

Denk goed na

Eerst een website, daarna de webshop

Joost Maassen is zowel Nederlands advocaat als solicitor of Engeland & Wales. Hij adviseert over Nederlands en Engels recht bij grensoverschrijdende zaken op het gebied van het vennootschaps-, handels-, contracten- en overnamerecht.



E-commerce rukt op, ook bij het zakendoen over de grenzen. Joost Maassen geeft de komende maanden antwoord op veel voorkomende juridische vragen over grensoverschrijdende e-commerce. In de eerste aflevering behandelt hij de ontwikkeling van, de toegang tot en de informatievoorziening op een website of app. Want zonder website geen webshop.

Waar moet ik op letten bij de ontwikkeling van een website?

Bij de ontwikkeling van je website en een bijbehorende mobiele app krijg je onder meer te maken met het ontwerp, de bouw en het onderhoud daarvan. Maar ook met domeinregistratie, hosting en zoekmachineoptimalisatie. Accepteer niet zomaar de vaak eenzijdige voorwaarden van de leverancier en maak duidelijke afspraken over de oplevering, functionaliteit, performance en veiligheid, en wie voor wat aansprakelijk is. Denk hierbij aan

“Een website is meestal wereldwijd beschikbaar, merk- of handelsnamen vaak niet”

responsetijden, de uptime (beschikbaarheid) en dat de website moet voldoen aan toepasselijke wet- en regelgeving (bijvoorbeeld op het gebied van privacy en consumentenbescherming). Vergeet ook niet vast te leggen wat de gevolgen van niet-nakoming zijn, zoals schadevergoeding, boetes, opschorting betaling of beëindiging van het contract.

Wie is de eigenaar van de domeinnaam?

Je bent geen eigenaar, maar de houder van een domeinnaam (jouw adres op internet),



wanneer en zo lang je dit registreert. Het kan zijn dat de domeinnaam (met of zonder achtervoegsel, zoals .com of .nl) inbreuk maakt op een al bestaand merkenrecht of handelsnaam van een ander. Controleer daarom eerst of je de naam mag gebruiken. Bovendien wil je geen verwarring wanneer iemand jouw bedrijf op internet zoekt. Wanneer de naam vrij is, registreer de domeinnaam dan ook als merk of handelsnaam om je rechten te beschermen. Dit is niet altijd eenvoudig en vergt nogal wat uitzoekwerk: een website is meestal wereldwijd beschikbaar, terwijl merk- of handelsnamen vaak alleen in een bepaald land, meerdere landen of de gehele EU worden gedeponereerd.

Wie is de eigenaar van de website of app?

De maker – en niet de opdrachtgever (tenzij werkgever van de maker) – is rechtens eigenaar van het ontwerp, de onderliggende soft-

ware en de inhoud van de website of app. Wanneer je niet zelf de maker bent, regel dan dat het eigendom wordt overgedragen. Als dit niet lukt, beding dan op z'n minst een exclusief gebruiksrecht en - om problemen bij faillissement te voorkomen - dat de broncode van eventuele software bij een derde wordt ondergebracht. De maker kan gebruik hebben gemaakt van beschermde rechten van derden. Zorg er daarom voor dat de maker jou vrijwaart voor eventuele claims van rechthebbenden. Om je eigen rechten en je tegen claims van derden te beschermen is het verstandig bezoekers erop te wijzen dat je website beschermd intellectueel eigendom bevat. Je zou dit onder iedere webpagina kunnen vermelden. Ook kun je in je gebruiksvoorwaarden opnemen dat anderen de content niet zonder toestemming mogen gebruiken, daarnaar mogen verwijzen (linken) of in hun website zichtbaar mogen maken (ramen).

Mag ik de website van een ander linken of ramen?

Hier zijn risico's aan verbonden, zeker wanneer dit vanuit een commercieel oogpunt gebeurt. Je kunt de regels van die website overtreden of inbreuk op het intellectuele eigendom van een ander maken. Check dus eerst de gebruiksvoorwaarden van die website en ga na of het materiaal waarnaar je verwijst, auteurs- of merkenrechtelijk beschermd is. Zo ja, vraag dan de rechthebbende om toestemming. Pas op, het kan zijn dat de operator van de website waarnaar je verwijst, dit niet gedaan heeft en het materiaal dus zonder toestemming gebruikt. De kans bestaat dan dat de rechthebbende zich vervolgens bij jou meldt.

Welke informatie moet mijn website in elk geval bevatten?

Wanneer jouw bedrijf in de EU opereert, moet je op de website in elk geval de volgende bedrijfsinformatie vermelden: bedrijfsnaam, rechtsvorm, vestigingsadres, KvK-nummer en BTW-nummer (indien BTW-plichtig). Plus een e-mailadres of online contactformulier waarmee mensen snel en direct contact met je kunnen opnemen. Een telefoonnummer is in beginsel niet verplicht. Maar als een consument via het internet contact met je heeft opgenomen en daar vervolgens geen toegang meer toe heeft, ben je desgevraagd verplicht op niet-elektronische wijze te communiceren.

Is het voor de informatievoorziening van belang welke goederen of diensten ik aanbied?

Ja, want verder gelden er afhankelijk van wat je op de website aanbiedt aanvullende regels. Zo moet je wanneer je in de EU diensten aanbiedt, op enig moment nadere informatie over jouw dienstverlening verstrekken. Het kan





handig zijn dit (deels) alvast op de website te doen. Het gaat hier bijvoorbeeld om eventueel vaststaande prijzen, een omschrijving van je dienstverlening, algemene voorwaarden, informatie over je beroepsaansprakelijkheidsverzekering en mogelijke toepasselijke gedragsregels. Wanneer je garantievoorwaarden uitgebreider zijn dan wettelijk voorgeschreven, moet dit ook gecommuniceerd worden. Het kan zijn dat jouw bedrijf gereguleerd is. In dat geval moet je website details van de toezichthouder vermelden.

Verder gelden er specifieke regels wanneer er op of via de website contracten kunnen worden afgesloten en orders geplaatst. Je bent dan verplicht informatie over het online orderproces te verstrekken. Voor de handel met consumenten in de EU gelden aanvullende eisen ten aanzien van zaken als het verstrekken van precontractuele informatie, herroepingsrecht, prijsveranderingen en de mogelijkheid geschillen online te beslechten. Dit en het gebruik van algemene voorwaarden behandel ik uitvoerig in een volgende aflevering; zowel B2C als B2B. Bovendien stellen sommige landen extra eisen. Zo moet de website van een groep van ondernemingen met een omzet van meer dan 36 miljoen pond, die zaken doet in het Verenigd Koninkrijk, een zogenaamd *'anti-slavery and human trafficking statement'* bevatten. Onderzoek daarom altijd de lokale situatie.

Wanneer moet mijn website een privacyverklaring hebben en hoe zit het met cookies?

Wanneer je als bedrijf online of via een app persoonlijke data verwerkt (verzamelen en/of bewaren), moet je een privacyverklaring publiceren. Let op, dit is al snel het geval! Het gaat hier namelijk om alle naar natuurlijke personen terug te herleiden data, inclusief een naar een

persoon herleidbaar IP-adres (ongeacht of deze bedrijfsmatig handelt). In de praktijk realiseren bedrijven zich vaak niet wat een programma als Google Analytics aan data verzamelt of wat er gebeurt als een webpagina een Facebook-link bevat. Wanneer de website gebruikmaakt van cookies, ben je verplicht de

“Een Fransman moet in een Nederlandse webshop onder dezelfde voorwaarden kunnen kopen als een Nederlander”

bezoeker daarover te informeren en toestemming te vragen. Op deze onderwerpen over privacy kom ik in een volgende aflevering uitgebreid terug.

Moet ik gebruiksvoorwaarden voor mijn website maken?

Dit is niet verplicht maar wel verstandig. Je kunt hiermee het gebruik van je website reguleren en informatie verstrekken. Het effect van de voorwaarden wordt bepaald door de vraag of de gebruiker voor toegang tot de website de voorwaarden eerst met een klik moet aanvaarden of deze alleen kan inzien of downloaden. In het laatste geval is mogelijk geen sprake van een overeenkomst, alleen van een waarschuwing. Gebruiksvoorwaarden bevatten vaak bepalingen over privacy, het gebruik van content en de toegang tot de website. Bijvoorbeeld omdat de site niet geschikt is voor kinderen en er voor die groep speciale privacyregels gelden. Ook kun je voorschriften over het veilig

gebruik van de website, een online account of disclaimers opnemen. Denk hierbij aan het uitsluiten van aansprakelijkheid voor de content, links naar derden, virussen, het gedrag op een eventueel gebruikersforum (inclusief hoe je contact kunt opnemen bij klachten) en onveilig gebruik van een online account.

Mag ik de toegang tot mijn website of de aankoop van een product beperken tot bezoekers uit bepaalde landen?

Wanneer je met een consument of zakelijk eindgebruiker handelt, is dit in de meeste gevallen verboden op grond van de Geoblocking-Verordening. De kern is hier dat je geen onderscheid mag maken op grond van locatie. Je kunt wel per land een aparte website met eigen voorwaarden maken. In die voorwaarden kun je bepalen dat je alleen daar levert. Wat je niet mag doen, is gebruikers op grond van locatie op enigerlei wijze de toegang tot de website of webshop en de aankoop van goederen ontzeggen (bijvoorbeeld door een blokkade of omleiding naar een andere website) of voor iemand uit een ander land aparte voorwaarden hanteren. Een Fransman moet in een Nederlandse webshop dus onder dezelfde voorwaarden kunnen kopen als een Nederlander. De verkoper is echter niet verplicht de goederen in Frankrijk af te leveren. Let er dan wel op dat je in de voorwaarden je levering beperkt tot Nederland.



Meer lezen over de Geoblocking-Verordening?

Martijn van de Hel en Marianne Meijssen beschrijven de gevolgen hiervan uitgebreid in *globe magazine* 441, pagina 28 (april 2019).