Associate-Spin-offs

NICHT MEHR DAS KLEINE RÄDCHEN sein in der Großkanzlei, sondern eigene Wege gehen – während die Managements neue Karrierestufen wie den Counsel oder den Principal Associate erdenken und erproben, entscheiden sich immer wieder Gruppen von Associates zum Schritt in die Selbstständigkeit.

Sie hätten 'Advonauten' heißen können

Wäre es nach den Marketing-Agenturen gegangen, hätte die Kanzlei Greenfort einen anderen Namen. Genauso viel Spaß hätten die Freshfields- und Hengeler-Associates mit ihrem Spin-off dennoch.

Die Glocke ist laut genug, damit man sie auf allen drei Etagen der Jugendstil-Villa im Frankfurter Westend hören kann. Sie ist das Signal für ein neues Mandat, und jeder Partner hat eine auf dem Schreibtisch stehen. Es läutet nicht ständig einer, aber doch oft genug, seit die Kanzlei Greenfort Rechtsanwälte im April eröffnet hat. Die Idee mit der Glocke hatte Dr. Daniel Röder, mit 33 der jüngste der inzwischen fünf Partner. "Unsere Professionalität schließt nicht aus, dass wir Freude an der Arbeit haben", sagt er. Die Freude sei sogar der Erfolgsgarant. Dafür spricht die Tatsache, dass sie sich für die Finanzierungsrunde bei Perfect Vision (JUVE 11/05) bereits ihren ersten Tombstone für ein Mandat erarbeitet haben. Und die "Pönalsau", in die jeder fünf Euro schmeißen muss, der abends als Letzter geht und vergisst, die Rollläden herunter zu lassen und den Anrufbeantworter anzuschalten, für den humoristischen Aspekt.

Greenfort – das waren außer Röder zunächst Dr. Carsten Angersbach (37), Andreas von Oppen (35) und Gunther Weiss (36), im Oktober kam Dr. Mark Lembke (34) dazu. Von Oppen war vorher Associate bei Hengeler Mueller, die vier anderen kommen von Freshfields Bruckhaus Deringer. Einige waren bereits vor dem Spin-off miteinander befreundet, andere kannten sich durch die Arbeit beim selben Partner.

Wie daraus Greenfort wurde: Erste lockere Gespräche miteinander und auch mit weiteren Kollegen über Zukunftsvorstellungen wurden zunehmend ernster. Irgendwann war klar,

dass sie die Gespräche zu viert intensivieren wollten. Das war der Anfang – ohne, dass sie es damals wussten. Es gab viele gemeinsame Abendessen, auch mit den Partnern. "Wir haben stundenlang zusammen gesessen, um festzustellen, ob wir die gleichen Vorstellungen haben. Die fachliche Qualifikation war unzweifelhaft, hier ging es in erster Linie um die menschliche Komponente", sagt Röder.

Und nicht nur sie selbst waren von der Entscheidung betroffen: Von Oppen und Lembke sind bereits Väter, Röder wird es bald. "Da muss man sich noch einmal ganz andere Gedanken machen", sagt Angersbach. "Wir haben alles bis ins Letzte ausdiskutiert. In der Sache war das im Einzelnen oftmals gar nicht so entscheidend, aber wir haben einander noch besser kennen und uns gegenseitig schätzen gelernt." Es ging um Fragen der Arbeitszeit, der Kanzleigröße – und auch der erwarteten Einkünfte. Jeder hatte Hausaufgaben zu erledigen bis zum nächsten Treffen.

Mitte Januar beschlossen sie, die Kanzlei zu gründen. Die Partner in beiden Kanzleien unterrichteten die Associates unmittelbar über ihr Vorhaben. Man wollte im besten Einvernehmen ausscheiden, und das gelang. Röder und Weiss arbeiteten bis zum

Tag vor der eigenen Kanzleieröffnung weiter bei Freshfields. Die anderen konnten bereits im Februar bzw. Mitte März ausscheiden, was gut war für die beiden Zurückbleibenden. "Man kann nicht von heute auf morgen den Schreibtisch wechseln", sagt Röder. "Da steht nämlich keiner, wenn man sich nicht drum kümmert."

Es war für alle eine erhebliche Belastung, die eigene Kanzlei in so kurzer Zeit aus dem Boden zu stampfen. Finanzierung, Business-Plan, Einrichtung, Pressegespräche, Buchhaltung, Namensfindung – es gab eine Menge zur organisieren. "Wir hatten am Ende etwa 250 Namensideen. Von Agenturen kamen allerdings nur Vorschläge wie 'The right office' oder 'Die Advonauten'", sagt Röder. Es wurde Greenfort, eine international sprechbare Mischung aus der Adresse, der Farbe Grün als Symbol für Wachstum und Leben sowie dem Begriff Kraft. Ein Markenname, der unabhängig von den Familiennamen ist, damit keiner im Vordergrund steht und es für später einsteigende Partner leichter gemacht wird. Am 1. April hatten die Anwälte zwar nicht alles erledigt, aber sie konnten arbeiten. "Die IT war komplett vorhan-

den, Buchhaltung und Marketing organisiert, Pressegespräche geführt und die Kaffeemaschine aufgebaut", sagt Röder. Inzwischen haben die Anwälte eine zweite – ein Geschenk zur Kanzleieröffnung von den ehemaligen Kollegen.

Auch wenn das eine oder andere anfangs in der Kanzlei fehlte – Geschäft gab es vom ersten Tag an, auch dank

"Unsere Professionalität schließt nicht aus, dass wir Freude an der Arbeit haben."

eines Mandats, das einer der Anwälte bereits beim ehemaligen Arbeitgeber betreut hatte. Ein psychologisch wichtiges Moment

Die fünf Partner arbeiten heute nicht weniger als früher. "Doch die gefühlte Arbeitszeit ist eine ganz andere", sagt Angersbach. Und die Flexibilität sei fantastisch. Alle haben bereits in diesem Jahr Urlaub gemacht. Das geht, da sie ohnehin nach dem Vier-Augen-Prinzip arbeiten: Zwei Anwälte kennen ein Mandat, bei wichtigen Meetings sind beide dabei, damit man sich gegebenenfalls gegenseitig vertreten kann.

Den Schritt in die Selbstständigkeit haben sie noch keine Sekunde bereut: "Freshfields ist eine tolle Kanzlei, und ich habe eine sehr gute Ausbildung erhalten", sagt Röder. "Aber ich wollte mich nicht auf ewig in eine vorgegebene Struktur einbinden lassen. Ich brauche mehr Gestaltungsspielräume."

Die hat er nun, inklusive der unternehmerischen Risiken, die damit verbunden sind. Doch Angst hat Röder keine, denn scheitern können die Anwälte seiner Ansicht nach nicht: "Selbst wenn wir kein Geld mehr verdienen würden – wir sind diesen Schritt gegangen. Es ist die damit verbundene Erfahrung, die zählt." Und solange die Glocke läutet...



Greenfort