

Funda voor flexwerkers

Online inhuren bespaart UWV miljoenen

Niet iedereen deelt het enthousiasme van het UWV over een online marktplaats voor flexibel personeel. Dat is niet goed voor de relatie met de externe partij, vrezen critici. Veel efficiënter en goedkoper, stellen voorstanders. Maar dat er een betere manier van inhuren van arbeidskrachten nodig is, daar twijfelt niemand over tijdens deze rondetafeldiscussie.

Wie een huis zoekt, kijkt eerst op Funda.nl. Voor een tweedehands fiets kijk je op Marktplaats.nl. Er bestaan al tal van online marktplaatsen, dus waarom dan niet ook voor het inhuren van arbeidskrachten? Het idee leeft, maar de meningen over de wenselijkheid hiervan zijn sterk verdeeld, zo blijkt uit de stevige discussie in de overvolle grote zaal van de Caballero Fabriek in Den Haag.

De rondetafeldiscussie over het online marktplaatsconcept, georganiseerd door detacheringbureau InQuest en hr-adviesbureau BrightBox, trok begin maart ruim honderdvijftig hrm'ers en inkopers. Zij keken aandachtig toe hoe acht experts uit het vakgebied elkaar hierover in de haren vlogen. Louter voordelen, meent de een. Te veel haken en ogen, beweert de ander.

Over één ding zijn de kenners het wel eens: de noodzaak om te komen tot een betere, efficiëntere manier om externen in te huren is er. Bedrijven hebben van de crisis geleerd dat het hebben van een flexibele schil loont, en het leger van circa een miljoen zzp'ers voorziet graag in deze behoefte. Maar hoe vinden beide partijen elkaar? Zeker als de economie aantrekt en de onvermijdelijke vergrijzing lijdt tot enorme krapte op de arbeidsmarkt, zal het vinden van goed gekwalificeerd flexibel personeel weer veel tijd en energie vreten van hrm. Een online marktplaats kan het inhuren van externen vergemakkelijken. Organisaties zetten hun opdracht online uit en bedrijven of zzp'ers schrijven daarop in. Degene met de beste prijs-kwaliteitverhouding krijgt de klus. Grootste voordeel: het is veel goedkoper, want voor het inhuren van een flexibele arbeidskracht is die 'dure' detacheerder dan niet meer nodig.

Betere marktwerking

'Bij ons werkt het', vertelt Annelies Niesert, hoofd Inkoop van het UWV. 'In ons bestand staan zesduizend leveranciers, van multinationals tot zzp'ers. Jaarlijks doen wij circa duizend plaatsingen, waarvan nu zo'n 40 procent via UWV Marktplaats, zowel zzp'ers als arbeidskrachten via mantelpartijen', zo licht ze toe.

Efficiënter, transparanter en goedkoper - de pro-argumenten lijken op te gaan voor het UWV. 'UWV Marktplaats zorgt voor een betere marktwerking bij de inhuur van externen. De praktijk leert dat hierdoor de inhuur van personeel tot 30 procent goedkoper kan worden. Wij besparen zes tot zeven miljoen euro aan inhuur op jaarbasis.' Op de vraag uit de zaal of de kosten voor de backoffice niet hoog zijn door zo'n online marktplaats, laat Niesert weten dat dit zeer efficiënt gebeurt. 'De zeven mensen die onze online marktplaatsdesk bemannen, voeren in het systeem de eerste grove selectie uit voor de hele organisatie. Zij zorgen voor veel lastenvermindering.' Sinds het gebruik van de online tool ziet zij een 'meer regelmatige en goedkopere inhuur'.

Maakt het UWV dan geen gebruik meer van detacheerders? Toch wel, zegt Niesert. 'UWV Marktplaats is een aanvullend inkoopinstrument voor ons. Per situatie bekijken wij, samen met de interne klant, welk inkoopinstrument het beste kan worden ingezet. Op bureaus die alleen maar cv's naar binnen schuiven, zitten wij niet te wachten. Wel op bureaus die aanvullende toegevoegde waarde leveren.'

Vertrouwde band

Een kritische toehoorder opperde dat een inkoper van een afdeling ook bij gebruik van een online marktplaats nog altijd het selecteren via objectieve criteria kan omzeilen en kan kiezen voor die leverancier of zzp'er waar hij graag zaken mee doet. Vaak is het toch ook een kwestie van gunnen. Niesert: 'Onze inkopers moeten afstand durven nemen van de bekende partijen. Als zij aan een bepaalde partij willen vasthouden, moeten ze objectieve criteria aangeven waarom die vaste leverancier zo goed is. Die criteria komen dan op de marktplaats te staan, en dan kan iedereen meedingen. Die vaste, bekende zzp'er zal dan zijn positie in de top 5 opnieuw moeten bevechten.'

Klinkt plausibel, maar sceptici stellen dat een online marktplaats alleen maar werkt voor commodityproducten. Hoger opgeleide zzp'ers die zich als adviseur of specialist aanbieden, moeten het volgens hen van hun netwerk en opgebouwde goede relatie met de opdrachtgever hebben. Als bedrijf huur je bovendien toch niet iemand voor een strategische positie of zware seniorfunctie in via het web? Ook vertrouw je als inkoper een project met een hoog afbreukrisico niet graag toe aan een onbekende partij, louter en alleen omdat die op papier (lees: online) als beste uit de bus komt? In de praktijk kiest die inkoper toch liever voor die leverancier die hij kent, waarmee hij een band heeft opgebouwd.

Zwarte lijst

Daarmee komt een serieus bezwaar van een online marktplaats naar voren. De zogenoemde past performance kan niet meegenomen worden, weet ook Niesert. 'Dat is juridisch niet mogelijk. Een zwarte lijst bijhouden (van bedrijven die slecht werk geleverd hebben, red.) is verboden.' Natuurlijk, iemand kan wel drie 'aanbevelingen' van eerder gedaan werk voor andere opdrachtgevers op internet zetten, maar dat zegt weinig over hoe hij deze klus voor dit bedrijf zal klaren.

Aan het marktplaatsconcept kleven ook juridische bezwaren, weet Toon Warnier van het Ministerie van Buitenlandse Zaken, een van de gasten aan de discussietafel. 'Binnen de Rijksoverheid is het omstreven, want volgens enkele juristen is het rechtskundig nog niet waterdicht. Daarover moet duidelijkheid komen.'

Nog een terechte kritische vraag uit de zaal: wie bewaakt de kwaliteit van een online marktplaats? En stel, er komen megamarktplaatsen voor flexwerk, hoe vindt een opdrachtgever tussen die miljoenen cv's en profielen van zzp'ers de juiste partij? Daaruit blijkt volgens de sceptici al de toegevoegde waarde van de detacheringbureaus - het is prima om je op Funda te oriënteren, maar als je daadwerkelijk een huis wilt kopen, is het raadzaam een makelaar in te schakelen. Ergo: online informatie inwinnen is prima, maar voor het inhuren van een kwalitatief goede arbeidskracht is toch een detacheringbureau nodig.

Op de vraag of een online marktplaats de haarlemmerolie of het ei van Columbus is, kwam dan ook aan het einde van de discussiemiddag geen eenduidig antwoord. De verdeeldheid blijft bestaan. De helft van de zaal doet het concept nog steeds af als een hype. Maar blijkbaar wel een hype die interessant genoeg is om de discussiemiddag over dit fenomeen bij te wonen.