

DE ADVOCATUUR ALS ONDERNEMING

DOOR / KEES PIJNAPPELS

Oud-advocaat Willem Hengeveld helpt kantoren bij het bepalen van hun strategie. In het boek *De advocatuur als onderneming* komen de hoofdzaken aan bod.

Hij wil het maar vast gezegd hebben: te veel kantoren werken nog op de traditionele, vertrouwde manier. Ze pakken alles aan wat binnenkomt, bestoken hun cliënten met lange lappen juridische tekst en sturen een factuur op basis van de gemaakte uren. De eigen dienstverlening staat centraal, niet de wens van de cliënt.

Vol-le-dig achterhaald, vindt Willem Hengeveld (72). 'Cliënten willen helemaal geen academisch profielschrift. Sterker nog, de gemiddelde cliënt heeft totaal geen belangstelling voor het recht. Die wil simpelweg een oplossing voor zijn probleem. Nog liever ziet hij dat problemen worden voorkomen.' De zakelijke dienstverlening verandert snel, signaleert Hengeveld. Opdrachtgevers kunnen kiezen uit een enorm aanbod voor hun juridische vraagstukken. 'De juridische markt is ontdekt door andere partijen. Accountants, *alternative legal service providers*, *legal tech start-ups*, er zijn er inmiddels veel die er een goede boterham aan verdienen. Dat betekent wel dat het palet waar potentiële cliënten terecht kunnen flink is verbreed. Een bank stapt voor een *due diligence* niet meer automatisch naar een advocatenkantoor.'

Hij maakte bij Houthoff de gouden jaren mee van de advocatuur, maar staat inmiddels alweer enkele jaren langs de zijlijn. Letterlijk, als een coach die zijn team aanspoort. Willem Hengeveld verhuurt zichzelf via zijn bedrijf New Decade als consultant aan advocaten- en notariskantoren. Sinds 2012 begeleidt hij ze bij

het bepalen van hun strategie en de uitvoering daarvan. Wijs geworden door zijn ervaringen besloot hij een boek te wijden aan het thema. 'De advocatuur als onderneming, een gids voor de succesvolle en winstgevende exploitatie van een advocatenkantoor', (Boom juridisch), verschijnt begin november.

Het is een bloemlezing geworden. Hengeveld neemt zelf enkele hoofdstukken en de eindredactie voor zijn rekening, voor de andere hoofdstukken zocht hij zijn toevlucht tot een tiental specialisten. Het resultaat is een gids die langs thema's voert als businessplan, financiën, personeelsbeleid, ICT, businessdevelopment, legal projectmanagement en compliance.

'De advocatuur moet op veel fronten professionaliseren en moderniseren. Een duidelijke en een realistische strategie is een allereerste vereiste. Ik heb veel strategische plannen gezien die prachtige vergezichten boden, maar in de uitvoering totaal onrealistisch waren. Focus aanbrengen is cruciaal,' schrijft headhunter en oud-advocaat Scipio Van der Stoep in het voorwoord.

Hengeveld onderstreept dat nog eens. 'Er is niet één oplossing voor alle kantoren, geen panacee. Elk kantoor moet zijn eigen strategie bepalen, aan de hand van de markt en de eigen sterke punten. Maak een plan, met hooguit een tweede plan B achter de hand, en zorg voor een adequate uitvoering.'

Advocaten dienen ook ondernemer te zijn, meent Hengeveld. 'Dat is een onderbelicht fenomeen. Veel advocaten

zijn uitstekend geschikt als advocaat maar veel minder als ondernemer. Wees streng aan de poort.' Branche-kennis van de onderneming van cliënten schiet ook vaak tekort, stelt hij vast. 'Wat doet de onderneming, op welk terrein opereert het bedrijf, wat zijn daar de belangrijkste ontwikkelingen? Die kennis van zaken, gekoppeld aan een oplossingsgerichte houding is essentieel.' Hengeveld mikt met het boek met name op kantoren vanaf een man of tien. Voor de duizenden eenmanskantoren die Nederland telt ziet hij nog nauwelijks toekomst. 'Hooguit onderin de markt. Als je een beetje vuist wilt maken, moet je in een team werken. Dat maakt het intellectueel ook een stuk leuker. En je kunt investeringen in techniek en andere kantoorkosten over meer mensen verdelen.'



De advocatuur als onderneming, een gids voor de succesvolle en winstgevende exploitatie van een advocatenkantoor, verschijnt op 8 november bij uitgeverij Boom juridisch. Prijs: € 29,95.