

Klant advocaat wil geen uurtarief

Een ongewone setting waarin advocaten direct met elkaar concurreren, levert veel prijsopgaven op met een andere tariefstructuur dan het alom gebruikte uurtarief. Dit biedt een unieke gelegenheid om de voorkeuren van klanten voor tariefstructuren te onderzoeken. Het minst geliefde tarief blijkt het uurtarief, het standaardarrangement in de dagelijkse praktijk. Om advocaten scherper met elkaar te laten concurreren, zou de overheid de ontwikkeling van veilingplatforms kunnen stimuleren.

SANDER ONDERSTAL

Universitair hoofd-
docent aan de
Universiteit van
Amsterdam

FLÓRA FELSÖ

Senior adviseur bij
de Kansspelauto-
riteit

JO

SELDESLACHTS

Universitair hoofd-
docent aan de
Universiteit van
Amsterdam

Het is voor consumenten en kleine ondernemers moeilijk om tarieven van advocaten te vergelijken. De meeste advocatenkantoren vermelden op hun website dat zij op basis van een uurtarief werken; een willekeurige steekproef van 319 advocatenkantoren (circa tien procent van alle kantoren) leert dat ruim negentig procent op basis van een uurtarief werkt en slechts negen procent een ander tarief bespreekbaar maakt (Felsö *et al.*, 2015). Bovendien is de hoogte van het uurtarief meestal afhankelijk van de draagkracht van de klant en de complexiteit van de zaak. In de praktijk betekent dit dat de klant pas na een eerste persoonlijke ontmoeting weet welk tarief een advocaat vraagt. Ook op vergelijkingssites (zoals www.advocatenoverzicht.nl) spelen uurtarieven de hoofdrol. De zoekkosten voor de klant zijn dus hoog omdat het hem veel tijd kost om prijzen van verschillende advocaten te achterhalen.

Uurtarieven voor juridische diensten zijn populair, niet alleen in Nederland maar ook daarbuiten. Er zijn verschillende verklaringen voor het wijdverbreid gebruik van

deze tariefstructuur (Kritzer, 2009). Het meest gebruikte argument is dat een dienstverlener die op basis van uurtarief werkt, geprikkeld is om voldoende tijd in een zaak te steken. Een vast tarief zou dienstverleners juist aanzetten om de kantjes ervan af te lopen.

Een uurtarief geeft de dienstverlener echter ook de gelegenheid om meer uren te maken dan nodig is. Deze ruimte bestaat omdat een klant niet goed kan beoordelen welke uren bijdragen aan een positieve uitkomst. Een uurtarief volgens deze redenering is eerder in het belang van de advocaat dan van de klant.

De vraag is dus of het uurtarief dan het standaardarrangement is omdat de klant dat wil of juist omdat het in het belang is van advocaten. Wat klanten willen, is voornog niet empirisch onderzocht. Ze kunnen meestal niet kiezen tussen verschillende tariefstructuren en mede daardoor zijn gegevens over hun keuzegedrag schaars. Een innovatief businessmodel van een juridische dienstverlener online geeft echter de gelegenheid om een idee te krijgen van wat klanten kiezen.

AANBESTEDEN VIA XS2JUSTICE NETWORK NEDERLAND

De gegevens zijn afkomstig van aanbestedingen georganiseerd door XS2Justice Network Nederland (XS2Justice), een franchisenetwerk van juridische dienstverleners die consumenten en het midden- en kleinbedrijf (mkb) bijstaan in allerlei standaardgeschillen. De juristen van XS2Justice staan klanten bij met juridisch eerstelijnsadvies. De aanbestedingen zijn een nevenactiviteit van XS2Justice: het gaat om zaken die XS2Justice-juristen niet aannemen omdat een gang naar de rechter onvermijdelijk lijkt. In dergelijke gevallen geldt namelijk het alleenrecht van advocaten, het zogenaamde procesmonopolie. De zaken die worden aanbesteed, betreffen vooral typische geschillen van consumenten en het mkb, zoals arbeidsconflicten, familiEZaken, consumentenzaken en geschillen over contracten

tussen bedrijven. De advocaten die meedingen, zijn kleine tot middelgrote kantoren verspreid over het land.

De aanbestedingen verlopen als volgt. XS2Justice maakt een korte samenvatting van de zaak en nodigt meestal drie tot vijf kantoren uit om een bod uit te brengen. Selectie vindt plaats op basis van de locatie van het kantoor (in de nabijheid van het woonadres van de klant), binnen de randvoorwaarde dat het kantoor over de benodigde expertise beschikt. Advocaten zijn vrij om een offerte uit te brengen met de tariefstructuur van hun keuze. Bieders weten niet wie hun concurrenten zijn, noch hoeveel andere bieders er zijn. Nadat alle prijsopgaven binnen zijn gekomen, bespreekt een XS2Justice-jurist deze met de klant. Behalve het tarief worden ook het aantal ervaringsjaren van de advocaat onthuld en de stad waar het kantoor van de advocaat zich bevindt. De klant maakt dan een keuze. Voor zover ons bekend, is XS2Justice de enige in Nederland die juridische zaken precies op deze wijze aanbesteedt. Wel zijn er initiatieven met een enigszins vergelijkbare opzet, bijvoorbeeld gericht op een andere doelgroep zoals zakelijke afnemers.

DE BIEDINGEN

De dataset bevat alle aanbestedingen die door XS2Justice zijn georganiseerd in de periode november 2004 tot december 2008. Hierbij zijn in totaal 374 prijsopgaven uitgebracht in 95 aanbestedingen. Alleen zijn niet alle gegevens bruikbaar voor een analyse van de keuze van de klant. De aanbestedingen waarin slechts één offerte is uitgebracht of waarin de klant geen bod accepteert, vallen bijvoorbeeld buiten de analyse. Ook resultaatafhankelijke biedingen blijven buiten beschouwing. Dit laatste is een bewuste keuze omdat elk van deze biedingen op een andere manier wordt gespecificeerd en daarmee niet goed vergelijkbaar is met de overige tariefstructuren. Bovendien gaat het hier om een klein aantal biedingen (8), waarschijnlijk vanwege het verbod op *no cure no pay*. Na de selectie blijven 196 biedingen in 51 zaken over voor de analyse.

Tabel 1 geeft een overzicht van de tariefstructuren waarmee advocaten bieden in de XS2Justice-aanbestedin-

gen. Ruim de helft van alle offertes (105 van de 196) blijkt te verschillen van het standaard uurtarief van de dagelijkse praktijk buiten deze aanbestedingen. Bijna een kwart van de offertes (47) betreft een vast tarief. Daarnaast waren er 58 biedingen waarbij een vast tarief geldt tot een bepaald urenplafond, met een (meestal gereduceerd) uurtarief voor de uren boven het plafond. Dit type bod wordt in het vervolg aangeduid als 'gecombineerd'.

Ondanks het feit dat bijna de helft van alle biedingen een uurtarief betreft, viel in slechts 8 van 51 aanbestedingen de keuze van de klant op een dergelijk bod

Tabel 1 geeft ook een indicatie van het succes van de verschillende typen biedingen. Ondanks het feit dat bijna de helft van alle biedingen een uurtarief betreft, viel in slechts 8 van 51 aanbestedingen de keuze van de klant op een dergelijk bod. Dit moet echter bezien worden in het licht van wat er nog meer beschikbaar was voor de desbetreffende klant. Vandaar dat tabel 1 de aanbestedingen categoriseert naar beschikbaarheid van verschillende tariefstructuren. Zo zijn er vijftien aanbestedingen geweest waarin alle drie de typen tariefstructuren beschikbaar waren. Hoewel er in deze aanbestedingen meer uurtarieven geoffreerd waren (26) dan vaste (22) of gecombineerde tarieven (25), kozen klanten in slechts drie aanbestedingen voor een advocaat die een uurtarief bood. Hetzelfde patroon is zichtbaar voor de andere beschikbare combinaties van tariefstructuur en winnend bod. De eerste indruk is dus

Aantal biedingen en winnende bod naar beschikbaarheid verschillende tariefstructuren

TABEL 1

Type biedingen uitgebracht	Aantal aanbestedingen	Aantal biedingen			Aantal winnende biedingen		
		Vast	Gecombineerd	Uur	Vast	Gecombineerd	Uur
Vast, Gecombineerd & Uur	15	22	25	26	3	9	3
Vast & Gecombineerd	2	2	2	--	1	1	--
Vast & Uur	7	9	--	12	7	--	0
Gecombineerd & Uur	17	--	27	48	--	14	3
Vast	6	14	--	--	6	--	--
Gecombineerd	2	--	4	--	--	2	--
Uur	2	--	--	5	--	--	2
Totaal	51	47	58	91	17	26	8

Welke tariefstructuur wint?¹

TABEL 2

	Model 1	Model 2	Model 3
Vast	4,370***	3,157**	3,499**
Gecombineerd	7,794***	7,512***	7,762***
Hoger		0,232***	0,171***
Ervaring			2,929*
Afstand			0,419
N	196	196	196
Log likelihood	-50,59	-44,65	-42,26
χ^2	15,41	20,06	21,83

¹ De afhankelijke variabele is de dummy die aangeeft of een bod wint. De schattingsmethode is conditional logit met fixed effects voor de aanbesteding.

Coëfficiënten zijn gerapporteerd in termen van odds ratios.

*/**/*** Significant op respectievelijk tien-, vijf- en eenprocentniveau

dat uurtarieven het afleggen tegen andere tariefstructuren.

Voor de klant is echter niet alleen de tariefstructuur van belang, maar uiteraard ook de hoogte van het bod. In een aanbesteding waarin geboden wordt met verschillende tariefstructuren is het echter meestal niet mogelijk om ex ante een rangorde te maken naar de kosten ex post. Het is wel mogelijk om biedingen van hetzelfde type met elkaar te vergelijken. Zo kan een klant stellen dat een uurtarief van 200 euro 'hoger' is dan een ander uurtarief van 150 euro. Een bod van 2000 euro tot maximaal elf uur en een additioneel uurtarief van 190 euro is eveneens 'hoger' dan een offerte van 1600 euro die de eerste tien uur dekt met een uurtarief van 170 euro voor de uren boven die eerste tien uren. Om dergelijke ogenschijnlijk onaantrekkelijk biedingen te onderscheiden van andere biedingen maken we gebruik van de variabele 'hoger'. Dit is een dummy die gelijk is aan 1 als en alleen als er een ander bod is uitgebracht dat voor elk aantal uren goedkoper uitpakt.

ANALYSE

Om onze conclusie dat uurtarieven niet aantrekkelijk zijn voor klanten verder te verkennen, hebben we in een serie regressieanalyses gecorrigeerd voor informatie die de klanten naast het bod beschikbaar hadden over de advocaten. Meer specifiek gaat het om de ervaring van de advocaat en de afstand tussen het huisadres van de klant en het kantoor van de advocaat.

Tabel 2 bevat de schattingsresultaten van een drietal verschillende specificaties waarin de afhankelijke variabele een dummy is die aangeeft of het bod wel of niet gekozen is door de klant. De belangrijkste verklarende variabelen zijn de dummy's die de tariefstructuur karakteriseren: 'vast' en 'gecombineerd'. De categorie 'uur' is eruit gelaten, waardoor de coëfficiënten van 'vast' en 'gecombineerd' geïnterpreteerd dienen te worden ten opzichte van uurtarieven. De dummy 'hoger' geeft aan dat er minstens één bod is binnen de aanbesteding die ex ante een lagere verwachte eindafrekening oplevert, onder de veronderstelling dat er onzekerheid bestaat over het exacte aantal benodigde advo-

catenuren, maar dat het verwachte aantal werkuren gelijk is voor alle bidders. Ervaring en afstand worden gemeten ten opzichte van de hoogste waarde binnen de aanbesteding. De modellen zijn geschat met een zogenaamd *conditional-logit*-model (Hosmer en Lemeshow, 2000). Deze schattingsmethode controleert automatisch voor verschillen in het aantal biedingen per veiling en tevens ook voor zaak-specifieke kenmerken die we niet observeren.

De tabel geeft de exponent van de coëfficiënten weer zodat de waarden geïnterpreteerd kunnen worden in termen van de zogenaamde relatieve *odds ratios*. De odds ratio is de verhouding van de kansen dat het bod wint en dat het bod niet wint. Dit maakt inzichtelijker hoe goed een bod relatief is. Stel dat een uurtariefbod een van de drie aanbestedingen wint, dan is de odds ratio 1/3 gedeeld door 2/3 en dus één tegen twee. Stel verder dat de odds ratio met een vasttariefbod 3/2 is. Dit zou dan betekenen dat bieden met een vast tarief in plaats van een uurtarief, de odds ratio drie keer verhoogt ten opzichte van een uurtarief. De coëfficiënten in tabel 2 geven per tariefstructuur aan met welke factor de odds ratio van een tariefstructuur toeneemt ten opzichte van een uurtarief. Zo heeft een vast tarief een coëfficiënt van ruim 3 in model 3 en lijkt daarmee een stuk aantrekkelijker voor de cliënt dan een uurtarief. Een gecombineerd tarief valt overigens nog meer in de smaak met een odds ratio van bijna 8: een gecombineerd bod verhoogt de odds ratio van 1 tegen 2 tot 8 tegen 2.

Uit de resultaten blijkt dat de effecten ongewijzigd blijven wanneer er gecontroleerd wordt voor de hoogte van het bod en overige voor de klant observeerbare kenmerken van de advocaat: klanten verkiezen vaste en gecombineerde tarieven boven uurtarieven. Ook de omvang van het effect blijft ongeveer gelijk.

Tabel 2 laat geschatte coëfficiënten van de variabele 'hoger' zien in de orde van 0,2. Dit betekent dat een hoger bod de odds ratio verlaagt met ongeveer een factor 5. Niet onverwacht vinden klanten hoge tarieven dus onaantrekkelijk. Professionele ervaring van de advocaat wordt echter juist weer op prijs gesteld. De fysieke afstand tussen het huisadres van de klant en het advocatenkantoor heeft geen aantoonbaar effect op de keuze van de klant.

ROBUUSTHEID

De resultaten van de conditional-logit-regressie zijn echter alleen valide als de keuze tussen twee tariefstructuren onafhankelijk is van het derde (irrelevante) alternatief. Met andere woorden, de relatieve odds ratio met een vast tarief ten opzichte van een uurtarief zou niet mogen veranderen als de keuzeverzameling van de klant al dan niet een gecombineerd tarief bevat. Een serie algemene Hausmantoetsen waarbij steeds een van de tariefstructuurdummy's wordt weggelaten, geeft aan dat deze veronderstelling overeind blijft voor de data. De aanname van onafhankelijkheid van irrelevante alternatieven wordt niet afgewezen en de resultaten van de conditional-logit-schattingsmethode zijn dus valide.

In modelspecificatie 3 wordt in principe alle informatie meegenomen die een klant weet over de advocaat (tabel 2). Toch is het inzichtelijk om na te gaan of biedervaring van de advocaat op een indirecte wijze een effect heeft op de kansverhouding tussen de tariefstructuren. Een serie schattingen

met alternatieve specificaties leert dat dit niet het geval is. Biedervaring blijkt geen rol te spelen: het aantal participaties, het aantal gewonnen eerdere aanbestedingen, noch het gegeven dat een advocaat voor de eerste keer biedt, blijken een significant effect te hebben op winnen (deze resultaten zijn niet weergegeven).

Het is niet uitgesloten dat zakenmerken ook een rol spelen bij de keuze van de klant. Mogelijk vinden klanten uurtarieven aantrekkelijker in zaken waar ze een groter belang aan hechten. Dat kan zijn omdat het geschil om veel geld gaat of juist omdat het niet om geld gaat maar om emotionele zaken zoals in de familiesfeer of burenrudies. In hoeverre dit speelt, kan afgeleid worden door het opnemen van interactietermen tussen zakenmerken en de dummy's die het bod karakteriseren. De coëfficiënten van deze interactietermen blijken echter niet significant, terwijl de overige resultaten in grote lijnen onveranderd blijven (Felsö *et al.*, 2014). De aversie van klanten tegenover uurtarieven is dus niet minder bij zaken met een wat groter belang.

Een andere mogelijkheid is dat de identiteit van de klant zelf bepalend is voor zijn keuze: gaat het om een natuurlijk persoon of om een bedrijf? Klanten met meer financiële ruimte (zoals bedrijven) hechten wellicht meer waarde aan de inspanning van de advocaat en zijn daarmee eerder bereid om op basis van uurtarief te betalen. Ook dit blijkt niet het geval te zijn, want ook zakelijke klanten kiezen niet voor uurtarieven.

VAST TARIEF MAAKT NIET LUI

Het gevaar van een vast tarief is dat de advocaat niet alles uit de kast haalt om een goed resultaat te behalen. Daarom is een vergelijking van klanttevredenheid van klanten met een uurtarief dan wel een ander arrangement inzichtelijk. Alle klanten in de steekproef zijn in het voorjaar van 2011 telefonisch benaderd met de vraag of zij tevreden waren met de advocaat die zij via XS2Justice hadden ingeschakeld. Alle klanten die op dat moment nog te bereiken waren op hun contactgegevens ten tijde van de XS2Justice-aanbesteding bleken bereid om informatie te verstrekken over hun tevredenheid.

De resultaten van de tevredenheidsenquête zijn samengevat in tabel 3. De meeste klanten die via de XS2Justice-aanbestedingen een advocaat inschakelden, bleken achteraf tevreden tot zeer tevreden met de diensten van hun advocaat. Klanten die op basis van een uurtarief een advocaat betaalden waren niet significant meer tevreden dan klanten die hebben gekozen voor een offerte op basis van een vast of een gecombineerd tarief. Het traditionele argument dat uurtarieven tot betere prestaties leiden, wordt dus niet bevestigd door de tevredenheidsenquête.

De resultaten van de tevredenheidsenquête geven evenmin de indruk dat prijsconcurrentie tot kwalitatief slechte dienstverlening zou leiden. Merk op dat de gebruikelijke waarborgen van kwaliteit zoals kwalificatie-eisen en beroepsregels voor de advocatuur van toepassing zijn, ongeacht of XS2Justice de aanbesteding organiseert of de klant de advocaat rechtstreeks benadert. Het is ook goed mogelijk dat XS2Justice hierbij een aanvullende rol speelt door kantoren met een slechte reputatie niet toe te laten tot de aanbestedingen. XS2Justice heeft aanzienlijk meer

Tevredenheid klanten naar tariefstructuur, naar aantal klanten

TABEL 3

	Vast	Gecombineerd	Uur	Totaal
Niet tevreden	1			1
Voldoende	1	2	1	4
(Zeer) tevreden	6	9	4	19

informatie over de kwaliteit van advocaten dan de doorsnee-klant en heeft er ook alle belang bij dat deze geen steken laten vallen. De aanbestedingen zijn immers slechts een bijproduct van de dienstverlening van XS2Justice en de reputatie van XS2Justice als juridische dienstverlener staat ook op het spel.

CONCLUSIE

Aanbestedingen georganiseerd door juridische dienstverlener XS2Justice waarin advocaten direct met elkaar concurreerden, leverden veel andere prijsbiedingen op dan het standaard uurtje-factuurtje. Deze aanbestedingen bieden daarmee een unieke kans om de voorkeuren van klanten te onderzoeken. Het minst geliefde tarief blijkt het uurtarief. Deze bevinding ontkracht het argument dat uurtarieven in het belang van de klant zijn. De overheersing van deze tariefstructuur komt dus waarschijnlijk voort uit marktmacht van advocaten.

Deze studie illustreert de waarde van een platform als XS2Justice, en toont aan dat er ruimte is voor innovatieve oplossingen om vraag en aanbod beter bij elkaar te brengen zonder dat directe prijsconcurrentie tot een verslechtering van kwaliteit leidt. De overheid zou de ontwikkeling van zulke platforms verder kunnen stimuleren om advocaten scherper met elkaar te laten concurreren. Daarbij past wel de kanttekening dat veilingontwerp maatwerk is en dat een slecht ontworpen veiling desastreus kan uitwerken, bijvoorbeeld als scherpe concurrentie op de prijs ten koste gaat van de kwaliteit.

LITERATUUR

Felsö, F., S. Onderstal en J. Seldeslachts (2015) What clients want: choices between lawyers offerings. *DIW Berlin Discussion Papers*, 1460.

Hosmer Jr., D.W. en S. Lemeshow (2000) *Applied logistic regression*. Tweede editie. New York: Wiley.

Kritzer, H.M. (2009) Fee regimes and the cost of civil justice. *Civil Justice Quarterly*, 28(3), 344–366.