

## Méer drempelverlagende marketing

Op het eerste gezicht heeft het Nederlandse midden- en kleinbedrijf een positief beeld over haar relatie met de advocatuur, zo blijkt uit een recent rapport. Althans, het rapportcijfer dat de advocatuur (7,5) van haar mkb-klienten krijgt, oogt zeker positief.

Bij een nauwkeuriger blik onthult het rapport echter dat op zakelijk terrein het nodige mis is. Zo wordt de prijs-kwaliteit verhouding van geleverde diensten al jaren beoordeeld als slechter dan verwacht. Het vak advocatuur wordt bovendien negatief beoordeeld vanwege tijdschrijven.

‘Het mkb maakt niet goed gebruik van de advocatuur,’ zegt Marcel Braakman, hoofd

blijft dat er te weinig aan drempelverlagende marketing wordt gedaan. ‘Ze moeten veel meer de boer op, en laten zien wat ze allemaal kunnen doen’, zegt Braakman. Notarissen laten volgens hem in de afgelopen jaren beter zien waar ze voor staan. ‘Kijk naar alle folders over het nieuwe erfrecht die notarissen hebben rondgestuurd. Daarmee laat je aan je cliënten zien dat je

### ‘Ik zie notarissen en belastingadviseurs veel vaker als spreker bij lokale ondernemersverenigingen of jaarvergaderingen’

verenigingszaken van MKB-Nederland. ‘Het heeft iets te maken met een te hoge drempel richting advocatuur.’ MKB-Nederland zou graag die drempel zien verdwijnen. ‘Ondernemers associëren advocaten met problemen. Die haal je binnen op het moment dat er een dagvaarding binnenkomt. We willen juist dat onze leden op tijd juridisch advies krijgen, zodat ze problemen kunnen voorkómen. De kruik gaat te water tot hij barst. Een heleboel ellende komt voort uit zaken die van tevoren niet goed geregeld zijn.’

Volgens Braakman weten de meeste kleinere ondernemers maar weinig van mededingingswetgeving of het opstellen van een goed contract. ‘Voor een installatiebedrijf met 25 werknemers past het best om een vaste relatie te hebben met een advocaat. Het staat professioneler en je vermijdt een hoop gezeur.’

MKB-Nederland heeft een eigen juridische afdeling. Hier komen meestal de eerste juridische vragen (veelal over aannemen en ontslag, onroerend goed en contracten) binnen. Als het te ingewikkeld wordt, verwijzen ze door aan het Lawyers Plus netwerk. ‘Maar we zeggen ook: vraag eens bij een collega-ondernemer in Bolsward,’ zegt Braakman.

MKB-Nederland vindt dat advocaten heel goed bezig zijn met de kwaliteit van hun dienstverlening en met bijscholing. Punt

preventief bezig bent,’ zegt Braakman. Hij merkt op dat hij notarissen en belastingadviseurs ook veel vaker aantreft als spreker bij lokale ondernemersverenigingen of jaarvergaderingen.

Concluderend denk MKB-Nederland dat de advocatuur gevangen zit in een soort van ‘image trap’, een punt dat vorig jaar tijdens de jaarvergadering ook werd aangekaart door de inmiddels vertrokken voorzitter J. de Boer. Een imago van kwaliteit en deskundigheid is anno 2003 niet meer helemaal voldoende om je te verkopen in ondernemersland. Een goede ondernemer benadrukt niet alleen dat hij een uitstekend product levert, doch is tevens marktgericht en maakt duidelijk dat kwaliteit een prijs heeft. ‘Waarom betaalt u een garage rekening zonder discussie, maar klaagt u over een declaratie van een advocaat? Zolang een advocaat zich niet ontdoet van het beeld dat hij vooral vakmatig kwaliteit wil leveren en niet commercieel wil zijn, vraagt een advocaat om discussies met zijn klanten,’ stelt Braakman.

Volgens Braakman is er voor de advocatuur veel te winnen in het midden- en kleinbedrijf. ‘Alleen de 5000 grotere ondernemingen hebben misschien een vaste relatie met een advocaat. Maar de 500.000 kleine ondernemers in Nederland helemaal niet.’ ■

(E. Cohen, journalist)

