfühlen. Hierbei ist die qualitative Gestaltung der Räume in zweierlei Hinsicht ein Marketingfaktor. Unsichtbares wie Kompetenz und Know-How werden sichtbar gemacht. Fachleute sprechen hier von Corporate Design (CD).

Corporate Design ist Ausdruck der Unternehmenskultur und setzt sich in der Innenarchitektur fort. Die räumliche Atmosphäre hat durchaus Relevanz für das Image der Dienstleistung der Rechtsberatung. Denn der Anwalt ist nicht nur Organ der Rechtspflege, sondern zwangsläufig auch Unternehmer. Durch ansprechende Räumlichkeiten transportiert die Kanzlei ein positives Image und gibt damit eine gute Visitenkarte ab. Sowohl die Wahrnehmung der Mandanten als auch die Identifikation der Mitarbeiter mit der Kanzlei werden durch eine gelungene Raumgestaltung positiv beeinflusst. Abgerundet wird das äußere Erscheinungsbild durch Logo, Visitenkarten, Briefpapier, Website, Gebäude und andere Elemente des Corporate Designs.

CD bedeutet nicht Uniformierung. Die Büros der einzelnen Anwälte sollten individuell gestaltet sein, da schließlich auch individuelle Persönlichkeiten, die die Stärke einer Kanzlei ausmachen, dort arbeiten. Hier wird die Persönlichkeit, das Selbstverständnis des Freiberuflers deutlich. Anders verhält es sich bei den angestellten Anwälten und nicht juristischen Mitarbeitern: Dort ist eine durchgängige Gestaltung, die im Einzelnen differenziert sein kann, sinnvoll, da sie der Fluktuation Rechnung trägt.

Die Gestaltung erfolgt in Abstimmung mit dem Anwalt

Aus den Komponenten Material, Farbe, Form und Beleuchtung sollte sich ein ästhetisches Gesamtkonzept ergeben, das den individuellen Bedürfnissen der Kanzlei Rechnung trägt. Voraussetzung hierfür ist das Verständnis und das Einfühlungsvermögens des Planers für die jeweilige Kanzlei und eine persönliche Beratung als Basis der Planung.

Es ist bei weitem nicht damit getan, Möbel aus einem

Katalog auszusuchen. Die Gestaltung der Räume lässt sich nicht auf das bloße Möblieren reduzieren. Raumgestaltung bedeutet ebenso die Einbeziehung der raumbegrenzenden Flächen wie Boden, Wand und Decke.

Die Auswahlmöglichkeiten sind bei näherer Betrachtung nahezu unbegrenzt: Ob dicker Teppichboden, Sisal, Parkett oder Steinfußboden verlegt wird oder die Wände bzw. Decken weiße Rohfaser, Stucco Luströ oder polierten Beton zeigen - die Möglichkeiten lassen sich beliebig erweitern und kombinieren. Ein- und Durchblicke sowie die Beleuchtung sind dabei genauso zu berücksichtigen wie eine vernünftige Aufteilung der Funktionsbereiche, die eine sinnvolle Wegeführung beinhaltet. Weitere Rahmenbedingungen stellen die Einhaltung verschiedener DIN-Normen, der Arbeitsstättenverordnung (ArbStättV) und Arbeitsstätten-Richtlinien (ASR), sowie der Anforderungen des Brandschutz, Wärmeschutz, Schallschutz etc. dar.

Es gibt kein Patentrezept für die Gestaltung von Kanzleien.

Die Gestaltung der Kanzleiräume ist mittlerweile ein wesentlicher Marketingfaktor, der eine lohnende Investition darstellt. Es ist wichtig, überhaupt erst einmal anzufangen, nach dem Motto "Prioritäten setzen". Jede Kanzlei ist grundsätzlich dazu in der Lage, entsprechend ihrer finanziellen Mittel und ihrer Expansionsperspektiven eine erfolgreiche Neugestaltung ihrer Räumlichkeiten durchzuführen.

Bei einer Existenzgründung besteht der Vorteil, von Beginn an ein Gesamtkonzept erstellen zu können. So vermeidet man es später, "Altlasten" über Jahre hinweg mitzuschleppen, die optisch nicht mehr zur Kanzlei passen oder funktional nicht mehr zu gebrauchen sind. Oder auch später Dinge verändern zu müssen und letztlich mehr Geld zu investieren, als von vornherein erforderlich gewesen wäre.

Ikea-Möbel beispielsweise, gekonnt in Szene gesetzt mit Hilfe von Farbe als kostengünstigem Gestaltungsmittel, zweckentfremdete Möbel in neuer Nutzung (der Küchentisch als Schreibtisch) und Bubble-Jet-Kopien an den Wänden statt der üblichen Kunstdrucke, können einer jungen Kanzlei einen erfolgreichen Auftritt mit minimalem Budget verschaffen.

Bei schon bestehenden größeren Kanzleien wird zunächst ein Gesamtkonzept erstellt, welches dann schrittweise

realisiert wird. Im Zuge der fortschreitenden Internationalisierung der Kanzleien wird es immer wichtiger, ein zeitgemäßes repräsentatives Erscheinungsbild abzugeben. Im Idealfall existiert ein durchgängiges gestalterisches Konzept, welches die Toiletten genauso wie den Empfangsbereich berücksichtigt. Ein einmal erstelltes Gesamtkonzept dient als Designleitfaden für alle zukünftigen Räume und Baulichkeiten.

Spezialisierte Kanzleien sind gut beraten, sich in besonderem Maß auf Ihre Mandantschaft einzustellen. Eine Kanzlei, die sich auf die Rechtsgebiete IT/IP, Medienrecht spezialisiert hat, wird anders auftreten als eine, deren Mandantenkreis sich aus den Vorstandsetagen traditioneller Unternehmen zusammensetzt.

Stil ist Ausdruck

Stil ist keine Frage der zeitgenössischen Mode und auch nicht abhängig von den Launen eines exaltierten Gestalters. Stil ist der stimmige Ausdruck, wie er sich in der Gesamterscheinung der Räumlichkeiten einer Kanzlei den Mitarbeitern und Mandanten präsentiert. Die altehrwürdige Kanzlei mit dunkler Holzvertäfelung hat genauso ihre Daseinsberechtigung wie die junge und moderne minimalistische Kanzlei mit gesandstrahltem Glas und Aluminium. Immer unter der Voraussetzung, dass der Stil zum Selbstverständnis der jeweiligen Kanzlei und Ihrer Mandantschaft passt. Ein Stil ohne Inhalt ist Design zum Selbstzweck, bleibt reine Kosmetik.

Die funktionalen Arbeitsabläufe in der Kanzlei dürfen über dem Design nicht vernachlässigt werden. Denn der reibungslose Ablauf des Kanzleibetriebes ist entscheidend für den geschäftlichen Erfolg der Kanzlei. Es fängt beim Eingangsbereich an. Der Empfang muss als solcher deutlich erkennbar sein. Die Besucher sollten auf den ersten Blick erkennen, wohin sie sich wenden müssen, und nicht etwa zunächst in der Teeküche neben der Eingangstür landen. Nicht zuletzt eine einheitlich gestaltete Beschilderung der verschiedenen Räume in der Haustypographie sorgt für klare Orientierung.

Genügend Stauraum für Lager oder Ablage baut einem Wildwuchs vor, der sich in Form einer "Kraut und Rüben"-Optik äußert. Ein störungsfreier Ablauf der Postbearbeitung (Eingang, Ausgang, Fax) ist ein weiteres wichtiges Kriterium bei der Planung. Die Postfächer sollten flexibel erweiterbar sein, um eine spätere Expansion zu ermöglichen. Außerdem müssen sie Platz für Pakete bieten

und gut zugänglich sein. Auch dürfen sie sich den Blicken der Mandanten getrost entziehen.

Da erfahrungsgemäß die meisten Mandanten vor einer Konferenz die Toiletten aufsuchen, sind diese so zu gestalten, dass man dort in aller Ruhe seine Bedürfnisse verrichten kann und nicht gezwungen wird, den schnellsten Weg nach draußen zu suchen. Geeignete Ablageflächen - außerhalb des Fußbodens - für Unterlagen, Kleiderhaken in den Kabinen und Schminkspiegel für die Damen sind sinnvolle Ergänzungen und keineswegs nur Dekoration. Auch auf diese Einzelheiten kann sich das Corporate Design erstrecken. Bei gelungener Ausführung fallen diese Details um so mehr auf und werden zu echten Pluspunkten.

Nur Profis schaffen eine professionelle Gestaltung.

Für die Planung ist es sinnvoll, unabhängige professionelle Planer einzuschalten. Eine sogenannte "kostenlose Planung" existiert nicht. Einrichtungshäuser und Innenausbauer, die solches anbieten, lassen diese Kosten verdeckt in Herstellung, Ausbau oder Möbel einfließen. Zudem sind gewerbliche Anbieter produktgebunden.

Ein persönliches Briefing geht der Planung voraus. Dann wird ein Vorentwurf präsentiert, der als Besprechungsgrundlage für den fertigen Entwurf dient. Eine vernünftige und gut durchdachte Planung sorgt für die erfolgreiche Realisierung des Projektes. Auch die Aufgabe der Bauleitung wird vom professionellen Gestalter übernommen. Um eine funktionierende Kommunikation zwischen Planer und Kanzlei zu gewährleisten, ist es unabdingbar, einen verantwortlichen Ansprechpartner auszusuchen.

Zufriedene Mandanten und motivierte Mitarbeiter sind nicht zuletzt das Resultat einer professionellen Kanzleiplanung und -einrichtung. Die Rolle der ästhetischen Erfahrung der Mandanten wird noch vielerorts unterschätzt.