

## ‘U bent aan de beurt-app’

Een advocatentelefoonboekje op je telefoon, dat zijn veel apps voor de advocatuur. De balie van Antwerpen gaf er een originele draai aan en introduceerde in juni de ‘u bent aan de beurt-applicatie’. Advocaten die de app hebben gedownload worden via e-mail of sms gewaarschuwd wanneer er nog vijf zaken komen voordat hun eigen zaak begint. Vervolgens wordt een bericht gestuurd als de vierde zaak begint, de derde, de tweede en ten slotte de laatste zaak. Zo weet de advocaat precies wanneer hij mag aantreden.

onze app lees je artikelen en opiniebijdragen van onze advocaten.’ Daarvan worden er jaarlijks duizend nieuwe geplaatst. Toen de app een halfjaar in de lucht was, kreeg het twee innovatieprijzen. Na drie jaar is de app ruim 30 duizend keer gedownload.

### Patent

Nog een stap verder gaat Houthoff Buruma, die meerdere apps heeft uitgegeven. De meest eenvoudige is HB Global, die binnen één maand duizend keer was gedownload. Het biedt een telefoonboek van de Houthoff-advocaten, van goede restaurants en hotels en financieel en juridisch nieuws – ook van de grote persbureaus. ‘Met de *user interface* die wij hiervoor ontwikkelden is Houthoff wereldwijd het eerste advocatenkantoor dat zelf een patent heeft aangevraagd,’ zegt marketing manager Jaap Bosman. Daarnaast heeft Houthoff nog twee apps die bedoeld zijn voor de studentenmarkt: HB The App (met educatieve games, waarmee studenten de waarde van een bedrijf bij een overname kunnen bepalen of leren onderhandelen) en HB Vereniging (voor studentenverenigingen). Bosman: ‘Het meest vooruitstrevend is HB Conf, een app waarmee we internationale conferenties sponsoren, zonder onze beurs te hoeven trekken. Een deelnemer van zo’n bijeenkomst, bijvoorbeeld van de International Bar Association, leest het hele programma en ontdekt wie de andere deelnemers zijn, mét hun LinkedIn-profiel. Het is de eerste app die een koppeling met LinkedIn maakt.’

## Column

# Eindejaarsbonus: goed idee?



Dolph Stuyling de Lange

Nog niet zo heel lang geleden was in de advocatuur het leven overzichtelijk: als stagiaire verdiende je relatief weinig, als medewerker verdiende je redelijk en als partner deelde iedereen gelijkelijk in de winst. Het uitgangspunt was dat iedereen loyaal was aan zijn kantoor en dat iedereen zijn best deed. Beoordelingsgesprekken waren schaars en – voor zover ze al gehouden werden – van matige kwaliteit.

Maar de afgelopen jaren is er veel veranderd: de stagiariesalarissen zijn opgetrokken, goede medewerkers krijgen met enige regelmaat headhunters aan de lijn en de inkomensgelijkheid van medewerkers en partners van voorheen is aan het verdwijnen. Behoorlijk wat kantoren stappen niet helemaal over naar variabele beloning, maar gaan werken met een bonus.

De logica van een bonus lijkt evident: niet iedereen werkt even hard en niet iedereen werkt even efficiënt en winstgevend. Degenen die er harder aan trekken, wil je als kantoor een blijk van waardering geven: als er twee medewerkers zijn en de één maakt een omzet van twee ton en de ander de helft, wil je dat in elk geval degene met de hoge omzet bij je kantoor blijft en zo winstgevend blijft.

De praktijk is weerbarstiger. Want misschien is de medewerker met de lage omzet wel beter dan de ander, en werkt deze zelfs harder – alleen in een praktijkgebied dat nog ontwikkeld moet worden of waar de tarieven lager zijn. Het ingewikkelde van het toekennen van een bonus is dat er maar weinig objectieve factoren zijn die je kunt hanteren. En

de objectieve factoren die er zijn, gaan vooral over tijdschrijven en declareren: niet noodzakelijkerwijze de factoren die je bij uitsluiting wilt stimuleren (want dat kan leiden tot excessief tijdschrijven, verwaarlozing van niet-declarabel werk en benadeling van praktijkgebieden waar de tarieven lager zijn).

Je kunt proberen om alle relevante factoren in kaart te brengen: heeft de betrokken advocaat zijn praktijk op orde? Schrijft hij de tijd goed? Doet hij effectief aan marketing? Draagt hij bij aan de opbouw van nuttige knowhow? Helpt hij jongere advocaten bij hun opleiding? Draagt hij bij aan een prettig klimaat binnen kantoor?

Maar het afwegen van subjectieve factoren als ‘goede begeleiding van jongeren’ tegen het ‘werven van nieuwe cliënten’ is ingewikkeld – en daarenboven zijn de beoordelaars (de partners) wisselend. De één is strenger dan de ander.

Nog een probleem is dat medewerkers hun bonussen onderling bespreken, wat vaak leidt tot irritatie bij degenen die minder kregen dan collega’s die ze vergelijkbaar vinden. Soms zijn er – behalve degene met de hoogste bonus – vooral veel mensen die gedemotiveerd raken van de bonussen.

Toch zouden deze bezwaren geen reden hoeven te zijn om helemaal af te zien van bonussen. Belangrijk is dan om de bonus slechts aan een zeer beperkt aantal mensen toe te kennen met een kwaliteit die evident is. En om transparant te zijn over de bonussen: welke criteria zijn gehanteerd en wie zijn er geconsulteerd? Op zo’n wijze kan de bonus werken zoals die bedoeld is.