

ADVOCATENBLAD *special*

De ondernemende advocaat

Evenwichtiger door interview

*De invloed van bedrijfsjuristen
*** Kantoren met smoel ***
Informatie delen met cliënten*

Sdu UITGEVERS

NEDERLANDSE ORDE VAN ADVOCATEN

Wij vinden niet
snel dat je je plaats
moet weten...

Den Haag

behalve in dit geval.

Werken als starter bij BarentsKrans betekent niet dat je niets te vertellen hebt. Werken op hoog juridisch niveau vergt namelijk juristen die met goede ideeën komen. Ben jij zelfstandig en wil je je snel ontwikkelen? Dan ben jij op je plaats bij ons kantoor.

www.barentskrans.nl

We zijn regelmatig op zoek naar goede **advocaat-stagiair(e)s** of **kandidaat-notarissen**.

Stuur een brief met je motivering, cv en studieresultaten naar Nancy Nieuwets, afdeling HR. Parkstraat 107, Postbus 30457, 2500 GL Den Haag | T 070 - 376 06 06 hr@barentskrans.nl

Vooraf

Wie in 1970 zou hebben gevraagd: hoe ziet de advocatuur er over vijf jaar uit, zou niet-begrijpende blikken hebben geoogst. Afgezien van de komst van een groep in spijkerpak of corduroy gestoken sosjale advocaten, veranderde er weinig. De advocaat had verstand van het recht en de onwetende, onmondige cliënt kwam naar hem toe. Of, zoals Joost Linneman van Kennedy Van der Laan het in dit nummer zegt: 'Je haalde de kennis uit de bibliotheek en stuurde een rekening.'

In 2011 is die vraag naar de toekomst van de advocatuur een hoogst interessante. Cliënten zijn stukken mondiger geworden. De nieuwe bedrijfsjurist is niet meer, zoals een landelijk bekende bedrijfsjurist het *off the record* uitdrukte, niet meer de 'gesjeesde advocaat', maar een volwaardige gesprekspartner, die zich zelfverzekerd en kritisch durft op te stellen tegenover de advocatuur.

Maar pas echt een *black box* is de invloed van steeds intelligentere computers. In februari speelde de computer Watson van IBM gelijk tegen menselijke tegenstanders in het spelletje Jeopardy. De contouren van de als een mens denkende computer waarover al vanaf het begin gefantaseerd wordt, beginnen nu echt zichtbaar te worden. Nu al kan een groot deel van een *due diligence* door computers uitgevoerd worden. Waar houdt dit op?

Met zoveel onzekerheden moet je sterk in je schoenen staan. Misschien is een intervisie dan niet zo'n slecht idee, waar Bob Heeren van RWV gepassioneerd over vertelt. Allerm minst een zwever, vertelt deze spiritueel geïnteresseerde advocaat hoe meer zelfinzicht en een open houding de dienstverlening aan de cliënt kan verbeteren.

Al die veranderingen zijn natuurlijk ook leuk. Voor journalisten die over de advocatuur schrijven, maar ook voor ondernemende kantoren die steeds creatievere manieren vinden om cliënten binnen te halen en binnen te houden. In dit nummer vertellen zij over het geheim van hun succes. Laat u zich erdoor inspireren.

(Red.)

3 Gevoelig voor service



5 De kennis ligt op straat



7 Bedrijfsjuristen en advocatuur



11 Meer zelfkennis door intervisie



13 Kantoren met...



17 Hoeder van Holle Bolle Gijs



21 De advocaat in mediation



23 Pleit voor (v)aardiger advocaten



24 Kantoren twitterend in beeld



27 ICT op kantoor: stevig op een wolk



Colofon

Advocatenblad Special

Het *Advocatenblad* is het officiële orgaan van de Nederlandse Orde van Advocaten en wordt uitgegeven door Sdu Uitgevers.

Deze special is samengesteld door:
Arnoud Veilbrief
Tatiana Scheltema
Gert Jan Schinkel

Eindredactie
Sandra van Noord

Sdu Uitgevers
Gert Jan Schinkel (Uitgever)
Sandra Kroon
(Directeur BU Legal & Tax)

Vormgeving
Dimdim, Den Haag

Correctie
Sandra Braakmann

Citeerwijze
Adv.bl.special 2011-1, p.

Druk
Senefelder Misset,
Doetinchem

Advertenties
Daniël Stoltz,
accountmanager
d.stoltz@sdu.nl;
Tel. 070-378 05 62

De volgende special van het *Advocatenblad* verschijnt op 10 juni 2011 en heeft als onderwerp *Carrière en opleiding; de inzendtermijn voor deze special is: 27 mei 2011.*

ISSN 0165-1331

Omslagfoto:

Leonard
Fäustle



HOE
PRINT

Uitgeversverbond
Groep uitgevers voor
vak en wetenschap



Gevoelig voor service

Klanten zijn beweeglijker dan ooit, maar met service en gedegen kennis van hun bedrijf houd je ze vast, zeggen Bert Hokken en Erik van Zadelhof. Hoe ver je daarin kunt gaan, laat het voorbeeld van Van Benthem & Keulen zien.

Door: Arnoud Veilbrief

De advocaat is definitief ondernemer geworden. Wachten is er niet meer bij, de boer op moet hij. Hij loopt borrels af van de plaatselijke ondernemersverenigingen, mist zelden een receptie bij de Kamer van Koophandel en geeft van tijd tot tijd een seminar. En natuurlijk zit hij op Twitter, is zijn website up-to-date en geeft hij een nieuwsbrief uit. Over sponsoring denkt hij na.

Allemaal nuttig, zegt Bert Hokken, zelfstandig consultant en interim-kantoordirecteur. Maar er gaat niets boven één heilig principe: ken uw klant. Nergens valt zo veel winst te behalen als met het door en door kennen van zijn bedrijf. Liefst nog beter dan zichzelf.

De moderne advocaat is een proactief handelend juridisch adviseur die volledig op de hoogte is van alles wat er in de branche gebeurt, vertelt hij. 'Zo'n advocaat houdt de vakbladen bij die zijn klant ook leest, naast alle relevante juridische literatuur. Als er een interessante ontwikkeling aan zit te komen, pakt hij de telefoon om zijn klant op het nieuws te wijzen, of voor dreigende ontwikkelingen te waarschuwen.' Zonder daarvoor gelijk een rekening in te dienen, zegt hij erbij. 'Zo bouw je loyaliteit op.'

Dat deze mentaliteit de toekomst heeft, daarvan is Hokken overtuigd. De specialisatie in de advocatuur gaat steeds verder. 'Kantoren zijn niet meer gespecialiseerd in rechtsgebieden, zoals arbeidsrecht, maar rechtsgebieden in rechtsgebieden, bijvoorbeeld medezeg-

'Het door en door leren kennen van de klant begint al bij de pitch'

genschapsrecht. Of ze zijn gespecialiseerd naar branche.'

De advocatuur moet wel. Losse contacten zijn steeds meer de norm onder klanten. 'Klanten zijn geen rustig bezit meer', beaamt Erik van Zadelhof, marketeer gespecialiseerd in de advocatuur. 'De beweeglijkheid in de markt is zoveel groter dan vijftien jaar geleden.' Geen reden om het bijltje erbij neer te leggen. 'Met echt goede service die verder gaat dan wat andere kantoren bieden, zijn klanten te verleiden. Daar zijn mensen ongelooflijk gevoelig voor.'

Dat gaat soms ver. Hokken kent een kantoor dat zijn medewerkers naar een cursus bestekschrijven stuurde. 'Maar alleen zo word je een volledig gelijkwaardige gesprekspartner.'

Het door en door leren kennen van de klant gebeurt in een steeds vroeger stadium. Het begint al bij de pitch. Het kantoor dat volledig van het reilen en zeilen van het bedrijf op de hoogte is, heeft al een slag gewonnen van de concurrentie. Van Zadelhof: 'Als er net veel gedoe in de raad van bestuur is geweest, kan dat wijzen op behoefte aan corporate governance-advies. Het maakt een heel goede indruk als je dat soort dingen weet. En het maakt een heel slechte indruk als je

nog zaken moet vragen die je had kunnen weten. Het staat een beetje raar om op te scheppen over je arbeidsrechtpraktijk wanneer je met een holding praat die nauwelijks personeel in dienst heeft.'

Zo'n degelijke voorbereiding is beter dan vragen: 'Kan ik iets voor jullie doen.' 'Dat is te vaag', vindt Van Zadelhof. 'Het is gemaskeerde luiheid. Nee, zorg dat je je huiswerk gedaan hebt en doe op basis daarvan een concreet aanbod. Alleen dan maak je echt een geïnteresseerde indruk.'

Marktanalyse

Ook bij Van Benthem & Keulen in Utrecht 'knispert het grind niet meer vanzelf'. Kantoordirecteur Johan Koggink constateerde het, maar bleef niet stilzitten en bedacht een oplossing. Hij plaatste een advertentie in een universiteitsblad: 'Student gezocht voor marktonderzoek.'

Al snel reageerde een Rotterdamse student economie. Die ging voortvarend aan de slag. Hij stond ter beschikking van de advocaten als ze meer over een bedrijf of markt wilden weten. Koggink: 'Hij maakte een marktanalyse: wie zijn de belangrijkste spelers, is het een groeiende, stabiele of krimpende markt? En hij onderzocht de bedrijven: wat is de verhouding eigen vermogen-vreemd vermogen en de omzetontwikkeling, want die geven een beeld van de gezondheid van het bedrijf. Maar hij onderzocht ook abstractere zaken, zoals de strategie en de marktpositionering.'

Relevant voor de advocatuur is natuurlijk ook de 'juridische omgeving' van het bedrijf. 'Als je een middagje op rechtspraak.nl kijkt, krijg je daar al een

aardig beeld van. Al die dingen samen geven je een beeld van de context waarin het bedrijf opereert. En daarmee van de behoeften. Aan de hand van deze analyses besloten we of en hoe we bedrijven zouden benaderen.'

Koggink kreeg zonder uitzondering positieve reacties van bedrijven als ze merkten dat hij zich in hen verdiept had. 'Het gevoel van: je hebt je best gedaan mij te leren kennen, dat doet mensen zoveel plezier.' Tegelijk wordt het ook steeds meer verwacht. 'Juridische kennis is een randvoorwaarde, anders hoef je niet eens langs te komen.'

Mooi, maar heeft hij ook bewijs dat hij er zaken mee binnengehaalt? 'Wist ik dat maar', antwoordt hij quasiverzuchtend. En hij citeert de Amerikaanse koopman, politicus en reclamepionier John Wana-

maker. 'De helft van het geld dat ik aan reclame besteed is weggegooid. Ik weet alleen niet welke helft.'

De analist

Daniël Swart, student economie aan de Erasmus Universiteit, was de uitverkoren student. 'Ik had al ervaring met het doen van marktanalyses. Met een paar studiegenoten heb ik een non-profitbedrijfje opgericht. We konden gebruikmaken van de faciliteiten van de universiteit. Toen ik die advertentie zag, reageerde ik gelijk. Ik kon er studiepunten mee halen en er een centje mee bijverdienen. Als een advocaat het van me vroeg, maakte ik een markt- of bedrijfsscan uit de belangrijkste financiële kengetallen en marktontwikkelingen. Dat drukte ik af en bundelde ik in een mooi mapje.

Het is meer dan zomaar wat data in een Excel-bestandje zetten, want je moet die gegevens ook interpreteren en in een synthese weergeven. Of er meer studenten zijn die dit doen? Ik weet het niet. Zelf ken ik er, naast de studiegenoten van ons bedrijfje, geen. Wat ik doe, is in feite precies wat analisten bij zakenbanken ook doen. Het is behoorlijk specialistisch werk. Je mag geen fouten maken, want als een advocaat een uitglijer maakt door mijn schuld, is hij niet blij. Ik blijf dit werk nog wel even doen, al begin ik binnenkort aan mijn stage bij een Brits private equity bedrijf. Die heb ik trouwens dankzij dit werk gekregen.' Als u ook gebruik wilt maken van Daniëls diensten, zie www.swartanalysis.nl.

(advertentie)

diversity works | 10 & 11 mei
Passenger Terminal Amsterdam

Het carrière-evenement voor hoogopgeleide, ambitieuze vrouwen en multicultureel talent (m/v)

in de branches Juridisch, Financieel, Techniek, ICT en Marketing & Sales!

Voor meer informatie en gratis entree ga je naar www.diversityworks.nl

Mediapartners:

intermediair
op elk in je carrière

VKBANEN

AD

metro

INTERBEST

JACKIE

MEMORY MAGAZINE

Jobnet.nl
alles voor je carrière

SALES EXPERT

Opzij

[C2W]

Technisch Weekblad

Lof

BANKING REVIEW

altermedia

Contentpartners:

PURE

samhoud women

Seba
cultuurmanagement bv

deves & deves
LEGAL & CONSULTING

UAF
Studeer en werk voor hoger opgeleide vluchtelingen

YOUNG GLOBAL PEOPLE

EZVN

De kennis ligt op straat

De kranten worden er al jaren door geplaagd: de 'alles moet gratis'-trend. En nu heeft het gratis-spoek ook de advocatuur aangedaan. Althans, die kant lijkt het op te gaan.

Door: Arnoud Veilbrief

Aernout Zappey, advocaat bij Levenbach in Amsterdam, was onlangs op een congres in de Verenigde Staten, waar ook social media-experts spraken. 'De teneur van veel verhalen was toch dat het standaardwerk steeds minder geld oplevert. Standaardwerk wordt geoutsourcet naar India en computers kunnen al een gedeelte van een *due diligence* uitvoeren. De Verenigde Staten zijn meestal ons voorland. En nu zie je het hier ook. Op internet is ongelooflijk veel te vinden op juridisch gebied. Niet allemaal even goed, maar het is er en dat heeft gevolgen voor de bereidheid van het publiek om ervoor te betalen.'

Bij Levenbach bestaan daarom plannen om sommige zaken waarvoor nu nog geld wordt gevraagd, gratis ter beschikking te stellen. 'Niet voor hogeschool juridisch werk, maar wel voor zaken als bijvoorbeeld eenvoudige arbeidsovereenkomsten. Die moeten constant bijgewerkt worden naar de laatste jurisprudentie, en toch is mijn indruk dat het publiek steeds minder bereid is het volle pond te betalen voor dat soort relatief eenvoudige werkzaamheden.'

Dergelijke juridische 'content' gratis weggeven? Zappey: 'Het is nog toekomstmuziek, maar we denken daar zeker aan. Klanten kunnen dan inloggen op hun persoonlijke domein, waar alle overeenkomsten staan die we ooit voor ze hebben opgemaakt, keurig in pdf'jes. Daar zou je ook eenvoudige actuele arbeidscontracten bij kunnen zetten die je gratis ter beschikking stelt. En dan hopen we natuurlijk dat ze na het invul-



'Het publiek is steeds minder bereid het volle pond te betalen voor relatief eenvoudige werkzaamheden'

len nog even met ons bellen omdat ze een wat gecompliceerdere arbeidsovereenkomst nodig hebben, maar dat hoeft niet – ze kunnen er ook zo mee aan de slag. We doen dit natuurlijk in de hoop dat ze voor ingewikkelder zaken ook bij ons komen.'

Kennis delen

Het Arnhemse en Nijmeegse kantoor Dirkzwager is inmiddels begonnen met het delen van kennis. In Nederland loopt

het kantoor op dit gebied voorop. 'We willen een partner in kennis voor onze cliënten zijn', zegt Pieter Sonneveld, manager marketing en communicatie bij Dirkzwager. 'We geven al kennis weg en dat gaan we nog flink uitbreiden.'

Op de website partnerinkennis.nl staan duizenden documenten, gerangschikt naar rechtsgebied. Vooralsnog geen contracten, maar wel artikelen van de advocaten, waarop veranderingen op juridisch gebied kort en helder uitgelegd worden.

Voor de distributie van nieuwe artikelen zijn speciale apps ontwikkeld; eerst een voor de iPhone, maar inmiddels zijn er ook BlackBerry- en Android-versies. Wie de app downloadt, krijgt vanzelf een bericht wanneer er een nieuw bericht op partnerinkennis staat. Daarbij kan de gebruiker zelf kiezen van welke rechtsgebieden hij de laatste ontwikkelingen wil volgen.

Andere kanalen waarop nieuws wordt gedistribueerd zijn Twitter, Facebook, LinkedIn en Foursquare. En bovendien heeft Dirkzwager gespecialiseerde sites, zoals dirkzwagerarbeidsrecht.nl en dirkzwageroverheid.nl.

Andere kanalen waarop Dirkzwager de artikelen verspreidt zijn Twitter, Facebook, LinkedIn en Foursquare. Met al dit geschut won Dirkzwager 25 maart jl. de Gouden zandloper voor de meest innovatieve kennisdeler van 2011 en is het kantoor genomineerd voor de KNB Innovatieprijs 2011. Behalve 95 advocaten telt het kantoor namelijk ook 22 (kandidaat-)notarissen.

Het doel is ook hier een zo sterk mogelijke klantenbinding. 'We geven uiteraard niet al onze kennis weg', licht Son-

neveld toe. 'Daar bestaan we immers van. We willen onze cliënten en potentiële cliënten helpen met het voorkomen van problemen door ze tijdig te informeren met direct bruikbare informatie. Daarmee versterken we onze reputatie als kennisorganisatie en vergroten we onze naamsbekendheid.'

Partnerinkennis.nl groeit flink. In 2010 zijn 794 artikelen geplaatst. En de belangstelling is groot. Meer dan tien-duizend keer werd de site geraadpleegd. De app voor de iPhone werd drieduizend keer gedownload.

Investeren

De site en apps zijn allemaal in eigen huis ontwikkeld, zodat de kosten meevielen. Sonneveld: 'Het kostte vooral veel tijd en energie.'

Ook het opzetten van een online klantenportaal bij Levenbach zal het kantoor niet veel geld kosten, maar vooral tijd. Zappey: 'Het vergt een eenmalige investering, daarna is het zaak om het goed bij te houden.'

Helemaal zonder risico is het beschikbaar stellen van bijvoorbeeld contractmodellen niet, erkent Zappey. 'Je geeft de controle uit handen. Als cliënten het contract verkeerd invullen en het gaat mis, kun je wellicht aansprakelijk gesteld worden.' Maar veel zorgen maakt hij zich niet. 'Je moet zorgen dat het juridisch en technisch goed doortimmerd is,



Pieter Sonneveld, marketing- en communicatiemanager bij Dirkwzager

zodat contracten met nietige bepalingen erin onmogelijk zijn.'

Ondanks alle haken en ogen die er nog aan zitten, denkt Zappey dat nieuwe manieren van kennisdistributie er onvermijdelijk aankomen. 'Ik ben absoluut geen ziener of zoiets. Elk kantoor heeft wel iemand die het leuk vindt om

hierover na te denken. Alleen neemt niemand echt het voortouw. Maar bedrijven zijn steeds kritischer over tarieven en het traditionele verdienmodel en ze willen op andere manieren gebruikmaken van onze kennis. Hoe de advocatuur er over vijf jaar uitziet, weet niemand, maar het zal anders zijn.'

ALT KAM BOER ADVOCATEN

CIVIELE CASSATIE?

- prijsafspraken mogelijk
- ook op basis van toevoeging
- zie onze website voor voorbeeldzaken

Info: mr H.J.W. Alt, Pb. 82228, 2508 EE Den Haag
Tel.: 070 - 358 94 79, fax: 070 - 358 51 97
alt@altkamboer.com, www.altkamboer.com

De Horeca Opkoper

Snel, discreet en tegen een goede prijs.

- *wij rekenen direct met u af*
- *tegen een goede prijs*
- *desgewenst bezemschoon*

Bel ons... (0355) 880 883

www.dehorecaopkoper.nl

Tevens online veiling applicatie, marketing direct op de horeca



Bedrijfsjuristen en advocatuur

Over inkopers en dienstverleners

Bedrijfsjuristen lijken tegenwoordig zelfverzekerder in hun houding tegenover de advocatuur. Hoe ervaren zij de samenwerking en wat kan er beter? Drie bedrijfsjuristen aan het woord.

Door: Arnoud Veilbrief

Klopt het? Is de bedrijfsjurist zelfverzekerder en machtiger dan vroeger?

Sylvia Andriessen: ‘De bedrijfsjurist bestaat niet. Als je in een groot team werkt bij een internationale omgeving heb je een heel andere rol dan wanneer je bij een klein bedrijf in een hoekje contracten zit op te maken. In grote bedrijven zit je bij de *board* aan tafel, je weet precies wat er speelt. Hoe zelfverzekerd je bent, hangt...’

Jean Schreurs: ‘... van de persoon...’

SA: ‘Hangt van de persoon af, absoluut, maar ook van het bedrijf en je rol daarin. Ik merk dat bijvoorbeeld in een *private equity*-omgeving advocaten er niet aan gewend zijn dat ik onderhandel. Ik vraag dan af en toe wat wel: “Wat denk jij ervan?”, maar ik doe de deal. Ik merk dat grote dealmakers dat raar vinden.’

JS: ‘Ik weet niet of we opeens zelfverzekerder zijn geworden. Misschien is het zichtbaarder voor advocaten. We zijn mondiger geworden, praten over *fees* en onderhandelen meer met advocaten over wat we van ze willen. We willen geen adviezen meer van vijf kantjes, met een heel notenapparaat erbij. We willen een bondig en pragmatisch ingestoken advies van twee kantjes, het liefst met *bullet points*, zodat we het gelijk aan de raad van bestuur kunnen presenteren.’

Jan-Willem Prakke: ‘We zijn inkopers geworden.’

JS: ‘En zij dienstverleners.’

SA: ‘Het komt ook doordat er meer op de kosten wordt gelet door de board. Daar worden wij weer op aangesproken. En

Jean Schreurs Studeerde en promoveerde aan de Radboud Universiteit (1992). Hij werkte vervolgens jaren bij Philips en is nu senior bedrijfsjurist bij NXP Semiconductors. Tevens is Schreurs voorzitter van het Nederlands Genootschap van Bedrijfsjuristen.

Jan-Willem Prakke Studeerde in 1996 af aan de Universiteit Leiden. Na bij Brunel, Philips en Smit Internationale gewerkt te hebben, begon hij in 2008 bij Boskalis, waar hij hoofd Juridische Zaken is.

Sylvia Andriessen Studeerde af aan de Radboud Universiteit en werkte zeventien jaar bij Unilever. Sinds 2008 is ze hoofd Juridische Zaken bij Provimi, een grote diervoederfabrikant.

Sylvia Andriessen:
‘Hoe zelfverzekerd je bent, hangt ook van het bedrijf af en je rol daarin’

als ik dan vraag wat een advies ongeveer gaat kosten en de advocaat antwoordt dat hij dat nog niet weet, dan zeg ik wel: “Hoezo, dat weet je niet?” Waarom kan een accountant wel voor een *due diligence* een *fee quote* geven en de advocaat niet? We hebben een budget en daarmee moet het gedaan worden.’

JS: ‘Ik zeg dan: “Je doet vaker dit soort zaken, dus je weet best hoeveel tijd je daarmee kwijt bent.”’

JWP: ‘Sommige advocaten zijn zich er nauwelijks van bewust dat ik aan mijn interne cliënten [de raad van bestuur, *red.*] moet uitleggen waarom ik überhaupt een advocaat inhuur. Want ik ben toch de jurist? Maar sommige onderwerpen zijn zo specialistisch, dan wil ik echt even advies inwinnen. Dat kun je intern veel beter verkopen als je vooraf kunt vertellen wat het gaat kosten.’

SA: ‘Dat was een paar jaar geleden echt ondenkbaar, dat advocaten offertes zouden uitbrengen. Nu zeg ik: “Luister, dat kun je best, en anders gaan we tenderen.”’

JS: ‘Dan ga je eens bij een ander kantoor kijken. Het is niet zo dat je geen band meer hebt met de kantoren waarmee je samenwerkt, maar je kijkt toch makkelijker om je heen naar wat er verder nog is.’

JWP: ‘Dat is sowieso niet zo slecht. Gewoon om ze een beetje scherp te houden.’

JS: ‘Ja, je zou het eigenlijk sowieso moeten doen, alleen al om die reden.’

SA: ‘En dan kijk ik vooral naar personen. Vroeger was ik heel erg kantoorgebonden. Tegenwoordig kijk ik eigenlijk alleen nog maar naar personen.’

JS: ‘De conclusie luidt alsnog dat we veel machtiger zijn geworden!’ (Iedereen lacht.)



Jean Schreurs: 'Het aanvaarden van risico's zit er bij ons ingebakken'

Investeren in de relatie

JWP: 'Wat sommige advocaten maar niet begrijpen, is dat bedrijfsjurist echt een ander beroep is dan advocaat. Als je een advocaat inhuurt, wil je alleen dat stukje superspecialisme dat je zelf niet in huis hebt. Ik heb er een ontzettende hekel aan als ze mijn werk nog eens overdoen.'

SA: 'En beginnen met vijf kantjes open deuren intrappen. Nou goed, ik chargeer een beetje, maar ik herken het wel.'

JS: 'Sommigen vergeten wel eens dat ze tegenover iemand met 25 jaar juridische ervaring zitten. Vooral de heel jonge. Beginnen ze je soms de meest basale dingen uit te leggen?'

JS: 'Advocaten hebben ook de neiging overall problemen te zien. Ze willen het liefst alles uitgezocht hebben. Laatst wilden we opties uitdelen aan onze internationale medewerkers. Daar komt arbeidsrecht bij kijken, effectenverkeersrecht, fiscaal recht. Een advocaat gaat dan overall mensen bellen om uit te zoeken wat het lokale recht is in al die landen om opties uit te delen aan werknemers. Dat is een *mer à boire*, daar kom je nooit uit. Ik ga geen memo van tien kantjes laten uitschrijven voor die ene medewerker in de Oekraïne. En als het fout gaat, dan gaat het maar fout.'

SA: 'Een advocaat mag die afweging natuurlijk niet maken, wij wel.'

JS: 'Als je het nou hebt over verschillen,

dat is een verschil. Het aanvaarden van risico's zit er bij ons ingebakken.'

JWP: 'De grootste schrik die je een tot bedrijfsjurist omgeschoolde advocaat kunt bezorgen, is aan hem vragen: "Wat moet ik doen?"' (Iedereen lacht.)

'Het is ook heel belangrijk dat advocaten weten wat je doet. Dat ze je product snappen, je bedrijf, de markt. Waarom zijn er bijvoorbeeld maar een paar grote bedrijven in de wereld die van die kleine sleepbootjes hebben? Dat is toch tamelijk belangrijk voor een mededingingsadvocaat. En dan belt hij je op en vraagt: "Zeg, wat doen jullie eigenlijk?" Hoezo, heb je de website en het jaarverslag niet gelezen? Dat gaat nog te vaak mis. Ik wil graag investeren, maar dat verwacht ik dan ook van hun kant. Ze denken nog steeds: we worden ingehuurd voor onze juridische kennis, het bedrijf doet er niet zo toe. Als jurist verwacht je die verdiepingsslag, dat ze weten wat er in je bedrijf aan de hand is.

Soms zeggen ze: "Het zou een goed idee zijn om eens een stagiaire bij jullie te plaatsen." En de volgende zin is: maar dan wel tegen uurtarief. O. Dan komt het niet van de grond.'

SA: 'We willen dat zij ook investeren in de relatie. Maar dat gaat natuurlijk alleen als de persoon die je hebt opgeleid daarna ook weer een bepaalde hoeveelheid werk van je krijgt.'

De factuur

JWP: 'Dat ben ik met je eens. Het is een investering van twee kanten. Maar tegen uurtarief een stagiaire stallen, ja, zo kan ik het ook. Over geld gesproken: het verschil in uurtarief tussen ons en een advocaat wordt steeds transparanter. Een advocaat moet daardoor goed kunnen uitleggen waarom hij zo veel meer waard is.'

JS: 'Zeker als een partner ook nog een medewerker en een stagiaire inschakelt. De partner kost 450 euro per uur, de medewerker 350 euro en de stagiaire 200 euro. Dan zit je op 1.000 euro per uur. De stagiaire doet er meestal drie keer zo lang over als de partner, en de medewerker twee keer zo lang.'

Dus de partner is het goedkoopst?

(Iedereen lacht.)

JS: 'Meestal wel, ja. Hij heeft het hoogste uurtarief, maar is wel in een uur klaar.'

JWP: 'Het uurtarief interesseert me niet zo veel. Het gaat me om het bedrag onder de streep.'

JS: 'Absoluut.'

JWP: Die wervende verhalen, van: we hebben een concurrerend uurtarief. En dan krijg je bij de factuur een onduidelijke specificatie.'

JS: 'Voorbereiding telefoongesprek: de helft van 200 euro. Dankjewel!' (Iedereen lacht.)

SA: 'Waar ik me aan kan ergeren, is dat

advocaten vaak met drie mensen naar een *meeting* komen, maar het werk vervolgens laten doen door stagiaires. En de kosten van het nakijken krijg je gepresenteerd als “intern overleg”. Kom op zeg. Prima als je mensen inschakelt voor zoekwerk. Maar ik wil jou, omdat ik je goed vind.’

JWP: ‘Dan komen we toch weer op die *lumpsum* uit: de klus mag zo veel kosten en hoe je het efficiënt doet, is jouw zaak. Maar dat klassieke verdienmodel zit zo ingebakken. Hoewel we recent een heel nieuwe ervaring hadden met Eversheds. Wij vroegen een offerte en zij gingen vervolgens naar een medewerker toe met de vraag hoeveel tijd die daar voor kwijt was. Dat werd vertaald in een prijs. En als de zaak een andere kant opgaat, kun je de offerte altijd tussentijds aanpassen. Prima, dan heb je ook steeds discussie over wat ze nu precies doen, wat heel gezond is.’

SA: ‘Ik denk dat er ook wel een beweging op gang komt in de advocatuur. Er is meer concurrentie en er zullen kantoren ontstaan die nieuwe modellen lanceren. Dan zal dat weer reacties oproepen van andere kantoren. Het gaat langzaam, maar ik denk wel dat het gaat gebeuren.’

JWP: ‘Anders factureren, zorgen voor meer waar voor je geld, het delen van kennis en het opleiden van mensen. Dat zijn wat mij betreft de manieren waarop kantoren zich kunnen onderscheiden.’

Nieuwe vormen van kennisoverdracht

SA: ‘Ik heb ook behoefte aan een online kennisdatabank. Jullie werken allebei bij bedrijven met een grote juridische afdeling, en waarschijnlijk een grote bibliotheek. Maar toen ik hier kwam [diervoederbedrijf Provimi, *red.*] was er niks. Toegang tot een bibliotheek zou voor mij ideaal zijn. En als ik eens een *template* nodig heb, wil ik dat gewoon kunnen opvragen, zonder ervoor te betalen. Ze hebben zulke grote documentatiesystemen, het zou fijn zijn als je er gebruik van kunt maken.’

JWP: ‘Gratis templates? Dat vinden ze eng, hoor. “Dat kan niet,” zeggen ze, “ieder contract is anders.”’

Dan is er goed nieuws. Sommige kantoren zijn hier al mee bezig.

JS: ‘Daar horen wij nog niet zo heel veel van.’

JWP: ‘Het zou heel goed zijn. Een kennisbank waar de cliënten toegang toe hebben, die actueel wordt gehouden met de laatste wetswijzigingen en jurisprudentie.’



Jan-Willem Prakke: ‘Wat sommige advocaten maar niet begrijpen, is dat bedrijfsjurist echt een ander beroep is dan een advocaat’

SA: ‘Kijk, als je bijvoorbeeld een *template* arbeidscontract naar een HR-man stuurt, kan ik me voorstellen dat het link is, maar een bedrijfsjurist heeft er echt wat aan.’

Dus zulke innovaties zouden jullie verwelkomen?

SA: ‘Absoluut.’

JWP: ‘Nog even naar aanleiding van wat je net zei over die *template*: wij hadden bij Smit Internationale een tijdje veel *joint ventures*. Toen hebben we met De Brauw een *custom made* *joint venture*-contract ontwikkeld als standaard, dat we ook gebruikten als zij er niet bij waren. En als er nou wat aan de hand was, dan konden we de opstellers van het contract bellen. Binnen een kwartier had je antwoord en kon je weer verder. Dat werkte perfect.’

SA: ‘Dat soort zaken zal nooit een vervanging zijn voor de advocaat: die blijven we altijd nodig hebben. Alleen zullen accenten in het werk verschuiven.’

JS: ‘Kantoren zullen hopelijk begrijpen dat we echt niet zo snel weglopen. We houden ze altijd nodig. Als je tevreden bent over het product, over de samenwerking, als er echt iemand naast je staat wanneer het nodig is, dan blijf je echt wel bij je kantoor.’

A portrait of a man, Bob Heeren, standing against a dark red, paneled wall. He is wearing a dark blue blazer over a blue and white vertically striped button-down shirt. He has short dark hair and is looking directly at the camera with a slight smile. His right hand is resting on a light-colored wooden ledge.

Partner Bob
Heeren: 'Ik
coach ze
naar het
licht toe'

Meer zelfkennis door intervisie

Het lijkt wellicht wat vaag, jezelf te verdiepen in het waarom van bepaalde emoties. Maar zowel de advocaat als zijn cliënt heeft voordeel van de lessen uit intervisies.

Door: Arnoud Veilbrief

Ik maak me altijd ongelooflijk druk als ik een confrère aan de lijn heb die me niet laat uitpraten. Dan smijt ik vaak de hoorn op de haak of ik gooi er een verwensing uit. Daarvoor krijg ik vervolgens een klacht aan mijn broek.'

Aan het woord is Bob Heeren, partner bij het Leidse advocatenkantoor RWV. Nee, Heeren heeft het niet over zichzelf. Hij hoort dit soort verhalen tijdens besloten groeps gesprekken over twijfels, onzekerheden en andere problemen op het werk. Hij heeft het, met andere woorden, over intervisie.

Zelfkennis

Intervisie is niet zomaar een groepssessie waarin de deelnemers vrijuit kunnen klagen of leeglopen over hun frustraties, benadrukt Heeren. Evenmin gaat het om het zoeken naar pasklare oplossingen voor problemen. Bij intervisie gaat het om het vergaren van zelfkennis door het stellen van 'de vraag achter de vraag'. Heeren: 'Waarom doe ik zoals ik doe? Waarom heeft het gedrag van een ander een bepaalde uitwerking op mij? Intervisie is een manier om een sterker en evenwichtiger mens te worden door naar binnen te durven te kijken.'

Dat veel advocaten sceptisch of afhoudend staan tegenover dit in de advocatuur vrij nieuwe coachingsinstrument verbaast hem niet. 'Het wordt zweverig gevonden, zo van: wat heb ik nou aan dat vage gedoe? Advocaten zijn toch erg vaak gericht op het halen van concrete resultaten. Er moet omzet gedraaid worden, za-

ken moeten worden gewonnen. Gelukkig heeft de Orde intervisie opgenomen in de Verordening op de vakbekwaamheid als een instrument dat essentieel is voor de kwaliteit van de advocatuur.'

Hoe ziet zo'n intervisie er in de praktijk uit? Er zijn een of twee personen die een probleem aan de orde stellen, de 'inbrengers'. Zij vertellen dit aan zo'n vier toehoorders, die op hun beurt vragen stellen naar aanleiding van wat de inbrengers vertellen. En er zit een leider bij die erop toeziet dat de intervisie op een correcte en veilige manier verloopt. Heeren: 'Als iemand iets antwoordt als: "Wat een rare vraag", grijp ik in. Dat is niet de juiste manier om feedback te geven.'

Wat wel de manier is: vragen stellen. Niet over de zaak zelf, maar primair over de gevoelens van de inbrenger. Bij de man die woedend de hoorn op het toestel gooide, kan dat zijn: waarom word je zo kwaad? Wat voelde je precies? Heb je dat vaker? En in welke gevallen? De inbrenger antwoordt en doet daarbij navraag naar de bedoelingen, een essentieel onderdeel van feedback geven. Bijvoorbeeld: 'Ik heb het gevoel dat je vindt dat ik maar wat harder moet zijn, klopt dat?' Zo komt er een gesprek op gang waarin de kwestie verdiept wordt.

Daarna treedt de 'roddelfase' in, zegt Heeren. In de derde persoon speculeren de deelnemers over de reactie van de inbrenger, alsof hij niet aanwezig is. Zoals: 'Hij zegt wel dat het hem niet kan schelen, maar hij schiet heel zenuwachtig met zijn ogen heen en weer.' Of: 'Volgens mij reageert hij zo omdat...'

Is dat niet op het randje? Met dergelijke

alles-op-tafelsessies zijn mensen beschadigd geraakt, vriendschappen voorgoed uit elkaar gespat. 'Dat geroddel is nodig om de blinde vlek van de inbrenger te verkleinen. Maar veiligheid is inderdaad erg belangrijk. Als leider blijf je goed opletten of er met respect feedback wordt gegeven.' Als gespreksleider beperkt Heeren zich in hoofdzaak tot deze toezichthoudende rol. 'Maar ik kan het meestal niet laten om zelf ook feedback te geven.'

Spirituele zaken

Hij vindt het praten over problemen die liggen 'op het grensvlak van het zakelijke en het persoonlijke' zo interessant dat hij bezig is met het opzetten van een eigen coachingspraktijk naast zijn werk als advocaat.

Heeren is een pionier op het gebied van intervisie in Nederland. Al jaren leidt hij dergelijke sessies. Eerst nog naar eigen inzicht, maar sinds hij bij opleidingsinstituut OSR de door de Orde erkende cursus volgde, 'volgens de regelen der kunst'. Dat is geen toeval. In zijn studententijd, begin jaren tachtig, ontstond zijn interesse voor spiritualiteit. Een kilometer van het kantoor van RWV, aan de Morsweg, woonde hij op kamers bij een hospita. 'Er kwamen allerlei figuren bij haar over de vloer: iriscopisten, beoefenaars van reikimas, magnetiseurs, noem maar op. Ze was heldervoelend. Ze kon allerlei dingen van mensen vertellen die ze nog nooit had ontmoet en die bleken te kloppen. Ik geloof wel dat je dingen kunt doorkrijgen als je van binnen heel erg *gecenterd* bent en vertrouwt op je spirituele bron.'

Heeren begon zich te verdiepen in spirituele zaken. Het was het begin van een

levenslange fascinatie. ‘Op enig moment raakte ik op kantoor in contact met een oud-directeur van een zorginstelling die spirituele cursussen gaf. Hij volgde de lijn van een verlichte man uit Trinidad. Ik heb bij hem een intensieve cursus gevolgd: mantra’s, meditaties, reflexies, *hard stuff*. Ik moest daarvoor wel wat weerstand overwinnen, maar na een uur lang hetzelfde zingen in het Sanskriet is je hoofd volstrekt leeg.’

Hij ontmoette de goeroe, Sri Vasudeva, uiteindelijk ook zelf. ‘Ik was wat sceptisch. Zo van: wat nou verlicht. Maar toen hij binnenkwam, was het net of er een groot veld van stilte om hem heen was. Ik keek hem aan, maar dat lukte me bijna niet, zo intens was het. Ik vertelde hem dat en hij antwoordde: ik weerkaats alleen maar de energie die in jezelf zit. Dat was heel bijzonder, echt *too hot to handle*.’

Maar het kan best zijn, zegt hij nuchter, dat andere mensen niets voelen wanneer ze Sri Vasudeva zien. En dat is ook niet erg.

Tunnelvisie

Zijn spirituele ervaringen helpen Heeren bij het zoeken naar oplossingen voor zijn cliënten. ‘Ik denk dat het voordeel is dat ik daardoor misschien beter in staat ben om me open te stellen voor de cliënt en het probleem waar hij mee zit.’ Zijn dag begint altijd met ademhalingsoefeningen en een kwartier mediteren. ‘Je maakt je hoofd helemaal leeg en daardoor krijg je meer informatie binnen. Zo simpel is het.’

‘Ik had laatst een man die een boete van 200 euro moest betalen, omdat hij iemand beledigd zou hebben die daarop een aanklacht tegen hem had ingediend. Hij ontkende dat en was diep gegriefd. Ik belde hem eens op en hij vertelde me dat hij er zelfs niet van kon slapen. En dat terwijl hij iemand is met heel veel kracht, die mensen helpt. Ik vroeg: waarom laat u voor 200 euro zo uw stemming bepalen? Afijn, er volgde een heel gesprek en op een gegeven moment zei hij: ik ben ook al bij de scouting weggepest. Zo werd de achtergrond steeds duidelijker.’

De klager wilde van geen wijken weten en het OM zette de zaak door (‘kinderachtige bonnenschrijvers’). Heeren belde de man met de teleurstellende mededeling dat de zaak toch zou voorkomen. ‘Ik had

Intervisie in de praktijk

Ruby Boesjes, trainer intervisie bij OSR:

‘Hoe je intervisie het best kunt invoeren, hangt af van de grootte van het kantoor. In kleinere kantoren is het lastig omdat er minimaal zes deelnemers per groep nodig zijn. Dan is het raadzaam om contact te zoeken met andere kantoren en samen een intervisiegroep te organiseren. Er zijn kantoren die daar het initiatief toe nemen, dus dat is best te regelen. Ook relevant is of een kantoor een hiërarchische of platte organisatiecultuur heeft. Het kan minder verstandig zijn om een intervisie te organiseren met je baas erbij. Je weet toch nooit helemaal zeker of een uitspraak ooit nog eens tegen je gebruikt wordt. Als de deelnemers zich niet werkelijk vrij kunnen uiten, heeft intervisie geen zin. Dan kun je beter kiezen voor een sessie met collega's van andere kantoren.

Er is een aantal voorwaarden voor een goed intervisiegesprek. Belangrijk is dat de deelnemers hun verdedigende houding laten varen, zodat ze kunnen leren. Dit kan voor advocaten soms lastig zijn, omdat zij gewend zijn om elkaars stellingen met argumenten te pareren. Ik noem dit een lerende houding in plaats van een verdedigende houding en wijs daar bij elk gesprek van tevoren even op. Verder moet het om een echt dilemma gaan, waar iemand werkelijk mee worstelt. Het moet ook redelijk actueel zijn. En het gesprek wordt volgens een vaste structuur gevoerd. Het is niet een uurtje gezellig met elkaar kletsen, de inbrengers wordt echt een spiegel voorgehouden die leidt tot een verbetering in het professioneel handelen. Veiligheid is belangrijk, maar chargeren tegenover de inbrenger mag, als je het van tevoren goed met elkaar afspreekt. En intervisie is geen psychotherapie. We zijn geen psychiaters, we zijn juristen.’

boosheid van hem verwacht, maar hij zei: “Ik heb zo’n goed gesprek met u gehad, ik heb het onderwerp afgesloten. Vanavond ga ik uit eten met mijn vrouw. Ik hoef toch niet te komen?” “Nee, u hoeft niet te komen”, antwoordde ik. Fantastisch, als iemand zo los kan komen van de zaak.’

Waar het om gaat, en dat is de overeenkomst met intervisie, is dat de cliënt inziet dat hij op meerdere manieren succes kan hebben. ‘Mensen zijn vaak geneigd om succes heel smal te definiëren. Ik wil dus of zo, en als dat niet lukt heb ik verloren. Ik probeer hun waarneming wat breder te maken. Ik vraag ze: hoe ziet uw toekomst eruit als uw probleem er niet meer is? Zo worden ze zich bewust van die tunnelvisie en zien ze dat ze op meerdere manieren gelukkig kunnen worden. Daarvoor moet je een beetje loskomen van het probleem. Ik coach ze naar het licht toe.’

Zit de coach hier de advocaat niet in de weg? Heeren: ‘Zo zie ik dat niet. Het gaat mij erom dat de cliënt optimaal meedoet. Als hij alleen maar boos is en gehecht is aan dat ene resultaat lukt dat niet. Ik zeg ook niet: weet je, laat maar zitten, de helft is ook mooi. Nee, als ik het volle pond kan halen, zal ik dat zeker doen. Maar als dat er niet in zit, wil ik ze laten inzien dat ze op meer manieren kunnen winnen. Vrede hebben met een bepaalde uitkomst of de frustratie erover loslaten, kan ook een succes zijn.’

Het verband tussen zulke sterk gevoelsmatige zaken en intervisie is niet direct aanwijsbaar. ‘Maar zelfkennis en empathie kunnen niet zonder elkaar. Intervisie leert je als inbrenger naar binnen te kijken en als deelnemer de juiste vragen te stellen naar iemands gevoelens en beweegredenen. Het is een ontzettend nuttig instrument om die voor iedere advocaat zeer belangrijke vaardigheden te ontwikkelen.’

Heeren geeft nog een voorbeeld. ‘Een vrouwelijke advocaat gaat mee op bezoek naar een klant en krijgt dan van haar mannelijke collega het verzoek om koffie te halen. Ja, dat komt nog steeds veel voor. Zoiets kan iemand flink onzeker maken. Maar waarom maakt het je onzeker? Als die vraag uitgediept is, komt de oplossing vanzelf.’ Wat is die oplossing? ‘Ze kan met een grapje terugkaatsen en vragen of hij eens de koffie wil halen. Dat maakt eigenlijk niet eens zoveel uit. Het gaat erom dat het gedrag van de ander geen probleem meer voor haar is.’

En wat het mooie is, zegt hij, bijna altijd herkennen de andere deelnemers het probleem van de inbrenger. ‘Iedereen wordt er beter van.’

Kantoren met

SMOEL

Waardoor vallen sommige kantoren op tussen al die andere? Ze maken bewuste keuzes en houden daar consequent aan vast. **Vijf tips** om uw kantoor uit de anonimiteit te verlossen.

Door: Arnoud Veilbrief

Nederland telt 16.000 advocaten, verspreid over zo'n 4.300 kantoren (bron: *Stand van de advocatuur 2011*). De advocatuur is de afgelopen veertig jaar van een exclusief elitekorps uitgegroeid tot een waar leger. Zie tussen die 15.999 confrères maar eens op te vallen. En dat probeert u dan ook, met veel enthousiasme. Met hoogwaardige juridische kennis, dat ten eerste. Maar ook met een klantgerichte benadering. U loopt borrels af, gaat actief op pad om cliënten binnen te halen, sponsort het plaatselijke hockey- of damtoernooi en netwerk zich een slag in de rondte. En uiteraard organiseert u seminars, waar ook relaties van cliënten van harte welkom zijn.

Maar ja, dat doen al die andere ook. Die x-factor, daar bent u naar op zoek. En net als voor artiesten bestaat hij ook voor advocatenkantoren. Maar laten we het ouderwets 'smoel' noemen. Wat geeft een kantoor smoel? Wat is het waardoor sommige kantoren opvallen tussen al die andere? Goed nieuws: anders dan bij artiesten is daar niets ongrijpbaars of geheimzinnigs aan. Het is een kwestie van keuzes maken en daar consequent aan vasthouden. Vijf tips om uw kantoor uit de anonimiteit te verlossen.

1 Mensen

Nee, nog even niet verder bladeren naar het volgende verhaal. We weten dat dit cliché nummer één is uit elk managementhandboek. En toch is het verreweg de belangrijkste factor bij de herkenbaarheid van uw kantoor. Jazeker, uw mensen geven uw kantoor smoel. Dat begint al bij de basis. Waar selecteert u op bij het aannemen van stagiaires? Kiest u voor veilig (competent maar non-descript korpslid uit goede club) of durft u een wat avontuurlijker benadering aan? Laat u zich afschrikken door een paar zesjes, terwijl die jongen of dat meisje wel vrijwilliger is geweest op een school voor moeilijk opvoedbare kinderen, of kiest u voor de kandidaat met de hoogste cijfers? Stelt u zich tevreden met zes maanden studeren aan de Universiteit van Salamanca of kiest u een kandidaat met echte buitenlandervaring? Elke keuze is verdedigbaar, maar ze hebben allemaal consequenties voor het profiel van uw kantoor.

En dan de boegbeelden. Zij zijn de kers op de taart. Wie zijn uw iconen? Heeft u een bekende curator, een in *het Financieele Dagblad* of NRC publicerende arbeidsrechtadvocaat of een vennootschapsrechtsspecialist in huis? Misschien krijgen ze ooit een grote zaak en is uw specialist zomaar een tijdje vaste gast bij *Nieuwsuur* of *Pauw & Witteman*? Mensen maken uw kantoor.

2 Uw cliënten

Toon me uw cliënten en ik weet wie u bent. Na uw mensen is niets zo gezichtsbepalend voor uw kantoor als wie er nog meer cliënt zijn. Het is verstandig niet te veel een allegaartje aan cliënten te hebben. Niet alleen zorgt dat voor focus en specialisatie, het verhoogt ook de herkenbaarheid en daarmee de aantrekkelijkheid voor specifieke groepen. Beursgenoteerde bedrijven kiezen voor kantoren die andere beursgenoteerde bedrijven bedienen en niet voor een typisch mkb-kantoor. Met weloverwogen specialismen, tarifiering, huisstijl en een gerichte marketing heeft u grote invloed op uw cliëntenbestand.

3 Het soort zaken

Leuk hoor, om te kunnen zeggen dat u voor Unilever werkt. Maar stond u de levensmiddelenreus bij in een ontslagzaak van een medewerker die van de pindakaas had gesnoept of in een zaak waar de belangen wat groter waren? Grote zaken: u krijgt ze niet op bestelling, maar met de juiste combinatie van cliënten en juridische competentie komen ze vanzelf een keer voorbij.

4 Hallo buitenwereld!

Er gaat nog steeds niets boven mond-tot-mondreclame. Toch moet u ook langs andere wegen regelmatig laten merken dat u er bent. Een nieuwsbrief is het minste. Over een

mooie, prettige navigeerbare website hebben we het niet eens. Die spreekt net zo vanzelf als dat u inhoudelijk uw zaken op orde heeft. Een eigen magazine is helemaal mooi. Houthoff geeft het lifestyleachtige *Houthoff Magazine* uit, DLA Piper het meer inhoudelijk-specialistische *De Commissaris*, en zo zijn er meer. Zo kostbaar hoeft het natuurlijk niet. Maar bedenk iets. Een Twitter-account is handig. Daarmee genereert u meer bezoek van uw site en kunt u nieuws, artikelen of bijvoorbeeld een seminar onder de aandacht brengen.

5 *Het kantoor*

Met een uurtarief van 250 euro kunt u het niet maken om uw cliënten in de wachtruimte op IKEA-banken plaats te laten nemen, onder het 'genot' van een kopje Senseo met zo'n treurig papieren staafje poedermelk. Open deuren? Was het maar waar.

En dan de inrichting. Een kantoor voor sociale rechtshulp ziet er anders uit dan een familiepraktijk waar veel 'oud geld' over de vloer komt. Kiest u voor een typische mkb-stijl, nuchter en zakelijk? Of mag het iets spannender, met kekke

meubels in felle kleuren? Of durft u het experiment écht aan, zoals in het Amsterdamse kantoor van Loyens & Loeff met zijn gewaagde ecodesign?

Of u nu tapijttegels kiest of houten vloeren met visgraatmotief, een moderne Scandinavische stijl of een jarendertig-inrichting met Gispens meubels, doe het bewust.

(Met dank aan Erik van Zadelhof, die zich al twintig jaar bezighoudt met kantorenmarketing).

De kantoren Groeiërs

De Haan Advocaten & Notarissen, Groningen

De Haan Advocaten & Notarissen is in de afgelopen vijf jaar meer dan verdubbeld in omvang, van dertig naar zeventig advocaten. Goed, een deel van de groei kwam voor rekening van de fusie met het Leeuwardense Tuinman Slijpen, maar verreweg het grootste deel was autonoom. Die groei is het gevolg van duidelijke keuzes, legt directeur Winfried de Haan uit.

De Haan wordt bestuurd als een bedrijf. Bij veel kantoren wordt de slagvaardigheid geremd doordat er zo veel partners meebeslissen over uitvoerings-aangelegenheden. Wij hebben gekozen voor een dagelijks bestuur en een professionele staf. Die neemt de strategische beslissingen. De partners doen waar ze goed in zijn. Dat betekent ook dat niet iedereen wordt afgerekend op de omzet die hij heeft binnengebracht.

Internet is erg belangrijk in onze strategie. Steeds meer mensen zoeken daar hun advocaat. We zorgen dat we hoog staan op Google. We houden er rekening mee dat irrelevante bijzaken invloed hebben op de

kantoorkeuze. Zo is uit onderzoek gebleken dat mensen eerder op een ronde knop drukken dan op een vierkante. Dus maken wij hem rond.

Wij krijgen veel werk van rechtsbijstands-verzekeraars. Ze betalen een *fixed fee*. Daar moet je je organisatie op afstemmen. Onze ervaren advocaten maken een eerste beoordeling van een zaak. De jonge advocaten handelen het vervolgens af. Dat doen we blijkbaar goed, want we hebben een klachtenpercentage van slechts 0,3. In de relaties met de rechtsbijstandsverzekeraars investeren we veel. Zij hebben behoefte aan een goed netwerk, wij aan zaken. We zijn ook lid van het netwerk van Huis Advocaten. Dat levert ook behoorlijk wat werk op. Het bulkwerk van de rechtsbijstandsverzekeraars is niet altijd het interessantste. Als jonge advocaat begin je bevlogen en langzaam kom je erachter dat je een urenfabriek bent. Maar een fietsenfabriek maakt ook veel meer stadsfietsen dan lichte raspaardjes. Dat laatste is natuurlijk het leukst, maar niet voldoende om van te kunnen leven.

Het bulkwerk combineren wij met zakelijke dienstverlening in het hogere segment van de markt. Daar zijn wij inmiddels zeer succesvol in. De externe marketingstrategie richt zich enkel op dat segment omdat de instroom van zaken van particulieren en kleinere mkb-clianten gewaarborgd is door vaste contracten met rechtsbijstandsverzekeraars. Daar hoeven wij geen reclame op te richten, waardoor we naar buiten toe een eenduidige marketingboodschap hebben.'

DLA Piper, Amsterdam

Wereldwijd is DLA Piper een van de grootste, maar toen SchutGrosheide (sinds 1916) zich in 2004 aansloot bij de juridische reus uit de VS, krompen de Amsterdammers in eerste instantie. Inmiddels hebben ze zich herpakt en is het kantoor ongeveer verdubbeld in omvang, vertelt managing partner Frans Stibbe.

SchutGrosheide was een vooraanstaand kantoor, dat wel vrijwel alleen voor Nederlandse klanten werkte. We wilden aansluiting bij de internationale arena en nu maken we deel uit van een *global business law firm*. Sinds kort zijn we de grootste ter wereld. Tegelijk werken we veel voor lokale cliënten. Ik zou niet graag in een pure *referral* praktijk werken. Ik wil ook graag met Nederlanders werken.

Niet iedereen voelde zich direct thuis in de nieuwe opzet. Het eerste jaar krompen we en zes compagnons vertrokken. We moesten ons herpositioneren; dat kostte even tijd. Gelukkig bleven de cliënten ons trouw. Na twee jaar was dat proces afgerond en begon de groei.

We voeren een *full service* zakenpraktijk met het accent op arbeidsrecht, intellectuele eigendom, IT/e-business, *litigation*, *corporate finance* en belastingrecht. We hebben het servicepakket onlangs uitgebreid met sport- en evenementenrecht, gezondheidsrecht en we hebben een advocaat aangenomen die gespecialiseerd is in witteboordencriminaliteit. Zeven medewerkers

doceren aan de universiteit, van wie zes als hoogleraar. Op zo'n 130 medewerkers is dat stevig. We profileren ons op de universiteiten en hebben net een arbeidsmarkt-campagne gelanceerd.

In ons gebouw stellen we gratis ruimte beschikbaar aan Net4kids, een kinderplichtorganisatie die projecten voor kinderen in arme landen financiert. Doordat ze gratis bij ons zitten, blijft er zo veel mogelijk geld over voor de projecten. Daarnaast zijn elke woensdag vier kinderen uit achterstandsmilieus bij ons te gast, via Jinc. Onze medewerkers vinden het ontzettend leuk en die kinderen zien ook eens een andere omgeving.'

Delissen Martens, Den Haag

Met twee oud-tophockeys heeft Delissen Martens een sportieve signatuur. En, toeval of niet, het kantoor is ook nog eens gevestigd aan de Haagse Sportlaan. De teamgeest van Delissen Martens valt in de smaak bij het Haagse mkb, vertelt bestuursvoorzitter Robbert Delissen.

'Mijn broer Marc en ik zijn ons kantoor gestart in 2004 en we zijn inmiddels doorgegroeid naar 24 advocaten. Ja, hoe doe je dat? Door te doen wat je belooft. Ik weet dat iedereen dat zegt, maar geloof me of niet, onze klanten merken het verschil. Bij ons geen wisselingen in contactpersonen en het hele kantoor werkt als één team samen. Klanten voelen direct hoe soepel het hier loopt, of ze nu voor onze ondernemingspraktijk komen of voor onze particuliere poot. En we werken tegen tarieven die voor het mkb nog betaalbaar zijn, terwijl we wel advocaten in huis hebben met een ervaring van tien jaar en langer, die van topkantoren afkomstig zijn.

Dat Marc Delissen en ik bekend zijn uit de sport helpt natuurlijk wel bij ons netwerk. Naast onze particuliere poot van familierecht, strafrecht en de sectie *human rights*, staat het kantoor veel mkb-bedrijven bij. We mogen ook onder andere een tweetal

beursgenoteerde vennootschappen, diverse grote brancheorganisaties, makelaardij Meeús, autoverhuurbedrijf Europcar, alsmede twee *private equity funds* tot onze klanten rekenen. Maar waar we vooral trots op zijn, is dat er nog nooit een klant uit ontevredenheid is weggelopen.'

Banning Advocaten, Den Bosch

Banning is in tien jaar uitgegroeid tot een forse regionale speler. Volgens partner en oprichter Mark Banning heeft het eigen wetenschappelijke bureau daar een behoorlijke rol in gespeeld.

'Sinds 2002 zijn we gestaag gegroeid van 38 naar zo'n 90 advocaten, inclusief stagiaires. Afgelopen maand hebben we er drie aangenomen. Dat is ook voor ons uitzonderlijk veel, hoor. Je organisatie moet het ook wel kunnen verwerken. Maar inderdaad, het is een stevige groei. Behalve door het netwerken komt dat vooral door de inhoudelijke verdieping waar we in 2003 voor kozen. We hebben toen fors geïnvesteerd in ons eigen wetenschappelijk bureau. Inmiddels is het een indrukwekkende kennisbank, waar een paar advocaten tijd in steken naast hun andere werkzaamheden. De kwaliteit van onze juridische dienstverlening is daardoor echt gegroeid en je treedt ook toe tot een ander klassemment van kantoren. Tegelijk willen we geen juridisch ivoren-torenwerk afleveren. Je inleven in het probleem van de cliënt, dat vindt de cliënt het allerbelangrijkst. Die wil geen lang epistel met als conclusie: "Het kan zus, maar ook zo", die wil concreet advies. Dat krijgen ze bij ons zo veel mogelijk.

Onze "leveranciers" zijn traditioneel de universiteiten van Tilburg en Nijmegen. Utrecht begint nu op te komen. We profileren ons daar sterk en geven tentamen-trainingen bij ons op kantoor. Verder zijn we present op bedrijvendagen en ondersteunen we internationale pleitwedstrijden.'

Fort Advocaten, Amsterdam

Fort Advocaten uit Amsterdam-Zuid is na Linklaters de sterkste groeier van 2010. Een deel van het geheim: specialisatie, actief zijn in je branche en een *hands-on* mentaliteit die aansluit bij de klanten, vertelt kantoor-directeur Carolien Bonsma.

'We gaan niet zo actief de boer op. Wij halen onze zaken uit ons netwerk en wat we horen in de wandelingen, maar we zitten niet elke dag in de restaurants en cafés van Amsterdam-Zuid. We werken voor het mkb, vastgoedbedrijven, maar ook voor institutionele cliënten. We horen ook veel van ons zakelijke netwerk van makelaars, accountants, fiscalisten en andere advocaten.

We doen ondernemingsrecht, insolventierecht, vastgoedrecht, arbeidsrecht en bestuursrecht. De groei in 2010 is kantoorbreed gerealiseerd. Fort behandelt spraakmakende zaken. Onze partner Frits Kemp is een landelijk bekende curator: hij doet samen met Cees de Jong van Van Benthem & Keulen de afhandeling van het faillissement van autobedrijf Kroymans. Onze partner Rob IJsendijk is een landelijk bekende Bibob-specialist.

Onze overige cliënten kun je het best beschrijven als *self-made*. Onze kantoorcultuur past daarbij. De mentaliteit bij ons is: rammen, dingen voor elkaar krijgen. Onze medewerkers stimuleren we sterk in het binnenhalen van eigen zaken. Ook volgt iedereen bij ons in beginsel een Grotius-opleiding. We positioneren ons als alternatief voor de Zuidas-kantoren, die een kilometer bij ons vandaan zitten. Dezelfde kwaliteit tegen een lager tarief. Bij Fort zijn de lijnen kort. De advocaat die bij de cliënt langsgaat, doet de zaak vervolgens ook zelf. Door deze manier van werken heeft de cliënt één vaste contactpersoon die het bedrijf kent en de advocaat kan efficiënter inspelen op de wensen en behoeften van de cliënt.'

De Stand van de Advocatuur 2011

De 16e editie is verschenen

De Stand van de Advocatuur is het enige jaarlijkse trendonderzoek over de advocatuur en juridische dienstverlening in Nederland. Het geeft trends, nieuwe ontwikkelingen en opvallende zaken aan. Met deze kant en klare externe analyse van de advocatuur ziet u direct waar uw kansen liggen en natuurlijk ook wat uw bedreigingen zijn.

U vindt onder meer:

- ▶ De nieuwe Top 50 van advocatenkantoren
- ▶ Financiële kerncijfers van kantoren
- ▶ Het snel veranderende landschap van juridische dienstverlening
- ▶ Regionale topkantoren
- ▶ De Zaak van het Jaar en de best gelezen artikelen van *Advocatie.nl*
- ▶ De advocaat van morgen

Met dit heldere rapport krijgt u snel inzicht in de Nederlandse advocatenmarkt.



ISBN: 978 90 12 38560 2
Hoofdredactie: Lucien Wopereis

www.sdu.nl

Hoeder van Holle Bolle Gijs

Ze vormen een kleine en bijzondere groep binnen de advocatuur: de advocaat in loondienst. Ook bij De Efteling werkt er een: Jaco Breur. 'Ik krijg soms nog steeds kippenvel als ik hier rondloop.'



Foto: De Efteling

Door: Arnoud Veilbrief

De aanleiding van een stuk is zelden relevant voor de lezer. Maar deze keer wel. Een paar maanden geleden had het *Advocatenblad* een grote foto van Holle Bolle Gijs op de cover geplaatst, in verband met een stuk over obesitas. Niet veel later kreeg de redactie een mailtje van Jaco Breur, advocaat in vaste dienst van De Efteling. Het auteursrecht op de afbeelding van Holle Bolle Gijs behoorde aan De Efteling en obesitas was niet de context waarin men

de mascotte graag geplaatst zag. Bovendien was er niet voor betaald. Een schadeclaim voor het huisorgaan van de Orde dreigde.

Maar beide partijen besloten de kwestie op een minnelijke manier te schikken. Een artikel over de advocaat van De Efteling als wederprestatie was eigenlijk wel een aardig idee. Want wat doet een advocaat bij De Efteling eigenlijk, met wat voor zaken krijgt hij te maken? En wat maakt het werken als advocaat in loondienst zo anders dan in een normale praktijk?

Beeldrecht

Het is de warmste lentedag van het jaar, eind maart. Je kunt zonder problemen zonder jas rondlopen. Prima weer voor een dagje Efteling, maar het is nog wat stil in het park. Alle attracties zijn in vol bedrijf, Holle Bolle Gijs vraagt nog steeds om papier en zegt netjes dankjewel.

Het geval met de foto is gesneden koek voor Breur. Het bewaken van de intellectuele eigendom is een van zijn voornaamste werkzaamheden. Holle Bolle Gijs, Langnek en alle andere figuren en attracties van het park zijn ook geliefd



Jaco Breur, advocaat in loondienst bij De Efteling

bij andere mensen die daar soms geld mee proberen te verdienen. Die krijgen vroeg of laat met Breur te maken.

‘Een tijdje terug was er een kabouter-tuin in het noorden des lands die onze laven exposeerde’, vertelt hij. ‘En voor de toegang tot die kabouter-tuin moest ook gewoon entree worden betaald. Commercieel gebruik dus van onze laven, zonder dat daarvoor een licentie was verstrekt.’ Breur belde op en verzocht de sprookjesfiguren weg te halen. De eigenaren van de tuin zegden toe, maar toen Breur een maand later op de website keek, stonden ze er nog steeds. ‘Toen heb ik ze aangeschreven en een dagvaardig aangekondigd voor het geval ze de laven

niet alsnog direct weghaalden. Toen luisterden ze wel.’

Eigenlijk was het een beetje sneu, vindt ook Breur. ‘Die mensen hadden de tuin net geopend. Maar we moeten duidelijk zijn.’ De Efteling verdedigt zijn belangen niet zo agressief als bijvoorbeeld Walt Disney Studios. ‘Als een lagere school een opvoering geeft over De Efteling treden we daar natuurlijk niet tegenop. Dat past niet in ons vriendelijke imago. Pas als mensen geld verdienen met onze beschermde figuren, komen we in actie.’ Een uitvaartorganisatie die adverteerde met gratis overnachtingen in De Efteling bij het afsluiten van een uitvaartverzekering, werd aanzienlijk

minder vriendelijk gesommeerd de afbeeldingen direct van de site te halen.

Veel van Breurs werk komt overeen met dat van een bedrijfsjurist. Alleen, Breur is bevoegd tot procederen. Dat maakt indruk en bovendien bespaart het veel tijd. ‘Ik hoef onze huisadvocaat niet eerst uit te leggen hoe de zaak in elkaar zit, maar kan direct handelen.’ En het scheelt geld. De Efteling verdient zijn salaris sommige jaren dik terug met uitbespaarde kosten aan advocaten.

Niet dat het vaak tot procederen komt. Een telefoontje van Breur – die zijn onderhandelingsstijl als ‘open’ omschrijft (‘we hadden het *Advocatenblad* ook een rekening kunnen sturen, maar het is veel

leuker als er iets positiefs uit voortkomt') – is meestal voldoende. In de twee jaar dat hij nu bij De Efteling werkt, heeft hij pas één keer actief geprocedeerd. En dat was dan nog bij een bestuurszaak tussen de gemeente en een buurtbewoner die bezwaar maakte tegen de uitbreiding van de parkeerplaats.

Kantoor naast draak

Breur loopt naar zijn kantoor. Maar eerst wil hij het bezoek iets bijzonders laten zien: de magische stad Raveleijn, de nieuwste attractie die op 8 april ('en geen dag later') opengaat. In het midden van een piste staat een kolossale draak, opgebouwd uit bewegende elementen. Een groep uitverkoren kinderen, zo luidt het opgevoerde verhaal, zal het tegen de draak opnemen. 'Het wordt zeer spectaculair, met een grote show met paarden en vogels.'

De draak wordt nog volop getest, technici overleggen. Mocht een van de vele onderaannemers zijn verplichtingen niet na dreigen te komen – 'bijvoorbeeld omdat hij ergens anders een lucratiever klusje heeft' – dan is het Breurs taak rechtens tegen ze op te treden. Nieuwe attracties kondigt De Efteling altijd met de nodige tamtam ruim van tevoren aan. 'Als we ook maar een dag te laat zijn, levert dat enorme publicitaire schade op.'

Zijn kantoor kijkt uit op de piste. Een van de luidsprekers hangt pal naast zijn raam. Over ruim twee weken beginnen de voorstellingen. 'Het zal behoorlijk lawaaiig worden. Maar het went, uiteindelijk hoor je het niet meer.'

Hart

Breurs begon na het voltooien van zijn studie aan de Erasmus Universiteit (Ondernemingsrecht, 2003) bij het Brabantse kantoor Van Iersel Luchtman Advocaten. Hij maakte de beroepsopleiding af, maar merkte dat de traditionele advocatuur niets voor hem was. 'Ik had er moeite om mee me elk zaak weer aan te passen aan de steeds verschillende belangen en motieven van cliënten', vertelt hij. 'Bo-

'Ik had er moeite mee om me elke zaak weer aan te passen aan de steeds verschillende belangen en motieven van cliënten'

vendien zie je lang niet altijd het effect van je adviezen. Hier wel. Ik maak liever deel uit van een groot team. Ik zie mezelf niet snel terugkeren naar de traditionele advocatuur.'

En niet naar de Randstad. Toen Breur vader werd – hij was inmiddels bedrijfsjurist bij Bavaria – kreeg de bierbrouwer claims van het kantoor van eurocommissaris Kroes. De dossiers stapelden zich op. Toen hij na zijn ouderschapsverlof voor de derde avond achtereen tot 's avonds laat had doorgewerkt, riep de directeur hem toe over de parkeerplaats: 'Breur, jij bent toch net vader geworden? Ga morgen eens op een normale tijd naar huis.' Hij herinnert het zich met een glimlach. Dat is Brabant. 'Binnen werktijd wordt hard gewerkt, maar daarbuiten is volop tijd voor het gezin.'

Na een paar jaren bij Bavaria ('erg interessant, ik procedeerde veel'), solliciteerde Breur bij het park waar hij als kind tweemaal per jaar kwam. En zie nu hoe hij bezoekers de weg wijst, de medewerkers bij de attracties groet en zelfs papiertjes opraaft. Het is duidelijk: De Efteling zit in Breurs hart. Hij staat bij de Sprookjesboom, een pratende boom die met zijn ogen kan knippen, zijn takken kan bewegen en door middel van spraakherkenningssoftware gesprekken kan voeren met kinderen. 'Hier krijg ik nog steeds kippenvol van.'

Helaas gooiden onverlaten stenen keien in de mond van de boom. Kosten: tienduizenden euro's. De daders konden niet achterhaald worden. 'We hebben de schade hersteld en de keien vastgezet aan de grond. Kennelijk is dat nodig.'

Jurist en advocaat

Behalve advocaat is Breur ook manager juridische zaken. Dat levert soms rare situaties op. Hij onderhandelt over de aanleg van nieuwe attracties met leveranciers, die hij, mochten ze in gebreke blijven, als advocaat zou kunnen dagvaarden. 'De Orde eist dat ik bij elke gesprek zeg dat ik advocaat ben. Dan klappen mensen weleens dicht. Oei, ik spreek met een advocaat.'

Wat gek genoeg zelden voorkomt, is dat Breur verdedigend optreedt in een zaak tegen, bijvoorbeeld, bezoekers die zich verwond hebben. 'Dat komt bijna niet voor. De veiligheidseisen zijn hier zo streng dat er zelden iets gebeurt.' De Efteling heeft een eigen beveiligingsdienst, een eigen ambulance en zelfs een eigen brandweer.

Hoewel Breur in dienst is van De Efteling voelt hij zich volledig vrij om zijn 'cliënt' te adviseren. 'Als dat niet meer zou kunnen, zou ik er ook direct mee stoppen.'

De directie stond eens op het punt om het vliegtuig te pakken voor onderhandelingen met een grote buitenlandse partner. Maar ze twijfelden of ze zouden gaan. Wel gaan zou de onderhandelingen in een dermate vergesorderd stadium brengen dat het afbreken ervan niet meer mogelijk zou zijn zonder het risico van een schadeclaim. Alleen een *letter of intent* zou De Efteling daarvan vrijwaren, maar die was nog niet binnen. Moesten ze gaan of niet? Breur moest beslissen. 'Ik wilde al mijn overwegingen voorleggen, maar ze kapten me af. "Ja of nee, Breur, dat is alles wat we willen horen." "Nee", zei ik. "Dankjewel", antwoordden ze. Het is een zware verantwoordelijkheid, maar dat vertrouwen krijgen, dat geeft een heel fijn gevoel.'



De advocaat in mediation

Mediation is al enkele jaren sterk in opkomst. Toch bestaat er onder advocaten nog veel onbekendheid over. Dat motiveerde Eva Schutte en Jacqueline Spierdijk tot het schrijven van *De advocaat in mediation*.

Door: Arnoud Veilbrief

Stel je een rechtszaak voor, waarbij de advocaten pas op de vierde dag eens komen kijken hoe de vlag erbij hangt. Onvoorstelbaar? Toch gebeuren dat soort dingen bij een mediation nog regelmatig.

Onlangs maakte een van de auteurs het weer mee. Een mediation tussen twee partijen was al een flink eind gevorderd en pas bij de vierde bijeenkomst kwamen de advocaten erbij zitten. ‘Dat is zo zonde. Ze hebben niet meegemaakt welke stappen de partijen hebben gezet en vallen midden in het proces. Die achterstand is niet zomaar in te halen.’ En dan heeft ze het nog niet over de bijdrage die de advocaten hadden kunnen leveren aan het onderhandelingsproces.

De onwetendheid onder advocaten, dat was de reden voor Eva Schutte en Jacqueline Spierdijk om *De advocaat in mediation* (verschenen bij Sdu Uitgevers, 2011) te schrijven. Mediation is inmiddels vijftien jaar bekend in Nederland en in 2007 bij alle gerechten ingevoerd, maar nog steeds is het voor veel advocaten onbekend terrein.

Nee, de aanwezigheid van een advocaat is niet verplicht. In zoverre gaat de vergelijking met de rechtszaal niet op. ‘Maar het helpt zo ontzettend als advocaten weten hoe ze optimaal gebruik kunnen maken van hun rol in een mediation,’ zegt Schutte, sinds 1984 advocaat bij Van Doorne en meer dan tien jaar actief als mediator.

Toegegeven, die rol is een andere dan in de rechtszaal en zal voor veel advoca-

ten wat onwennig aanvoelen. Want in een mediation gaat het niet om standpunten, maar om belangen. Niet om winnen of verliezen, maar om een oplossing waarmee beide partijen tevreden zijn en, eventueel, met elkaar verder kunnen.

Hoe zo’n mediation zich van het begin tot het einde voltrekt, en wat je rol als advocaat daarin kunt zijn, daarover gaat *De advocaat in mediation*. Het handzame boekje staat bovendien vol tips, trucs en blunders, ontleend aan de ervaringen van de auteurs en die van andere mediators en advocaten. Is mediation wel het juiste middel? Hoe kun je sturen bij de keuze van de mediator? Hoe ben je open genoeg om het vertrouwen te winnen zonder dat je te veel informatie weggeeft? Deze en veel meer andere vragen komen aan de orde.

Dat de rol van een advocaat in een mediation nog wat schimmig is, komt ook doordat de sessies besloten zijn. ‘Een student kan in de rechtszaal gaan zitten en zo zien hoe het spel daar gespeeld wordt,’ zegt Spierdijk, jarenlang advocaat bij De Brauw en sinds tien jaar zelfstandig gevestigd als mediator. ‘De eerste keer dat je een mediation van dichtbij meemaakt, is als deelnemer.’

De belangrijkste boodschap van Schutte en Spierdijk is: denk mee en buit je rol uit, in het belang van je cliënt. Dat begint al meteen in de rechtszaal, als de rechter een mediation heeft voorgesteld en de partijen daar wel oren naar hebben. Spierdijk: ‘De mediationfunctionaris van de rechtbank probeert de gemoederen tot rust te brengen en een paar kandidaten voor te

leggen. Advocaten kunnen dan nog wel eens in verwarring zijn. Het is niet “hun spel”, ze staan wat op de achtergrond. Of ze zijn nog erg strijdlustig, terwijl er nu een heel andere fase is aangebroken. Blijf er gewoon bij, probeer voorstellen te doen en de situatie te normaliseren.’

Vooruitdenken, voorbereid zijn is een aanbeveling die in verschillende varianten terugkomt in het boek. Spierdijk: ‘Denk na over de vraag of je een mediation wel of niet ziet zitten en waarom, voordat de rechter een verzoek doet. Een slecht gemotiveerde afwijzing kan de zaak schaden.’ En bij het intakegesprek met de mediator kan de advocaat goede diensten bewijzen door vooraf met de mediator te praten, zodat hij zijn cliënt kan vertellen wat deze in de mediation kan verwachten.

De advocaat is niet zo vaak aan het woord als tijdens een proces, maar dat maakt zijn rol niet minder waardevol. ‘Het misverstand dat hij er een beetje voor spek en bonen bij zit, leeft allereerst onder advocaten zelf,’ zegt Schutte. “Dan zit ik daar maar, daar ben ik veel te duur voor” is de reactie. Een advocaat zegt minder, maar als hij maar op het juiste moment het goede doet, kan hij het proces sterk versnellen.’

Het is overigens geen regel dat de advocaat erbij móet zijn. Niet iedere advocaat is even geschikt, zoals Schutte en Spierdijk stellen. En bovendien moet de zaak uit de juridische sfeer worden getrokken. ‘Of de advocaat aanwezig moet zijn en vanaf wanneer, hangt van het geval af,’ zegt Schutte. ‘Het is echt maatwerk.’

Mediation heeft onder veel advocaten



Jacqueline Spierdijk

nog altijd geen sterke reputatie. De reactie dat de tegenpartij dan wel een zwakke zaak zal hebben, komt nog veel voor. Maar dat hoeft helemaal niet. Er kunnen goede redenen zijn om een andere weg dan een proces te kiezen. Een belangrijke is: partijen moeten met elkaar verder. Spierdijk: 'Neem de boom van de burendie te dicht bij de erfscheiding staat. Ook als je van de rechter waarschijnlijk gelijk zult krijgen, kan het interessant zijn om voor mediation te kiezen. Je moet immers met elkaar verder. Zeker als je wilt dat die zoon om negen uur ophoudt met drummen, waarvoor je waarschijnlijk geen gelijk zult krijgen bij de rechter.' Met mediation wordt een uitruil mogelijk.

Het essentiële verschil met een traditionele rechtszaak is dat een mediation niet wordt gevoerd op basis van standpunten ('Ik heb een vordering van 15.000 euro en daar heb ik recht op'), maar op basis van belangen. Om de achter het standpunt liggende belangen te vinden, vraagt de mediator dóór over het standpunt. Spierdijk: 'Die 15.000 euro, waar staan die voor? Welke behoeftes of belangen liggen daarachter? En kunnen die behoeftes misschien ook op een andere manier bevredigd worden? Zo werk je naar een oplossing toe.'

Schutte en Spierdijk zijn ervaren mediators. Ze hebben elkaar leren kennen via Alex Brenninkmeijer die wilde schrijven



Eva Schutte

over de juridische aspecten van mediation. Sindsdien werken ze samen aan 'allerlei projectjes'.

Schutte is naast mediator nog advocaat, Spierdijk heeft zich inmiddels geheel toegelegd op mediation. Hun transformatie van procederend advocaat met een grote interesse naar de juridische kant van de zaak naar de mediator die belangen probeert te verzoenen, voltrok zich op vergelijkbare wijze. Schutte: 'Ik procedeerde soms jaren over een zaak en als mijn cliënt dan eindelijk gewonnen had, merkte ik lang niet altijd opluchting of blijdschap. Er was niet echt iets opgelost.'

Spierdijk, die bij De Brauw gespecialiseerd was in IE-recht, constateerde dat 'wat de Hoge Raad ergens van vond' haar 'steeds minder begon te boeien'. 'Ik ging op zoek naar een andere manier om conflicten op te lossen.' Ze treedt vooral op in handelszaken en geschillen tussen overheid en burger. Niet in echtscheidingszaken. 'Dat is een heel ander vakgebied.'

Let wel, als een zaak in onderling overleg door advocaten kan worden opgelost, vinden ze dat die weg nog altijd de voorkeur geniet. Pas als dat niet werkt, komt mediation aan de orde. 'De beste manier om erachter te komen wat de aangewezen weg is, is om te vragen: als de rechter een uitspraak heeft gedaan, is het probleem dan opgelost? Is het antwoord nee, dan kan mediation een meerwaarde bieden.'



Julia Veldkamp, advocate en mediator in echtscheidingszaken bij SmeetsGijbels, Amsterdam

'Zaken over echtscheidingen zijn iets heel anders dan burenruzies en handelsgeschillen. Een scheiding raakt je diepste zelf. Toch heb ik veel opgestoken van het boek. Met name de tips en valkuilen voor advocaten vond ik heel verfrissend. Wat duidelijk is, is dat mediation een zekere geschiktheid vergt. Dat geldt niet alleen voor de mediator, maar ook voor de deelnemers. De fase waarin je de belangen achter de standpunten helder probeert te krijgen, is de moeilijkste. Dan raak je soms de kern van iemands persoon en dat is erg gevoelig. "U bent advocaat, geen psycholoog," krijg je nogal eens te horen. Of: "U kost honderden euro's per uur en dan gaan we het een beetje hebben over het begin van ons huwelijk!" Het is ook nogal wat om te vertellen waarom je van hem of haar af wil. Soms weten ze het zelf niet eens. Ze keren het liefst zo snel mogelijk terug naar het veilige onderwerp van het geld. En toch is de oorzaak van het geschil van levensbelang voor de oplossing.'

De beroepsregels van de mediator zijn heel belangrijk. Je moet het vertrouwen winnen van je cliënten en onpartijdigheid is daarin cruciaal. Aan de andere kant gebeurt er van alles aan tafel en mag je als mediator best een beetje meebewegen. Dat betekent dat je af en toe best stevig mag optreden als een van beide partijen de zaak vertraagt. Zo van: kom nou eens op met die stukken! En je mag in sommige gevallen best laten merken wat je van iets vindt. Je bent ook maar een mens – al blijft het oppassen. Maar als je onpartijdigheid en je zuiverheid niet meer ter discussie staan, geeft dat ruimte om de regels soms iets lossier te hanteren.'

Pleit voor (v)aardiger advocaten

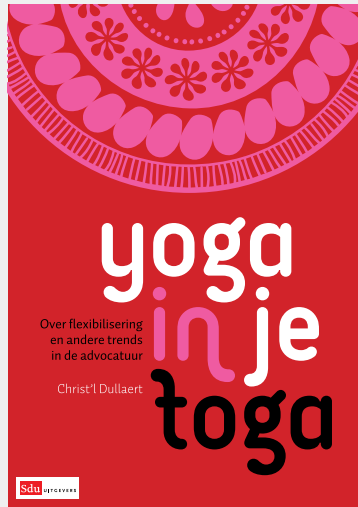
Door: Dolph Stuyling de Lange,
Langhof advies voor advocaten en
professionals

Een opvallend boek, *Yoga in je toga* van Christ'l Dullaert, zowel van buiten (enigszins) als van binnen (veel meer). Het binnenwerk lijkt meer op een tijdschrift als *Happinez*, dan op een ouderwets boek gericht op serieuze, intellectuele lezers. Dat is geen toeval, want Christ'l Dullaert brengt meteen in de praktijk wat ze schrijft. Het boek doet – juist door de vormgeving en de kleur van het binnenwerk – een beroep op die ‘rechterhersenhelpt’: de kant van emoties, empathie en creativiteit. Haar boodschap is dat de advocatuur flexibel moet worden, en steeds meer werkend vanuit die rechterhersenhelpt: er is – zo schrijft ze – minder behoefte aan nog meer geleerdheid en analytisch vermogen (de linkerhersenhelpt), dan aan creativiteit, empathisch vermogen en innovatie. De advocaat moet vooral ‘(v)aardig’ worden, meent Dullaert.

Open mind

Het is een uitstekend boek over de (naaste) toekomst van de advocatuur en verplichte kost voor alle managing partners van advocatenkantoren en eigenlijk ook voor de rest van de advocaten. Veel tijd hoeft het lezen niet te kosten, het zijn zo’n honderd pagina’s met veel plaatjes, samenvattingen en overzichten. En in dat overzichtelijk bestek biedt het boek een helder overzicht van ontwikkelingen die aan de gang zijn en die nog op ons afkomen, en suggesties en tips om daar als advocaat mee om te gaan.

Bezwaren? Die zijn er ook, maar die zijn marginaal: de titel en de vormgeving vragen een ‘open mind’ en de inhoud is soms wat tweedimensionaal, zodat je behoefte krijgt aan iets meer. Maar dan zou het weer veel dikker en minder toegankelijk zijn geworden.



Yoga in je toga, Sdu Uitgevers 2010

Veranderingen

Christ'l Dullaert gaat in op de trend dat veranderingen steeds sneller gaan. Het eerste mobiele netwerk in Nederland is van 1995, Google bestaat sinds 1998: inmiddels zijn beide niet meer weg te denken. De wereld is – zo realiseer je je als je dat leest – in eeuwen niet zoveel veranderd als de laatste 25 jaar. En dat is, zo schrijft Dullaert, nog maar het begin.

Tevens belicht ze een aantal maatschappelijke trends, daarbij puttend uit de wijsheid van een drietal futurologen/trendwatchers (Ray, Bakas en Pink). Hier komt de ontwikkeling van een nieuw soort consument, een spirituele revival, een nieuwe manier van werk organiseren (het ‘Hollywoodmodel’), het verlangen naar fair leiderschap en de verschuiving van het beroep op de hersenen (van links naar rechts) aan de orde. Ze schrijft dat de recessie niet een ‘dip’ is waarna alles weer gewoon verder gaat, maar dat het een katalysator was voor veranderingen die er toch al aankwamen.

Ivoren toren

In hoofdstuk 3 komen de implicaties van die veranderingen voor de advocatuur aan de orde. Mede aan de hand van voorspel-

lingen van Susskind over ICT-ontwikkelingen beschrijft ze de veranderingen die daardoor ontstaan. Zo is er steeds meer juridische informatie online beschikbaar. Dankzij het internet gaan cliënten in toenemende mate voorbereid naar hun advocaat. Die heeft dus meer specialistische kennis nodig en bovendien het vermogen om niet vanuit een ivoren toren te communiceren, maar in dialoog met de cliënt.

Dullaert beschrijft ook de noodzaak om ‘andere’ competenties, zoals empathie, meer aandacht te geven dan in het verleden. Ze beschrijft de ontwikkeling van de advocatuur als een *seller’s market* naar een *buyer’s market*: steeds meer bepaalt niet de advocaat de ontwikkelingen, maar de cliënt. En ze beschrijft de omslag van werkcultuur van de nieuwe generatie advocaten: het evenwicht van *work-life* verschuift steeds meer naar *life*.

In het laatste hoofdstuk komen praktische tips aan bod: hoe ga je als advocatenkantoor nu om met al die veranderingen? Hoe zorg je dat je over vijf jaar niet hopeloos achter de feiten aan loopt? Zo beschrijft ze het belang van ‘LSD’: luisteren, samenvatten en doorvragen. De meeste advocaten zijn beter in ‘zenden’ dan in ‘ontvangen’ en de nieuwe cliënt neemt daar geen genoegen meer mee.

Kortom: een goed boek, dat aanzet tot nadenken. Christ'l Dullaert schrijft gemakkelijk en *to the point*. Dat nodigt uit tot meer: zoals gezegd zou het wat mij betreft soms wel iets meer gelaagd mogen zijn: soms zijn de ontwikkelingen mij wat te eenvoudig voorgesteld. Zo wordt bijvoorbeeld gesuggereerd dat in de financiële wereld de recessie heeft geleid tot ethischer gedrag, maar daar valt wel het een en ander op af te dingen.

Tot slot de titel van het boek: In Amerika is het een bekende combinatie (wie op yoga + toga googelt, krijgt zo’n 1,5 miljoen hits), maar in Nederland creëert het een extra drempel. En dat is jammer, het boek verdient een grote kring van lezers.



Kantoren twitterend in beeld

Het heeft even geduurd, maar ook de advocatuur is aan het twitteren geslagen. Waar gebruiken ze het voor? Een rondgang langs enkele kantoren.

Door: *Arnoud Veilbrief*

Een zo groot mogelijke schare volgers bereiken.' Thomas Bijloo, medeoprichter van Trevi Advocaten in Den Haag, is er eerlijk in. 'Je bent misschien klein, maar je wilt wat en dan moet de wereld wel van je bestaan afweten.' Thomas en zijn compagnon Ilse Feenstra werkten zo'n vier jaar in de advocatuur toen ze vorig jaar voor zichzelf begonnen. Het kantoor opende direct een Twitteraccount met een studentikoos tintje. Afspraken worden gemaakt op een bierviltje, laat een foto op de homepage zien. 'Advocaten gebruiken graag duur jargon,' zegt Thomas. 'Wij laten zien dat het ook anders kan.'

Tweets met inhoud

De advocatuur loopt bepaald niet voorop als het gaat om de invoer van nieuwe technologieën, maar *social media* beginnen nu toch door te dringen in dit bastion van behoudendheid en discretie. Typ 'advocaten' in het zoekscherm van Twitter en er rolt een lijst kantoren uit. Volg er een paar, de slimme software van Twitter doet nog wat suggesties en binnen tien minuten stromen de tweets binnen. Aankondigingen van seminars, gratis juridische adviezen, vacatures en zelfpromotie verschijnen op de *timeline*. Thomas twittert met mate, maar wel over een breed scala van onderwerpen. Over werken in het zonnetje, de nieuwe ge-

'Je bent misschien klein, maar je wilt wat en dan moet de wereld wel van je bestaan afweten'

schilderde werkkamer, maar ook over een gewonnen zaak of een voor ondernemers interessant juridisch onderwerp. Dat heeft hem tot nu toe 137 volgers opgeleverd, wat niet slecht is, want advocatenkantoren hebben er zelden meer dan tweehonderd.

Levenbach Advocaten, een middelgroot kantoor in Amsterdam, twittert ook sinds een half jaar en partner Aernout Zappé houdt de account bij. Hij vindt de advocatuur in de manier van communiceren 'erg behoudend.' Aernout kiest voor de meer inhoudelijke tweet. Het zijn vooral links naar artikelen op de eigen site om bezoekers te trekken - Twitter als een soort RSS-feed. Het zijn lezenswaardige artikelen, maar het aantal volgers blijft steken op 82. Komt dat omdat Levenbach Advocaten zelf maar één andere twitteraar volgt? Het is geen ruilhandel, maar wie gevolgd wil worden zonder zelf te volgen, moet van goede huize komen. Ook kan meespelen

dat Levenbach Advocaten in het twitteren tamelijk selectief is; niet meer dan 25 tweets werden er tot nu toe verstuurd. 'Dat is bewust,' zegt Aernout. 'Twitteren kost veel tijd en levert relatief weinig op.'

Olifant in toga

Abeln Advocaten doet graag aan opvallende marketing. Eerder haalde het Amsterdamse kantoor al de publiciteit met een opzienbarende personeelsadvertentie op het Rembrandtplein, waarbij Houthoff Buruma de loef werd afgestoken (zie kader). Op het fotootje van het Twitter-account van Abeln Advocaten prijkt een olifant in toga, een kunstwerk waarvan de opbrengst naar een goed doel ging. 'Wij gebruiken Twitter vooral als versterking voor ons imago,' zegt partner Jurgen Jaab. Hij is er niet constant mee bezig, maar probeert het account wel redelijk up-to-date te houden. 'Het ludieke aspect staat bij ons voorop.'

Advocaat Sander Verheul is een fervent twitteraar. Hij houdt twee accounts bij, die van zichzelf en @strafpleiterNL, het account van zijn kantoor Verheul en Polat in Lelystad. Waar andere kantoren eens in de week of soms zelfs eens in de paar maanden een tweet plaatsen, *post* hij er soms meerdere per dag. 'Waar het toe leidt weet je niet, maar het kost ook niet veel moeite,' vertelt Sander. 'Iedere dag kijk ik een paar keer wat er binnenkomt en soms plaats ik wat. Met twee minuten ben ik weer klaar.' De hobby begon 'een



beetje uit verveling' en omdat hij oude studiegenoten wilde opsporen. Bovendien houdt Sander, die niet verbergt dat hij moslim is, graag van een stevige discussie zo nu en dan, waarbij hij het debat met 'rabiatische idioten' niet schuwt. Maar dat doet hij dan wel op zijn eigen account. 'Het kantooraccount moet vooral zakelijk blijven.' Daarop plaatst Sander nieuwtjes, zoals nieuwe jurisprudentie. De toon is ook hier eigenlijk erg informeel, inclusief veelvuldig gebruik van ;) en :). De vermeende stijfheid van de advocatuur is ver weg.

Hoger bezoekersaantal

Holla Advocaten gebruikt hun Twitteraccount in de eerste plaats voor het kantoorimago. Dat is te zien: de foto's zijn even mooi en clean als de *timeline*, met *tweets* die leiden naar een artikel, een prijs die het kantoor won of een vacature. Tot nu toe leverde Twitter geen nieuwe zaken op, wel gratis publiciteit in de regionale pers, vertelt Chantal de Beer, hoofd marketing bij Holla. En dat het sitebezoek is dankzij Twitter gestegen, 'is mooi meegenomen.' Maar Twitteren is niet alleen maar zenden, het is voor steeds meer mensen ook een belangrijke informatiebron. Zo volgt Sander @scherpinstrafrecht, een account van uitgever Sdu, dat regelmatig linkt naar relevante artikelen. Een echte win-win situatie, aldus Sander want 'hoe vaak kom ik op de site van Sdu?'

Als lokmiddel voor potentiële sitebezoekers, het binnenhalen van nieuwe klanten, als bron van informatie of gewoon voor de aardigheid, de rol van de *social media* zal ook in de advocatuur sterker worden. 'Maar doe het niet half', zegt Chantal de Beer. 'Volgens een Brits onderzoek is een slecht bijgehouden account schadelijk voor het imago. Ze denken: "lui met twitteren, lui in het werk."'



Hiernaast genoemde kantoren volgen? Check:

- @abelnadvocaten
- @HollaAdvocaten
- @levenbach
- @Sander_Verheul
- @strafpleiter (Lelystad)
- @treviadvocaten

'Chiraz Muradin graag Hester Swane bellen' luidde de tekst die Houthoff Buruma twee jaar geleden op een billboard boven discotheek Cooldown op het Amsterdamse Rembrandtplein zette. Muradin was cum laude afgestudeerd aan de rechtenfaculteit van de VU en Hester Swane, recruiter bij Houthoff, wilde hem binnenhalen. Maar Muradin werkte op dat moment bij Abeln Advocaten en het kantoor reageerde direct met een tegenactie. Op eenzelfde billboard op het Rembrandtplein plaatste het kantoor de tekst: 'Sorry Hester, Chiraz werkt al bij ons.' Meerdere kantoren bleken interesse te hebben in Muradin, hij koos uiteindelijk voor De Brauw.



Opzak Oplocatie OpMaat



OpMaat_Mobiel de iPhone App

Wanda van Kerkvoorden,
SOLV Advocaten

Alle relevante juridische informatie altijd en overal op zak

Met **OpMaat_Mobiel** heeft u altijd de geldende Nederlandse wet- en regelgeving op zak, kunt u bladeren in wetteksten, wetten downloaden of doorsturen naar uzelf of collega's. U kunt tags aan uw favoriete wetten toevoegen om de teksten makkelijk op onderwerp of dossier te ordenen of ze downloaden voor offline gebruik, en dat allemaal op uw telefoon.

OpMaat_Mobiel is als iPhoneApp gratis te downloaden in de App Store.

Kijk voor meer informatie op www.sneltotdekern.nl/app



OpMaat

SNEL TOT DE KERN VAN DE ZAAK

Sdu UITGEVERS

ICT op kantoor: stevig op een wolk

Informatie- en communicatietechnologie (ICT) verandert interne werkprocessen, evenals de manier waarop je omgaat met de cliënt. Maar technische afhankelijkheid baart veel advocaten zorgen.



Door: Tatiana Scheltema

Volgende week weten advocaten van Kennedy Van der Laan die een willekeurig dossier openen onmiddellijk waar de zaak over gaat en wat de laatste juridische ontwikkelingen zijn op het betreffende rechtsgebied. Deed de Hoge Raad toevallig vanochtend een relevante uitspraak? Het systeem zoekt die er *live* bij, evenals relevante informatie over de cliënt of de markt waarin diens bedrijf opereert. Ook houdt het systeem door de integratie van applicaties als agenda's, mails en activiteit in dossiers bij welke collega's deskundig zijn op dit gebied, welke stukken al voor de cliënt klaarstaan en of hij die al heeft bekeken – sterker nog: of de cliënt op dit moment bereikbaar is of nu even telefonisch in gesprek. De cliënt, ook verbonden met het systeem, kan zien wat er in zijn zaak is gebeurd, hoeveel tijd eraan is besteed en hij heeft automatisch inzage in de laatste versies van zijn stukken.

Alert

Het Alert-systeem integreert alle mogelijke ICT-toepassingen en informatiebronnen die een advocaat nodig heeft. 'De crux is dat je die systemen aan elkaar knoopt die de advocaat tot nu toe in zijn hoofd met elkaar moest verbinden,' zegt Joost Linnemann van het Amsterdamse kantoor.

Bij de ontwikkeling van het systeem zijn verschillende partijen betrokken: softwarebouwers, uitgever, maar ook leveranciers van nieuws. 'Het is een nieuwe manier van kennis delen,' zegt Linnemann. 'We zochten een antwoord op de vraag: hoe ga je om met de veranderende waarde van kennis en informatie? Vroeger verkocht je vooral het feit dat jij over meer kennis en informatie beschikte dan de cliënt. Gechargeerd: je haalde de informatie uit de bibliotheek en vervolgens stuurde je een rekening. Maar door de opkomst van internet en allerlei andere diensten is dat veranderd. De cliënt heeft die kennis nu ook.'

Dat advocaten weleens lui zouden kunnen worden omdat alles automatisch op het scherm verschijnt, is een reëel, maar behapbaar probleem. 'Elk systeem brengt het gevaar met zich mee dat je op een standaard manier met dingen omgaat, minder alert bent. Maar dit systeem is erop gericht om je juist in contact te brengen met mensen die er ook verstand van hebben, zodat je niet blijft steken bij "O ja, ik weet nog wel iemand die er wel 'es iets over heeft geschreven." We denken dat het mensen in staat stelt om beter met informatie om te gaan.'

Hoewel het systeem *web based* is en overal vandaan toegankelijk, draait het nog wel op eigen servers. Een logische volgende stap is volgens Linnemann om over te gaan op *Cloud Computing*: de applicaties en data bevinden zich in een 'wolk', en niet meer fysiek op het eigen kantoor.

Nieuwer werken

Apple-baas Steve Jobs zei het al in 1985: 'A lot of times, people don't know what

they want until you show it to them.’ Het feit dat ICT-toepassingen in het afgelopen decennium niet, en nu opeens wél aanslaan, hebben we volgens Wanda van Kerkvoorden, techneut en tevens oprichter van SOLV, mede aan bedrijven als Apple en BlackBerry te danken. ‘Het zogehe- ten Nieuwe Werken diende vooral om de files tegen te gaan en vrouwen aan de slag te krijgen,’ zegt Van Kerkvoorden. ‘Maar door *tools* als de iPhone en de iPad slaat het beter aan dan door de propaganda van de overheid. In de oertijd zat je achter je bureau met je desktop. Nu kun je met je kinderen in het park, via WiFi, overal bij de informatie komen die je nodig hebt. De naam *cloud* past er ook goed bij, het is veel sexier. Alle puzzelstukjes komen nu samen.’

Net als KVDL besteedt SOLV veel aandacht aan manieren om de nieuwe mid- delen in te zetten voor het kantoor, en ook SOLV overweegt een systeem waarbij cliënten kunnen inloggen op (delen van) het kantoor netwerk. Nu al schuiven cliën- ten aan bij een jurisprudentie-lunch. Deze manier van kennis delen heeft de toe- komst, zegt Van Kerkvoorden, maar vergt wel een omslag in het denken. ‘Advocaten zijn van nature behoudende mensen. Ze vinden het eng om informatie, bijvoor- beeld standaardcontracten, te delen. Maar ik geloof daar niet in. Ik denk dat het al- leen maar positief is voor de relatie met je cliënt als je je informatie op een goede ma- nier deelt. Daarmee versterk je de banden. En op een vraag om standaardinformatie komt vrijwel altijd een vervolgvraag. Het standaardwerk wordt bovendien steeds vaker uitbesteed aan niet-advocaten of andere landen. Dus misschien is het slim- mer om die kennis tegen een lager tarief of gratis weg te geven, dan heel protection- istisch te denken: ik moet het bij me hou- den. Ik denk er meer in dat je *core business* ligt in het superspecialistisch advies.’

Eén sleutel

Waar sommige advocaten moeite mee hebben, is de afhankelijkheid van de ach- terliggende techniek. Middelgrote en kleine kantoren zijn voor Cloud-diensten aangewezen op de softwarepakketten van gespecialiseerde leveranciers. ‘Het is een relatief goedkope manier om verschil- lende applicaties te gebruiken zonder hoge licentiekosten te hoeven betalen,’

zegt Marianne Korpershoek van Louwers IP Technology Advocaten uit Eindhoven. ‘Zeker voor kleinere kantoren is het een uitkomst. Je kunt afspraken maken met de leverancier over service en onderhoud, bijvoorbeeld dat het systeem 99% van de tijd beschikbaar moet zijn, of dat onder- houd alleen ’s avonds of in het weekend mag gebeuren.’

Korpershoek heeft veel cliënten die met SaaS-diensten (Software as a Service, software die als een online dienst wordt aangeboden, *red.*) werken, maar signaleert nog wel kinderziektes in de markt van softwareaanbieders. Op dit moment zijn er zo’n veertig grotere en kleinere aanbie- ders van specialistische softwarepakket- ten voor de advocatuur, die weer afspra- ken maken met andere partijen, datacen-

‘Advocaten vinden het eng om informatie te delen’

ters bijvoorbeeld. ‘De markt is jong en er zit nog veel kaf onder het koren. Waar het vaak aan schort, is de beveiliging. Je kunt zo’n datacenter vergelijken met een huis waarin jij een kamer huurt. De voordeur gaat open met een sleutel, maar eenmaal binnen kun je vrijelijk rondlopen. Je moet er dus zeker van zijn dat het bedrijf waar- mee je in zee gaat betrouwbare mensen in dienst heeft. Het kán goed geregeld wor- den, bijvoorbeeld door een ISO-certifice- ring op het gebied van informatiebeveili- ging. Maar mijn ervaring is dat bedrijven die nu hun diensten aanbieden aan kleine kantoren dat nog niet goed hebben gere- geld.’

Zwakste schakel

Een ander probleem vormt de continui- teit, want als een softwareleverancier fail- liet gaat, ben je zuur, zegt Korpershoek. Ze heeft het al eens meegemaakt, bij een bedrijf dat de administraties van scholen beheerde. ‘De curator moet de boedel zo snel mogelijk ontbinden en zal als eerste

de contracten met datacenters opzeggen, om de vaste lasten te beperken. Dan kun je niet meer bij je gegevens. En je moet maar hopen dat de computers niet op Markt- plaats worden gezet.’

Zo heet hoeft de soep niet gegeten te worden, denkt Joost Linnemann. ‘Som- mige leveranciers bieden nu al de mo- gelijkheid om periodiek je eigen data in een standaard-format te downloaden. Als ze dan failliet gaan, heb jij in elk geval de data. Daarmee ga je naar een andere aan- bieder en die leest ze vanzelf weer in.’

Korpershoek pleitte er al eerder in het *Advocatenblad* voor dat de Orde normen stelt aan softwareleveranciers die pakket- ten aan advocaten aanbieden. ‘De Orde ziet immers op het naleven van de ge- heimhoudingsplicht – als de gegevens van een advocaat door toedoen van een ICT- bedrijf op straat komen te liggen, voldoe je niet meer aan die plicht.’ Maar de Orde wil juist minder normerend te werk gaan, laat ICT-adviseur Elsbeth Bodde van de Orde weten. ‘We geven de algemene regels aan. In de Verordening op de Vakbekwaamheid staat aan welke normen de advocaat moet voldoen, maar we laten hem vrij in de ma- nier waarop hij dat regelt.’

Ook Van Kerkvoorden erkent dat de afhankelijkheid van derden problema- tisch kan zijn. ‘Een soort *WikiLeaks* in de advocatuur moeten we niet hebben. Maar vraag zo’n bezorgde advocaat eens hoe hij zijn eigen pand heeft beveiligd. Het is nog altijd makkelijker om fysiek in te breken dan op een netwerk. Om de informatie te vinden die je zoekt, moet je behoorlijk gespecialiseerd zijn. Wat mij betreft is de menselijke schakel nog altijd de zwakste in het geheel – en niet de technologie.’

Veel risico’s kun je ‘inkaderen’ door goe- de afspraken te maken, zegt Van Kerkvoor- den. ‘Maar je kunt ook eens verder kijken naar andere aanbieders, in plaats van de oplossing te zoeken binnen die gesloten gemeenschap waar toch geldt: éénoog in het land der blinden. Advocaten vinden het al snel een pre als een leverancier zegt: “Neem mij, want ik lever ook aan andere kantoren.” Maar als één beroepsgroep niet innovatief is, zijn het wel advocatenkan- toren. Ik heb geleerd om over de grens te kijken naar andere branches waar veilig- heid een rol speelt: het bankwezen, verze- keraars, medische bedrijven. Daar zijn ze op dit gebied al vele stappen verder.’



Wat neem jij mee?

Wat je elke dag bij je hebt, zegt veel over wie je bent. Over wat je bezighoudt, de dingen die je meemaakt en wat je motiveert. Bij AKD zijn we benieuwd naar wat mensen 'meenemen'. Naar hun interesses en ambitie. Wat deed jou besluiten rechten te gaan studeren? En wat wil je bereiken? AKD bestaat uit een hecht team van bevlogen advocaten en notarissen. Professionals met een eigen stijl. Vastbesloten alles eruit te halen wat erin zit. We investeren dan ook veel in de ontwikkeling van jong talent. Spreekt onze werkwijze jou aan? Laat het ons weten. We zijn benieuwd naar wat jij meeneemt. Kijk op watneemjijmee.nl.

Look forward to the start of your career

Advocaat-stagiaires en kandidaat-notarissen met visie werken bij Norton Rose LLP.

Je bent ondernemend. Je bent niet bang om over de grenzen heen te kijken. Je wilt graag eigen verantwoordelijkheden. Je wilt een goede opleiding.

Wij willen jou leren kennen.

Norton Rose LLP biedt internationale advocatuur en notariaat. In teamverband kom je in de dagelijkse praktijk spraakmakende zaken en cliënten tegen.

Interesse?

We look forward to seeing you

Kijk op www.werkenbijnortonrose.nl

Norton Rose LLP
Human Resources
Rembrandt Tower (24e etage)
Postbus 94142
1090 GC Amsterdam
Tel.: 020-4629320