

# LEGAL **BUSINESS** WORLD

• Editie Nederland • Nummer 3 • 2018 • [www.legalbusinessworld.nl](http://www.legalbusinessworld.nl)

## Niche-kantoren hebben de 'artificial' toekomst

Door Mr. Alain Camonier

**Fraude, kan het ons ook overkomen?**

**Het merk-DNA als fundament voor commercieel succes**

**De opmars van de Legal Operations Expert**

**How to blog your way into business**

**Ervaring van een businesscoach in de advocatuur**

**Make them proud to be associated with your firm**

**How technology changes the legal profession**

## Business of Law



[www.legalbusinessworld.nl](http://www.legalbusinessworld.nl)



Werken bij

**Damsté**

ADVOCATEN | NOTARISSEN

## Wat voor advocaat wil jij worden?



Wegens uitbreiding van onze sectie Vastgoed en Overheid zijn wij op zoek naar nieuwe collega's. Heb jij meerdere jaren aantoonbare ervaring als advocaat in het civiele vastgoed, in het bijzonder in het bouwrecht en/of het aanbestedingsrecht? Of heb je zojuist je WO-opleiding Nederlands recht afgerond en heb je affiniteit met het algemeen verbintenissenrecht? Wie weet word jij dan wel onze nieuwe collega!

### **Ervaren advocaat bouw- en aanbestedingsrecht**

#### **Wat ga je doen?**

Je verleent juridische bijstand in de breedste zin van het woord op het gebied van het bouwrecht, huurrecht, koop en verkoop van panden, woningen en (agrarische) gronden en het aanbestedingsrecht. Ook schrijf je blogs over actuele onderwerpen voor onze website en geef je lezingen en workshops aan relaties.

#### **Waar kom je te werken?**

Onze sectie Vastgoed en Overheid is gevestigd in Enschede en bestaat uit negen ervaren advocaten, drie advocaat-stagiairs en 2 juridisch medewerkers. Wij zijn gewend om met elkaar te sparren en samen te werken, ook met andere secties binnen Damsté.

#### **Wat mag je van ons verwachten?**

We doen veel aan kennisontwikkeling, onder andere via ons eigen opleidingsinstituut Damsté Opleidingen en het geven van lezingen aan (potentiële) relaties. Onze medewerkers worden gewaardeerd om hun vakkennis en betrokkenheid. Er heerst bij Damsté een prettige en informele werksfeer. Je kunt rekenen op goede begeleiding en de nodige inhoudelijke uitdaging. Ga je bij Damsté werken, dan ontvang je een salaris afgestemd op je werkervaring, 25 vakantiedagen bij een volledige werkweek, een goede pensioenregeling en een mobiele telefoon van de zaak.

#### **Wie zoeken wij?**

Je bent een gedreven, ambitieuze en vindingrijke persoon. Daarnaast beschik je over uitstekende communicatieve eigenschappen en een groot verantwoordelijkheidsgevoel. Je woont in de regio Twente of bent bereid om hier naar toe te verhuizen.

#### **Geïnteresseerd in deze functie?**

Interesse in een van deze functies, neem dan contact op met **Anne Harperink**, manager personeel en organisatie (053 484 00 34) of solliciteer direct via mail: [harperink@damste.nl](mailto:harperink@damste.nl).

### **Advocaat-stagiair(s) civiel recht**

#### **Wat ga je doen?**

Naast het volgen van de Beroepsopleiding Advocatuur word je opgeleid op het gebied van het bouwrecht, huurrecht en het aanbestedingsrecht. Ook schrijf je, net zoals al onze collega's, over actuele onderwerpen voor onze website.

**Oprecht het best**

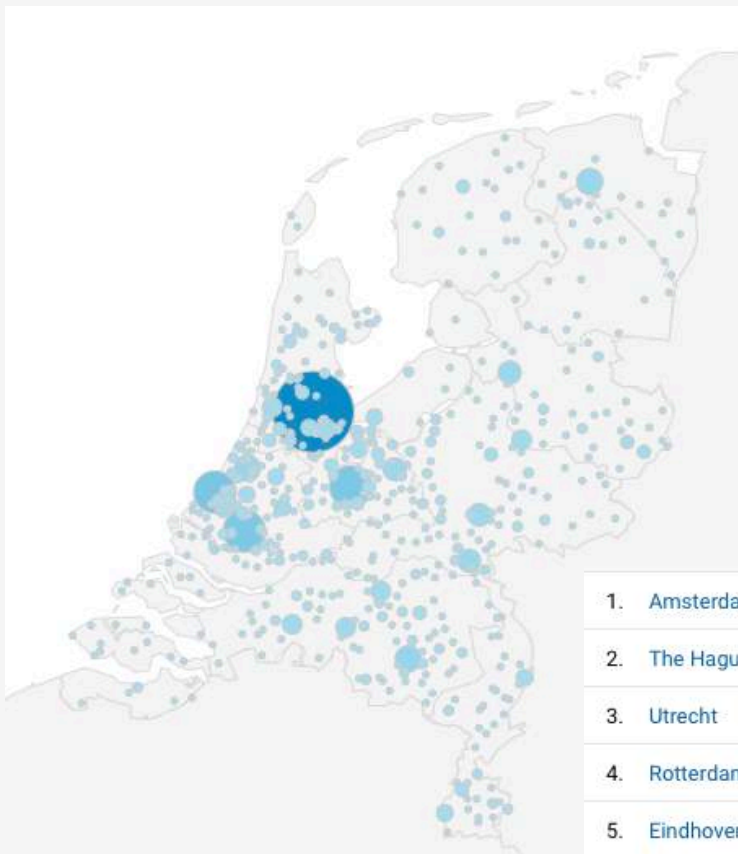
[www.damste.nl](http://www.damste.nl)

## Waar zitten de lezers van LegalBusinessWorld NL

Dit keer geen voorwoord maar een overzicht van waar onze lezers (Nederlandse versie van LegalBusinessWorld eMag) zich bevinden. Periode Q1 2018, N= 39,6K



1.	North Holland	27%
2.	South Holland	22%
3.	Utrecht	11%
4.	North Brabant	10%
5.	Gelderland	8%
6.	Overijssel	6%
7.	Limburg	5%
8.	Groningen	4%
9.	Friesland	4%
10.	Flevoland	3%



1. Amsterdam
2. The Hague
3. Utrecht
4. Rotterdam
5. Eindhoven

Hermen Veneberg  
Uitgever LegalBusinessWorld Nederland

## Uitgever

LegalBusinessWorld NL  
Hermen Veneberg  
Joek Peters  
hveneberg@igrowthlegal.com  
jpeters@igrowthlegal.com

## Redactie

LegalBusinessWorld redactie  
MBL Media

## Adverteren/Media advies

Capital Media Services B.V.  
mail@capitalmediaservices.nl  
024 - 360 77 10

## Design & Layout

LateNight studio's

## Algemene informatie

info@legalbusinessworld.nl  
©iGrowthLegal B.V.  
KvK 61819387

## LegalBusinessWorld™

LegalBusinessWorld NL  
[www.legalbusinessworld.nl](http://www.legalbusinessworld.nl)  
LegalBusinessWorld International  
[www.legalbusinessworld.com](http://www.legalbusinessworld.com)

eMagazine NL: 8 edities per jaar  
eMagazine Int: 10 edities per jaar



Cover: Mr. Alain Camonier



# Ploum groeit.

Kom jij bij ons werken? [Werkenbijploum.nl](http://Werkenbijploum.nl)

Werken bij Ploum betekent samenwerken met enthousiaste collega's binnen een succesvolle en inspirerende werkomgeving. Wij zijn duidelijk anders. En onze cliënten ervaren dat. We realiseren doelen met praktische oplossingen. Wij combineren onze vakkennis met praktijkervaring tot oplossingen die werken. Dat laatste kunnen we als geen ander. Het zit in ons DNA.

Heb jij het in je om volgens onze aanpak te werken? Bekijk de openstaande vacatures op [werkenbijploum.nl](http://werkenbijploum.nl)

**Ploum**   
Rotterdam Law Firm





## ARTIKELEN

- 7 Nichekantoren hebben de 'artificial' toekomst, Alain Camonier
- 18 Fraude, kan het ons ook overkomen? Robert Lamers
- 25 Positionering. Het merk-DNA als fundament voor commercieel succes, Barend van de Kraats
- 40 De opmars van de Legal Operations Expert, Johannes C. Scholtes

## INTERVIEW

- 36 How to blog your way into business, Leonie van der Grinten

## IN THE PICTURE

- 45 Ervaring van een businesscoach in de advocatuur, Julius Scholten

## THE FUTURE LAWYER

- 53 Make them proud to be associated with your firm, Vera de Boer
- 56 How technology changes the legal profession, Veerle Killan

## OVERIG

- 60 LegalTech Blog
- 61 Adverteerdersoverzicht



# CONFERENTIE

# Huurrecht Actualiteiten, van Privacy tot Blockchain

Noteer nu  
alvast in uw  
agenda!

Donderdag

**11 oktober 2018**

12.00 – 18.00 uur

Kasteel De Wittenburg, Wassenaar

In vervolg op een reeks succesvolle conferenties organiseren redactie en uitgever van het *Tijdschrift voor Huurrecht Bedrijfsruimte* op 11 oktober 2018 een conferentie met als thema: 'Huurrecht Actualiteiten, van Privacy tot Blockchain'. Er vinden plenaire sessies en workshops plaats waarin actuele ontwikkelingen worden toegelicht op belangrijke onderdelen van het huurrecht bedrijfsruimte.

Ter gelegenheid van dit congres wordt ook een geactualiseerde uitgave van het, voor de huurrechtpraktijk onmisbare, Handboek Huurrecht Bedrijfsruimte gepresenteerd.

Deelname is inclusief twee van de volgende workshops naar keuze.

**Workshop 1 | Kwalificatie**

Mw. mr. S. van der Kamp (*Dentons Boekel*)

**Workshop 2 | Franchise en goedkeuring afwijkende bedingen**

Mw. mr. K.M. Verdurmen (*Fort Advocaten*) en mw. mr. A. de Fouw (*Bricks Advocaten*)

**Workshop 3 | Faillissement en zekerheden**

Dhr. mr. D.M. van Geel (*Fort Advocaten*) en  
mw. mr. M. van Schoonhoven-Sloot (*Wintertaling*)

**Workshop 4 | Beëindiging van huurovereenkomsten**

Dhr. mr. A. van der Hilst (*Houthoff*) en mw. mr. I.C.K. Mol (*VMBS Advocaten*)

**Workshop 5 | Gebreken**

Mw. mr. J.M. Winter-Bossink en mw. mr. E.T. de Boer (*Houthoff*)

## Programma

12.00 - 13.00 u	<b>ontvangst en lunch</b>
13.00 - 13.15 u	<b>welkom</b> door mw. mr. A. Amiel
13.15 - 14.00 u	Mw. mr. M. Thijssen over <b>Huurrecht en Privacy</b>
14.00 - 15.00 u	<b>workshop ronde I</b>
15.00 - 15.30 u	pauze
15.30 - 16.30 u	<b>workshop ronde II</b>
16.30 - 17.00 u	Mw. mr. A.B. Schoonbeek over <b>Bitcoin en Blockchain in het Huurrecht</b>
17.00 - 18.00 u	<b>Afsluiting en borrel</b>

## Dagvoorzitter

Mw. mr. N. Amiel (*Houthoff*)

## Gast sprekers

Mw. mr. M.B.J. Thijssen

(*Hekkelman Advocaten*)

Mw. mr. A.B. Schoonbeek

(*CoLegal Advocatuur*)

## Prijs

€ 495 per persoon.

Abonnees op

het TvHB en

leden van de VHA

of VVJ: € 425.

Genoemde prijzen

zijn exclusief btw.

**Inclusief de  
herziene druk  
(t.w.v. € 65!)  
van het Hand-  
boek Huurrecht  
Bedrijfsruimte.**

## Opleidingspunten

In voorgaande jaren werd de conferentie door de Nederlandse Orde van Advocaten gehonoreerd met 3 opleidingspunten.

## Aanmelden

Voor aanmelden en meer informatie

kunt u zich wenden tot de heer

F. Meijer.

Tel. 0570 751225

Email: [info@denhollander.info](mailto:info@denhollander.info)

DEN HOLLANDER



UITGEVERIJ

Postbus 325  
7400 AH Deventer  
Telefoon 0570 751225  
E-mail: [info@denhollander.info](mailto:info@denhollander.info)

[www.denhollander.info](http://www.denhollander.info)





# Nichekantoren hebben de ‘artificial’ toekomst

Door mr. Alain Camonier, partner en eigenaar van Pallas Advocaten

Dat niche advocatenkantoren bestaansrecht hebben is anno 2018 een feit. Niet alleen in Nederland bestaan meerdere advocatenkantoren die zich bezighouden met een niche: bijvoorbeeld met arbeidsrecht, intellectueel eigendomsrecht, strafrecht, bank- en effectenrecht, verzekeringsrecht, ondernemingsrecht etc. Maar over de hele wereld zijn niche advocatenkantoren een trend en worden gezien als een serieuze speler binnen de advocatuur.

In het Verenigd Koninkrijk bestaan al sinds jaar en dag ‘boutique law firms’ (het Engelse equivalent van “niche advocatenkantoren”) en het Britse Legal Business Magazine kiest elk jaar zelfs een ‘Boutique Law Firm of the year’<sup>1</sup>. Ook in de Verenigde Staten bestaan dit soort lijstjes, waarbij niche advocatenkantoren in een ranking terechtkomen <sup>2</sup>.

Deze lijstjes zeggen niet per se veel over de kwaliteit en/of het specialisme van het kantoor, maar geven wel aan dat er veel niche advocatenkantoren bestaan en dat er veel aandacht voor is.

Als wij verder kijken in de wereld, blijkt dat in Australië het aantal niche advocatenkantoren groeiende is <sup>3</sup>. En ook in Azië groeit al sinds jaren het aantal 'boutique law firms'<sup>4</sup>. China, Hong Kong, Singapore en Zuid-Korea kennen allemaal het groeiende verschijnsel van de 'boutique law firms'<sup>5</sup>.

### **Boutique law firm/niche advocatenkantoor**

Wat is nu eigenlijk een boutique law firm of een niche advocatenkantoor? Wikipedia zegt hierover:

*“A boutique law firm is a collection of attorneys typically organized in a limited liability partnership or professional corporation specializing in a niche area of law practice. Although a general practice law firm includes a variety of unrelated practice areas within a single firm, a boutique law firm specializes in one or a select few practice areas. There may be some confusion as legal publications may refer to any small- or mid-sized firm as a boutique, though generally firms with fewer than 100 attorneys would count. Boutique should apply to those firms that focus on particular areas, regardless of size, though they are typically smaller, with exception to a few firms [...].”*

Uitgaande van deze definitie betreft een niche advocatenkantoor derhalve (1) een professioneel samenwerkingsverband van advocaten, (2) gespecialiseerd in een niche rechtsgebied en (3) waarbij grote van het kantoor minder relevant is.

### **Historie**

Vanuit de historie, zijn de huidige (Nederlandse) niche advocatenkantoren veelal opgericht door advocaten die hebben gewerkt bij een van de grote (Zuidas) advocatenkantoren. Omdat doorgroei bij het oude kantoor niet mogelijk was, en/of de ondernemerszin van de advocaten niet ten volle kon worden benut, werd besloten om alleen of met een aantal gelijkgestemden, een eigen kantoor op te zetten. De focus van een dergelijk kantoor was dan vaak het rechtsgebied, waarin deze advocaten al jarenlang werkten en ook hun netwerk hadden. Als 'unique selling points' werden dan veelal genoemd de hoge mate van gespecialiseerde kennis van de advocaten en van het kantoor, de toegankelijke tarieven en het persoonlijke contact met de advocaten c.q. partners van het kantoor.

### **Unique selling points**

Al deze genoemde argumenten van de niche advocatenkantoren zijn waar, onderscheidend en van toegevoegde waarde. De advocaten bij de nichekantoren kunnen vaak bogen op jarenlange ervaring in een bepaald specialisme, hebben hun hele kantoor ingericht om dat specialisme uit te kunnen oefenen (o.a. zakenpalet, bibliotheek, abonnementen, lidmaatschappen specialisatieverenigingen, publicaties en docentschappen allemaal binnen de niche) en nemen personeel aan met een bijzondere aandacht voor deze niche.

Omdat deze kantoren vaak een kleinere setting hebben en “enkel” hoeven te investeren in de bepaalde niche, zijn de overheadkosten beperkt in vergelijking met de grotere kantoren, hetgeen zich vertaalt in lagere tarieven, zonder te hoeven inboeten op kwaliteit.



De kleinere setting zorgt automatisch voor kortere lijnen, waardoor veel meer persoonlijk contact is, zowel binnen het kantoor, als met cliënten.

Deze unique selling points hebben derhalve gezorgd voor een eigen positie en een bestaansrecht van de 'boutique law firms' wereldwijd, naast de bestaande grote en middelgrote advocatenkantoren. In verband hiermee worden de niche advocatenkantoren vaak genoemd als concurrenten van de grote en middelgrote kantoren en het is geen uitzondering dat grote (en belangrijke cliënten) van de meer traditionele advocatenkantoren de laatste jaren zijn overgestapt naar niche advocatenkantoren.

## *'Nichekantoren niet meer vernieuwend en bijzonder'*

### **Anno 2018**

We kunnen nu alleen wel zeggen dat niche advocatenkantoren niet meer vernieuwend en bijzonder zijn, waar dat tien jaar geleden misschien nog wel het geval was. Anno 2018 is een specialisme binnen een advocatenkantoor goed (en misschien zelfs wel noodzakelijk), maar het bijzondere is ervan af en niemand kan ontkennen dat de verschillende secties van de grote(re) kantoren minimaal even goed gespecialiseerd zijn.

Er bestaat nog steeds een positief verschil in tarieven tussen de niche advocatenkantoren en de grotere advocatenkantoren, maar aan de andere kant zijn er ook niche advocatenkantoren die forse tarieven rekenen voor hun

hoge mate van specialisatie en er zijn grotere kantoren die werken met gedifferentieerde tarieven voor verschillend werk en verschillende specialismen.

Het persoonlijke contact bij de kleinere niche advocatenkantoren blijft vaak op een hoger niveau dan bij de grote kantoren. Maar ook hier zie je bij niche advocatenkantoren dat tegenwoordig een logische interne opbouw is ontstaan van stagiaires, medewerkers en partners, die weer leidt tot een meer traditionele vorm van contact met cliënten. Daarnaast is duidelijk dat grotere kantoren vaak beter zijn in multidisciplinaire zaken (bijvoorbeeld overnametrajecten), omdat dit soort zaken de niche overstijgen. Bij dit soort zaken moet met andere juridische disciplines nauw worden samengewerkt. Niche advocatenkantoren moeten dan met andere gespecialiseerde kantoren samenwerken, terwijl grote kantoren de verschillende disciplines in één huis hebben en de daar werkzame advocaten dus samenwerken met hun naaste collega's.

### **Boetiek**

Cliënten zijn goed op de hoogte van wat er speelt en schakelen tegenwoordig voor hetzelfde rechtsgebied vaak verschillende advocatenkantoren in. Soms zelfs naast elkaar.

Grote kantoren worden ingeschakeld voor zaken die meerdere rechtsgebieden bestrijken, voor zaken die zich in meerdere jurisdicties afspelen of waarvoor veel capaciteit nodig is. Of zelfs omdat de cliënt enkel met een grote bekende naam wil werken. Niche advocatenkantoren worden dan weer ingeschakeld als er juridisch gepuzzeld moet worden, conflict-situaties bestaan met het grote kantoor,

flexibiliteit gewenst is met specifieke wensen van cliënten, of met de kosten/financiën. Ondanks dat cliënten bij zowel grote advocatenkantoren als bij niche advocatenkantoren in veel gevallen hetzelfde kunnen kopen, is er bestaansrecht voor beide groepen. Wat dat betreft is de Engelse term ‘boutique law firm’ wel treffend: je koopt je zaken bij een boetiek of bij een groot warenhuis, al naar gelang je wensen en mogelijkheden op dat moment. Niemand vindt een warenhuis beter dan een boetiek, maar omgekeerd ook niet.

### *‘Flagshipstore van één bepaald merk’*

Als we dan toch een vergelijk maken met een boetiek in de winkelstraat. Let op: een ‘boutique law firm’ of een ‘niche advocatenkantoor’, dient niet verward te worden met een klein advocatenkantoor. De boutique law firm laat zich misschien beter vergelijken met de flagshipstore van één bepaald merk, dan met een gemiddelde boetiek in een gemiddelde winkelstraat: een goede zakelijke uitstraling, met aantoonbare specialisatie op hoog niveau, waarbij tevens een diepgaande kennis aanwezig is van het vakgebied van de doelgroep of de sector waarbinnen de dienstverlening zich uitstrekt. Om deze reden is de boutique law firm ook bekend met andere specialisten op aanpalende rechtsgebieden. En..., andere specialisten kennen en herkennen de boutique law firm ook als zodanig. De prijzen dienen concurrerend te zijn (en lager dan bij de grote kantoren) en de clientèle moet weten en aanvoelen dat flexibel gewerkt kan worden, zowel wat aanpak van een zaak betreft, wat betreft de menskracht die wordt

ingezet, als wat betreft de tarieven. Als deze flexibiliteit er is, is waarschijnlijk ook de kwaliteit van de (juridische) dienstverlening hoog, omdat de advocaten gewend zijn dat elke situatie vraagt om een bijzondere en eigen aanpak. Zelfs als het gaat om vergelijkbare zaken bij dezelfde cliënt; met gebruik van een modewoord, wordt de juridische dienstverlening op deze wijze derhalve als vanzelf: ‘agile’.

### **Toekomst van de juridische dienstverlening**

Bij het bovenstaande dienen we te beseffen dat de ontwikkeling van de juridische dienstverlening onverminderd hard doorgaat. Het is derhalve niet zo dat de status quo die thans is ontstaan tussen de grote kantoren en de nichekantoren een garantie biedt voor het voortbestaan van beide groepen advocatenkantoren. Verre van! De advocatuur staat voor een periode van snelle veranderingen, informatievloedgolven op het internet, technologische vernieuwingen met ‘artificial intelligence’ en nieuwe generaties juristen.

### *‘Google als grootste concurrent?’*

### **Beschikbare juridische informatie**

Er is nog nooit zoveel (juridische) informatie beschikbaar geweest als nu. Over tal van onderwerpen is op het internet veel diepgaande kennis te vinden. Als vanouds worden veel advocaten ingehuurd door de legal counsel van het bedrijf. Dit zijn ervaren juristen (niet zelden met een achtergrond in de advocatuur) die als geen ander weten hoe zij met beschikbare juridische informatie moeten omgaan. De tijd dat een advocaat werd geraadpleegd om



simpelweg aan juridische informatie te komen is voorgoed voorbij. Het gaat nu alleen om toepassing van deze informatie. Wat is de reden om een dure advocaat in te schakelen als de gewenste informatie online beschikbaar is: Google als grootste concurrent van de advocatuur.

## Legaltech

Daarnaast is legaltech in opkomst en is een aantal (internationale) advocatenkantoren zwaar aan het investeren in LegalTech om te kunnen voldoen aan de vraag van hun internationale clientèle. Op dit moment is bij legaltech veelal sprake van 'data analysis systemen' en 'accelerated contract drafters'. De eerste kunnen heel snel (juridische) data verwerken, zodat bijvoorbeeld due diligence trajecten sneller, effectiever en goedkoper kunnen worden uitgevoerd. De 'accelerated contract drafters' zijn systemen waarmee niet enkel simpele contracten kunnen worden gemaakt, maar ook ingewikkelde juridische constructies in contracten kunnen worden uitgewerkt. Deze producten zijn niet gemaakt om door leken gebruikt te worden, maar door bijvoorbeeld bedrijfsjuristen die zich met een specifiek onderdeel van hun bedrijf bezighouden. Door deze technologische producten valt niet de gehele noodzaak om externe advocaten in te schakelen weg, maar een groot gedeelte van het bulkwerk voor de advocatenkantoren (urenmachines voor de advocaat-stagiaires en advocaat-medewerkers) valt wel degelijk weg<sup>6</sup>.

Vanwege de verdere ontwikkeling en forse investeringen in legaltech bestaat zelfs de idee dat in de nabije toekomst slechts een beperkt aantal van vier of vijf mondiale advocatenkantoren in staat zullen zijn om de grote multina-

tionals wereldwijd van juridische informatie te voorzien. Simpelweg omdat deze advocatenkantoren voldoende hebben kunnen investeren in legaltech om zo aangesloten te kunnen blijven op de IT-systemen van hun grote internationale cliënten<sup>7</sup>. Indien sceptici zeggen dat dit wel zal meevallen, moeten zij naar de accountancy kijken, waarin dezelfde grote multinationals wereldwijd nu al slechts door vier accountskantoren gecontroleerd kunnen worden: de zogenaamde Big 4<sup>8</sup>. Alle andere accountantskantoren in de wereld zijn niet (meer) in staat om – wat betreft auditdiensten - aansluiting te krijgen bij de grote multinationals, met name ook vanwege de systemen.

## Een nieuwe generatie juristen

Een andere wijziging die komen gaat, is de opkomst van een nieuwe generatie juristen. Hiermee wordt niet zozeer bedoeld de HBO-juristen in Nederland, alswel juristen die een andere achtergrond hebben, bijvoorbeeld als gespecialiseerde IT-er.

## *‘Samenwerkingsvormen van advocaten met andere beroepsgroepen’*

Ook de samenwerkingsvormen van advocaten met andere beroepsgroepen zullen waarschijnlijk snel flexibeler worden.

Advocaten mogen thans alleen met andere advocaten, notarissen of belastingadviseurs op voet van gelijkwaardigheid samenwerken en ze kunnen (op bedrijfsjuristen die als advocaat alleen voor hun eigen werkgever optreden na) niet in loondienst werken bij niet-

LaGro  
Advocaten



Alphen aan den Rijn | Den Haag | Gouda | Woerden

**Vacature:** advocaat-medewerker/advocaat-stagiair voor de sectie Vastgoed en Overheid

## Draag jij bij aan de groei van La Gro?

Onze sectie Vastgoed en Overheid zoekt een beginnend advocaat-medewerker of gevorderd advocaat-stagiair met ambitie om door te groeien.

**Nieuwsgierig?** Kijk op [lagrolaw.nl/vacatureV&O](http://lagrolaw.nl/vacatureV&O)

Met ca. 30 advocaten zijn wij een middelgroot kantoor met een veelzijdige praktijk in onder meer het omgevingsrecht en vastgoedrecht. Wij adviseren (gemeentelijke) overheden, projectontwikkelaars, bouwbedrijven en woningcorporaties.

**Alvast kennismaken?** Ons team Vastgoed en Overheid drinkt graag een kop koffie met je.

**Contact:** mail naar [werkenbij@lagrolaw.nl](mailto:werkenbij@lagrolaw.nl) of bel met Brigitta van der Heijden (HR) 0172-503250.

**LODGE**  
ADVOCATEN

LODGE ADVOCATEN Breda,  
is op zoek naar een

GEVORDERD ADVOCAAAT-STAGIAIRE/  
ADVOCAAAT-MEDEWERKER

*Voor de strafsectie*

Interesse?  
Mail naar [Sneep@lodgelegal.com](mailto:Sneep@lodgelegal.com)



[www.lodgelegal.nl](http://www.lodgelegal.nl)

 **ConferenceCall.nl**

De eenvoudigste conference call dienst  
van Nederland.

- Vele advocaten gebruiken het -

Meer dan 100.000 gebruikers.

Inbelnummers in 70+ landen.

Gratis uw conferencecall opnemen.

Binnen 1 minuut geregeld.

Geen contract.

Geen file, geen reistijd.

Vraag uw gratis pincode aan en u kunt  
direct een conferencecall plannen.

[www.conferencecall.nl](http://www.conferencecall.nl)



advocaten. Dit volgt uit de Verordening op de advocatuur. In het Verenigd Koninkrijk heeft men echter al eerder ingezien dat het samenwerkingsverbod advocaten nodeloos in de weg zit. De Engelse toezichthouder heeft daarom een einde gemaakt aan het samenwerkingsverbod en een apart toezichtregime ingesteld voor kantoren, waarin advocaten met branchevreemde adviseurs samenwerken. Het gaat dan bijvoorbeeld om nieuwe combinaties van juridische diensten, ontwikkeld in samenwerking met bedrijfseconomen, financiële specialisten, ICT'ers en andere consultants. Deze kunnen dan wellicht ook risicodragend kapitaal aantrekken, wat huidige advocaten niet kunnen en niet mogen<sup>9</sup>.

*‘Waar moeten de nichekantoren van de toekomst dan rekening mee houden?’*

### **Niche advocatenkantoren van de toekomst**

De clientèle zal om bovenstaande redenen steeds meer van hun juridische dienstverleners gaan vragen, omdat cliënten als geen ander weten wat er mogelijk is en zij op hun beurt door hun klanten voor dezelfde uitdagingen wordt gesteld.

Dan blijft over het werk voor de minder grote bedrijven (wat overigens niet enkel het MKB is) en werk bij de grote bedrijven waar legaltech (en de uitvloeiselen daarvan) geen rol speelt. Logischerwijs zal dit best veel werk zijn, maar minder dan nu het geval is, omdat het eenvoudigere juridisch werk door de verdere opkomst van internet en de technologische vernieuwingen ook zal wegvallen voor

de externe advocaten. Daarnaast zal de resterende koek waarschijnlijk moeten worden verdeeld onder meer partijen dan nu het geval is. Zeker als in de nabije toekomst ook andere partijen toegang krijgen tot de advocatuur en/of de advocatuur zich gaat uitbreiden met andersoortigen (bijvoorbeeld met de informaticajuristen).

### **Nieuwe unique selling points voor de niche advocatenkantoren**

Dan komen we dus weer terug bij de ‘unique selling points’ voor de nichekantoren. De klassieke punten: de hoge mate van gespecialiseerde kennis, de toegankelijke tarieven en het persoonlijke contact, kunnen eigenlijk niet meer gelden als unique selling point. Dit zijn simpelweg de voorwaarden van het zijn van een niche advocatenkantoor.

Een algemeen unique selling point, waarmee de niche advocatenkantoren zich op dit moment ten positieve onderscheiden van de grote kantoren is het procesmonopolie: de proceservaring en de bereidheid een dagvaarding uit te brengen of beslag te leggen.

Hiernaast is het belangrijk om te beseffen dat de wezenlijke verschillen tussen mens en computer ook leiden tot unique selling points, die met name niche advocatenkantoren moeten koesteren:

- Kennis is niet hetzelfde als wijsheid
- Recht is niet hetzelfde als rechtvaardigheid

Oftewel, de menselijke maat kan ook in het recht het verschil maken, waarbij vertrouwen en ethiek (vraag expliciet wat de cliënt wil!) een grote rol speelt. Hoe meer het persoonlijke contact tussen de advocaat en de cliënt

wordt geoptimaliseerd, hoe meer winst valt te behalen uit de relatie en hoe beter samen een strategie kan worden uitgewerkt en uitgerold. Dan is het ook pas mogelijk om flexibel (of zo men wil: 'agile') te werken, zowel met betrekking tot het inhoudelijke juridisch werk, als met de kosten/financiën.

Duidelijke en transparante samenwerking met andere specialisten binnen de niche of sector (zowel nationaal, maar ook zeker internationaal) is ook een vereiste, mede om de juridische oplossingen te kunnen plaatsen binnen ontwikkelingen in de markt van de cliënt. En om het probleem van de cliënt ook echt te kunnen begrijpen, zeker als een deel van het probleem niet sec juridisch van aard is.

Last but not least, moeten ook niche advocatenkantoren meegaan met (technologische) veranderingen en hun ogen hiervoor niet sluiten. Beweeg mee met de markt, luister goed naar de wensen van de cliënten en pas daar de opbouw van het kantoor en de investeringen op aan!

---

Noten:

[1] <https://www.legalbusiness.co.uk/the-legal-business-awards/categories/boutique-law-firm-of-the-year/>

[2] Zie o.a. <https://abovethelaw.com/2016/07/the-best-midsize-and-boutique-law-firms-to-work-for/>

[3] <http://insight.thomsonreuters.com.au/posts/rise-of-specialty-law-firms>

[4] <http://www.asialegalbusiness.com/news/boutique-firms-gain-market-general-practices/58450>

[5] [http://www.legalbusinessonline.com/search?search\\_api\\_views\\_fulltext=boutique](http://www.legalbusinessonline.com/search?search_api_views_fulltext=boutique)

[6] Zie o.a. <http://www.legalweek.com/2018/04/24/half-of-londons-biggest-law-firms-believe-artificial-intelligence-technology-will-lead-to-job-cutbacks/>

[7] <https://thefuturesagency.com/wp-content/uploads/2013/04/The-Future-of-Law-Firms-ILTA-Legal-Technology-Future-Horizons-Final-Report.pdf>

[8] EY, PWC, Deloitte en KPMG.

[9] <https://fd.nl/opinie/1252865/nederlandse-orde-van-advocaten-gaat-strijd-tegen-innovatie-verliezen>



Lees het laatste nummer van LegalBusinessWorld International. [Klik hier voor de online versie](#). Voor de PDF versie gaat u naar de internationale [Bibliotheek](#)





# Call Care

Telefoonservice voor de advocatuur



Telefoonservice



Agendabeheer



Opvang Overflow

Wij werken voor +200 advocatenkantoren,  
kennen de juridische terminologie en werken discreet

Call Care Nederland | 010 – 280 3333 | [info@callcare.nl](mailto:info@callcare.nl) | [www.callcare.nl](http://www.callcare.nl)

## Beroepsaansprakelijkheid advocaten? HOOGSTE TIJD OM UW VERZEKERING TE UPDATEN!

Bij Nederlands grootste verzekeraar komt de beroepsaansprakelijkheid voor advocaten te vervallen per 1-1-2018. Hoogste tijd daarom om uw verzekering tegen het licht te houden. Ron Borgdorff biedt maatwerk in beroepsaansprakelijkheidsverzekeringen voor advocaten.

Ron Borgdorff is verzekeringsspecialist voor notarissen, advocaten en vrijgevestigde juristen. Ron kent de specifieke risico's van deze juridische beroepsgroepen. Met ruim 25 jaar ervaring staat hij borg voor een persoonlijk, gedegen advies op maat en korte lijnen.

### U wilt een financieel adviseur met verstand van **uw** zaken?

Neem contact op voor een afspraak.

[WWW.RONBORGdorff.NL](http://WWW.RONBORGdorff.NL)  
van Boetelaerlaan 24H  
3828 NS Hoogland



**RON BORGdorff**  
FINANCIEEL ADVISEUR VOOR  
NOTARIAAT & ADVOCATUUR



VERZEKERINGEN ZOWEL ZAKELIJK ALS PARTICULIER OA:  
BEROEPS- EN BEDRIJFSAANSPRAKELIJKHEID • GELD- EN FRAUDE  
• ARBEIDSONGESCHIKTHEID • RECHTSBIJSTAND • RECONSTRUCTIE

## TUZKAPAN | VAN DER LEE

ADVOCATEN

### WORD JIJ ONZE NIEUWE COLLEGA?

Tuzkapan Van der Lee advocaten is gevestigd in een sfeervol pand, op een prachtige locatie aan de Herengracht in Amsterdam. In onze praktijk richten wij ons met name op het echtscheidingsrecht, het strafrecht en de algemene civiele praktijk.

Wij zijn op zoek naar leuke, bevlogen collega's die zich bij ons willen aansluiten en samen met ons het kantoor verder vorm willen geven. Onze voorkeur gaat uit naar 1 of 2 advocaten met een eigen praktijk.

Wij bieden een collegiale werksfeer en uitstekende faciliteiten.

Heb je interesse? Neem dan contact met ons op voor een kennismakingsgesprek.



### INTERESSE?

Herengracht 141  
1015 BH Amsterdam  
020 - 723 55 00  
[tuzkapan@tladvocaten.nl](mailto:tuzkapan@tladvocaten.nl)

[www.tladvocaten.nl](http://www.tladvocaten.nl)

# WAT IS UW VISIE OP DE TOEKOMST VAN DE ADVOCATUUR?



Tom de Waard

"In de commerciële praktijk is het grootste gevaar af te drijven naar 'commodity' dienstverlening. Om waarde te kunnen blijven toevoegen en kwaliteit te behouden, moet de focus liggen op 'bet the company' zaken, d.w.z. zaken die bepalend zijn voor het lot van de onderneming.

Bij een boetiekkantoor gaat het om de kwaliteit van de persoonlijke dienstverlening door de individuele advocaat. Een ervaren cliënt weet immers voor iedere zaak het meest gekwalificeerde kantoor te kiezen."

[www.dewaardsinke.com](http://www.dewaardsinke.com)



Bram de Haas van Dorsser  
Jessica Niezen  
Sjoerd van der Velde

Founders Ovidius

"Het vakmanschap overtreft het materiaal" \*; zo omschreef Publius Ovidius Naso de bronzen deuren van het paleis van Apollo.

Ook als advocaat maak je met kennis en kunde het verschil. Sterker, advocaten met specialistische kennis hebben de toekomst.

Als dank voor zijn wijze raad, vierden wij recent de 2061e geboortedag van de naamgever van ons kantoor.

\* Metamorfosen II:5."

[www.ovidiuslaw.nl](http://www.ovidiuslaw.nl)



Gerard Tanja

"Voor sommige kantoren is de noodzaak tot internationalisering sterker dan voor andere. Het klantportfolio, de expertise en de positionering van een kantoor bepalen de mate en het belang van internationalisering.

In z'n algemeenheid neemt het belang van internationalisering voor NL-kantoren toe; een (groot) deel van deze activiteiten zal voor rekening komen van bestaande en nieuwe vestigingen van internationale kantoren."

[www.venturisconsulting.com](http://www.venturisconsulting.com)



Conchita van Rooij

"Door de overheid wordt er steeds meer op de gesubsidieerde rechtsbijstand bezuinigd. Ik kan mij zo voorstellen dat in de volgende eeuw de gesubsidieerde rechtsbijstand zal zijn vervangen door een ander stelsel, bijvoorbeeld een verzekeringsstelsel waarbij een ieder tegen een zeker bedrag verzekerd zal zijn voor rechtsbijstand."

[www.advocaatconchita.nl](http://www.advocaatconchita.nl)



## EEUWCONGRES 1918-2018

Deel uw visie op 25 september | Bussum

Meer informatie over deze pagina: [mail@capitalmediaservices](mailto:mail@capitalmediaservices) of bel 024-360 77 10





# REDBREAST

LITIGATION FINANCE

Als de kosten van de zaak het probleem zijn.

Redbreast financiert omvangrijke procedures in commerciële geschillen in binnen- en buitenland. Indien u zich afvraagt of een zaak in aanmerking komt, neem contact op met

Rein Philips op 085 822 63 80 óf mail naar [rein.philips@redbreast.com](mailto:rein.philips@redbreast.com).

**[www.redbreast.com](http://www.redbreast.com)**



# Fraude

Kan het ons ook overkomen?

Door Robert Lamers CFE, Head of partnership development Europe Association of Certified Fraud Examiners

De begrippen fraude en compliance zijn niet meer weg te denken uit ons dagelijkse leven. Iedere dag berichten diverse media over nieuwe incidenten, die het gevolg zijn van frauduleus handelen of niet-integer gedrag. Ethiek en dan vooral onethisch gedrag zijn steeds vaker onderwerp van discussie binnen bedrijven en organisaties. Ook het begrip 'dilemma's' doemt steeds vaker op. Bedrijven en organisaties worden steeds vaker, meestal onder de druk van de publieke opinie, gedwongen afwegingen te maken tussen financiële doelstellingen enerzijds en belangen en maatschappelijke verwachtingen anderzijds.

Fraude komt overal in de wereld en op ieder niveau binnen samenlevingen voor. In veel landen maken in onze ogen frauduleuze of onethische gedragingen volledig deel uit van normaal zaken doen.



Het is vaak dan ook niet meer dan normaal dat bijvoorbeeld ambtenaren moeten worden gefêteerd om een bepaalde opdracht binnen te halen. Ook wij worden iedere dag - bewust of onbewust - geconfronteerd met voorvallen die kunnen worden gelinkt aan fraude en compliance. Iedereen kan het slachtoffer worden van een fraudegeval, een poging tot omkoping of een andere vorm van onethisch handelen. Het is duidelijk dat frauduleus handelen niet alleen wordt gedaan door doorgewinterde criminelen. Bepaalde omstandigheden kunnen van iedereen een fraudeur maken.

### **Wat is nu eigenlijk fraude en hoe wordt iemand een fraudeur?**

Fraude is een containerbegrip. Zeer veel uiteenlopende gedragingen kunnen onder het begrip fraude vallen. Er zijn dan ook meerdere definities van het begrip fraude in omloop.

Een paar voorbeelden van definities zijn:

- 'Een opzettelijke handeling door één of meer personen waarbij misleiding wordt gebruikt om een onrechtmatige of onwettig voordeel te behalen.' (Anti Fraud policy)
- 'Opzettelijke misleiding om onrechtmatig voordeel te verkrijgen.' (OM Nederland)
- 'A knowing misrepresentation of the truth or concealment of a material fact to induce another to act to his or her detriment.' (Black' Law Dictionary and ACFE)

Uit deze definities blijkt al dat fraude op vele manieren en door uiteenlopende partijen kan worden gepleegd en dat door de fraudeurs voordelen worden behaald ten koste van anderen. Opzet en misleiding zijn kernbegrippen binnen alle definities. Het woord fraude vinden wij niet terug in ons Wetboek van Strafrecht en Burgerlijk Wetboek. Een fraude-

geval moet dan ook verbonden zijn aan de in het wetboek vermelde strafbare feiten, voordat het met succes aan de rechter kan worden voorgelegd. De meest voorkomende strafbare feiten die we aan het containerbegrip 'fraude' kunnen linken zijn: verduistering, valsheid in geschrifte, oplichting en bedrog, computervredebreuk en diefstal. Ten aanzien van corruptie en omkoping, witwassen en het financieren van terrorisme gelden aanvullende andere nationale en internationale wetten.

### **Interne Fraude**

Zoals aangegeven kan fraude verschillende verschijningsvormen aannemen. Een grove splitsing zou kunnen bestaan uit een verdeling in interne en externe fraude. We beperken ons in dit artikel tot interne fraude. Hieronder kan worden verstaan: 'Een opzettelijke handeling door één of meer personen binnen een organisatie of bedrijf waarbij misleiding wordt gebruikt om een onrechtmatig of onwettig voordeel te behalen'. Interne fraude wordt in de volksmond ook wel werknemersfraude genoemd. Deze vorm van fraude wordt dus gepleegd door werknemers en/of het management van een bedrijf of organisatie.

Interne fraude kent veel verschillende modus operandi, die afhangen van de positie die de fraudeur binnen een bedrijf bekleedt. Grofweg kan interne fraude in drie hoofdcategorieën worden onderverdeeld:

- Corruptie (corruption)
- Fraude met financiële verslaglegging (financial statement fraud)
- Diefstal/verduistering van bezittingen (asset misappropriation)

Onderzoek door verschillende accountants-

kantoren (waaronder PwC en KPMG) naar de omvang van fraude wijst uit dat deze drie vormen wereldwijd het meest voorkomen en grote schade veroorzaken. Een van de organisaties die eens in de twee jaar een survey houdt onder haar leden is de Association of Certified Fraud Examiners (ACFE). Deze internationale beroepsvereniging is actief in 160 landen en heeft ruim 80.000 leden. De ACFE houdt zich intensief bezig met de bestrijding van fraude en ander onethisch gedrag. De aanpak bestaat uit het wereldwijd opleiden en trainen van personen, bedrijven en overheden. Actuele kennis over fraude en compliance is noodzakelijk om fraude effectief te kunnen bestrijden. Anti-fraude en compliance professionals kunnen zich na het behalen van examens laten registreren als Certified Fraud Examiner (CFE). De ACFE werkt nauw samen met instellingen die dezelfde doelen nastreven. Hierbij kan worden gedacht aan de grote accountancyfirma's, maar ook overheden. De tweejaarlijkse survey die zij uitvoeren heet 'Report to the nations'. Het report van 2018 is gebaseerd op 2.690 echte zaken die betrekking hebben op aan het werk gerelateerde fraude, de zogenaamde 'occupational fraud'.

### *'Misbruik van bezittingen meest voorkomende vorm van fraude'*

Uit de survey blijkt dit jaar dat misbruik van bezittingen (asset misappropriation) de meest voorkomende vorm van occupational fraud is. Enige voorbeelden van asset misappropriation zijn het onttrekken van kasgeld nog voordat het bedrag is geregistreerd, het claimen van vervalste of fictieve declaraties, diefstal uit een magazijn of iets zeer actueels als het lekken van bedrijfsgeheimen.

Financial statement fraud kwam het minst vaak voor, maar leidde wel tot hogere schade per incident. Bij deze vorm van fraude kan worden gedacht aan het opvoeren van fictieve opbrengsten, het verbergen van verplichtingen of uitgaven, of het overwaarderen van bezittingen op een balans.

Ook corruptiegevallen komen op grote schaal voor. Hierbij kan worden gedacht aan gevallen van omkoping, afpersing of belangenverstremming. De media berichten vaak over dit type fraude of onethisch gedrag. Het volledige Report to the Nations 2018 bevat veel meer informatie en is te downloaden op <http://www.acfe.com/report-to-the-nations/2018/>



Een belangrijke vraag die ook in deze survey ter sprake komt, heeft betrekking op wie en waarom iemand besluit om te gaan frauderen. Bij occupational fraud betreft het dan ook nog eens vaak het plegen van een fraude bij de eigen werkgever.

Veel criminologen en psychologen hebben zich bezig gehouden met het uitvoeren van wetenschappelijk onderzoek naar de beweegredenen van een fraudeur. Een gangbare en wereldwijd geaccepteerde theorie over deze beweegredenen werd ontwikkeld en



beschreven door Donald. R. Cressey (1919-1987). Cressey deed onderzoek naar de verleidingen die werknemers aanzetten tot fraude, waarbij hij zich aanvankelijk richtte op verduistering. De kern van verduistering draait om het toe-eigenen van goederen, zaken of geld van een ander die men rechtmatig onder zich heeft.

Cressey's onderzoek leidde tot de navolgende hypothese:

'Trusted persons become trust violators when they conceive of themselves as having a financial problem which is non-shareable, are aware this problem can be secretly resolved by violation of the position of financial trust, and are able to apply to their own conduct in that situation verbalizations which enable them to adjust their conceptions of themselves as trusted persons with their conceptions of themselves as users of the entrusted funds or property'.<sup>1</sup>

Uit deze hypothese ontstond de 'fraudedriehoek':

#### *Kans*

Eén zijde van de driehoek heeft betrekking op de kans (perceived opportunity). Iemand moet de kans of gelegenheid hebben om onopgemerkt te handelen.

#### *Druk*

Een andere zijde beschrijft druk. Cressey beschrijft met name de financiële druk, die zo groot kan worden dat iemand besluit om de druk te verlichten door te gaan frauderen.

#### *Rationalisatie*

De laatste zijde van de driehoek heeft betrekking op rationalisatie. Iemand moet een

reden hebben om het foutieve gedrag goed te praten.

De combinatie van deze drie onderdelen leidt volgens Cressey tot frauduleus handelen. Het wegnemen van deze elementen binnen een onderneming kan dan ook al worden beschouwd als een preventieve maatregel. In door mij gegeven trainingen stel ik deelnemers altijd de vraag of er een situatie kan ontstaan, die je doet besluiten om te gaan frauderen. Op een enkele uitzondering na wordt de vraag bevestigend beantwoord. Iedereen kan zich door een bepaalde omstandigheid genoodzaakt voelen om over de grens te gaan. Dat over de grens gaan betekent dus dat er voldaan is aan de drie onderdelen van de fraudedriehoek.

Deze drie elementen zijn ook van belang bij het inrichten van preventie- en detectie maatregelen ter voorkoming van fraude. De drie onderdelen vormen ook de basis voor het vaststellen van zogenaamde 'red flags'. Red flags zijn signalen of indicaties die kunnen wijzen op mogelijke fraude. Er circuleren binnen organisaties vele lijsten met red flags. Ook zijn deze red flags vaak geïmplementeerd in geautomatiseerde systemen. Deze red flags heten dan vaak '(key) controls'.

De aanwezigheid van lijsten met red flags en (key) controls is echter ruim onvoldoende om een organisatie te beschermen tegen fraude. Een goed anti-fraude- en compliancebeleid bestaat uit meerdere onderdelen. Het is echter een vaststaand feit dat de mens een belangrijke rol speelt bij de detectie van occupational fraud.

Uit het Report to the Nations blijkt dat 40%

van de meldingen afkomstig was van tipgevers. Van deze tipgevers bleek ruim 50% werknemer.

Een goede organisatie op het gebied van anti-fraude en compliance kan niet zonder werknemers die op een gezonde manier getraind zijn in het signaleren en rapporteren van fraude. Omdat fraude overal binnen een organisatie kan voorkomen, is het zinvol om deze werknemers op sleutelposities te positioneren. Zij fungeren dan als de oren en ogen van de organisatie en kunnen anderen actief ondersteunen bij het detecteren van incidenten. Samenwerking tussen diverse afdelingen en disciplines draagt ook bij aan betere detectie en preventie.

### **Certified Fraud Examiner**

Om medewerkers binnen organisaties goed en efficiënt te trainen heeft de ACFE een breed scala aan opleidingen ontwikkeld. Zowel in een online omgeving als ook klassikaal en rekening houdend met verschillende kennisniveaus wordt praktische kennis over fraude en compliance bijgebracht. De bekendste opleiding leidt op tot de internationaal erkende titel Certified Fraud Exam-

iner (CFE). Deze persoonscertificering is voorbehouden aan professionals die hebben voldaan aan de exameneisen van de ACFE. De CFE-certificering wordt internationaal erkend als de opleiding voor de anti-fraude- en compliance professional. Sinds 2 jaar worden de klassikale trainingen ook in België en Nederland gegeven. Voor meer informatie kunt u contact opnemen met het [International Management Forum](#) (IMF). Zij zijn geaccrediteerd sole supplier voor deze opleiding namens de ACFE in de Benelux.

---

Noot:

[1] Donald R. Cressey, *Other People's Money* (Montclair: Patterson Smith, 1973) p. 30.

---

Robert Lamers is Head of partnership development Europe namens de Association of Certified Fraud Examiners (ACFE). Naast deze werkzaamheden verzorgt hij wereldwijd trainingen over de genoemde vakgebieden. Hij is verder Authorised Trainer voor de CFE Exam Review Course en eigenaar ROLAM Consultancy



BEHAAL NU HET INTERNATIONAAL ERKENDE CERTIFIED FRAUD EXAMINER (CFE) CERTIFICAAT!

# WAT IS UW VISIE OP DE TOEKOMST VAN DE ADVOCATUUR?



Joek Peters

"Het belang van de Business of Law als internationaal kennisgebied zal de komende jaren fors toenemen.

Ontwikkelingen op het gebied van nieuwe pricing en business modellen, HRM, Marketing & Sales en LegalTech zijn niet land of rechtssysteem gebonden. Juist door over de grenzen te kijken, te zien wat wel en niet werkt en waarom, vergroot de kans op eigen succes."

[www.legalbusinessworld.nl](http://www.legalbusinessworld.nl)



Sander van Essen

"In de toekomst wordt flexibiliteit steeds belangrijker. Door samen te werken ben je zo groot als je moet of wil zijn.

Samenwerking is een uitdagende en sterke keuze. Binnen Netlaw maken de kantoren deze keuze al bijna 30 jaar met succes."

[www.netlaw.nl](http://www.netlaw.nl)



Marco van der Ree

"Een leven lang leren. In deze snel veranderende tijd wordt verwacht dat we blijven op ons vakgebied en nieuwe vaardigheden aanleren.

De Universiteit Leiden biedt een heel breed cursusaanbod en specialisatietrajecten op elk vakgebied, voor beginnende en ervaren juristen. Daarmee is het Leids PAO één van de grootste aanbieders."

[www.paoleiden.nl](http://www.paoleiden.nl)



Rein Philips

"Ouderen vergeten dat Alice een robot is", lees ik in de krant. Vergeet de cliënt straks dat mr. Jansen een robot is? En mr. Jansen dat de cliënt een robot is?

Het zou kunnen. Vast heel efficiënt. Wij moeten het waardevolle zoeken dat ons van robots onderscheidt, en daaraan werken."

[www.redbreast.com](http://www.redbreast.com)



## EEUWCONGRES 1918-2018

Deel uw visie op 25 september | Bussum

Meer informatie over deze pagina: [mail@capitalmediaservices.nl](mailto:mail@capitalmediaservices.nl) of bel 024-360 77 10



FENK advocaten is een nieuw advocatenkantoor. Wij zijn er voor ondernemers, in de breedste zin van het woord, en zitten in Apeldoorn. We zijn transparant en gaan eerst een goed gesprek aan. Zo weten we wat we aan elkaar hebben. Met jaren aan ervaring is onze specialistische kennis groot en leveren we topkwaliteit. Bij FENK advocaten weet je altijd waar je aan toe bent.

### REAGEREN

Is deze functie jou op het lijf geschreven? Reageer dan per e-mail met je cv en motivatie. Stuur dit naar [vacature@fenk.nl](mailto:vacature@fenk.nl)

### CONTACT

Voor meer informatie over de functie bel je met Frank Feenstra via 06 11 01 29 17 of 088 - 200 93 10 of per mail via [feenstra@fenk.nl](mailto:feenstra@fenk.nl)

### FUNCTIE

We zoeken een doortastende advocaat-medewerker ondernemingsrecht. Dus heb jij grote affiniteit met ondernemers? Snap je hun drijfveren en manier van denken? Dan ben jij onze m/v. Je krijgt energie van de meest uiteenlopende zaken en met je inhoudelijke kijk op de zaak blijf je verrassen. Je bent creatief en vindt oplossingen die lef vereisen. Jij bent communicatief, een echte teamspeler. Je stelt prioriteiten, zet graag een extra stap om jouw cliënten verder te helpen, maar vergeet ook je privéleven niet.

### JIJ...

- hebt ongeveer zes jaar ervaring
- hebt gedegen vakkennis (waaronder Boek 2, 3 en 6 BW)
- hebt bij voorkeur een voorliefde voor het insolventierecht
- straalt passie voor ondernemingsrecht uit
- bent analytisch, leergierig en hebt flinke ambities
- hebt een commerciële en klantgerichte instelling
- bent ondernemend en marktgericht
- wil FENK advocaten echt op de kaart zetten

### WIJ...

Bieden een dynamische werkomgeving met informele werksfeer. Heb je goede ideeën? Laat ze horen. Je krijgt alle ruimte om je op juridisch en persoonlijk vlak te blijven ontwikkelen.

Een balans tussen werk en privé is niet altijd eenvoudig in de advocatuur. Bij FENK advocaten vinden we daarom moderne arbeidsvoorwaarden erg belangrijk. In een goed gesprek leggen we graag uit wat we daar onder verstaan.

## Eldermans | Geerts

Eldermans | Geerts is een nichekantoor dat zich richt op de juridische ondersteuning van zorgprofessionals en zorginstellingen. Een bewuste keuze, waardoor Eldermans | Geerts een uniek advocatenkantoor in Nederland is.

Eldermans | Geerts biedt een breed dienstenpakket voor zorgprofessionals en zorginstellingen, van civiel recht tot bestuursrecht. De advocaten van het kantoor verlenen bijstand op in de zorgsector relevante juridische terreinen als aanbesteding, arbeid, vastgoed, mededinging, materiële controles, governance, privacy, geschillen met toezichthouders, fusies en overnames. Daarnaast treedt Eldermans | Geerts op in de relatie tussen zorgaanbieders en financiers, zoals verzekeraars en gemeenten. Eldermans | Geerts wil de komende jaren doorgroeien om nog meer te specialiseren en flexibeler in te spelen op ontwikkelingen in de markt.



### WIJ ZOEKEN EEN ERVAREN ADVocaAT MET DE AANDACHTSGEBIEDEN ARBEIDSRECHT EN PROCESRECHT, NAAST DE ALGEMENE PRAKTIJK.

Je werkt nauw samen met een hecht team van bevlogen collega's in een informele sfeer. Je werkt met name voor zorgprofessionals en zorginstellingen.

Voor ons zijn belangrijke eigenschappen:

- Ambitie om zowel juridisch als persoonlijk te blijven ontwikkelen (het volgen van een specialisatie opleiding behoort tot de mogelijkheden)
- Communicatieve vaardigheden, zowel mondeling als schriftelijk
- Maatschappelijke betrokkenheid
- Affiniteit met of belangstelling voor de zorgsector

**BELANGSTELLING?** Stuur dan sollicitatie met CV aan [berloo@eldermans-geerts.nl](mailto:berloo@eldermans-geerts.nl)

**MEER WETEN?** Bel of mail met:

Karik van Berloo: 030 - 239 33 86 | 06 - 53 94 35 65 | [berloo@eldermans-geerts.nl](mailto:berloo@eldermans-geerts.nl) of Lex Geerts: 030 - 239 33 90 | 06 - 11 45 46 96 | [geerts@eldermans-geerts.nl](mailto:geerts@eldermans-geerts.nl)



# Positionering

## Het merk-DNA als fundament voor commercieel succes

Door Barend van de Kraats, associate partner bij The Alignment House

In een eerder [artikel](#) schreef ik over de succesfactoren voor effectief key accountmanagement. De eerste – en wellicht belangrijkste – succesfactor is dat de strategische basis goed op orde moet zijn. Dat betekent primair dat het kantoor moet beschikken over een relevante, onderscheidende en organiserende positionering in de markt. Maar hoe krijgt u dat voor elkaar?

De basis op orde betekent dat u zonder al te lang nadenken antwoord moet kunnen geven op een drietal hoofdvragen: 1. Wat is onze ambitie? 2. Hoe sluiten we op onderscheidende wijze aan bij de behoeften van onze (potentiële) klanten, (potentiële) medewerkers en andere belanghebbenden? 3. Wat zijn onze kernkwaliteiten en waar ligt onze kracht?

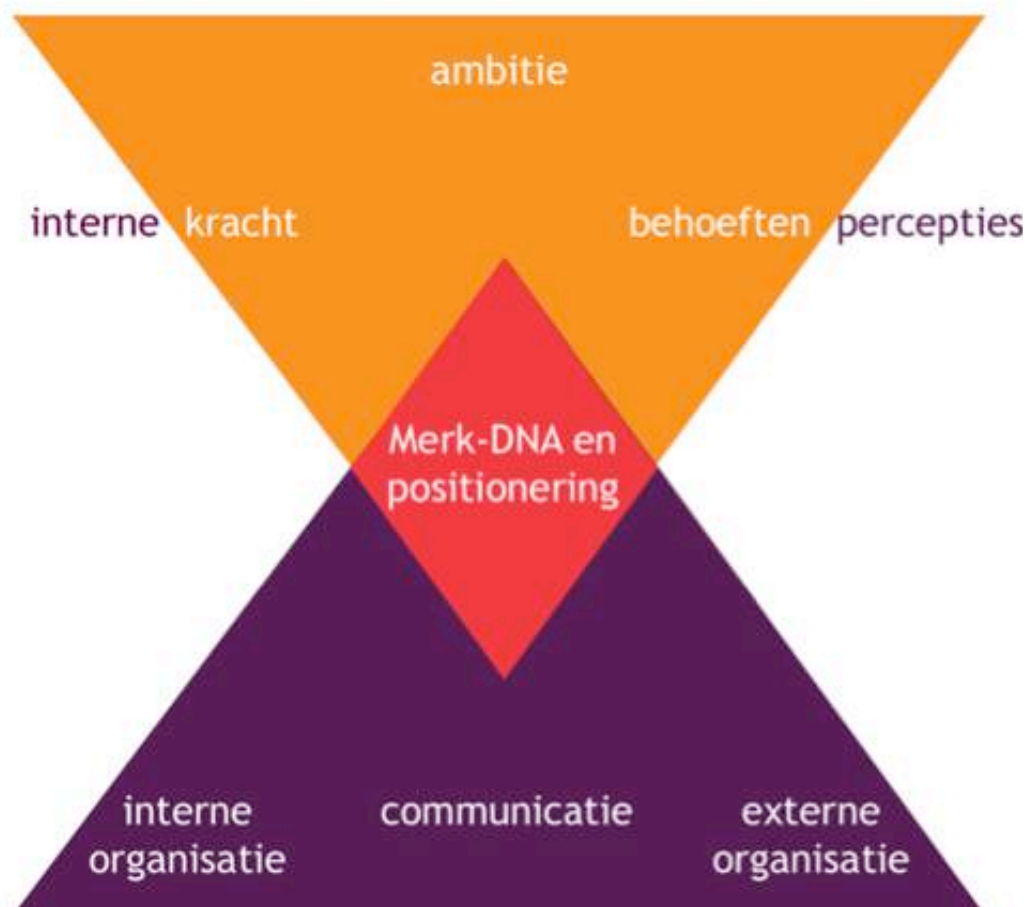


Wanneer deze drie hoofdvragen duidelijk zijn beantwoord, kunt u een relevante en onderscheidende positionering definiëren, die niet alleen een stevig fundament legt onder succesvol key accountmanagement, maar ook onder bijvoorbeeld de marketingcommunicatie, business development, de ontwikkeling van de interne kantoororganisatie en de wijze waarop de organisatie zich extern organiseert, bijvoorbeeld in de samenwerking met partners.

Door gebruik te maken van de Beacon Alignment Methodiek is het mogelijk om de drie hierboven genoemde kernvragen op gestruc-

tureerde en vooral samenhangende wijze te beantwoorden. De methode kan grafisch weergegeven worden als een zandloper (zie onderstaande figuur).

Ambitie, (interne) kracht, relevantie en onderscheid door aan te sluiten bij de behoeften van klanten, leiden in samenhang tot de positionering en het merk-DNA. Deze geven vervolgens de focus om te komen tot een optimale inrichting van de interne en externe organisatie – waaronder key accountmanagement en business development – en communicatie. Laten we eens uitgebreider ingaan op elk van de drie strategische kernvragen.



*Figuur 1*



## Ambitie

Het formuleren van het antwoord op de eerste vraag, ‘Wat is onze ambitie?’ is een cruciale, maar vaak ook pittige opgave. Dat heeft alles te maken met de partnerstructuur die in de advocatuur nog altijd dominant is. Partners weten vaak prima wat de eigen ambitie is en wat ze willen bereiken met de eigen praktijkgroep. Vervolgens wordt gekeken of vanuit deze deelambities een gemeenschappelijke ambitie geformuleerd kan worden. Lukt dat, dan is dat mooi. Lukt dat niet, dan wordt dat niet altijd als een hele grote ramp gezien terwijl daarmee wel kansen blijven liggen. Het kantoor blijft dan een verzameling individuen zonder gemeenschappelijk doel. Hoewel in de advocatuur individuele kwaliteiten doorgaans de doorslaggevende factor zijn, zal een advocaat met een sterk merk achter zich, zich nog sterker kunnen profileren en succesvoller kunnen zijn in acquisitie.

*‘Het hebben van een visie en missie is van invloed op commerciële prestaties’*

Het beschikken over een gezamenlijk gedefinieerde ambitie, zoals in de vorm van een visie (het vormen van een helder beeld van de ‘wereld van morgen’) en missie (de rol die de organisatie wil spelen in die wereld) heeft – anders dan wel eens wordt gedacht – wel degelijk invloed op de commerciële prestaties van een bedrijf. Bedrijven die een sterke positionering hebben, gebaseerd op een gedeelde visie en missie, en werken vanuit een strategische bedrijfsvoering, laten meer groei zien dan bedrijven die dat niet doen. Wanneer bedrijven hun ambities en

doelstellingen actief communiceren, is de groeipotentie zelfs nog hoger.

Het commercieel en strategisch belang van een gemeenschappelijke ambitie lijkt evident, maar toch is het niet altijd vanzelfsprekend. In maatschappen – en misschien wel bij advocatenkantoren in het bijzonder – is de rol van het leiderschap om te komen tot een gezamenlijke ambitie niet te onderschatten. In tegenstelling tot veel andere bedrijven heeft de directie of het dagelijks bestuur in een advocatenkantoor geen formele, hiërarchische autoriteit. In de praktijk zie ik dan ook dat advocatenkantoren die wél succesvol zijn met een gezamenlijke profilering, vaak een dagelijks bestuur (DB) hebben met leden met veel persoonlijk gezag en invloed en die als team goed samenwerken.

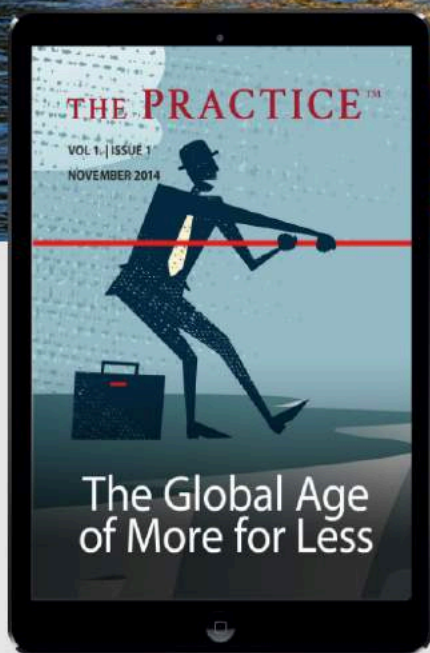
Het definiëren van een stevige ambitie, gestoeld op een heldere visie en missie, is niet iets voor een achternamiddag, als laatste agendapunt op de reguliere partnersvergadering. De ambitie van het kantoor gaat namelijk over de beantwoording van essentiële vragen zoals ‘Hoe zien wij de toekomst, de wereld van morgen?’ (de visie van het kantoor) en ‘Welke rol willen wij spelen in die wereld van morgen?’ (de missie van het kantoor).

Pas als de eigen positie bepaald is, kunt u op overtuigende wijze opereren in de markt en klanten, medewerkers en andere belanghebbers aan u binden.

## Onderscheidend en relevant

Menig advocaat zal de volgende vraag hebben gehad na het geven van een pitch: “Duidelijk verhaal, maar waarom zou ik nu juist voor jullie kantoor moeten kiezen?” →

Where academic research and  
practical advice come together



*The Practice* is a unique digital magazine that takes cutting-edge, empirical research on the global legal profession and makes it accessible to busy practitioners.

To learn more, visit [theppractice.law.harvard.edu](http://theppractice.law.harvard.edu)



HARVARD LAW SCHOOL  
Center on the Legal Profession

Deze vraag direct kunnen beantwoorden is van doorslaggevend belang voor het succesvol afronden van de pitch. Als u weet wat de relevantie van uw dienstverlening is voor de klant en als u weet waarin het eigen kantoor zich onderscheidt van alternatieven, heeft u de basis voor een goed en helder antwoord te pakken.

Onderscheidenheid is een lastig element, zeker in de juridische dienstverlening. Er zijn zoveel goede juristen en voor potentiële opdrachtgevers lijkt het vaak niet uit te maken of ze nu voor de ene of de andere jurist kiezen. Profilering op zuiver en alleen juridisch inhoudelijke argumenten (tenzij u dé erkende expert bent op een bepaald gebied) is dan vaak ook niet de beste manier om klanten te overtuigen. In de praktijk is de juridische expertise een *conditio sine qua non*, andere elementen waaronder niet in de laatste plaats de ‘professionele klik’ op basis van visie, aanpak en imago, geven de doorslag.

*‘Business van bestaande klanten is niet vanzelfsprekend’*

Onderscheidenheid is van belang, maar is niet het doorslaggevende punt voor opdrachtgevers. Wat de klant echt bezighoudt is de relevantie van uw dienstverlening: Welke problemen lost u op, welke voordelen kunt u brengen, wat is kortom uw toegevoegde waarde voor de opdrachtgever? Daarvoor is het van belang dat u goed inzicht hebt in de klant, in zijn wensen, behoeften en problemen. Vooral bij bestaande klantrelaties bestaat het risico om kansen te laten liggen. De business van

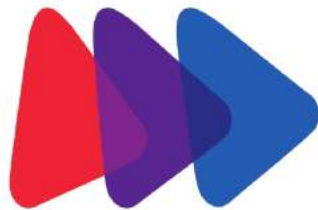
bestaande klanten wordt maar al te vaak als vanzelfsprekend beschouwd. Een misvatting, want behoeften kunnen veranderen en concurrenten liggen op de loer om uw klant te bedienen. Gestructureerd business development en key accountmanagement, inclusief market & customer intelligence, is dan ook een adequaat middel om goede aansluiting te krijgen en te houden bij klanten.

Het gaat dus om onderscheid en relevantie, maar soms wordt nog wel eens gedacht dat het kantoor uniek moet zijn. Naast dat het vrijwel onmogelijk is om uniek te zijn – letterlijk: ‘als geen ander’ – is dat ook niet iets wat klanten echt interesseert. De relevantie voor de klant staat voorop, en de mate waarin u onderscheidend bent kan dat versterken.

#### **Interne kracht: kernkwaliteiten**

Een paar jaar terug sloeg een Zuidas kantoor de plank mis met een advertentiecampagne, waarin een opa figureerde die zijn kleindochter niet meer had gezien sinds ze was afgestudeerd en aan het werk is. Maar, en dat moest troost bieden: ze werkt wel bij het kantoor! Het was bedoeld als een knipoog en moest de aandacht vestigen op het belang dat het kantoor zegt te hechten aan een goede werk-privébalans. De buitenwereld zag dat echter anders. Het Zuidas kantoor was zich klaarblijkelijk onvoldoende bewust van haar imago – en dat van de advocatuur in het algemeen – en bevestigde hiermee onbedoeld juist één van de minder gewaardeerde aspecten van werken bij een advocatenkantoor: de vermeende lange dagen en een continue worsteling met de balans werk-privé. De buitenwereld zag het bieden van een goede werk-privébalans blijkbaar niet als een kernkwaliteit van dit Zuidas kantoor. —→





## JUSTION ADVOCATEN

Justion Advocaten is een ambitieus, middelgroot advocatenkantoor met vestigingen in Rotterdam, Middelburg en Terneuzen. Kwaliteit en service tegen een betaalbare prijs staan bij ons centraal. Justion hecht aan een open en persoonlijke relatie met haar cliënten. Justion hecht ook aan een goede werksfeer waarin mensen worden gestimuleerd om het beste uit zichzelf te halen met oog voor balance in life!

Vanwege groei van onze drie vestigingen, zoeken wij voor onze locaties te:

### Rotterdam

- (Ervaren) advocaat-medewerker M/V ondernemingsstrafrecht
- (Vergevorderd) advocaat-stagiair M/V ondernemingsstrafrecht

Telefoon: 010 – 440 31 00 (mr. Mayke Goris)

- Juridisch medewerker M/V ondernemingsrecht en huurrecht

Telefoon: 010 – 440 31 00 (mr. Joke Mikes)

### Middelburg

- (Ervaren) advocaat-medewerker M/V ondernemingsrecht / personen- en familierecht / erfrecht / estateplanning
- Juridisch medewerker M/V ondernemingsrecht / personen- en familierecht / erfrecht / estateplanning

Telefoon: 0118 – 623 719  
(mr. Jolanda van Koeveringe-Dekker)

- Juridisch medewerker M/V overheids(aansprakelijkheids)recht

Telefoon: 0118 – 670 010 (mr. Jan Jacobse)

### Terneuzen

- Juridisch medewerker M/V ondernemingsrecht

Telefoon: 0115 – 613 175 (mr. Matthijs Hoekstra)

Per e-mail: [werkenbij@justionadvocaten.nl](mailto:werkenbij@justionadvocaten.nl)  
Website: [www.justionadvocaten.nl](http://www.justionadvocaten.nl)

De interessante vraag die dan opkomt: is het bieden van een goede werk-privebalans nu wel of niet een kernkwaliteit van een advocatenkantoor? Stel nu eens dat een goede werk-privebalans eigenlijk helemaal geen kernkwaliteit is. Dan is een campagne, waarin u benadrukt dat dat wél zo is, bij voorbaat kansloos. Potentiële medewerkers prikken daar gelijk doorheen, of ze komen er wel achter als ze zich voorbereiden op hun sollicitatiegesprek en met mensen gaan praten. Of ze komen er pas achter als ze aan de slag zijn en dan ligt er een bijna onmogelijke opgave op het gebied van employee retention.

Voor een kantoor is het dus van belang om te weten wat de kernkwaliteiten zijn, waar de interne kracht ligt. Maar het is net zo van belang om te weten waar u juist niet sterk in bent. Als u ergens niet goed in bent, maar u zou het wel willen zijn – een gewenste kernkwaliteit – dan is het zaak om eerst die kernkwaliteit te ontwikkelen. Pas daarna kunt u er effectief over communiceren. In de praktijk is dit voor veel bedrijven – en zeker niet alleen voor advocatenkantoren – een grote valkuil, waardoor de belofte in de communicatiecampagne in de praktijk niet wordt waargemaakt. Overigens geldt dit net zo goed voor persoonlijke contacten en de samenwerking op de opdracht.

### **Positionering als focuspunt: merk-DNA**

Nu we de drie strategische kernvragen hebben beantwoord, kunnen we overgaan tot de formulering van de positionering van het kantoor. U zult merken dat het definiëren van een eigen, authentieke positionering volgt uit de inzichten die zijn verkregen door de drie kernvragen te beantwoorden en op basis daarvan keuzes te maken. Vaak wordt de

positionering vastgelegd in de vorm van een positioneringsstatement. Het statement is daarmee een tastbare uitkomst van het hierboven beschreven positioneringsproces: een kernachtige zin die de positionering van het kantoor – of beter: het merk – kernachtig weergeeft.

### *‘Het realiseren van klantvoorkeuren en klanttrouw’*

Vanuit hier kan ook de slag gemaakt worden naar het merk-DNA. Het merk is het belangrijkste middel ter identificatie van de gekozen positionering. Waarvoor staat het kantoor nu feitelijk? Welke associaties hebben klanten met de naam van het kantoor? En klopt dit met wat de klanten in de praktijk ervaren, in persoonlijke contacten met advocaten, als ze ontvangen worden op kantoor, of als ze de website bezoeken? Door het merk-DNA bent u in staat om klantvoorkeuren en klanttrouw te realiseren, omdat klanten zich op emotioneel en op waardenniveau met het kantoor verbonden voelen. Advocatenkantoren met een sterk merk-DNA zullen zelden hoeven te pitchen op prijs, maar hoeven ‘slechts’ het positieve beeld dat de potentiële klant heeft te bevestigen.

Kritische gesprekspartners poneren weleens de stelling dat merk-DNA typisch iets is voor de consumentenmarkt en in de zakelijke dienstverlening – en in het bijzonder de advocatuur – eigenlijk geen rol speelt. In de advocatuur zou het toch vooral gaan om de (vertrouwens-)relatie en de juridisch inhoudelijke expertise. Hoewel het ontegenzeggelijk belangrijke factoren zijn, geeft een sterk merk wel degelijk een voorsprong. →

De Big 4 accountantskantoren, de grote advocatenkantoren en consultancyfirma's zoals McKinsey krijgen niet zelden een opdracht omdat hun logo op het rapport extra overtuigingskracht heeft.

### De vraag is uiteraard: hoe creëert het kantoor een sterk merk-DNA?

In essentie gaat het om een vijftal stappen, waarbij invulling wordt gegeven aan de vijf elementen van het merk-DNA, te weten:

1. De intrinsieke waarde
2. De instrumentele waarde
3. De functionele waarde
4. De emotionele waarde
5. De eindwaarde

1. De intrinsieke waarde is direct gerelateerd aan de activiteiten van het kantoor. De hamvraag die hier beantwoord moet worden, is: wat zijn we? In het geval van een advocatenkantoor kan het antwoord zijn: aanbieder van juridische oplossingen. De intrinsieke waarde maakt het voor de klant meteen duidelijk waarmee hij te maken heeft. Net

zoals Heineken een Nederlands bier is, IKEA betaalbare designmeubelen aanbiedt, zo kan een advocatenkantoor innovatief juridisch advies geven als intrinsieke waarde.

2. De instrumentele waarde binnen het merk-DNA relateert aan de onderscheidende eigenschappen van het kantoor. Ze geven aan vanuit welke overtuiging en instelling de dienstverlening wordt gerealiseerd. Een kantoor dat zich positioneert als innovatieve juridische dienstverlener zal in de praktijk waarschijnlijk inhoud geven aan instrumentele waarden zoals creatief, onafhankelijk, intellectueel en hardwerkend.

3. De functionele waarde heeft betrekking op de rol die het kantoor voor belanghebbenden, haar klanten in het bijzonder, heeft. De functie van bijvoorbeeld een bioscoop is (onder andere) ontspanning, de functie van een kerkgemeenschap is bijvoorbeeld zingeving. Voor een advocatenkantoor zullen zekerheid of risicobeheersing belangrijke functionele waarden kunnen zijn.



Figuur 2: Het merk-DNA 'web'



4. Op het niveau van de emotionele waarde kan daadwerkelijk onderscheid worden gemaakt en een voorkeurspositie in het brein van de klant worden verworven. Krijgt de klant door met het advocatenkantoor te werken een 'goed gevoel'? Waar op intrinsiek, instrumenteel en functioneel waardenniveau de rationale nog overheerst, komen we hier meer op het emotioneel en intuïtieve niveau. Een belangrijke emotionele waarde voor een advocatenkantoor kan zijn dat de klant 'oprechte interesse' ervaart, of merkt dat er sprake is van 'waarachtige verbinding'.

5. De eindwaarde is de lakmoesproef voor het merk-DNA. Hierbij is de vraag in hoeverre het kantoor bijdraagt aan de zaken die echt belangrijk zijn voor een persoon of organisatie. Eindwaarden zijn bijvoorbeeld geluk, onafhankelijkheid, rijkdom en gezondheid. Wanneer een klant het gevoel heeft dat het kantoor bijdraagt aan het (blijvend) realiseren van deze eindwaarden, dan ontstaat een langdurige en wederzijds bevredigende zakelijke relatie.

Het merk-DNA kan op een krachtige manier visueel worden weergegeven door het merk-DNA 'web' (zie figuur 2). In één figuur wordt de essentie van het merk samengevat, dat daarmee zowel intern - voor de advocaten en accountmanagers - als extern - voor klanten en andere belanghebbenden - de focus haarscherp houdt. Naast het positioneringsstatement is het merk-DNA een helder baken dat in de dagelijkse praktijk vorm gegeven kan worden.

#### **Tot slot**

Een heldere positionering en het merk-DNA biedt een sterk fundament voor commercieel

succes. Positioneren is in essentie het kiezen van een 'breinpositie': door een heldere positionering ontwikkelen cliënten een voorkeur voor úw kantoor en kijken verder dan alleen de prijs. De positionering biedt vervolgens een richtinggevend baken voor het inrichten van communicatie, de interne en de externe organisatie.

Door de positionering steeds voor ogen te houden, kan de gekozen strategie succesvol geïmplementeerd worden. Een scherpe focus is dan ook niet alleen van belang voor effectief key accountmanagement, maar het werkt ook organiserend voor – onder andere - succesvolle communicatie, marketing en sales en business development.

---



Hoe uw  
woorden (niet)  
kracht bij te  
zetten

[Lees hier hoe ...](#)

Barteld Spandaw



## Masters in Investigation

Spandaw Consultancy Group is een recherchebureau dat zich richt op Onderzoek, Integriteit en Security Risk Management. U kunt bij ons onder andere terecht met vragen over veronderstelde fraudezaken (alimentatie, verduistering, contractbreuk) met een zakelijke achtergrond of die de persoonlijke levenssfeer raken.

Neem vrijblijvend contact met ons op voor advies in uw casus.

[www.spandawconsultancygroup.nl](http://www.spandawconsultancygroup.nl)  
0594 - 519 633

### ADVOCaat-MEDEWERKER STRAFRECHT AMSTERDAM

Wij zijn op zoek naar een bevoegde strafpleiter (met stageverklaring) om van onze bezoeklocatie in Amsterdam een volwaardige vestiging te maken. Ben je toe aan meer zelfstandigheid, maar wil je wel profiteren van een professionele kantoorstructuur met optimale ondersteuning? Dan zien we je sollicitatie met belangstelling tegemoet!

Meer info: [daamen-advocaten.nl](http://daamen-advocaten.nl)

### Daamen, advocaten.

Ter gelegenheid van de opening van onze kantoorlocatie in Amsterdam verzorgt Dirk Daamen, specialist cassatie in strafzaken, tegen sterk gereduceerd tarief de cursus:

### MAAK JE VERWEER IN HOGER BEROEP CASSATIEPROOF

vrijdag **22 juni 2018** - ontvangst met Limburgse vlaai en borrel na afloop  
**2 punten** voor slechts **€ 50,-** excl. btw, beperkt aantal plaatsen beschikbaar!

Meer info en aanmelden:  
[daamen-advocaten.nl/opening](http://daamen-advocaten.nl/opening)

## HENDRIKSEN & MÜHREN

**Hendriksen & Mühren Strafrecht  
Advocaten is op zoek naar een  
gevorderde advocaat-stagiaire of  
een beginnend medewerker!**

- Ons kantoor in Purmerend is op zoek naar versterking!
- Wilt u werken op een kantoor dat uitsluitend strafzaken behandelt?
  - Wilt u deel uitmaken van een jong en ambitieus team?
  - Wilt u werken bij een kantoor waarin u alle vrijheid krijgt om uw eigen strafpraktijk op te bouwen?
  - Bent u gedreven, sociaal vaardig en heeft u geen 9 tot 5-mentaliteit?

Stuur dan uw CV en sollicitatiebrief naar:  
[info@strafrechtadvocaat.tv](mailto:info@strafrechtadvocaat.tv)

Ervaring in het strafrecht heeft wel onze voorkeur,  
maar is geen vereiste.

Voor meer informatie over ons kantoor:  
[www.strafrechtadvocaat.tv](http://www.strafrechtadvocaat.tv)



# WAT IS UW VISIE OP DE TOEKOMST VAN DE ADVOCATUUR?



Robert Klaassen

"De tijd waarin de generalist het strafrecht er een beetje bij deed is voorbij.

De strafadvocaat beschikt over de expertise om bij voorkeur reeds in de voorfase van het strafproces de juiste strategie te bepalen, teneinde alzo sturing te geven aan een zo optimaal mogelijke afloop voor de verdachte."

[www.winsmart.nl](http://www.winsmart.nl)

Smit & De Hart  
ADVOCATEN



Karik van Berloo

"Met de toenemende en telkens wijzigende wet- en regelgeving is het onmogelijk alle ontwikkelingen op alle rechtsgebieden goed bij te houden.

Specialiseren is onvermijdelijk. Maar dat vergt wel een brede basis. Want wie nooit de loep van zijn rechtsgebied afhaalt, is zich niet bewust van relevante ontwikkelingen daarbuiten."

[www.eldermans-geerts.nl](http://www.eldermans-geerts.nl)

Eldermans | Geerts



Caroline Lagendijk

"Juridische specialisatie, up to date marktkennis én het vermogen om commercieel mee te denken.

Betrokkenheid tonen in het oplossen én voorkomen van juridische problemen, maar vooral ook meerwaarde bieden door de juridische realiteit te vertalen naar commerciële kansen."

[www.straatmankoster.nl](http://www.straatmankoster.nl)

Staatman Koster advocaten



Anton-Pieter van Logtestijn

"Nu kennis toegankelijker wordt en tijd beperkter, is het zaak juist af en toe stil te staan: waar voeg ik waarde toe en hoe blijf ik relevant.

Door vragen te stellen, je te verplaatsen in de positie van de bestuurder, kun je tijd en kennis met elkaar verbinden. De uitkomst is verrassend, voor jurist én cliënt."

[www.symbius.nl](http://www.symbius.nl)

S  
SYMBIUS  
starting solid solutions

## EEUWCONGRES 1918-2018

Deel uw visie op 25 september | Bussum

Meer informatie over deze pagina: [mail@capitalmediaservices](mailto:mail@capitalmediaservices) of bel 024-360 77 10





## How to blog your way into business

Een Interview met Leonie van der Grinten van Meester Leonie Strafrechtadvocatuur en MSTRS.

*In aanloop naar het seminar 'De zaak op orde' op 4 oktober 2018 publiceren wij in dit eMagazine een serie interviews met de sprekers. Voor het eerste interview gaan Julius Scholten, initiator van 'De zaak op orde' en Hermen Veneberg uitgever van LegalBusinessWorld.nl en mediapartner van het seminar in gesprek met Leonie van der Grinten.*

### **Kunt u in een paar zinnen beschrijven wie en wat Meester Leoni Strafrechtadvocatuur is?**

Meester Leonie Strafrechtadvocatuur is een jong kantoor dat is ontstaan uit de blog en het merk Meester Leonie. In 2014 ben ik begonnen met bloggen over de strafrechtadvocatuur in een poging om de vele vooroordelen, die bestaan over mijn vak, de wereld uit te helpen. In 3 jaar tijd heeft de blog meer dan 30.000 volgers gekregen.

In 2017 is Meester Leonie officieel ingeschreven bij de KvK en ben ik parttime gaan werken als advocaat om één dag in de week volledig aan mijn bedrijfje te kunnen besteden. Toen dat niet

genoeg bleek te zijn, heb ik in 2018 de knoop doorgehakt en ben ik op 1 mei 2018 als zelfstandig advocaat aan de slag gegaan. Het doel: mijn blog en mijn core business op een goede manier combineren. Meester Leonie Strafrechtadvocatuur – ik – behandel alleen strafzaken en ben daarnaast actief als blogger, gastspreker, dagvoorzitter, geef lezingen en organiseer masterclasses pleiten, etc.

### **Wat is uw missie voor de komende jaren?**

Mijn missie is het merk Meester Leonie nog meer uit te breiden. Mensen kennen Meester Leonie nu vooral van de blogs, maar ik wil daarnaast een serieuze speler worden binnen de strafrechtadvocatuur. Ik werkte hiervoor bij een zeer gerenommeerd kantoor, en zie het als een geweldige uitdaging om met Meester Leonie Strafrechtadvocatuur eenzelfde positie te kunnen claimen als mijn vorige werkgever.

### **Veel kantoren hanteren ‘unique selling points’ en ‘unique value points’, maar zijn daar eigenlijk niet echt onderscheidend mee. Wat doet u om uw eigen identiteit/uniciteit te borgen en te verhogen?**

Meester Leonie Strafrechtadvocatuur staat voor toegankelijkheid. In mijn blog en op mijn website spreek ik de lezer bijvoorbeeld niet aan met u, maar tutoyeer ik standaard. Ik wil dat mensen zich op hun gemak voelen bij mij en iedere vraag (durven) stellen die ze maar willen. In het strafrecht werkt het niet, althans naar mijn mening, om vanuit een ivoren toren in moeilijke woorden uit te leggen wat je nou werkelijk bedoelt. Mijn blog is heel persoonlijk: Meester Leonie ben ik. Ik blog niet vanuit ‘wij’, maar echt vanuit mezelf. Mijn persoonlijke mening komt dan ook vaak terug in mijn blogposts. Daarbij word ik – althans dat krijg

ik vaak te horen – gezien als dé bloggende advocaat. Er zijn niet veel advocaten, die hetzelfde doen als ik. Dat alleen al onderscheidt mij van de rest.

### **Hoe borgt u de kwaliteit van het kantoor?**

Juist door te bloggen dwing ik mezelf om de actualiteiten bij te houden. Wanneer er iets gaande is in (strafrechtelijk) juridisch Nederland vind ik dat ik daar iets over moet schrijven. Nieuwe uitspraken volg ik dan ook op de voet.

*‘Voordat rechtspraak.nl iets publiceert heeft Twitter de gevolgen al geanalyseerd’*

Mijn belangrijkste bron daarbij is Twitter. Nog voordat Rechtspraak.nl goed en wel iets online heeft kunnen zetten over bijvoorbeeld een nieuwe rechtsregel, heeft Twitter al lang en breed de gevolgen daarvan geanalyseerd. Heerlijk hoe snel dat gaat!

### **Vooruitblikkend: Wat ziet u voor de komende 3-5 jaar als grootste verandering of trends op het gebied van uw klantrelatie?**

De advocatuur is aan verandering onderhevig. Uit rapporten van de Rabobank en de ING blijkt dat binnen afzienbare tijd de helft van de advocaten werkzaam is als zzp’er. De reden daarvan is tweeledig. Enerzijds willen particulieren (cliënten) niet meer grof geld betalen voor een duur marmeren kantoorpand, en anderzijds werken ook advocatenkantoren

steeds vaker met een flexibele schil. De prognose is dat de advocaat op die ontwikkelingen zal inspelen en zich dus zal gaan vestigen als zzp'er. Om die reden heb ik in 2018 MSTRS. opgericht. Dit is een online platform waar zelfstandig gevestigde advocaten zich tegen betaling bij kunnen aansluiten, om op die manier gevonden te worden door zowel particulieren als advocatenkantoren. Er is een mogelijkheid voor particulieren en kantoren om te filteren op eigenschap van een advocaat. Je kunt filteren op aantal jaar werkervaring, uurtarief, vestigingsplaats, etc. Een soort advocaten zoekmachine. Het doel: de toegang tot een advocaat vergemakkelijken.

### **Wat is voor u de belangrijkste bron om bij te blijven en hoe houdt u 'de zaak op orde'?**

Zoals eerder genoemd maak ik veel gebruik van Twitter. Deze vraag iets breder getrokken ben ik een sterk voorstander van een goede werk-privébalans. Ik kan niet mijn zaak op orde hebben of krijgen als ik privé niet lekker in mijn vel zit. Ik sport daarom twee keer in de week, ga een keer in de week naar yoga, en zorg ervoor dat ik voldoende tijd doorbreng met mijn partner, vrienden en familie. Het leven is meer dan alleen maar werken en carrière maken, hoewel ik ook heel veel energie haal uit mijn twee bedrijven.

### **Hoe ervaart u de druk van concurrentie?**

Intern voel ik geen druk, want ik ben alleen. De strafrechtwereld is een hele kleine wereld. Je komt elkaar continu tegen bij de rechtbank, een PI of het politiebureau, en het onderlinge contact (althans in Brabant) is goed en gemoedelijk. Natuurlijk vis je allemaal in dezelfde vijver, maar mijn cliënten kunnen net zo goed overlopen naar andere advocaten als

hun cliënten naar mij. Vanuit dit oogpunt voel ik geen druk, juist doordat ik weet waar ik mij in onderscheid. Van concurrentie op prijs is ook vrijwel geen sprake aangezien meer dan 90% van de zaken op basis van toevoeging is.

### **Hoe meet u de waarde van uw dienstverlening bij uw cliënten? Maakt u dit kenbaar en zo ja hoe doet u dat?**

Mijn cliënten zijn over het algemeen recht door zee. Als ze tevreden zijn (of minder tevreden) dan hoor ik dat van ze. Ik werk niet met reviews o.i.d., alhoewel ik voor MSTRS. nog wel in overweging heb of ik dat wil gaan doen of niet. Als particulier en advocatenkantoor moet je natuurlijk érgens je keuze op baseren. Het kan alleen echter zo zijn dat particulieren de waarde van de dienstverlening afstemmen op het uiteindelijke resultaat. Met andere woorden: als je een vrijspraak hebt behaald ben je een topadvocaat, bij een veroordeling de slechtste die ze ooit hebben gehad. De waarde van de dienstverlening hangt echter van veel meer af dan alleen de uitkomst van de zaak; een zaak kan compleet kansloos zijn waar je alsnog het beste uit hebt weten te slepen, of andersom.

### **Inzet op vernieuwing is noodzakelijk, maar wordt tegelijk ook vaak gezien als kostenpost. Innovatie-uren zijn tenslotte niet declarabel. Hoe gaat u hiermee om?**

Inderdaad ben ik, in mijn geval, heel veel tijd kwijt met bloggen. Ik zie dat als een investering om a) de broodnodige tekst en uitleg te geven over mijn werk en b) bekendheid te genereren bij potentiële cliënten. Het scheelt dat ik bloggen/schrijven heel leuk vind om te doen. Als een blogpost dan ook nog eens veel wordt geliked of gedeeld kan die blog



‘succesvol’ voelen. Toch blijft het lastig omdat cliënten mij niet zullen benaderen naar aanleiding van één enkele post. Het is de bekendheid die je genereert door regelmatig en voor langere tijd te bloggen en daardoor een ‘following’ te krijgen, dus de directe verdiensten zijn niet meetbaar.

*‘Bloggen is de meest effectieve marketing’*

### **Advocaat en ondernemerschap, hoe ziet u dit?**

Ik ben net begonnen als fulltime zelfstandig ondernemer dus ik vind deze vraag op dit moment nog wat lastig te beantwoorden. Wel kan ik dit zeggen: wat ik uit kan besteden, besteed ik uit (mits ik het enigszins kan betalen uiteraard). Een simpel voorbeeld: mijn (fiscale) administratie. Tegen de tijd dat ik heb uitgevogeld waar en hoe ik de kostenpost ‘auto’ moet opschrijven, heb ik alweer twee blogs kunnen schrijven. Voor een relatief klein bedrag kan ik mijn administratie volledig uitbesteden, zodat ik mij bezig kan houden met zaken waar ik beter in ben en waar ik weer omzet uit kan halen. Ik kom uit een ondernemersgezin en mijn ouders hebben mij altijd geleerd dat je niet het wiel opnieuw moet gaan uitvinden. Het is niet erg om hulp te vragen, zolang je zelf maar het overzicht behoudt.

### **Tot slot: Wanneer is uw dag geslaagd?**

Wanneer ik het gevoel heb dat ik een succesje heb behaald. Dat kan heel verschillend zijn: een nieuwe aanmelding voor MSTRS., een pleidooi waarbij ik heb kunnen vlammen, een vrijspraak, een cliënt die mij na afloop van de zitting in de armen valt omdat hij zo blij is dat

het achter de rug is, een blog die 100 keer wordt gedeeld op social media, een lezing voor allerlei enthousiaste studenten, een masterclass pleiten waarbij iedereen mijn tips supergoed oppakt, etc. Als ik diezelfde dag ook nog kan afsluiten met ofwel een crossfit-sessie in de sportschool ofwel een wijntje op het terras, ben ik een gelukkig mens.



<https://www.meesterleonie.nl>

<https://www.facebook.com/meesterleonie>

<https://www.instagram.com/meesterleonie/>

<https://twitter.com/meesterleonie>



## De opmars van de Legal Operations Expert

Door Prof. dr. ir. Johannes C. Scholtes, Chairman en Chief Strategy Officer bij ZyLAB

We schreven al eerder dat kennis van technologie een belangrijke competentie is voor de moderne advocaat en General Counsel. Op het CLOC-event in Las Vegas leerden we inmiddels dat er een nieuwe functie is gecreëerd op de juridische afdeling: de Chief Legal Operations Officer (CLOO).

### **Legal Operations: alles behalve de wet**

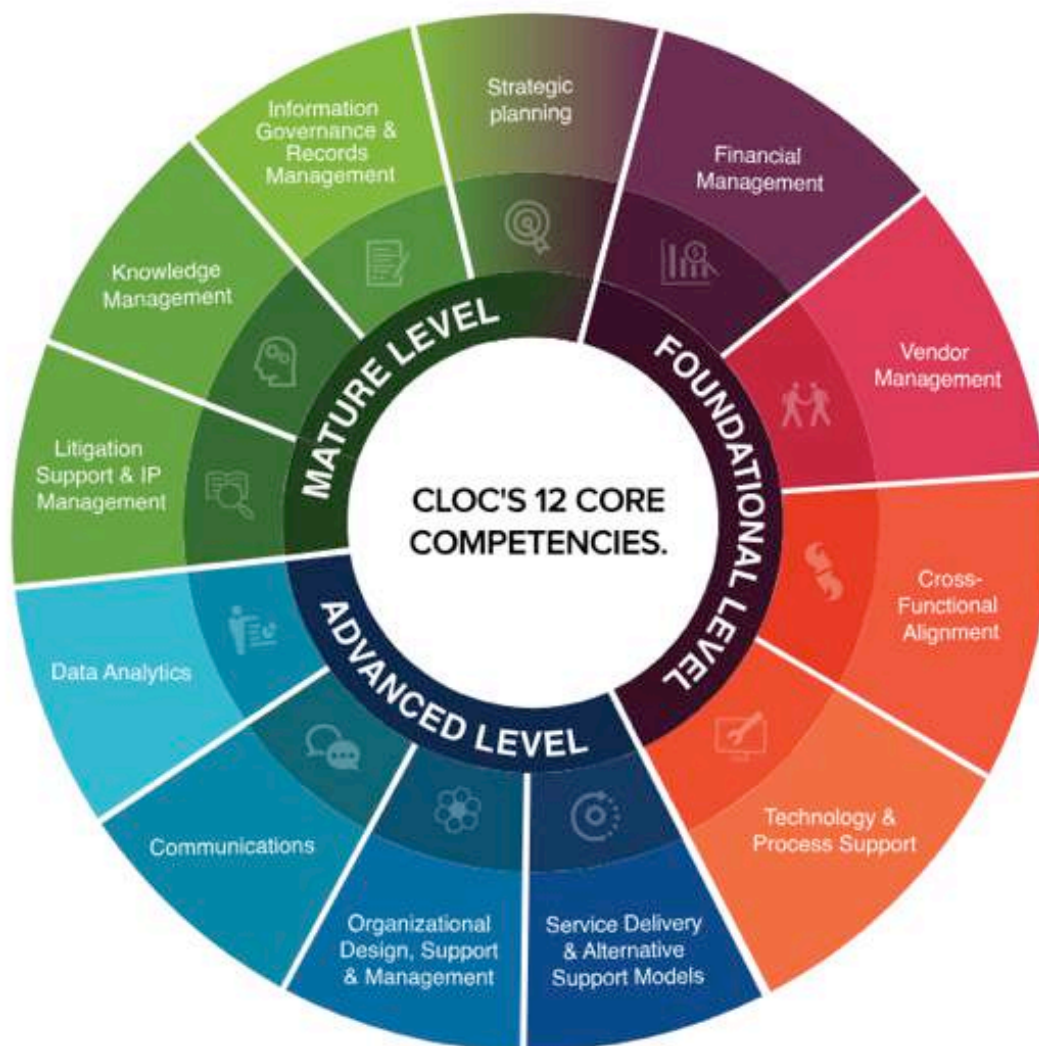
Legal Operations is een multidisciplinaire functie die binnen een organisatie of advocatenkantoor de juridische diensten optimaliseert. De CLOO houdt zich binnen een kantoor of juridische afdeling met van alles bezig, behalve met de wet. De CLOO houdt toezicht op budgetten, datamanagement, technologie, human resources en vele andere terreinen.

Volgens het Amerikaanse Corporate Legal Operations Consortium (CLOC) richt Legal Operations zich op de twaalf basiscompetenties (*figuur*). Technologie is een van de meest fundamentele competenties in het model.

Het zal menig Juridisch professional als muziek in de oren klinken. Eindelijk niet meer afgeleid worden door de zorg voor begrotingen, data, technologie en de implementatie van nieuwe instrumenten. In de Verenigde Staten stijgt het aantal mensen dat werkzaam is in Legal Operations gestaag. Niet verwonderlijk

omdat in de V.S. het gebruik van technologie in de juridische sector sterk toeneemt.

Er is een grote kans dat uw juridische afdeling nog niet de luxe van een eigen Legal Operations specialist geniet. Gelukkig zijn er een aantal competenties die u zich als juridisch professional in de tussentijd zelf eigen kunt maken. Denk bijvoorbeeld aan het gebruik van intelligente technologie om juridische diensten meer effectief en kostenefficiënt te maken, dit wordt in toenemende mate onvermijdelijk en u hoeft niet te wachten op de CLOO. →



Source: Corporate Legal Operations Consortium (CLOC)



# SPECIALIST WORDEN IN HET FAMILIERECHT?

Start nu uw opleiding en word een meester in scheiden, erven en mediation



Instituut voor Mediation Familie- en erfrecht Opleidingen



NEDERLANDSE VERENIGING

Familie- en erfrecht  
Advocaten  
Scheidingsmediators

[WWW.IMFO.NL](http://WWW.IMFO.NL)

[WWW.VERENIGINGFAS.NL](http://WWW.VERENIGINGFAS.NL)



## Avontuurlijke advocaten gezocht

Orange Clover is een jong en modern boetiekkantoor met een focus op **M&A, ondernemingsrecht, financieringen en financieel regulatoire** dienstverlening. Orange Clover verleent ook alle voorkomende **notariële diensten** op deze gebieden. Onze partners zijn allen afkomstig van bekende internationale advocatenkantoren. Bij Orange Clover zijn we ondernemend, ambitieus en werken we aan toonaangevende nationale en internationale zaken. We bedienen daarnaast jonge ondernemingen die veelal actief zijn in de technologische en financiële sector. Dit maakt onze praktijk en cliëntèle zeer divers en dynamisch.

Voor de verdere uitbouw van ons kantoor zijn wij op zoek naar **advocaten met twee tot vijf jaar ervaring** die zich prettig voelen in de setting van een klein kantoor, maar ook interesse hebben in de internationale transactiepraktijk. Daarnaast zijn we op zoek naar advocaten die interesse hebben in en zich willen toeleggen op het financiële toezichtsrecht.

Wij bieden:

- ◊ interessante, toonaangevende, uitdagende en gevarieerde nationale en internationale zaken
- ◊ directe begeleiding door ervaren topadvocaten en -notarissen
- ◊ een goede en brede opleiding
- ◊ nauwe betrokkenheid bij de verdere ontwikkeling en uitbouw van ons kantoor
- ◊ werken in hartje Amsterdam
- ◊ goede work-life balance
- ◊ uitstekende financiële voorwaarden en waardering voor ondernemerschap

Lijkt het je wat? Stuur dan je motivatiebrief met cv en cijferlijst naar [info@orangecloverlaw.com](mailto:info@orangecloverlaw.com).  
Voor meer informatie over Orange Clover, zie [www.orangecloverlaw.com](http://www.orangecloverlaw.com) | 020 - 2400892

## Technologie als meest winstgevende competentie

Natuurlijk gaat het bij Legal Operations niet alleen om technologie, maar hier valt wel de meeste winst te halen. Automatisering van het classificeren van documenten en extraheren van informatie uit grote hoeveelheden data, levert de juridisch professional direct duidelijke voordelen op:

- Saai, arbeidsintensief werk of taken die eigenlijk overbodig zijn, worden veel sneller uitgevoerd door het te automatiseren. Zo kan de juridisch professional zich focussen op de meer strategische taken. En kan hij of zij veel sneller reageren op het moment dat er vragen vanuit de Board of andere stakeholders komen omdat de informatie die daarvoor nodig is, snel inzichtelijk is te krijgen.
- Hoe minder data je hoeft over te dragen aan bijvoorbeeld een forensisch onderzoeker, hoe minder uren je hoeft te betalen. De hoogste kosten van een (juridisch) onder-

zoek worden veroorzaakt door de grote hoeveelheden data die op uurbasis moeten worden doorzocht door een derde partij. Door het classificeren en doorzoeken van documenten zelf automatisch uit te voeren, kan de juridisch professional aanzienlijk besparen op de juridische out-of pocket kosten.

*Algemene verordening gegevensbescherming (AVG).* Technologie alleen is niet genoeg om alle vereisten van de AVG af te dekken. De nieuwe wetgeving is veel te breed en omvat te veel aspecten van gegevensbescherming, privacy en security. Maar technologie is wel de enige manier om op een verantwoorde manier om te gaan met (grote) dataverzamelingen die veel persoonlijke gegevens bevatten.

Omdat eDiscovery een van de weinige antwoorden is op onvoorziene rampen als datalekken bieden wij u een gratis [testaccount](#) aan. U kunt op deze manier zelf ervaren wat eDiscovery voor u kan betekenen.



**Sophisticated eDiscovery  
Made Easy**

**EDISCOVERY SOFTWARE FREE TRIAL** **GET STARTED NOW**



**Aantjes Zevenberg**  
ADVOCATEN

**C A S S A T I E**  
I N C I V I E L E Z A K E N

**Mr. K. Aantjes**  
aantjes@aanjeszevenberg.nl

**Mr. F.I. van Dorsser**  
vandorsser@aanjeszevenberg.nl

070-3906260 | [www.aantjeszevenberg.nl](http://www.aantjeszevenberg.nl)

**Reistijd  
wordt werktijd!**

elke kilometer optimaal benut

**Chauffeur.nl**

WE ZIJN AL ONDERWEG!

**Gaastra *advocaten***

**Gaastra zoekt advocaten (*professioneel en dienstverlenend*)**

Gaastra advocaten is gespecialiseerd in Environment, Health & Safety en Regulatory. Wij adviseren onze cliënten over toepasselijke wetten en regels en staan hen bij in juridische procedures, op bestuursrechtelijk, strafrechtelijk en civielrechtelijk terrein. Wij hebben uitgebreide ervaring met toezicht- en handhavingstrajecten. Vanwege onze expertise worden wij regelmatig door andere kantoren ingeschakeld bij financieringen, fusies en overnames.

Gaastra advocaten is gevestigd in het World Trade Center op de luchthaven Schiphol. Wij werken voor het bedrijfsleven en een enkele overheid en doen veel in een internationale setting. Hoewel juridische kennis erg belangrijk is, zijn wij primair gericht op het leveren van de beste service.

Wij zoeken in verband met de groei van de praktijk een ambitieuze en ondernemende advocaat-medewerker met 4-6 jaar ervaring. Ervaring in het milieu- en bestuursrecht is een pre, maar wij komen ook graag in contact met goede civilisten. Een goede beheersing van het Engels is essentieel. Werken bij Gaastra advocaten is uitdagend en vol afwisseling. Wij bieden goede en marktconforme arbeidsvoorwaarden.

Sollicitaties kunnen worden gericht aan mr. A.H. Gaastra; [info@ga-law.eu](mailto:info@ga-law.eu) of 06 29 31 31 20

[www.gaastra-advocaten.nl](http://www.gaastra-advocaten.nl)



# Ervaring van een businesscoach in de advocatuur

Door mr. Julius Scholten, partner bij Law4ce

Inmiddels ben ik 10 jaar als businesscoach werkzaam in de advocatuur. Het eerste kantoor waar ik in 2008 op bezoek kwam en ook als klant kreeg, veronderstelde, wellicht omdat ik jurist ben, dat ik alles wist over de advocatuur. Met deze aanname kon ik vanaf het eerste moment helpen met nadenken over de strategie en het uitbouwen van het kennisnetwerk. Het uitbouwen van strategische netwerken daar heb ik wel de nodige praktijkervaring in opgebouwd met mijn eigen netwerkorganisatie, toen alleen nog niet in de advocatuur. Het was een mooie kans in de juridische wereld, die ik met beide handen heb aangegrepen. Ik luisterde wat het probleem was en zag snel in dat ik hier met mijn commerciële achtergrond iets kon betekenen voor een bijzondere doelgroep. Hoe je de inhoudelijke kennis samen met de dienstverlening die daarbij hoort, kunt vertalen naar praktische voordelen zodat klanten relaties worden en blijven.

Onbekend en onbevreesd, voor wat velen zien als een lastige markt, was ik toen nog niet bekend met de vele (voor)oordelen over de markt van de advocatuur. In de loop der jaren heb ik zelf ook veel bijgeleerd. Zo kwam ik er snel achter dat gedane en niet gecontroleerde aannames, zoals ervan uitgaan dat elke advocaat en het kantoor alle kennis hebben over hoe de commerciële bedrijfsvoering efficiënt gevoerd kan worden, illusies zijn. Het is een kwestie van goed doorvragen zonder vervelend te worden. Het is per slot van rekening niet de bedoeling om als een Gordon Ramsey binnen te komen en te roepen: Wat doe ik hier eigenlijk. Beter is als de advocaat dat zelf roept! Iedere keer als, meestal zijn het de advocaten zelf, iemand mij vraagt wat ik toch zoek in deze wereld dan vertel ik dat ik

graag blij en dankbare klanten heb. En dat ook advocaten, net zoals andere professionals, af en toe ook echt hulp nodig hebben en dat ook toelaten. Het is een kwestie van relaties hebben en vertrouwen opbouwen.

### **Lawyer Whisperer**

Inmiddels heb ik veel contacten in deze markt en werk ik vaak in de rol van creatieve spin-doctor of executive businesscoach voor advocaten. Door een ondernemer uit de VS werd ik afgelopen jaar geïntroduceerd met de officiële titel 'Lawyer Whisperer'; bridging the gap between what the client really desires and what the Lawyer knows about the law. Saving time, money, lots of frustration, helping understanding each other, beneficiary to both parties. Een titel die ik dankbaar aanneem.

### **Twee strategische vragen maken veel los**

De strategische vragen waar advocaten mee rondlopen als we het hebben over groei en de visie hierop, verschillen in verschijningsvorm. De oplossing zit vaak in dezelfde hoek. Toen ik net begon had ik 80 vragen om de wereld van de advocatuur in kaart te brengen. Gaandeweg bleken deze vragen eenvoudig terug te brengen tot een praktische set met slechts een paar vragen, wel zo overzichtelijk. In mijn optiek zijn maar twee vragen echt essentieel:

1. Wie ben ik? Kortom, wat maakt mij zo bijzonder voor mijn doelgroep, in hoeverre ben ik echt uniek en hoe kan ik onderscheidend zijn in het overbrengen van mijn kennis? Wie zijn mijn wensklanten, waarover je kan zeggen: een match made in heaven?
2. Waar wil ik naartoe (en waar sta ik dus nu)?

Deze vragen stel ik nu 10 jaar. Met regelmaat wordt mij [Simon Sinek](#) aangeraden omdat zijn theorie dicht bij staat. Hij stelt vooral 'de waarom vraag' centraal alvorens het over 'Wat' en 'Hoe' te hebben. Ik denk dat er nog wat aan vooraf gaat, namelijk wie ben je zelf in de kern?

### **Bij elke vraag hoort een persoon**

Inmiddels ben ik zover dat ik in mijn eigen kracht geloof. Mijn wijsheid komt niet alleen voort uit de successen, maar ook uit de tegenslagen die bij het leven horen. Zo stel ik in het eerste contact geen confronterende 'waarom vragen'. Die komen echt later wel aan bod. En ook 'de hoe vraag' (hoe gaan we er komen, hoe ziet het plaatje eruit), bijvoorbeeld over hoe het commerciële businessplan eruitziet en hoe dat concreet wordt ingevuld. Meestal komt dit later vanzelf aan de orde als een band is opgebouwd met de gesprekspartners.

Lang niet iedereen heeft bij de start een helder beeld van de vele mogelijke verbindingen (relaties) die latent aanwezig zijn en op basis van specialismen en thema's zouden kunnen worden aangegaan.

Binnen iedere organisatie zijn 5 archetypen: 'De wie, waar, waarom, hoe en wat vrager' 'De wie vrager' zoekt naar identiteit, persoonlijkheid en verbinding. 'De waar vrager' heeft een visie en doel voor ogen en creëert en organiseert, 'De waarom vrager' durft dwars te zijn (omdenken) en kan de boel flink op scherp zetten. 'De hoe vrager' wil graag overzicht hebben, is voorzichtig in zijn oordeelsvorming en heeft van nature een afwachtende houding. En natuurlijk heb je de Wat vrager, altijd kritisch, opmerkzaam en scherp. Een typische Wat vraag luidt: wat heb

ik hieraan als bezoeker van een seminar? Ken je en herken je deze personen in je organisatie dan kan je ze op waarde schatten en inzetten om een team te vormen!

### **Stip op de horizon**

De spreekwoordelijke stip op de horizon, is vaak niet voor iedereen helder. Nadenken over hoe je zelf in het leven, het werk staat en waar je naartoe wilt vergt ook een investering in jezelf. In een organisatie waar meerdere mensen werken is het een grote uitdaging om een gezamenlijk beleid uit te stippelen. En als wordt gereflecteerd blijkt natuurlijk vaker wel

*'Staan de neuzen dezelfde kant op?'*

dan niet, dat iedereen een eigen stip heeft. Grote uitdaging is om samen een stip te kiezen, die bij de gezamenlijke koers hoort. In een advocatenpraktijk draait het vaak om de vraag of het de tent of de vent betreft. Wil je vooruit dan moet je weten waar je als individuele partner staat, maar ook waar je collega's en de gehele organisatie staan. Zo krijg je ook een benchmark extern en deze inzichten leveren relevante kennis op waar advocaten en organisaties staan.

Je kunt niet alles zelf. De afgelopen 5 jaar, ben ik aangesloten bij het netwerk Law4ce, deel ik kennis met andere professionals en zo kan ik de antwoorden van diverse vragen op verschillende vakgebieden in een vertrouwelijke 'advocatenscan' combineren tot een mooi overzicht. Afhankelijk van waar je het vergelijk op wilt toetsen, levert dit een (anoniem) zelfbeeld op. Ter illustratie de afbeelding op de volgende pagina hoe het er uit zou kunnen zien. →





## De PO Deal All Inclusive

*'De PO Deal staat bij mij voor gemak, kwaliteit en flexibiliteit.'*



# Sdu

oprecht  
de beste  
keuze

VU LAW  
ACADEMY

## Nu **25 euro collega-korting** op alle juridische PAO-cursussen bij de VU Amsterdam

Verdieping op academisch niveau,  
direct toepasbaar in je werk

[www.vulaw.nl](http://www.vulaw.nl)

VU VRJE UNIVERSITEIT  
AMSTERDAM  
IS VERDER KIJKEN



## Call Care

Telefoonservice voor de advocatuur



Telefoonservice



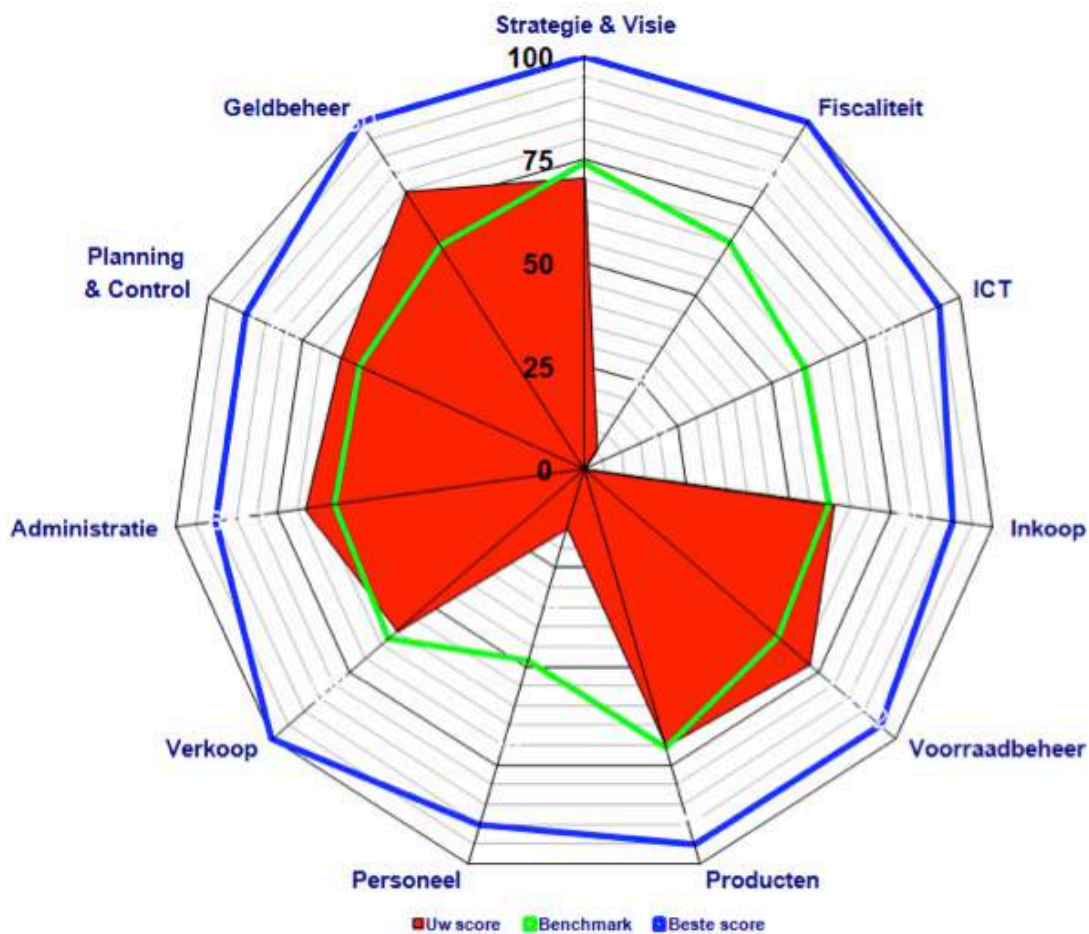
Agendabeheer



Opvang Overflow

Wij werken voor +200 advocatenkantoren, kennen de juridische terminologie en werken discreet

Call Care Nederland | 010 – 280 3333 | [info@callcare.nl](mailto:info@callcare.nl) | [www.callcare.nl](http://www.callcare.nl)



Wat iedereen wil weten is: waar bevinden zich de kansen en bedreigingen? Dit om te sturen op quick wins en ook voor de langere termijn de nodige aanpassingen te kunnen doen in de planning. Ook wil men graag weten of men in de pas loopt met de ontwikkelingen en trends die in de markt spelen. Zijn we als organisatie traditioneel, trendvolgend of vernieuwend of lopen we vooruit op de ontwikkelingen.

### Succesvol samenwerken

Een terugkerend onderwerp is hoe je succesvol kunt samenwerken en er voor zorgen dat de doelstellingen worden behaald. De mate waarin goed wordt samengewerkt wordt, zo is de heersende mening, intern

bepaald door omstandigheden, zoals het partnermodel en het verdienmodel. Deze worden vaak als verre van ideaal beschouwd. Zeker als je de groeiwensen, visie en ambities van het individu en het kantoor naast elkaar legt.

Toch is, zover ik weet, als het gaat om vernieuwing en innovatie, de menselijke factor in alle gevallen leidend voor het echte succes. Alleen inspirerende leiders kunnen een sfeer neerzetten waar mensen in geloven en zich bij willen aansluiten.

### De Balanced Scorecard: een totaalbeeld

Om te weten waar je als individu staat moet je in alle fasen van je carrière een goed



# De zaak op orde

4 oktober 2018

## Law4ce

*Presenteert*

### Een praktische middag voor de zelfbewuste advocaat

De Zaak op Orde gaat in op die vitale onderdelen om te groeien en er voor te zorgen dat je kan doen waar je goed in bent, het meeste plezier van krijgt en waar je ook de beste waarderingen voor ontvangt. In dit seminar krijg je in 10 'Power Talks' inspiratie om concreet toe te passen. Naast alle inspiratie voor vernieuwing beschik je aan het eind van de dag ook over nieuwe praktische handvatten. En het is mogelijk om PO punten en een certificaat van deelname te verkrijgen. Voor meer informatie, [klik hier](#)

*Dit seminar wordt mede mogelijk gemaakt door onze partners*





zelfbeeld hebben. Dat betekent overzicht hebben van wat de visie en missie van het kantoor is en hoe je die rijmt met de kernwaarden waarop de organisatie drijft. Dan kan je ook inzicht krijgen in de problematiek en hier toezicht op houden. Beslissingen kun je dan nemen zonder tijdverlies en kan je sturen voor zover dat past binnen de invloedssfeer. De invulling van een dergelijk beeld kan over jezelf gaan en tegelijk over de organisatie. Dit is samen te vatten in de Balanced Scorecard. Met behulp van een Balanced Scorecard kan je invullen waar je als organisatie staat. Dit helpt ook om van buiten naar binnen te kijken, en is inspirerend om ook van elkaar te weten hoe ernaar de organisatie wordt gekeken. Talenten die in de organisatie aanwezig zijn worden zo ook zichtbaar gemaakt.



En als we het over talent hebben, dan gaat het over personen. Tijdens de keren dat ik met kantoren een brainstormsessie had over visie, missie en kernwaarden en over de gezamenlijke stip op de horizon, zag je iets gebeuren. Je kunt als buitenstaander zeker een vonk geven maar het zijn de ambassadeurs binnen de organisatie die het vuur aansteken!

**Prijswaardering & toegevoegde waarde**  
 ‘Als je weet wie je bent dan weet je ook wie je kent’ luidt mijn eigen gezegde. Dit onderwerp

heeft veel te maken met vragen over waar het talent verscholen zit, over de echte kennis die niet op Google te vinden is en vooral ook waar de voorkeur naar uitgaat om dit uit te dragen. Op Lexpo werd nogmaals duidelijk gemaakt dat KM (Knowledge Management) naast het filteren van kennis in de organisatie ook gaat over het uitdragen van kennis De toegevoegde waarde en prijs-waardering

*‘Niet afprijzen, maar aanprijzen...’*

moet onderscheidend naar voren komen in de communicatie. Helemaal als keuzes worden gemaakt en een heldere focus wordt gelegd op specifieke doelgroepen. Nog beter is het als dit wordt gekoppeld aan relevante en actuele thema’s waar de doelgroep echt wat aan heeft. De elementen waarde, prijs en waardering zitten in een goede propositie ook altijd ingekapseld in de spreekwoordelijke taart die wordt aangeboden aan de klant. In mijn beleving is prijs dan ook nooit een issue. Sterker nog mijn adagium is dan ook niet afprijzen maar aanprijzen! Nog een tip, veel van deze onderwerpen komen overigens ook aan bod op het seminar [‘De zaak op orde’](#) 4 oktober 2018.

**CIVIELE CASSATIE | CASSATIEADVIES | CASSATIEPROCEDURE**



Jacques Sluysmans  
advocaat bij de Hoge Raad  
070-31 31 057



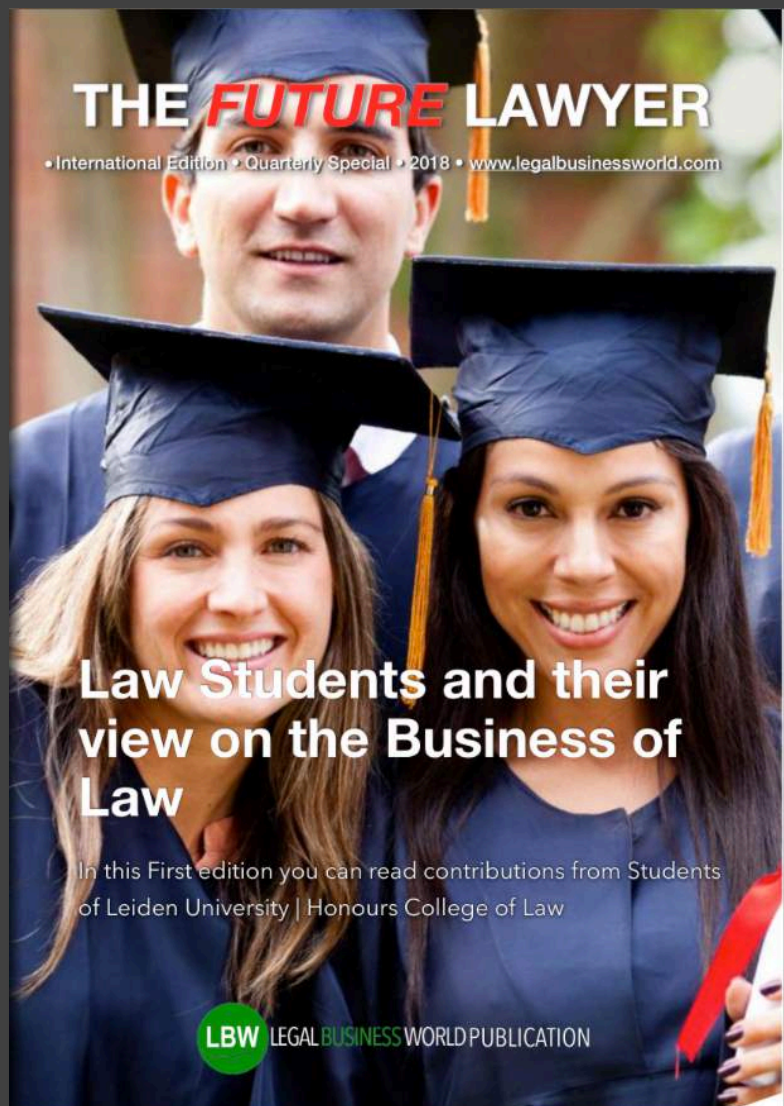
Ruben Wierink  
advocaat bij de Hoge Raad  
070-31 31 076

**VAN DER FELTZ**

a d v o c a t e n

# STUDENTEN OVER DE JURIDISCHE MARKT

Een selectie uit The Future Lawyer,  
Universiteit van Leiden - Honours College





# Make them proud to be associated with your firm

By Vera de Boer

When the term ‘innovation’ is brought up, developments such as artificial intelligence and blockchain often come to mind. While these technological advancements are undoubtedly of value to a firm, they can be bought. Commitment and motivation, however, can only be earned. Law firms should thus focus on innovating their culture to secure their future and address the needs of the next generation of talented lawyers.

Many corporations face the challenge of attracting and securing young talents that have a set of values that deviates from those of older generations. In our fast-paced, highly competitive society that technology has helped create, offering aspiring lawyers a competitive salary may no longer be enough to ensure the continuation of a firm. So, how does a law firm earn the loyalty of generation Y?



I believe that the answer to this question lies in providing us with a sense of purpose. This generation has grown up with the threat of global warming and the social problems all over the globe broadcasted on television and the internet — available for everyone to see. We therefore have a strong desire to make a difference in the world. We want to work for companies which we believe make a positive contribution to the world. Many great historical figures seem to have had one thing in common: each had a dream, a belief that they were working towards a goal greater than themselves. Hence, a law firm should aim to be a part of that dream.

Becoming part of that dream goes beyond complying to the minimal obligations of corporate social responsibility. According to the European Commission, corporate social responsibility is defined as ‘the responsibility of enterprises for their impact on society.’ I believe that law firms should go beyond minimizing the negative impact they have on society. Becoming part of the dream means truly making a useful contribution to society.

This generation no longer only wants to practice law in their field of expertise, we feel the need to change the world for the better while doing so. This should go beyond what is necessary to keep ‘watchdogs’ (ie. social media, pressure groups, government) at bay. Firms should embed socially responsible entrepreneurship into their core by creating a sense of purpose for every employee, a vision similar to the following: “Every individual that works here and every individual we do business with has agreed to believe in ...”.

This should not be a common, uninspiring sentence, but a message that follows logically

from the values of the firm. Finding a common purpose is a complicated process that requires thought and must involve all stakeholders, including partners, staff, other fee earners and clients of the firm.

IBM is an excellent example of a corporation that has embedded commitment to corporate social responsibility into its core value. Their brand promise is to contribute to a ‘smarter planet’. As a leading technology company IBM sees it as its mission to make the planet - and their clients - better and smarter. A great example is their 2009 Smarter Cities campaign, a campaign aiming to improve the quality of life for citizens, by improving the cities’ efficiency.

These type of initiatives do not only send a strong message to their clients and prospects, but also they attract the brightest young technology professionals, which are in high demand. It is an example outside of the legal industry that may inspire many law firms to follow suit.

Providing this sense of purpose is the first step to innovation — but it does not stop there. Next, the firm should ensure that these ideals are upheld at all times by all members of the community. This can be achieved in multiple ways, for example by practicing due diligence, donating to charities that are in line with your vision and doing pro bono work.

An important next step is to make room for individuals to contribute based on their own preferences. Firms can mould together the individuals’ dream and the common ideal into one so that employees believe in the firms’ aspirations the same way they believe in their own. This ultimately comes back to the key

characteristics discussed in the beginning of this paper: motivation and commitment. They will not be working nights on dossier simply to fill a quota or for any other short term reward – they have the conviction that their work is important, and when people believe their work is making a difference, they are much less likely to burn out. The dream will keep them sane.

Law firms can therefore change the culture of their own firm, but are they in a position to impose their standards on others? The core of business of a law firm is, after all, to provide services to clients. Should a firm modify their services to suit client requests? Should they be cautious in actively promoting their environmental and social ideals (thereby practicing due diligence), as the ramifications may be the loss of valuable clients? I believe that embedding CSR into the core strategy of the law firm benefits clients in two ways. Firstly, law firms with a vision attract highly motivated, committed, and talented employees that have been given the space to come up with creative solutions to their problems.

Secondly, society is putting an increasing amount of pressure on corporations to conduct their business in a responsible manner. New technology along with social media allows the public to scrutinise the actions of an enterprise. The world is watching and the pressure to prove oneself has never been greater. Thus, corporations must look for ways to improve in all aspects. From this viewpoint, it would be attractive to hire a law firm that is known to be “CSR-approved”. This could even become a staple of a law firm that may give it an advantage over other less socially responsible law firms, thereby drawing in new clients. Make employees and clients proud to be associated with your legal services. I believe CSR is

an essential tool for innovative law firms. It should play a role as both a means of innovation and as a strategic way to differentiate the firm from other law firms. In today’s day and age we are not just practicing law, we are changing the world while doing so.

---

## Sources

Academy of Business in Society, 2014  
CSR Impact - From CSR to CIAM: Corporate Impact Assessment and Management a publication under the IMPACT project funded by the European Community’s Seventh Framework Programme FP7/2007-2013 under agreement n 24461, 2014  
Bhattacharya, Korschun & Sen, 2008  
C. B. Bhattacharya, D. Korschun, S. Sen, Using Corporate Social Responsibility to Win the War for Talent, MIT Sloan Management Review 49, no. 2 (Winter 2008)  
CEB, 2012  
5 Outstanding CSR Strategies and How to Communicate Yours, CEB Blogs, 21 April 2012, Cebglobal.com  
Castermans & van Woensel, 2017  
A.G. Castermans, C. P. L. van Woensel, CSR for young business lawyers, The Hague: Eleven International Publishing 2017  
European Commission, 2018  
Corporate Social Responsibility ec.europa.eu (Last update 12 feb 2018)  
Filho, Idohu & Louche, 2010  
W. L. Filho, S. O. Idowu, C. Louche, Innovative CSR: From Risk Management to Value Creation, Sheffield: Greenleaf Publishing 2010  
IBM, 2013  
Smarter Planet, IBM, Ibm.com  
Sinek, 2011  
S. Sinek, Start with Why: How Great Leaders Inspire Everyone to Take Action, London: Penguin Books 2011

# How technology changes the legal profession

By Veerle Killan



## Introduction

The world around us is more subject to technological developments and changes than ever before. You can't open a newspaper without reading anything about artificial intelligence, bitcoins, self-driving cars, medical developments like ingestible sensors/robots, data-protection and companies like Calico which are involved in studies of life-extension or even eternal life. Some people behind Calico are calling themselves transhumanists. Transhumanism is a movement that is predicated on the idea that we should use technology to break through the boundaries of human conditions. For example, taking technology in to the human body to give ourselves superhuman capabilities and ultimately use technology to become immortal. Among transhumanists there are many influential people, in particular from Silicon Valley, like the man behind PayPal and the chief engineer of Google. Therefore, I think it is important to that we take these developments seriously. These technological changes are developing rapidly and may pose numerous new legal challenges, ranging from a different interpretation of the concept of property/ownership to a change in



interaction of a legal professional with clients or even colleagues.

In this article, I will briefly discuss three areas that are relevant to legal professionals and which will be affected by technology. I will argue why I think it is important that legal professionals keep abreast with and adapt to such new technologies. These areas are knowledge/skills, organisational context and relationships between a legal professional and a client.

### **Knowledge/skills**

The first area that in my view will be affected by technology is the required knowledge and skills for the legal profession. For a long time, 'knowing (and applying) the law' was the main and probably the sole requirement for legal professionals. But in a society which is more and more technology focused, also legal professionals need to understand new technologies and need to be technologically literate, because otherwise they cannot understand what the legal issues surrounding new technologies will be and how to apply law to such issues. It goes without saying that with such new technologies, there is an increasing demand for regulation (like laws) of these technologies. For example, currently there is a lot of debate on the dominant position of four or five technology companies (such as Microsoft, Apple, Google and Facebook) and their use of the data of users and influence on our daily life and how that shall be regulated.

Just as another example: recently we have seen Dutch law firms proposing that not only traditional master law degree students but also science students with a one year law master should be able to qualify for becoming a

lawyer. Apparently, there is a demand from clients that their lawyers have a technical background plus an additional master law degree. I can imagine that universities will be forced to change their courses in order to adapt to this more hybrid knowledge demand.

There will also be a change in skills of legal professionals. One can think about the automation of low-value work, called "commoditisation". The well-known Richard Susskind discusses in many of his books (such as *Tomorrow Lawyers*) that bespoke matters will become increasingly rare. Most clients of the legal business have legal needs that are or can be commoditized. Think for example of contracts with employees, wills and leases, but also review of case law and client files (due diligence). The law and required skills for these services become replicable with computing technology and tools for this commoditization are already built and available (such as LegalZoom and RocketLawyer). These tools provide efficient solutions and are money and time-saving and will continue to improve due to artificial intelligence (machine and deep learning technologies).

I think it is important for legal professionals and also for students to be aware of the fact that part of their skills is not needed anymore and will lead to further commoditisation. This will cause a shift of the focus in the legal profession. Certain legal services will become cheaper and cheaper because of the use of automation and certain legal skills and even professions may eventually disappear in the future. On the other hand, the more serious and complex litigation and advisory work will probably stay with the top legal professionals.

Courts will also try to enlarge their efficiency. Hyperlinked briefs and e-filing are already becoming accepted practice in some parts of the legal profession. When judges are more technologically focused, they will create new standards for interaction with courts. This week it was in the news that Dutch insurance companies use E-courts for disputes with customers, a fully electronic court. There is no real judge involved anymore.

### **Organisational context**

The second affected area is the organisational context of the legal profession (in particular such as law firms). There is an increasing number of (whether or not self-employed) legal professionals that work from their own place and time-zone, but still serving clients. It is to be expected that many traditional offices will disappear and that legal professionals will more often work in a virtual office where they can use all kinds of technologies provide for by the employer, can share knowledge and do their work efficient and effective and in a more flexible way. And probably they meet up with colleagues and their bosses only a few times a month which means that a traditional office will be changed into meeting spaces. Also, clients can be met in meeting hubs and such hubs will be a cost-saver compared to the current traditional offices.

The phase we are in now is in my view a kind of a transition phase as there are already self-employed legal professionals (ZZP-ers) and people can easily work from home or abroad.

### **Client relationship**

Finally, technology will affect the relationship between a legal professional and a client.

Due to available technologies, a client is able to find and understand part of the legal knowledge and skills himself and as discussed above in the Knowledge/skills chapter, part of the work will be automated.

Naturally these kinds of services will be priced extremely competitively. A bigger change will be that clients want to get involved in the work process. Ways to make this happen are: instance real-time updates, alternative fee arrangements and faster delivery of completed work. Law firms should also invest in tools that provide document automation. Because this can save lawyers a lot of time and time is money.

At the same time, where there is more complex litigation and advisory work, I can imagine that the relationship with a client becomes more intense and where the client wants an even stronger relationship (partnership?) with the legal professional. I know from law firms that they strengthen such relationships via secondments in order to better understand how the client is thinking and what the client wants and which technology the client offers, dedicated client portals, big volume knowledge-sharing going both ways. One lawyer told me: in the near future, we will recognize that we do not work for clients but with clients. It is more a partnership focussed on results and the final results are obtained by both the client and the lawyer in cooperation.

### **My conclusions**

The legal profession is changing and will be changing due to the new technologies that have a very serious influence. The legal profession, the way legal professionals work and

their relationship with their clients becomes more technological savvy and therefore legal professionals (and law student) need to have a great interest in technology and dual qualification (law and science) might become more common. Easy to be automated skills will disappear and other (more technical) skills need to be learned all the time. Universities may have a supportive role here. Rather than working from a traditional, physical office, legal professionals will be more flexibly organised in a virtual way with meeting hubs. Clients will probably expect to pay less or nothing for the easier legal work but more complex work will

probably lead to a more intense “partnership” with clients.

So in conclusion: you have to have a great interest in technology and go for a double degree become the rule instead of the exception. Keep learning outside your field is very important to stay up to date and to ensure that the legal world does not go beyond the facts. The design of the work will change, a more flexible working atmosphere will arise between employers and employees and last but not least, technical developments and a stronger bond between clients and lawyers will lead to partnership.

## Een Specialist nodig op het gebied van Kinderontvoering?

Ga naar:

<https://www.kinderontvoering.net>

### Smit & De Hart

#### ADVOCATEN

Ons kantoor bestaat op dit moment uit vijf advocaten, ieder met hun eigen specialisaties. Het kantoor is gevestigd in Vught. Het is een commercieel, laagdrempelig kantoor en de onderlinge contacten zijn informeel.

Wij verwachten van jou dat je beschikt over sterke sociale en juridische vaardigheden en dat je in staat bent zelfstandig te werken. Je hebt een binding met de regio waarin ons kantoor gevestigd is. Je zult komen te werken in een civiele praktijk met de nadruk op verbintenissenrecht.

WIJ ZOEKEN EEN ONDERNEMENDE EN AMBITIEUZE  
ADVOCAAT-MEDEWERKER | ADVOCAAT-STAGIAIR

[WWW.WINSMART.NL](http://WWW.WINSMART.NL)

Sollicitaties kunnen tot en met **15 juni** a.s. gericht worden aan de heer mr. E.P.M. Smit: [info@winsmart.nl](mailto:info@winsmart.nl)

CIVIELE CASSATIE, PROCESBEGELEIDING OF PREJUDICIËLE VRAAG BIJ DE HOGE RAAD?

## Alt Kam Boer advocaten

Zie onze website [www.altkamboer.com](http://www.altkamboer.com) voor een track record over de afgelopen 18 jaar.  
Vaste prijsafspraken mogelijk.

Info: mr H.J.W. Alt  
PB 82228, 2508 EE Den Haag | T: 070 - 358 94 79 | F: 070 358 51 97 | E: [alt@altkamboer.com](mailto:alt@altkamboer.com)





# LegalTech Blog

## eDiscovery insights

### EDISCOVERY SAAS FOR LAW FIRMS: PROTECT YOUR MARGINS AND GET THE COMPETITIVE EDGE YOU NEED

Every lawyer needs an effective way to review, sort, cull and search to find the relevant data in their clients' cases. Properly employed technology protects their margins and gives lawyers the competitive edge they need. The notion that eDiscovery technology is exclusively available for enterprises and the bigger firms is obsolete. SaaS makes eDiscovery technology [...]

[Read More »](#)

### WHEN IT COMES TO A PUBLIC RECORDS REQUEST, TECHNOLOGY IS NO LONGER OPTIONAL!

Responding to a disclosure request is time consuming and under the duress of trying to meet the strict deadlines, it opens the agency to mistakes and risks of accidental disclosure. Most agencies receive thousands of requests each year. A single disclosure can involve hundreds, if not thousands of records. When the agency fails to timely [...]

[Read More »](#)

### R&D BLOG: ANGULAR UNIT TESTING PERFORMANCE

There are plenty of testing frameworks and tools available for JavaScript applications nowadays: Jasmine, Mocha, Chai, Karma, Wallaby, you name it. Some of them are more hyped and popular than others, like Jest, but at the end of the day, we all have to decide which testing stack we are going to use for our [...]

[Read More »](#)

### REDUCING YOUR LEGAL FEES

eDiscovery is unpredictable, disruptive, and stressful. It also is the most expensive part of litigation. And required IT resources and litigation budgets are impossible to plan. The high costs of eDiscovery are incurred over the whole process. So, even if you do not want to bring the entire eDiscovery process in-house, you can still save [...]

[Read More »](#)



Aantjes Zevenberg advocaten	44	Lodge Legal	12
AdvoPerfect	62	Orange Clover	42
Alt Kam Boer advocaten	59	Ploum ( <a href="http://werkenbijploum.nl">werkenbijploum.nl</a> )	4
Call Care	15, 48	Spandaw Consultancy Group	34
<a href="http://chauffeur.nl">chauffeur.nl</a>	44	Redbreast	17
Daamen advocaten	34	Ron Borgdorff	15
Damsté advocaten	2	Smit & de Hart Advocaten	59
De zaak op orde (seminar)	50	SDU	48
Eldermans & Geerts	24	<a href="http://conferencecall.nl">conferencecall.nl</a>	12
Frenk advocaten	24	Tuzkapan Van der Lee advocaten	15
Gaastra advocaten	44	Uitgeverij Den Hollander	6
Harvard Law School	28	Van der Feltz	51
Hendriksen & Mühren Strafrecht Advocaten	34	<a href="http://VerenigingFAS.nl">VerenigingFAS.nl</a>	42
IT-kieswijzer	48	VU Law Academy	48
Justion Advocaten	30	Visiepagina	16, 23, 35
La Gro advocaten	12		



# AdvoPerfect®

betaalbare  
automatisering  
voor advocaten  
en mediators

## pad naar de toekomst

De snelheid, betrouwbaarheid, veiligheid en betaalbaarheid van internet zijn deze eeuw sterk verbeterd. Dit leidt tot een groeiend aantal toepassingen in 'the cloud'.

Ook zijn steeds meer activiteiten onafhankelijk van een vaste plaats. Waar in de vorige eeuw de post, de fax, de printer en het personeel nog dwongen tot het aanhouden van een kantoor kan nu overal gewerkt worden, thuis, op reis, op flexwerkplekken...

Dat werpt een aantal vragen op. Moet ik mijn toepassingen zoals tekstverwerken en dossierbeheer via internet gaan gebruiken? Moet mijn documentbeheer via internet en hoe veilig en betrouwbaar is dat?

Kijk op [advoperfect.nl](http://advoperfect.nl) voor de oplossingen die AdvoPerfect biedt. Daar vindt u ook een rondleiding, een werkende demoversie en de lage prijzen. U kunt natuurlijk ook contact opnemen voor meer informatie.

De Gebruikersvereniging Advocaten Automatiserings Pakket is een initiatief van ondergetekenden. We begonnen in 1988 met Legal Aid, gevolgd door Legal Eagle (1998-2002), AdvoPerfect voor internet (2008) en AdvoPerfect voor Office (2018).

De vereniging stelt zich als doel het waarborgen van betaalbare automatisering voor advocaten en mediators.

Zij heeft daartoe het eigendom van de AdvoPerfect pakketten verworven en geeft exploitatierechten uit aan geselecteerde aanbieders op diverse platformen.



Jan Tegenbosch, voorzitter  
06-21868868 | [advocaat@tegenbosch.com](mailto:advocaat@tegenbosch.com)



Stephan Neumann, secretaris  
06-13357731 | [stephan@snaap.nl](mailto:stephan@snaap.nl)