



11 tips

ALGEMENE VOORWAARDEN

11 tips van onze advocaten
om te zorgen dat je algemen
e voorwaarden altijd gelden.

Inhoud

<i>Introductie</i>	02
<i>Onze tips</i>	03
<i>Tip 1</i>	03
<i>Tip 2</i>	04
<i>Tip 3</i>	05
<i>Tip 4</i>	06
<i>Tip 5</i>	07
<i>Tip 6</i>	08
<i>Tip 7</i>	09
<i>Tip 8</i>	10
<i>Tip 9</i>	11
<i>Tip 10</i>	12
<i>Tip 11</i>	13

Heb je algemene voorwaarden? Wist je dat er dan 50% kans is dat ze niet gelden? Je hebt ze wel, maar je hebt er dus niets aan. Dat is wat wij zien bij onze abonnees. In ongeveer de helft van de gevallen hebben ze wel algemene voorwaarden, maar doen ze iets niet goed, waardoor de voorwaarden er eigenlijk alleen voor de show zijn. Ze doen niet hun werk, maar geven ondertussen wel een vals gevoel van veiligheid.

Als ondernemer kom je daar altijd pas achter als het te laat is. Je kan ze nooit achteraf laten gelden. Dat moet je op tijd regelen. Te laat is te laat.

En dan kan het zomaar zijn dat je failliet gaat.

Omdat bijvoorbeeld je aansprakelijkheid niet is beperkt. Waardoor je gedwongen wordt om naast alle schade ook alle gederfde winst te vergoeden.

Want wist je dat er een verschil is tussen ze hebben en ervoor zorgen dat ze ook echt van toepassing zijn?

Heb je ook veel geld betaald voor nieuwe algemene voorwaarden? Dan is de kans groot dat niemand heeft gecontroleerd of ze ook altijd gelden.

Tip 1

Stuur je voorwaarden altijd naar je klant

De hoofdregel is dat je je klant **altijd** jouw algemene voorwaarden moet hebben overhandigd, digitaal of in het echt, **uiterlijk op het moment** dat je met je klant een overeenkomst sluit. Je klant moet dus weten waar hij aan begint. Dat is het idee.

Het veiligst is om de klant altijd je algemene voorwaarden toe te sturen. Sommige bedrijven sturen standaard hun voorwaarden als pdf mee met de email bij ieder klantcontact. Dat is misschien wat veel, maar doe het in ieder geval altijd bij de opdrachtbevestiging/orderbevestiging, bij de inkooporder (als je als klant je voorwaarden wil gebruiken) en/of bij de overeenkomst die je stuurt om te laten ondertekenen.

Om welles-nietes discussies te voorkomen over of je je voorwaarden wel hebt meegestuurd, gebruik je onze “Toverformule”, zie [Tip 8](#).

Tip 2

Zet je algemene voorwaarden als pdf-bestand op je site

Soms lukt het niet om je algemene voorwaarden op tijd bij je klant te krijgen. Voor die gevallen moeten je algemene voorwaarden altijd **als pdf-bestand** op je website staan. Vaak zie je dat bedrijven hun algemene voorwaarden als een soort webpagina hebben. Dit is niet toegestaan, want dit voldoet niet aan de eisen van de wet.

De wet eist dat algemene voorwaarden makkelijk downloadbaar moeten zijn. In de praktijk betekent dat, dat een pdf-formaat voldoende is. Om er helemaal zeker van te zijn dat je aan alle eisen voldoet, is het verstandig om bij het linkje voor het downloaden van de algemene voorwaarden, ook nog een linkje op te nemen naar het programma Adobe. Je wil nooit het verwijt krijgen dat je er niet alles aan hebt gedaan om je algemene voorwaarden zo makkelijk mogelijk aan je klant ter beschikking te stellen.

Tip 3

Verwijs naar je algemene voorwaarden op je homepage

Als je de algemene voorwaarden als **pdf** downloadbaar hebt gemaakt en op je website hebt gezet, dan ben je er nog niet. Je moet het lezen van je algemene voorwaarden en het kunnen verkrijgen van je algemene voorwaarden makkelijk maken. Dat doe je niet door de voorwaarden ergens achteraf te parkeren op een pagina die slecht wordt bezocht.

Sommige bedrijven hebben een pagina “juridisch” of iets dergelijks, en zetten daar dan al hun formele en juridische dingen op. Hoe logisch dat ook lijkt, dat is niet makkelijk voor de klant. Het is ook niet de pagina die meteen bezocht gaat worden. De meest bezochte pagina van de website is meestal de homepage.

Zet dus je algemene voorwaarden in het linkje daarnaar op de homepage van je website. Het is natuurlijk helemaal niet verkeerd om het linkje ook nog ergens anders neer te zetten of op zoveel mogelijk plekken en het is sowieso heel verstandig om je algemene voorwaarden in de footer of de header van je website op te nemen, zodat op iedere pagina je klant de algemene voorwaarden kan raadplegen.

Tip 4

Gebruik je e-mail handtekening

Verwijs onderaan al je e-mails naar je algemene voorwaarden. Zet bijvoorbeeld onder aan de e-mail standaard de volgende zin:

Op al onze leveringen en diensten zijn onze algemene voorwaarden van toepassing, zoals deze zijn gedeponeerd bij de kamer van koophandel onder nummer [vul hier je handelsregisternummer in] en zoals deze zijn te downloaden via de link op onze website [vul hier de de link naar de pagina van je site met de pdf van je voorwaarden in].

Zet deze tekst in je standaard e-mail handtekening, zodat je nooit vergeet om dit aan de klant te mailen. Dat gebeurt bij sommige bedrijven immers vaak, dat je al e-mailende met je klant een order binnenhaalt. Vaak is er dan ook nog spoed bij en wordt er meteen geleverd en gefactureerd. Je ziet vaak in de praktijk dat vanwege deze snelle orderbevestiging de algemene voorwaarden worden vergeten toe te sturen, of dat het simpelweg niet mogelijk is. Voor dat soort gevallen staan de voorwaarden op je site (in pdf) en heb je via deze verwijzing je klanten tijdig de mogelijkheid geboden om je voorwaarden te lezen. Maar dat geldt.

Klanten vragen ons dan: ja maar ik heb mijn algemene voorwaarden toch op de factuur gezet, en/of er staat een verwijzing naar mijn voorwaarden op de factuur, dan geldt dat toch ook? Zie de volgende Tip.

Tip 5

Verwijzing naar je algemene voorwaarden is te laat en werkt niet

Er zijn nog steeds veel bedrijven die op de facturen verwijzen naar de algemene voorwaarden. En soms zelfs nog steeds de algemene voorwaarden op de achterkant van de factuur afdrukken. Dat laatste is in deze digitale tijd meestal zinloos, omdat facturen worden gemaïld en de scanner meestal alleen de voorkant inleest. Hoe dan ook is dit allemaal zinloos. De wet zegt dat voorwaarden “bij of voor het aangaan van de overeenkomst” ter hand moeten worden gesteld.

In normaal Nederlands, moet je je klant de algemene voorwaarden hebben gegeven, letterlijk, voordat je met de klant een contract sluit, zie ook Tip 1. De factuur stuur je altijd pas nadat de overeenkomst is gesloten. Zelfs bij een factuur voor een vooruitbetaling, geldt dat. De factuur is dus **altijd** te laat om te verwijzen naar je algemene voorwaarden.

Een verwijzing op de factuur naar je algemene voorwaarden is dus bijn waardeloos. Bijna, maar niet helemaal, omdat als je regelmatig zaken doet met dezelfde klant, deze klant bij een volgende overeenkomsten wel geacht kan worden te weten dat jij algemene voorwaarden hanteert. Maar dit staat niet vast, en je moet er eerst discussie over voeren bij de rechter. Dat is natuurlijk niet de positie waarin je wil terechtkomen.

Is het verkeerd om te verwijzen naar je algemene voorwaarden op de factuur? Nee, zolang je maar beseft, dat je er meestal niets aan hebt.

Tip 6

Deponeer je algemene voorwaarden bij de KvK

Omdat je het je klant zo makkelijk mogelijk wil maken om jouw voorwaarden te raadplegen, is het verstandig om ze op zoveel mogelijk plaatsen te stallen. Dus ook bij de **Kamer van Koophandel**. Vroeger wilden bedrijven hun voorwaarden ook nog wel deponeren bij de rechtbank. Dat is waarschijnlijk nog steeds mogelijk, maar niet meer zo praktisch. Wat in elk geval altijd wel goed werkt, is de algemene voorwaarden deponeren bij de kamer van koophandel. De kamer van koophandel heeft daarvoor een speciaal e-mailadres en voor een klein bedrag kun je je algemene voorwaarden e-mailen naar de kamer van koophandel en worden ze dan gedeponeerd onder jouw nummer bij het handelsregister. Dus je klanten kunnen dan altijd onder jouw KvK-nummer je algemene voorwaarden opvragen. Dat geldt natuurlijk ook voor de bedrijven waar je zelf zaken mee doet en die ook algemene voorwaarden hanteren.

Tip 7

Hoe voorkom je dat bedrijven jouw algemene voorwaarden afwijzen

Standaard staat in de meest algemene voorwaarden dat deze als enige gelden en dat alle andere algemene voorwaarden **afgewezen** worden. Juridisch werkt het zo dat degene die het laatste woord heeft, de discussie wint.

Dus, als jij je eigen algemene voorwaarden van toepassing verklaart, en jouw klant stuurt jou een opdracht bevestiging, of een inkooporder, met daarin het zinnetje dat onder afwijzing van alle voorwaarden alleen hun eigen voorwaarden gelden, dan gelden jouw voorwaarden ineens niet meer.

Dit kun je voorkomen door zelf het laatste woord te hebben, dus altijd een opdrachtbevestiging te sturen in antwoord op een inkooporder, met daarin de juiste formulering, die erop neer komt dat jouw voorwaarden als enige gelden.

Tip 8

Hoe je zorgt dat grote bedrijven als Shell, Ahold, etc. toch voorwaarden van jou accepteren

Hele grote bedrijven zoals Philips, Shell, Ahold, etc. **accepteren** nooit andere voorwaarden dan die van henzelf. Dat soort bedrijven hebben een strakke inkoopprocedure, en ook nog een juridische afdeling die alles nog een keer moet controleren.

Vaak is het toch mogelijk om te zorgen dat de zaken die voor jou belangrijk zijn door deze bedrijven worden geaccepteerd. Je kunt dan geen gebruik maken van je algemene voorwaarden, want die wijzen ze altijd af.

Wat je wel kunt doen, is kijken welke zaken in je eigen algemene voorwaarden voor jou van groot belang zijn, denk bijvoorbeeld aan de beperking van je aansprakelijkheid, je betalingstermijn, eventueel betalingskorting, eigendomsvoorbehoud en wat verder specifiek is aan jouw bedrijfsvoering en branche. Wat je dan kan doen is met de inkoper van je klant afspreken dat hij inkoopt onder de voorwaarde dat..., en dan noem je op deze plek de dingen die voor jou echt heel belangrijk zijn.

In de praktijk blijkt dat een inkoper best wat vrijheid heeft om daar wat toe te geven. Het is niet de bedoeling van de inkoper dat je failliet gaat. Wat een inkoper niet wil, is dat zijn inkooporder door de juridische afdeling moet worden gecontroleerd. En wat hij helemaal niet wil, is company policy overtreden. Maar wat hij wel wil en vaak ook kan is tegemoetkomen aan jouw redelijke eisen. Zorg daarom dat je een A4'tje hebt met daarop voor jouw bedrijf de belangrijkste punten, die je aan zo'n inkoper kan toesturen.

Tip 9

Zorg dat je de toverformule gebruikt

Met de toverformule zit je altijd goed, mits je ervoor hebt gezorgd dat je voorwaarden zijn toegestuurd aan de klant en als dat niet kan zijn gedeponeerd en goed zijn te vinden via de website. Met deze toverformule, laat je je klant verklaren, dat hij de algemene voorwaarden heeft ontvangen, ze heeft gelezen, en met de inhoud akkoord is. Daarmee heb je de discussie over het wel of niet van toepassing zijn van je voorwaarden op voorhand naar je toegetrokken.

Als je de klant laat tekenen met een handtekening, wat ook digitaal kan, zorg dan ervoor, dat de handtekening onder de toverformule staat. De klant kan dat nooit zeggen dat hij is opgehouden met lezen nadat hij zijn handtekening had gezet.

Wat is die **toverformule**?

Door ondertekening van deze overeenkomst verklaar ik een exemplaar van de algemene voorwaarden van [naam van je bedrijf] te hebben ontvangen, van de inhoud daarvan kennis te hebben genomen, en met de inhoud en de toepassing van die algemene voorwaarden akkoord te zijn.

Tip 10

Zorg dat je orderprocedure klopt

Het luistert nauw om ervoor te zorgen dat je voorwaarden gelden. Het is dus ook belangrijk, dat je binnen je bedrijf een vaste procedure volgt, iedereen die ook elke keer weer naleeft. Houd het **schriftelijk** (mondelinge afspraken gelden wel maar kun je moeilijk bewijzen), doe alles in de goede volgorde, er voorkom daarmee een hoop ellende.

Tip 11

Doe niet aan knippen en plakken



We zien nog heel vaak, dat bedrijven hun algemene voorwaarden bij elkaar hebben geknipt en geplakt. Of hebben gekopieerd van een branchegenoot. Of domweg de branchevoorwaarden volgen. Dat is een garantie voor problemen, vroeger of later.

Met je eigen voorwaarden geef je vorm aan je **eigen bedrijfsbeleid**. De voorwaarden van een concurrent zijn daarom niet automatisch voor jou de beste voorwaarden.

De voorwaarden van de branchevereniging gaan altijd uit van het grote gemiddelde, maar nooit specifiek van jouw omstandigheden.

En knippen en plakken is een beetje te vergelijken met ingrediënten uit verschillende recepten bij elkaar gooien en dan hopen dat zoiets een smakelijk gerecht oplevert. Als je dat niet doet met ingrediënten die bij elkaar misschien 15 euro kosten, waarom zou je dat dan wel doen met voorwaarden die er zijn om je bedrijf te beschermen tegen grote claims?

Met goede voorwaarden kun je een aantal jaren vooruit, ervan uit gaande dat binnen jouw bedrijf niet al te grote wijzigingen plaatsvinden. Het is verstandig om eens in de zoveel jaar na te denken over de activiteiten van je bedrijf en in hoeverre deze activiteiten nog worden gedekt door je algemene voorwaarden.



Dit waren de tips voor het goed laten werken van jouw algemene voorwaarden. Hopelijk heb je er iets aan gehad! Deze tips werken voor Nederlandse bedrijven in Nederland. Hoe strenger je die tips toepast, hoe beter je resultaten. En vergeet niet: de werkelijke test vindt plaats op het moment dat je je niet kan veroorloven dat het fout gaat. Vergelijk het met je reddingsvest dat je moet gebruiken wanneer je boot aan het zinken is. Dan wil je toch echt wel zeker weten dat het werkt.

Ken je nog iemand die dit e-boek interessant vindt? Stuur ze dan deze link, dan kunnen ze het ook downloaden: [KLIK HIER.](#)

