

Gratis bestaat niet

Commotie over 'gratis' is gewoon discussie over businessmodellen

Jan Wietsma

Het onderwerp 'gratis administratieve dienstverlening door accountants' heeft de tongen behoorlijk losgemaakt in accountantsland. Op diverse fora dienden voor- en tegenstanders van gratis administratieve dienstverlening door accountants elkaar van replek. De tegenstanders vinden dat een accountant hier niet aan mee mocht werken, omdat het de kwaliteit van het werk niet ten goede kwam. Sceptici menen dat het nog wel even zal duren voordat gratis administratieve dienstverlening daadwerkelijk een feit is. De voorstanders verwachten intussen dat gratis administratieve dienstverlening door accountants op het punt van doorbreken staat en dat ook de accountant er niet aan ontkomt om hier aan mee te werken. De commotie over 'gratis' is feitelijk niets meer dan een iets oplaaierende discussie over veranderende businessmodellen.

Wat mij opviel was dat het woord 'gratis' zoveel commotie oepriep. Het lijkt wat dat betreft wel of de wereld voor een deel van de accountants de afgelopen jaren stilgestaan heeft. Een veelgehoorde opmerking in deze context is dat gratis niet bestaat. Uiteindelijk betaal je altijd iets. Toch zou ik die accountants graag een aantal voorbeelden willen geven uit de wereld van alledag waarbij veel gratis is:

Apps

Velen van u hebben inmiddels een smartphone of iPad. Veel van de apps die u gebruikt zijn volledig gratis. Een veel gebruikte app is bijvoorbeeld buienradar.

LinkedIn

Ook van LinkedIn maken veel accountants dankbaar gebruik. Zij gebruiken LinkedIn om relaties te leggen en slimme accountants ontdekken dat LinkedIn ook een dankbare bron is om nieuwe klanten te werven en personeel te vinden. Voor het doorsnee gebruik volstaan de basis-

functies van LinkedIn prima en het is helemaal gratis. Alleen: als u geavanceerde oplossingen wilt, gaat u betalen.



OpenOffice

Voor tekstverwerken, spreadsheets en presentaties zijn er veel oplossingen die net zo goed of soms zelfs beter werken als betaalde. Open Office is hier een voorbeeld van. Dat menigeen het niet gebruikt, heeft vooral te maken met de slimme marketingstrategie van een aantal dominante spelers in de markt. Maar OpenOffice is helemaal



gratis en voldoet in nagenoeg alle gevallen prima.

PleinPlus

Veel accountants bezoeken met enige regelmaat de website PleinPlus. Hierop wordt veel kennis en informatie gedeeld zonder dat u er iets voor hoeft te betalen. Sommige accountants en adviseurs berekenen de informatie die men van deze site haalt zelfs door aan hun klanten. Als had men het zelf uitgevonden.

De Big Four

Op de websites van de grote accountantskantoren is een schat aan fiscale informatie te vinden. Ook deze informatie wordt gratis ter beschikking gesteld en menig controller of administrateur maakt daar dankbaar gebruik van.

Veranderende businessmodellen

Wie nu denkt dat de voorbeelden die ik hier noem uiteindelijk niet voor grote verschuivingen in verdienmodellen van traditionele organisaties hebben zorggedragen,

moet ik toch even uit de droom halen. LinkedIn heeft er onder andere toe bijgedragen dat het aantal personeelsadvertenties fors is gedaald en ook recruiters die een oud businessmodel hanteren, hebben structureel minder inkomsten door LinkedIn. De fiscale informatie die de Big Four op hun website aanbieden, heeft stevige gevolgen gehad voor het verdienmodel van uitgeverijen. Kortom, de opkomst van gratis zorgt in veel gevallen wel degelijk voor paradigmashifts in bestaande markten en verdienmodellen. Denkt u ook nog maar eens aan de opkomst van gratis dagbladen als *Spits*, *Metro* en *De Pers* en het dagelijkse nieuws dat u via Nu.nl tot u neemt. U zult begrijpen dat al die mensen die zich bezighouden met het ontwikkelen van de hiervoor genoemde voorbeelden ook een dak boven hun hoofd willen hebben en een of meerdere keren op vakantie willen. Kennelijk weet men op een andere manier kasstromen te organiseren waardoor men toch kan voldoen aan alle verplichtingen die horen bij een moderne maatschappij. De vraag is: hoe kan dat? In zijn boek *Free* (gratis te downloaden) beschrijft Chris Anderson hoe het nieuwe Gratis de markt radicaal verandert. Anderson geeft aan dat Gratis in de vorige eeuw vooral een effectieve marketingmethode was, maar in de 21e eeuw is het een totaal nieuw economisch model. De oorzaak daarvan is dat de kosten van goederen en diensten tot bijna nul te reduceren zijn. Dat deze kosten zo laag zijn, heeft alles te maken met de toenemende digitalisering. Daarbij geeft Anderson aan dat gratis daadwerkelijk 'vrij van kosten' bete-

kent. Anderson onderscheidt daarbij vier soorten Gratis (zie schema onderaan).

Waarom gratis boekhouden zou kunnen werken

In de 'ophef' die er ontstaan is over gratis boekhouden merk ik op dat er nauwelijks wordt gediscussieerd over het achterliggende businessmodel. Waarom zou gratis boekhouden nu kunnen werken? Een voorbeeld waarom het zou kunnen werken heeft te maken met de omstandigheid dat je het gratis boekhouden laat betalen door voor de ondernemer relevante partijen. Op dat moment maakt u gebruik van het driepartijenmodel. Nu hoor ik alweer lezers ageren met de opmerking dat '...de klant niet zit te wachten op advertenties', maar de vraag is of hij dat ook nog vindt als u zegt dat u het daardoor gratis aan kunt bieden.

U kunt er ook toe besluiten om gratis boekhouden aan te bieden als freemium. In dat geval kan iedereen bij u gratis boekhouden. Echter, op het moment dat iemand aanvullende diensten of koppelingen wil, moet hij daarvoor betalen. Daarbij geldt dat hoe meer toegevoegde waarde u voor uw klant kunt creëren op basis van de informatie die hij u bij u aanlevert, hoe eenvoudiger het wordt om met dit model te gaan werken. Data van cliënten bevatten een schat aan informatie, maar de praktijk leert alleen dat u er (nog) niet zoveel mee doet.

Toenemende digitalisering

Dat gratis boekhouden uiteindelijk een stevige positie zal verwerven in Neder-



land heeft alles te maken met zaken als E-facturering, XBRL en SBR. Deze ontwikkelingen zorgen voor een toenevende digitalisering van de administratieve omgeving, waardoor er nauwelijks meer handen aan te pas hoeven te komen.

Het punt is dat andere partijen dan accountants deze mogelijkheden van gratis boekhouden inmiddels hebben ontdekt of beginnen te ontdekken. De reden dat ze dit gratis gaan aanbieden heeft alles te maken met het feit dat zij door de data die de ondernemer aanlevert, allerlei andere betaalde diensten kunnen aanbieden. Voor de accountant is het dus van belang dat hij zijn verdienmodel nog eens stevig tegen het licht houdt en zich afvraagt op welke wijze hij een deel van zijn primaire processen gratis kan aanbieden aan zijn huidige en nieuwe klanten. An



J. Wietsma AA, verbonden aan Full Finance te Apeldoorn. Janwietsma@accountancynieuws.nl

Gratismodel van Anderson		
Gratismodel	Wat is gratis?	Gratis voor wie?
Directe kruissubsidies	Elk product dat met zich meebrengt dat je voor iets anders betaalt.	Iedereen die bereid is om uiteindelijk op een of andere manier te betalen? Bijvoorbeeld twee halen, een betalen.
De driepartijenmarkt	Inhoud, diensten, software, etc.	Iedereen. Een derde partij, bijvoorbeeld adverteerders, betaalt.
Freemium	Alles waar een betaalde versie tegen over staat.	Gewone gebruikers. Geavanceerde gebruikers betalen. Bijvoorbeeld LinkedIn.
Non-monetaire markten	Alles wat mensen willen weggeven zonder dat ze een betaling verwachten.	Iedereen.