



WER SIND WIR? UND WO GEHT'S EIGENTLICH LANG?

**Mit einer expliziten Identität die Kanzlei ausrichten
und fit für die Zukunft machen**

Was macht uns als Kanzlei aus? Wo unterscheiden wir uns von anderen Kanzleien? Welche Werte leben wir – und was von unserer Unternehmensidentität lässt sich in unserer Außenwirkung erkennen? Diese Fragen tauchen immer wieder auf – insbesondere dann, wenn sich Arbeitnehmer und Bewerber fragen, ob eine Kanzlei (noch) zu ihnen passt, oder wenn Mandanten einen professionellen Partner suchen. Häufig stellen sich diese Fragen aber auch dann, wenn es um die Übernahme von Kanzleien geht oder ein Führungswechsel ansteht.



Jedes Unternehmen hat eine Identität – der Unterschied liegt vor allem darin, ob es eine bewusste Identität ist und inwieweit diese schon als Erfolgsfaktor genutzt wird. Auch wenn Sie sich in Ihrer Kanzlei noch nicht bewusst mit einer Identitätsbildung beschäftigt haben, entsteht durch das Verhalten der Führungskräfte und Mitarbeiter, aber auch durch die tägliche Organisation, das Miteinander und das gemeinsame Arbeiten eine Kultur, die die Identität prägt. Leider entstehen genau darin auch Schwachpunkte, die den Erfolg bremsen. Fehlende Identifikation der Mitarbeiter mit der Kanzlei, Arbeit nach Vorschrift, Unzufriedenheit, schlechtes Betriebsklima, Unzufriedenheit bei Mandanten, fehlende Wiedererkennung in der Außendarstellung u. V. m. lassen sich verbessern, wenn Sie für sich die Frage nach der Kanzleiidentität beantworten.

Der ganzheitliche Auftritt aller Bereiche, sowohl nach innen als auch nach außen, ermöglicht die Identifikation mit der Kanzlei – für Mitarbeiter und Mandanten. Mit dieser Identität ist allerdings nicht gemeint, dass wir ein Logo und Kanzleifarben verwenden oder Schlagwörter wie „traditionsbewusst“ und „partnerschaftlich“ definiert haben (was schon ein Schritt in die Richtung ist, allerdings noch lange nicht weit genug gefasst). Vielmehr geht es darum zu definieren, auf welchen Säulen die Zusammenarbeit im Innen und mit den Mandanten fußt.

- > Welcher Vision folgen wir?
- > Welche Werte gelten bei uns als Handlungsrahmen?
- > Welche Kultur leben wir? (Werden die definierten Werte und wird unsere Vision mit unserer Kultur umgesetzt?)
- > Wie gelingt uns intern und extern eine Kommunikation, die unsere Werte aufgreift und bestätigt?

Wenn Sie diese vier Säulen als Fundament im Alltag lebendig machen, ist ein Kanzleidesign das Sahnehäubchen ihrer Identität. Häufig erleben wir allerdings, dass die Identität mehr oder weniger auf dem Design und auf einem Bauchgefühl aller Beteiligten basiert. Dieses kann sich so maßgeblich unterscheiden, dass es sich lohnt, die vier Säulen einmal konkret zu benennen und die eigene Identität für Ihre Kanzlei zu entwickeln.



Tibor Kijewski sammelte als Personalentwickler und interner Coach über zehn Jahre Erfahrungen sowohl in kleinen und mittelständischen Unternehmen als auch in Konzernen. Heute ist er als Berater und zertifizierter Coach bei Müller+Partner tätig. Er begleitet Veränderungsprozesse und unterstützt Führungs- und Fachkräfte darin, den persönlichen Handlungsspielraum zu erweitern und die persönlichen Potenziale nutzbar zu machen. 2013 wurde sein Beratungskonzept „Prozesse im Team lebendig machen!“ mit dem Internationalen Deutschen Trainings-Preis in Bronze ausgezeichnet.

Wir haben für Sie die ersten Schritte auf dem Weg zu Ihrer Kanzleiidentität zusammengefasst.

Vision entwickeln

Nehmen Sie sich Zeit und haben Sie an sich selbst einen hohen Anspruch bei der Visionsentwicklung. Aber keine Angst – es muss nicht zu einem philosophischen Lebenswerk ausarten. Sie schaffen mit der Vision ein Bild der künftigen Wirklichkeit davon, was realisierbar, aber heute noch nicht Realität ist. Beantworten Sie die Frage: „Wie soll meine Kanzlei in Zukunft aussehen?“ Beleuchten Sie dafür einen Horizont von mehr als 5 Jahren.

- > Wer wollen wir eigentlich sein?
- > Wie wollen wir arbeiten?
- > Welche Werte wollen wir leben?
- > Welche Ziele verfolgen wir?

Ein Erfolgsfaktor für die Identitätsentwicklung und die Umsetzung in den Alltag ist es, die Mitarbeiter in den Entwicklungsprozess einzubinden – am besten von Beginn an. Scheuen Sie sich aber auch nicht davor, für diesen wichtigen Schritt der strategischen Ausrichtung externe Unterstützung einzuholen.



Werte ermitteln, Kultur definieren und Handlungsrahmen festlegen

Vorab möchten wir noch einmal klarstellen: Es geht nicht darum, ein Leitbild zu erschaffen, welches sich nach außen gut anhört und sich für einen Hochglanzflyer eignet. Vielmehr geht es darum, die bereits vorhandene Identität zu erfassen und zu ergänzen, um sie mit allen Aktivitäten (innen und außen) zu verknüpfen. In einem ersten Schritt sollten Sie dafür die bereits gelebte Kultur erfassen. Dafür können Sie die Eigenschaften der einzelnen Kanzleibereiche filtern, um Gemeinsamkeiten zu erkennen und eine Gesamtidentität zu definieren. Fragen Sie sich zum Beispiel:

- > Wie ist der Umgang untereinander? (z. B. freundlich, transparent, schnell, ...)
- > Was zeichnet unser Betriebsklima aus? (z. B. Hilfsbereitschaft, Kollegialität, Fairness, ...)
- > Wie kann ich den Führungsstil der einzelnen Führungskräfte beschreiben?
- > Welche Traditionen pflegen wir?
- > Durch was zeichnet sich unsere Mandantenkommunikation aus?
- > Wer sind wir?
- > Wodurch unterscheiden wir uns von anderen Kanzleien?

Am Ende des Identitätsfindungs-Prozesses bilden diese Werte den überprüfbareren Handlungsrahmen. Im Verhalten aller Beteiligten kann beobachtet werden, inwieweit die definierten Werte und Ziele gelebt werden. Der Rahmen richtet das Handeln im Sinne der Vision aus und sichert dadurch die gewünschte Kultur.



Kommunikation anpassen

Eine Identität ist nur so gut, wie sie auch gelebt wird. Am besten lässt sich dies in der alltäglichen Kommunikation feststellen. Sorgen Sie deshalb aktiv für eine einheitliche Unternehmenssprache, die Ihre Werte widerspiegelt. Ordnen Sie den definierten Werten Eigenschaften zu (wenn, zum Beispiel, einer Ihrer Werte Partnerschaftlichkeit ist, dann könnten Eigenschaften der Kommunikation freundlich, auf Augenhöhe, positiv o. Ä. sein).

Überprüfen Sie nicht nur die gelebte Sprache, sondern auch die Kommunikationswege und -instrumente, die Sie dafür nutzen. Passen E-Mails und Briefe, Protokolle, Checklisten und Formulare, Arbeitsanweisungen und Prozesse, Arbeitsplatzbeschreibungen, das Intranet, aber auch Meetings und sonstige direkte Absprachen in den formulierten Handlungsrahmen? Was entspricht den Werten und der Kultur? Wo gibt es Optimierungsmöglichkeiten? Werden Sie kreativ, neue Kommunikationsinstrumente zu implementieren.

Auch die Kommunikation mit den Mandanten und anderen Externen gehört unter die Lupe. Richten Sie Ihr Marketing ebenso an den Werten und der Kultur aus wie die Kom-

munikation mit Mandanten in E-Mails, Briefen, Bescheiden, Rechnungen, am Telefon und im persönlichen Gespräch. Diese vielfältigen Kommunikationswege nach außen verdeutlichen die Wichtigkeit, eine gemeinsame Kommunikationsstrategie gemeinsam zu entwickeln und dies nicht einer Marketing-Agentur (oder den eigenen Marketingspezialisten) zu überlassen. Die Verantwortung dafür fängt bei der Kanzleileitung an und hört beim Azubi noch nicht auf.

Wenn Sie diese ersten Schritte in Richtung (neuer?) Kanzleiidentität gegangen sind, fragen Sie sich im weiteren Prozess: Wie können wir diese Leitlinien praktisch im Alltag leben? Welche Umsetzungspflicht hat jeder Einzelne? Wie können wir für Glaubwürdigkeit bei der Identität sorgen? Wenn Sie diese Fragen für sich klären konnten und ihre Identität sowohl im Innen als auch im Außen eindeutig erkennbar ist, dann wird diese zu einem entscheidenden Erfolgsfaktor auf dem Markt. Denn dann heben Sie sich durch Identifikation und Authentizität von anderen ab und haben gleichzeitig Ihr Handeln professionalisiert. Damit lässt sich die Zukunft erfolgreich gestalten – wir wünschen Ihnen dafür alles Gute! Kommen Sie gerne auf uns zu, wenn Sie dabei Unterstützung benötigen.



Müller+Partner unterstützt und gestaltet seit 1995 strategische Personal- und Organisationsentwicklung durch moderne und pragmatische Beratungs-, Trainings- und Coachingprogramme. Die sinnvolle Beratung, die den Menschen als Schlüssel für den Unternehmenserfolg entwickelt und Prozesse optimal gestaltet, steht dabei im Mittelpunkt. Mit seinen 16 Mitarbeitern zeichnet sich

Müller+Partner vor allem durch maßgeschneiderte Coaching-, Trainings- und Beratungsprojekte, ausgeprägte Serviceorientierung und intensive Kundenbetreuung aus. Verbindlichkeit sowie qualifizierte, motivierte und persönliche Ansprechpartner im Unternehmen garantieren stets eine professionelle Zusammenarbeit.

Weitere Infos unter muellerundpartner.de