

# “Tower, this is Maverick requesting a flyby”

In het kader van het nieuwe Founders 2.0 maakt u in dit nummer kennis met de heren van Maverick Advocaten NV, ook wel gewoon “Maverick”. Waar kent u die term ook alweer van? De directie doet het denken aan de film Top Gun. We zijn kennelijk niet de enigen. Dit interview zal u duidelijk maken dat de naam niks met die film te maken heeft, maar alles met het rechtsgebied en het internationale speelveld waarop de heren zich begeven. Drie charmante Maverick heren en twee dito dames van de redactie. Het resultaat leest u hier.

Door: Linda Tjeertes en Sophia van Vloten

## “Een vliegende start in een boutique”

Net een paar maanden bezig vanaf 1 september 2013. Naar eigen zeggen, hoe treffend: “Een vliegende start: de combinatie van het rechtsgebied mededingingsrecht, economische regulering en consumentenrecht in een boutique-variant.” Jawel, drie heren: Bas Braeken, Diederik Schrijvershof en Martijn van de Hel runnen de boutique Maverick. *Boutique?* De redactie wist niet dat die term kennelijk in het Engels veelgebruikt is voor een advocatenkantoor en linkte die term in het bijzonder niet aan mannen. Zoals het in Nederland meer gebruikte *niche*. “De term boutique is internationaal gezien meer gangbaar en daarom zijn we die term gaan gebruiken. Er zijn overigens wel meer gespecialiseerde kantoren die zich boutique noemen, dus we zijn niet uniek hierin” Maverick was oorspronkelijk de werknaam, “Project Maverick”, waaronder alle plannen werden gemaakt en voorbereidingen werden getroffen. Daarna is unaniem besloten deze naam ook aan het kantoor te geven. Dit in plaats van de achternamen of de beginletters achter elkaar.

## Maverick?

“Maverick is een mededingingsrechtelijke term en staat voor een speler op een bepaalde markt die niet per sé groot is maar die voor de concurrentie op die markt belangrijk is vanwege zijn propositie. Dat

kan gaan om de prijs, kwaliteit, in ieder geval een bepaald aspect van zijn dienstverlening dat hem onderscheidt van de andere spelers. Dus als je een partij overneemt en die partij is een Maverick, dan is dat erger voor de concurrentie dan wanneer je een gewone concurrent overneemt, want Mavericks houden de hele markt scherp. We vinden dat een leuke knipoog naar ons rechtsgebied en daarnaast zegt het ook iets over de positie die wij willen innemen in onze markt.” Tot zover de les in het internationale mededingingsrecht.

## Herenontbijt

Ter voorbereiding op Maverick ontmoetten de heren elkaar maandenlang voor een wekelijks ontbijt in een hotel. Alhoewel ze niet bewust voor enkel mannen hebben gekozen, dat is gewoon zo gelopen, hebben de heren wel nagedacht over een vrouwelijke inbreng. “Voor de verhoudingen en voor een verschillende kijk op de zaken, wat de kwaliteit ten goede komt.” Ze zijn de juiste vrouw nog niet tegengekomen, maar staan hier zeker voor open. De heren gaan binnenkort op partnerweekend en nemen daarop alvast een voorschot in dit interview om terug te kijken naar de afgelopen maanden en vooruit naar wat komen gaat.

## “We willen focussen op waar we goed in zijn én op een markt die in ontwikkeling is”

Via de werkgroep en stages bij hetzelfde grote kantoor op het gebied van mededingingsrecht is het contact gebleven en kwamen de heren jaren later bij elkaar met het idee voor Maverick. “We zaten binnen *no time* zakelijk en persoonlijk op één lijn en waren enthousiast over deze kans. We willen focussen op waar we goed in zijn én op een markt die in ontwikkeling is.” De keuze voor dit *businessmodel* en een klein kantoor is onder andere vanwege het kostenniveau, de prijs-/kwaliteitverhouding die je daardoor als kantoor kan bieden en er was nog geen vergelijkbaar *niche*-kantoor op het gebied van mededingingsrecht. De samenwerking in deze vorm biedt ook mogelijkheden vanwege het samengaan van de OPTA (onafhankelijke Post en Telecommunicatie Autoriteit), de NMa (Nederlands Mededingingsautoriteit) en de CA (Consumentenautoriteit) tot de ACM (Autoriteit Consument en Markt) per 1 april 2013. Dat betekent waar een advocaat eerder nog op één deelgebied kon adviseren, hij nu eerder te maken krijgt met een combinatie van die specialismen zoals die nu allen onder de ACM vallen. Maverick biedt het hele spectrum aan en wil inspelen op de markt doordat ieder van de



heren binnen het mededingingsrecht zijn eigen subspecialisme heeft. Naar eigen zeggen is deze samenwerking op dit specialisme tot nog toe uniek in Nederland.

Zonder daar specifiek van tevoren over hebben nagedacht, vullen de heren elkaar niet alleen vakinhoudelijk maar ook qua ondernemen en organisatie aan. De één lost volhardend de praktische startproblemen op, de ander schrijft met genoeg de teksten voor de website en de derde organiseert de onderneming als een dirigent zijn orkest. En ieder behandelt daarnaast de eigen dossiers, strevend naar een goed werkend kantoorbreed systeem.

Maverick kiest voor een inspirerende kantoorlocatie met verschillende (ook kleinere) bedrijven, een flexibel concept en goede bereikbaarheid dichtbij de uitvalswegen van de ring en het OV. Niet aan de grachten dus, maar achter de RAI in het gebouw van Spaces. Een representatief kantoor bereikbaar en toegankelijk voor de grote én de kleine cliënten van Maverick.

### Maverick online

Maverick is uiteraard ook online. “Maverick.com is van het productiebedrijf van Madonna, maverick.nl moesten we 12.000 euro voor betalen, dat vonden we – zeker in de startfase – wat veel, mavericklaw.com is van een advocaat in Texas die overigens ook de naam Maverick al voor zijn Facebook heeft ingepikt, dus zijn we uitgekomen bij maverick-law.com. Misschien kunnen we nog eens gaan samenwerken met die advocaat in Texas.”

Maverick heeft aandacht voor social media en blogt daarom op de website. “Ik had eerst mijn bedenkingen of we Twitter nou wel of

niet moesten doen, maar het aardige ervan vind ik dat het je dwingt je boodschap in 160 tekens te brengen.” Volgens Maverick werkt een blog beter dan een nieuwsbrief, omdat het toegankelijker en minder academisch is. Als een blog wat te veel is, dan is Twitter de manier om het in ieder geval te signaleren.”

“Het is geen doel op zich om onderscheidend te zijn of om een groot kantoor te worden, het gaat erom dat de cliënten ons weten te vinden en wij ons kunnen focussen op ons werk zoals wij dat leuk vinden om te doen en waar wij goed in zijn. We willen ons vakgebied naar een hoger niveau tillen. Wij hebben vaste kantoren waar we mee samen werken, zoeken ook naar nieuwe, maar het leuke is dat andere kantoren ons inmiddels ook weten te vinden.”

### “Horses for causes”

“*Horses for causes, dat idee een beetje.*” Je beslist alles zelf. Maverick wil nog een stap maken naar grote en minder grote bedrijven die wel dagelijks met mededingingsrecht te maken hebben, maar zich daar eigenlijk niet bewust van zijn. Vooral voor minder grote bedrijven gaat mededingingsrecht in toenemende mate een rol spelen. “Daar willen we nog meer op de radar komen. Zendingenwerk eigenlijk.” De redactie geeft ruitertlijk toe dat ze zelf ook even heeft moeten nadenken over wat mededingingsrecht nu eigenlijk is.

Iedere vrijdag wordt er een borrel gedronken met iedereen van kantoor om even de week door te nemen. De redactie is uitgenodigd voor de openingsborrel binnenkort. Een van de vele voordelen van een ABB-redacteur. Maverick, tot dan! ■