

Tariefopbouw



Beloningspositie
ontwerpers

Tariefopbouw

Hoe bepaal je als ontwerper je tarief? Wat is ontwerp waard, en daarbij, wat is de inzet van jou als ontwerper waard? Die vragen blijken in de praktijk vaak lastig te beantwoorden, of op zijn minst punt van discussie te zijn. Platform ACCT wil met dit infoblad een handreiking doen voor tariefopbouw binnen vormgeving en binnen digitale cultuur. Die informatie is in de eerste plaats bedoeld voor zelfstandige ontwerpers, maar is daarnaast ook waardevol diegenen die ontwerpers een opdracht willen geven of in loondienst willen nemen.

De bedoeling van het infoblad is om de juiste bouwstenen aan te reiken voor het vaststellen en onderbouwen van een eerlijke tariefopbouw. Het gaat bij tariefopbouw deels om posten die in het algemeen belangrijk zijn, voor elke zelfstandige of werknemer. Maar daarnaast zijn er diverse aandachtspunten die specifiek zijn voor de ontwerpdisciplines, en die nog al eens over het hoofd worden gezien of (te) weinig aandacht krijgen. Uiteraard hangt het sterk van je persoonlijke situatie af, tot welke tariefopbouw je uiteindelijk komt. Voor meer persoonlijk of uitgebreider advies kun je in veel gevallen terecht bij brancheorganisaties of bij beroepsverenigingen zoals de BNO.

Dit infoblad is de tweede uit een drieluik aan infobladen over de beloningspositie van vormgevers en van ontwerpers in digitale cultuur, en is onderdeel van inspanningen van Platform ACCT om de arbeidsvoorwaarden in de Nederlandse ontwerpsector te verbeteren. In de andere twee infobladen staan actuele kaders voor beloning centraal en uiteenlopende beloningssituaties voor ontwerpers. Een vierde infoblad bevat aandachtspunten voor het vervolg.

Het eigene van de ontwerpsector

Van dé ontwerpsector is eigenlijk nauwelijks sprake. Ontwerpers zijn er met allerlei specialismen en binnen allerlei branches en markten. Ze werken bovendien binnen uiteenlopende arbeidsverhoudingen. Een groot aantal is, al dan niet binnen een collectief, werkzaam als zzp'er. Andere zijn in loondienst bij een ontwerp bureau. Een derde groep werkt in loondienst binnen bedrijven, (semi-)publieke organisaties of maatschappelijke organisaties waar ontwerp niet de hoofdactiviteit is.

In al die constructies speelt de vraag wat een eerlijke, passende beloning is voor de ontwerpfunctie, en met welke componenten bij die beloning rekening moet worden gehouden. Daarbij delen ontwerpers een aantal kenmerken die in onderhandelingen over tarieven soms tot onduidelijkheid of zelfs frictie leiden. De belangrijkste om hier te noemen zijn: onzekerheid over het eindproduct, onzekerheid over de duur van het ontwerpproces en onzekerheid over de toekomstige waarde van de ontwerpuitkomst. Ontwerpers kunnen uiteraard vaak een goed beeld geven van welke richting het met een ontwerp uit zal gaan. Dat geldt zowel voor product- of grafisch ontwerp, als voor meer op procesontwerp gericht werk, zoals social design. Maar de precieze uitkomst is vooraf niet te geven.

Dat hangt onder meer samen met het verloop van een ontwerpproces, dat in de regel gekenmerkt wordt door iteraties (steeds terug naar de tekentafel) waarbij de beginvraag niet zelden een andere is dan de uiteindelijke ontwerp vraag. Dat heeft bovendien zijn weerslag op de duur van een ontwerpproces. Veel ontwerpers vinden het juist vanwege het iteratieve karakter, lastig om vooraf een strak ingekaderd tijdpad neer te zetten. Hoe de toekomstige waarde van het eindresultaat zich ontwikkelt, is vervolgens ook een lastige vraag. Ontwerp laat zich vaak vatten in intellectuele eigendomsrechten, die exploitatie in de toekomst mogelijk maken, maar waarbij niet op voorhand duidelijk is hoe succesvol die exploitatie zal zijn.

Die drie onzekerheden - over uitkomst, proces en waardeontwikkeling - verdienen altijd aandacht als je met tariefopbouw aan de slag gaat. Wij onderscheiden vijf stappen waarin het eigene van ontwerp meegewogen worden, en waarbij verder als belangrijkste uitgangspunt geldt dat er sprake is van eerlijke beloning.

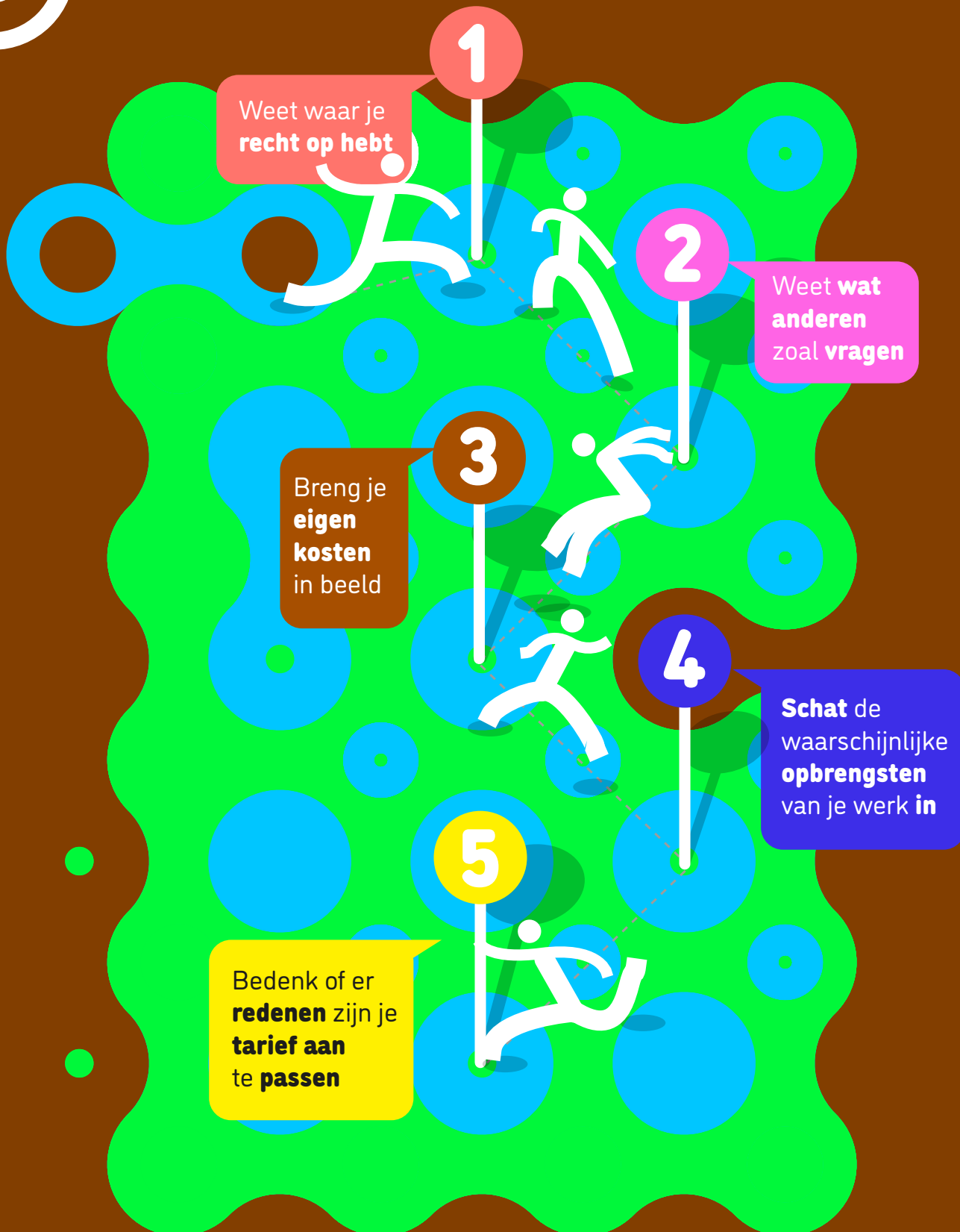
Eerlijke beloning als belangrijkste uitgangspunt

Bij tariefopbouw moet een belangrijk uitgangspunt zijn dat er sprake is van een eerlijke beloning, *fair pay*. De Fair Practice Code, die inmiddels een aantal jaren geleden in de culturele en creatieve sector is geïntroduceerd, geeft daartoe een aantal nuttige uitgangspunten:

- Cao's en honorariumrichtlijnen worden zoveel mogelijk aangehouden;
- Betaling van medewerkers (ook freelancers) geschiedt, ook indien er geen cao is, redelijk en eerlijk;
- Er worden afspraken gemaakt over eerlijke vergoedingen voor auteursrechten (of andere intellectueel eigendomsrechten die in beginsel aan de maker toekomen);
- Opdrachtgevers werken alleen met opdrachtnemers ('onderaannemers') die volgens de Fair Practice Code werken;
- Bij pitches en prijsvragenbeleid wordt professionele arbeid voor alle deelnemers vergoed.

Daarnaast hamert de Fair Practice Code er op dat inzet van onbetaalde krachten in goede verhouding blijft staan tot het aantal betaalde krachten plus dat bij de inzet van vrijwilligers en stagiairs scherp wordt gekeken naar functie, arbeidsvoorwaarden en passende vergoeding.

Tariefopbouw in beeld



Stappenplan tariefopbouw

Weet waar je
recht op hebt

1

Zie het infoblad voor ontwerpers van Platform ACCT over actuele kaders voor beloning.

Weet wat anderen
zoal vragen

2

Een benchmark kan richting geven, maar neem niet zonder meer de tarieven van anderen over. Zie het infoblad van Platform ACCT over beloningssituaties en de BNO Branchemonitor.

Breng je eigen
kosten in beeld

3

Kosten zijn niet alleen de directe kosten van het werk dat je gaat verrichten. Denk als zelfstandige ook aan onder andere je vakantiedagen, pensioen, arbeidsongeschiktheidsverzekering en bedrijfskosten.

Schat de waarschijnlijke
opbrengsten van je werk in

4

Welke waarde heeft het ontwerp dat je nu maakt later?
Wat doe jij bijvoorbeeld met het intellectueel eigendom over je werk?

Bedenk of er redenen zijn om
je tariefstelling aan te passen

5

Ga je voor 100% uurtje-factuur of heb je een ander verdienmodel?
En is korting geven verstandig, of moet je juist een premium rekenen?

1 Weet waar je recht op hebt

Bij het bepalen van een goed en eerlijk tarief is het allereerst van belang dat je weet waarop je recht hebt. In het infoblad Actuele Kaders voor Beloning hebben we bestaande wet- en regelgeving, cao's en verschillende richtlijnen en modelovereenkomsten onder elkaar gezet, die allemaal inzicht geven in waar je staat als ontwerper. We zullen die punten hier niet herhalen, maar pak dat infoblad erbij als je onvoldoende zicht hebt op lopende collectieve afspraken. Een opdrachtgever of werkgever die netjes werkt, zal, naar je mag hopen, niet (in negatieve zin) afwijken van die afspraken en regels, maar dat ontslaat je niet van je eigen verantwoordelijkheid om zelf ook goed geïnformeerd te zijn.

2 Weet wat anderen zoal vragen

Misschien ben je zelf wel een van de vele ontwerpers die bij het bepalen van hun tarief vooral kijken naar wat collega's vragen. Dat is inderdaad een belangrijk referentiekader, als je je maar wel goed afvraagt met welke collega's jij je het beste kunt vergelijken (zie ook het infoblad Beloningssituaties). Allerlei contextuele factoren kunnen immers invloed hebben op de tariefstelling. Zo zal een ontwerper met naamsbekendheid eerder een hoger tarief kunnen vragen dan een beginnend ontwerper.

Voor je eigen benchmark kun je informatie inwinnen bij bevriende collega's, of online op verkenning gaan. Allereerst zijn er ontwerpers die op hun website vrij open communice-

ren over wat zij zo gemiddeld genomen rekenen. Daarnaast bieden brancheorganisaties soms informatie over tarieven (zie infoblad Actuele Kaders voor Beloning). Verder zijn er legio vergelijkingsites die indicaties geven van tarieven of salarissen van ontwerpers, zoals de BNO salarisrichtlijn (beschikbaar voor leden), [Intermediair Salariskompas](#), [Nationale Beroepengids](#) en [Loonwijzer](#). Wees altijd een beetje beducht op hoe die sites aan data komen en hoe daaruit bedragen worden berekend; regelmatig zijn er grote verschillen tussen de cijfers die zulke sites noemen.

Let er verder op dat je jezelf als zelfstandige niet zonder meer kunt vergelijken met een ontwerper die in loondienst werkzaam is. Als zelfstandige maak je bepaalde kosten, zoals bijvoorbeeld voor je kantoor of voorzieningen voor mocht je langdurig ziek of arbeidsongeschikt worden, die iemand in loondienst niet heeft. Zie ook stap 3, hieronder. Niet voor niets liggen uurtarieven van zelfstandigen daarom meestal 45 tot 67 procent hoger dan de bruto loonkosten van werknemers met een vergelijkbare functie. Via [digiPACCT](#) is een online tool beschikbaar voor het omrekenen van cao-lonen naar zzp-tarieven.

3 Breng je eigen kosten in beeld

De derde stap voor tariefstelling is om je eigen kosten onder elkaar te zetten. Die moet je minimaal gedekt zien te krijgen om te voorkomen dat je verlies draait. Je kunt de kosten uiteraard in een eigen spreadsheet zetten of je toevlucht zoeken tot een van de vele online tarievenwizards. Die rekenmodules zijn gebaseerd op een weging van gemaakte kosten en gewenste inkomsten. Soms wordt rekening gehouden met gebruikelijke tarieven in de betreffende sector. Meestal zijn het het algemene tools die niet speciaal voor ontwerpers zijn bedoeld. Je kunt bijvoorbeeld terecht bij de [Kamer van Koophandel](#), gebruikmaken van het rekenvoorbeeld van [ZZP Nederland](#), van meer algemene websites als [Bereken Het](#), of van een module van een van de banken.

De online tools nemen de basiskosten mee, en houden rekening met bepaalde fiscale voorzieningen en aftrekposten. Als ontwerper maak je echter mogelijk bepaalde kosten die niet zo duidelijk ingebouwd zitten in die tools, en die je wellicht sneller over het hoofd zult zien. We zetten daarom hieronder de belangrijkste mogelijke kostenposten onder elkaar. Of zo'n post er echt is, en hoe groot die is, zal per ontwerper verschillen.

Hoe reken je kosten mee?

Als je met een jaargroting werkt, heb je de kosten waarschijnlijk al paraat. Het verschil met de begroting is, dat het nu alleen gaat om kosten die meegewogen moeten worden bij het bepalen van je tarief. Je zult moeten nagaan welke kosten, of welk deel van een kostenpost *niet* rechtstreeks in rekening te brengen is bij opdrachtgevers, fondsen, subsidieverstrekkingen of andere klanten. Vaak zijn inkoop- of materiaalkosten bijvoorbeeld als aparte post op te nemen in een offerte, fonds- of subsidieaanvraag. Die kosten zijn dan gedekt en het is *niet* noodzakelijk om die mee te nemen in je uurtarief. Werk je met een vaste totaalprijs voor een opdracht, dan moet je die kosten uiteraard *wel* meetellen. De minimale prijs die je aan een uur werk hangt om uit de kosten te komen is:

Inschatting van de totale kosten per jaar, die niet op andere wijze door een opdrachtgever, fonds, subsidieverstrekker of andere klant worden vergoed.



Inschatting van het aantal uren dat je declarabel (dus betaald) denkt te kunnen werken in een jaar.



Minimale bruto uurprijs






- **Arbeidsinzet (van jezelf en van anderen).** Of je nu per uur wilt gaan afrekenen of met een vast bedrag wilt werken, het is altijd verstandig om een inschatting te maken van de arbeidsinzet die met je werk gepaard gaat. Dat is inzet van jezelf en van eventuele anderen die je in loondienst hebt. Wat kost die ander? Als zelfstandige is het minimale prijskaartje dat je aan jezelf hangt, het netto bedrag dat je wilt overhouden.
- **Andere arbeidskosten.** Wil je je pensioen goed regelen als zelfstandig? Een passende arbeidsongeschiktheidsverzekering afsluiten? Neem die kosten dan mee bij je tariefstelling. Kosten die nog wel eens worden vergeten zijn *scholingskosten*, *vakantiegeld* (bij loondienst wettelijk minimaal 8% van het brutoloon) en een *eindejaarsuitkering* of dertiende maand. Als zelfstandige ben je uiteraard niet verplicht om zulke posten mee te nemen. Maar als je zelf mensen in dienst hebt of overweegt te nemen, komen deze zeker in beeld. Houd je wensen even goed aan tegen waar je recht op hebt (stap 1).
- **Vorbereidend werk.** Voor ontwerpers is onbetaald voorwerk voor een opdracht een heikel punt. Bij pitches, prijsvragen, maar ook in andere acquisitietrajecten worden presentaties, (contouren van) ontwerpen of andere producten verwacht waar je als ontwerper soms dagen werk aan hebt. De kosten die daarmee gemoeid zijn, kun je vaak niet in rekening brengen. Des te belangrijker is het daarom, om die kosten inzichtelijk te maken. Dat kan je helpen om je tariefstelling te verantwoorden.
- **(Andere) niet-declarabele uren.** Realiseer je overigens dat elke zelfstandige niet-declarabele uren heeft, doordat tijd gaat zitten in bijvoorbeeld administratief werk of in reistijd. (Zie daarover de BNO Branchemonitor.) Binnen DigiPACCT hanteert men hiervoor 17%, maar er worden ook percentages van 20-30% genoemd en het ministerie van SZW dacht zelfs aan 35%. Als ontwerper kan het goed zijn dat je forse kosten hebt aan pogingen om opdrachten binnen te krijgen. Dat gaat niet alleen om arbeidsuren, maar bijvoorbeeld ook om materialen, inkoop en wellicht zelfs inhuur (zie onder).
- **Inhuur derden.** Het inschakelen van derden is met een beetje goede wil al onder 'andere arbeidskosten' te scharen. Toch willen we deze kosten als aparte post noemen, omdat het bij ontwerpers regelmatig voorkomt

dat gewerkt wordt in flexibele samenwerkingsverbanden, waarbij de een door de ander wordt ingehuurd. Ook uitbesteding van het maken van onderdelen van het product of de dienst aan andere technische of specialistische bedrijven komt vaak voor. Uiteraard hoort een inschatting van deze kosten ook in de tariefstelling thuis, als het geen kosten zijn die al rechtstreeks bij een opdrachtgever in rekening worden gebracht.

- **Inkoop, materiaalkosten en andere productiemiddelen.** Bedenk welke kosten je maakt voor de opdrachten die je denkt of hoopt te gaan uitvoeren. Het kan gaan om inkoopkosten, of kosten van aanschaf en gebruik van materialen en andere middelen. Alles dat rechtstreeks te maken heeft met de uit te voeren opdracht. Denk ook aan kosten van aanschaf van (ontwerp) werk van anderen, waaronder kosten van *intellectueel eigendom* en licenties. Koers je op (grote) bijdragen van fondsen of een subsidie? Dan krijg je mogelijk te maken met kosten voor een *accountantsverklaring* aan het einde van de rit. Met een beetje mazzel mag je die als aparte post meenemen in je projectbegroting, maar anders zijn het kosten die op een andere manier terugverdiend moeten worden.
- **Bedrijfskosten.** Naast kosten die direct verband houden met opdrachtwerk, heb je ook algemene bedrijfskosten. Voorbeelden zijn je internet- en mobiele telefoonabonnement, je zakelijke reiskosten, kantoorbenodigdheden, bankkosten of kantinekosten. Voor je tariefstelling wil je weten hoeveel van zulke kosten je in een jaar denkt te moeten maken, en hoe dat zich verhoudt tot het aantal uren betaald werk. Fiscaal worden verschillende bedrijfskosten op uiteenlopende manieren behandeld. Zeker als je zzp'er bent met een thuishkantoor, zul je bepaalde kosten wel als bedrijfskosten mogen opvoeren en andere juist niet (bijvoorbeeld kantoorinrichting niet, tenzij je kantoor echt apart zit van je woning), of soms voor een deel privé moeten toerekenen. Voor een inschatting van je tariefstelling maakt dat op zich waarschijnlijk niet heel veel uit; de kosten maak je toch - of het nu privé is of zakelijk. Het verschil is dat zakelijke kosten aftrekbaar zijn van je winst, en daarmee een belastingvoordeel opleveren.
- **Fiscale kosten.** Nu we het toch over de fiscus hebben, als ontwerper moet je natuurlijk bij je tariefstelling rekening houden met belastingen en andere afdrachten



aan de fiscus. Voor zelfstandige ontwerpers zijn de inkomstenbelasting, de inkomensafhankelijke bijdrage Zorgverzekeringswet (Zvw) en btw waarschijnlijk de belangrijkste drie. Heb je een BV dan krijg je te maken met vennootschapsbelasting. (Dat kán overigens eveneens het geval zijn als je activiteiten vanuit een stichting ontplooit.) Die afdrachten betalen niet zichzelf, en moeten dus meegenomen worden in je tariefstelling, met dien verstande dat btw apart wordt vermeld in offertes en op facturen.

- **Eventuele andere kosten** die niet onder de bovengenoemde categorieën zijn te scharen.

Heb je je kosten goed in beeld, dan kun je de tariefstelling die daaruit volgt, aanhouden tegen de benchmark van stap 2, en de eventuele relevante honorariumrichtlijnen uit stap 1. Komt het tarief aardig overeen, dan zit je in de markt waarschijnlijk redelijk goed. Is het tarief veel hoger? Dan moet je misschien nog eens goed door de kosten heen gaan en kijken waar geschaafd kan worden. (Of misschien heb je met het overzicht nu juist een goede onderbouwing van je tarief in handen.) Zit je veel lager dan je collega's? Dan kun je goed op prijs concurreren. Of wellicht schat je bepaalde kosten te laag in, of ben je te optimistisch over je declarabele uren. Ook hier gebruik je de benchmark niet om precies op die referentietarieven uit te komen, maar om op het spoor te worden gezet van grote afwijkingen en van de redenen daarvan.

4 Schat de waarschijnlijke opbrengsten van je werk in

Het werk van een ontwerper kost niet alleen geld, maar levert (de opdrachtgever of werkgever) ook wat op. Daar mogen we in elk geval van uitgaan. Als die opbrengsten op de een of andere manier vertaald kunnen worden in financiële inkomsten, dan doet zich de vraag voor of de ontwerper niet moet delen in die inkomsten. Zeker voor zelfstandige ontwerpers die op basis van uurtje-factuurte werken, geldt dat zulke, te voorziene opbrengsten, nauwelijks worden meegenomen in de tariefopbouw. Dat is een gemiste kans, want ze maken wezenlijk onderdeel uit van de waarde van het ontwerpwerk. Denk aan de doorverkoop van ontwerp, inzet van ontwerp voor massaproductie, (latere) tentoonstelling van ontwerpwerk, of

nieuw ontwerp op basis van het opgeleverde ontwerp. Er bestaan op dat vlak overigens wel grote verschillen tussen ontwerpdisciplines. Bij grafische vormgeving of productontwerp staat intellectueel eigendom bijvoorbeeld veel meer op het netvlies dan bij social design, waar het sowieso de vraag is of er op ontworpen interventies intellectueel eigendomsrechten rusten.

Zoals eerder opgemerkt is de lastigheid dat waardeontwikkeling van ontwerp vooraf lang niet altijd goed is in te schatten. Maar te vaak gebeurt het dat ontwerpers er helemaal niet bij stilstaan dat hun werk nieuwe inkomsten kan gaan voortbrengen. Als er goede reden is om aan te nemen dat dat gaat gebeuren, dan heb je als ontwerper een argument om in te zetten op een hoger tarief, of om afspraken te maken over aanspraak over eventuele toekomstige inkomsten.

Het belangrijkste instrument dat ontwerpers ten dienste staat, is het intellectueel eigendomsrecht. Zie het infoblad Actuele Kaders voor Beloningsafspraken voor een overzicht van verschillende vormen. Hier is het vooral belangrijk om te benoemen wat de twee meest gebruikelijke manieren zijn om vergoedingen voor intellectueel eigendom te regelen.

Exploitatie van intellectueel eigendom

Als ontwerpers met intellectueel eigendom te maken hebben, zal het over het algemeen gaan over auteursrecht, merkenrecht of het tekeningen- en modellenrecht. Een enkele ontwerper in de meer technologisch georiënteerde ontwerpdisciplines (zoals industrieel ontwerp, biodesign of food design) krijgt mogelijk te maken met het octrooirecht, waar het gaat om octrooien (patenten) op technische vindingen. Merken en modellen moeten worden geregistreerd om rechten te kunnen doen gelden. Voor octrooiaanvragen gelden zelfs procedures die alles bij elkaar een aantal jaren in beslag kunnen nemen. Bij auteursrechtelijk beschermde werken komen de rechten automatisch toe aan de maker. In alle gevallen gaat het om rechten die (grotendeels) overdraagbaar zijn.

Als zelfstandig ontwerper heb je dus in principe de mogelijkheid om intellectueel eigendom te exploiteren. Dat kan door rechten te 'verkopen' of door een licentie te verstrekken. In het eerste geval worden rechten tijdelijk of

definitief overgedragen. In het tweede geval behoud je als ontwerper de rechten, maar verleen je toestemming aan een derde voor bepaalde vormen van gebruik. In principe kun je eindeloos variëren met welke toestemming dat is, tegen welke prijs en op basis waarvan wordt afgerekend. Gebruiksbetalingen die je als ontwerper ontvangt voor je werk, worden in de regel 'royalty's' genoemd. Zie figuur 2 voor een overzicht van basisvarianten.

In de praktijk weten ontwerpers niet altijd even goed raad met intellectueel eigendom, en worden rechten bij opdrachtverlening al bij voorbaat overgedragen, of wordt niet duidelijk afgebakend voor welk gebruik toestemming

wordt verleend en aan wie. Het is verstandig om een tweetal zaken in het oog te houden:

- Als zelfstandige verkrijg je - indien van toepassing - automatisch auteursrechten over je ontwerpwerk. Ben je in loondienst en vervaardig je het werk als onderdeel van je functie, dan is je werkgever in beginsel de recht-hebbende, al houd je wel een aantal (morele) rechten, zoals het recht op naamsvermelding.
- Hoewel opdrachtgevers in contracten koersen op overdracht van intellectueel eigendomsrechten, is er geen verplichting om daar zonder meer mee akkoord te gaan.



Figuur 2: Basisvarianten vergoedingen intellectueel eigendom (in het bijzonder auteursrecht)

Overdracht van rechten	Licensering
De rechten gaan over naar de opdrachtgever. De ontwerper heeft nu in principe toestemming nodig van de opdrachtgever voor elke vorm van gebruik van het werk.	De rechten blijven bij de ontwerper, maar de opdrachtgever krijgt toestemming om het werk voor (on)bepaalde tijd op in de licentie omschreven manieren te gebruiken.
Om niet	
<ul style="list-style-type: none"> • Er zijn geen afspraken over een vergoeding, maar je geeft de rechten wel uit handen. 	<ul style="list-style-type: none"> • Er is geen prijs afgesproken voor de licentie.
Vergoeding via het uurtarief of totaalbedrag	
<ul style="list-style-type: none"> • Vergoeding zit verwerkt in het uurtarief of in de totaalprijs. In dat geval moet je de beoogde waarde dus wel meenemen in dat tarief! 	<ul style="list-style-type: none"> • Vergoeding voor de licentie zit verwerkt in het uurtarief of in de totaalprijs. In dat geval moet je de beoogde waarde dus wel meenemen in dat tarief!
Enmalige vaste prijs	
<ul style="list-style-type: none"> • De opdrachtgever betaalt een eenmalige prijs voor overdracht. 	<ul style="list-style-type: none"> • De opdrachtgever betaalt een eenmalige prijs voor de licentie. Voor een nieuwe licentie moet opnieuw een prijsafpraak worden gemaakt.
Royalty's - gebruiksvergoedingen	
<ul style="list-style-type: none"> • Overdracht met recht op royalty's. De opdrachtgever verkrijgt de rechten, maar spreekt met jou als ontwerper af dat je recht hebt op een financiële vergoeding als het werk op bepaalde manieren wordt gebruikt en/of inkomsten oplevert voor de opdrachtgever. 	<ul style="list-style-type: none"> • De opdrachtgever mag het werk exploiteren (maar de ontwerper behoudt de rechten) en er wordt een bepaalde verdeling van inkomsten uit die exploitatie afgesproken.

Noot: een combinatie is ook mogelijk, bijvoorbeeld door een vaste prijs te combineren met royalty-afspraken.

5 Bedenk of er redenen zijn om je tariefstelling aan te passen

Na de voorgaande vier stappen heb je als ontwerper een goed beeld van je tariefstelling. Wat nog rest is de vraag of je nu steeds hetzelfde tarief hanteert, of dat er aanleiding is om te differentiëren. We noemen vier zaken die het overwegen waard zijn, voordat je je tarief definitief in je offerte zet.

- **Variëren met tarieven.** Drie opmerkingen over variatie met tarieven.

Ten eerste, de ene opdracht is de andere niet. Een commerciële opdracht kan vaak uitgevoerd worden voor een hoger tarief dan een niet-commerciële. Fondsen en subsidiegevers hanteren soms maximumtarieven die (ver) beneden het tarief kunnen liggen dat je op basis van stap 1 tot en met 4 zou willen vragen. Werk je met meerdere ontwerpers? Dan bepaalt de mate van senioriteit misschien ook wel mee hoe hoog een tarief kan zijn, en wil je meerdere tarieven (zoals junior - medior - senior) noemen in je offerte. Het is daarom handig om een inschatting te maken van de verdeling tussen verschillende typen opdrachten die je denkt te gaan doen, en van wie daarbij betrokken zijn. Zorg dat je over het geheel uitkomt op wat je minimaal aan omzet moet draaien.

Ten tweede, het staat je, voor zover de opdrachtgever die ruimte biedt, vrij om meerdere tariefvormen naast elkaar te gebruiken in dezelfde offerte. Een deel van je werk kun je bijvoorbeeld op basis van gewerkte uren factureren, terwijl je voor intellectueel eigendom een aparte fee opneemt. Of je combineert een vaste prijs voor het basiswerk met een meer onzekere afspraak over variabele beloning op basis van toekomstig gebruik van je werk door de opdrachtgever. Ook al weeg je bestede tijd met het bovenstaande stappenplan sterk mee in je tariefstelling, dat betekent niet dat je in je offertes automatisch alleen een uurprijs moet hanteren.

Ten derde, er kan aanleiding zijn om van tarieven af te wijken in de vorm van kortingen. Of een korting werkbaar en wenselijk is, is echt een persoonlijke voorkeur. Maar het vooruitzicht van meer opdrachten bij dezelfde opdrachtgever in de toekomst, kan een aanleiding zijn, net als een grote omvang en lange looptijd van de opdracht waarvoor wordt geoffreerd. Bij dat laatste

wordt wel het 'flexicurity-argument' gebruikt; met meer onzekerheid gaan hogere tarieven gepaard, en met meer zekerheid kunnen de tarieven dalen. Het omgekeerde van kortingen is overigens ook mogelijk, als een *premium* wordt gerekend, en dus juist een hoger tarief wordt gehanteerd, bijvoorbeeld omdat de opdracht een bepaalde prestige heeft.

- **Meerwerk.** Onvoorzien extra werk kan op diverse manieren worden meegenomen in een offerte. Bijvoorbeeld als stelpost of op basis van nacalculatie. Soms wordt met tariefstelling voor meerwerk afgeweken (lees: hoger) van de verder in de offerte gehanteerde tarieven. Een aanleiding daarvoor kan zijn dat het meerwerk, als het zich voordoet, in de praktijk waarschijnlijk een soort overwerk is. Plat gezegd, de deadline blijft hetzelfde, maar het aantal uren avond- of nachtwerk gaat omhoog.
- **Inflatiecorrectie.** Een nog niet benoemde component in de tariefstelling die wel onderdeel kan zijn van de onderbouwing van je tarief is een inflatiecorrectie. Die valt uiteraard het meeste op als je langer met dezelfde opdrachtgever werkt en je tarief op zeker moment aanpast. De inflatiecorrectie is inmiddels weer hoogst actueel. Zo'n correctie kan, maar hoeft zeker geen gelijke tred te houden met inflatiecorrecties die verwerkt zitten in loonstijgingen die bijvoorbeeld in cao's zijn afgesproken. Wat een realistische correctie is, hangt af van welke kosten in jouw geval stijgen, en hoe snel die stijging gaat. De website van het CBS kan wel als referentie dienen.
- **Internationale opdrachten.** Tot slot is het goed om op te merken dat werk over de landsgrenzen heen eveneens een factor is die aanleiding kan geven tot afwijkende tariefstelling. Bij internationaal werk zal het kostenverloop anders zijn, is mogelijk andere wet- en regelgeving van toepassing en wijken de referentiekaders af voor wat gebruikelijke vergoedingen zijn.

Met deze vijf stappen krijg je inzicht in de (wenselijke) opbouw van je tarief en heb je de bouwstenen om je tarieven goed te kunnen onderbouwen. Met name aan dat laatste schort het geregeld in de ontwerpsector (en andere culturele en creatieve disciplines). Dat betekent niet dat je offertes vol toelichtingen moeten staan, maar wel dat je als ontwerper in onderhandeling scherp kan neerzetten waarom je met bepaalde tarieven werkt.



Colofon

© 2022 - Platform ACCT

Dit infoblad is een uitgave van [Platform ACCT](#) en is samengesteld onder redactie van Martijn Arnoldus, Lydia Jongmans en Noud van de Rhee, in samenspraak met een begeleidingscommissie van vertegenwoordigers uit de ontwerpsector. Vormgeving, Femmy Hoogeveen, Grafisch Geluk. Illustraties, Reinier van der Horst.