

BART & BORIS

GAAN PER DIRECT HUN PRIJZEN INDEXEREN



Indexatieadvies: met hoeveel procent kan jouw tarief voor 2025 omhoog?

Een nieuw jaar is begonnen en de dagen worden alweer een beetje langer. Traditiegetrouw besteedt Vakblad de Hovenier hierbij aandacht aan de jaarlijkse prijsindexatie. Welke tips hebben de experts over de beste uurtarieven voor het aankomende jaar? En waar moet je als ondernemer rekening mee houden?

Auteur: Robin Hazeleger

Aan het woord komen Richard Maaskant, plaatsvervangend directeur van Koninklijke VHG en Jelle Westra, directeur bij TuinKeur.

Waarom is het belangrijk om je uurtarief jaarlijks te indexeren?

'We hebben in Nederland allemaal te maken met duurder brood, duurdere pinda's en

duurdere diesel', reageert Westra gevat. 'Alle kosten stijgen, dus ook de kosten van de hovenier.' De kosten van ondernemen stijgen, benadrukt Maaskant. 'Het prijsindexcijfer gaat over arbeidskosten, sociale lasten en overige bedrijfskosten. Denk dan bijvoorbeeld aan de autokosten, huisvestings- en energiekosten', zo legt hij uit.

Met welk percentage mag de prijs dan omhoog?

TuinKeur komt met een concreet advies. 'Wij komen uit op 5,3 procent', zegt Westra. 'Maar het is slim om tussentijds nog eens te kijken. In juli gaan we kijken of we nog goed zitten. We adviseren ondernemers om voorbereid te zijn op nieuwe ontwikkelingen.'

Koninklijke VHG verwijst naar het sectoraal prijsindexcijfer dat zij samen met het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS) hebben ontwikkeld. Sinds 2024 wordt dat zo'n zes weken na



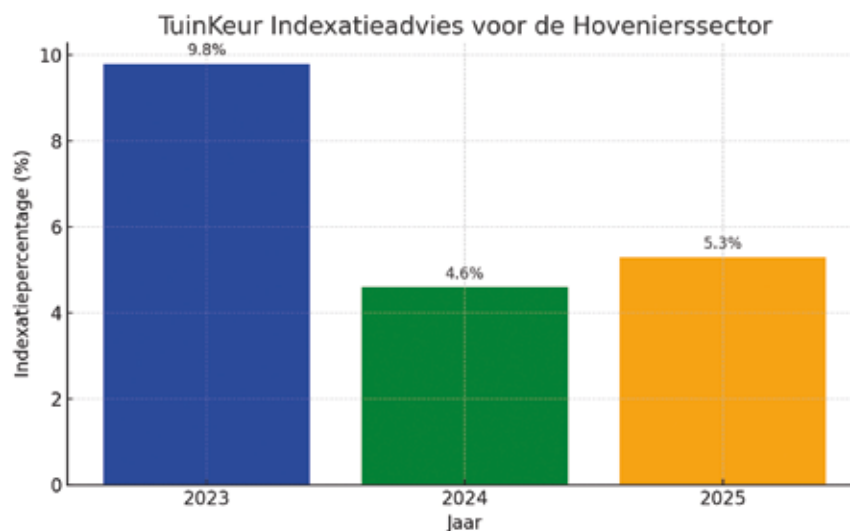
Jelle Westra

afloop van ieder kwartaal door het CBS gepubliceerd. Het meest recente cijfer dateert van het einde van het derde kwartaal in 2024. Dat cijfer bedroeg 5,6 procent. Maaskant benadrukt hierbij dat prijsindexcijfers vooral als indicatie moeten worden beschouwd. 'Indexcijfers zijn veelal gebaseerd op ontwikkelingen in het verleden. We adviseren daarom altijd om de eventuele toekomstige ontwikkeling van de eigen bedrijfskosten mee te nemen in het vaststellen van de tarieven.'

Hoe komen ze bij die percentages?

'De percentages geven de ontwikkeling van de prijzen of bedrijfskosten weer', legt Maaskant uit. 'Deze zijn, zoals eerder benoemd, opgebouwd uit loon, sociale lasten en overige bedrijfskosten.'

'Nu is er onlangs een cao-akkoord gesloten. Bij het indexeren van de tarieven voor 2025 is het belangrijk dat de overeengekomen procentuele loonstijging, de aanpassing van de cao-loontabellen en de verhoging van diverse vergoedingen worden meegenomen. Dat geldt ook voor de ontwikkeling van de overige bedrijfskosten. Als bijvoorbeeld de dienstverlening van de accountant, het loonadministratiekantoor, de softwareleveranciers en de autogarage duurder wordt, moeten bedrijven deze stijgingen in de berekening van hun indexcijfer meenemen.' Westra van TuinKeur noemt nog een nuance. 'Er zit een verschil tussen ondernemers in het



groot groen en particuliere hoveniers. Wij indexeren met name voor die laatste groep. We duiden de indexatie enerzijds aan de hand van de inflatie. Daarnaast kijken ook wij naar de salarisontwikkeling met de nieuwe cao. Tevens kijken we naar de verwachtingen voor het eerste kwartaal. Denk dan aan voorspellingen van banken en de ontwikkelingen in de economie. Want er gebeurt veel in de wereld. Dat kan gevolgen hebben voor bijvoorbeeld de kosten van energie. Die werken overal in door. Want van kaas tot plastic, je hebt energie nodig om het te produceren. En het inflatiespook is er ook nog.'

Dat de kostenstructuur per bedrijf enorm kan verschillen, is volgens Maaskant dan ook de reden dat Koninklijke VHG adviseert om het sectoraal prijsindexcijfer vooral als indicatie te beschouwen. 'Neem bij het indexeren van tarieven vooral de ontwikkeling van de eigen bedrijfskosten als uitgangspunt. Bedrijven die gevestigd zijn op een kostbaar industrieterrein en gefinancierd worden met veel vreemd vermogen, moeten bijvoorbeeld rekening houden met meer huisvestingskosten en rentelasten. Bedrijven met een groot machinepark hebben weer meer machinekosten, zoals verzekeringen en onderhoud.'

De tarieven kunnen dus omhoog. Hoe kan een ondernemer dat communiceren naar de klant?

'Onthoud allereerst dat de klant de prijs niet bepaalt', licht Westra toe. 'Ik ben tenminste nog nooit gebeld door de Shell over de prijs van de diesel. Maar je kunt vaste klanten op de hoogte

brengen per mail. Het is ook altijd verstandig om een prijsstijging aan te kondigen in een regel onderaan de factuur. Maak er vooral niet een heel verhaal van. Alles wordt nu eenmaal duurder. Als ondernemer zit jij met de kostprijs en je personeel, en de patat is ook duurder en dat is ook niet leuk.'

'Bij een contract en bestaande afspraken kun je een klant schriftelijk op de hoogte brengen', tipt Maaskant. 'Per brief of digitaal, net wat de opdrachtgever prettig vindt. Dan kun je eventueel verwijzen naar eerder gemaakte afspraken en de actuele indexering. In het geval van nieuwe opdrachtgevers is dat niet noodzakelijk. Offertes die je opmaakt, zijn gebaseerd op het geïndexeerde tarief en dat is voor hen een gegeven. Daarbij ken je zelf je vaste klanten het beste. Je kunt zelf inschatten in welke mate de indexering van jouw tarieven geaccepteerd wordt. Afhankelijk van de opdrachtgever en de aard van de werkzaamheden, kun je bij vragen of opmerkingen met het oog op klantbehoud altijd nog vanuit strategisch oogpunt de indexering aanpassen. Maar alleen als dat verantwoord is uiteraard.'



Richard Maaskant



BE SOCIAL
Scan, lees & deel!