

WHITEPAPER

HOE TOP-ORGANISATIES IN NEDERLAND INHUREN IN 2025

HET ONDERZOEK

Vaak krijgen wij de vraag hoe wij het ideale inhuurproces voor ons zien. Om deze vraag zo goed mogelijk te beantwoorden, hebben we afgelopen twee maanden onze database van ruim 5.000 organisaties ingezet om een onderzoek hiernaar uit te voeren.

We hebben onderzoek gedaan onder **HR en Recruitment verantwoordelijken** en gevraagd naar de huidige situatie en de gewenste situatie als het gaat om het werven en inhuren van freelancers.

We hebben bedrijven bevraagd uit zowel **Nederland en België**. De verhouding is ongeveer 80-20.

We hebben bedrijven van diverse omvang meegenomen in ons onderzoek. Dit betekent dat er bedrijven met **<10 medewerkers** zijn gevraagd, maar ook bedrijven met **>1000 medewerkers**.



DE FREELANCE MARKT IN CIJFERS

Aantal freelancers in Nederland

1.000.000

Dit getal is gebaseerd op het aantal personen dat freelance werk heeft als hoofdkomen.

Freelancers in zakelijke dienstverlening

70%

Hierbij kun je denken aan grafisch vormgevers, websitebouwers, programmeurs, webshops, freelance tekstschrijvers en coaches.

Aantal freelancers t.o.v. inschrijvingen KvK

95%

Er starten jaarlijks tussen de 120.000 en 140.000 Nederlanders een onderneming, waarvan 95% als zzp'er. Er stoppen jaarlijks natuurlijk ook zzp'ers door natuurlijk verloop, vrijwillige of gedwongen keuze. Het aantal zzp'ers stijgt jaarlijks gemiddeld met 40.000 tot 50.000.

bron: Kamer van Koophandel, 2023

WAAR WORDEN FREELANCERS HET MEEST VOOR INGEHUURD?

1. Web- en app-ontwikkeling
2. HR-gerelateerde functies
3. Managementrollen
4. Financiële functies
5. Marketing, communicatie en online specialisten

Daarnaast is er ook een grote groep freelancers die voor andere diverse functies wordt ingehuurd, zoals juridische- of financierrollen.



WIE IS ER VERANTWOORDELIJK?

Momenteel is de verantwoordelijkheid voor het inhuren van freelancers vaak verdeeld en onduidelijk. Dit blijkt uit het feit dat meerdere afdelingen betrokken zijn bij het inhuurproces:

1. Inhurende managers: Zij gebruiken hun eigen netwerk en zijn vaak de eersten die de behoefte aan freelancers signaleren en actie ondernemen.

2. HR en Recruitment: Hoewel ze betrokken zijn, hebben ze niet altijd de primaire verantwoordelijkheid voor het inhuren van freelancers.

3. Inkoopafdelingen: Deze afdelingen spelen een rol bij het contracteren en het financiële deel van het proces.

Bij kleinere organisaties ligt de verantwoordelijkheid meestal bij de eigenaar of de directie. In grotere organisaties wordt er vaak nog geen eenduidige verantwoordelijkheid toegewezen, waardoor de rol van HR en recruitment wel steeds belangrijker wordt, maar nog niet standaard is ingericht.

BELANGRIJKSTE REDENEN OM FREELANCERS IN TE ZETTEN

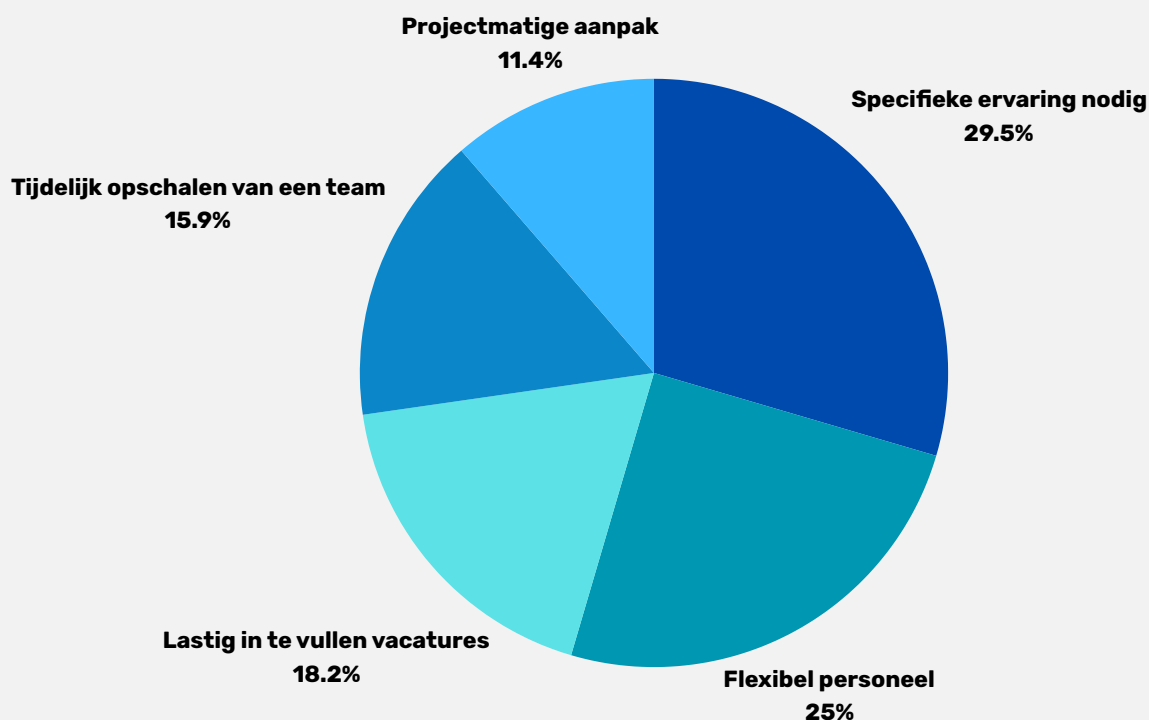
1. Specifieke ervaring nodig: Organisaties huren freelancers in omdat ze specifieke vaardigheden of ervaring nodig hebben die niet bij het vaste personeel aanwezig zijn.

2. Flexibel personeel: Om flexibiliteit in het personeelsbestand te behouden, vooral bij tijdelijke afwezigheden zoals zwangerschapsverlof of ziekte van vaste medewerkers.

3. Lastig in te vullen vacatures: Bij moeilijk te vervullen vacatures wordt vaak tijdelijk een freelancer ingezet totdat de positie permanent kan worden ingevuld.

4. Tijdelijk opschalen van een team: Voor het tijdelijk vergroten van de capaciteit van een team, vaak voor specifieke projecten.

5. Projectmatige aanpak: Freelancers worden ingezet voor specifieke projecten die een begin- en einddatum hebben, en waarvoor tijdelijke expertise vereist is.



ZIJN ER PROCESSEN INGERICHT?

Veel organisaties hebben momenteel geen goed ingerichte processen voor het inhuren van freelancers.

Bijna **de helft** van de bedrijven heeft geen enkel proces vastgelegd rondom de inhuur van freelancers.

Dit gebrek aan vastgelegde processen gaat gepaard met een gebrek aan een duidelijke visie of strategie ten aanzien van het inhuren van freelancers.

Daarnaast wordt het inhuren van freelancers vaak niet meegenomen in de strategische personeelsplanning.

Meer dan **65% van de bedrijven** houdt geen rekening met freelancers in hun lange termijn personeelsbeleid.

Dit zorgt ervoor dat de inhuur van freelancers vaak ad-hoc en ongeorganiseerd verloopt.

Verder worden openstaande freelance vacatures vaak niet vermeld op de werken-bij-pagina's van bedrijven.

Samenvattend kan gesteld worden dat er een groot gebrek is aan een gestructureerde en strategische aanpak bij het inhuren van freelancers in veel organisaties. Hierdoor wordt de inhuur van freelancers inefficiënt en ondoorzichtig geregeld, wat leidt tot gemiste kansen en mogelijke problemen op lange termijn.



WERKGEVERSMERK ÉN OPDRACHTGEVERSMERK

Bij veel organisaties is er een sterke focus op het werkgeversmerk, maar freelancers worden vaak over het hoofd gezien in deze branding-inspanningen. Hoewel employer branding een hot topic is en bedrijven actief werken aan het versterken van hun werkgeversmerk, wordt er nauwelijks tot geen aandacht besteed aan freelancers in deze campagnes. Dit betekent dat er veel wordt gedaan om een goed werkgeverschap uit te stralen, maar dat goed opdrachtgeverschap vaak wordt vergeten.

Uit het onderzoek blijkt dat de meeste respondenten van mening zijn dat freelancers niet voldoende worden meegenomen in employer branding-campagnes. Dit resulteert in een situatie waarin bedrijven hard werken aan hun imago als aantrekkelijke werkgever voor vast personeel, maar geen moeite doen om een aantrekkelijk opdrachtgeversmerk op te bouwen voor freelancers.

Deze discrepantie is opvallend, vooral omdat 90% van de ondervraagden verwacht dat het aantal freelancers in de komende jaren niet zal afnemen, en meer dan 50% denkt zelfs dat het aantal freelancers significant zal stijgen. Daarnaast geeft 70% van de respondenten aan dat zij verwachten zelf meer freelancers in te huren.

Door het gebrek aan aandacht voor goed opdrachtgeverschap missen bedrijven de kans om een positief imago op te bouwen onder freelancers. Dit is een gemiste kans, aangezien freelancers belangrijke ambassadeurs kunnen zijn voor een bedrijf, niet alleen voor freelanceopdrachten, maar ook voor het aantrekken van vast personeel.

Samenvattend, terwijl employer branding sterk is ontwikkeld, blijft het opdrachtgeversmerk vaak onderbelicht, wat kan leiden tot gemiste kansen in het aantrekken en behouden van hoogwaardig freelance talent.



WAT ZIJN DE BELANGRIJKSTE WERVINGSKANALEN?

1. Netwerk van managers: Dit is het primaire kanaal waarbij inhurende managers hun eigen netwerk benutten om freelancers te vinden.

2. Diverse bureaus: Organisaties maken veel gebruik van uitzend- en detacheringsbureaus om freelancers te vinden.

Andere gebruikte kanalen, hoewel minder prominent, zijn:

3. LinkedIn en andere sociale netwerken: Voor directe benadering van freelancers.

4. Freelance platformen: Online platforms waar freelancers zich kunnen aanbieden en opdrachten kunnen vinden.

5. Eigen werken-bij-pagina's: Hoewel momenteel minder gebruikt, wordt dit kanaal wel ingezet om freelancers te werven.

Deze eerste twee kanalen (netwerk van managers en bureaus) zijn momenteel significant hoger gewaardeerd en meer gebruikt dan de andere beschikbare opties.

WAT IS DE IDEALE SITUATIE VOOR WAT BETREFT HET FREELANCE PROCES?



WAAR ZOU DE VERANTWOORDELIJKHEID MOETEN LIGGEN?

Volgens het onderzoek zou de verantwoordelijkheid voor het inhuren van freelancers primair bij de HR- en recruitmentafdelingen moeten liggen. De belangrijkste bevindingen hierover zijn:

1. HR en Recruitment: Het grootste deel van de respondenten geeft aan dat de verantwoordelijkheid voor het werven en inhuren van freelancers bij de HR- en recruitmentafdelingen moet liggen. Deze afdelingen hebben de kennis en ervaring om effectief talent te werven en te beheren, zowel voor vaste posities als voor freelance-opdrachten.

2. Strategische personeelsplanning: Wanneer HR en recruitment de verantwoordelijkheid krijgen, worden freelancers automatisch meegenomen in de strategische personeelsplanning. Dit zorgt ervoor dat de inzet van freelancers niet ad-hoc gebeurt, maar onderdeel wordt van een goed doordachte personeelsstrategie.

3. Kleinere organisaties: Bij kleinere bedrijven ligt de verantwoordelijkheid logischerwijs vaak nog bij de eigenaar of de directie. Dit komt door de kleinere schaal van de organisatie en de directe betrokkenheid van de leiding bij alle personeelsbeslissingen.

4. Proces en structuur: Met HR en recruitment aan het roer kan er een gestructureerd proces worden opgezet voor het inhuren van freelancers. Dit omvat duidelijke procedures voor het uitvragen van opdrachten, het werven en selecteren van kandidaten, en de contractuele en financiële afhandeling.



WAT ZIJN DE IDEALE KANALEN?

Volgens het onderzoek zijn de ideale kanalen om freelancers te werven als volgt:

- 1. Eigen freelance pool:** Dit is het meest ideale kanaal volgens de respondenten. Bedrijven willen graag een pool van freelancers die ze kennen en waarop ze kunnen vertrouwen.
- 2. Netwerk van managers:** Het netwerk van inhurende managers blijft een belangrijk kanaal, omdat zij vaak goede contacten hebben in hun vakgebied.
- 3. Eigen werken-bij-pagina:** Een toenemend aantal bedrijven ziet de waarde in van het plaatsen van freelance vacatures op hun eigen werken-bij-pagina's, wat helpt om direct kandidaten aan te trekken.
- 4. Freelance platformen:** Online platforms die freelancers en opdrachtgevers samenbrengen worden steeds populairder als wervingskanaal.
- 5. Diverse bureaus en preferred suppliers:** Hoewel minder ideaal dan de bovengenoemde kanalen, blijven bureaus en preferred suppliers een rol spelen in de werving van freelancers.

ZOU HR/RECRUITMENT MEER OP FREELANCERS MOETEN FOCUSSEN?

Meer dan **50% van de respondenten** verwacht een significante stijging in het aantal freelancers dat ze zullen inhuren.

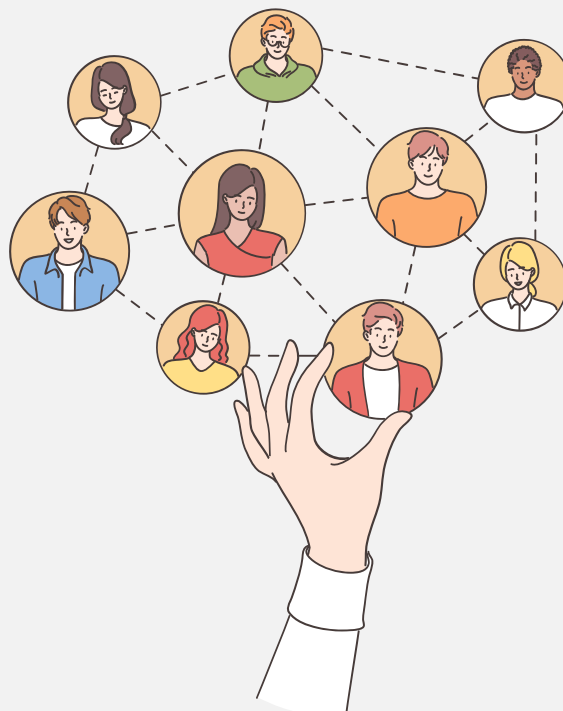
Slechts 40% van de respondenten vindt dat freelancers meegenomen moeten worden in employer branding activiteiten.

Ruim 30% van de respondenten geeft aan dat HR en recruitment meer tijd zouden moeten besteden aan het werven en beheren van freelancers.

Meer dan **65% van de bedrijven** houdt geen rekening met freelancers in hun lange termijn personeelsbeleid.

Bijna de helft van de bedrijven heeft geen enkel proces vastgelegd rondom het inhuren van freelancers.

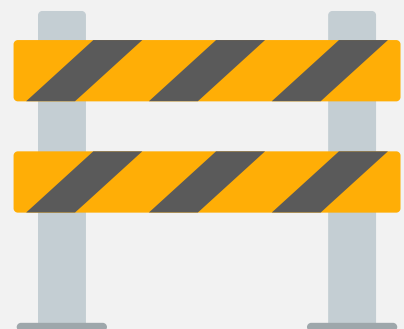
Meer dan **70% van de respondenten** zegt dat zij verwachten zelf meer freelancers in te huren in de toekomst.



WELKE BELEMMERINGEN ONDERVINDT DE MARKT?

Naast het gebrek aan gestructureerde processen zijn er andere belemmeringen bij het inhuren van freelancers:

- 1. Wet- en regelgeving:** De onduidelijkheid rondom de wet DBA en andere regelgeving zorgt ervoor dat bedrijven terughoudend zijn in het inhuren van freelancers. Deze onzekerheid maakt het lastig om freelancers juridisch correct in te huren, wat leidt tot angst voor boetes en juridische complicaties.
- 2. Contractuele en financiële afhandeling:** Veel organisaties hebben de contractuele en financiële afhandeling van freelancers niet goed op orde. Dit kan leiden tot onduidelijkheden en vertragingen in het proces, wat zowel voor de freelancers als voor de organisatie frustrerend is.
- 3. Gebrek aan transparantie:** De transparantie over kosten en marges bij het inhuren van freelancers via bureaus is vaak onvoldoende. Bedrijven komen er soms gaandeweg achter dat er meerdere bureaus betrokken zijn met verschillende marges, wat leidt tot hogere kosten dan verwacht.
- 4. Onvoldoende voorbereiding:** Organisaties zijn vaak niet voorbereid op het snel kunnen inhuren van freelancers. Dit leidt tot vertragingen en inefficiënties, vooral wanneer er dringend behoefte is aan specifieke expertise.
- 5. Schijnzelfstandigheid:** De angst voor schijnzelfstandigheid zorgt ervoor dat bedrijven huiverig zijn om freelancers in te huren voor bepaalde posities. Dit komt doordat er regels zijn die bepalen wanneer iemand als freelancer kan werken en wanneer iemand feitelijk een werknemer is.
- 6. Tijdsdruk:** De druk om snel de juiste freelancer te vinden zorgt ervoor dat de selectieprocedures soms te snel worden doorlopen. Dit kan leiden tot mismatches en suboptimale resultaten.
- 7. Angst voor misbruik van budgetten:** Vaak ligt het budget voor het inhuren van freelancers bij de hiringmanager, die niet altijd de beste kennis heeft van marktconforme tarieven. Dit kan leiden tot onnodig hoge kosten.



HOE DOEN TOP ORGANISATIES DIT DAN?

1. Verantwoordelijkheid bij HR en recruitment

Bij toporganisaties ligt de primaire verantwoordelijkheid voor het werven en inhuren van freelancers bij HR en recruitment. Deze afdelingen hebben de expertise om talent effectief te werven en te beheren, zowel voor vaste als tijdelijke posities. Door deze verantwoordelijkheid bij HR en recruitment te leggen, wordt de inhuur van freelancers geïntegreerd in de bredere personeelsstrategie van de organisatie.

2. Integratie in strategische personeelsplanning

Toporganisaties nemen freelancers op in hun strategische personeelsplanning. Ze erkennen dat een flexibele schil van freelancers essentieel is voor het opvangen van pieken in de werkdruk en het inspelen op veranderende behoeften. Dit voorkomt ad-hoc oplossingen en zorgt voor een proactieve benadering van personeelsbeheer.

3. Duidelijke en geformaliseerde processen

Deze organisaties hebben geformaliseerde processen voor het inhuren van freelancers. Dit omvat gestandaardiseerde procedures voor het uitvragen van opdrachten, het werven en selecteren van kandidaten, en het afhandelen van contractuele en financiële zaken. Deze gestructureerde aanpak zorgt voor efficiëntie en consistentie in het inhuurproces.

4. Transparante tarieven en contracten

Toporganisaties zorgen voor transparantie in tarieven en contracten. Ze hebben inzicht in marktconforme tarieven en vermijden verborgen kosten. Dit wordt vaak ondersteund door het gebruik van benchmarkdata om eerlijke tarieven vast te stellen en dubbele marges te vermijden.



**Lees hieronder
verder!**

HOE DOEN TOP ORGANISATIES DIT DAN?

5. Gebruik van eigen freelance pool en platformen

Deze organisaties bouwen actief aan een eigen freelance pool en gebruiken technologie en platformen om een database van betrouwbare freelancers te onderhouden. Dit stelt hen in staat om snel geschikte freelancers te vinden zonder afhankelijk te zijn van externe bureaus.

6. Focus op goed opdrachtgeverschap

Toporganisaties besteden aandacht aan goed opdrachtgeverschap. Ze behandelen freelancers met dezelfde zorg als vaste medewerkers, inclusief een goede onboarding, duidelijke communicatie, en betrokkenheid bij relevante activiteiten. Dit draagt bij aan een positieve ervaring voor freelancers.

7. Regelmatige evaluatie en feedback

Freelancers bij toporganisaties krijgen regelmatige feedback en evaluaties. Dit helpt freelancers om zich gewaardeerd te voelen en biedt de organisatie de mogelijkheid om de kwaliteit van het werk continu te monitoren en te verbeteren.

8. Professionele contractuele en financiële afhandeling

Toporganisaties hebben hun contractuele en financiële afhandeling goed georganiseerd. Freelancers worden tijdig betaald en alle juridische en administratieve zaken worden correct afgehandeld, vaak ondersteund door gespecialiseerde software of externe partners.

9. Onderscheidende employer en client branding

Deze organisaties investeren in hun employer en client branding. Ze promoten zichzelf als aantrekkelijke werkgevers en opdrachtgevers voor zowel vaste medewerkers als freelancers. Dit helpt hen om een positieve reputatie op te bouwen en hoogwaardig freelance talent aan te trekken.



Freelancer nodig?

Dien gratis en vrijblijvend
je opdracht in via ons
platform!

ellow