

Ondernemen en het internet

Als ondernemer heeft u er mee te maken: het internet. Technisch, maar ook juridisch, is het internet constant in ontwikkeling. Enkele aandachtspunten waarop u moet letten wanneer u zich op het internet begeeft.

Adwords

Adwords zijn advertenties in Google gekoppeld aan ingevoerde zoekwoorden. Logischerwijs kan het lonen te adverteren bij een zoekopdracht naar het merk van uw concurrent. De persoon die deze zoekopdracht invoert, kan immers ook geïnteresseerd zijn in uw waren. Hier zijn echter wel spelregels voor. Adverteren bij een zoekopdracht naar een merk van uw concurrent is alleen toegestaan wanneer de merknaam van uw concurrent in de advertentie zelf niet wordt gebruikt. Bovendien mag er geen verwarring ontstaan over de herkomst van de producten. Uit de advertentie, en de hieraan gekoppelde website, dient duidelijk te blijken dat niet uw concurrent maar u de waren aanbiedt. Voorzichtigheid is dus geboden, ook voor de concurrent die met uw merk aan de slag gaat.

Sociale media

Sociale media zijn een effectieve methode om uzelf en uw bedrijf te presenteren. Uw werknemers zijn privé waarschijnlijk ook actief op sociale media. In dit verband rijst de vraag wat uw werknemers op privé accounts 'posten' over zakelijke aangelegenheden en of u daar, als werkgever, wel gelukkig mee bent. Algemeen advies is om uw werknemers te vragen zakelijk en privé online zoveel mogelijk te scheiden. Zo beperkt u het risico dat de buitenwereld beschikt over informatie die daarvoor niet bestemd is. In samenspraak met uw werknemers richtlijnen voor het gebruik van sociale media opstellen is ook een oplossing. Bedrijven als IBM en Coca-Cola zweren erbij en werknemers waarderen de duidelijkheid die dit schept.

Rechtspraak

De uitkomst van een juridische procedure is nooit zeker. Wat procedures over internetgeschillen betreft is dit niet minder waar. Zo

heeft het Hof Amsterdam onlangs een vonnis in stand gehouden waaruit volgt dat een websitehouder verantwoordelijk kan zijn voor de manier waarop zijn site in de zoekresultaten van Google wordt beschreven. De zaak tegen de websitehouder was aangespannen door een garagebedrijf. De beschrijving in kwestie wekte de onjuiste indruk dat dit garagebedrijf failliet was. Op de website zelf was overigens duidelijk te lezen dat niet het garagebedrijf, maar een ander bedrijf failliet was. De websitehouder achtte zich niet verantwoordelijk voor de foutieve beschrijving van Google en weigerde zijn site aan te passen. Het Hof was echter van mening dat een websitehouder, wanneer hij het signaal krijgt dat zijn site via Google een onjuiste suggestie wekt, zijn site dient aan te passen zolang dit weinig moeite kost. Het garagebedrijf hoefde niet Google, die voor dergelijke situaties een zogenaamde 'notice and takedown' procedure heeft, zelf aan te spreken. Het Hof liet de websitehouder dus de gevolgen voor een uiting van Google dragen. In de context van de vrijheid van meningsuiting kunnen hier wat mij betreft vraagtekens bij worden gezet.

Kortom, ook wat betreft het internet geldt dat voorkomen beter is dan genezen. Laat u daarom tijdig deskundig adviseren. ■



Teun Burgers

advocaat
Cordemeyer & Slager Advocaten - LawyersforIT®
Haarlem