

Zetje bij de sprong van nieuwe media

Bing, Twitter, blogs, RSS, iPad en Google+. Het *Handboek Nieuwe Media*, dat onlangs verscheen, brengt ordening in het oneindig grote speelveld van nieuwe media. Wat kunnen en vooral wat moeten advocaten weten?



Illustratie (met de omslag van het boek)
uit het *Handboek Nieuwe Media*.

Sabine Droogleeve Fortuyn

Welke tips heeft Tom Bakker, auteur van het *Handboek Nieuwe Media* voor advocaten? ‘Advocaten zitten vaak krap in hun tijd en kunnen nieuwe media vooral gebruiken om hun werk efficiënter te laten verlopen. Door bijvoorbeeld slim gebruik te maken van RSS (een standaard voor het aanbieden en eenvoudig verspreiden van informatie, *red*), aangepaste rubrieken in Google Nieuws en zoekacties binnen social media dashboards, kun je zeeën van tijd winnen.’

Tom Bakker is onderzoeker en docent bij de afdeling Communicatiewetenschap aan de Universiteit van Amsterdam. Samen met Piet Bakker, Lector aan de Hogeschool Utrecht en universitair hoofddocent aan de Universiteit van Amsterdam, schreef hij in een krappe twee jaar het praktische boek dat is gericht op professionals.

Terughoudend

Een ‘uitdagend onderwerp’ noemt Han Weegink, hoofd communicatie bij Nau-

‘Voor advocaten geldt dat ze een zekere mate van terughoudendheid kennen ten opzichte van social media. Dat komt door hun geheimhoudingsplicht’

taDutilh, het gebruik van nieuwe media in de advocatuur. ‘Voor advocaten geldt dat ze een zekere mate van terughoudendheid kennen ten opzichte van sociale media en externe communicatie in het algemeen. Dat komt door hun geheimhoudingsplicht, het zit in hun genen. De wat meer commerciële advocaten pikken het wat sneller op. Daarnaast zijn advocaten erg gewend om in tijd te denken. Ze moe-

ten ervan overtuigd raken dat het gebruik van tools en technieken leidt tot meer efficiëntie.’

Interactiviteit

Tijdens lezingen van NautaDutilh komt het onderwerp social media regelmatig aan de orde, volgens Weegink. Daarbij zijn er specifieke trainingen gericht op sociale media en gerelateerde tools zoals LinkedIn, Google Alerts, RSS, en Twitter. ‘Bovendien zijn we bezig met een groter plan om zowel intern als extern de interactiviteit te bevorderen. Intern heeft het grote voordelen de kennis die we in huis hebben beter met elkaar te kunnen delen. Extern willen we meer met (potentiële) cliënten discussiëren om op die manier meer informatie uit te wisselen. Je kunt een cliënt alleen tevreden stellen als je goed weet wat er speelt. Hiervoor kunnen we meer gebruik gaan maken van LinkedIn, Twitter, blogs en forums.’

Column

De wolven, de wolven: nieuwe eisen van HRM-beleid

Dolph Stuyling de Lange

Tweets

De advocaten bij Kennedy Van der Laan maken volgens Reindert van der Zaal, advocaat op gebied van Auteursrecht, Merkenrecht en Mediarecht, veel gebruik van sociale media zoals Twitter en LinkedIn. 'Ik vind het een handige manier om actualiteiten van het Mediarecht en Intellectueel Eigendomsrecht (IE) bij te houden. Ik gebruik het niet bewust voor acquisitie, maar er komen weleens mensen via social media bij mij terecht die op zoek zijn naar advies. Zelf Twitter ik voor 99 procent over nieuws op het gebied van Mediarecht en IE.'

Over hoe advocaten zich moeten gedragen op Twitter geeft Kennedy Van der Laan volgens Van der Zaal geen regels mee. 'Iedereen realiseert zich hier wel wat je wel en niet moet doen. Ik geef nooit vertrouwelijke informatie via Twitter over lopende zaken. Maar ik zie het wel gebeuren dat advocaten van andere kantoren twitteren: "Deze argumenten ga ik aandragen in mijn Memorie van Antwoord."'

Toegevoegde waarde

Wat hebben advocaten volgens Van der Zaal voor hun praktijk aan het *Handboek Nieuwe Media?* 'Hoe je een berichtje moet retweeten, dat weet 95 procent van onze afdeling wel. Ook weten we hoe je geavanceerd moet zoeken met Google. Toch lijkt het boek me een handig naslagwerk voor advocaten, zeker op het gebied van IE. Het is eenvoudig en duidelijk geschreven en technische snufjes, zoals bijvoorbeeld de werking van een *embedded link*, worden goed uitgelegd. Daarnaast zouden advocaten op gebied van IE het boek kunnen gebruiken om de werking van bepaalde media snel uit te leggen, bijvoorbeeld aan rechters. Er staan ook onderwerpen in waar we niet zo gauw mee te maken krijgen, zoals uitleg over sluitertijden en diafragma van een digitale camera. Desalniettemin kan het boek van toegevoegde waarde zijn.'

Handboek Nieuwe Media, *Digitale technologieën begrijpen en gebruiken*, Tom Bakker en Piet Bakker, Kluwer, 2011. In twaalf hoofdstukken beschrijft het boek de eigenschappen en mogelijke toepassingen van Twitter, communities, blogs, tablets, browsers, foto, video, audio, user-generated content, Google, RSS en databases (www.handboeknieuwemedia.nl).

En bekend verhaal is dat van het jongetje in de nomadenstam, die 's nachts roept: 'De wolven, de wolven.' Iedereen komt aansnellen, maar het blijkt dat hij alleen wilde kijken of er wel hulp zou komen bij gevaar. De volgende nacht roept hij opnieuw: 'De wolven, de wolven'. Weer komt iedereen aanrennen maar het blijkt opnieuw loos alarm. Als hij de volgende nacht weer roept, komt niemand opdagen en de ochtend daarna vindt men nog slechts de resten van het jongetje.

In de jaren tachtig en negentig van de vorige eeuw, waren er diverse HR-deskundigen, die aankondigden dat er sprake was van 'de nieuwe werknemer': die zou niet meer genoegen nemen met saai werk, zou zich niet jarenlang willen inzetten om ooit hogerop te komen, en zou in de 'work-life' balans meer ruimte voor het 'life'-deel willen. De deskundigen zagen het somber in voor de advocatenkantoren, die de reputatie hadden dat jonge juristen er hard moesten werken, vaak met weinig feedback en met alleen 'de worst' van mogelijke toetreding tot de maatschap om ze aan de praat te houden. Maar in de praktijk bleken er toch gewoon voldoende jongens en – in toenemende mate – meisjes bereid om advocaat te worden. Gemakshalve gingen de kantoren ervan uit dat de noodkreet van die HR-deskundigen loos alarm was.

Welk kantoor heeft nu als strategie om 'de beste werkgever in de stad of regio' te zijn? Loyens & Loeff pikt het predicaat als een leuke extra mee, maar of het een strategische doelstelling is? Wie

daarvoor kiest, moet het heel concreet invullen: met een goede introductie, met leuk werk, met goede praktijkbegeleiding, met heldere feedback, met het geven van uitdaging en autonomie, met het betrekken van de werknemers bij contact met de cliënt, met zinvolle beoordelingen, met externe assessments na drie en zes jaar zodat men weet waar men staat ten opzichte van de beoordelingscriteria, met individuele coaching als daar aanleiding voor is. En met ruime mogelijkheden voor parttime werken (ook voor partners) en/of thuis werken en met individueel aangepaste arbeidsvoorwaarden.

Inmiddels is de 'nieuwe werknemer' er toch. Steeds meer jonge medewerkers haken af na drie tot vijf jaar, steeds minder ambiëren om toe te treden tot de maatschap, stagiairs vragen al naar een sabbatical. En eerder wijst men 'saai' werk af, en vraagt om ruimte voor eigen inbreng. En daarbij zijn er steeds minder afstuderende juristen en steeds meer alternatieve werkgevers die aan ze trekken – en die ontwikkeling gaat versterkt verder.

Als advocatenkantoren niet snel actie nemen, en zorgen dat ze aantrekkelijkere werkgevers worden, dan worden ze straks net zo ruw gewekt als de notarissen die zich van de veranderende wereld om zich heen niets aantrokken.

Dus: maak van HR een speerpunt. Onderzoek wat jonge juristen willen en pas je daarop aan. Wie ervan blijft uitgaan dat kandidaten zich aan het kantoor moeten aanpassen, kon wel eens door de wolf van de toekomst opgegeten worden.