

Maatschappelijk verantwoord ondernemen wordt niet meer gezien als louter een kostenpost

Mvo leeft in de advocatuur

Maatschappelijk verantwoord ondernemen (mvo) krijgt een steeds prominentere plek binnen de advocatenkantoren. Er zijn talloze projecten waar advocaten zich voor inzetten. Een maatschappelijk betrokken imago van een kantoor is belangrijk geworden. Klanten vragen er vaker naar, maar ook op de arbeidsmarkt zoeken jongeren steeds nadrukkelijker een werkgever met een sociaal en verantwoordelijk gezicht. Een rondgang langs enkele kantoren geeft een beeld van de status van mvo-beleid en hoe het wordt uitgedragen.

Door: Juriaan Mensch

Het Amsterdamse Boekel De Nerée zit momenteel midden in het proces om haar mvo-beleid een duidelijke structuur en gezicht te geven. 'Er werd veel gedaan op individuele basis. We doen duizend dingen, maar niemand wist het van elkaar, dus konden we aan niemand vertellen wat we doen,' aldus Nynke Waller, projectmanager. 'Daarom hebben we gezegd: dat gaan we bundelen. We willen als kantoor voor een aantal doelen en projecten kiezen en hier actief een bijdrage aan leveren.'

Deze manoeuvre van Boekel wijst erop dat mvo-beleid geaccepteerd en volwassen aan het worden is binnen de advocatuur. Niet alleen voor externe projecten, maar ook intern lijkt het draagvlak voor mvo solide en dieper verweven in de cultuur. Ook bij Boekel. Advocaten kunnen rijden in de elektrische kantoorauto en zetten zich onder andere in voor de IMC Weekendschool en Trustlaw. Het nieuwe mvo-beleid van Boekel moet zich nog uitkristalliseren, zegt Waller, maar de doelen zijn duidelijk: 'We proberen te bereiken dat het bij mensen meer tussen de oren gaat zitten. Dit is belangrijk voor de interne betrokkenheid maar ook naar buiten toe, zowel naar cliënten als naar de arbeidsmarkt.'

Mvo wordt niet meer gezien als louter een kostenpost; steeds vaker wordt herkend dat het kansen biedt om jezelf positief te profileren. Bij het aantrekken van talent wordt dat belangrijker. Het is een

Nynke Waller:
'Jongere generaties gaan niet alleen voor het grote geld, ze willen ook nog iets betekenen in de wereld'



bekend gegeven dat jongere generaties meer waarde hechten aan anders werken. Zingeving speelt een belangrijke rol bij de keuze voor bepaald werk. Ook Waller ziet die trend binnen haar kantoor: 'Die gaan niet alleen voor het grote geld, ze willen ook nog iets betekenen in de wereld.'

Socialer gezicht mag best

José van der Klauw is sectormanager handel en dienstverleners bij MVO Nederland (MVO-NL), het nationale kennisinstituut en de netwerkorganisatie voor mvo. Van der Klauw herkent de trend die Waller beschrijft: 'Een van de afhaakfactoren bij de keuze voor een werkgever was volgens

onderzoek uit 2011 het niet maatschappelijk verantwoord ondernemen. Ook onze partners bevestigen dat mvo belangrijk is om goede werknemers te krijgen en te behouden.'

Het is dus belangrijk voor bedrijven om over hun mvo-beleid en -activiteiten te communiceren. Gaan kantoren al de boer op met hun maatschappelijk betrokken imago? Dat blijkt nauwelijks het geval te zijn. Na enig zoeken is op de websites wel een pagina met enkele projecten te vinden, maar bewust uitdragen van activiteiten op het maatschappelijke vlak zie je nog verassend weinig. Van der Klauw vindt dat jammer. Ze denkt dat de



José van der Klauw:
 ‘Bedrijven die
 maatschappelijk
 verantwoord
 ondernemen komen
 beter door de crisis
 dan bedrijven die
 dat niet doen’

advocatuur wat imago betreft veel te winnen heeft door een socialer gezicht te laten zien. Maar mvo wordt nog weinig gezien als iets waar ook een *business case* voor te maken is. Om de laatste van de drie P's van People, Planet en Profit echt serieus te nemen, is nog meer bewustzijn nodig lijkt wel. ‘Wij zijn niet vies van winst maken,’ zegt Van der Klauw. Ze verwijst naar een recent verschenen trendrapport van MVO-NL: ‘Als je kijkt naar de langere termijn, dan zie je dat bedrijven die maatschappelijk verantwoord ondernemen beter door de crisis komen dan bedrijven die dat niet doen. Dat heeft met een langetermijnvisie te maken.’

Het mvo-beleid van kantoren wordt niet actief gecommuniceerd om zich te profileren. Waarom eigenlijk niet? AKD's communicatieadviseur Esther van Tol: ‘Wij kijken momenteel naar manieren om dit actiever uit te dragen. Want we weten niet of onze klanten beseffen dat we nog meer doen dan alleen juridische diensten verlenen.’ AKD heeft haar beleid al sinds 2007 stevig neergezet. Het steunt goede doelen als KidsRights, Aids Fonds en Natuurmonumenten. AKD heeft als een van de eerste advocatenkantoren in Nederland een ISO 14001-certificering behaald, wat betekent dat uiteenlopende bedrijfsprocessen aan strenge milieu-eisen voldoen: duurzame inkoop en huisvesting zijn er enkele. ‘We schreeuwen het niet van de daken, want je doet het eerst voor de maatschappij – niet om er zelf beter van te worden. Maar hoe onze relaties dit ervaren weten we niet, dat gaan we onderzoeken. Uiteraard speelt de buitenwereld een rol.’

Exclusief zaken willen doen met partners die mvo niet alleen met de mond belijden, wordt steeds normaler. Inkoop moet duurzaam. Kantoren als Boekel en AKD kijken ernaar bij de relaties die ze aangaan met derden. Maar ook de cliënten van beide kantoren vragen er vaker naar, zeggen Waller en Van Tol. AKD is klaar om een volgende fase in te gaan met mvo-beleid: het streven is om waar mogelijk mvo meer te integreren in haar juridische dienstverlening.

Van Tol: ‘We zien goede mogelijkheden op een aantal gebieden. Maar dit loopt nog, want we merken dat het niet heel makkelijk is in de advisering. Er is een specialistenteam opgezet dat bestaat uit verschillende disciplines. Dat team bekijkt wat we kunnen doen op het gebied van duurzaam aanbesteden, duurzaam

bouwen, duurzaam milieu en duurzaam transport. Je bent advocaat, dus allereerst juridisch adviseur, maar daarnaast kun je straks ook wellicht meedenken met de cliënt wat voor consequenties iets heeft op maatschappelijk gebied.’

Lawyers for Lawyers

Bij mvo wordt meestal eerst gedacht aan de buitenwereld: goede doelen, invloed op het milieu enzovoort. Het positieve effect ervan op een organisatie zelf wordt vaak buiten beschouwing gelaten. Door de toegenomen acceptatie en interne focus van mvo-beleid wordt het advocaten steeds makkelijker gemaakt om zich aan te sluiten bij een project naar keuze. Een bekende organisatie is Lawyers for Lawyers (L4L), de organisatie die zich inzet voor onderdrukte advocaten wereldwijd.

Esther van Tol:
 ‘We schreeuwen
 het niet van de
 daken, want je
 doet het voor de
 maatschappij – niet
 om er zelf beter van
 te worden’



Elske Henny was, voordat ze ruim zeven jaar geleden bij Allen & Overy aan de slag ging, al actief bij verschillende non-profits wereldwijd. Ze liep stage bij de VN en werkte als student bij de Rechtswinkel. Nu is ze sinds vier jaar betrokken bij L4L. Daar heeft ze zitting in enkele focusgroepen, gericht op Iran en Syrië. ‘Het belang van ethiek en sociale verantwoordelijkheid is in opkomst. Ik denk dat iedereen er ook meer waarde aan hecht,’ meent Henny. Ze ziet bij L4L steeds meer jongere mensen actief worden, een teken dat mvo actief wordt aangemoedigd door de werkgevers. Henny doet zelf aan alle doelen mee waar haar kantoor zich hard voor maakt: Giving Back, Stichting Duurzaam Nederland en Amsterdam Care zijn er enkele.

Henny: ‘Het is belangrijk om als kantoor non-profitwerk te faciliteren voor jongeren, omdat je er anders niet aan toekomt. Je eerste jaren worden opgeslokt door allerlei ervaringen die je hier opdoet. Jongeren die bij ons op kantoor beginnen, krijgen meteen een beeld van welke organisaties en samenwerkingsverbanden er zijn en welk vrijwilligerswerk ze kunnen doen.’ En dat heeft effect volgens haar. ‘Veel kantoorgenoten, zowel advocaten als ondersteunend personeel, zijn betrokken bij de projecten die Allen & Overy ondersteunt. Ik merk dat deze directe bijdrage goed is voor binding met de maatschappij.’

Verder kijken dan geld en cliënt

Werkelijke betrokkenheid als die van Henny heeft een grote impact op de cul-

Adrie van de Streek:
‘Oudere advocaten helpen jonge advocaten uit hun bubbel te komen zodat ze inzien dat een onafhankelijke advocatuur een groot goed is’



Elske Henny:
‘Het is belangrijk om als kantoor non-profitwerk te faciliteren voor jongeren, omdat je er anders niet aan toekomt’



tuur van een organisatie. ‘Er ontstaat een hernieuwde waardering voor het vak van advocaat, jonge advocaten realiseren zich dat het niet alleen maar gaat over geld verdienen,’ zegt Adrie van de Streek. Ze geeft leiding aan Lawyers for Lawyers. L4L ontvangt geen steun van de overheid, maar draait voor 100% op donaties van kantoren en individuele advocaten en is voortdurend bezig steun te zoeken bij advocaten en kantoren.

Met succes. L4L, dat vanaf de oprichting al wordt gesteund door voornamelijk de sociale advocatuur, krijgt nu ook steeds meer hulp van de grote kantoren. De Brauw Blackstone Westbroek maakte mensen en fondsen vrij om een kennisdatabase op te zetten en in te richten. Allen & Overy sponsorde de Lawyers for Lawyers Awards, die werden uitgereikt vanwege het 25-jarig bestaan van de stichting. Nau-

taDutilh stelde secretariële ondersteuning en ruimte voor een seminar beschikbaar. Het ging om honderden uren menskracht, allemaal in de baas zijn tijd.

‘Dat zijn dingen die je anders nooit had kunnen doen. We zien dat ons werk gestimuleerd wordt door oudere advocaten. Die helpen jonge advocaten uit hun bubbel te komen zodat ze inzien dat een onafhankelijke advocatuur een groot goed is. Hier komen ze in aanraking met advocaten die niet in vrijheid hun beroep kunnen uitoefenen, in de gevangenis zitten of worden lastiggevallen. Dan leer je verder kijken dan de grote bedrijven die je als cliënt hebt. Dat is een positieve bijkomstigheid van dit werk,’ aldus Van de Streek, die zegt nog hulp te kunnen gebruiken bij de schrijfacties van L4L.

Je kunt vinden dat de uiterlijke bescheidenheid van kantoren – door zich niet te profileren met hun maatschappelijke initiatieven – iets is wat wellicht opnieuw bekeken kan worden. Want een positiever imago mag best. Elske Henny zegt dat haar omgeving nog vaak verrast is als ze vertelt over haar werk voor de goede doelen. Dat strookt blijkbaar niet met het imago van een groot kantoor als Allen & Overy. Van der Klauw ziet dat ook: ‘Dit is niet mijn persoonlijke mening, maar het maatschappelijke beeld van advocatenkantoren is toch een beetje “snelle jongens en veel geld verdienen”. Door inzicht te geven in wat je doet, hoe en waarom, kun je je ook van een andere kant laten zien: wat je betekent voor de maatschappij.’

Wil je meedoen aan de schrijfacties van L4L, vind dan meer informatie op www.advocatenvooradvocaten.nl of bel 020-717 16 38.