

# Is de aandraagbonus een goed idee?

Een flinke bonus krijgen wanneer je nieuw personeel aandraagt: het fenomeen komt vaak voor in tijden van krapte. Is het een goed idee?

RENÉ SMID

‘Ik geef dit geld liever aan mijn eigen werknemers dan aan een recruitmentbureau’, zei oud-Drachtster Fokke de Jong, eigenaar van pakkenwinkel Suitsupply de afgelopen week tegen de NOS. Hij had het over een ‘aandraagbonus’ van 4000 euro die zijn werknemers krijgen wanneer zij een nieuwe collega voor het bedrijf vinden. Volgens De Jong zijn de eigen medewerkers magneten voor nieuw talent.

Vanwege de krapte op de arbeidsmarkt is De Jong overstapt op dit wervingsmodel, maar ook omdat de ondernemer op die manier snel gekwalificeerd personeel hoopt te vinden. „We stellen veel eisen: je moet alles weten van styling, maatwerk. Het is, met alle respect, meer dan een tasje uit het magazijn halen.”

Ook in de zorg en bij flitsbezorgers wordt met bonussen gestrooid, zowel voor personeel dat langer dan een halfjaar in dienst blijft als voor medewerkers die nieuwe krachten aandraagen. Wie kranten wil bezorgen, kan rekenen op een extraatje van 1000 euro.

Detacheringsbureau Bouwselect geeft nieuwe werknemers zelfs een startbonus van 10.000 euro. Eigenaar Sipke Meindersma zag de wervingskosten namelijk behoorlijk stijgen en gaf eerder al aan liever recht-



Werknemers kunnen veel geld verdienen door nieuw personeel aan te dragen, maar dat komt de diversiteit vaak niet ten goede. FOTO SHUTTERSTOCK

streeks in personeel te investeren.

Tot nu toe is de oogst met één aangenomen werknemer wat mager, zegt Meindersma. „We hadden wat meer verwacht, maar dit is een begin. We gaan de actie weer doen met een studiedeal: we geven dan twee jaar een bijdrage in studiekosten.”

Bouwselect werkt met een aandraagbonus van 500 euro. Op jaarbasis gebeurt dat gemiddeld tien keer. Dat Suitsupply kiest voor het forse bedrag van 4000 euro, verbaast Meindersma. „Wat Suitsupply doet zorgt voor publiciteit, maar het belang van geld wordt wel heel groot. Wat gaan mensen doen om die vierduizend euro te verdienen? Ik weet niet of dat gezond is.”

Hij kroop achter zijn computer en schreef op LinkedIn dat een detacheringsbureau meer doet dan werven. ‘Kandidaten komen bij ons binnen met de vraag wat de mogelijkheden zijn in de bouw of techniek en we hebben een gratis adviespreekuur.

**‘Je eigen mensen moeten de beste ambassadeur van je bedrijf zijn’**

De fee die je aan ons betaalt is ook voor de zekerheid dat je een kandidaat te zien krijgt die weet wat hij kan en wil. Je betaalt dus voor de kwaliteit van de bemiddeling – en die is veel beter dan bij de werving via je eigen netwerk. Met het risico dat je collega lukraak vrienden en kennissen over de streep gaat trekken, alleen omdat hij of zij getriggerd wordt door bakken met geld.’

Dit soort acties beperkt zich vooral tot tijden waarin de arbeidsmarkt krap is, weet Joke van Dijk, hoogleraar regionale arbeidsmarktanalyse bij de Rijksuniversiteit Groningen. „Het is op zich een efficiënt middel

om personeel te werven, want je eigen mensen moeten de beste ambassadeur van je bedrijf zijn. Het is ook goedkoper dan het plaatsen van advertenties, maar het popt altijd op in tijden van krapte.”

Maar het verandert niets aan de krapte, omdat er waarschijnlijk geen mensen bij komen en bedrijven louter personeel bij elkaar wegkapen. Een ander nadeel is dat medewerkers ook nieuwelingen kunnen aandraagen die niet blijken te voldoen. Van Dijk: „Daar wordt je positie bij de baas ook niet beter van.”

En het komt de diversiteit binnen bedrijven niet ten goede, zegt Van Dijk. „Je krijgt hetzelfde soort mensen. Het kan goed zijn voor de productiviteit maar de nieuwe ideeën worden wel minder.”

Al zal dat in Noord-Nederland wel meevallen, denkt de hoogleraar. In Friesland, Groningen en Drenthe is het aandeel mkb-bedrijven erg groot en is een bedrijf al van flink formaat

bij 30-40 werknemers. „In zo’n groep wil je ook niet te veel diversiteit. Mensen moeten goed met elkaar overweg kunnen en tien nationaliteiten kunnen zorgen voor te veel andere ideeën. Je wilt geen twee kampen krijgen. Dat kan de personeelsverhoudingen verstoren.”

Wat misschien nog effectiever kan zijn dan aandraagbonussen, zijn premies voor extra gewerkte uren. Van Dijk: „We zijn kampioen deeltijdwerken en je kunt personeel een bonus geven voor bijvoorbeeld vier uren per week meer. Dat lees ik nergens. Meer werken is de makkelijkste manier om het tekort aan mensen op te lossen, zeker in de zorg zouden we daarmee een heel eind komen.”

Heeft jouw bedrijf of ken jij een bedrijf met een bijzondere wervingsmethode? Een vakantiebonus, een jaarabonnement op de Donald Duck of iets heel anders? Laat het weten via [rene.smid@lc.nl](mailto:rene.smid@lc.nl).