

Ba az

03

De Expat-
editie

20 pagina's met
succesvol
ondernemen in of
met het buitenland
vanaf pagina 7

HET MAGAZINE VOOR DE ONDERNEMER

Ilse Visser
UNDUTCHABLES

“Op zoek naar *native speakers*, omdat Nederland dat nodig heeft.”

BUSINESSSTRIP NL
DEN HAAG

CATHARINE VAN HEEST
CARE FOR WOMEN

EEN UITGAVE VAN CLIPBOARD PUBLISHING



PRIJS: € 3,95

4-JAARGANG

Tracking & tracing

DÉ STANDAARD VOOR (INTER)NATIONAAL TRANSPORT

Op zoek naar native speakers, omdat *Nederland* ze nodig heeft

*Buitenlanders zijn kansloos op de arbeidsmarkt als ze gebrekkig Nederlands spreken. Dat is raar als je wel drie andere talen vloeiend spreekt en in het bezit bent van een mooi diploma. Voor een regulier uitzendbureau is het vaak een uitsluitingsgrond: er wordt niet voor je bemiddeld. Terwijl het bedrijfsleven juist zoekt naar **native speakers**. Daarom richtte Visser (foto) samen met vriendin en zakenpartner Judith van der Klundert bijna vijftien jaar geleden Undutchables op. 'Nederland is afhankelijk van goede buitenlandse werknemers voor onder meer de financiële en ICT-sector.'*

Dankzij *Undutch* (niet-Nederlands) en *able* (capabel) maken expats in Nederland een goede kans op een baan in hun eigen taal en kunnen ondernemers rekenen medewerkers die anders moeilijk te vinden zijn. Ilse Visser en Judith van der Klundert begonnen in 1996 met *Undutchables* op een zolderkamertje in Amstelveen met een startkapitaal van tienduizend gulden en een dito lening van de bank. 'Het was Judith opgevallen dat veel bedrijven op zoek zijn naar mensen die een specifieke taal goed beheersen en die ook de cultuur begrijpen. Dat was bijvoorbeeld ook zo bij haar toenmalige werkgever Sun Microsystems. Als je

Een goed idee en het herkennen van de markt is overigens niet voldoende om een bedrijf op te zetten, vindt Visser. 'Als ondernemer zul je toch echt met je voeten in de modder moeten gaan staan om het te realiseren, maar de marketingstrategie – met name *buzzmarketing* – is nauwelijks veranderd. Naast mond-tot-mondreclame zijn we wel altijd met reclameborden aanwezig op plekken waar veel reizigers komen, zoals op Schiphol.'

ASPERGES

Undutchables heeft twee doelgroepen: mensen die al in Nederland zijn en bijna allemaal een Nederlandse partner

dankbare functie heeft. 'Wij helpen mensen aan het werk die vaak goed zijn opgeleid en avontuurlijk zijn, omdat ze het aandurven in een ander land te gaan wonen. Ze zijn extra gemotiveerd. Een baan in Nederland betekent financiële onafhankelijkheid van bijvoorbeeld de Nederlandse partner, maar ook een eigen werkkring met een eigen netwerk. We krijgen regelmatig chocolade en kaartjes als dank.'

TOUCH

Hoewel het niet een bewuste keuze is, is de vrouwelijke *touch* bij *Undutchables* onmiskenbaar aanwezig. 'De algemene manager is een vrouw. Hoe we ons be-

Het is belangrijk dat buitenlandse bedrijven in **Nederland** blijven.

in Amsterdam rondloopt, dan hoor je allerlei talen om je heen: een enorm reservoir voor *Undutchables* om uit te putten. Wij dachten: dat is een gat in de markt en sprongen erin', zegt Visser. De medeoprichtster is nu marketing- en ICT-manager van het bedrijf, dat zes kantoren en 45 mensen in dienst heeft. Vijftien jaar geleden gingen Visser en Klundert samen de boer op. 'Met een oud autootje bezochten we potentiële klanten. We hebben ze natuurlijk nooit verteld dat we op een zolderkamertje werkten', lacht ze.

MISVATTING

Undutchables eerste klant was Sun Microsystems. Visser en Klundert speurden bedrijfsadvertenties af naar meer mogelijkheden. 'Ik had in het begin nog het idee dat we ons bestaan moesten verantwoorden en dat we ondernemingen moesten overtuigen van het feit dat het goed is om buitenlandse werknemers in dienst te nemen. Dat was een misvatting. Bedrijven hoefden helemaal niet te worden overtuigd.' Het werven verliep vanaf het begin soepel. 'Met name de grote internationale ondernemingen wisten allang hoe belangrijk het is om bijvoorbeeld een Spanjaard in dienst te hebben die weet dat het geen enkele zin heeft om tijdens de siëstra contact te leggen met Spanje.'

hebben én sollicitanten die direct vanuit het buitenland een baan in Nederland zoeken. 'De tweede groep is juist de laatste jaren gegroeid. In 1996 was ze er nauwelijks. De arbeidsmobiliteit is erg toegenomen.'

Volgens Visser komt dat voor haar bedrijf niet door de uitbreiding van de Europese Unie. 'Uit de landen die er recent zijn bijgekomen, bijvoorbeeld uit Midden-Europa, krijgen we niet veel meer mensen dan in 1996. Wij richten ons namelijk op administratieve functies, waar taal van belang is. Uit landen als Polen zie je vaak dat mensen werk doen, waar de taal niet zo van belang is. Asperges steken bijvoorbeeld. Asperges praten niet terug.' Partners van expats als diplomaten kloppen weinig aan bij *Undutchables*. 'Als ze al op zoek zijn naar een baan, dan gaat het vaak om een tijdelijke job en wij bemiddelen in het bijzonder voor vaste functies.'

CHOCOLADE

Undutchables springt in op de behoefte aan anderstaligen bij bedrijven, maar volgens Visser is er meer. 'Ondernemers zoeken simpelweg de beste medewerkers. De achtergrond doet er dan niet doe. Ervaring is het belangrijkste. Ons internationale platform helpt ook die markt te bedienen.' De medeoprichtster vindt dat ze een

drijf hebben laten groeien, is eveneens typisch vrouwelijk. We begonnen klein en bouwden langzaam uit. Bij iedere stap wilden we zeker weten dat het kon. Andere ondernemers zullen ons wat dat betreft behoudend vinden.' Visser vindt het belangrijk dat rekruteringsmedewerkers een goed inlevingsvermogen hebben. 'Dat zie ik vaker bij vrouwen. Dat laat niet onverlet dat we ook een paar uitstekende mannelijke *recruiters*.' Wie bij *Undutchables* werkt moet zelf veel verantwoordelijkheid willen en kunnen nemen. De vestigingsmanagers en rekruteringsmedewerkers hebben veel mogelijkheden om hun werk zelf in te richten. Open en eerlijkheid zijn troef. 'Als een cliënt is afgewezen, dan moet altijd de reden van de afwijzing worden besproken.'

KANKER

Judith van der Klundert overleed in 2001 aan de gevolgen van kanker. Al tijdens de ziekte van Vissers medeoprichter van *Undutchables* werd een algemeen manager aangesteld. 'We waren toen al behoorlijk gegroeid. We hadden het bedrijf opgezet en een kring met mensen om ons heen verzameld, maar voor het leidinggeven zijn ook andere competenties nodig. Die vonden wij bij onze *general manager*. Visser overwoog nooit te stoppen toen haar

andere competenties nodig. Die vonden wij bij onze general manager. Visser overwoog nooit te stoppen toen haar zakenpartner ziek werd. 'Juist niet. Zij was zo ontzettend betrokken bij Undutchables dat het alleen maar een stimulans was om door te gaan. Dat het bedrijf zo is gegroeid is, komt door Judiths initiatief. Ook gedurende haar ziekte gaf ze ons ontzettend veel kracht. Dan moet je juist doorzetten. Ze heeft gelukkig heel mooi afscheid van iedereen kunnen nemen.' Volgens Visser blijft Van der Klundert altijd deel van Undutchables - in gedachten en in gebaar. Het bureau geeft ieder jaar geld aan het kankerbestrijdingsfonds en als het logistiek te realiseren is, proberen medewerkers mee te doen aan de Rides for the roses. De opbrengst van die fietstochten gaat naar het kankerfonds, waarvan de opbrengst ook naar het kankerfonds gaat. 'Ook expats die bij ons stonden ingeschreven, hebben meegereden.'

EXPAT OF THE YEAR

Buitenlanders en Undutchables zijn onlosmakelijk met elkaar verbonden. Samen met het instituut Nyenrode, het ministerie van Economische Zaken en de nieuwssite Expatica schreef Undutchables dit jaar voor het eerst de verkiezing Expat of the year uit. In 2011 is de tweede verkiezing, volgens Visser omdat expats meer aandacht verdienen. 'Er zo veel negatieve publiciteit over buitenlanders in Nederland. Dat kan anders en daarvoor is ook een noodzaak. Nederland is afhankelijk van goede buitenlandse werknemers voor onder meer de financiële en ICT-sector. Ons land geeft daarbij niet alleen een fiscaal voordeel. Ook de logistiek, de diversiteit en het groot aanbod van hoog opgeleiden maken Nederland een aantrekkelijk vestigingsland voor buitenlandse bedrijven. Het is ook belangrijk dat die ondernemingen blijven.'

Een goed inlevingsvermogen zie ik vaker bij vrouwen.



