Nieuwe cao zet niet alleen uitzenders, maar ook softwarebouwers onder druk

De nieuwe cao voor uitzendkrachten, die op 1 januari 2026 ingaat, belooft een grote verandering te worden. Met de afschaffing van de inlenersbeloning en de komst van gelijkwaardige arbeidsvoorwaarden krijgen uitzenders te maken met meer complexiteit en hogere administratieve druk. Softwaresystemen kunnen daarbij helpen, maar íemand moet die systemen ook bouwen. En dat heeft behoorlijk wat voeten in de aarde, wordt duidelijk in gesprek met Chief Technology Officer Pallieter Koopmans en Commercieel Directeur Arne Lont van Flexpedia.

Tekst: Anoek van der Riet

Flexpedia biedt backoffice-ondersteuning aan uitzendondernemers en heeft daarvoor eigen software. Het development-team dat hieraan werkt bestaat inmiddels uit meer dan twintig medewerkers. Dat klinkt misschien als veel, maar is toch echt nodig, vertelt Koopmans.

De CTO heeft in zijn carrière aan zo'n 150 softwareprojecten gewerkt in veel verschillende branches, waaronder de financiële sector. Maar de uitzendbranche is met stip de meest complexe, zegt hij. "Dit is tien keer moeilijker dan het moeilijkste project."

Uitzondering op uitzondering

Wat maakt het dan zo lastig om software voor de uitzendbranche te maken? "De enorme hoeveelheid aan regels, uitzonderingen op uitzonderingen en persona's die ermee gemoeid zijn", vat hij samen. "We zijn actief in ongeveer tweehonderd cao's, en daar bovenop nog tal van individuele reglementen. Het is extreem complex om een rekenmodel te bouwen dat voor elke medewerker foutloos doorrekent hoe het zit met de premies, reserveringen, toeslagen en werkgeverslasten, en wat dat dan betekent voor diens salaris en de kostprijs. Omdat het voor elke cao en voor elke situatie weer net even anders is."

Hij vervolgt: "Bovendien verandert de regelgeving razendsnel, wat ook weer gevolgen heeft voor die berekeningen. Dan moet je niet alleen de nieuwe regeling in de software implementeren, maar ook de oude regeling én de overgangsregeling. Want anders vallen er mensen tussen wal en schip."

Pallieter Koopmans (CTO): "Software bouwen voor de uitzendbranche is erg complex."

Arne Lont (commercieel directeur): "Uitzenders: wees een sparringpartner in plaats van dat je alleen vacatures invult."

"We merkten dat veel uitzenders echt schrokken van wat er op hen afkomt"

Hoe volgen we de regels op?

Wat het extra ingewikkeld maakt, is dat regelgeving nu eenmaal onderhevig is aan interpretatie. Koopmans vertelt dat er in de uitzendbranche geen duidelijke consensus is over hóe de regels moeten worden opgevolgd. Iets wat bijvoorbeeld in het bankenwezen veel meer vast ligt.

"Dat bekent dat je als softwarebouwer continu keuzes moet maken. Hoe zorgen wij ervoor dat wij én vooral onze klanten de regels opvolgen? Elke partij maakt daarin zijn eigen keuzes op basis van hoe zij denken dat dat het beste is. In de praktijk kan dat als gevolg hebben dat de ene partij duurder uitvalt dan de ander, omdat zij de regels nauwkeuriger opvolgen."

Moeilijk om fouten te maken

Zijn collega Lont haakt daarop in: "Wij willen onze software zodanig bouwen, dat het voor de mensen die ermee werken moeilijker wordt om fouten te maken." Hij vertelt dat een groot deel van de loonstroken in Nederland fouten bevat. Zo bleek eerder dit jaar uit het Nationaal Loonstrookonderzoek 2025 dat maar liefst 34 procent van de werkenden weleens een fout op hun loonstrook ontdekt.

"Dat is uiteindelijk voor wie we dit doen: de medewerkers die hard werken voor hun geld en dat op hun rekening gestort horen te krijgen", vervolgt Koopmans. "Zeker in de flexbranche gaat het vaak om kwetsbare medewerkers zonder vangnet of financiële buffer. Als zij door een foutje te laat of te weinig betaald krijgen, kan dat voor hen grote gevolgen hebben. Daarom hebben wij een belangrijke rol: door software zodanig te bouwen dat er minder fouten gemaakt worden." *Compliance by design*, dus.

Lont: "Vroeger was het heel simpel om iemand uit te betalen. Aan het einde van de week kreeg iedereen gewoon een zakje met munten. Iemand kreeg nagenoeg honderd procent van het loon waar hij voor werkte in zijn hand. Nu is dat heel anders. Er zijn soms wel tien partijen betrokken bij het uitbetalen van een werknemer en dat kost veel geld. Ook als we de belasting en dergelijke even buiten beschouwing laten, zit er een groot verschil tussen wat de werkgever betaalt en wat de medewerker op z'n rekening krijgt."

Marges nóg meer onder druk

Het gesprek komt op de nieuwe cao: die zorgt voor één van de grootste veranderingen van de afgelopen decennia. Dat baart veel uitzendbedrijven zorgen, merken Koopmans en Lont. "Zodra de details bekend werden, zijn we direct onze klanten gaan informeren. Via nieuwsbrieven, maar ook door ze te bellen. We merkten dat veel partijen echt schrokken van wat er op hen afkomt. Is dit nu echt nodig? Want er gaat nóg meer marge vanaf, terwijl die al onder druk staat. De kosten nemen overal toe, en nu dit weer. De druk op uitzenders is groot."

Om ondernemers zoveel mogelijk te ontlasten, ontwikkelde Flexpedia software die helpt bij het vaststellen van gelijke arbeidsvoorwaarden. Op het platform *caobeloning.nl* kunnen inleners eenvoudig hun arbeidsvoorwaarden invoeren. De meest voorkomende cao's zijn zelfs al vooraf ingevuld; alleen afwijkingen of bijzondere afspraken moeten nog handmatig worden toegevoegd. "Op die manier willen we de administratieve rompslomp een stuk efficiënter maken", zegt Lont.

> "Ik vind het eigenlijk wel logisch dat uitzendkrachten gelijkwaardig beloond worden"

Positieve stap

Hoewel de implementatie veel vragen oproept, juichen de heren de nieuwe cao in de kern wel toe. Koopmans: "Het past binnen de trend in de politiek, zowel nationaal als internationaal, om beter te zorgen voor mensen en gelijkwaardigheid te vergroten. Ik vind het eigenlijk ook wel logisch dat uitzendkrachten gelijkwaardig beloond worden. Dat hoort gewoon zo. Het is een goede stap voor de branche, om te laten zien dat we het netjes doen."

De cao staat bovendien niet op zichzelf. Ook de Wet meer zekerheid flexwerkers is in aantocht, al ligt die voorlopig stil door de val van het kabinet. "Maar iedereen weet dat die wet er komt", zegt Lont. "En de cao loopt daar eigenlijk al op vooruit."

Tijd om in actie te komen

Zijn advies aan uitzenders is helder: "Ga zo snel mogelijk in gesprek met je klanten en breng die gelijkwaardige beloningen in kaart. Lees je goed in, vergaar kennis en wees een sparringpartner in plaats van dat je alleen vacatures invult. Ook richting de flexkrachten zelf is communicatie belangrijk: zij moeten weten wat de nieuwe regels voor hen betekenen. Want als je bij een andere opdrachtgever aan de slag gaat, verandert je beloning voortaan mee. Dat is niet meer hetzelfde als voorheen." En die communicatie kan niet vroeg genoeg beginnen, benadrukt Lont. "We zien dat veel bedrijven er nog niet mee bezig zijn, omdat ze druk zijn met hun lopende business. Maar dit komt keihard op ze af. Het is nu de tijd om in actie te komen." X