

Kennisdelende barista's

Met zo'n 2500 publicaties in drie jaar doen de advocaten en notarissen van Dirkzwager wat ze beloven: kennis delen. Het kantoor opende recent de eerste 'openbare' juridische bibliotheek. 'Gastvrijheid is erg belangrijk.'

Erik Jan Bolsius

De legal thriller top-10 van de medewerkers staat op de balie, koffiebonen ratelen met geweld door de machine om verwerkt te worden tot een verse 'latte macchiato' en de bibliothecaris heet kennismanager. In de 'eerste openbare juridische bibliotheek' van Dirkzwager is alles net even anders dan in de gemiddelde bieb van een advocatenkantoor. Op de begane grond van de nieuwbouw aan de Velperweg in Arnhem is het woord stoffig voorbehouden aan een plankje antieke wetboeken.

Dirkzwagers bibliotheek is vijf dagen in de week open van acht uur 's ochtends tot zes uur 's avonds en biedt ook toegang tot online juridische informatie als Legal Intelligence en Boom Basics. Helemaal openbaar is de bibliotheek overigens niet, want bezoekers moeten een pasje hebben en voorlopig worden die alleen aan cliënten en relaties uitgereikt. Sinds de opening eind vorig jaar zijn er dat zo'n 750. 'We willen geen hangplek worden voor studenten die alleen voor de gratis koffie, wifi en printers komen', stelt kennismanager Mark Jansen.

Jansen kan zich wel voorstellen dat de bibliotheek binnenkort haar deuren opent voor masterstudenten van de Radboud Universiteit Nijmegen. 'Dat is voor ons ook een goede manier van talentscouting. En als ze een scriptie schrijven met behulp van onze kennis, krijgt hun werk een plekje in de boekenkast.' Dat er in tijden van digitalisering is geïnvesteerd in een bewaarplaats voor het ouderwetse papier, vindt Jansen zelf ook wel ironisch. 'We hebben heel veel informatie digitaal, maar advocaten zoeken toch ook nog steeds vaak iets op in boeken.'

'Goede koffie'

De zes kennismanagers van Dirkzwager helpen juristen aan relevante informatie



Nieuwbouw Dirkzwager in Arnhem.

Foto: Ron Steemers

voor hun zaken. Jansen: 'We helpen de advocaten hun werk beter te doen. Iedereen kan zoeken, maar wij blijven nodig om de goede informatie te vinden en te selecteren.' Daarnaast zijn ze beschikbaar voor het ondersteunen van cliënten die in de bieb komen werken. Veel zijn dat er nog niet ('een paar per week'), maar het aantal groeit gestaag. Ook leveren Jansen en zijn collega's markt- en sectorinformatie voor profielen die Dirkzwager gebruikt bij acquisitiesprekken. 'We zitten nu in het centrum van de operatie,' zegt Jansen.

In de nieuwe rol van de voormalige bibliothecarissen past de 'Barista'-training die alle kennismanagers deden, in het experience-center van koffieleverancier Peeze. Algemeen directeur Marcel Hielkema, met een verleden in de hotelbranche: 'Gastvrijheid is ook voor een advocaten- en notarissenkantoor erg belangrijk, dus de

kennismanagers moeten goede koffie kunnen zetten voor de bezoekers. Vaak voelt de hal van een advocatenkantoor toch een beetje als een tandartspraktijk. Wij hebben het vergeleken met een winkel. Cliënten komen binnen in onze etalage, die moet er dus wel gastvrij uitzien.' De investering

'Uitgeverij' Dirkzwager

- Negen specialistische kennispagina's, duizend artikelen per jaar.
- Digitale nieuwsbrieven voor ruim vierduizend abonnees.
- Relatiemagazine met Layar-toepassing.
- Accounts op Twitter, Facebook, YouTube, Foursquare, Google+, LinkedIn en Pinterest.
- App KennisBoek en e-books.
- Kennisportal: www.partnerinkennis.nl en www.legalknowledgeportal.com.



Bibliotheek van Dirkzwager: mogelijk straks ook toegankelijk voor studenten.

Zelfstandige bieb

De bibliotheek is een zelfstandige dienst binnen Dirkzwager, met een eigen website: www.dirkzwagerbibliotheek.nl. Cliënten kregen in de Maand van het spannende boek de door de advocaten en medewerkers geselecteerde top-10 juridische thrillers per mail. Dat leidde ook tot publiciteit voor de bieb zelf. In de toekomst gaan juridische uitgeverij hun nieuwe boeken lanceren in de bibliotheek.

in het gebouw werd er geen cent duurder door, stelt Hielkema. 'Maar bij het ontwerp ga je denken vanuit de gasten.'

Pashouders van de bibliotheek zijn onder anderen de gemeente- en bedrijfsjuristen van Dirkzwagers cliënten, die meestal op kantoor niet zo'n uitgebreide verzameling vakliteratuur hebben staan. Het advocatenkantoor rekent en passant af met het vooroordeel dat de teller direct begint te lopen als de advocaat zijn cliënt informatie geeft. Een faciliteit als deze bieb levert niet direct nieuwe zaken op, geeft Hielkema toe. 'Maar we hebben de bibliotheek toch, dus waarom zouden we hem niet beschikbaar stellen?'

Die gedachte ('we hebben het toch al in huis') is ook de filosofie achter Dirkzwagers actieve manier van kennis delen, het onderwerp waarmee de advocaten uit het oosten van het land zich willen onderscheiden van andere kantoren. Hielkema: 'Eigenlijk delen we onze kennis al veel langer. Dus toen we deze strategie ontwikkelden, hoefden we dit niet te verzinnen. Op dat moment, zo'n drie jaar geleden, zeiden we tegen elkaar: als kennis delen zo bij ons hoort, dan wordt dat vanaf nu de maatstaf voor alles wat we doen.'

Sociale media

De maatstaf 'kennis delen' werd langs de bouwplannen voor een nieuw kantoor gelegd en zo was de beslissing om de bibliotheek open te stellen ineens heel

logisch. Volgens diezelfde redenering werden de cursussen voor de eigen juristen opengesteld voor cliënten en relaties in de vorm van de Dirkzwager Academy. In 2012 organiseerde die bijna honderd workshops voor zo'n 3300 bezoekers. Via alle mogelijke sociale media houdt Dirkzwager contact met zijn doelgroepen, altijd op basis van de juridische kennis die wordt gedeeld.

De kennisdelers produceren jaarlijks een indrukwekkend aantal juridische artikelen om hun cliënten zo goed mogelijk te informeren. In 2012 schreven ze er rond de duizend. De directeur: 'Op honderd advocaten is dat niet eens zo veel, minder dan een per maand.' Vanuit de overtuiging dat er in het netwerk van Dirkzwager veel kennis zit, stelde het kantoor recent een reactiemogelijkheid op de blogs open. 'Lezers kunnen zo hun informatie met ons delen.' De hoeveelheid juridische informatie op de verschillende websites leidt tot een hoge *Google-ranking*. 'We worden gevonden via zoekopdrachten en dat leidt vaak wel direct tot nieuwe zaken.'

Kennis delen is voor Dirkzwager geen zelfstandig doel. Hielkema: 'Het geeft een duidelijke positionering.' En het levert meer op dan het kost, beweert hij stellig: 'Een cliënt komt binnen met een bepaalde vraag, vindt zelf een antwoord, maar dat leidt weer tot meer vragen. Die stelt hij aan onze advocaten. Vergelijk het met een garage: je kunt mij een muur vol gereedschap geven, maar ik kan dan nog steeds

mijn auto niet repareren. Het nut van de kennis zit hem vooral in de toepassing. Dat is voorbehouden aan de juristen.'

Ondanks de hoeveelheid tijd en energie die in kennis delen gaat zitten, heeft Hielkema nog genoeg wensen voor de nabije toekomst. 'We leveren informatie uit onze online kennispagina's al aan derden, zoals het magazine *Zorgmarkt* van Kluwer, *Het Financieele Dagblad* en het blad *HR Rendement*. Op specifieke onderwerpen voorzien we ook het intranet van cliënten van juridische informatie. In beide activiteiten zit nog groei. En we zijn met een netwerk van kantoren bezig met een internationale versie van de app KennisBoek, zodat onze content ook vanuit andere landen gevonden wordt.'

Hielkema is heel stellig over het inhoudelijke nut van kennis delen voor de dagelijkse praktijk: 'Advocaten willen mooie zaken doen voor mooie klanten. Als klanten met goede basiskennis binnenkomen, kan het eerste standaardwerk overgeslagen worden. Je zit gelijk bij de kern. Daar doe je het toch voor?' En zakelijk gezien? 'We realiseren tegen de landelijke trend in groei.' <<