

Coaches over de spanning tussen inhoud en tarief

GELD DOET ERTOE

Coachen gaat over inhoud en relaties. Maar zet een groep coaches bij elkaar rondom het thema zakendoen en het gaat al snel – zij het met schroom – over het uurtarief. Gaat zakendoen vooral over geld? Welke worsteling ervaren coaches daarbij?

Het Tijdschrift voor Coaching organiseerde in april een rondetafelgesprek met een aantal coaches, om uit te wisselen over het thema zakendoen. Ter voorbereiding kregen de coaches vragen mee als: 'Hoe regel je geldzaken?'; 'Hoe onderhandel je?' en 'Hoe ga je om met het spanningsveld tussen de harde, zakelijke kant en ethische aspecten?' Aan tafel schoven Gabri Verbeek, Nancy Poels, Caroline Slagt, Coen van Baren, Joan van Hoof, Maya Larooy, Mark van Peufflik, Yoke de Wilde en Inge Schats. Onder hen zijn zowel onafhankelijke ondernemers als coaches in loondienst. Theo van Mulken, voorzitter van de redactie, trad op als gespreksleider. De ontmoeting werd gevolgd door een rondetafelgesprek met opdrachtgevers over hetzelfde onderwerp, waarover u elders in dit nummer leest. Om de vrije en open uitwisseling te faciliteren is afgesproken deelnemers zonder naam en toenaam te citeren.

Van Mulken gooit allereerst een stelling in de groep: "Coaches zijn sterk op de inhoud gericht en veel minder op de zakelijke kant." Dat krijgt – niet geheel onverwacht – direct bijval: "Coachen en ondernemen zijn twee verschillende beroepen", wordt er gezegd, doelend op de verschillende kwaliteiten die daarbij horen. Maar toch is

ook meteen duidelijk dat ze onlosmakelijk met elkaar zijn verbonden. "Als kostwinner moet ik zakelijk zijn; ik moet ervan kunnen leven. Ik ga het onderhandelen steeds meer als co-creatie zien." En: "Als het om geld gaat, is er altijd een bepaald spanningsveld. Wie goed is, is ook duurder, en dat is helemaal in orde." Een van de deelnemers zegt het eigen jaarinkomen te visualiseren en het belang van geld dan los te laten. Dat werkt al jaren zo goed, dat dit jaarinkomen nu wel een keer omhoog kan! Een ander haalde eens al het geld van de bank en strooide het in de kamer om goed te voelen wat geld eigenlijk betekent en met je doet.

En dan worden de verschillende uurtarieven uitgewisseld. Als ondergrens wordt € 50 per uur geroepen, wat anderen weer abominabel weinig vinden. Diegenen die al jaren als coach werken vinden een bedrag van 180 eerder de ondergrens, exclusief BTW. "Als ik een opdracht krijg, denk ik niet alleen aan geld, maar ook aan de mogelijkheden voor het uitbouwen van de relatie met deze opdrachtgever. Wat betekent deze klus mogelijk voor de toekomst? Wat wil ik daar zelf in? Pas dan bepaal ik mijn uurtarief. Soms is een eerste traject dan goedkoper en verhoog ik mijn prijs pas als er meer gaat lopen", stelt iemand.



V.l.n.r. Inge Schats, Yoke de Wilde, Joan van Hoof, Nancy Poels



V.l.n.r. Coen van Baren, Gabri Verbeek



V.l.n.r. Mark van Peufflik, Maya Larooy, Caroline Slagt

Meer dan geld alleen

Van Mulken suggereert dat zakendoen toch om meer dan alleen het uurtarief gaat en het onderhandelen over de prijs van een traject. Herkent men dat? Ja, dat herkent men. Het gaat allereerst om het realiseren van je passie. En daar horen acquisitie, onderhandelen, onderscheiden en profileren bij. Wat maakt mij anders dan anderen en dus herkenbaar? Wat is mijn verhaal, hoe ziet mijn netwerk eruit? De deelnemers vinden dat te veel coaches op elkaar lijken ("allemaal van die websites met zweverige plaatjes en uitspraken!") en het er uiteindelijk om gaat mensen (lees: cliënten, opdrachtgevers en collega's die je iets gunnen) aan je te kunnen binden. Dat doe je door betrouwbaar te zijn en kwaliteit af te leveren. Je reputatie is een PR-instrument. Ook is het belangrijk dat je een klik hebt met de opdrachtgever en dat je nagaat wat er bij hem of haar in de organisatie speelt. Ken je de opdrachtgever niet, dan kun je informatie verzamelen via mensen uit je netwerk die in (de buurt van) de organisatie opereren. Een zekere mate van zelfvertrouwen is natuurlijk belangrijk; dat bouw je op door ervaring. En ten slotte: onderhoud je warme contacten; dat is een onderdeel van zakendoen. "Van 35 warme relaties kun je leven." Maar: "Ik ben er lui in. Als de zaken goed gaan heb ik geen tijd; als het rustig is ga ik koffie drinken met vriendinnen." Herkenbaar?

Meerdere deelnemers hebben er last van dat coaching nogal eens wordt beschouwd als een activiteit die niet zakelijk zou zijn. Dat is natuurlijk onzin. "Het is gewoon belangrijk werk waar ik veel in heb geïnvesteerd. Een coach inhuren moet feitelijk hetzelfde zijn

als willekeurig welke andere professional inhuren. En daar hangt een prijskaartje aan." Iemand anders voegt toe: "Er is helaas een trend in de markt om de goedkoopste aanbieder te zijn. Maar als je een te laag tarief vraagt, ben je geen serieuze kandidaat en blijf je te lang in bepaalde doelgroepen hangen die weinig geld hebben. Ik heb zelf opdrachten misgelopen omdat ik te laag inzette en anderzijds opdrachten gekregen terwijl ik in het wilde weg brutaal veel meer vroeg." Een van de aanwezigen coacht vooral hogere echelons en begint nooit onder de 200 per uur. "Ik vind mijn passie belangrijker dan geld, maar ondertussen let ik goed op de tarieven die in de markt rondgaan."

En zo komen we toch weer uit bij het uurtarief, kennelijk een hekel punt dat de gemoearden van coaches bezighoudt. Van Mulken probeert de aandacht om te leiden naar het mogelijke spanningsveld tussen zakendoen, geld vragen en ethiek. Je krijgt bijvoorbeeld een opdracht die niet echt klopt, maar je business gaat slecht en je kunt die opdracht erg goed gebruiken. Wat doe je?

Ethiek is rekbaar

Een van de deelnemers licht zijn strategie toe. "Er zijn voor mij altijd drie opties: als de opdracht niet mijn ding is, doe ik het niet. Is het voor een stukje oké, dan kan het interessant zijn. En als het aan alle kanten klopt, dan zeg ik: doen! Grappig genoeg is de eerste optie nooit aan de orde..." Ook anderen vullen aan dat een ogenschijnlijk niet geheel kloppende opdracht interessant kan zijn. "Ze vragen jou ervoor, dat zal een reden hebben. Soms helpt het je twijfel te benoemen; dan kan er verdieping van de vraag ontstaan."



Je kunt de opdracht ook uitbesteden aan een relatie en daar een fee voor vragen. Of gunnen, suggereren anderen, want dan is er energetisch meer balans tussen geven en nemen. "Want dan denkt de ander wel weer een keer aan jou als er voor hem of haar een niet-passende klus langskomt; op een dieper niveau creëer je een soort schuld."

Hier aangekomen, zijn de meningen in zoverre verdeeld dat gunnen en een fee vragen beide als zakelijk instinct worden aangemerkt, maar dat het emotioneel appel inherent aan gunning is. Het onderscheid tussen 'de ander helpen aan een klus' en 'een investering doen' wordt dan wankel. Eén van de aanwezigen pleit zichzelf vrij door ruimte voor 'sociaal werk' in te plannen. "Door sommige klusjes gratis te doen en andere weer aan collega's te gunnen, behoud ik maximale vrijheid. Ik wil alleen bezig gaan met dat wat mij optimaal past. De rest is voor anderen." Toch ontkomen de meesten er niet aan soms een klus aan te nemen die niet goed voelt, al word je je er soms pas achteraf bewust van dat je het beter niet had kunnen aannemen. Onbewust hebben commerciële belangen gespeeld, of belangen die je van jezelf niet eens door hebt. Maakt het daarbij uit of je een zzp'er bent of bij een groot bureau werkt? "Ja," wordt geroepen. "Ik hoor juist van zzp'ers dat ze klussen aannemen vanwege de economische druk, zeker als ze kostwinners zijn." Aanwezige zzp'ers verdedigen zich: "Het gaat toch gewoon om commerciële belangen? Zolang ik anderen geen geweld aandoe en toch iets kan bijdragen, neem ik de klus aan. Ik wil mijn vak kunnen uitoefenen." En toch ontkomen ook coaches bij grotere bedrijven er niet aan, klussen aan te

nemen die minder goed voelen. De balans tussen ethiek en zakendoen is niet zo helder, of men wil er niet aan in economisch zwaar weer.

Het hogere doel en de eigen niche

Een van de deelnemers heeft een faillissement achter de rug en kwam voor de keuze te staan te kiezen voor een doorstart die ethisch en 'van binnen' niet goed voelde, of alles los te laten en te gaan voor eerlijkheid en dat wat echt past, met alle zakelijke en privérisico's van dien. Hij koos voor het laatste en kwam daar wonderwel goed uit. Van Mulken ziet dat als pleidooi voor 'eerlijke handel' en te gaan voor dat wat je echt wilt. Kunnen de anderen zich daarin vinden? Aarzelingen rond de tafel: "Ja," roept de ene, "geld vraagt om integer handelen." "Maar al die 40.000 coaches in ons land dan?" riposteert een ander. "Die kunnen toch niet alleen maar gaan voor hun passie, zeker niet als ze allemaal hetzelfde willen?"

Er ontstaat een discussie over de zin, het nut en de mogelijkheden om voor je passie te gaan en er geld mee te verdienen. Voor de één is dat de focus die energie geeft en inkomen oplevert, de ander vindt dat bedrijfskundige vaagheden waar je niet verder mee komt. Dus moet je dat in je bedrijfsplan opnemen, wordt er gereageerd. Maar ook dat roept een tegenreactie op. "Als alle coaches zich afvragen wat hun niche is en dat vertalen naar hun ondernemingsplan, vallen er 20.000 af." Want misschien kan niet iedereen die niche vinden. Sommige aanwezigen geven in elk geval toe dat ze daar niet uitkomen; zij zoeken hun eigen, persoonlijke combinatie van ervaring, kennis en netwerk. Of dat voldoende is, wordt door

anderen betwijfeld, maar: zoveel meningen zoveel mogelijkheden. Want hoe dan ook: de aanwezigen kunnen kennelijk in hun levensonderhoud voorzien.

Toch weer het uurtarief

Kunnen we het uurtarief koppelen aan ethiek, vraagt Van Mulken zich ten slotte hardop af. Dat roept de vergelijking met bijvoorbeeld psychotherapie op. In dat vakgebied opereren professionals met uitgebreide en verplichte opleidingsachtergrond en ervaring. Maar hun uurtarief komt zelden boven de €80 uit. Mogen coaches wel zoveel vragen voor een beroep waar wel steeds meer richtlijnen voor komen, maar dat voornog formeel zonder enige verplichting is? De aanwezigen vinden wel dat een hoog uurtarief zonder een opleiding in coaching te hebben gevolgd onethisch is. Anderzijds: de meesten laten vooral hun brede ervaring meewegen in de prijsstelling. En komen dan kennelijk snel boven het dubbele uit van die afgestudeerde psychotherapeut. Maar men vindt dat de markt zijn werk doet. Bij psychotherapeuten is daar vanwege de strakke regelgeving geen ruimte voor; gezond vindt men dat eigenlijk niet. De vrije markt geeft ruimte voor een breed aanbod van coaches en veel variatie. Dat wordt unaniem als pluspunt beschouwd.

In de laatste tien minuten gaat de uitwisseling over... inderdaad: het uurtarief; nu vooral over de verschillen per sector. Prijsstelling blijkt een interessant fenomeen dat bij coaches op blijvende aandacht kan rekenen. Geldt dat voor opdrachtgevers ook? Lees het complementaire artikel elders in dit nummer en u kent het antwoord.