CARRIÈRE

carriere@telegraaf.nl

Roddelen

Ambtenaren roddelen flink over hun collega's. Vier op de vijf geven eerlijk toe wel eens een kwaad woord te spreken over een ander. Dit blijkt uit een enquête van Inoverheid.nl onder 556 overheidswerknemers. Roddelen gaat vooral over een slechte werkhouding. Andere populaire onderwerpen zijn: blunders, slijmen bij de baas, het privéleven van een collega, liefdesrelaties en het uiterlijk van collega's. Uiterlijk en het liefdesleven zijn gewilde thema's onder vrouwen. Mannen smullen vooral van grote blunders.

Ontslagen

De belangrijkste reden voor ontslag in het mkb is het niet functioneren van een medewerker. Dit blijkt uit onderzoek van De Raadgevers Bedrijfsjuristen, uitgevoerd door TNS NIPO onder 525 mkb-ondernemers. Bijna driekwart van de ondernemers (met 2 tot 100 medewerkers) geeft aan ooit wel iemand te hebben ontslagen. Maar liefst in de helft van de gevallen is de reden voor het ontslag het niet goed functioneren van een werknemer. Daarnaast spelen zaken als conflicten, een werktekort of een reorganisatie een rol. In de industrie en bouwnijverheid worden vaker dan in andere branches mensen ontslagen vanwege een tekort aan werk (37%). Door de crisis nam het aantal ontslagen toe. Werkgevers geven wel aan in 2010 minder mensen te ontslaan in vergelijking met vorig jaar.

Vakantie

Werknemers oriënteren zich vooral onder werktijd op een volgende vakantie. Dit blijkt uit een onderzoek van reisorganisatie World Ticket Center. Het surfgedrag van online klanten werd het afgelopen kwartaal geanalyseerd. Gekeken werd naar op welke tijdstippen de klanten zich oriënteren op een nieuwe reis en wanneer de boeking daadwerkelijk plaatsvindt. Zoeken werd vooral overdag gedaan, boeken in de avonduren.

Wat verdient een...

Steeds vaker wordt het verzorgen van de lunch in het bedrijfsrestaurant uitbesteed aan een externe cateraar. Bijvoorbeeld aan Sodexo en Albron. Zij plaatsen een locatiemanager in het restaurant. Zijn belangrijkste taak is het uitvoeren van het contract dat het bedrijf heeft gesloten met de cateraar. Hij bespreekt wat voor broodjes, beleg, drankjes en andere lekkernijen in de kantine komen te liggen en wat voor prijzen de bezoekers hiervoor gaan betalen.

De locatiemanager is ook verantwoordelijk voor het bestellen van producten en het naleven van kwaliteitseisen. En natuurlijk moet hij zorgen voor tevreden klanten door gehoor te geven aan hun verzoeken.

Er bestaat niet één specifieke opleiding om locatiemanager te worden. Een mbo- of hbo-diploma fast services, facilitaire dienstverlening of een horecarichting geldt als een goede kwalificatie. Maar nog belangrijker is dat een kandidaat de juiste instelling heeft, gastvrij is en managementtaken kan combineren met de kunst van het (culinaire) verleiden.

MANAGER BEDRIJFSRESAURANT

Bruto per maand

Middelgrote locaties	
Schaal 5 of 6:	€ 2115,-- tot € 2667,--
Grotere locaties	
Schaal 7 of 8:	€ 2589,-- en € 3276,--

Bron: Cao contractcatering

Hulp voor expats om heimwee voor te zijn

BEDRIJF GEBAAT BIJ GELUKKIGE WERKNEMERS

door **SAMEER VAN ALFEN**

AMSTERDAM – Ze bewegen zich vaak onzichtbaar voort in onze maatschappij: buitenlandse werknemers die voor korte of langere tijd in ons land werken. Iedereen weet best dat deze 'expats' er zijn en kent er misschien zelfs een paar via het werk. Maar wat deze kenniswerkers daadwerkelijk bezighoudt, is meestal een raadsel. Laat staan of deze groep het in Nederland überhaupt naar zijn zin heeft. ,,Terwijl het juist belangrijk is dat zij tevreden zijn. Het zijn de beste ambassadeurs die ons land maar kan hebben.''

Hoeveel expats er in totaal in Nederland zijn, is niet bekend. Maar lokale cijfers wijzen erop dat hun aantal de afgelopen jaren flink is gestegen. Zowel in Amsterdam als Rotterdam gaat het om 30.000 mensen. Wetenschappelijke studies schetsen vaak een stereotype beeld van kennismigranten. Als globetrotters zou het ze nauwelijks kunnen schelen waar ze zitten, de binding met de plek waar ze verblijven is gering. Behoefte om te mengen met de lokale bevolking is afwezig: zolang ze maar genoeg andere expats om zich heen hebben, vinden ze het allang prima.

'Na werk eenzaam voor de televisie'

Kant-en-klaarmaaltijd

,,Toch is de praktijk weerbarstiger'', zegt Lavesh Lakhina, mede-oprichter van de Indian Expat Society. ,,Buitenlandse werknemers voelen zich vaak erg eenzaam, zeker de eerste tijd. In Nederland gaat iedereen na werktijd zijn eigen weg. Heel anders dan in India, waar collega's na werktijd vaak samen een hapje eten. Dat is erg wennen voor expats. Ze halen dan maar een kant-en-klaarmaaltijd bij de supermarkt, eten die voor de tv op en moeten zich de rest van de avond zelf vermaken. Dat leidt al snel tot heimwee.''

Een onderzoek van de Erasmus Universiteit naar de belevingswereld van expats bevestigt dit beeld. Kenniswerkers vinden het moeilijk om met Nederlanders in contact te komen, laat staan om tot hun vriendenkring te behoren. Ze zoeken de oorzaak hiervoor vooral bij de ander. Naast de taal en scheiding tussen werk en privé noemen zij ook de Nederlandse afsprakencultuur als drempel. Afspraakjes moeten ver van tevoren gepland worden, spontaan iets gaan drinken of zonder belletje bij iemand voor de deur staan is ongebruikelijk.

Lakhina constateert echter dat deze houding maar tijdelijk is. „Na een jaar krijgen contacten met Nederlandse collega's vanzelf wat meer diepgang. „Het is dus belangrijk om expats te helpen om de eerste periode te overbruggen. De Indian Expat Society helpt ze daarbij. Via onze site kunnen de kenniswerkers een profiel aanmaken en berichten sturen naar andere leden. Wij organiseren zelf maandelijks sociale en informatieve evenementen. Ik verwacht dat de site eind dit jaar meer dan duizend leden telt."

Ook gemeentes hebben steeds meer oog voor de noden van expats. In Amstelveen, waar ongeveer 15% van de bevolking onder dit kopje valt, bleek uit onderzoek dat vooral het regelen van de verblijf- en werkvergunning voor veel irritatie zorgde. ,,Daarom hebben we, samen met drie andere gemeentes met wie we de organisatie Amsterdam Inbusiness vormen, een expatloket opgericht'', zegt Christa de Kemp. Zij is directeur buitenlandse investeringen in Amstelveen. ,,Hier wordt alles in een keer geregeld, zelfs de inschrijving voor de gemeentelijke basisadministratie.''

'Bellen met arts in het Japans'

De Kemp: „Ook op het gebied van gezondheidszorg hebben we het een en ander op poten gezet. Japanners, de grootste groep binnen Amstelveen, kunnen in hun eigen taal bellen met een arts in het Amstelland Ziekenhuis. Daarnaast hebben we vanuit de gemeente diverse activiteiten georganiseerd. Zoals vorig jaar het Diwali-festival, een Indiaas lichtjesfeest. De belangstelling was enorm. We moesten zelfs *crowd-control* inroepen omdat de tent uitpuilde van de mensen."

„Toch moet de aandacht voor expats op de werkvloer zélf ook niet onderschat worden", zegt Annie Zheng Yi, voorzitter van de China-Europe Growth Foundation. „Chinezen, hoe goed opgeleid ook, missen toch bepaalde vaardigheden. Ze weten zich vaak niet te redden in een omgeving met internationale collega's. Van zaken als humor tijdens het werk, het houden van een presentatie en discussiëren met een leidinggevende hebben ze geen kaas gegeten. Wij bieden bijvoorbeeld cursussen aan, die Chinezen helpen zich beter staande te houden."

Zheng Yi wijst op het belang dat een expat goed in zijn vel zit. „Alleen dan kunnen ze optimaal presteren voor het bedrijf waar ze werken. Bovendien, als mensen tevreden zijn dan zullen ze ook positief over Nederland vertellen in hun thuisland. Betere ambassadeurs kun je niet hebben." De Kemp: „Daar kan inderdaad geen handelsmissie tegenop. Een goed imago trekt nieuwe mensen aan. En nog belangrijker: bedrijven die in ons land willen investeren."

Kijkend naar het Erasmusonderzoek, lijkt ons land op de goede weg. Veel expats zijn het erover eens dat Nederland een toegankelijk land is voor kennismigranten. Alles is hier goed geregeld: het openbaar vervoer rijdt op tijd, het is relatief veilig op straat en bijna iedereen spreekt Engels. Velen geven aan nog wel enige tijd in Nederland te willen blijven. Juist omdat ze die eenzame eerste periode in een nieuwe omgeving niet nog een keer willen meemaken.

Uitsluiting

,,Al wordt de talenkennis van Nederlanders soms ook als een nadeel ervaren'', weet Lakhina. Veel expats volgen een cursus Nederlands en willen graag veel oefenen in het dagelijkse leven. Maar als wij iemand met een Engels accent gebrekkig Nederlands horen spreken, schakelen wij al snel over naar het Engels.'' Bij sommige kenniswerkers leeft dan ook het gevoel dat Nederlanders, al dan niet bewust, buitenlanders liever op een afstand houden. Taal is daarbij een effectief middel, aldus het onderzoek van de Erasmus Universiteit.

Opvattingen van kennismigranten*

- Nederland is een toegankelijk land
- Gemiddelde cijfer voor leefomgeving 7,3
- Verbondenheid met thuisland het belangrijkst
- In contact komen met Nederlanders moeilijk
- Sport- en expatvereniging populair
- De meesten volgen een cursus Nederlands
- De helft wil voor langere tijd blijven

* ONDERZOEK ERASMUS UNIVERSITEIT ONDER 100 EXPATS IN ROTTERDAM EN DEN HAAG

• FOTO CORBIS

Carrière JOURNAAL

TOPBENOEMINGEN: *carrierejournaal@telegraaf.nl of FAX: 020-5852065*

Detacheerder TMC Group wil **Luud Engels** (50) als chief operations officer benoemen. Hij vervulde deze functie de afgelopen zes maanden al op interim basis. De beoogde coo zal tijdens de eerstvolgende algemene vergadering van aandeelhouders officieel worden voorgedragen als lid van de raad van bestuur. Ceo Thijs Manders is verheugd met de beslissing van Engels.

• *Luud Engels*

***

Remco Houtkamp (35) is aangesteld als manager Marketing & PR bij Scoot Media. Hij gaat zich bezighouden met de positionering van het marketingbedrijf. Hij vervulde al eerder verschillende communicatiefuncties bij UPC Nederland, Yacht en het UWV. Met de aanstelling van Houtkamp heeft bestuursvoorzitter Auke Boersmade de meest cruciale functies binnen zijn team ingevuld. Volgens de nieuwe pr-manager valt er nog veel winst te behalen op de manier waarop Scoot communiceert over zijn producten en diensten.

• *Remco Houtkamp*

***

Royal Bank of Scotland heeft **Jonathan Greenwood** (48) onlangs benoemd tot wereldwijd hoofd Insurance. Greenwood, gestationeerd in Amsterdam, blijft tevens verantwoordelijk voor Financial Institutions in Nederland, Duitsland, Oostenrijk en Zwitserland. Hij was onder andere betrokken bij de beursgangen van verzekeraars Aegon, SNS Reaal en Delta Lloyd Group. Greenwood, die in zijn vrije tijd graag rugby, tennis en golf speelt, behaalde zijn MBA op INSEAD en een MA op Oxford.

• *Jonathan Greenwood*

***

Jacques Guers (54) is de nieuwe president van Xerox Europe. Hij draagt bij de producent van printers, faxen en kopieermachines de verantwoordelijkheid voor de marketingactiviteiten in 17 landen. Sinds juli 2009 was Guers actief als president van Xerox Developing Markets Operations, waar hij zich bezighield met de groei in opkomende markten. De Fransman wordt geprezen om zijn leiderschap en kennis van de Europese activiteiten.

• *Jacques Guers*

***

Joris van Dijk (36) wordt vanaf 1 september de nieuwe algemeen directeur van Madurodam. Hij volgt Peter Verdaasdonk op, die deze functie sinds 2002 bekleedde. Van Dijk is nu nog in dienst van de Nederlandse Staatsloterij, waar hij werkt als directeur Marketing & Sales. Zijn studieachtergrond is Nederlands recht (Universiteit Utrecht) en general management (Harvard Business School). De nieuwbakken directeur is getrouwd en vader van drie kinderen. Van Dijk wil nog niets kwijt over zijn plannen met de miniatuurstad.

Uitzendconcern Manpower Nederland heeft voor zijn afdeling Marketing & Communications drie nieuwe managers aangenomen. **Lisa Simons** (30) is begonnen als manager PR & Communications. Zij werkte voorheen onder andere bij Delta Lloyd en de laatst vier jaar als freelance adviseur bij USG, Far West en Nuon. **Marijne Joosten** (40) start per 1 september ook als manager Marketing & Communications. Zij was voor haar overstap werkzaam op interimbasis voor bijvoorbeeld Eigen Haard, Tempo-Team en Yacht. **Radi Jaarsma** (37) versterkt het team als manager E-Communications. Hij was hiervoor werkzaam bij Verizon Communications, GTS/Esprit Telecom en Concentus.

• *Lisa Simons*

***

Erik van Merrienboer (44) is benoemd tot lid van de directieraad en directeur Economie en Mobiliteit van de provincie Noord-Brabant. Sinds 1999 was hij in dienst van de gemeente Eindhoven, nadat hij tien jaar lang bij de Sociaal-Economische Raad had gewerkt. In 2006 werd hij gekozen tot wethouder (portefeuille mobiliteit, milieu, economische zaken, grondzaken/vastgoed en burgerparticipatie). In maart 2010 werd hij gemeentesecretaris/algemeen directeur ad interim van de gemeente Eindhoven.

• *Erik van Merrienboer*

De secretaresse als 'groene' inspirator

U zat wellicht net op een terras, aan het strand of het zwembad te mijmeren. Misschien dacht u even aan uw werk, want dat doen veel mensen tijdens hun vakantie. Over hoe u de laatste vijf maanden van 2010 invult of over uw voornemens om beter en misschien zelfs 'groener' te ondernemen. 'Hoe krijgen we duurzaamheid nu eens beter van de grond op de werkvloer?'

Mijn suggestie: maak de secretaresse de 'groene spil' op de werkvloer. De secretaresse is namelijk de persoon die goed zicht heeft op zaken die grote invloed hebben op de 'ecologische footprint' van een onderneming. Ze ziet waar de mogelijkheden liggen en kan ook, als verlengstuk van de directie, de duurzaamheid sturen.

Dat de secretaresse een organisatie als geen ander 'groen' kan helpen maken, heb ik geleerd uit een initiatief dat ooit bij onze dochterorganisatie Vitae begon als een wild brainstormidee.

De 'groene secretaresse' is speciaal opgeleid om de rol van aanjager te spelen. Zij weet waar je duurzame materialen kunt inkopen, waar je duurzame vergaderingen kunt beleggen. En waar locaties zijn te vinden bij treinstations, waardoor CO2 kan worden bespaard. Ze heeft up-to-date kennis over zuinig computer- en printgebruik.

Moeten sommige vergaderstukken eigenlijk wel geprint worden? Wat kan digitaal worden verspreid? De werkplek van de secretaresse is de ideale plaats om kleinschalig te beginnen met 'groene' keuzes.

Met een groene bril kijken naar leaseauto's, transport, afvalscheiding, betere isolatie en dynamische verlichting van kantoren is niet alleen goed voor het milieu. Zo nu en dan telefonisch vergaderen, scheelt ook in de brandstofkosten. Zorgen dat het licht automatisch uitgaat in ruimten waar niemand is, levert een lagere stroomrekening op.

Ik heb in onze eigen organisatie gezien dat 'groen denken' alleen in de haarvaten van de onderneming terechtkomt als het gepaard gaat met eenvoudige, resultaatgerichte maatregelen. Ik geloof daarom heilig in de rol die deze beroepsgroep kan hebben als groene inspirator.

Daarmee wordt de functie van secretaresse alleen maar belangrijker, als spil in de organisatie. Voor Manpower een extra reden om volgend jaar voor de 25e keer de Secretaresse van het Jaar Verkiezing te organiseren. Een terecht standbeeldje voor de beroepsgroep die een toekomstgerichte visie in een onderneming echt van binnenuit kan invullen.

• *Jilko Andringa, Algemeen Directeur Manpower Nederland*

Creatief omgaan met vele afwijzingen op sollicitaties

Van een onzer verslaggevers

AMSTERDAM – Na verschillende afwijzingen was ze het helemaal zat. Annemarie Appelman (26) ving steeds bot bij de organisaties waar ze solliciteerde. Daarom begon Haarlemse een eigen website om haar ervaringen te delen. Met als belangrijkste 'sponsoren' de werkgevers die afwijzend reageerden op haar open sollicitaties.

Carrière MAKERS

„Een jaar geleden verloor ik mijn baan. Vol goede moed begon ik met solliciteren, maar dat viel vies tegen. Ik wil graag aan de slag bij een bedrijf of organisatie die zich bezighoudt met maatschappelijke vraagstukken. Maar zelfs een uitnodiging voor een gesprek zat er meestal niet in. Zoiets had ik nog nooit meegemaakt. Voorheen rolde ik vrij gemakkelijk van baan naar baan."

Wat Appelman nog het meest verbaasde, was dat ze steeds werd afgewimpeld met als reden dat ze overgekwalificeerd was. De werkloze tegen wil en dank is in bezit van een hbo-diploma Media en Entertainment Management. ,,Terwijl ik mij juist niet te ambitieus wilde profileren om zo snel mogelijk aan de slag te komen. De lijst met afwijzingen groeide snel, met onder andere Greenpeace, IDFA, Stichting Doen en Jantje Beton.''

De Haarlemse zocht een uitweg voor haar frustraties. „Ik wilde deze negatieve ervaring omzetten in iets positiefs. Met vrienden ging ik nadenken over een ludieke actie. Toen ontstond het idee voor een website waarop ik heel open vertel over mijn niet-aflatende zoektocht naar een nieuwe baan. De organisaties die mij afwezen, zouden prominent genoemd moeten worden. Immers, zonder hen was de site nooit mogelijk geweest."

Overweldigend

Begin juli ging de website de lucht in. Het bestaan ervan werd gepromoot door Appelman en haar vrienden met behulp van sociale media als Twitter, Facebook, Linkedin en Hyves. „Het succes is tot nu toe overweldigend. Ik heb zo veel hartverwarmende reacties gehad. Steunbetuigingen van lotgenoten. Maar bijvoorbeeld ook tips die mij sneller aan een baan kunnen helpen. De site telt intussen zo'n 300 unieke bezoekers per dag."

Daarnaast is Appelman ook door een aantal bedrijven uitgenodigd voor een sollicitatiegesprek. Met als resultaat een concrete aanbieding. Maar de twijfel slaat toe. ,,Moet ik er gewoon voor gaan, of moet ik afwachten welke kansen er nog meer op me afkomen, nu ik die mogelijkheid heb gecreeerd? Ik weet het niet.''

Als de werkloze uiteindelijk een baan heeft gevonden, betekent dit volgens haar niet meteen het einde van de site. „Ik denk aan een net iets andere invulling, met meer informatie over solliciteren en dergelijke. Bovendien kan ik natuurlijk ook vertellen over de eerste ervaringen bij mijn nieuwe werkgever." Van de 'sponsoren' van haar site heeft Appelman nog geen reactie ontvangen. *Zie www.annemarieappelman.nl*

• *ANNEMARIE APPELMAN*
...inmiddels al een aanbieding binnen...

Contact met vorige baas gering

Van een onzer verslaggevers

Bijna de helft van alle werknemers heeft geen of nauwelijks contact met oud-werkgevers. Hoewel zij de voordelen hiervan inzien, wordt de deur meestal definitief dichtgetrokken.

Dat blijkt uit cijfers van de Intelligence Group. Wel betrekken werknemers steeds vaker ex-collega's in hun professionele netwerk.

„Mensen hebben vaak schroom hun oude werkgever te mailen of bellen, omdat er vaak een hiërarchische verhouding was", zegt Jeroen Kerkhof, directeur HRM bij Manpower. „Het is dan moeilijk overschakelen naar een meer gelijkwaardige relatie."

Volgens Kerkhof weten mensen soms niet hoe ze een oud-werkgever moeten benaderen. „Het voelt al snel alsof je aan het bedelen bent om een baan. Daarom is het belangrijk de goede toon aan te slaan."

Werkgevers lijken zich ook steeds bewuster te zijn van het belang dat ex-werknemers kunnen hebben. „Steeds meer bedrijven zetten alumnigroepen op waar oud-werknemers zich kunnen verenigen. Zo'n pool komt goed uit mocht er ooit een tekort ontstaan."