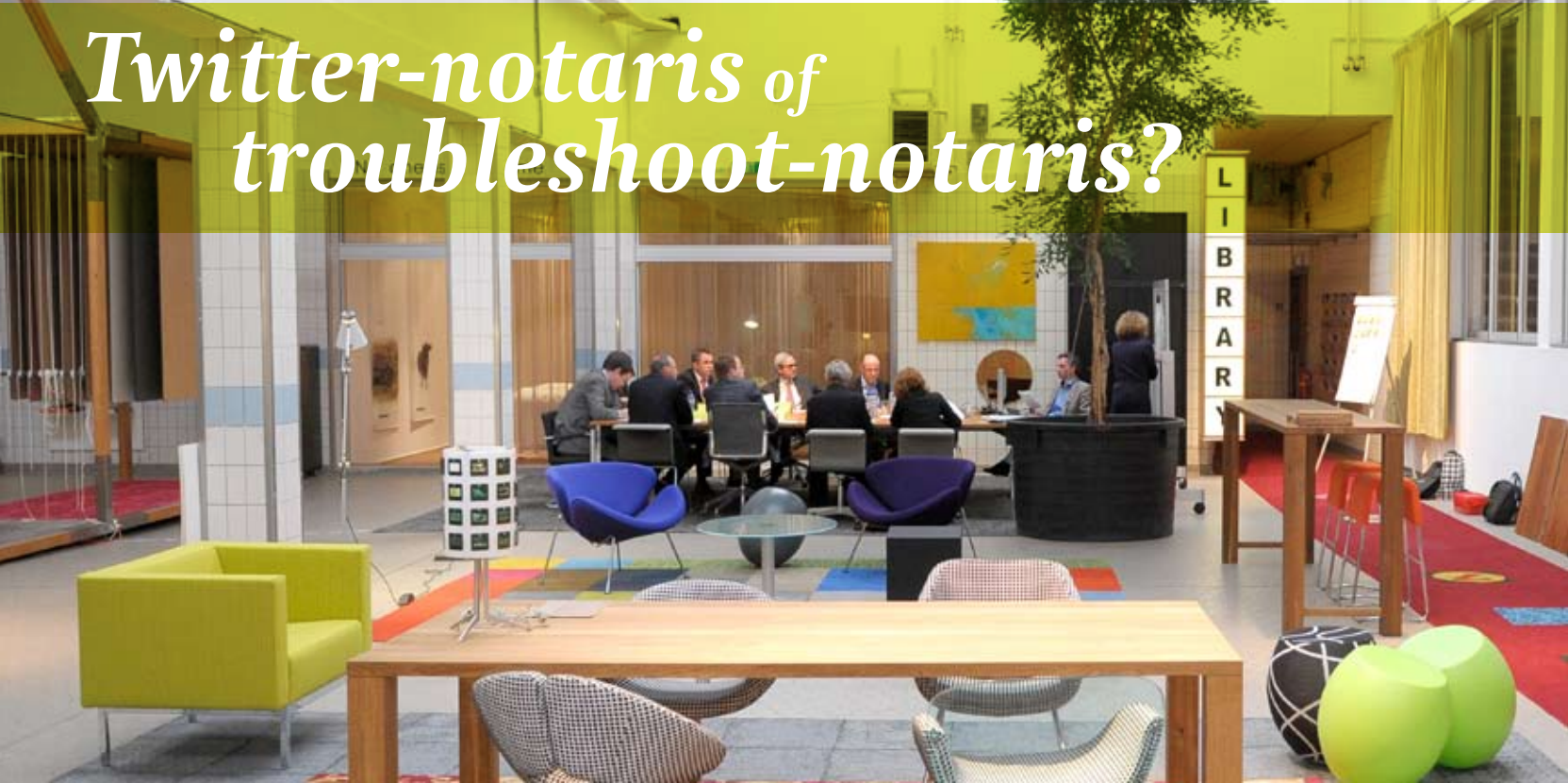


Brainstorm over verdienmodellen

Twitter-notaris of troubleshoot-notaris?



Prijs maal akte, dat is het verdienmodel van het notariaat. Maar wat doen notarissen als de prijzen onder druk staan en het aantal akten afneemt? Notariaat Magazine woonde een brainstormsessie bij over verdienmodellen.

TEKST Wilma van Hoeflaken | FOTO'S Ton Otten

Need nu het kantoorloze model. 'Dan passeer je de akte van levering in het huis dat overgedragen wordt', zegt Wim Kuipers van Emmius Notarissen. 'En je leest het testament voor op de begraafplaats', vult Jean Paul Rijnsburger van Bureau Notariaat & Advocatuur aan. Hilariteit alom. En toch is dat kantoorloze model zo gek nog niet, vinden de notarissen. Aan het einde van de brainstormsessie komt het als favoriet model uit de bus. Kuipers: 'Je hebt geen huisvestingskosten meer. Je hebt wel personeel, maar die mensen werken thuis. Dan stuur je dus op output. Wel moet je goed aan je automatisering denken. Daar moet je echt in investeren.'

BESPAREN

In de voormalige ijsfabriek van Ola in Wilp brainstormen notarissen over nieuwe verdienmodellen. Dit gebeurt op initiatief van Meesters in Marketing, een marketingadviesbureau voor

advocaten en notarissen. Dirk Giethoorn van Meesters in Marketing schetst in zijn inleiding de huidige stand van zaken in het notariaat. 60 procent van de inkomsten van een gemiddeld notariskantoor is afkomstig uit vastgoedtransacties. Het aantal verkochte woningen is echter enorm gedaald. In 2006 waren dat er nog 209.767, maar in 2010 is dat teruggelopen naar 126.127. 'Dat komt niet een-twee-drie goed', voorspelt Giethoorn. De toename van werkzaamheden in de ondernemingsrecht- en familierechtpraktijk compenseren deze achteruitgang bij lange na niet. Volgens Giethoorn zijn notarissen die geconfronteerd worden met inkomstenderving geneigd om te kijken of ze kunnen besparen op personeels- en huisvestingskosten. 'Dat kan helpen op de korte termijn. Maar je kunt ook kijken naar andere verdienmodellen.'

AAN KNOPPEN DRAAIEN

De notarissen krijgen een businessmodel te zien. Dat model bestaat uit verschillende onderdelen. Zo zijn er de klantsegmenten –

zoals ondernemers en particulieren –, de klantrelaties – die zowel eenmalig als langdurig kunnen zijn – en de kanalen waarlangs de klanten bereikt worden. Dan is er de waardepropositie: wat is de waarde van de notaris voor de klant, welke problemen lost hij op? Dat is voor het notariaat al een lastige vraag. 'Wij leveren rechtszekerheid', zegt Geert Vermeulen van Wassink & Vermeulen Notarissen. 'Maar waardeert de klant dat, of komt hij alleen maar omdat het nu eenmaal moet?' Vervolgens is er de kernactiviteit. 'Akten maken', zeggen de notarissen automatisch. 'En adviseren', zegt Berto Kremer van Notariaat Kremer. Vervolgens komen de *key resources* aan bod: wat heeft de notaris nodig? 'Kennis, automatisering, personeel', somt Kuipers op. De *key partners* liggen eveneens voor de hand. Het zijn onder meer banken, makelaars, het Kadaster en automatiseerders. Dan volgt de kostenstructuur: wat zijn de belangrijkste kostenposten in het businessmodel van de notaris? Volgens de aanwezige notarissen vormt personeel ongeveer de helft van de kosten en huisvesting rond de 15 procent. Tot slot kijken ze naar het laatste onderdeel van het businessmodel, de inkomstenstromen. 'Voor 90 procent akten', stellen de notarissen.

‘Neem nu het kantoorloze model. Dan lees je het testament voor op de begraafplaats’



‘Je doet wel meer, maar dat is toch de belangrijkste inkomstenstroom.’

Nynke Bakker van Meesters in Marketing zegt: ‘Als je niets aan je businessmodel verandert, blijft het gewoon prijs maal akte. Maar je kunt aan veel meer knoppen draaien. En zodra je aan één knop draait, heeft dat invloed op de andere.’

AAN HUIS-NOTARISSEN EN MKB-NOTARISSEN

Bakker noemt als voorbeeld de notaris die rekening houdt met de vergrijzing en zich speciaal richt op oudere particulieren. De kernactiviteit wordt dan vanzelf familierecht en wellicht estate planning. ‘Dan kun je uitkomen op de “aan huis-notaris”. Die komt bij de mensen thuis’, zegt Bakker. Kremer veert op. ‘Maar dat doe ik al jaren.’ ‘Ja’, zegt Kuipers, ‘maar jij profileert je niet op die manier. Dat is het verschil.’

Evengoed zou een notaris zich primair kunnen richten op ondernemers. ‘Als je die blijft begeleiden, is er geen eenmalige klantrelatie meer maar een vaste’, zegt Bakker. ‘In dat geval zou

de inkomstenstroom ook kunnen veranderen. Je kunt abonnementen geven. Je spreekt met de ondernemer af welk bedrag hij bijvoorbeeld per maand betaalt en welke diensten jij daarvoor levert.’ Zo’n keuze heeft ook gevolgen voor de kostenstructuur en het personeel. De notaris moet immers zwaar investeren in fiscale kennis. ‘Ik denk dat dat voor ondernemers best interessant is’, zegt Rijs Jacobs van Vanderveen (Kurk en Jacobs Notarissen). ‘Ondernemers worden liever integraal begeleid dan dat ze voor een advies naar de een moeten en voor een akte naar de ander.’ ‘Kijk, nu hebben we een nieuw model, de mkb-notaris’, zegt Bakker. Ze raadt de notarissen aan om zelf aan de slag te gaan. ‘Kijk wat er gebeurt als je een element uit het businessmodel verandert of zelfs weghaalt. Als je geen personeel meer hebt. Of als je geen akten meer maakt. Dit is een brainstorm, dus kijk niet naar de beperkingen, maar uitsluitend naar de mogelijkheden.’

SNEL, GOEDKOOP EN TRANSPARANT

Aan het einde van de sessie passeren tal van modellen de revue. Zo is er het ‘Aldi-model’, waarbij de notaris tegen lage kosten de ene na de andere akte produceert. De automatiseringskosten zijn hoog, de personeelskosten laag. Of het ‘ontzorg-model’, waarbij de notaris familierechtspecialist is en zijn klanten elke vijf jaar spreekt om te zien of bijvoorbeeld het testament en de huwelijksvoorwaarden nog passend zijn. ‘Je kunt ook de IB-aangifte van je klanten verzorgen’, oppert Ferry Kurk van Vanderveen (Kurk en Jacobs Notarissen). Kuipers: ‘En je kunt hier ook abonnementen aanbieden, zelfs op verschillende niveaus. Brons, zilver, goud en platina.’

Nog een model is de digitale notaris. ‘Met een digitale kluis, en een digitaal dossier waar de klant zelf kan inloggen’, fantaseert Geert Lekkerkerker van de KNB. ‘En met een tikkenmodel. Steeds als de klant een dienst afneemt, betaalt hij. Het is snel, goedkoop en transparant, maar je hebt wel heel goede programmeurs nodig.’

In het vastgoedmodel is de notaris alleen nog met vastgoed bezig en zit hij onder hetzelfde dak als de makelaar en de hypotheekbank. Zijn collega de ‘twitter-notaris’ daarentegen is van alle markten thuis en probeert zo veel

mogelijk volgers te krijgen. Wie ook van alle markten thuis is, is de ‘troubleshoot-notaris’, een constructie die al snel wordt omgedoopt tot het ‘A-team-model’. Dat is een notaris die razendsnel van alles en nog wat kan regelen. ‘Eigenlijk doen we dat al’, vindt Haije Bonga van Notariskantoor Wille. ‘Hoe vaak komt het niet voor dat je nog snel even een testament moet veranderen?’ Vermeulen is het met hem eens. ‘Natuurlijk doen we spoedklussen, maar we doen alsof dat gewoon is. Je zou best aan je klanten mogen laten merken dat je iets speciaals hebt gedaan.’ Rijsburger: ‘Ja, en dat mag je in je declaratie ook laten zien.’

ONDERNEMERS

Beter communiceren is hoe dan ook belangrijk, vinden ze allemaal. ‘Meer uitdragen wat je voor wezenlijks doet voor je klanten, want dat halen ze zelf echt niet uit de akte’, zegt Jacobs. ‘Ik probeer dingen altijd goed uit te leggen’, vertelt Kuipers, ‘zeker in het familierecht waarderen mensen dat enorm.’

Gaan ze na deze brainstormsessie dingen ook echt anders aanpakken? Bonga, jolig: ‘Ik ben helemaal overtuigd, ik ga twitteren.’ ‘Ik heb ideeën opgedaan en die laat ik bezinken’, zegt Kremer. ‘Het is een proces’, meent Jacobs, ‘ik wil graag nadenken over wat er allemaal mogelijk is in het notariaat. Maar we hebben wel met strikte regelgeving te maken.’ Kurk beaamt dat: ‘Wij notarissen zijn ondernemers, maar dan wel ondernemers met de handen op de rug, want op dit moment is de bandbreedte nog vrij smal.’ ■

