

Sneller, meer en beter

Niemand kan er omheen, maar wat een advocaat met social media doet zal ieder voor zich moeten bepalen. Sommigen zijn sceptisch maar de vier advocaten die hier hun ervaringen en inzichten delen, zijn dat niet. 'Het verrijkt mijn leven.'

Tekst: Henriette van Wermeskerken

Op weg naar Den Haag voor een interview door het *#Advocatenblad* over *#social #media* en de *#advocatuur*. *#VanDoorne*, twittert Hugo Reumkens (43), managing partner bij Van Doorne in Amsterdam. Reumkens twittert een paar keer per dag en vrijwel altijd met links naar (vaak Amerikaanse) publicaties. Zo had hij het recent bijvoorbeeld over de verkiezing van de machtigste vrouw in het blad *Opzij*, over een *Leadership in law-firms*-cursus die hij aan Harvard volgde, de College Tour met Willem Holleeder en Het Nieuwe Werken. 'Er zijn nog niet veel advocaten die twitteren. Zelf ben ik voorzichtig begonnen, via een account die niet direct tot mij te herleiden was. Eerst keek ik wat er gebeurde, waar het over ging, hoe de mix zakelijk-persoonlijk was. Na een jaar, begin 2011, voelde ik me genoeg geïnformeerd en ben ik mee gaan doen. Ik schrijf over wat mij opvalt, wat mij raakt en dat heeft altijd iets te maken met waar ik dat moment mee bezig ben. Verder over opvallende gebeurtenissen in de advocatuur en over leiderschap binnen het vak. Tenslotte over mijn vakgebied: het vennootschapsrecht, met name *corporate governance*. Ik schrijf dus ook persoonlijke dingen. Wie mijn tweets achter elkaar zet, krijgt een beeld van wie ik ben.'

Kennis uitwisselen

Reumkens gebruikt meerdere twitteraccounts. Sommige gebruikt hij als zoekmachine die tweets automatisch rubriceren op onderwerp. Zo krijgt hij bijvoorbeeld alle tweets over het beloningsbeleid, een belangrijk onderwerp in de discussie rondom *corporate governance*. Voor de social media ziet Reumkens een belangrijke rol bij het delen van kennis. 'Ik geloof dat we uiteindelijk via blogs, of blogachtige middelen, onze kennis zullen

uitwisselen. Dat hoeft niet aan kantoor gebonden te zijn, je kunt je ook voorstellen dat mensen elkaar op expertisegebied vinden. Het is interessanter om te winkelen in een straat met veel verschillende winkels dan in een straat met maar één grote winkel. Social media als Twitter en LinkedIn gebruik je om mensen te wijzen op wat je publiceert op die blogs. Je laat zien wat je doet.'

Reumkens is een *early adapter* op het terrein van social media. Een jaar of zeven geleden experimenteerde hij met een *legal podcast*, een geluidsopname van een kort interview over iets actueels op de website van kantoor. 'Ik schrijf veel in tijdschriften, ook als columnist, daar steek ik behoorlijk wat tijd in. Met die *podcast* probeerde ik mijn bereik te vergroten. Maar het aantal mensen dat ernaar luisterde, was bedroevend laag. Ja, een paar familieleden... Daar zijn we dus weer mee gestopt.' Het online netwerk LinkedIn kan Reumkens tot een van de eerste gebruikers in Nederland rekenen. Daarop bericht hij vooral zakelijk: over colleges die hij geeft, prijzen die het kantoor wint, er is een actief alumnetwerk en er worden vacatures op geplaatst. Facebook gebruikt Reumkens daarentegen uitsluitend privé.

'Oudere advocaten delen informatie soms sneller, merk ik'

Vooruitgang

Facebook is het social medium waar Liesbeth Schippers (54) van Pels Rijcken & Droogleevers Fortuijn in Den Haag juist de meeste tijd aan besteedt. Verder gebruikt

zij Twitter en LinkedIn; dat eerste vaak meerdere keren per week. 'Niet veel mensen van mijn leeftijd zijn echt actief op social media, merk ik. Ik werk veel met jonge mensen en heb kinderen op de middelbare school, dus in mijn omgeving is het normaal om mee te doen. Ik vind het ontzettend leuk. Zakelijk denk ik ook dat het van belang is om te doen. Dat je de manieren van communicatie gebruikt die bij deze tijd horen. Ik denk graag na over marketing en binnen kantoor heeft onze sectie Ruimte en Milieu, waarvan ik voorzitter ben, ook wel de naam nieuwe dingen te ontwikkelen. Via de kantoorwebsite hebben wij aparte pagina's en blogs voor specifieke rechtsgebieden. Wil je informatie verschaffen, dan werkt een website het best. Wil je vooral op actualiteiten inspelen, nieuwe ontwikkelingen noemen en is het geen bezwaar dat er minder structuur is, dan voldoet een blog. Het heeft allebei voor- en nadelen. Wij zitten niet in een geharnaste structuur, maar proberen gewoon uit wat het best werkt.' Het bijhouden van social media kost tijd, vindt Schippers, maar het levert veel op. 'Ik zie nieuwe ontwikkelingen, onderhoud allerlei interessante contacten en wissel kennis uit. Kortom, ik krijg en deel meer waardevolle informatie dan vroeger.'

'Echte' contacten

Schippers gebruikt Facebook vooral persoonlijk, hoewel zij ook cliënten onder haar Facebookvrienden heeft. 'Ik werk veel aan langdurige projecten op het gebied van ruimtelijke ordening en infrastructuur en dan bouw je soms ook vriendschappelijke contacten op.' LinkedIn en Twitter gebruikt zij vooral zakelijk, maar zij plaatst op Twitter ook persoonlijke berichten. 'Je moet natuurlijk uitkijken wat je tweet. Ik kan moeilijk laten merken waar ik zakelijk precies mee

bezig ben. Wel kan ik achteraf trots een foto van bijvoorbeeld een nieuwe weg plaatsen. Ook kun je niet echt opiniërend zijn, vanwege je positie. Wat je zegt, ligt in feite op straat. Ik wil Twitter graag gebruiken om te laten zien wat ik doe, maar ben nog zoekend naar de beste weg. Kantoor heeft ook een Twitteraccount en daar worden interessante uitspraken en publicaties getwitterd, dat hoef ik niet zelf te doen.'

Abeln Advocaten in Amsterdam gebruikt ook Facebook zakelijk. Jurgen Jaab (40) van Abeln, die behalve advocaat ook semiprofessioneel muzikant is: 'Op mijn eigen LinkedInpagina staat ook informatie over mijn muzikale activiteiten, dus het is toch wel een mix van advocatuur en andere, meer persoonlijke zaken. Ons kantoor heeft verschillende Twitteraccounts, die ook leiden naar inhoudelijke informatie. Wij gebruiken Twitter om te laten zien wat wij doen. We tweeten over actualiteiten zoals uitspraken, cursussen en samenwerkingsverbanden, zoals wij bijvoorbeeld hebben met MKB-Amsterdam. Of dat wij op een beurs stonden voor mensen met tweede huizen; wij doen veel in Frankrijk.' Jaab zet Facebook wat frivoler in; daar staan bijvoorbeeld ook foto's van het bezoek van Sinterklaas aan kantoor. Verder blogt hij af en toe. 'Een eigen blog hebben we nog niet, maar we zijn wel naar de mogelijkheden aan het kijken.'

Grens privé en zakelijk

Joran Spauwen (26), stagiaire bij Kennedy Van der Laan heeft een ICT-achtergrond en ontwikkelde voor zijn kantoor het Media Report. Op dit blog met nieuws voor de mediawereld publiceert zijn sectie actief. 'Maar we hebben ook een ouderwetse nieuwsbrief die gewoon in je inbox komt.' De nieuwsbrief bestaat uit links naar het blog. In tegenstelling tot de drie eerdergenoemde advocaten houdt Spauwen privé en zakelijk gebruik van social media strikt gescheiden. 'Ik heb geen cliënten als Facebookvrienden en dat wil ik ook niet. Twitter gebruik ik uitsluitend voor zakelijke berichten, een paar keer per maand. Ik ben door mijn geringe ervaring misschien wat behoed-

Tips and tricks

Veel kantoren hebben inmiddels beleid ontwikkeld voor het gebruik van social media. Pels Rijcken & Droogleevers Fortuijn heeft een boekje met tips ten behoeve van alle medewerkers (ook niet-advocaten).

Schippers: 'De vertrouwelijkheid jegens de cliënten staat altijd voorop. Houd je aan de Gedragsregels en laat nooit in een tweet merken dat je voor iemand optreedt. Natuurlijk gebruik je nooit scheldwoorden. Ook wel een leuke tip: stuur geen berichten de wereld in als je wat gedronken hebt.' Spauwen: 'Wees authentiek. Bouw je netwerk rustig uit en doe niets wat niet bij je past. Bedenk dat je tweets direct openbaar zijn, zonder redactie. Kijk uit met privé-informatie. Zorg dat je nooit spijt krijgt van wat je schreef.'

Jaab: 'Stuur alleen iets rond als het echt nieuws is. Overdaad schaadt, en past ook niet bij het beroep.'

Reumkens: 'Wees je er steeds van bewust dat je advocaat bent, dat je staat voor een bepaalde kwaliteit en professionaliteit. Realiseer je dat je niet kunt terughalen wat je eenmaal hebt rondgestuurd. En wie LinkedIn alleen als een soort kwartetspel gebruikt, om zo veel mogelijk contacten te verzamelen, heeft er weinig aan.'

'Stuur geen berichten de wereld in als je wat gedronken hebt'

zaam. Oudere advocaten delen informatie soms sneller, merk ik.'

Reumkens, Schippers, Jaab en Spauwen hebben alleen LinkedIn-contacten die zij ook 'in het echt' ontmoet hebben. En allen benadrukken dat social media niet ten koste van 'echte' contacten gaan. 'Integendeel,' zegt Jaab. 'Het versterkt bestaande contacten, je hebt intensiever contact met meer verschillende mensen, waardoor je juist makkelijker op ze afstapt als je ze ergens ontmoet. Je hebt meer referentiekaders.' Spauwen:

'Social media betekent gewoon contacten onderhouden en kennis delen, alleen op een andere manier dan vroeger: sneller, met een veel groter bereik en meer in de openbaarheid.'

Het kan ook uit

'Het bereik van social media is waanzinnig,' zegt Reumkens. 'Je laat zien wat je doet, je verwijst naar inhoud, je deelt kennis, je onderhoudt contacten. Als je het verstandig inzet, biedt het geweldige mogelijkheden. Ik geloof bijvoorbeeld dat we toegaan naar een soort Wikipedia van de rechtscommentaren. De overheid heeft veel geïnvesteerd in de website wetten.nl en vervolgens in rechtspraak.nl. Daarmee zijn wetteksten en uitspraken toegankelijk voor iedereen geworden. Wat nu nog ontbreekt, zijn de commentaren. Wij hebben geïnvesteerd in het Platform Open Commentaren, POC, een platform waarop advocatenkantoren, overheid en universiteiten kunnen publiceren. Misschien moet je in het begin een *board* aanstellen om de kwaliteit te bewaken, maar uiteindelijk verkoopt kwaliteit zichzelf, net als bij Wikipedia. Het zal nog wel een paar jaar duren voordat het POC er is, maar komen gaat het.' Ook ziet Reumkens een toekomst voor *webinars*. 'De flex-bv is nu ingevoerd. Normaal zouden wij nu de hele wereld afreizen om daarover te vertellen en nu doen we dat via *webinars*. Niet zoals een YouTube filmpje, maar actueel met de mogelijkheid tot interactie.'

Moeten alle advocaten aan de social media? Eigenlijk wel, vinden Reumkens, Schippers en Jaab. Spauwen kent zelfs geen werkend leven zonder social media. Jaab: 'Het gebruik van social media voegt echt wat toe, ook voor de "gewone" contacten. Je investeert tijd, maar die bespaar je vervolgens weer. Ik kan me eigenlijk niet voorstellen dat je nog zonder social media werkt.' Schippers: 'Als je er voor open staat, dingen probeert, ontdek je vanzelf wat bij je past en waar je wat aan hebt. Zelf vind ik het een verrijking van mijn leven, persoonlijk en zakelijk.' Reumkens: 'En als er te veel op je afkomt, dan zet je het gewoon uit, net als de televisie.'