

‘Er is genoeg ruimte voor slimme niches’

‘Just do it’ was al door een ander geclaimd, maar anders had de naam van haar kantoor helemaal in het Engels gekund. Esther Brons wil een vernieuwende advocaat zijn met DOEN Legal.

Erik Jan Bolsius

Beeld: Erik van der Burgt

Niets is hetzelfde bij DOEN Legal. Geen secretaresse, geen deftig kantoor en zeker geen A-locatie op de Amsterdamse Zuidas. Esther Brons-Stikkelbroeck en haar zakenpartner Bert-Jan van den Akker werken niet op uurtarief en focussen zich op ‘creatieve ondernemers met ideeën’. De wandeling met Brons start op hun kantoor, in een pand in het hart van Zeist waar dagelijks telkens andere flexibel werkende ondernemers aan komen waaien. De twee hebben er met tegenzin privileges moeten afdwingen, zoals een eigen kantoor en een eigen brievenbus, omdat het moet van de Nederlandse Orde van Advocaten.

Het werkt een stuk inspirerender dan toen ze nog bij een traditioneel kantoor zaten, vertelt Esther Brons tijdens de wandeling rond Slot Zeist. De ambitieuze Brons wilde op haar 22ste, net afgestudeerd, direct als advocate aan de slag. ‘Maar ze vonden me nog een te jong meisje, men zag mij niet bij een ondernemer aan tafel zitten. Nu snap ik dat goed, maar toen was ik er boos over.’

Ze startte haar carrière als innovatieadviseur voor een franchiseorganisatie. Van die drie jaar advieswerk heeft ze nog elke dag plezier. ‘Daarna ging ik aan de slag als advocaat-stagiaire, mijn eerste briefje kwam vol rode strepen terug. Ik had de ondernemer geadviseerd linksaf

Wie is Esther Brons-Stikkelbroeck?

Maandelijks haalt het *Advocatenblad* een frisse neus met een advocaat om al wandelend te praten over werk en leven. Dit keer:

Esther Brons-Stikkelbroeck (1973).

- 1997: afgestudeerd Nederlands recht, Universiteit van Tilburg
- 1997-2000: business consultant Dynova Innovatieadvies
- 2000-2008: advocaat CMS Derks Star Busmann
- 2008-2012: advocaat Dijkstra Voermans
- 2012-heden: advocaat en eigenaar DOEN Legal
- Getrouwd, drie kinderen, Zeist

te slaan. Dat was niet gebruikelijk, ik moest uitgebreid de casus schetsen, twee opties bieden en de keuze aan hem overlaten. Inmiddels weet ik dat ondernemers daar niet altijd op zitten te wachten.’

DOEN Legal wil het imago van de advocatuur opvijzelen. Brons vraagt klanten vaak of ze nog tevreden zijn. ‘Zo ben ik eventuele problemen voor.

En dat levert klanttevredenheid op, het hoge rapportcijfer op onze site is echt geen marketingpraatje.’ Het levert het nieuwe kantoor veel werk, dus er komt uitbreiding van de formule, al staat niet vast hoe. Franchise is een optie voor de expert franchiserecht. ‘DOEN Legal Groningen, waarom niet? Maar we blijven werken voor creatieve ondernemers met ideeën.’

Ze denkt te weten wat er aan schort bij sommige vakbroeders. ‘Iedereen is dit vak ingegaan om mensen te helpen en veel advocaten doen dat ontzettend goed. Maar advocaten verkopen adviserend, zoals alle inhoudelijke experts. Ze haken snel in op wat er gezegd wordt en geven direct een oplossing. En daarmee mis je de essentie. Stel vragen, luister door, vraag wat de ondernemer wil bereiken. Iedere advocaat is ondernemend bezig, maar echt ondernemen betekent dat je dagelijks beslissingen neemt over de koers van je bedrijf, risico’s neemt. Als je weet wat je per uur kost, kun je ondernemender werken. Ik weet per week wanneer ik genoeg heb omgezet om mijn kosten te betalen en vanaf dat moment kost mijn tijd helemaal niks meer. Dan is er dus ook ruimte voor het begeleiden van een start-up die niet gelijk het volle pond betaalt.’



Esther Brons gelooft dat iedereen het beste met zijn klant voorheeft. 'Maar ze maken het zelden waar.'

Brons weet best dat de bedrijfsvoering niet van de ene op de andere dag verandert, al helemaal niet in een groot advocatenkantoor. 'Als er veel zelfstandige belangen zijn, is dat eigenlijk onmogelijk. De kans voor de advocatuur ligt in het veranderen van de structuur van de organisatie, in een gewoon bedrijf met aandeelhouders en een bestuur.'

Eenheidsworst

In het centrum van Zeist, een eenheidsworst van winkels die je in elke binnenstad in Nederland aantreft, wordt Brons enthousiast over wat ze ziet. 'Kijk, dit vind ik nou zo mooi aan franchise. Ik werk meestal voor de franchisegever, ondernemers die zijn

begonnen met een idee, een concept. En eigenlijk is dat de hele waarde van de onderneming.' Dat franchiseketens elke binnenstad platslaan is niet waar, stelt ze. 'Nee, er is ruimte aan de zij-kanten. Vergelijk het met de advocatuur, daar is ook plaats voor slimme niches naast de grote kantoren.

Ik denk dat ondernemers een advocaat willen die positief tegen hun probleem aankijkt. Die niet gelijk heel serieus gaat knikken en het lastig vindt, maar vraagt: "Wat wil je bereiken, hoe gaan we daar naartoe werken?"' Haar advies: denk heel klantgericht. Wanneer is mijn klant tevreden, wanneer praat hij vol lof over mij? Dat iedereen beweert het beste met zijn

klant voor te hebben, gelooft ze best. 'Maar ze maken het zelden waar.'

Haar pleidooi voor klantgerichtheid klinkt wat Amerikaans en Brons zegt zeker geïnspireerd te zijn door Britse en Amerikaanse vakbroeders. Op een bankje in een park vlak bij kantoor vertelt ze over die inspiratiebronnen. Tien jaar geleden, ze zat nog bij CMS Derks Star Busmann, zag Brons de Engelse marketeers van dit kantoor al een merk bouwen. En pas nog was ze met Van den Akker in New York, tijdens het congres Reinvent Law. In dat walhalla van vernieuwende advocaten en hun adviseurs werden ze bevestigd in hun vernieuwingsdrang. 'We zagen dat we op de goede weg zijn.'