

Juridische mogelijkheden om uw prijzen te verhogen



Veel ondernemers hebben vorig jaar mooie contracten binnengesleept. De economie zit alweer boven het niveau van vóór corona. Omzet maken is niet het probleem.

Wat in 2022 wel een probleem dreigt te worden, is dat de prijzen zo hard stijgen. De gasprijs explodeert en jaagt ook de inflatie omhoog. De prijzen van papier en karton gaan al een jaar lang steil omhoog en ook suiker is niet meer te betalen. Kortom: uw kosten stijgen fiks, maar mag u dan ook tussentijds eenzijdig uw prijzen verhogen?

Het korte antwoord op die vraag is: nee, meestal niet. Maar er zijn wel degelijk mogelijkheden om uw prijzen te verhogen.

Laten we eerst eens kijken naar de prijzen die nog 'lopen': de offertes. De prijzen in uw offertes staan vast tot aan de geldigheidsdatum van de offerte. U kunt zo'n offerte niet tussentijds intrekken.

Heeft u geen einddatum genoemd, dan kan uw klant de offerte op ieder moment accepteren. U zit er dan aan vast. Een offerte zonder einddatum kunt u wel intrekken. Een e-mail met de mededeling dat de offerte wordt aangepast, is daarvoor genoeg.

U zit veiliger als u geen offerte met een concrete einddatum stuurt, maar gewoon 'kosteninschatting' boven uw offerte zet en geen uiterste datum vermeldt. Daar zit u niet aan vast als u zelf geconfronteerd wordt met gestegen kosten. Het ziet er vrijwel hetzelfde uit als een offerte, maar u bent daarmee veel flexibeler.

Corona is geen excuus voor alles

Afspraak is afspraak

Maar hoe zit het met prijzen die u al heeft afgesproken? Kan uw afnemer u daaraan houden, ook als u daardoor geen marge meer overhoudt of zelfs verlies maakt op uw leveringen?

Ja, dat kan. Afspraak is afspraak, ook als het voor u niet meer lucratief is. Een breekijzer bij 'afspraak is afspraak' zijn uiteindelijk uw algemene voorwaarden.

Maar eerst een paar stappen terug. Als prijzen ineens met tientallen procenten stijgen, komt al snel de gedachte op dat sprake is van 'overmacht'. Zeker omdat in veel algemene voorwaarden een artikel over overmacht staat. Daarin is vaak keurig benoemd dat een pandemie onder overmacht valt. En bij sommige prijsstijgingen is er (al dan niet indirect) wel een link met corona te verzinnen.

Maar daarmee komt u er niet. Corona is geen excuus voor alles. Bovendien biedt overmacht, als daar echt sprake van is, alleen maar een ontsnappingsroute om onder uw leveringsverplichting uit te komen.

Prijsstijgingen vallen meestal niet in de categorie 'onvoorzien'

Geen geweldige oplossing

Het wetsartikel over onvoorzien omstandigheden biedt wél de mogelijkheid voor een prijsverhoging. Als na het sluiten van een contract de omstandigheden drastisch gewijzigd zijn, kan de rechter dit contract ontbinden. Of aanpassen, bijvoorbeeld door de prijs te verhogen.

Probleem is dat prijsstijgingen meestal niet in de categorie 'onvoorzien' vallen. Dat de gasprijs met 50% stijgt is heel ingrijpend, maar het is bekend dat de gasprijs fluctueert, met soms flinke uitschieters. Voor een beroep op onvoorzienne omstandigheden is méér nodig, bijvoorbeeld hyperinflatie van honderden procenten.

En zelfs dan bereikt u geen geweldige oplossing. Want de rechter verdeelt waarschijnlijk de schade 50/50 tussen u en uw klant. Dus dan komt u nog steeds niet uit op de prijs die u eigenlijk wil hebben.

Wettelijke regeling voor aannemers

Aannemers hebben het wat prijsstijgingen betreft goed voor elkaar. Zij hebben een eigen wettelijke regeling voor het doorbelasten van gestegen kosten. Als een aannemer tijdens het werk wordt geconfronteerd met gestegen (grondstof-)prijzen waar hij niet op bedacht hoefde te zijn, kan hij deze kosten gewoon doorbelasten aan zijn opdrachtgever. De drempel hiervoor is veel lager dan bij de onvoorzienne omstandigheden.

Hoe onredelijk ook: alle anderen hebben niet zo'n wettelijke mogelijkheid. Als u geen aannemer bent, moet u dus zelf zo'n regeling overeenkomen. Dat is niet ingewikkeld, maar u moet het wel doen.

In feite kunt u simpelweg de wettelijke regeling voor aannemers kopiëren in uw algemene voorwaarden. De strekking daarvan is dat u tussentijds uw prijzen mag aanpassen als dat nodig is omdat uw kosten zijn gestegen.

Tegenover consumenten is een prijsverhoging sneller onredelijk

Redelijke prijsverhoging

Bij zakelijke afnemers is zo'n beding over tussentijdse prijsverhogingen altijd geldig (het scheelt natuurlijk wel discussie als u het al in uw voorwaarden heeft staan vóórdat u het contract sluit). Van u mag dan wel verwacht worden dat u zo snel mogelijk melding maakt van de prijsverhoging.

Bovendien zult u moeten onderbouwen wat de gestegen kosten zijn. Hoe groter de stijging, hoe concreter uw uitleg moet zijn. Om de regeling acceptabeler te maken, kunt u een voorziening inbouwen dat uw klant de overeenkomst mag ontbinden als de prijs stijgt met bijvoorbeeld 15% of meer.

Als u levert aan consumenten, mag u ook in uw algemene voorwaarden de mogelijkheid opnemen om tussentijds de prijs te verhogen, maar dan zijn uw mogelijkheden beperkt. Als u binnen drie maanden de prijs verhoogt, moet de consument het recht hebben de overeenkomst te ontbinden.

Bovendien moeten uw prijsverhogingen redelijk zijn. Wat redelijk is, verschilt per geval. Maar tegenover consumenten is het sneller onredelijk dan tegenover zakelijke klanten.

Hebben uw algemene voorwaarden nog geen voorziening om gestegen kosten door te berekenen, dan is dit het moment om dat alsnog te regelen. De komende maanden zullen veel prijzen van grondstoffen naar verwachting (blijven) stijgen.

Niet meer leveren

De makkelijkste 'escape' bij sterk gestegen kosten lijkt misschien om helemaal niet meer te leveren tegen de afgesproken (te lage) prijzen. Het is op z'n minst niet erg inspirerend als u al van tevoren weet dat u er niets aan verdient. Maar als u niet meer levert, pleegt u een wanprestatie. Daarmee wordt het

alleen maar erger (zie het kader).

Plots stoppen met leveren werkt juist averechts

Zomaar stoppen met leveren omdat uw kosten de pan uitrijzen lost uw probleem niet op. Uw klant kan dan namelijk eisen dat u uw verplichtingen nakomt. Bovendien bent u aansprakelijk voor de (vertragings)schade die uw klant lijdt. Stoppen met leveren is dus geen optie.

Oók niet als er nergens zwart-op-wit staat dat u bijvoorbeeld iedere maand een specifiek aantal producten moet leveren. Als u al jarenlang levert tegen afgesproken prijzen, is er vanzelf een 'duurovereenkomst' ontstaan. Ook als er geen ondertekend document bestaat. U kunt zo'n duurovereenkomst wel opzeggen, maar niet van de één op de andere dag. Dat kan alleen met een redelijke termijn (die langer is naarmate u langer samenwerkt).

Wat u wél mag doen, is uw aanbod beperken. U verkoopt uw product het liefst aan klanten die de hoogste prijs betalen. Dat kan betekenen dat er minder overblijft voor andere afnemers, die vasthouden aan de lage prijs.

Dat mag, tenzij u afspraken heeft gemaakt over een minimale levering. Als uw klant normaal de keuze heeft uit 20 soorten en onbeperkt mag bestellen, mag u het aanbod best een beetje uitkleden.

Denkbaar is ook dat uw klant wat langer moet wachten op de leveringen dan normaal. Wil uw klant terug naar het oude serviceniveau? Dat kan, maar dan moet er ook behoorlijk betaald worden, zodat u er weer iets aan verdient.

Laat de klant meebewegen

Bieden uw algemene voorwaarden geen soelaas, dan is in overleg gaan de beste weg. Vertel uw klant dat u simpelweg niet kunt blijven leveren tegen de afgesproken prijzen. Mogelijk kan uw klant de stijging zelf ook weer makkelijk doorberekenen.

Wil uw klant niet meebewegen, dan kunt u nog laten zien wat de gevolgen zijn van vasthouden aan de prijs. Bijvoorbeeld uw faillissement, of de levering van veel kleinere aantallen en vertraging.

Pas op, het moet geen chantage worden, maar u mag best inzichtelijk maken dat de gevolgen op de langere termijn ook voor uw klant nadelig zijn.

Dit verdiepingsartikel is geschreven door Bert van Mieghem, advocaat ondernemingsrecht bij [Wybenga Advocaten](https://www.wybengaadvocaten.nl), e-mail: vanmieghem@wybenga-advocaten.nl

Dit is een artikel van de redactie van BV Rendement

BV Rendement is dé informatiebron voor directeuren-grotaandeelhouders (dga's) en ondernemers in het mkb. Wat is er veranderd in de relevante wet- en regelgeving, en hoe kun je deze informatie direct in je onderneming en dagelijkse werk toepassen? Je weet het dankzij nieuws en praktische artikelen over onder meer bedrijfshuisvesting, belastingzaken, onderhandelingen en merkrecht.

De onafhankelijke en ervaren redactie van BV Rendement zit bovenop het nieuws en vertelt jou als eerste wat de ontwikkelingen zijn. Altijd in heldere taal en met een praktische insteek, zodat je de informatie direct kunt vertalen naar je eigen werksituatie. BV Rendement is daarnaast multimediaal. De voor jouw vakgebied relevante informatie verschijnt:

- ✓ dagelijks op het digitale platform Rendement Online, waar je onder meer het laatste nieuws, checklists, rekentools, maatwerkbrieven en verdiepingsartikelen tot je beschikking hebt;
- ✓ wekelijks gebundeld in een e-mailnieuwsbrief;
- ✓ maandelijks in het vakblad BV Rendement, boordevol nieuws en achtergrondartikelen, digitaal en op de mat;
- ✓ tweemaandelijks in een handzaam themadossier: een pocketboekje dat iedere editie een complex onderwerp uitdiept.



Rendement is een succesvolle uitgeverij van met name praktische vakbladen en digitale ondersteuning.

Het assortiment bestaat uit een crossmediaal portfolio: van printuitgaven zoals magazines en themadossiers tot online ondersteuning in de vorm van digitale naslagwerken, e-nieuwsbrieven, een vragenservice en tools.

www.rendementuitgeverij.nl