



Marke positionieren, Full Service bieten, Digitalisierungschancen nutzen

Fünf Fragen an: Elisabeth Lepique und Dr. Markus Sengpiel, Co-Managing Partner von Luther

Die Luther Rechtsanwaltsgesellschaft hat sich in den vergangenen Jahren im Rechtsmarkt eher still, aber sehr konsequent und fokussiert weiterentwickelt. Das Bekenntnis zum Full-Service-Anbieter ist unverkennbar. Elisabeth Lepique und Markus Sengpiel stehen für diesen erfolgreichen Kurs. Mit ihnen sprach Thomas Wegerich.

Deutscher AnwaltSpiegel: *Frau Lepique, Herr Sengpiel, Sie sind jetzt seit Juli 2014 gemeinsam als Managing Partner von Luther in der Verantwortung. Welche Veränderungen haben Sie seitdem vorgenommen, welche Ergebnisse gibt es inzwischen?*

Lepique: Luther hat über Jahre in die Entwicklung seiner Marke investiert. Auch in den vergangenen Jahren haben wir konsequent daran gearbeitet, unsere Stärken auszubauen. Wir haben Schwerpunktthemen wie Complex Disputes oder Bereiche wie Mid-Cap-M&A konsequent vorangetrieben und unsere Marktposition in diesen Bereichen verbessert.

Sengpiel: Im Bereich der Mitarbeiterentwicklung haben wir unser Trainingsangebot geschärft und insbesondere intensiv in unser Partner-Development-Programm investiert. Unsere Mitarbeiter werden noch stärker als

in der Vergangenheit dabei gefördert, ihre individuellen Karriereperspektiven zu entwickeln und zu nutzen. Wir achten weiter darauf, dass wir bei Partnerbestellungen ein ausgewogenes Verhältnis zwischen internen Beförderungen und Lateral Hires haben.

Deutscher AnwaltSpiegel: *Konkret: Wie ist das zurückliegende Jahr 2017 für Ihre Sozietät gelaufen, Frau Lepique?*

Lepique: Im Geschäftsjahr 2016/2017 konnten wir die positive Entwicklung der vergangenen Jahre fortsetzen. Die Gesamtleistung der Gesellschaft wurde um 4% auf 114,5 Millionen Euro erhöht. Hervorzuheben ist insbesondere, dass wir mit reduziertem Headcount mehr erwirtschaften konnten. Der Umsatz pro Berufsträger betrug 415.000 Euro – im Vorjahr waren es 388.000 Euro. Auch im zweiten Halbjahr 2017 setzte sich dieser Trend fort. Abgesehen von der positiven finanziellen Entwicklung haben wir auch unsere Gemeinschaft weiterentwickelt, indem wir junge Kollegen zu Partnern promotet haben. Unsere Panelpositionen konnten wir sichern und stärken – und sind gut gewappnet für die nächsten Schritte.

Deutscher AnwaltSpiegel: *Herr Sengpiel, der Wettbewerb im Rechtsmarkt nimmt ständig weiter zu. Mit welcher*

Strategie gehen Sie in das Jahr 2018, welche Ziele haben Sie sich gesetzt?

Sengpiel: Luther hat sich in den vergangenen Jahren konsequent als Full-Service-Kanzlei mit internationaler Ausrichtung positioniert. Wir richten unsere Entscheidungen und unser Handeln klar an den Bedürfnissen unserer Mandanten aus. Um diesen Anspruch zu untermauern, werden wir im Jahr 2018 noch konsequenter als bislang auch nach außen unsere Industriekompetenz deutlich machen. Ein wichtiger Eckpfeiler der Strategie besteht darin, neue Entwicklungen in den jeweiligen Branchen frühzeitig zu antizipieren, um unsere Mandanten auch bei gänzlich neu auftretenden Herausforderungen kompetent zu unterstützen.

Deutscher AnwaltSpiegel: *Digitalisierung ist das wohl wichtigste Thema für alle im Rechtsmarkt. Wie hat Ihr Haus sich hier positioniert?*

Lepique: In unseren Digitalisierungsinitiativen vereinen wir strategisches Denken und technologische Kompetenz. Zu allererst versuchen wir, mehrwertige digitale Chancen von Hypes zu unterscheiden. Auf dieser Basis erarbeiten wir Strategien und Prototypen für neue ►

Geschäftsmodelle, die wir und unsere Mandanten benötigen. So stellt Luther sicher, dass sich technologische Investitionen auch auszahlen.

Sengpiel: Luther hat in den vergangenen Jahren konsequent das Thema Digitalisierung vorangetrieben. Wir haben vor mehreren Jahren damit begonnen, unsere Mitarbeiter für dieses Thema zu sensibilisieren. Unsere internen Prozesse sind bereits weitestgehend optimiert und digitalisiert, und mit einer Reihe von Produkten unterstützen wir auch unsere Mandanten bei der Digitalisierung ihres Geschäfts. Die vor uns liegenden Herausforderungen im Bereich der Digitalisierung und die sich daraus ergebenden Veränderungen sowohl der Geschäftsmodelle unserer Mandanten als auch des Geschäftsmodells der Wirtschaftskanzleien erfordern einen hohen Grad an Flexibilität und Kreativität – Eigenschaften, für die Luther steht.

Deutscher AnwaltSpiegel: Lassen Sie uns einen Blick in die Glaskugel wagen. Darf ich Sie bitten, diesen Satz zu vervollständigen: In zwei Jahren wird Luther ...

Lepique: ... die Kanzlei sein, die am nachhaltigsten ihr Profil als Wirtschaftskanzlei im nationalen und internationalen Rechtsmarkt geschärft hat.

Sengpiel: ... sich aufgrund seiner Innovationskraft im Rechtsmarkt weiterentwickelt haben. Luther ist eine feste Größe im deutschen und internationalen Rechtsmarkt.

Deutscher AnwaltSpiegel: Frau Lepique, Herr Sengpiel, vielen Dank für diese Ein- und Ausblicke, die Sie unseren Lesern gewährt haben. Wir werden die weitere Entwicklung von Luther im Rechtsmarkt eng begleiten. ◀

Current Issue:
December 4, 2017

Made in Germany

LaborLawMagazine

Subscribe for free: www.laborlaw-magazine.com

The Labor Law Magazine is an online English-language magazine primarily aimed at company lawyers, HR specialists, compliance officers, managing directors, judges, prosecutors and attorneys in Germany and in Germany's leading trade partners. In articles written with real-world legal practice in mind, the magazine explores all important questions related to German labor law.



Published by


FRANKFURT
BUSINESS
MEDIA
DER FA.Z-FACHVERLAG


GLP
German Law Publishers
www.germanlawpublishers.com

Strategic Partners


BEITEN BURKHARDT


BUSE HEBERER FROMM


DLA PIPER


FRAGOMEN


JUSTEM RECHTSANWÄLTE


KPMG Law
Unsere Expertise Ihre Sicherheit


MAYER · BROWN