

GMW Advocaten

# Al 25 jaar oplossingsgericht

TEKST: EILEEN BOSMAN FOTOGRAFIE: ROELOF POT

“De advocatuur is geen saai beroep”, zegt Raymond de Mooij als hem gevraagd wordt naar de veranderingen bij GMW advocaten over de afgelopen 25 jaar. Het advocatenkantoor bereikt deze leeftijd eind van dit jaar. De Mooij en Antoine de Werd zijn de grondleggers van het kantoor en hebben in de loop van de tijd de praktijk en de advocatuur zien veranderen. Met hun bedrijfstechnische benadering van de juridische dienstverlening doorbraken ze ooit het stigma van de vakjurist. De Werd: “Een advocatenkantoor is een bedrijf.”

GMW Advocaten is een open kantoor zonder drempels. Die toegankelijkheid is waar het kantoor op inzet. ‘Betrokken en oplossingsgericht’ zijn twee kernwaarden die onveranderd zijn. Iedereen is welkom. GMW heeft zodoende een gevarieerde clientèle opgebouwd. Van internationale organisaties en ambassades tot particulieren en ondernemers. Voor alle zaken met betrekking tot familie, arbeid, ondernemingen en vastgoed/huur kan men bij GMW terecht. Daarnaast staat het kantoor bedrijven bij die in verband met de crisis moeten reorganiseren..

“Een advocaat kan niet meer alle terreinen bestrijken, maar moet zich richten op één gebied.” “Vroeger had een bedrijf één huisadvocaat die alle juridische zaken regelde. Dat kan nu niet meer”

## Denken in oplossingen

Begonnen als een kantoor dat een algemene praktijk voerde is GMW in 25 jaar

gegroeid tot een kantoor met specialisten. “Een noodzaak”, zegt De Werd, die uitlegt dat de samenleving steeds complexer wordt. “Een advocaat kan niet meer alle terreinen bestrijken, maar moet zich richten op één gebied.” “Vroeger had een bedrijf één huisadvocaat die alle juridische zaken regelde. Dat kan nu niet meer”, vult De Mooij aan. “Waar wij ooit begonnen met z’n tweeën, zijn we nadat er stap voor stap partners zijn toegetreden nu een kantoor van vijftig medewerkers, waarvan een groot deel gespecialiseerde advocaten zijn.”

GMW hanteert vanaf meet af aan een bedrijfsgerichte benadering. De groei heeft dit versterkt. “Een advocatenkantoor is inderdaad echt een bedrijf”, zegt De Mooij. “Van oudsher bestaat het beeld dat de advocaat achter een groot bureau zit, bereid om met juridische problemen te helpen. Wij benaderen het andersom en zien onze cliënten als klanten die je moet opzoeken en verzorgen.” Om de klant daadwerkelijk optimaal te kunnen bedienen onderzoekt GMW hoe de cliënt hun dienstverlening ervaart. “Bijna negentig procent is tevreden”, vertelt De Werd, “en daar zijn we best blij mee. Maar er is altijd ruimte voor verbetering”.

Met dit in het achterhoofd is het niet vreemd dat GMW denkt in mogelijkheden zonder de realiteit uit het oog te verliezen.

“Eigenlijk is het allemaal vrij simpel. Men komt bij ons met een juridische kwestie die opgelost moet worden”, aldus De Werd. Hij legt uit dat dat in feite de kern is van wat GMW doet. “Iedereen wordt getraind om zo snel en adequaat mogelijk zaken op te lossen. Daarbij schetsen wij van te voren een helder beeld van de zaak, en de mogelijke uitkomst.” Het advocatenkantoor hamert op betrokkenheid en gedrevenheid, en zorgt er ook voor dat alle advocaten bij GMW diezelfde instelling hanteren. “Belangrijk is dat de advocaat kennis van zaken heeft, hart heeft voor zijn werk en volhardend is. Precies wat je mag verwachten van een advocaat.”

## Maatschappelijk betrokken

Het is duidelijk: de advocatuur is veel meer dan het uitoefenen van een beroep. Dat besef hebben De Mooij en De Werd al sinds de oprichting van GMW. Vanaf dat moment hebben zij zich gericht op een marketingstrategie en het verkrijgen naamsbekendheid. Iets wat destijds revolutionair was. “Wij waren één van de eerste advocatenkantoren die reclame maakte. Sterker nog, we waren de eerste met een advertentie in de Gouden Gids. Dat was natuurlijk not done!”, vertelt De Mooij. “Voor ons was en is het belangrijk om ons te onderscheiden. En blijkbaar werkte dat, want vijf jaar na onze eerste

advertentie had de Gouden Gids tien pagina's waarop verschillende advocatenkantoren adverteerden. En zo ging het ook met sportsponsoring, lichtreclames en andere reclame-uitingen”.

Zelfs de naam ‘GMW’ was een unicum 25 jaar geleden. Waar de meeste advocatenkantoren volledige achternamen hanteerden als naam, kozen De Mooij en De Werd voor een afkorting zoals in de reclamewereld al wel gebruikelijk was. De Werd: “We hebben gekozen voor een bewuste positionering in de markt. We zijn tenslotte een bedrijf. Een bedrijf maakt reclame. Echter, we zijn ook een serieus advocatenkantoor. Daarom kozen we niet voor allerlei reclamekreten, maar alleen voor vermelding van onze naam. Door jezelf zichtbaar te maken zorg je ervoor dat men je gaat herkennen en naar je toe trekt.”

GMW is maatschappelijk betrokken. Door de sponsoring van diverse regionale sportclubs toont het kantoor aandacht te hebben voor de belangrijke rol die sport vervult. Daarnaast heeft het advocatenkantoor een voorliefde voor kunst. Dat wordt al duidelijk bij het binnentreden van het indrukwekkende pand aan de Scheveningseweg waar portretten de muur sieren. “We zoeken verbinding met de culturele wereld en hebben in alle ruimtes kunst hangen”, vertelt De Werd enthousiast. In het kader van het 25-jarig bestaan zal GMW deze ‘hobby’ uitdragen tijdens een receptie waarbij ze de werken van een beroemde Amerikaanse fotograaf zullen tonen.

### Hoog ambitieniveau

Zijn er na 25 jaar advocatuur nog ambities? De beide heren branden los. “De advocatuur verandert in rap tempo”, aldus De Mooij. “Dat biedt kansen”. De Werd: “Wij zijn bezig met een andere organisatiestructuur, andere vormen van tarifiering en verregaande automatisering. Als je stil blijft zitten, ga je onderuit. Maar het belangrijkste is de klant. Die wil goed geholpen worden. Daar ligt al 25 jaar onze focus en dat zal de komende 25 jaar niet anders zijn”. ■



*Raymond de Mooij en Antoine de Werd*