

BERENSCHOT /
SDU-
ONDERZOEK

Special 2015

WERKEN IN DE ADVOCATUUR

NOVEMBER 2015

Vergelijk uzelf

Wat advocaten
verdienen, hoe ze
werken en waar ze
van wakker liggen

Gemeen zijn of juist aardig

Hoe kom je hogerop?

Vreemde eenden

De meest innovatieve
functies op
advocatenkantoren

Weggegooid geld?

Recruiters over
wervingsites

Sdu

oprecht
de beste
keuze

“Houd jij van een
persoonlijke aanpak?”

“Dan maken wij graag
hoogstpersoonlijk kennis!”

Wij zijn op zoek naar talent dat méér in huis heeft.

Houd jij van een persoonlijke aanpak waarbij je samen met jouw cliënten een gunstig klimaat schept zodat zij succesvol kunnen ondernemen? En ben jij gefocust op het realiseren van constructieve oplossingen voor het MKB, de groot zakelijke markt, multinationals, overheden en particulieren? Kom dan binnen bij Holla Advocaten. Wij zijn een full-service juridische dienstverlener met expertise op vele rechtsgebieden. Kies je voor Holla dan kies je voor carrièrezekerheid en talloze mogelijkheden voor je persoonlijke ontwikkeling bij één van de grootste advocatenkantoren in Zuid-Nederland. Wij zijn erg nieuwsgierig naar je!

Kijk voor meer informatie en onze actuele vacatures op **binnenbijholla.nl**.

Holla. Hoogstpersoonlijk

REDACTIONEEL



Foto: Sabine Droogleeuw Fortuyn

Advocaat Kees Emeis van Advocatenkantoor Torenstraat in Den Haag (links) neemt het Sdu Commentaar Relatierecht in ontvangst van Hans van der Spek, manager Kenniscentrum HRM bij organisatieadviesbureau Berenschot.

Vakidioten

Hoe ervaren advocaten hun werk? Zijn ze tevreden over hun inkomen? Wat vinden ze het allerbelangrijkst binnen hun vak? Net als vorig jaar onderzochten organisatieadviesbureau Berenschot en uitgever Sdu de arbeidsmarkt voor advocaten. Ruim tweehonderd advocaten vulden de online-enquête in, hun achtergrond komt goeddeels overeen met die van de totale advocatuur.

Manager Kenniscentrum HRM Hans van der Spek constateert dat de advocatuur onder druk lijkt te staan. Hij verwijst naar de uitkomsten van het onderzoek. Maar liefst veertig procent van de respondenten heeft de indruk dat hij of zij niet marktconform betaald krijgt. Vooral de groep advocaten in de leeftijd van 31 tot 45 jaar voelt zich ondergewaardeerd. Advocaten op het gebied van personen- en familierecht zijn negatiever over hun arbeidsvoorwaarden dan andere advocaten.

Kees Emeis is als sociaal advocaat werkzaam op het gebied van strafrecht en personen- en familierecht bij Advocatenkantoor Torenstraat in Den Haag. Hij deed mee aan de enquête en won daarmee een Sdu Commentaar naar keuze. Ook Emeis is van mening dat zijn inkomen niet marktconform is. Het verbaast hem niet dat personen- en familierechtadvocaten ontevredener zijn dan andere advocaten. Veel personen- en familierechtzaken worden op toevoegingsbasis gedaan. Op de vergoedingen is

de afgelopen jaren flink bezuinigd. Daarnaast is de eigen bijdrage voor cliënten omhoog gegaan. 'Anders dan in het strafrecht kiezen mensen met een geschil op het gebied van personen- en familierecht daardoor eerder voor een alternatief. Het aantal zaken is dus wellicht ook kleiner geworden.'

Toch is een te laag inkomen voor de meeste advocaten geen reden om uit de advocatuur te willen stappen. Van de respondenten is één op de vijf op zoek naar een andere baan. 'Daarmee laat de advocatuur zich kennen als een behoudende beroepsgroep,' zegt onderzoeker Hans van der Spek. Ter vergelijking, onderzoek onder marketeers wees uit dat bijna veertig procent om zich heen keek.

Ook Kees Emeis zou zijn toga niet gauw aan de wilgen hangen. 'Ik ben gek op mijn vak. De advocatuur heeft een bepaalde romantiek, zeker op mijn vakgebieden. Ik vind het leuk om mensen te helpen, vooral in de niet-financiële sfeer. Je hebt veel vrijheid, het werk is dynamisch. En met de beroepsopleiding heb je ook in je carrière als advocaat geïnvesteerd.'

Door de enquête in te vullen, won Emeis het Sdu Commentaar Relatierecht. Dat komt goed uit. 'Als ik een pleidooi voorbereid, vind ik het prettig om er een naslagwerk bij te hebben en zodoende met de basis te beginnen. Specifiekere informatie zoek ik vervolgens online op.'

Nieuw verschenen edities van Sdu Commentaar



**In een nieuw
jasje, met de
vertrouwde
kwaliteit**

Sdu Commentaar is overzichtelijk ingedeeld, toegankelijk geschreven, en voorzien van verwijzingen naar achterliggende informatie. Probeer Sdu Commentaar eens uit naast uw gebruikelijke bronnen. U ervaart zelf de voordelen. Het gemak. Een nieuwe kijk op de zaak. Bereid u voor, verdiep u zelf, wees een stap voor met Sdu Commentaar.

Kijk voor alle titels op sdu.nl/commentaar

Sdu

oprecht
de beste
keuze



6 ONDERZOEK

Werken in de advocatuur

Berenschot en Sdu vroegen ruim tweehonderd advocaten naar hun verdiensten, zorgen en arbeidsomstandigheden. Vergelijk uzelf.



17 SERVICE

Zo werkt werven

Grote kantoren sparen kosten noch moeite bij het inrichten van wervingsites. Weggegooid geld of nuttig? Recruitmentspecialisten over werken bij-sites.



22 IN BEELD

Werken waar het lekker is

Sommige advocatenkantoren nemen afstand van de oude inrichting en doen het anders: van stokerij tot strandtent; hier is het lekker werken.



28 ACHTERGROND

Hoe kom je hogerop?

Het piramidemodel in kantoren stimuleert interne competitie. Moet je ellebogen om aan de top te komen of juist niet?



32 ACHTERGROND

Vreemde eenden

Ze hebben ongebruikelijke, nieuwe functies bij advocatenkantoren. Wat doen deze voorlopers en wat missen zij nog in de advocatuur?



41 ACHTERGROND

Ranking the blawgers

Er zijn advocaten die hun persoonlijke merk bouwen via eigen blogs en social media kanalen. Succesvolle juridische bloggers, blawgers, op een rij.

COLOFON

Werken in de advocatuur is een speciale uitgave van Sdu naar aanleiding van het onderzoek *Werken in de advocatuur* van organisatieadviesbureau Berenschot in samenwerking met Sdu.

Verantwoording

In september en oktober 2015 voerde Berenschot met Sdu voor de tweede keer een onafhankelijk arbeidsmarkt-onderzoek onder advocaten uit. De onderzoeksresultaten geven een beeld van actuele ontwikkelingen in arbeidsvoorwaarden en arbeidsomstan-

digheden. Ze bieden advocaten een referentiekader. Daarnaast wordt inzichtelijk hoe advocaten zich op hun arbeidsmarkt oriënteren.

Er namen meer dan tweehonderd advocaten deel, die samen een betrouwbare afspiegeling van de beroepsgroep vormen. Respondenten konden op vrijwillige basis online deelnemen aan het onderzoek.

Redactie

Robert Stiphout (hoofdredacteur), Sabine Droogleeuw Fortuyn, Nathalie Gloudemans-Voogd

Beeldredactie

Charlotte Helmer

Vormgeving

Dimdim, Den Haag

Correctie

Sandra Braakmann

Druk

Senefelder Misset, Doetinchem

Citeerwijze

Werken in de advocatuur 2015-1, p.

Aan dit nummer werkten mee

Erik Jan Bolsius, Ronald Brokke, Jiri Büller, Jurriaan Mensch

Sdu

Annemarie Arts (uitgever), Gert Jan Schinkel (uitgever)

Advertenties

Fenneke Rosier en Angela Bruins (media-adviseurs): tel. 070 - 3780562, <http://www.sduadverteren.nl>, sdu.adverteren@sdu.nl

ISSN 0165-1331

Behoudens door de Auteurswet gestelde uitzonderingen, mag niets uit deze uitgave worden vervoelvoudigd of openbaar gemaakt zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van de uitgever. Hoewel aan de totstandkoming van deze uitgave de uiterste zorg is besteed aan vaarden auteurs, redacteuren en uitgever geen aansprakelijkheid voor eventuele fouten of onvolkomenheden.



Omslag:
ANP

HOI
KEURMERK

Nederlands
uitgeversverbond
Groep uitgevers voor
vak en wetenschap

Werken in de advocatuur

Wat verdienen advocaten? Wat willen ze verdienen? Op welk salaris rekenen ze volgend jaar? Hoe en wat declareren ze? Waar gaat hun tijd aan op? Hoeveel vakantiedagen hebben ze? Werken ze thuis? Zijn ze tevreden? Waar maken ze zich zorgen over? Een steekproef van Sdu en organisatieadviesbureau Berenschot onder meer dan tweehonderd advocaten geeft antwoord op deze en tientallen andere vragen. Vergelijk uzelf met uw beroepsgenoten.



Robert Stiphout

Beeld: Dmitry de Bruin

Inkomsten

Geen champagne

Het is nog te vroeg voor bubbels. Weliswaar is de economische crisis voorbij, maar echt profiteren van het economisch hoogtij doen advocaten (nog) niet. Vorig jaar, in de slechte tijd, voorspelde meer dan de helft van de advocaten een salarisstijging, niet meer dan 4 procent voorzag een daling. Wat blijkt? Advocaten waren iets te optimistisch. Uiteindelijk steeg het inkomen voor 44 procent en zag bijna 9 procent van de advocaten het inkomen dalen. De arbeidsvoorwaarden verslechterden net als vorig jaar voor twee op de tien advocaten; geen reguliere salarisverhoging,

minder verlof, geen dertiende maand en noodgedwongen minder werken kwamen het vaakst voor.

Misschien dat een groeiend aantal advocaten daarom wel wat voorzichtiger is. Voor komend jaar rekent nog 'maar' 45 procent op hogere inkomsten. Vooral vrouwen stelden hun verwachtingen bij. Van hen denkt 43 procent volgend jaar meer te verdienen, bij mannen is dat 51 procent. Ook de junioren zijn voorzichtiger dit jaar. In 2014 rekenden vier op de tien junior-advocaten/stagiaires op hogere inkomsten, nu zijn dat er drie op de tien.

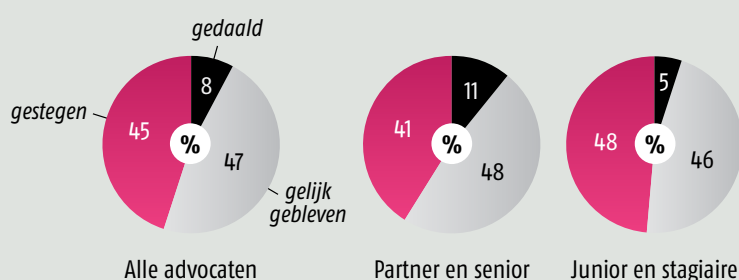
Voelen advocaten zich ondergewaardeerd? Je zou het bijna zeggen. Zeker vier op de tien advocaten vindt dat hij

of zij (veel) minder verdient dan marktconform zou horen. Vooral vrouwen (38 procent) en advocaten van 31 tot 46 jaar (37 procent) vinden dat ze (veel) te weinig verdienen.

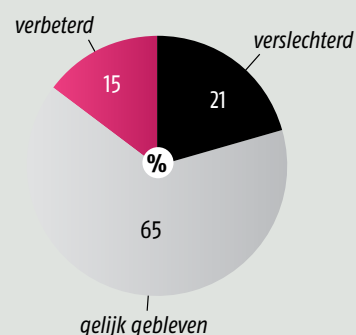
Opmerkelijk is dat junior-advocaten/advocaat-stagiaires ten opzichte van vorig jaar hun gemiddelde uurtarief met een tientje zagen dalen tot 185 euro. Partners en senior-advocaten gingen er juist (iets) op vooruit: van gemiddeld 230 euro naar gemiddeld 235 euro per uur. Toch zijn de 'jonkies' het meest positief over een stijging van de inkomsten. Zij verwachten 4 tot 6 procent meer te gaan verdienen. Partners en senioren houden het bij een bescheiden stijging van 1,6 tot 2,6 procent.



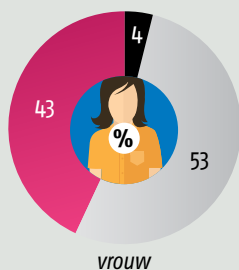
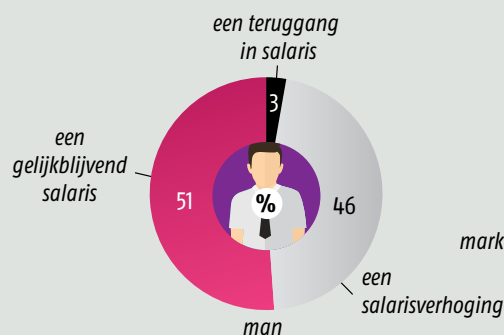
Mijn inkomen is het afgelopen jaar...



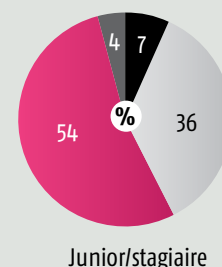
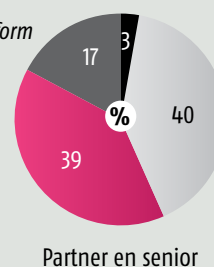
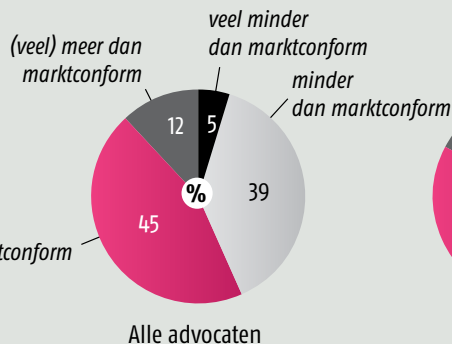
Mijn arbeidsvoorwaarden zijn het afgelopen jaar...



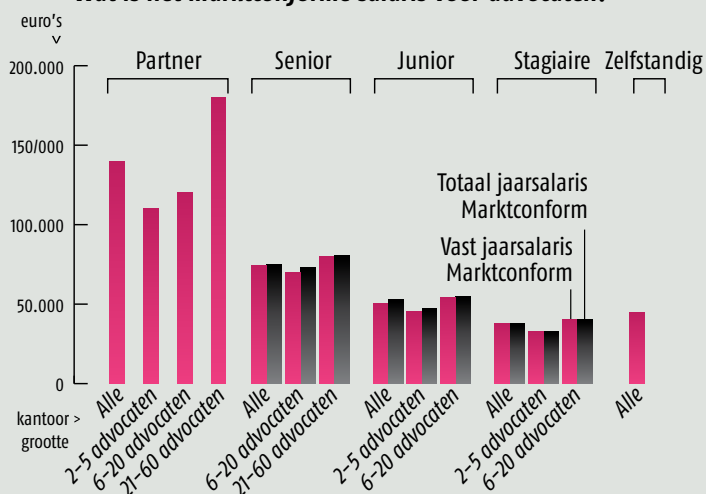
Ik reken komend jaar op...



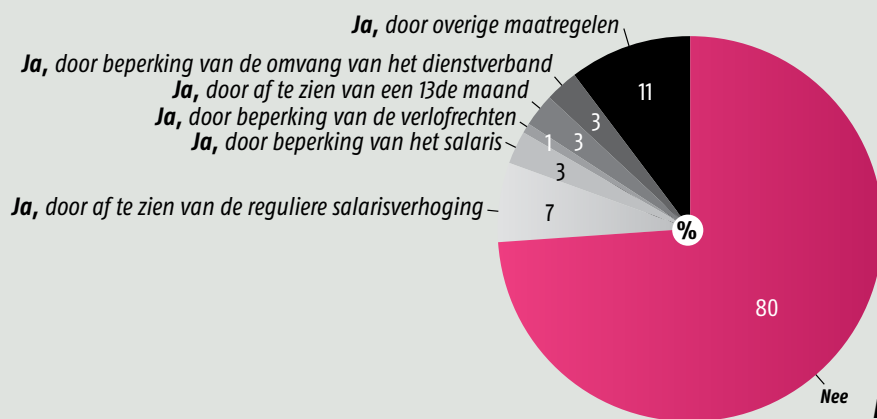
Mijn inkomen is...



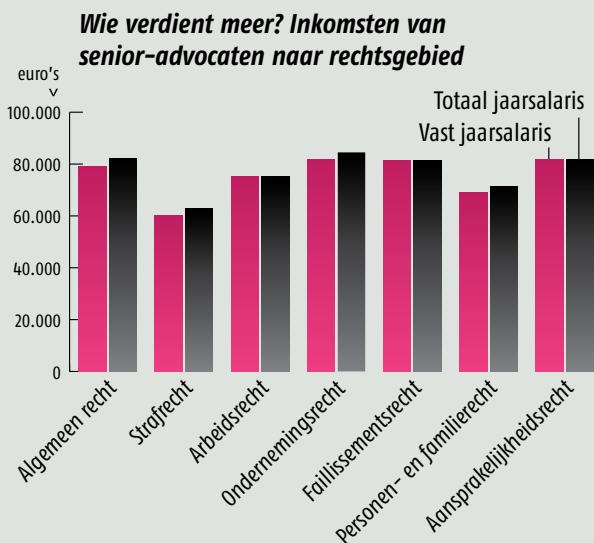
Wat is het marktconforme salaris voor advocaten?



Heeft uw organisatie medewerkers gevraagd in te leveren?



Hoe en wat declareren advocaten?



Gemiddelde uurtarief per klant (euro's)

Hoeveel procent van uw tijd wordt u geacht declarabel te zijn?

Gemiddeld aantal gedeclareerde uren per week

Partner

225

75

30

Senior-advocaat

240

76,5

25

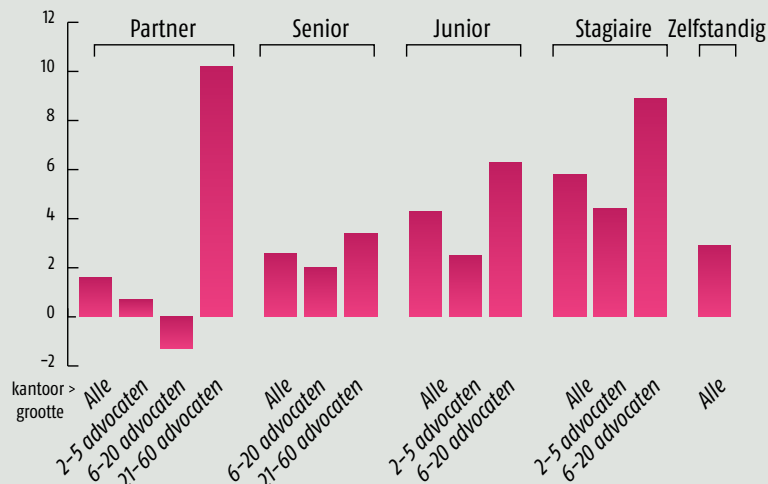
Junior/stagiaire

189

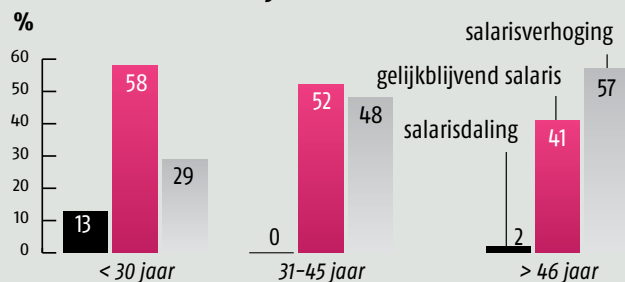
70

25

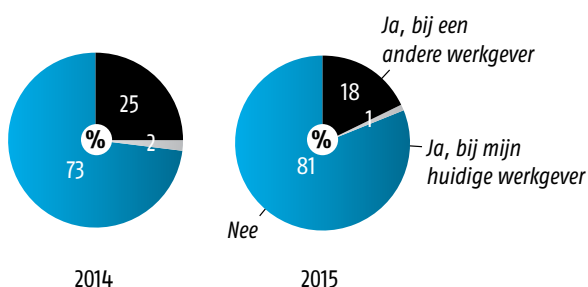
Verwachte salarisstijging in 2015



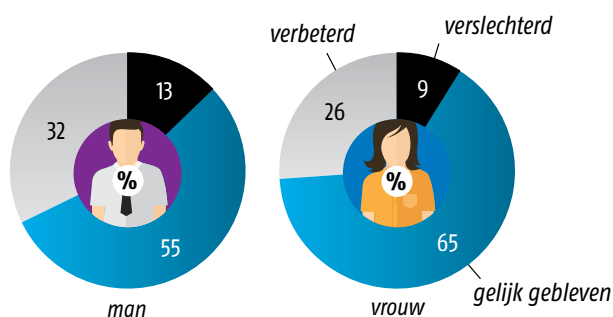
Ik verwacht komend jaar een...



Zijn advocaten op zoek naar ander werk?



Mijn positie op de arbeidsmarkt is het afgelopen jaar...



Arbeidsmarkt

Geld is niet alles

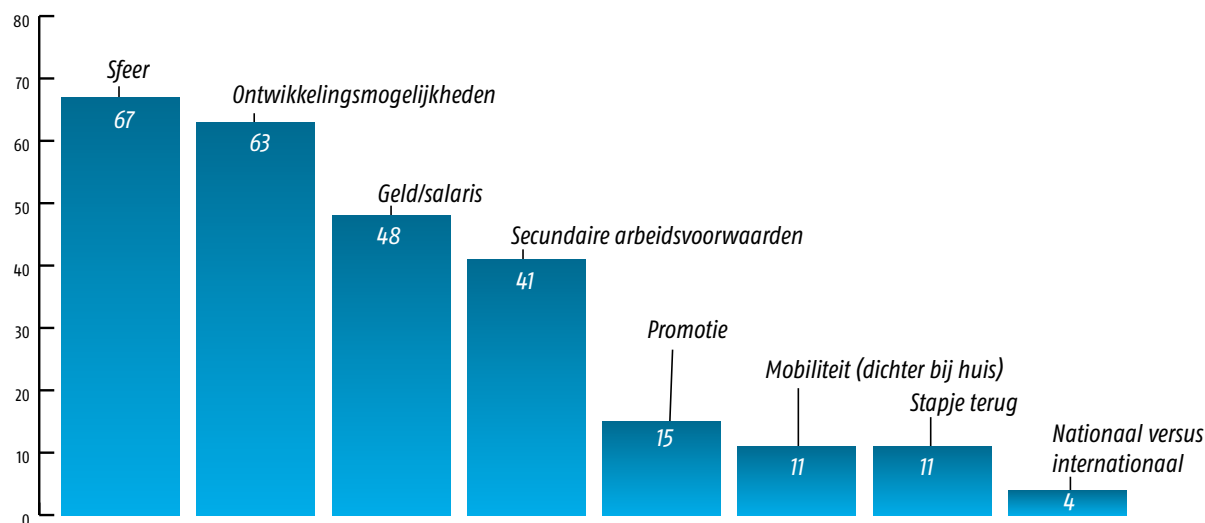
In 2014 zei een kwart van de advocaten te zoeken naar een baan elders. Dat percentage is in 2015 19. Nog altijd behoorlijk, maar wel minder. Dat lijkt vooral te danken aan de kleinere kantoren (tot twintig advocaten). Bij kleine kantoren is namelijk 15 procent op zoek naar 'een nieuwe uitdaging'. Bij grote kantoren is dat 28 procent.

Wie vooral op zoek zijn? Vrouwen (23 procent) kijken net iets meer dan mannen (18 procent) om zich heen. Ook de leeftijdsgroep van 31 tot 46 jaar is op drift. Van hen wil 35 procent weg. Niet vreemd, per slot van rekening voelt ruim een derde van die groep zich niet marktconform beloond.

De redenen voor het verlangen naar ander werk komen uit onverwachte hoek: advocaten willen vooral iets anders omdat de sfeer niet bevalt en de ontwikkelingsmogelijkheden onvoldoende zijn. Pas op de derde plaats komt geld.

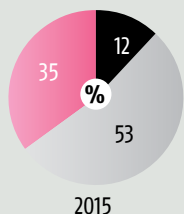
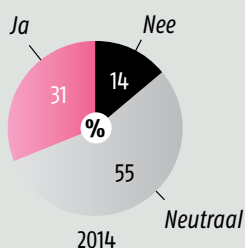
Anders dan vorig jaar is niet gevraagd naar de favoriete werkgever. Gevraagd naar hun favoriet zei 65 procent van de advocaten vorig jaar het niet te weten. Voor de rest gold: net zoveel advocaten als favorieten.

% Waarom willen advocaten ander werk?





Denkt u zelf langer door te kunnen werken?



Doorwerken

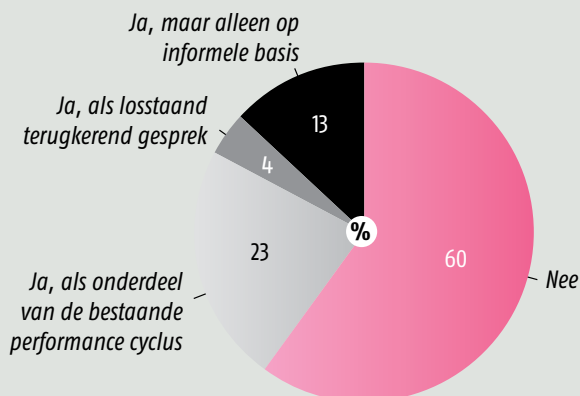
Geen zorgen over morgen

De pensioenleeftijd kruipt omhoog. Hoe lang kunt u nog doorwerken? Die vraag is niet alleen relevant voor arbeidskrachten met fysiek zware beroepen, maar ook voor advocaten. Zij vallen niet uit door versleten gewrichten, maar door psychische problemen, leert onderzoek van arbeidsmarktverzekeraar Movir.

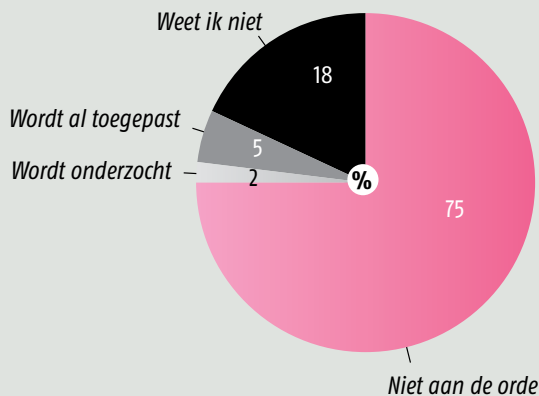
Toch wordt er bij zes op de tien advocaten niet gepraat over de invulling van een toekomstige positie, de zogeheten duurzame inzetbaarheid. Demotie, een optie bij het ouder worden, wordt bij driekwart van de respondenten niet besproken.

Echt zorgen maken advocaten zich niet over langer doorwerken. Meer dan de helft staat er neutraal tegenover en het aandeel advocaten dat langer doorwerken ziet zitten, groeide ten opzichte van vorig jaar zelfs iets: van 31 naar 35 procent.

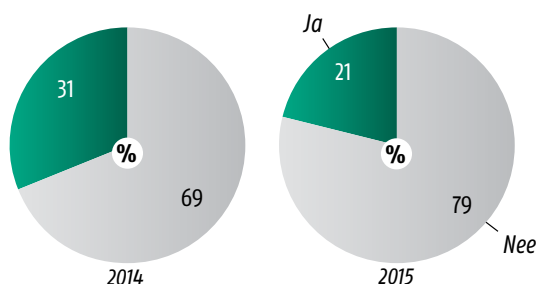
Wordt binnen uw organisatie gesproken over duurzame inzetbaarheid?



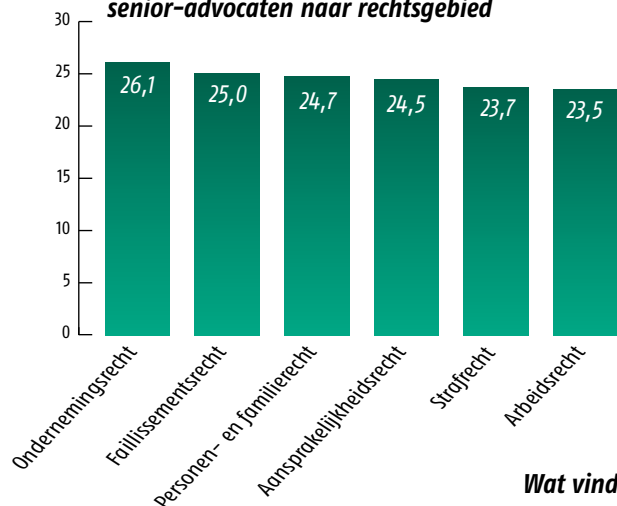
Hoe wordt er binnen uw organisatie gekeken naar demotie?



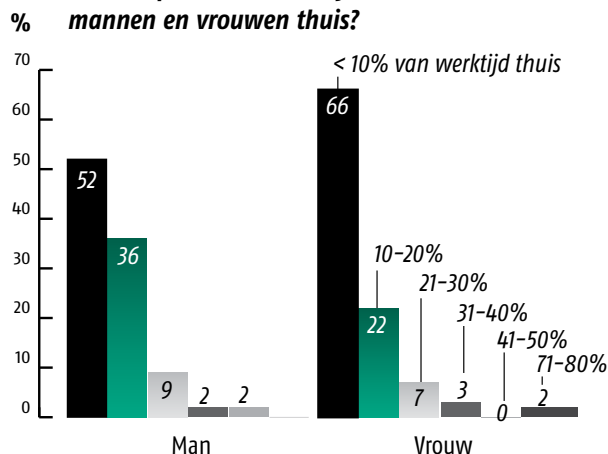
Heeft de advocaat de mogelijkheid vanuit huis te werken?



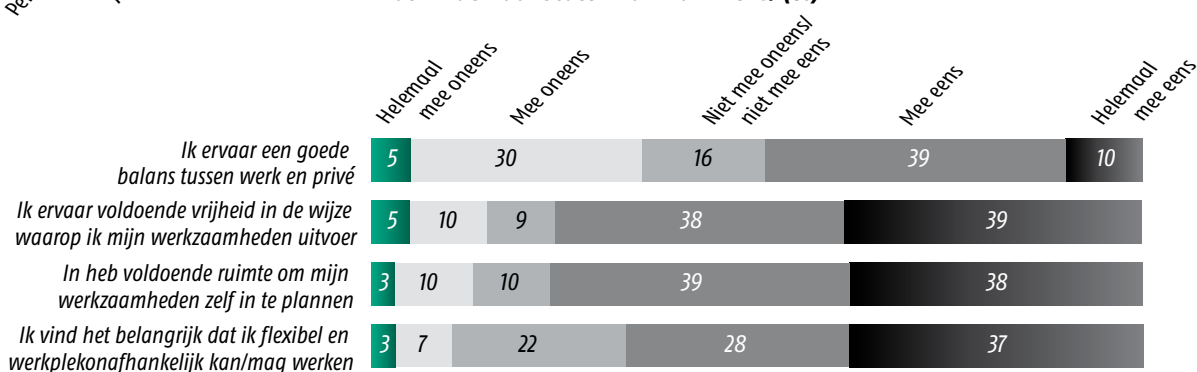
Gemiddeld aantal vakantiedagen van senior-advocaten naar rechtsgebied



Hoeveel procent van de tijd werken mannen en vrouwen thuis?



Wat vinden advocaten van hun werk? (%)



Werktijd

Liever op kantoor

Een groeiend aantal advocaten kan thuiswerken en dat de mogelijkheid daartoe bestaat vinden de meesten belangrijk, maar doen ze het ook? Nee. Inmiddels kan 80 procent van de advocaten thuiswerken, maar een meerderheid van 60 procent werkt nog geen tiende van de tijd thuis. Sterker nog, het percentage dat advocaten thuiswerken neemt zelfs af.

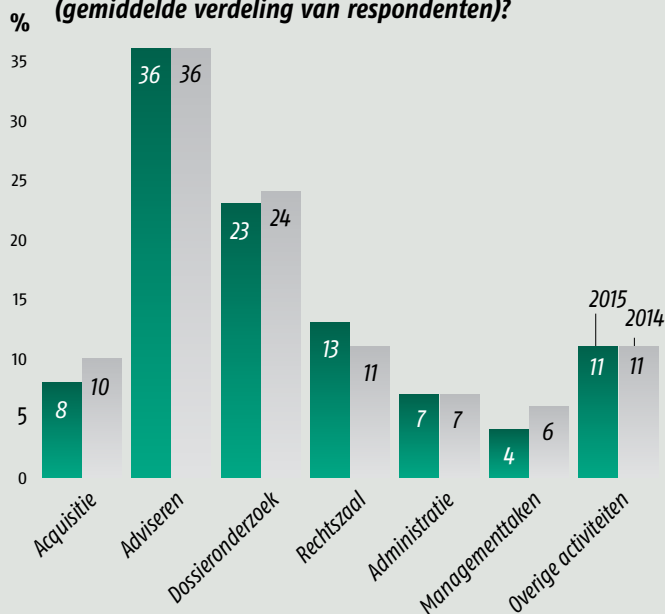
Opvallend, net als vorig jaar, is dat mannen nagenoeg even vaak thuiswerken als vrouwen. Vrouwen ervaren op hun beurt weer een slechtere balans tussen werk en privé. Minder opvallend: hoe hoger in de boom (van stagiaire naar partner) hoe slechter de balans tussen werk en privé. Aan een strikt werkritme ligt het weinige thuiswerken overigens niet. Het aantal advocaten dat zijn of haar werk flexibel kan indelen, groeide van 58 naar 66 procent.

Wat advocaten met hun tijd doen?

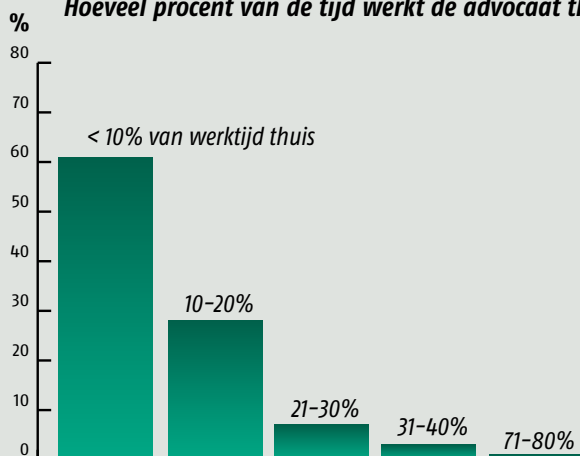
De top drie: adviseren slokt de meeste tijd op (36 procent), gevolgd door dossieronderzoek (23 procent) en cliënten bijstaan in de rechtszaal (11 procent). Opmerkelijk: acquisitie duikelde van de derde naar de vierde plek met 8 procent. Vorig jaar was dat nog 10 procent.

Een tip voor wie van vakantie houdt: specialiseer je in ondernemingsrecht. Die advocaten hebben gemiddeld de meeste (26) vakantiedagen, arbeidsrechtsspecialisten met 23 dagen de minste.

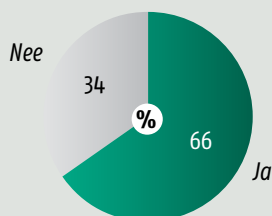
Hoe verdelen advocaten hun werktijd (gemiddelde verdeling van respondenten)?



Hoeveel procent van de tijd werkt de advocaat thuis?



Heeft de advocaat de mogelijkheid om werk flexibel in te delen?

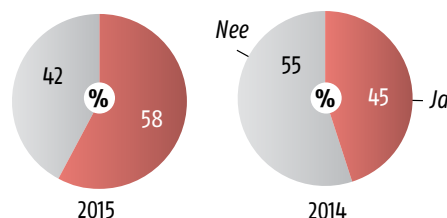


Opleiden

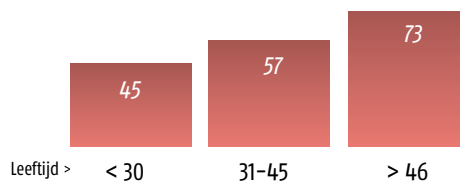
Leergierige partners

Of de zaak-Moszkowicz een rol heeft gespeeld, is niet bekend. Zeker is wel dat fors meer advocaten buiten de verplichte PO-punten om opleidingen volgde. Dat percentage steeg van 45 naar 58. De honger naar kennis moet vooral bij de partners fenomenaal zijn. Maar liefst 80 procent volgde 'extra' opleidingen, gevolgd door senior-advocaten (47 procent) en junioren (45 procent). Mannen bleken met 64 procent leergieriger dan vrouwen (53 procent). De voornaamste reden om in de studiebanken te klimmen? Het vergroten van de vakkennis.

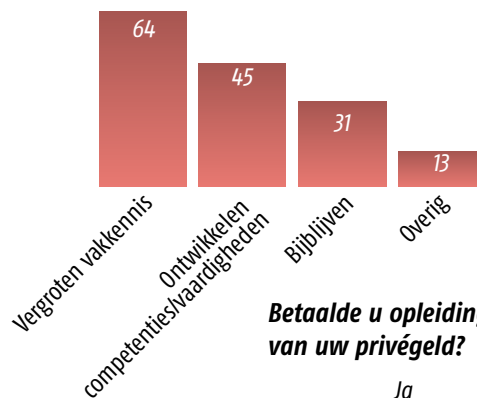
Heeft de advocaat buiten de verplichte PO-punten nog meer opleidingen gevolgd?



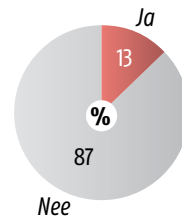
Percentage dat buiten de verplichte PO-punten nog meer opleidingen volgde



En waartoe diende de opleiding? (%)



Betaalde u opleidingen van uw privégeld?



Zorgen

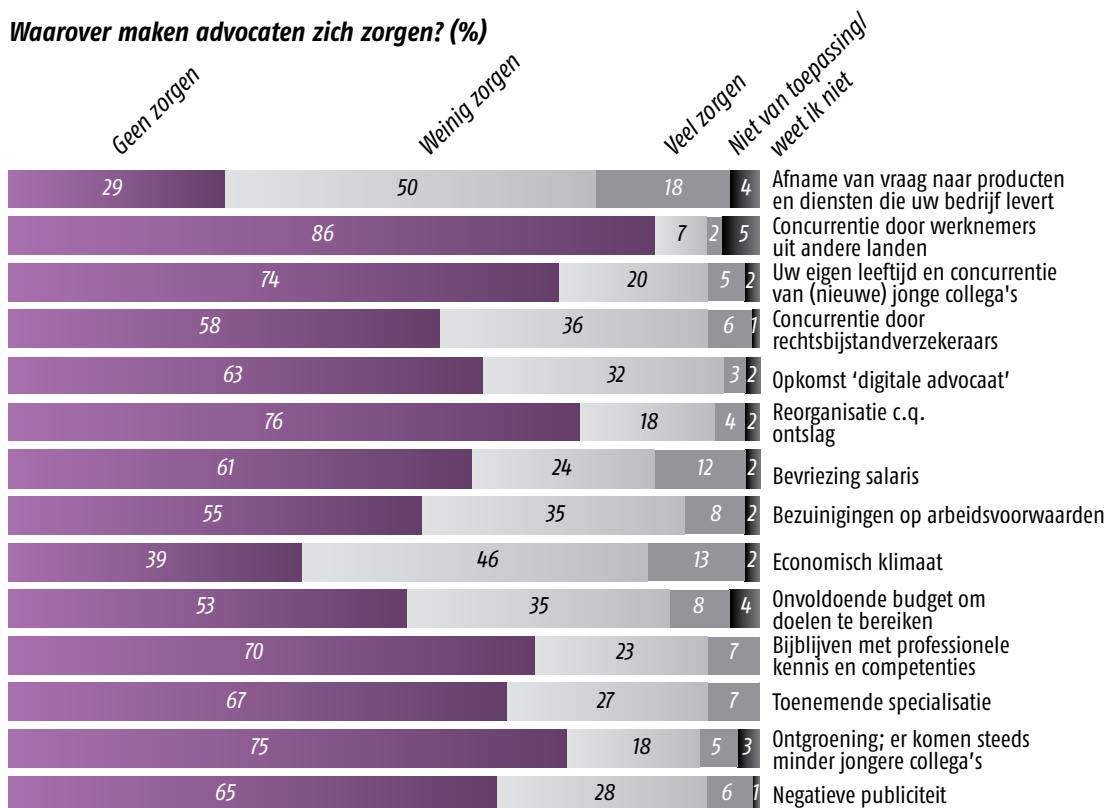
Wakker liggen

Wat houdt advocaten uit hun slaap? Het ligt er een beetje aan hoe hoog ze in de boom zitten. Partners zijn het meest bang voor wegblijvende klanten, een afname van de vraag naar de producten en diensten van het kantoor. Daarmee verband houden twee andere angsten: een ongunstig economisch klimaat en angst voor concurrentie van rechtsbijstandverzekeraars.

Senior-advocaten en junioren daarentegen zijn vooral bang voor hun loonstrookje: bevrozing van het salaris is zorg nummer één. Gek genoeg maken zij zich geen zorgen over wegblijvende klanten, de grootste angst van partners.

Opmerkelijk: het gestegen zelfvertrouwen naar buiten toe. Negatieve publiciteit stond vorig jaar bij zowel partners/senioren als junioren/stagiaires in de top drie. Nu maakt 65 procent van de advocaten zich er niet langer druk om.

Waarover maken advocaten zich zorgen? (%)



Top drie zorgen van advocaten (%)



Van belang

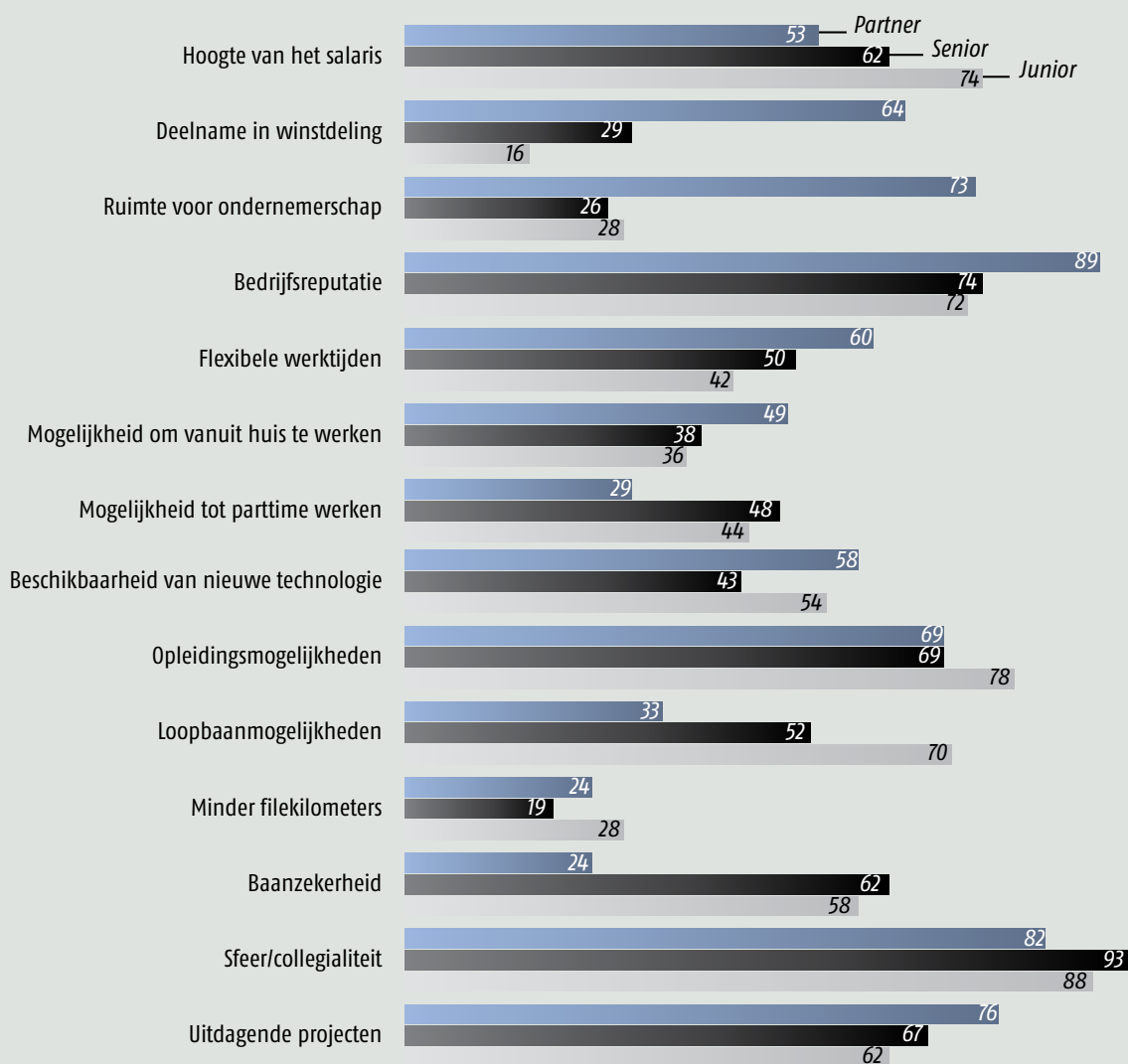
Geen geldwolven

Het is voor het tweede jaar op rij dat de meeste advocaten aangeven sfeer op het werk belangrijk te vinden. Op afstand volgen de reputatie van het bedrijf en de opleidingsmogelijkheden. Pas op de vierde plek komt de hoogte van het inkomen. Advocaten zijn dus, in weerwil van hun reputatie, geen geldwolven. Wat de meeste advocaten koud laat? Files, parttime werken, en winstdeling. Geld is niet alles, ook niet voor advocaten.

Wat vinden advocaten belangrijk? (%)



Waar hechten partners, senior-advocaten en junior-advocaten/stagiaires aan in hun werk? (%)



Gevonden:

Lianne van den Ham-Leerkes (/v)

Advocate aansprakelijkheidsrecht.

Type: no nonsense.

Op de vraag waarom Lianne zich heeft gespecialiseerd in het aansprakelijkheidsrecht en verzekeringsrecht, hoeft ze niet lang na te denken. "Het zijn dynamische rechtsgebieden waarin vele juridische uitdagingen schuil gaan. Een alledaags voorval kan het startpunt zijn van een juridische explosie, waarbij vele factoren een rol spelen. Al deze factoren dienen hun eigen plek in het geheel te krijgen, zodat uiteindelijk zowel het juridische aspect als het menselijke aspect van de juiste kant wordt belicht. En daarin wil ik excelleren."

Bij Nysingh wordt die dadendrang op waarde geschat. "Vanaf de eerste dag wist ik dat ik hier thuishoorde. Zelfbewuste mensen die weten waar ze over praten, maar ook nuchter zijn. Er wordt bij Nysingh veel van je gevraagd, maar het is geen wedstrijd wie 's avonds het licht uit doet." Als moeder van twee dochters waardeert Lianne die mentaliteit. "Collega's vertrouwen erop dat ik mijn zaken goed regel. En dat vertrouwen geef ik ook weer terug."

Nysingh is een bedrijf van karaktervolle specialisten. Alleen de wet is bij ons standaard. Voor de rest krijg je alle ruimte om buitengewoon te zijn. Klinkt dit goed en kennen wij elkaar nog niet? Laat je dan vinden via werkenbijnysingh.nl

Nysingh. De juiste jurist op de juiste plek.

**"BLIJF JEZELF
VERBAZEN."**

*Marieke van der Lande,
Advocaat Corporate M&A, Hogan Lovells*



"Ik ga graag de uitdaging aan. Al lijkt iets een onbegonnen zaak, ik zet door tot het einde. In mijn werk als advocaat, maar ook tijdens het rennen van een marathon. Ik wil grenzen verleggen en mezelf en anderen verbazen. Dit prikkelt mij om tot het uiterste te gaan. Dat doe ik ook bij Hogan Lovells, een internationaal advocatenkantoor met een wereldwijd netwerk, voortreffelijke opleidingsmogelijkheden, een collegiale sfeer en uitdagende zaken. Voor mij dé plek om het maximale uit mezelf te halen!"



Ben jij ook uiterst gedreven en wil je samen tot het uiterste gaan?
Kies dan voor Hogan Lovells, aan de Keizersgracht in hartje Amsterdam.

www.werkenbijhoganlovells.nl

**UITERST
GEDREVEN**

Hogan Lovells International LLP, advocaten, notarissen en belastingadviseurs

Zo werkt werven

De grote advocatenkantoren sparen kosten noch moeite bij het inrichten van hun speciale 'werken bij-sites'. Weggegooid geld, of nuttig bestede euro's? Wat vinden recruitmentexperts?

Erik Jan Bolsius

Kritische blikken

Het *Advocatenblad* vroeg drie online recruitmentexperts wat hen opviel op de werken bij-sites van de top 10 advocatenkantoren.



• **Bas van de Haterd** noemt zichzelf professioneel bemoeial. Hij heeft als missie de arbeidsmarkt te verbeteren en organiseert daarom onder andere jaarlijks het event 'Digitaal-Werven'.



• **Onno Gout** is 'client director' bij arbeidsmarktcommunicatiebureau Steam. Hij is lid van de jury van de NJC Awards en kijkt jaarlijks naar de inspanningen van advocatenkantoren om nieuw talent aan zich te binden.



• **Jacco Valkenburg** is recruitmentexpert, trainer en schrijver. Hij schreef onder andere het boek 'Recruitment via sociale media'.



Tijd voor aanpakken!

- Het onderhoud aan ons functiegebouw kost zoveel tijd (en geld); kan dit niet slimmer?
- Hoe richt ik mijn beloningsbeleid zo in dat deze aansluit bij onze strategische ambitie en organisatiecultuur?
- Een generiek functiegebouw klinkt mooi, maar waar begin ik en hoe pak ik dit aan?
- We hebben een prachtig systeem voor performance management, maar het komt niet van de grond. Hoe zorg ik dat het wél werkt?

Spelen deze vraagstukken ook in uw organisatie? Neem dan contact op met Berenschot. Wij bieden u slimme en nieuwe inzichten die leiden tot opmerkelijke resultaten. Samen met uw kennis en ervaring kunnen we alle aspecten van een vraagstuk aanpakken.

Meer weten? Kijk op www.berenschot.nl.

Berenschot



Jacco Valkenburg

‘Ik zie vooral statische websites’

‘De manier waarop advocaten hun werken bij-sites aanbieden, is erg belangrijk. Er valt veel te verbeteren aan de vindbaarheid, mobiel gebruik en interactiemogelijkheden.

Voordat ik de wervingssites van de advocatenkantoren bekeek, heb ik eerst hun webadressen, de URL's, bestudeerd. De meeste kantoren gebruiken aparte URL's voor hun wervingssites, zoals www.werkenbijakd.nl en vele andere. Zo'n prettig leesbare URL is op zich prima maar als het ook een aparte website is, lift het niet mee op de corporate site. Dat betekent dat vacatures mogelijk minder hoog zullen scoren in de zoekresultaten dan concurrenten. Zonde, want je wilt hoog in de zoekresultaten van Google komen als iemand zoekt naar een vacature als advocaatstagiaire. CMS is een voorbeeld van een groot kantoor dat hun werken bij-site op een subdomein heeft staan; werkenbij.cms-dsb.com. Loyens & Loeff gebruikt “Academy” in de URL in plaats van “werken bij”, en dat is een trefwoord dat mensen niet zullen gebruiken bij het zoeken. Dat geldt ook voor “Ontdek

Clifford Chance”, maar hun webadres linkt gelijk door naar de corporate site waardoor deze wel apart in de Google zoekresultaten is opgenomen.

Wat ik belangrijk vind, is de bruikbaarheid van een site op mobiel. Dat check ik altijd, want vijftig procent of meer van de sitebezoeken is mobiel, zeker onder jongeren. Minstens de helft van de bezochte sites heeft achterstallig onderhoud wat betreft mobiel gebruik. Bij een vacature in de mail klik je via je smartphone direct op de link. Als die uitkomt op een niet-mobiele site, is dat einde verhaal. Zorg vervolgens dat iemand mobiel kan reageren, of solliciteren door in de vacature een koppeling met LinkedIn te maken. Dat gebeurt heel goed op www.werkenbijdebrauw.nl, waar je kunt kiezen tussen het uploaden van je cv of solliciteren met je LinkedIn-profiel.

De interactiemogelijkheden van de wervingssites van advocatenkantoren vielen me nogal tegen. Eigenlijk zijn al deze sites vooral statische websites, met alleen maar eenrichtingsverkeer. De kans om iets terug te zeggen krijg je als zoekende starter zelden. Ik zou de advocatenkantoren adviseren om daarvoor nog meer gebruik te maken van Facebook. Daar kun je makkelijk met foto's en video's werken die echt een inkijkje in het kantoor geven. Ze werken vaak in de mooiste panden, op de mooiste locaties, laat dat dan zien!

Jacco Valkenburg:
‘De interactie van wervingssites valt tegen’



Foto: René Wouters

Bas van de Haterd

‘Honderd procent oriënteert zich online’

‘De vacatures lijken ondergeschikt op de werken bij-sites van advocaten. Ze vergeten dat het ook verstandig is om de kandidaat meteen te boeien en aan zich te binden. Ik denk dat de eerste die besluit het echt goed aan te pakken en uniek te zijn, snel een gigantische voorsprong pakt. Want vergis je niet, honderd procent van de jongeren oriënteert zich online.

Als ik naar de site van Loyens & Loeff kijk (loyensloeffacademy.nl) denk ik aan een poster uit 1850. De vacatures zien er uit alsof ze niemand willen laten solliciteren. Geen enkele opmaak, geen enkel gevoel. Het kantoor straalt op deze website uit dat ze extreem stoffig, oubollig en niet innovatief zijn. Positief puntje: je mag meteen zelf aangeven hoe lang je sollicitatie in database blijft. Dat vind ik netjes.

Houthoff heeft drie gezichten. De site zelf (werkenbijhouthoff.com) heeft er al twee. Het begint met grote letters en extreem persoonlijk. “Bel onze recruiters, hier heb je hun



We're here, we're hiring.

Be part of a
culture that
shows high
performance and
ambition.

We groeien en zoeken advocaten en kandidaat-notarissen die met ons de toekomst van het Amsterdamse kantoor verder opbouwen. We willen dus graag met je spreken. Wij bieden uitstekende mogelijkheden voor carrièregroei en opleidingen. Wij zijn een kantoor met een duidelijke sectorfocus en met overzichtelijke teams. En natuurlijk een mooie internationale praktijk. Wat we nog meer voor je kunnen betekenen leggen we graag in een persoonlijk gesprek aan je uit.

- Advocaat-stagiaire Real Estate & Construction
- Advocaat-stagiaire Intellectual Property
- Advocaat-stagiaire Employment
- Advocaat-stagiaire Corporate M&A
- Deputy Civil notary (Corporate en/of Property)
- Advocaat-medewerker Derivaten
- Advocaat-medewerker Financial Supervision
- Advocaat-medewerker Banking, Finance en/of Capital Markets

werkenbijsimmons.com
simmons-simmons.com

directe nummers.” Daar houd ik van! Met een reeks filmpjes laten ze vervolgens zien dat het meer om *branding* gaat dan conversie. Maar dan zie je het tweede gezicht van Houthoff, op dezelfde pagina. Het lettertype wordt half zo klein, de plaatjes ook. De daadwerkelijke vacature staat er dan ineens als pdf. Veel slechter dan een vacature als pdf ergens op zetten, krijg je het niet. En dan kom je bij het derde gezicht van Houthoff: hetgro-

tegesprek.nl. Dat is ballen hebben, ze laten zien dat ze innovatief en snel willen zijn. Dat straalt ook hun “Kom solliciteren in één dag” uit. Heel dubbel dus, maar wel een organisatie die lef toont en geen grijze muis wil zijn, al is er in de uitvoering nog veel te verbeteren.

Stibbe scoort als advocatenkantoor het hoogst in ons Digitaal-Werven-onderzoek. Van de advocatenkantoren hebben ze hun informatie, *usability*

en de response het best op orde. Ook Stibbe kiest heel duidelijk voor *branding*. Men zegt ook duidelijk: je moet voor ons kiezen voor de cultuur. De video's die dat moeten onderbouwen, zijn voor recruitmentvideo's erg traag, maar misschien past dat wel bij Stibbe. Wat me opvalt, is dat men geen enkele vorm van cultuurtest heeft. Kijk ter inspiratie eens hoe zorginstelling Amerpoort dat doet, de winnaar van de Digitaal-Werven award 2015.'



Onno Gout

'Online moet je keuze bevestigd worden'

'Ik kijk vooral naar de inrichting van de websites, het design en de mate waarin de site bijdraagt aan het merk dat een advocatenkantoor is. Ik geloof in het adagium Form Follows Function. Het begint met het bepalen van de structuur en de vereiste, benodigde en gewenste functionaliteiten. Het beschikbare budget bepaalt vervolgens in welke mate de verschillende onderdelen worden uitgevoerd.

Het Grote Gesprek van Houthoff is een website op basis van een uitgekookt idee: zet jezelf tussen je concurrenten en maak duidelijk waar je staat. Maar het is geen werken bij-website, dat is werkenbijhouthoff.nl. Die onderscheidt zich door saaiheid, met lange teksten en een veel te lange video.

www.loyensloeffacademy.nl schittert door saaiheid en een onleesbaar klein lettertje. Natuurlijk is campus recruitment een belangrijker wervingsinstrument dan de website, maar online moet je bevestigd worden in je keuze. Loyens is het aan haar stand verplicht om budget vrij te maken voor een serieuze website.

Als structuur en de functionaliteiten zijn bedacht, moet alles in een aansprekende en onderscheidende vorm komen. De site moet uitstralen wie je bent en waar je voor staat.

Een prima site is www.werkenbijvandoorne.nl. De vormgeving is "okay" en hij heeft een heldere navigatie. De video's zijn informatief, maar komen wat cliché over. De *pay-off* "Scherpte werkt" wordt helaas niet echt doorgevoerd. Jammer dat Van Doorne zijn keutel introk bij de ophef over de advertentie met het thema "Werken gaat voor familie". Een kantoor met lef, dacht ik bij het zien van de Opa Adri-

advertentie. Ze wilden "een uiting die een bepaald randje opzoekt", schrijven ze zelf. Dan weet je vooraf ook dat dit reacties oproept.

NautaDutilh heeft een prima ogende recruitment site, www.werkenbijnautadutilh.nl, maar hij mist verdieping. Waar zijn de verhalen van medewerkers waar ik me aan kan spiegelen? Waar is de mogelijkheid voor interactiviteit?

Belangrijk is de manier waarop de cultuur van een kantoor voor de Bühne wordt gebracht. Krijg je goed inzicht in de kernwaarden van deze werkgever? En kun je vaststellen of je een match hebt met de organisatie? De website van De Brauw, www.werkenbijDeBrauw.nl, is al jaren een voorbeeld. Die spreekt een specifieke doelgroep aan, met korte teksten en korte video's. Inhoudelijk sterk en uitgebreid. Het design en de kwaliteit van de inhoud zullen jonge advocaten absoluut aanspreken.

Bij www.werkenbijStibbe.nl hebben ze aan alle geschetste criteria voldaan. Geen overbodige informatie, maar toegespitst op de kern. Met een frisse, eigentijdse vormgeving en een verhelderende openingsfilm, het manifest en een slimme invalshoek: de verdieping wordt weergegeven op basis van één kantoor, elf redenen.' <<



Advocaten Tijmen Noordoven en Annemarie Roukema op het Zandvoortse strand waar in de zomer een dependance van hun kantoor stond.

Werken waar het lekker is

Sommige advocatenkantoren nemen afstand van de oude, traditionele kantoren en richten hun werkplekken helemaal anders in. Van voormalig brandewijnstokerij tot strandtent: hier is het lekker werken.



Nathalie Gloudemans-Voogd

Beeld: Ronald Brokke

De reddingsbrigade

Aladár Bleeker van Rutgers & Posch: 'Rutgers & Posch aan Zee was de werktitel; het dekt de lading en R&P aan Zee rijmt. Dat werd dus de naam van onze pop-upvestiging in Zandvoort. Het idee om aan het strand te werken, hadden we al bij de oprichting van kantoor twee jaar geleden. We willen alles net een beetje anders **doen** dan anders. Daar hoort ook vrij snel mobiliteit bij: waar doe je je werk? Dat kan thuis, maar in de beginfase is het juist ook leuk om op kantoor te zijn en elkaar beter te leren kennen. Ons kantoor in Amsterdam is ook best een fijne plek. Dus wilden we nog zo'n locatie, maar niet iets standaards.

Bij strandtent Zout zaten we in het aparte *beach house* aan het strand. We

hebben een tafel in het midden gezet waar je met vijf, zes man prettig aan kunt werken. Er zijn nog wat zitjes en banken, wifi, printer. Het was nooit te klein. In oktober is de tent afgebroken voor het seizoen. We gaan er allemaal vanuit dat we er volgend jaar weer zitten. Het geeft een heel andere beleving. Je bent aan zee vaak met maar een paar mensen. Op kantoor is er toch meer reuring. Soms bewaarde ik werk: dat ging ik dan op het strand doen. Een dag regende het vrij hard en was er niemand buiten. De temperatuur was wel lekker. Ik zat onder een afdakje de hele dag te werken.

We hebben zulke positieve reacties gekregen, binnen kantoor, van relaties. Bepaalde cliënten stelden we

voor: kom aan het eind van de dag, dan bespreken we wat zaken, maken we een strandwandeling. Je houdt rekening met de aard van de afspraak. Waar gaat je bedrijf heen, waar lig je wakker van, wat kunnen we verbeteren in onze dienstverlening; dat soort vragen stelden we bijvoorbeeld hier. Een andere omgeving leidt vaker tot een open gesprek. We leerden onze cliënten zo ook beter kennen. Ze vonden de locatie verfrissend. Sommige cliënten vroegen of ze er zelf niet een middag konden zitten met hun eigen team. Ze waren er natuurlijk meer dan welkom. Ook in menig sollicitatiegesprek refereerden sollicitanten de afgelopen maanden aan R&P aan Zee.'



Vertrouwensbasis

Marc Delissen van Delissen Martens: 'De basis is vertrouwen. Durf te zeggen tegen de medewerkers: werk maar waar en wanneer jij het best kunt werken. Wij hebben dat vertrouwen. In overleg met het sectiehoofd mag iedereen zijn werktijden zelf inrichten. Je komt binnen en plukt in waar je het lekker vindt. Als je even niet gestoord wilt worden, omdat je een advies moet afmaken, ga je bijvoorbeeld in de *silent garden* zitten, of thuis. Voor het klassieke advocatenwerk van mailen en bellen kun je in een van de twee grote flexibele ruimtes terecht. We hebben ook cockpits waar je waar je bijvoorbeeld gesprekken in rust kunt doen. Die hebben we in eenmans- en tweemansformaat, voor het opleidingselement. Iedereen heeft dubbele schermen en belt via een koptelefoon. Geen enkele advocaat heeft een eigen kamer. En 's avonds ligt nergens een papiertje.

Het is voor iedereen wennen geweest. Voor we gingen verbouwen hebben we een jaar lang met het hele kantoor aandacht besteed aan het idee van Het Nieuwe Werken. We hadden groepssessies over de ICT, de inrichting van het kantoor en de menskant. Iedereen kreeg de mogelijkheid om te praten met een ver-

anderingspsycholoog. Het was een megacultuurverandering. Uiteindelijk volgt dan die eerste dag met Het Nieuwe Werken. Dan merk je dat het een continu proces is van bijsturen, veranderingen, dit werkt wel, dat werkt niet. Advocaten hebben bijvoorbeeld de neiging om harder te gaan praten als ze aan de telefoon zitten. Daarom zorgden we voor meer ruimte tussen werkplekken om de "geluidsoverlast" te beperken.

Ik kom uit de sport en weet dat je niet acht uur achter elkaar kunt pieken. Nu kan ik de locatie waar ik mijn werk doe aanpassen aan het soort werkzaamheden. Daardoor doe je niet monotoon alles achter elkaar. Als ik ergens anders ga zitten, met andere mensen, krijg ik ook weer een andere energie. Cliënten vinden het mooi: er hangt een prettige *vibe* vinden ze. Een van de doelstellingen was ook dat we onze cliënten zo beter kunnen bedienen, bijvoorbeeld door ze 's avonds te ontvangen. Ik weet vanuit mijn hockeyachtergrond dat als je met je team bovenaan wilt blijven staan, je moet innoveren en veranderen, anders verlies je het uiteindelijk van je tegenstanders. Nu krijgen we regelmatig andere advocatenkantoren over de vloer om te zien hoe wij dit hebben aangepakt.'

In plaats van verhuizen naar een groter pand richtte Delissen Martens in 2013 haar oude kantoor in volgens de principes van Het Nieuwe Werken.



Passende arbeid

Herman Krans van Krans Advocaat: 'Laat ik het woordje passend gebruiken. Een locatie moet ook bij je passen. Het is onwaarschijnlijk relativerend om te werken op een plek waar al vanaf de vierde eeuw een woning staat. Waar je uitkijkt op een stadsmuur uit de veertiende eeuw en een kerk die zich daar al duizend jaar bevindt. Die relativering kunnen we in ons vak wel gebruiken. Er wordt een hoop ruzie gemaakt door advocaten. Daar zeg ik niks nieuws mee. Binnen mijn praktijk doe ik mijn best daar niet in mee te gaan. Ook daarom is deze locatie passend. Er zijn weinig mensen die tijdens een vergadering naast mijn stadsmuur niet iets harmonisch over zich heen krijgen. In een projectontwikkeldoos krijg je juist agressie. De plek waar je besprekingen hebt maakt echt verschil.

Ooit was dit de bouwplaats van de kerk. Vanaf het laatste kwart van de negentiende eeuw tot 1965 werd hier brandewijn gestookt. We hebben een van de veertien grondvaten van vijfduizend liter tevoorschijn getoverd; plaat eroverheen, lampje aan. Tijdens de verbouwing vonden we een veertiende-eeuwse waterput. Die hebben we

opgemetseld en is nu waterhoudend. Het waterniveau gaat met het grondwater van de IJssel op en neer. Bij avondbijeenkomsten zet ik de wijn en glazen op de glasplaat die ik erover heb gelegd. Sprekers staan dan tegen die put aan.

Mijn werkplek is buitengewoon licht en ongelooflijk rustig. Ik kan hier vreselijk geconcentreerd werken; vanwege de omvang van mijn kantoor, maar ook door de ligging. En je verdient het natuurlijk achter je bureau, zoals mijn eerste kantooroudste Jan Bitter altijd zei. Een hoop ooh's en aah's krijg ik van cliënten die mijn kantoor bezoeken. De Zutphenaren vragen zich af hoe ik hier überhaupt aan gekomen ben. Ik zag dat het Grafisch Museum hieruit vertrok in 2011 en dat het pand vrijkwam. Ik moest het gewoon hebben. Het was de volstrekt ambachtelijke omgeving die me aantrok, het gietijzer, de stadsmuur, de dikke balken. Dagelijks is het weer een ritueel momentje als ik de staldeuren aan het begin van de dag opendoen en 's avonds weer sluit. Dan voel ik me behoorlijk een ambachtsman. Dat past ook goed bij het ambacht van advocaat zijn.'

Herman Krans houdt kantoor in een voormalig brandewijnstokerij/museum in Zutphen. 'Een locatie moet bij je passen'

Gemeen of aardig: hoe kom je hogerop?

Moet je het politieke spel spelen om hogerop te komen binnen je kantoor? Interne competitie is praktisch ingebouwd door het piramidemodel met *leverage*. Er is immers slechts plaats voor enkelen aan de top. Maar veel jonge advocaten hebben geen zin zich naar boven te ellebogen en willen anders werken. Kan het anders? *Do nice guys finish last*, of is de concurrentie de verliezer?



Juriaan Mensch

‘Je pakte het dossier op waarvan je wist dat de partner of sectiehoofd het zeer belangrijk vond en liet de minder belangrijke zaak een beetje versloffen. Als dan de cliënt van de minder belangrijke zaak al drie keer gebeld had, dan liet je collega-stagiaires de telefoon oppakken en was het aan hen om puin te ruimen. Zo zorgde je er voor dat je zelf scoorde op het sexy dossier, terwijl je collega’s minder succesvol leken, of zelfs onderuit gingen op zwaardere werk. Er zijn altijd wel mensen die zaken oppakken waarmee ze niet echt op de voorgrond komen. Ja zeggen en nee doen om jezelf vrij te spelen, is onderdeel van het spel.’ Aan het woord: een advocaat die het inmiddels tot partner heeft geschopt en niet bij naam wil worden genoemd.

Ellebogenwerk is onderdeel van het politieke spel spelen op kantoor; hogerop

op komen ten koste van een ander. In de Angelsaksische wereld wordt de strijd om de partnerposities binnen kantoren ook wel *The Tournament* genoemd. Een deel van de rechtenstudenten en stagiaires is bereid dat spel te spelen. Want als je het redt, dan is de financiële beloning groot.

Binnen advocatenkantoren is interne competitie praktisch ingebouwd door het piramidemodel, ooit als eerste gebruikt door het Amerikaanse advocatenkantoor Cravath, Swaine & Moore. Het model is bedoeld om het juridisch en commercieel talent eruit te filteren en tot nieuwe eigenaren van kantoor te benoemen. De beste of sterkste zou vanzelf bovenin moeten komen, maar volgens critici is dat niet per se het geval. Soms komt niet de beste, maar diegene die het spel het best speelt

hogerop. Moet je meespelen of toch een eigen koers varen?

‘Ja, het spel spelen wordt wel beloond denk ik,’ zegt Gerben van Kleef, professor sociale psychologie aan de Universiteit van Amsterdam. Hij doet onderzoek naar macht, hoe mensen het vergaren, en hoe het relaties, sociaal en asociaal gedrag beïnvloedt. Resultaten van zijn onderzoek stemmen niet altijd vrolijk voor wie harmonie, empathie en samenwerking als waarden aanhangt. Een hufter zijn, kan werken volgens Van Kleef: openlijk bot gedrag werkt voor wie hogere status en positie ambieert. ‘Uit ons onderzoek blijkt, en dat is een klein deelgebied uit de brij aan negatieve gedragingen, dat mensen die zich horkerig, schofterig of normoverschrijdend gedragen, gezien worden als dominant en machtig. En ze krijgen in



sommige gevallen ook echt de macht toegekend.'

Van Kleef: 'Daarnaast kan woede uiten, mits authentiek, bij bijvoorbeeld onderhandelingen positief uitwerken. Dat is een robuuste bevinding. Ook wie te laat komt of de poten op tafel legt; kleine overtredingen van algemene beschavingsregels wordt veelal waargenomen als machtig. Er zijn ook situaties waarin mensen liever een assertieve persoon, een brulap, kiezen op machtsposities als men denkt er zelf beter van te worden.'

Van Kleef benadrukt dat er nog veel uitgezocht moet worden en de schofterige strategie lang niet altijd werkt. Bovendien kent de 'vuile' weg naar boven een keerzijde. 'Ik ken vrij veel mensen die het model van dominantie aanhangen. Die lijken sneller omhoog te komen, maar ze worden ook sneller uitgekotst. Ook moet hun dominantie steeds opnieuw worden benadrukt, omdat dat de wijze is waarop ze dingen gedaan krijgen. Niet op basis van het respect dat ze genieten.'

Van Kleef heeft een alternatief. De tweede weg is volgens hem die van de prestige; inhoudelijk supergoed zijn. 'Degenen die het prestigepad volgen, doen misschien wat langer over hun klim omhoog, maar komen er ook, mét het respect van anderen,' aldus Van Kleef. Het is belangrijk een onderscheid te maken tussen de perceptie van macht

en de bereidheid die macht toe te kennen volgens hem. Hij onderzoekt nog wanneer het ene pad succesvol is en wanneer het andere.

Cultuur

Welk pad is voor de advocatuur nu het meest geschikt? 'De cultuur die je in advocatenkantoren aantreft, en zeker bij het hogere management, is inderdaad een agressieve stijl. Ik denk dat je met een assertieve stijl ook heel ver kunt komen, maar met een subassertieve stijl niet,' zegt Robert Haringsma, directeur van het Instituut voor Positieve Psychologie. Hij definieert assertiviteit via een schaal die loopt van subassertief naar assertief en agressief als uiterste. Subassertief is: wat ik wil maakt niet zoveel uit, maar wat een ander wil is heel erg belangrijk. Assertief wil zeggen: wat ik wil is belangrijk, maar wat een ander wil ook. De agressieve houding is: het enige wat belangrijk is wat ik wil, de ander heeft pech en moet doen wat ik wil.

Haringsma coacht veel advocaten, meestal de junior die de stap wil maken naar een seniorpositie. Je niet aan de bestaande cultuur conformeren, lijkt geen goed idee als je omhoog wilt. 'We leren jongeren hoe ze beter voor zichzelf op kunnen komen. Maar als ze in het kantoor de lessen in praktijk brengen, wordt dit vaak weinig positief ontvangen. Op het punt van work-life balance bijvoorbeeld. Als ze bij hun

leidinggevende kwamen met de boodschap dat ze te veel werk toebedeeld hadden gekregen, dan kregen ze te horen: je zorgt maar dat je het af krijgt. Punt! Daarom zijn we nu ook steeds meer bezig met organisatieadvies. Want als de cultuur van een bedrijf niet goed zit, dan heeft het niet zoveel zin om het individu te veranderen.'

De botte weg lijkt tot op de dag van vandaag de voor de hand liggende optie, maar Haringsma ziet een kentering. 'We worden op dit moment veel ingehuurd door bedrijven die moeten concurreren om het beste personeel. Ik denk dat advocatenkantoren ook inzien dat als bij de concurrent een prettigere sfeer hangt, je veel meer salaris moet bieden om nog een aantrekkelijke speler te zijn. Er komt meer aandacht voor de work-life balance en de cultuur, in plaats van alleen maar partner worden en veel geld verdienen. Je ziet de motivatie daarvoor afnemen.' Het onderzoek *Werken in de advocatuur* in deze editie, onderstreept zijn idee: negen op de tien advocaten vinden sfeer belangrijk op het werk. Ze vinden het bijvoorbeeld belangrijker dan geld en ontwikkelingsmogelijkheden.

Haringsma denkt dat in de advocatuur het tijdperk van de *nice guys* aanbreekt. Volgens hem kunnen zij evengoed als eersten finishen. Hij verwijst naar onderzoek van Adam Grant, professor aan de Amerikaanse Wharton

University. Die beschrijft in zijn bestseller *Give and Take – Why helping others drives our success*, dat in de modernere kenniseconomie de nadruk veel meer ligt op projectmatig werk, improvisatie en samenwerking.

Grant redeneert als volgt: structuren zijn platter, werk is meer ad hoc en de onderlinge afhankelijkheid tussen mensen is daarmee groter. Prosociaal gedrag als geven werkt daarom veel beter. Je kunt het team en jezelf beter maken door een gever te zijn in plaats van een nemer, zoals Grant de aardige en slinkse types onderscheidt. Vooral in de dienstverlenende industrie past deze carrièreaanpak goed. Gevers krijgen ook respect, stelt Grant, en het geeft ze voldoening omdat medewerkers het gevoel krijgen dat hun bijdrage betekenisvol is. De ouderwetse hiërarchische organisatie, met vastomlijnde baan- en taakbeschrijvingen is meer het terrein van de nemers, meent Grant.

Familie

Nog is het piramidemodel waarin de gever zich thuis voelt dominant. Maar een groeiend aantal kantoren past zich aan. De piramide verandert van vorm, interne afbakening tussen rechtsgebieden verdwijnt langzaam en kantoren omarmen steeds meer het projectmanagement, in lijn met Grants observaties. Wordt advocatuur daarmee 'aardiger'? Er lijkt een verschuiving gaande, weg van het concurrentie- en competitie-model. Dat is in elk geval wat jonge advocaten willen. Zij ambiëren dan ook het partnerschap en bijbehorende titel, status en geld niet in de mate zoals voorgaande generaties dat deden.

Bas Kodden is program Director Law, Leadership & Management aan de Nyenrode Business University en spreekt regelmatig met jonge advocaten. Die willen volgens hem een andere cultuur. De levensbehoeften en waarden zijn veranderd. Jongeren gaan eerder voor erkenning, flexibiliteit en waardering. Ze willen samenwerken, en een betere work-life balance binnen een organisatie

Bas Kodden:

'Mensen aan de top belemmeren de doorgang van misschien wel de beste advocaten'

die aanvoelt als een familie. Hij ziet de aversie van veel jonge advocaten tegen het spel spelen om de weg omhoog af te leggen.

Kodden: 'Een aantal doet nog wel mee aan het spel, vaak degenen die het goed kunnen spelen. Die interne concurrentie is onderdeel van een cultuur die in stand wordt gehouden door de mensen aan de top. Die belemmeren de doorgang en ontplooiingsmogelijkheden voor degenen die misschien wel de beste advocaat zijn. Als die niet gezien en herkend worden of niet gewaardeerd, dan vertrekken ze. Als je de structuren van je organisatie niet aanpakt dan blijf je te maken hebben met deeltaken, top-down leidinggeven en blijft deze hiërarchische en competitieve cultuur. Dus als de ambitie voor de race omhoog er daardoor niet is, en kantoren niet nadenken over sociale innovatie, dan valt die piramide om.'

Een van de kantoren die afscheid nam van de interne competitie is het Haags-Rotterdamse DVDW Advocaten. 'Geen haantjesgedrag,' prijkt op de webpagina van het kantoor. Theo Hanssen, managing partner van DVDW Advocaten legt uit: 'Bij de ontwikkeling van onze mensen past in beginsel geen concurrentie en competitie. De motivatie om je te ontwikkelen moet intrinsiek gedreven zijn, niet door wat anderen doen. Die strijd is bij ons ook niet nodig, want we nemen mensen aan met de intentie dat ze bij ons blijven. We nemen dus geen tien stagiaires aan van wie er maar twee overblijven. Wat ik vooral zie bij de net afgestudeerden is dat het mensen zijn

die heel ambitieus zijn en zich vooral op het inhoudelijke willen manifesteren. Ze hebben niet als primaire streven om partner te worden,' aldus Hanssen.

De Zuidas onderkent de dezelfde trend van verschuiving van ambitie van de jongere medewerkers, maar partners, die anoniem willen blijven, zijn er eerlijk over dat de cultuur op kantoor, net als DVDW toegeeft overigens, nog vooral gekenmerkt wordt door hard werken. Niet omdat het moet van de managementlagen erboven maar omdat eraan meedoen in de jurist als mens zit. Die cultuur kenmerkt zich door uitspraken als: 'Je kiest niet voor de advocatuur als je een negen-tot-vijfmentaliteit hebt.' Of: 'Work-life balance is geen issue, omdat de advocatuur mensen trekt met een intellectuele en avontuurlijke instelling die complex werk willen doen. Die denken na zes uur 's middags ook nog door.' Of: 'Overwerken gebeurt omdat men een extreem gevoel van verantwoordelijkheid en professionele trots heeft en gewoon het beste product wil maken. Niet omdat het moet.'

Ook de anonieme partner ziet de veranderingen, maar ook hij is niet onder de indruk. 'Als je bij de juiste mensen een wit voetje haalt dan is de kans op een carrièrestap groter. Het gaat niet alleen maar om goed zijn in carrière maken. Er wordt tegenwoordig steeds meer van alles gemeten, in harde cijfers gevangen en dat lijkt eerlijk, maar waarom wordt een lage omzet de ene persoon wel aangerekend en de ander niet? Informatie macht is dus belangrijk. Een grote omzet betekent ook dat er beter naar je geluisterd wordt binnen kantoor. Het gaat dus ook gewoon om status en macht, helemaal als er veel geld onder de partners te verdelen valt. Dan is men daarmee bezig. Het zit een beetje in de mens.'

De nieuwe generatie lijkt nog even te moeten wachten totdat kantoren aansluiting vinden bij de wensen van de jongere advocaten. De gever mag dan de toekomst hebben, voorlopig is het de nemer die, ja, *rules*. <<

Je laat je niet makkelijk opzijzetten.



Jouw ideeën en oplossingen staan als een huis. Want je weet waar je het over hebt. De nauwe samenwerking met cliënten speelt daarin een belangrijke rol. Je weet alles over hun wereld, bent nieuwsgierig en leergierig. Dat geeft je energie. Jouw grenzen eindigen niet bij de rand van je bureau. Je houdt van aanpakken, no-nonsense en een steile leercurve. Zie je het voor je? Bel met Thaira: 088-253 53 86 of mail naar recruitment@akd.nl.

Kijk op werkenbijakd.nl

AMSTERDAM BREDA EINDHOVEN ROTTERDAM BRUSSEL

 **akd** advocaten
notarissen

Vreemde eenden in de balie

Ze hebben ongebruikelijke, innovatieve functies bij advocatenkantoren, al zullen die over vijf jaar waarschijnlijk gemeengoed zijn. Wat doen deze voorlopers en wat missen zij nog in de advocatuur? Vier vreemde eenden in de balie vertellen.



Nathalie Gloudemans-Voogd

Beeld: Jiri Büller

De infographic designer

Advies in hapklare visuele brokken

Eind maart plaatste De Brauw een opvallende vacature: de afdeling Corporate Branding & Communications zocht een allround infographic designer. Remy Jon-Ming kreeg de baan. De grafisch ontwerper was de hectiek van

krantenredacties gewend; hij werkte twaalf jaar voor NRC, *de Volkskrant* en het FD. Aan de Zuidas kwam hij in een nieuwe wereld terecht. Nu helpt Jon-Ming advocaten van De Brauw om zo eenvoudig en helder mogelijk complexe juridische informatie visueel weer te geven. 'Voor ik in dienst kwam, wilden ze dat ik freelance aan de slag ging. Eigenlijk was dat een soort test: voor hen en voor mij. Het was de bedoeling dat ik voor een grote cliënt de verantwoordelijkheden van het bestuur inzichtelijk zou maken. Qua infographic was het voor mij misschien niet heel innoverend,

maar voor De Brauw wel en voor de cliënt ook.'

Jon-Ming dook tijdens zijn jaren in de journalistiek al in uiteenlopende onderwerpen. Hij was het dus gewend om verhalen uit te pluizen en die visueel te maken. Maar het document dat als basis diende voor zijn eerste opdracht hielp Jon-Ming niet veel verder. 'Ik ben de partners gaan vragen wat ze nou precies wilden. Uit die interviews en gesprekken kwam langzaam naar voren waar de verschillende nadrukken van die verantwoordelijkheden lagen. Ze waren nog zoekende. Wat

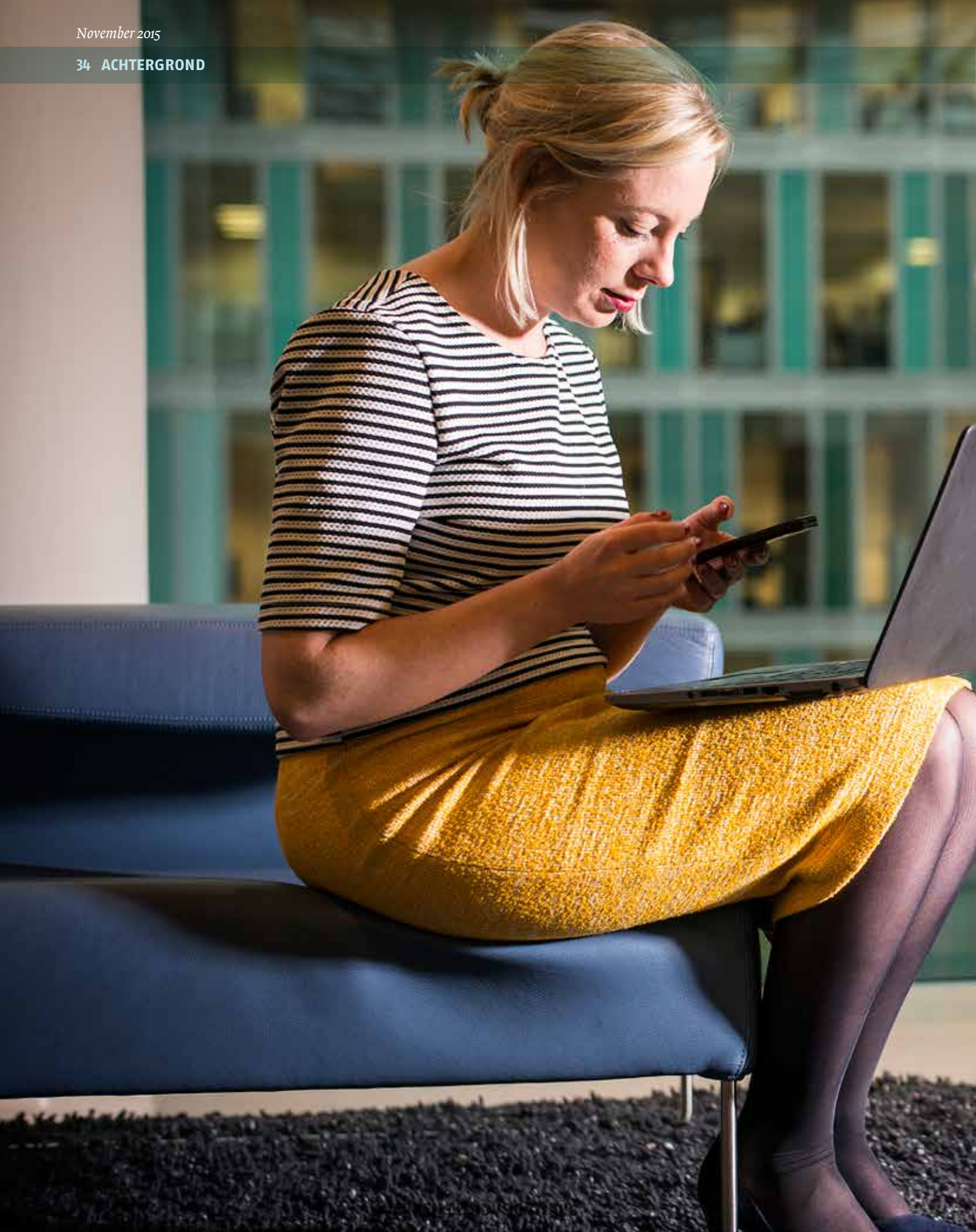


bleek: met mijn vragen hielp ik ze verder.' Het visuele denken start een andere gedachtestroom, een ander denkniveau, merkt De Brauw; een andere manier van nadenken over de oplossing die je je cliënt biedt. Advocaten beginnen vaak meteen te schrijven; Jon-Ming slaat aan het tekenen. Zijn infographics zorgen in een tijd van informatie-overflow voor het overzicht, is de consensus binnen kantoor. De visualisatie dient eigenlijk als samenvatting van een onderliggend document: in één oogopslag is duidelijk waar het advies over gaat. 'Mensen hebben steeds minder tijd

om van alles te lezen. Ze willen liever hapklare brokken voor zich. Zo'n infographic is vooral voor de bestuurders en allrounders die snel een overzicht willen krijgen handig.' Een advies van negen kantjes vat Jon-Ming zo in één pagina samen.

De infographic designer denkt dat er in de advocatuur veel meer te doen is met visuele communicatie. 'Ik denk dat je je cliënt daar beter mee kunt bedienen dan hoe het nu vaak gebeurt. Veel adviezen staan in tekst, of in powerpoint. Ik vind powerpoint niet zo geschikt voor grafisch ontwerp, terwijl goed grafisch ontwerp

er juist voor kan zorgen dat je informatie makkelijker en overzichtelijker tot je kunt nemen.' De cliënten van De Brauw willen in elk geval niet meer terug naar het pre-infographic tijdperk; de advocaten evenmin. Jon-Mings eerste opdracht als freelancer werd in de partnervergadering gepresenteerd en verspreid via intranet. Al gauw klopten advocaten op zijn deur: 'Dat wil ik ook.' Zo slaagt de infographic designer in zijn eigen interne pr. Jon-Ming heeft het inmiddels zo druk dat De Brauw een tweede vacature voor een infographic designer heeft uitstaan.



De service designer Innovatie door *design thinking*

‘Je moet eens met Nicky praten,’ klonk het voor dit interview uit verschillende hoeken. Nicky is Nicky Leijtens, die zich sinds begin dit jaar bij NautaDutilh bezighoudt met innovatie en service design. Een paar weken voor het gesprek ritselde Leijtens het nieuwste boek van innovatiegoeroe Richard Susskind voor haar kantoorgenoten, ruim voor de publicatiedatum. Het leverde haar een DM via Twitter van de verbaasde auteur op, die een week later op uitnodiging van het bestuur een privélezing op kantoor gaf. Susskind kende Leijtens al van haar vorige rol bij Rechtwijzer, een initiatief van de Raad voor de Rechtsbijstand. Luister naar een van zijn praatjes over innovatie en je hoort dat initiatief voorbijkomen als geslaagd disruptie-voorbeeld.

‘Mijn focus ligt bij innovatie,’ vertelt Leijtens. ‘Ik breng in kaart wat er gebeurt, maak daarin een vertaling van waar de mogelijkheden liggen, ik

adviseer daarin. Dan kan het gaan om nieuwe services, maar ook om het verbeteren van bestaande diensten.’ Leijtens’ rol is ook innovatie stimuleren binnen kantoor. Zo schetste zij ideeën voor een fysieke innovatieruimte in het nieuwe pand van NautaDutilh in Rotterdam: ‘Een aantrekkelijke plek waar mensen heen kunnen gaan ter inspiratie.’ Leijtens tekende uit dat het vertrek vol kleur moest zijn (‘Dat stimuleert creatief denken’) en losse elementen zou moeten bevatten, zodat de ruimte niet elke dag hetzelfde is.

Leijtens bedient zich van verschillende methoden om te innoveren, zoals procesverbetering op basis van *LEAN*, de filosofie van waarde leveren voor de klant en alles wat daar niet aan bijdraagt elimineren. Een ander voorbeeld is *design thinking*, het concept van mensgerichte probleemoplossing. ‘Bij Stanford Law wordt het al een tijdje gedoceerd, maar ik heb nog geen kantoor gezien in Nederland dat zich bezighoudt met *design thinking*,’ vertelt Leijtens. Bij *design thinking* is er een sterke rol voor de *fee earners*; zij testen en ontwikkelen een product mee. Dat pakt goed uit volgens Leijtens: ‘Het mooie aan de advocatuur is dat er naast heel slimme ook heel

creatieve mensen rondlopen. Je moet het zoeken in die cocreatie. Niet in het aanvechten van een werkproces of zeggen: dit doe je niet goed. *Fee earners* kunnen het beste werk leveren als ze in hun kracht staan en enthousiast en trots zijn.’

Ontwikkelen met behulp van *design thinking* is een iteratief proces. Na observaties en onderzoek ga je snel over op een, soms half af, prototype maken, dat testen en weer verbeteren. Daar is nog ruimte in de advocatuur, meent Leijtens. ‘In de juridische wereld heerst een focus op perfectie die creativiteit wel remt. Je kunt beter testen met een half product. Dat doen Coca-Cola en Procter & Gamble ook. Mensen kunnen dan wel zeggen dat het een heel andere wereld is, maar wij verkopen ook producten. Een McKinsey heeft ook gewoon designers in dienst.’ De dagelijkse uitdaging van haar afdeling Legal Support & Services blijft enerzijds ervoor te zorgen dat de *fee earners* zo goed en zo prettig mogelijk hun werk kunnen doen en anderzijds dat de belangen van de cliënten optimaal worden gediend. ‘Dat is constant zoeken naar balans, mensen, tools, technologie. Maar ik denk niet dat een advocatenkantoor zonder deze elementen kan in deze tijd.’



De innovatiedirecteur De durf van multi- disciplinair maatwerk

Wie denkt aan innovatie in de advocatuur kan niet om Jeroen Zweers heen. Kennedy Van der Laan benoemde hem in 2014 tot de eerste Innovation & Knowledge Director, nadat Zweers zestien jaar bij Dirkszager innovatieve initiatieven had aangejaagd. Met het platform Dutch Legal Tech probeert hij, ondersteund door zijn kantoor, een beeld te creëren van innovatie voor de Nederlandse markt. Zweers en mede-oprichter Jelle van Veenen brengen uitgevers, universiteiten, advocatenkantoren en start-ups bij elkaar: 'Zo creëren we meer begrip voor elkaar. We willen echt het gedachtegoed uitdragen. Je kunt wel zeggen dat je je met innovatie bezighoudt, maar hoe laat je dat door daden zien?'

Zijn werk bij Kennedy Van der Laan bestaat onder meer uit oplossingen vinden zodat *legal counsels* beter hun werk kunnen doen. 'Het gaat niet meer

alleen om het inhoudelijke werk dat een advocaat kan bieden. Bij *pitches* werken we met multidisciplinaire teams. Vanuit verschillende hoeken bekijken we hoe we de klant beter kunnen helpen. Marketing & Business Development werkt samen met de advocaten die het juridisch inhoudelijke gedeelte op zich nemen, ik kijk naar het IT- en innovatiestuk. Wat hebben wij in onze gereedschapskist waarmee we die bedrijfsjuristen kunnen ondersteunen naast het juridische?' En dus zit Zweers regelmatig bij cliënten aan tafel om te praten over wat ze bezighoudt; het is echt niet meer alleen de accountmanager die bij de cliënt komt. De innovatiedirecteur neemt ook start-ups naar dat soort gesprekken mee. 'Dan krijg je leuke discussies. Die start-ups kijken op een andere manier naar de wereld en zakendoen.'

Over de innovatieve concepten die Zweers ontwikkelt wil hij niet te veel vertellen. 'Anders raken we onze voorsprong kwijt.' Een van de successen is de speciaal ontwikkelde portal voor Nike, een product binnen wat het Amsterdamse kantoor 'Customized Alliance' noemt. Kennedy Van der Laan stuurt voor Nike een netwerk aan van 29 internationale advocatenkantoren

die het sportconcern zelf aanwees. Zweers werkt ook aan visuele dossiers; klantenportalen die meer zijn ingesteld op beeld en niet standaard zijn. 'We zorgen voor goede borging van het gehele dossier: van alle contactmomenten bijvoorbeeld. Het lijkt in die zin op een CRM-systeem. We brengen werkprocessen in kaart op een manier die lijkt op *track & trace*. We hebben nu een pilot lopen met verzekeraars: zij maken een dossier aan in dat portaal en vervolgens geven wij een slagingspercentage en een budget af.' Maatwerk is het sleutelwoord voor Zweers. 'We zien dit soort portals als kapstokken en daaronder hangen grote legodozen waarmee we de juiste huisjes kunnen bouwen. De ene cliënt heeft meer aan het witte legosteentje en de andere meer aan een gele. We denken echt na over wat de klant specifiek nodig heeft.' Voor Zweers draait zijn werk om lef hebben. 'Ik mis in de advocatuur de durf om andere innovatieve producten te gebruiken die misschien niet standaard zijn in de branche. Wij durven dat wel. Daar zit een risico aan, maar de cliënt heeft hier meer aan. Je kunt voor pakken van C&A of Zara gaan. Wij kunnen maatpakken produceren.'





De stem van de cliënt Tevreden klanten als kernwaarde

Arnold Birkhoff zwaaide op 1 oktober af als managing partner van Kneppelhout & Korthals. Zijn cadeau was een nieuwe titel: Birkhoff is benoemd tot *Voice of the customer* binnen zijn kantoor. 'Als er iets besloten wordt, ben ik eigenlijk het geweten van de klant. Ik heb het recht om vragen te stellen bij alles waarvan ik me afvraag of het nuttig is voor de klant.' Birkhoff heeft ook het mandaat om procedures aan te passen, maar heeft dat nog niet aan de hand gehad. De advocaat arbeidsrecht is continu bezig met klanttevredenheid en wil dat laten doorsijpelen in het hele kantoor. 'De hele organisatie moet in klanttevredenheid geloven; daar werk je samen aan. Een tevreden klant betekent dat je succesvol bent.'

Tijdens zijn termijn als managing partner heeft Birkhoff de focus op klantgerichtheid ingezet. 'We hebben in die

periode onze visie en missie bepaald en nagedacht over ons *unique sellingpoint*. Wij willen echt met passie voor de klant gaan. Dat roept iedereen; wij willen dat ook echt doen. Daar hoort bij dat je vraagt: hoe vind je dat we het doen? Klanttevredenheid hoort bij de klant verder helpen.' Bij Kneppelhout & Korthals leidt Birkhoff daarom een doorlopend klanttevredenheidsonderzoek. Bij vaste klanten met een *service level agreement* voert een onafhankelijk bureau jaarlijks een onderzoek uit naar hoe tevreden die cliënten zijn. Bij andere projecten vragen de betrokken advocaten stevast na afloop van de zaak of hun cliënt mee wil doen aan het onderzoek. 'Het is waanzinnig wat het doet met het team. Tijdens strategieweekenden met de sectie bespreken we de reviews. We bespreken waar cliënten tevreden over zijn en wat ze vinden dat beter kan. Oké, willen ze meer transparantie over de kosten? Dan moeten we nu gaan nadenken hoe we dat gaan realiseren, want daar ligt blijkbaar ruimte voor verbetering. Daarmee komen we in een cirkel omhoog: de klant wordt nog tevredener, de medewerkers vinden het

nog leuker. Daar worden we uiteindelijk allemaal alleen maar beter van. Het brengt de dienstverlening naar een hoger niveau. We scoren nu gemiddeld een 8,5.'

De volgende stap is de reviews, als de cliënt akkoord gaat, anoniem op de website te zetten. Een pilot begint in januari. 'Als je het er zelf niet op zet, plaatst een ander het wel. Vergelijk het maar met de recensies voor vakantiehuisjes. Het is een kwestie van tijd voor dit ook in de advocatuur komt; er zijn al vergelijkingssites. En het is onzin om te denken dat die initiatieven alleen werken op de particuliere markt. *Legal counsels* googelen net zo goed wie ze moeten hebben en zij zijn nog meer bereid om te switchen. Als je dit over vijf jaar nog niet doet als advocaat, dan vrees ik voor je voortbestaan. Dan word je niet gevonden.' Birkhoff ziet ook een rol voor de NOvA. 'Kijk naar de tweede generatie ISO-normen; daarvoor moet je ook aan klanttevredenheid doen. Ik zou zeggen: verplicht het maar. De orde zou kunnen zeggen: je wordt een A-kantoor als je reviews van je klanten publiceert. Waar klanten tevreden zijn, is een goed kantoor.'

SAMENWERKEN IN EEN MULTIDISCIPLINAIRE ORGANISATIE

DAT TELT.

BDO Legal behoort tot de grotere gespecialiseerde adviesbureaus in Nederland. Door het brede BDO netwerk zijn we werkzaam vanuit diverse vestigingen in het land en kennen we een sterke regionale vertegenwoordiging. Met circa 25 juristen zijn wij voor onze nationale en internationale cliënten dé sparringpartner op het gebied van arbeidsrecht en ondernemingsrecht. Wij kenmerken ons door een praktische, doelgerichte en betrokken aanpak richting onze opdrachtgevers en werken nauw samen met onze collega's uit het BDO-netwerk.

BDO Legal groeit. Ter uitbreiding van ons team zijn wij op naar:

(Senior) Jurist Arbeidsrecht

BDO Apeldoorn/BDO Arnhem en BDO 's-Hertogenbosch/BDO Eindhoven

Senior Jurist Ondernemingsrecht

BDO Utrecht/Randstad

Heb jij de ambitie om samen te werken aan de verdere groei van BDO Legal?

Onze vacatures vind je op werkenbijbdo.nl of neem voor een vrijblijvende afspraak contact op met Eveline Stam, Adviseur Werving & Selectie, tel.: (020) 543 21 29, e-mail: eveline.stam@bdo.nl.

Omdat mensen tellen.



A&S Advocaten is een middelgroot kantoor in Wageningen, gespecialiseerd in vastgoed, ondernemingsrecht en familierecht, en met een stevige poot in de agrarische sector. Bij A&S Advocaten werken acht advocaten in verschillende disciplines, voornamelijk civiel en bestuursrecht. Samen behandelen zij alle onderwerpen die in de agrarische sector naar voren komen. Voorbeelden hiervan zijn pacht, productierechten, omgevingsrecht (onder andere vastgoed en milieu), onteigening, natuurwetgeving, (Europese) subsidies, maar ook familierecht, erfrecht en maatschapskwesties.



Gezocht: gezond boerenverstand

A&S advocaten

Vanwege verdere versteviging van ons specialisme, zijn wij op zoek naar een **advocaat voor de agrarische praktijk**

Wij zoeken een advocaat met goede kennis van en ervaring met de agrarische praktijk. Wij vragen naast de benodigde juridische kennis een nuchtere kijk op zaken, een praktische instelling en een gevoel voor partijverhoudingen. De juiste kandidaat beschikt bovendien over goede commerciële vaardigheden.

Wij bieden een uitdagende baan binnen ons advocatenkantoor in het hart van de Nederlandse agri & foodsector in Wageningen. Je

gaat samenwerken binnen een team van enthousiaste, gedreven collega's aan een breed pallet van zaken in de agrarische praktijk.

Meer informatie over ons kantoor en over de vacature kun je vinden op onze website www.aens.nl. Bellen met mr Benno Nijman of mr Jacqueline Kroon kan via telefoonnummer 0317-425 300.

Een sollicitatiebrief met cv kun je voor 15-12-2015 mailen naar mr B. Nijman: bnijman@aens.nl

A&S Advocaten • Agro Business Park 3 • Postbus 150 • 6700 AD Wageningen • T (0317) 42 53 00 • www.aens.nl

Wij doen zaken.

Zeker, wij doen zaken. Goede zaken, met innovatieve en toekomstgerichte ondernemingen. Samen vergroten we hun succes. Dat is vaak hard werken, maar daar staan boeiende ervaringen tegenover. Op dat vlak hebben we een sterke reputatie. Die reputatie hebben we verdiend door open te staan voor andere meningen, door een eerlijk advies aan cliënten over risico's en kansen. Daarom zijn we op zoek naar slimme advocaten die zich daarin herkennen. Scherpzinnige teamplayers die creatief durven te denken en praktische oplossingen aandragen. Doelbewust en resultaatgericht.

Kom jij ook zaken doen?

Kijk voor meer informatie over werken bij HVG op: www.hvglaw.nl



HVG

Ranking the blawgers

Kennisdelen doen advocaten al zolang hun beroep bestaat. Een blog op de kantoorwebsite is ook allang niet meer uniek. Wel bijzonder zijn de advocaten die hun persoonlijke merk bouwen via eigen blogs, social media kanalen en andere pr. Ze delen relevante informatie, creëren daarmee bereik en zorgen voor interactie met hun doelgroepen. Het zijn mensen, geen bedrijven. *Influencers* heten ze in social media marketing. Het *Advocatenblad* zette succesvolle juridische bloggers, ofwel *blawgers*, op een rij.

Nathalie Gloudemans-Voogd

IPM

Het aantal interacties per duizend fans op een Facebookpagina levert de Interaction per Mille (IPM)-score. De IPM neemt alle likes, shares en comments op een Facebookpagina in een maand en deelt deze door het aantal geplaatste berichten en het aantal fans. Een website als pixelfarm.nl rekent de IPM automatisch uit. Met dit getal is te zien hoe interactief een Facebookpagina is geweest in de voorafgaande dertig dagen. De gemiddelde IPM van een commerciële Facebookpagina is 4.



STRAFRECHT

Leonie van der Grinten 'MEESTER LEONIE'

Deze Eindhovense advocate heeft als missie 'het strafrecht en de maatschappij op een toegankelijke manier dichterbij elkaar brengen'.

Haar gekozen platform naast haar eigen site is Facebook. Vrijwel dagelijks publiceert Van der Grinten op haar fanpagina 'Meester Leonie' haar eigen blogposts en deelt ze interessante berichten van anderen. De teller staat medio oktober al op bijna 11.000 volgers. En die mensen doen ook iets met Van der Grintens berichten: haar IPM-score (zie IPM op deze pagina) was tussen half september en half oktober 23. Dit is een stuk hoger dan het gemiddelde van een Facebookpagina (voor commerciële merken is dat 4). Meester Leonie begint ook steeds actiever op Twitter te worden.



BURGERLIJK PROCESRECHT

Jeroen Veldhuis 'DE BLOGGENDE ADVOCaat'

In 2012 begon Jeroen Veldhuis met debloggendeadvocaat.nl op persoonlijke titel. Veldhuis

specialiseert zich in incasso's, beslag- en executierecht en burgerlijk procesrecht in het algemeen; veel blogposts zijn aan die onderwerpen gewijd. Gedrags- en tuchtrecht-berichten komen ook voorbij. De materie was interessant genoeg voor De Koninklijke Bibliotheek om de posts van Veldhuis als digitaal erfgoed aan te merken. De KB archiveerde debloggendeadvocaat.nl daarom duurzaam zodat zijn blogposts ook te lezen zullen zijn als Veldhuis ermee stopt. De Amsterdamse advocaat schaarde meer dan 2000 volgers achter zich op Twitter (Klout score 54, zie kader) en beproeft nu ook zijn social media strategie op Facebook.



PERSONEN- EN FAMILIERECHT

Conchita van Rooij 'TOPADVOCAAT CONCHITA'

Conchita van Rooij verzamelde in drie jaar tijd meer dan 18.600 volgers op Twitter. Van Rooij geeft haar volgers inkijkjes in haar leven (de advocate is fan van selfies) en laat zo haar menselijke kant zien. En passant leren haar volgers soms ook iets over het personen- en familierecht, de specialisatie van deze Amsterdamse advocate. Van Rooij blogt ook op haar eigen site en plaatst daar bijvoorbeeld screenshots van *Story*. In dat weekblad (oplage 76.000 stuks), waarin zij stevast wordt aangehaald als 'Topadvocaat Conchita van Rooij', mag ze bijna wekelijks haar mening geven over allerhande, niet per se juridische vraagstukken.



ADVOCATUUR

Niek van de Pasch 'DE T-SHAPED LAWYER'

Het mag bekend worden verondersteld: het profiel van de advocaat van de toekomst heeft de vorm van een T. Niek van de Pasch schaaft zichzelf in die groep: hij kent 'hartstocht voor juridische puzzels' en is 'verzet op alles wat de advocatuur levend en lollig houdt'. Op zijn Twitter-account (1325 volgers – *and counting* – Klout score: 52) deelt hij ondernemerstips voor advocaten en soms advocatentips voor ondernemers. Dit lid van de Jonge Balie verzamelt deze informatie vervolgens op zijn eigen blog tshapedlawyer.nl en geeft daar ook in populair taalgebruik en leesbare, korte zinnen uitleg over rechtspraak die ondernemers raakt.



BOUWRECHT

Remco Smith 'FUNDAMENTADV'

Remco Smith heeft zijn niche gevonden. Als zoon van een hoofduitvoerder in de woningbouw en kleinzoon van twee aannemers koos Smith voor het bouwrecht. Medio oktober heeft Smith 800 volgers op zijn Twitteraccount [@fundamentadv](https://twitter.com/fundamentadv) met een Klout score van 47. Interessant zijn vooral de contacten die Smith legt via het social medium. Twitter bracht hem twee gastblogplekken die uitstekend bij zijn niche passen. Blogs zijn van hand verschijnen op dearchitect.nl, een platform met vakkennis voor architecten, waar Smith hen vertelt wat ze in een bestek moeten zetten. Ook plaatst de Rotterdamse advocaat regelmatig berichten over bijvoorbeeld aanbestedingen en bouw op Treetops.nl, een forum voor mensen die hun kennis willen delen op het gebied van bouw en gebouwenbeheer. <<

KLOUT SCORE

Iedere twitteraar heeft een Klout score, een getal om online social invloed aan af te meten. De Klout is een getal tussen 0 en 100, dat rekening houdt met meer dan vierhonderd factoren. Daaronder het aantal volgers, de acties die voortkomen uit geplaatste tweets en reacties van de twitteraar op anderen. De voorafgaande negentig dagen zijn bepalend voor de score en andere social media toevoegen kan een positieve invloed op het getal hebben. Twitteraars met een Klout score van 55 en hoger, zoals [@Advocatenblad](https://twitter.com/Advocatenblad), behoren tot de top tien procent gebruikers. Sommige critici menen dat een Klout score niet presentatief is. Desondanks beslissen werkgevers, bijvoorbeeld in de marketing, soms wel op basis van het getal in sollicitatieprocedures.

Be part of it. New York



Start spreading the news! NautaDutilh biedt ambitieuze starters de kans om direct vanuit de collegebanken een jaar lang aan de slag te gaan als junior associate op ons kantoor in New York. Solliciteren kan via werkenbijnautadutilh.nl

● **NautaDutilh** | Room for you

ALLE WIJZEN NAAR HET OOSTEN.

KienhuisHoving brengt je verder. Naar Enschede, het dynamische centrum van Twente. Waar de business bloeit en genieten van het leven een grondrecht is. Op een terras op de Oude Markt, een van de vele landgoederen of gewoon thuis, in je eigen achtertuin. Lekker leven is hier niet moeilijk. Een uitdagende baan vinden evenmin. Wij zijn altijd op zoek naar talentvolle en ondernemende collega's. Kijk voor meer informatie op www.werkenbijkienhuishoving.nl. Ook laten we je graag ons Wetboek van het Oosten zien!

