

# CARRIÈRE

carriere@telegraaf.nl

## Koffiedrinken

Duizenden werknemers komen eerder op het werk dan van hen wordt verwacht, maar de eerste 31 minuten doen ze weinig meer dan koffiedrinken, bijpraten en de krant lezen. Dat blijkt uit een Brits onderzoek van commercieel vastgoedmakelaar Officebroker. Om de drie weken gaat zo een volledige werkdag verloren - dat zijn maar liefst 16 extra vakantiedagen per jaar. Niet minder dan 9 op de 10 respondenten gaven toe later op het werk te komen dan contractueel is vastgelegd. 37% ontbijt eerst aan het bureau.

## E-mail

Nederlandse managers gebruiken voornamelijk e-mail voor het zoeken naar relevante informatie. Met 85% is dit het hoogste percentage ter wereld. Zo blijkt uit onderzoek van Avanade, aanbieder van zakelijke technologiediensten, naar de zakelijke impact van grote hoeveelheden data. Daarnaast geeft 38% aan dat zij veel opzoeken in klantdatabases. Slechts 4% - het laagste percentage wereldwijd - zoekt in social media news feeds. Nederlanders kiezen voor veilige opslag. Slechts 8% slaat data op de desktop op, terwijl nog 44% van de Fransen en Italianen dit doet.

## Verliefd

Vier op de tien werknemers hebben wel eens een affaire met een collega gehad. Toch zegt 58% dat een relatie op het werk een ramp is. Zo blijkt uit een poll van Monsterboard.nl. 12% van de onderzochten geeft aan op dit moment een relatie binnen de werksfeer te hebben, al dan niet geheim. 29% van de mensen vindt dat relaties op het werk moeten kunnen, als je maar realiseert dat je op het werk bent om te werken. Slechts 7% lijkt het fantastisch om een collega als partner te hebben.

## Social media op de werkvloer

Steeds meer mensen maken gebruik van social media als Hyves, Facebook en Twitter. Deze sociale netwerken beheersen de levens van steeds meer (bekende) Nederlanders. Ook op de werkvloer gaat het hard. Het gebruik van Twitter is al lang geen uitzondering meer. Dat werknemers zich lang niet altijd goed bewust zijn van het gebruik van social media, al dan niet tijdens werktijd, is een ander verhaal. Dat laten de volgende voorbeelden uit mijn juridische praktijk zien.



Guus\* werkt als productie-medewerker in een fabriek. Hij doet zijn werk goed, totdat hij zich steeds vaker ziek meldt met onduidelijke klachten. De werkgever van Guus kan hier niet goed de vinger achter krijgen en ook navragen door de bedrijfsarts levert weinig op. Als Guus zich voor de zoveelste keer ziek meldt, deze keer met rugklachten, gaat de werkgever van Guus op onderzoek uit. Hij komt een gegeven moment terecht op de Facebookpagina van Guus. Tot zijn grote verbazing treft zijn baas foto's aan van een springende Guus tijdens een metalconcert. De datum van de foto's staat keurig vermeld: ze blijken te zijn gemaakt in het weekend nadat Guus zich met rugklachten ziek heeft gemeld. Zo ernstig zijn die rugklachten dus niet. Guus wordt op staande voet ontslagen; de rechter keurt het ontslag goed.

Ook is er de kwestie van Linda\*. Zij werkt op een reclamebureau. Na een paar jaar is de liefde tussen Linda en haar werkgever voorbij. De laatste wil de arbeidsovereenkomst met

Linda beëindigen. Alleen beschikt hij niet over een dossier. Er zijn geen verslagen van beoordelingsgesprekken, brieven met kritiek. Niets van dit alles. Conclusie is dan ook dat de werkgever geen ontslaggrond heeft. En zou hij al van Linda af willen komen, dan kost hem dat een flink schadevergoeding. De baas van Linda zit met zijn handen in het haar. Totdat hij op Hyves allerlei krabbelvriendinnen van Linda leest. Zij feliciteren haar met haar nieuwe baan. De werkgever wacht rustig af totdat Linda haar baan opzegt. Dit gebeurt dan ook enkele dagen later.

Ten slotte is er nog Gerard\*. Hij heeft een ict-bedrijf met een paar werknemers. Met al die werknemers heeft Gerard een concurrentiebeding gesloten. Kort nadat een van zijn werknemers ontslag heeft genomen, raadtpleegt hij Gerard de LinkedIn-pagina van die werknemer. Hij ziet hierop dat die werknemer bij de concurrent is gaan werken. Gerard spreekt de ex-werknemer aan op de overtredding van het concurrentiebeding. En met succes. De ex-werknemer moet zijn activiteiten staken.

Veel werknemers zijn zich onvoldoende bewust van de gevolgen van wat zij op het internet plaatsen. Mijn advies luidt dan ook: let goed op wat je allemaal tuitert, hypet en op LinkedIn en Facebook zet. Big Brother is watching you!

Pascal Besselink  
arbeidsrechtjurist  
bij DAS

\*De namen zijn gefingeerd.

## Wat verdient een...

In Nederland zijn ruim 15.000 advocaten werkzaam. Om advocaat te kunnen worden, moet men eerst een universitaire studie Nederlands recht afronden en vervolgens een verzoek tot beëdiging indienen bij de rechtbank in het arrondissement waar hij zich wil vestigen. Zodra de beëdiging heeft plaatsgevonden, wordt de advocaat ingeschreven op het tableau van de plaatselijke rechtbank. Echter, zelfstandig zijn prak-

tijk uitoefenen is dan nog niet mogelijk. De eerste drie jaar moet hij als advocaat-stagiair onder begeleiding van een ervaren advocaat als patroon werken.

Tijdens zo'n advocaat-stage leert hij alles in en over de praktijk. Hij bouwt dossierkennis op, maar mag ook zaken behandelen en cliënten adviseren, onder toezicht oog van de patroon. Daarnaast volgt hij interne en externe cursussen, lezingen en trainingen,

## ADVOCAAT-STAGIAIR

Bruto per maand, bij een volledige werkweek

Gedurende het eerste jaar: €2.091,-  
Gedurende het tweede jaar: €2.383,-  
Gedurende het derde jaar: €2.647,-

BRON: Advocatie.nl

waarbij specifieke juridische thema's aan de orde komen, zoals de gedragsregels voor advocatuur en notariaat.

## 'Eerlijk scoren!' maakt dilemma tussen geld en geweten bespreekbaar

# Targets halen èn integer werken

door PAOLA VAN DE VELDE

BUSSUM - Elke professional, of hij nu bij een bank, verzekeraar, accountantskantoor of adviesbureau werkt, kent het probleem: de spanning tussen enerzijds de door de organisatie opgelegde targets en anderzijds de persoonlijke integriteit, oftewel tussen geld en geweten. Vasthouden aan je eigen normen en waarden is niet altijd even gemakkelijk. Wat doe je als de klus in tien minuten geklaard is en je toch van je baas drie uur aan de klant moet factureren? En neem jij een opdracht aan die je goed kunt gebruiken om je omzetcijfers op te krikken, maar waarbij de klant iets vraagt wat je eigenlijk niet zo goed beheerst?

Margreeth Kloppenburg en Jaco van der Schoor, beiden werkzaam als senior trainer en adviseur vanuit hun bureau Mensen in Bedrijf, komen bij hun opdrachtgevers dagelijks mensen tegen die met deze kleine en grote dilemma's worstelen. Samen schreven zij het boek 'Eerlijk scoren!' waarin zij handige tips geven aan professionals die graag toegevoegde waarde willen leveren aan de klant, zonder zich zorgen te hoeven maken over hun targets. „Omdat zij erop durven te vertrouwen dat je op een faire manier heel goed geld kunt verdienen. Eerlijk is duurzaam. Het goede doen voor de klant betaalt zich altijd uit.“ „De ellende is dat, zeker nu door de crisis, op korte termijn

geld omzetten hard nodig is om in veel organisaties de boel werkzaam te houden“, geven de twee schrijvers toe. „De druk is hoog. Er wordt in feite aan twee kanten aan medewerkers getrokken. De baas heeft belang bij financiële continuïteit, terwijl de klant de beste mogelijke dienstverlening voor een lage prijs wil hebben.“

## 'Het goede doen voor de klant betaalt zich altijd uit'

Als je ziet dat je manager nogal creatief met de cijfers omgaat, is het bovendien niet makkelijk daarover iets te zeggen. Vaak zie je dat binnen het team verschillende mensen zich ergeren aan deze handelswijze, maar niemand iets zegt. Impliciet nemen ze collectief de beslissing het er niet over te hebben. Vaak omdat het onveilig is om het aan te kaarten. Kritiek op het management wordt niet altijd gewaardeerd. Klokkenluiders hebben het doorgaans moeilijker dan de degene die het niet zo nauw neemt met regels.“

Volgens Kloppenburg beginnen echter steeds meer organisaties in te zien dat zij de oorlog niet gaan winnen met alleen het stellen van financiële targets. „Er lijkt een soort keuzemoment te zijn aangebroken, waarbij de vraag is: gaan we onverdrotten door met gemakkelijk geld verdienen zolang het kan? Of maken we



• Margreeth Kloppenburg en Jaco van der Schoor: „Eerlijk scoren is duurzaam.“

FOTO: ALDO ALLESSE

nu de keuze om het werkelijk anders te gaan doen?“ In de ogen van Van der Schoor en Kloppenburg is er, wil een bedrijf ook in de toekomst succesvol blijven, maar één optie mogelijk. „Het voldoet niet meer om simpelweg omzet te genereren en nauwelijks bezig te zijn met wat je toevoegt aan waarde bij de klant. Klanten worden immers kritischer. Professionals moeten hun liefde voor het vak, het belang van de klant en het belang van de organisatie doorlopend met elkaar verbinden en zoveel mogelijk op een lijn zien te krijgen.“

„Veel groot en klein leed wordt echter nog onder tafel geveegd. De oplossing is om de dilemma's tussen geld en geweten grondig met elkaar door te spreken, zodat je steeds gemakkelijker keuzes kan maken. Alleen zo kun je leren om-

gaan met botsende belangen. Bovendien kom je er zo achter wat je als team belangrijk vindt en wat precies de professionele norm is. Vooral in de financiële branche, zo is onze ervaring, werkt dit beter dan de zoveelste gedragscode“, aldus Kloppenburg.

## Bonussysteem

„Belangrijk daarbij is dat de organisatie professionals wel moet faciliteren om zo te gaan werken. Bijvoorbeeld door het individuele beloningssysteem aan te passen. Dit systeem leidt er immers toe dat collega's elkaar vliegen gaan afvangen, dat ze opdrachten voor zichzelf houden, ook al heeft een ander meer kennis van zaken, et cetera. Dan kan je als organisatie de mond vol hebben over de juiste teamsamenstelling en over collegialiteit,

maar een individueel bonussysteem draagt daar nooit aan bij. Beter is het om teams op hun gezamenlijke prestatie te beoordelen en te belonen. Op die manier creëer je ook meer ruimte voor innovatie“, benadrukt Van der Schoor.

De verzekeringsbranche heeft inmiddels al het boek 'Eerlijk scoren!' omarmd. „Een grote verzekeraar heeft ons boek zelfs cadeau gedaan aan alle medewerkers“, vertellen de schrijvers trots. „Met het boek in de hand voeren zij nu de dialoog hoe ze met opgeheven hoofd de toekomst tegemoet kunnen treden. Opdat ze betere klantrelaties opbouwen en op een eerlijke manier een goede boterham verdienen. Doorgaan met alleen het bijhouden van eenvoudig opgehaalde provisies, zo beseften zij als geen ander, is een heilloze weg.“

## Anonieme feedback op werkgever

AMSTERDAM - Jasje-dasje, mantelpakje of op slippers naar kantoor? Sollicitanten die meer willen weten over de dresscode bij hun gedroomde nieuwe werkgever, over de bedrijfscultuur en de mogelijkheid tot onderhandelen over het salaris kunnen hun licht opsteken bij 360inc.nl. Op deze site kunnen medewerkers van bedrijven anoniem een recensie achterlaten over hun werkgever. „Het is een online platform waarop formele en informele informatie over bedrijven wordt gedeeld. Wat iens.nl voor restaurants is, wil 360inc.nl zijn voor werkgevers“, zegt initiator en projectmanager Hilde Tholen.

Een rondgang over de site leert al snel dat wie graag 30 vakantiedagen per jaar of meer wil hebben, het beste voor een job bij Philips, Acon Avm of Ernst & Young kan opteren. Mensen die graag zakelijke reisesjes maken, komen goed aan hun trekken als medewerker van maritiem transport en bergingsbedrijf Smit, Maersk, Google en, hoe kan het anders, KLM. Fanatieke sporters, die hun lunchpauze graag op de loopband of de roeimachine doorbrengen, vinden bij voorkeur emplot bij Nike, Adveronline of de gemeente Amsterdam, want die werkgevers beschikken over een eigen fitnesscentrum.

„360inc.nl bouwt aan een helder en eerlijk beeld van werkgevers“, legt Tholen uit. „Je vind hier niet alleen de standaard informatie vanuit het bedrijf zelf, maar juist ook inside-informatie van (ex-)werknemers, stagiairs en sollicitanten. Zo profiteer je optimaal van elkaars ervaring! De site bevat inmiddels al 650 bedrijfsprofielen en ruim 2000 reviews.“

De naam van de site verwijst naar de tegenwoordig in veel

BOELEN  
adviesgroep

zoekt voor haar  
opdrachtgever in Zutphen

VOORMAN  
(mts, jong, gedreven, ambitieus)

Uitgebreide functie-informatie treft u aan op [www.boelenadvies.nl](http://www.boelenadvies.nl)

Geïnteresseerd? Bel Rik Boelen 06 - 21 54 20 53

## Carrière JOURNAAL

Internationaal advocatenkantoor Clifford Chance verwelkomt Robert Smit (41) als general manager van het kantoor in Amsterdam. Hij zal nauw betrokken zijn bij de verdere strategische ontwikkeling van kantoor en zal tevens de Business Services-afdelingen aansturen.

Smit begon zijn carrière in 1988 bij KPMG, waar hij verschillende functies vervulde en zich kwalificeerde als registeraccountant. Hij was lead partner bij KPMG van 2001 tot 2010 waar hij verantwoordelijk was voor het onderhouden van de relatie met zowel beursgenoteerde alsmede grote private bedrijven. Ook heeft hij leidinggegeven aan HR, riskmanagement en resource-managementafdelingen.

Emmo Meijer (59) wordt per 1 april benoemd tot Corporate Director Research & Development bij zuivelonderneming FrieslandCampina. Hij is afkomstig van Unilever, waar hij sinds 2005 werkzaam was als Senior Vice-President met aanvankelijk de wereldwijde verantwoordelijkheid voor Foods R&D, later uitgebreid naar R&D in zijn geheel en vervolgens Strategy. Meijer, die zijn carrière begon bij DSM, is eveneens actief als parttime hoogleraar (TUE), voorzitter van de Netherlands Academy of Technology and Innovation, directeur van de Koninklijke Hollandse Maatschappij der Wetenschappen, voorzitter van de Energie Advies Commissie, voorzitter van het Top Institute Food and Nutrition, voorzitter stuurgroep FND en lid van verschillende Nederlandse en Europese organisaties op het gebied van life sciences.

Financieel dienstverlener Robein Vermogensspecialisten heeft Roland van der Baan (41) aangesteld als Risk Manager. Hij zal het risicomanagement van alle verzekerings-, vermogensbeheer- en pensioenactiviteiten van de Haagse levensverzekeraar en vermogensbeheerder verder structureren en uitdiepen. Van der Baan heeft ruim vijftien jaar ervaring in de sector. Hij was tot voor kort werkzaam bij KAS Bank, eerst als Trader European Money Markets en Risk Manager. Zijn laatste functie daar was die van Hoofd Credit Risk Management. Bij Robein maakt Van der Baan ook deel uit van het managementteam.

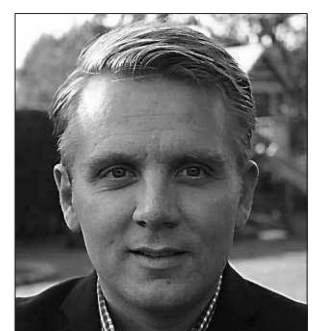
Margreet van Ee (49) mag zich vanaf 1 maart de nieuwe directievoorzitter van Achmea Bank Holding en Achmea Hypotheekbank noemen. Zij volgt Jurgen Stegmann op, die deze functie op interim basis vervulde en per 15 maart als cfo van Robeco zal beginnen. Van Ee is momenteel werkzaam als directeur Eureko Re en sinds 2004 in dienst van Achmea. Daarvoor vervulde zij verschillende leidinggevende functies bij Amev en Rabobank.

Richard Franken (50) is directeur van Hoffmann Bedrijfsrecherche in Almere geworden. Eerder deze week kondigde Facicom Services Group aan het bedrijf overgenomen te hebben en het onder te brengen bij Trigon, de bevestigingsdivisie van het concern. Franken zal als nieuwe directeur leidinggeven aan het managementteam van bijna 100 specialisten. Hij werkt al 22 jaar bij Facicom, is portfeuillehouder terrorisme binnen de VPB (branchevereniging) en namens het bedrijf zeer actief in diverse security platforms, zoals ASIS en de VBN.

Jeroen van der Hamsvoort (38) is benoemd in de functie van Director Supply Chain bij A.S. Watson Health & Beauty Benelux. Hij begon zijn loopbaan bij Ahold, waar hij gedurende acht jaar verschillende managementposities binnen Finance en Logistiek vervulde. De afgelopen vijf jaar was hij werkzaam als financieel topman van Struik Foods Europe.

Kees Heutink (45) is aangesteld als Director New Business en tevens toegetreden tot het managementteam van Alcatel-Lucent Enterprise in de Benelux. Heutink heeft 20 jaar ervaring in de ict en customer care-industrie op senior managementniveau. Hij heeft diverse managementfuncties bekleed bij onder andere AT&T en Clientel, CP/Sharpen en Pridis.

De commerciële directeur van uitzendconcern Randstad is een optimiste pur sang. „Meegaan in de recessie is voor mij geen optie. Er zijn altijd kansen op groei. En ik ben ervan overtuigd dat je het verschil kunt maken door mee te denken met je klanten. Wij hebben gemerkt dat juist toen het slechter ging met de markt klanten worstelden met HR-vragen. Die hebben wij geprobeerd zo veel mogelijk te beantwoorden. Wij zijn naast de klant blijven staan, ook in slechte tijden en ik heb gemerkt dat



Prof. dr. Dirk Brounen (34) bekleedt de nieuwe leerstoel vastgoedconomie aan de Universiteit van Tilburg. De internationaal gerenommeerde vastgoedeexpert gaat onderzoek doen naar thema's als risicomanagement, regulering, duurzaamheid en rendement van vastgoed. PwC, Amvest, PGGM en FGH Bank sponsoren deze leerstoel. Samen met de sponsors gaat Brounen een nieuw platform ontwikkelen - het 'VastgoedLab' - waar de kruisbestuiving tussen theorie en praktijk concrete invulling kan krijgen. „Samen gaan wij de dna-code van succesvol en duurzaam vastgoedondernemen kraken.“

Emmo Meijer (59) wordt per 1 april benoemd tot Corporate Director Research & Development bij zuivelonderneming FrieslandCampina. Hij is afkomstig van Unilever, waar hij sinds 2005 werkzaam was als Senior Vice-President met aanvankelijk de wereldwijde verantwoordelijkheid voor Foods R&D, later uitgebreid naar R&D in zijn geheel en vervolgens Strategy. Meijer, die zijn carrière begon bij DSM, is eveneens actief als parttime hoogleraar (TUE), voorzitter van de Netherlands Academy of Technology and Innovation, directeur van de Koninklijke Hollandse Maatschappij der Wetenschappen, voorzitter van de Energie Advies Commissie, voorzitter van het Top Institute Food and Nutrition, voorzitter stuurgroep FND en lid van verschillende Nederlandse en Europese organisaties op het gebied van life sciences.

Financieel dienstverlener Robein Vermogensspecialisten heeft Roland van der Baan (41) aangesteld als Risk Manager. Hij zal het risicomanagement van alle verzekerings-, vermogensbeheer- en pensioenactiviteiten van de Haagse levensverzekeraar en vermogensbeheerder verder structureren en uitdiepen. Van der Baan heeft ruim vijftien jaar ervaring in de sector. Hij was tot voor kort werkzaam bij KAS Bank, eerst als Trader European Money Markets en Risk Manager. Zijn laatste functie daar was die van Hoofd Credit Risk Management. Bij Robein maakt Van der Baan ook deel uit van het managementteam.

Margreet van Ee (49) mag zich vanaf 1 maart de nieuwe directievoorzitter van Achmea Bank Holding en Achmea Hypotheekbank noemen. Zij volgt Jurgen Stegmann op, die deze functie op interim basis vervulde en per 15 maart als cfo van Robeco zal beginnen. Van Ee is momenteel werkzaam als directeur Eureko Re en sinds 2004 in dienst van Achmea. Daarvoor vervulde zij verschillende leidinggevende functies bij Amev en Rabobank.

Richard Franken (50) is directeur van Hoffmann Bedrijfsrecherche in Almere geworden. Eerder deze week kondigde Facicom Services Group aan het bedrijf overgenomen te hebben en het onder te brengen bij Trigon, de bevestigingsdivisie van het concern. Franken zal als nieuwe directeur leidinggeven aan het managementteam van bijna 100 specialisten. Hij werkt al 22 jaar bij Facicom, is portfeuillehouder terrorisme binnen de VPB (branchevereniging) en namens het bedrijf zeer actief in diverse security platforms, zoals ASIS en de VBN.

Jeroen van der Hamsvoort (38) is benoemd in de functie van Director Supply Chain bij A.S. Watson Health & Beauty Benelux. Hij begon zijn loopbaan bij Ahold, waar hij gedurende acht jaar verschillende managementposities binnen Finance en Logistiek vervulde. De afgelopen vijf jaar was hij werkzaam als financieel topman van Struik Foods Europe.

Kees Heutink (45) is aangesteld als Director New Business en tevens toegetreden tot het managementteam van Alcatel-Lucent Enterprise in de Benelux. Heutink heeft 20 jaar ervaring in de ict en customer care-industrie op senior managementniveau. Hij heeft diverse managementfuncties bekleed bij onder andere AT&T en Clientel, CP/Sharpen en Pridis.

De commerciële directeur van uitzendconcern Randstad is een optimiste pur sang. „Meegaan in de recessie is voor mij geen optie. Er zijn altijd kansen op groei. En ik ben ervan overtuigd dat je het verschil kunt maken door mee te denken met je klanten. Wij hebben gemerkt dat juist toen het slechter ging met de markt klanten worstelden met HR-vragen. Die hebben wij geprobeerd zo veel mogelijk te beantwoorden. Wij zijn naast de klant blijven staan, ook in slechte tijden en ik heb gemerkt dat