

---

## Vorwort

In der täglichen Arbeit erlebe ich immer wieder, wie viel Potenzial Rechtsanwälte, Steuerberater und Wirtschaftsprüfer in ihrem Marketing noch ungenutzt lassen. Dabei macht der härter werdende Wettbewerb deutlich, wie wichtig Anstrengungen gerade auch in diesem Bereich sind, wenn eine Kanzlei wirtschaftlich erfolgreich werden oder bleiben will. Denn bei über 90.000 Steuerberatern und mehr als 160.000 Rechtsanwälten alleine in Deutschland ist der Kampf um Mandanten und Mitarbeiter längst Alltag geworden. Wirkungsvolles Kanzleimarketing leistet hier einen entscheidenden Beitrag zum Erfolg.

Eine bedeutende Rolle spielen dabei das Image einer Kanzlei und ihre Unternehmenskultur. Ebenfalls große Bedeutung übernimmt das Corporate Design als visuelles Erscheinungsbild der Kanzlei. Alle drei Aspekte sind Teil des ganzheitlichen Konzepts der Corporate Identity. Als Ganzes spiegelt dies die Persönlichkeit einer Kanzlei wider und ist damit ein wesentlicher Erfolgsfaktor, wenn es gilt, Mandanten und Mitarbeiter zu gewinnen und zu binden. Denn gerade bei Dienstleistungen wie der rechtlichen und steuerlichen Beratung geht es darum, Glaubwürdigkeit und Vertrauen auszustrahlen. Und genau dies gelingt über eine starke und stimmige Corporate Identity.

Bei der Entwicklung der Kanzlei-Persönlichkeit handelt es sich jedoch um einen Prozess, der Zeit in Anspruch nimmt und an dem Kanzleihinhaber oder Partner und alle Beschäftigten teilhaben. Denn gerade wenn es um die Kultur in der Kanzlei, die Eigen- und Fremdwahrnehmung sowie das Leitbild geht, formen die Ideale und Werte aller sowie ihre Verhaltensweisen erst die Corporate Identity und bestimmen den einzigartigen Charakter der Kanzlei. Welche Aspekte konkret die Persönlichkeit der Kanzlei ausmachen und wie sich diese entwickeln lässt, vermittelt dieses Essential.

Erfolgsfaktor „Corporate Identity – Auf die Außenwirkung der Kanzlei kommt es an“ ist das zweite Essential in einer vierteiligen Reihe, das Kanzleien hin zu einem erfolgreichen Kanzleimarketing begleitet. Die weiteren Essentials haben

die Themen Erfolgsfaktor Alleinstellungsmerkmal, Kanzleikommunikation und Kanzleiorganisation. Mit diesen vier Essentials möchte ich Rechtsanwälte, Steuerberater und Wirtschaftsprüfer dabei unterstützen, in ihrer Außenwirkung stärker zu überzeugen und sich die Akquise von Mandanten und Mitarbeitern sowie deren langfristige Bindung zu erleichtern. Ich würde mich sehr freuen, wenn sie viele nützliche Anregungen für sich finden und diese umsetzen können.

Viel Erfolg dabei wünscht

Martina Schäfer

P.S. Teilen Sie mit mir Ihre Erfahrungen zum Erfolgsfaktor Corporate Identity. Ich freue mich von Ihnen zu lesen: [info@finis-kommunikation.de](mailto:info@finis-kommunikation.de).

P.P.S. In diesem Essential ist der besseren Lesbarkeit halber durchgängig von Rechtsanwälten, Steuerberatern, Wirtschaftsprüfern und Kanzleieinhabern die Rede. Alle Vertreterinnen dieser Berufe bitte ich, beim Lesen in Gedanken ein „in“ anzuhängen. Selbstverständlich sind Sie in diesem Essential genauso angesprochen wie Ihre männlichen Pendants.

Erfolgsfaktor Corporate Identity

Auf die Außenwirkung der Kanzlei kommt es an  
Schäfer, M.

2014, XI, 37 S. 5 Abb., Softcover

ISBN: 978-3-658-07985-7