

Uns verbindet Persönlichkeit

Kanzleien gestalten ihren Markenkern – Spielarten aus der Praxis

Immer mehr Kanzleien definieren ihren Markenkern als Wertschöpfer und vermitteln mit stetiger PR- und Öffentlichkeitsarbeit das, wofür sie stehen. Die Marke symbolisiert Einzigartigkeit, vorausgesetzt, Rechtsanwälte folgen einer einleuchtenden Strategie und bleiben ihrer Linie treu. Spielarten aus der Praxis.

Marken gewinnen, wenn Kanzleien ihre Werte und Kompetenzen glaubwürdig vorleben und professionell kommunizieren. Markenbewusste Anwälte nehmen sich selbst und ihre Position am Markt genau unter die Lupe. Sie definieren ihre Stärken und bekennen sich dazu: in einer langfristig ausgerichteten Strategie, mit Maßnahmen, die zu ihnen und ihren Zielgruppen passen. Und sie realisieren Kommunikationsinstrumente, die ihr Profil gestalten und ihre (Kanzlei-)Persönlichkeit erlebbar machen. So entsteht Loyalität: Menschen, die sich verstanden und verbunden fühlen, empfinden Wohlwollen und entwickeln Vertrauen – auch dann, wenn die Geschäftsbeziehung einmal leidet.

[...]

AUTHENTISCH UND KONSEQUENT SEIN: ONLINE UND OFFLINE

Als beispielhaft für eine Webseite, die als „Sprachrohr“ einer so klaren wie direkten Bildsprache und starken Schlüsselbotschaften Schule machen kann, ist der Internetauftritt der Düsseldorfer Kanzlei Austmann & Partner zu nennen. „Vor zwei Jahren sind wir als Spin-Off einer Großkanzlei gestartet, deren Düsseldorfer Büro wir zuvor aufgebaut hatten“, so Partnerin Dr. Nina Böttger und sagt: „Von Anfang an haben wir unsere Online-Präsenz in das Zentrum unseres Marktauftritts gestellt.“ Dabei hatte die Juristin auch die Zielgruppe der jungen Nachwuchstalente im Auge. Es folgten intensive Brainstormings im Team: Der Kern waren zentrale Bekenntnisse, die modern und klug eine Brücke zu Beweggründen schlagen, nicht irgendwelche Juristen, sondern genau Austmann & Partner zurate zu ziehen: „Wollten Sie nur wissen, wie es nicht geht, kämen Sie nicht zu uns“ oder „Wenn Sie hier sind, suchen Sie vermutlich keine Hundertschaft von Anwälten, sondern eine Lösung“ vermitteln den Kanzleispirit ebenso selbstbewusst wie: „Wer den Kopf in den Sand steckt, wird von anderen immer noch gesehen.“ Hinzu kommen großflächige Fotos, die Nähe und Authentizität vermitteln. Insgesamt besticht der Auftritt, weil er sehr clean, klar strukturiert und in der blauen Farbwelt der Kanzlei systematisch durchdekliniert ist.

„Es macht immer wieder Spaß, die positiven Reaktionen und Stimmen zu unserer Kanzleimarkte zu hören.“

Diese Struktur und individuelle Linie findet der Besucher vor Ort auch in der Kanzleiausstattung wieder: anspruchsvoll geplant und vom Schreiner nach Maß gefertigt. Das Blau „klingt“ in Transparenten aus modernen Filmplakaten in den Meeting-Räumen Casablanca, Fitzcarraldo, Metropolis und im Casino Royal, der Kanzleibar „nach“. Insgesamt resümiert Böttger: „Es macht immer wieder Spaß, die positiven Reaktionen und Stimmen zu unserer Kanzleimarkte zu hören. Gefühlt ist Austmann & Partner nicht erst seit zwei Jahren am Markt.“

[...]

Susanne Kleiner, München ■



3 Direkte Bildsprache, starke Botschaften: Die Online-Präsenz steht für Nina Böttger von Austmann & Partner (li.) im Mittelpunkt des Markenauftritts.