

Werken zonder uurtje-factuurtje

De voor- en nadelen van opdrachtgevers achteraf de prijs laten bepalen

► Een groeiende groep ondernemers laat hun prijs pas achteraf door de opdrachtgever bepalen.

► Dat levert soms wel drie keer zoveel geld op.

Door KARIN QUINT

Zelfstandig ondernemer Sanne Roemen maakt nooit een offerte. Ze maakt vaak zelfs niet eens een factuur. Haar opdrachtgevers mogen zelf bepalen wat ze haar willen betalen. En zelfs in welke vorm ze dat willen doen: in geld, of op een andere manier: met een boekenbon of een jaar lang huur van een notebook.

Roemen wil niet werken volgens het uurtje-factuurtje-principe. Volgens trendwatcher Justien Marseille werkt een groeiende groep mensen op deze manier. „Zelfstandigen moeten vaak keer op keer onderhandelen met hun opdrachtgevers”, zegt Marseille. „In die onderhandeling spelen meer factoren een rol dan uren en prijs. Denk aan de eer om ergens aan mee te mogen werken, om iets te kunnen betekenen of om het plezier dat werken met sommige mensen met zich meebrengt. Dit maakt dat de prijs niet per definitie vaststaat.”

Sanne Roemen, die bedrijven adviseert over inzetten van Web 2.0 in hun bedrijfsvoering, weet inmiddels uit ervaring dat de opdrachtgevers die achteraf zelf mogen bepalen wat ze haar betalen, vaak een drie keer hoger bedrag op de factuur laten zetten. Dat er ook wel eens iemand minder geeft dan verwacht, is daardoor geen probleem. „Ik kan niet voor een opdrachtgever gaan bepalen hoeveel meerwaarde mijn dienst voor ze heeft. Dat kan voor iedereen verschillend zijn.”

Dat betekent ook dat Roemen erop moet vertrouwen dat haar opdrachtgevers een serieuze afweging maken. Tot nu toe heeft ze daar geen negatieve ervaringen mee. Bovendien hoort het bij het risico van het ondernemen. „Als je een offerte maakt, is het spannend of je een opdracht krijgt. Nu is het spannend wat je er na afloop voor terugkrijgt.”

Martijn Aslander is een aantal jaar geleden gestopt met offertes en facturen. Hij noemt zichzelf 'verbinder'. Met name voor het hoger kader van banken en bedrijven geeft hij zijn visie op nieuwe waarde- en organisatie-modellen. Als Aslander daar forse facturen achteraan zou sturen, zou hij waarschijnlijk ook een flinke bankrekening hebben. Maar hij vindt het belangrijker om interessante projecten doen, mensen te ontmoeten en mee te denken.

De kennis en informatie die hij van zijn klanten krijgt en de toegang tot mensen en plaatsen is hem daarom meer waard dan geld. „Van geld heb je altijd te weinig. Je kunt het maar één keer uitgeven en dan is het weg. Je netwerk of de kennis en informatie

die hebt, kun je oneindig delen”, zegt Aslander. Natuurlijk heeft hij geld nodig voor onderdak en eten en is het dus handig als er af en toe iemand wel kiest voor een geldelijke beloning. Maar het kan ook anders dan gewoon een factuur betalen. „Als ik voor de NS iets doe, zouden ze mij een ov-kaart kunnen geven. Dat is voor hen goedkoper, maar voor mij van grote waarde.”

Risico van deze manier van werken is dat je, wanneer de opdrachtgever niet tevreden is, hoogstens een flesje wijn krijgt. „Dat kan doodeng zijn”, zegt Aslander. „Maar dat betekent dat je dus blijkbaar niet voor meerwaarde hebt gezorgd. Dit daagt je uit om scherp te blijven, dat je op de juiste plek de juiste dingen doet.” Het kan ook duiden op een onbetrouwbare opdrachtgever die gemakkelijk gebruikmaakt van een goedgelovige ondernemer. Aslander ziet dat niet zo, omdat hij weet dat het over het geheel genomen goed uitpakt. „Je moet leren om breder te kijken dan die ene opdrachtgever.”

Voor een opdrachtgever is het natuurlijk gemakkelijker om gewoon een offerte en uiteindelijk een factuur te krijgen, zegt Michiel Kahmann van organisatieadviesbureau Pentascope. Het bureau werkt regelmatig samen met Aslander. De waarde bepalen van een dienst is moeilijk. „Maar ik denk wel dat het in onze economie deze kant op gaat”, zegt Kahmann. „Er

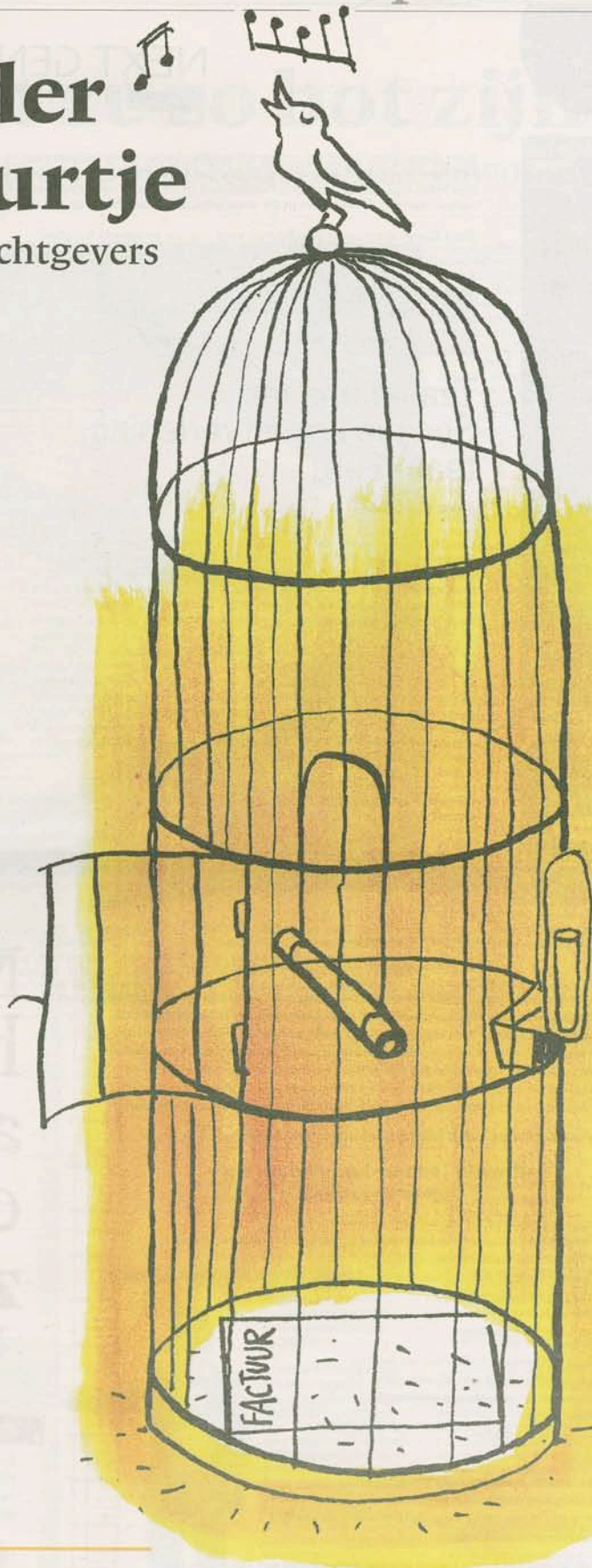
► Jonge mensen kan je niet meer binden met een loonstrookje ◀

Michiel Kahmann, Pentascope

zijn veel jonge mensen die je niet kunt binden met een loonstrookje en die niet uitsluitend in geld geïnteresseerd zijn, maar ook in hun eigen ontwikkeling. Als je zaken in een contract vastlegt is alles misschien wel heel helder, maar het weerhoudt ze er ook van om creatief te zijn.”

Aslander helpt Pentascope onder andere bij kennisontwikkeling en bij de evenementen die het bedrijf organiseert. Op het kantoor in Groningen mag hij gratis gebruikmaken van een werkplek waar hij mensen kan ontvangen. „En passant praat hij dan ook met onze consultants. Ik merk dat hij ze weet te inspireren. Daar hadden we ook een duur opleidingstraject voor kunnen opzetten, maar ik denk dat dit minder kost en hetzelfde resultaat oplevert”, zegt Kahmann.

Pentascope uit zijn waardering voor Aslander soms met geld, en in andere gevallen met bijvoorbeeld de aanschaf van een gadget of het gebruik van een kantoorruimte. De Belastingdienst raakt er helemaal van in de war, vertelt Aslander. „Ik betaal graag belasting en heb al enkele gesprekken gehad met de Belastingdienst. Toch komen ze er maar niet uit. Ze zijn gewoon nog niet goed voorbereid op dit businessmodel.”



De 'andersomeconomie' of de 'economie van het gunnen'

• Volgens trendwatcher Justien Marseille van The Future Institute past de manier van werken dat de opdrachtgever pas achteraf bepaalt hoeveel hij betaalt, in het huidige tijdsbeeld.

• Volgens Marseille leven we in de 'andersomeconomie' of de 'econo-

mie van het gunnen'. „We komen uit een periode waarin we gewend waren aan schaarste. Nu gaan we naar een periode waarin we onze basis op orde hebben”, aldus Marseille. „We hebben een dak boven ons hoofd en voldoende eten. We vinden het leuker om kennis bij te dragen en ons te kunnen ontwikkelen,

dan om alleen maar geld te verdienen. Onze zelfverwezenlijking is belangrijker geworden dan het hebben van dingen. We willen daarom van een ander horen wat we waard zijn.”

• De 'andersomeconomie' uit zich volgens Marseille vooral binnen creatieve beroepen. „Daar is de waarde

vooraf vaak moeilijk te bepalen, omdat je niet weet wat het uiteindelijk oplevert.”

• Het is volgens de trendwatcher nu nog moeilijk in te schatten hoeveel ondernemers werken op deze manier. „Maar het fenomeen grijpt wel snel om zich heen”, aldus Marseille.