

HET RECHT VOOR STARTUPS

Welkom bij de spoedcursus 'recht voor startups'. Speciaal voor jou als beginnende ondernemer hebben wij deze factsheet samengesteld. We behandelen elke keer een onderwerp dat relevant kan zijn voor je business. We bespreken niet alleen juridische regeltjes maar geven ook praktische tips. Voor startups gelden uiteraard geen andere regels dan voor anderen maar de benadering kan wel anders zijn. Zo is een onderneming in het begin nog flexibel in het onderbrengen van bedrijfsonderdelen. Door in de beginfase een goede jurist in de arm te nemen kunnen veel problemen in de toekomst voorkomen worden. Een goede jurist denkt mee en ziet weer andere dingen dan jij of je directe omgeving.

OVERZICHT VAN BELANGRIJKE PUNTEN VOOR STARTUPS

Als startup ben je voornamelijk bezig met ondernemen en het benutten van kansen. Regeltjes en juridische procedures worden dan vaak als een last gezien en krijgen weinig aandacht. Wat vinden wij belangrijk voor starters?

- Welke bedrijfsvorm moet ik kiezen als startup?
- Moet ik bang zijn van auteursrecht?
- Ik wil niet aansprakelijk zijn voor wat ik doe!
- Wanneer mag ik content scrapen of hergebruiken?
- Argh, mijn gebruikers zijn irritant, wat nu?
- Wanneer ben ik aansprakelijk voor mijn gebruikers?
- Een goede geheimhouding
- Je naam als handelsnaam of merk
- Oh jee, ik verwerk persoonsgegevens!
- Heb ik wat aan een octrooi?
- Hoe krijg ik toestemming onder de privacywet?
- Hoe sluit ik een contract online?
- Wat moet er in mijn privacyverklaring?
- Inhuren van personeel of zzp-ers
- Wat moet ik met de cookiewet?
- Ben ik aansprakelijk voor datalekken?
- Wat is een bewerkersovereenkomst nu weer?
- Ben ik eigenlijk wel eigenaar van mijn software?

1 | WELKE BEDRIJFSVORM MOET IK KIEZEN ALS STARTUP?

Elke beginnende onderneming is verplicht zich in

te schrijven bij de Kamer van Koophandel. Dit moet plaatsvinden binnen een week nadat er van start is gegaan met de activiteiten. Bij die inschrijving zal je gevraagd worden welke ondernemingsvorm gebruikt wordt. Welke keuzes zijn er allemaal en wat zijn de voor en nadelen?

De keuze voor een rechtsvorm wordt grofweg bepaald door drie factoren:

1. Administratieve lasten
2. Persoonlijke aansprakelijkheid van de ondernemer
3. Fiscale voor-/nadelen

Aan de hand van deze 3 factoren zullen wij de drie belangrijkste rechtsvormen bespreken.

1.1 | EENMANZAAK

Als iemand in zijn eentje begint is een eenmanszaak de meest voor de hand liggende rechtsvorm.

1. Een oprichting is zo gedaan. Slechts een inschrijving bij de KvK is nodig en klaar is Kees. Je bent niet verplicht om een jaarrekening te deponeren.
2. Als bestuurder/eigenaar van de eenmanszaak ben je volledig aansprakelijk voor de verplichtingen die de eenmanszaak aan gaat.
3. De inkomsten uit een eenmanszaak worden belast middels de inkomstenbelasting.

Tip: Ook als eenmanszaak kan je personeel in dienst hebben.

1.2 | VENNOOTSCHAP ONDER FIRMA (VOF)

Als je met twee of meer personen een onderneming begint is een VOF een goede keuze.

- 1. Bij een VOF brengt iedere vennoot geld, kennis of andere goodwill in. Om hier duidelijke afspraken over te maken raden wij aan een VOF-contract op te stellen. Hier in kan ook worden vastgelegd hoe de vertegenwoordiging van de vennootschap plaatsvindt.
- 2. Alle vennoten zijn volledig aansprakelijk voor een schuld of claim tegen de VOF, ongeacht welke vennoot die schuld of claim heeft veroorzaakt.

3. Over de winst uit een VOF wordt inkomstenbelasting geheven.

Tip: een goed [VOF-contract](#) genereer je via onze generator.

1.3 | BESLOTEN VENNOOTSCHAP (BV)

Een BV is een rechtspersoon die als zelfstandige juridische entiteit overeenkomsten aan kan gaan.

- 1. Een BV wordt opgericht met behulp van een akte van de notaris. Als BV ben je allereerst verplicht ieder jaar een jaarrekening en balans te deponeren bij de KvK. Daarnaast heb je te maken met regelmatig terugkerende belastingaangiftes. Het is daarom verstandig een accountant in te schakelen, dit brengt uiteraard kosten met zich mee. Veel ondernemers vergeten dat je als directeur jezelf salaris moet uitkeren, dit kan een aanzienlijke kostenpost zijn.
- 2. Een BV is zelf aansprakelijk voor schulden en claims en niet de ondernemer zelf. Dit is het grote verschil met de eenmanszaak en VOF.
- 3. Als BV heb je te maken met vennootschapsbelasting, BTW en dividendbelasting.

Tip: Eén BV is geen BV! Zorg altijd voor een holding-structuur met een moeder- en een dochtermaatschappij.

2 | IK WIL NIET AANSPRAKELIJK ZIJN VOOR WAT IK DOE!

Het is verreweg de meest gestelde vraag aan ons kantoor: hoe beperk ik mijn aansprakelijkheid zo veel mogelijk? Dat is een heel logische vraag voor een startup. Schadeclaims kunnen hoog zijn en het budget van veel startups is een stuk minder hoog. Er zijn manieren om aansprakelijkheid te beperken maar hierbij gelden wel een paar belangrijke beperkingen.

De wet bepaalt dat wie een ander schade bezorgt bij wanprestatie uit een contract, deze moet vergoeden. Er zijn allerlei soorten schade denkbaar: van een gratis vervangend product tot het inhuren van een externe reparateur of zelfs de kosten voor de downtime of gemiste omzet bij de klant. Het zijn met name die laatste potentieel gigantische kostenposten die ondernemers doen vragen om een zo beperkt mogelijke aansprakelijkheid.

Aansprakelijkheid beperk je in [algemene voorwaarden](#). Dit document is dan ook je belangrijkste juridische document als starter. Bied je een online dienst, dan noem je het document [gebruiksvoorwaarden](#) en verspreid je software dan heet het [EULA](#) maar uiteindelijk blijft dit het

document waarin je je aansprakelijkheid regelt.

Gebruikelijk is je aansprakelijkheid te beperken tot bijvoorbeeld het bedrag dat men voor je dienst betaalt, of een X aantal maanden aan abonnementsgeld of de credits ingekocht in de afgelopen vier weken. Hierbij mag veel, zeker als je wederpartij ook een bedrijf is. Wil je slechts aansprakelijk zijn voor €5 terwijl de dienst €100 per maand kost: dat mag. Of een bedrijf dan met je in zee gaat, is vers twee. Ook gebruikelijk is om alleen voor directe schade aansprakelijk te zijn – alleen is niet altijd duidelijk wat indirecte schade dan is.

Bij consumenten ligt dit moeilijker. Aansprakelijkheid bij consumenten beperken is eigenlijk verboden; je moet wel een heel goede reden hebben om dat te mogen doen, zo staat in de wet. Waarschijnlijk kun je een heel eind komen bij een gratis dienst. Wie gratis iets afneemt, mag niet te veel verwachten. Maar betalen consumenten voor je dienst, dan kom je niet ver met “ik ben klein en heb geen geld” als uitleg waarom je aansprakelijkheid op nul staat.

Er is wel één harde grens: de “opzet en grove nalatigheid”, zoals dat juridisch mooi heet. Wie schade berokkent onder die omstandigheden, is te allen tijde aansprakelijk voor die schade. Dit wegtekennen is niet mogelijk. De wet ziet dat als té unfair: je gaat dan opzettelijk (of door gigantisch prutswerk) schade berokkenen bij een ander en daar zou je niet aansprakelijk voor zijn?

Je aansprakelijkheid beperken kan overigens alleen naar je klanten, leveranciers en gebruikers. Daar maak je afspraken mee – contract of gebruiksvoorwaarden – en daarin kun je een beperking van aansprakelijkheid afspreken. Met derden die onbedoeld schade lijden door je bedrijfsactiviteit heb je dergelijke afspraken niet. Gebruik je zonder toestemming iemands tekst of foto, dan blijf je daar gewoon aansprakelijk voor. Een disclaimer op je site toevoegen heeft nul waarde. (Mocht je een disclaimer toch stoer vinden staan, maak er dan gratis eentje met onze generator).

3 | ARGH, MIJN GEBRUIKERS ZIJN IRRITANT, WAT NU?

Hoe moet je omgaan met gebruikers bij je dienst en welke juridische opties heb je bij wangedrag?

Veel startups ontwikkelen diensten waarbij gebruikers zelf dingen kunnen uploaden of publiceren. Dat heeft alleen één nadeel: dan gaan mensen dingen uploaden of publiceren waar anderen over gaan klagen. Of gebruikers gaan dingen uithalen waar de software niet vrolijk van wordt. Wat kun je daar nu aan doen als beheerder?

Als je een dienst aanbiedt op internet, dan is dat jouw dienst en jouw server. Jij bepaalt de huisregels, net zoals een cafébaas die in zijn lokaal bepaalt. Bij internetdiensten heten die vaak gebruiksvoorwaarden, terms of service of EULA (End User License Agreement). Maar hoe je ze ook noemt: zorg dat je ze hebt en maak erin duidelijk wat er wel en niet mag.

Sommige gebruiksvoorwaarden komen neer op “wij mogen alles en zonder enige mededeling kan alles anders zijn”. Dát gaat net even wat te ver. [Gebruiksvoorwaarden](#) moeten net als spelregels wel duidelijk zijn. Je mag ze eenzijdig maken maar houd ook rekening met redelijke wensen en belangen van je gebruikers. Al is het maar om ze niet weg te jagen. Je mag mensen verbannen als ze de regels overtreden. Heb je ergens geen regels over, dan wordt het lastiger. Je moet dan betogen dat het echt onredelijk is om deze persoon nog te moeten behouden.

Belangrijk om te regelen zijn de grenzen over wat er wel en niet mag. Mogen teksten grove taal gebruiken? Hoe expliciet mogen foto's zijn? Hanteer je fair use of een harde grens bij het aantal aanroepen? Zijn bots keihard verboden of pas als anderen gaan klagen? Ook nuttig is vastleggen wanneer je onderhoud mag doen, hoe men bij de data kan en tot hoe ver je aansprakelijkheid beperkt is.

Specifiek voor het uploaden van andermans materiaal heb je een probleem met auteursrecht. Dit kun je gedeeltelijk ondervangen met je gebruiksvoorwaarden. Hierin bepaal je dat mensen moeten garanderen zelf de rechten te hebben, plus dat ze jou vrijwaren van claims. Of je daar in de praktijk veel aan hebt, is de vraag: als je mensen alleen kent via een e-mailadres dan houdt het snel op bij een geschonden garantie. Om schade te verhalen moet je mensen wel kunnen vinden. Wij komen later terug op deze vorm van aansprakelijkheid.

Je kunt gebruiksvoorwaarden maken met onze [generator](#), maar je kunt ze ook zelf schrijven. Gewone taal is vaak wel zo prettig: dan snappen mensen meteen wat ze wel en niet mogen. Neem wel één specifiek beding op: “Het beheer mag deze voorwaarden wijzigen. Wij zullen dit dertig dagen van tevoren aankondigen. U dient dan op te zeggen anders stemt u in met de wijzigingen”. Daarmee heb je in ieder geval een grond om je voorwaarden aan te vullen of te herzien.

4 | EEN GOEDE GEHEIMHOUDING

Hoe houd je een goed idee geheim en wat heb je aan een NDA?

Wie een goed idee heeft, heeft vaak anderen nodig om tot een daadwerkelijke realisatie of tot financiering

te komen. Maar het risico bestaat dat de andere met het idee of concept aan de haal gaat. Het juridische instrument hiertegen is de [geheimhoudingsovereenkomst](#) of NDA (non-disclosure agreement) waarin de ontvanger van het idee belooft dit geheim te houden. Sta je daarmee nu sterk?

Een NDA is een contract, en moet dus door de wederpartij worden aanvaard voordat het gelding heeft. Alleen maar een stempel “geheim” op een document zetten heeft niet zo veel waarde. Het beste is dus de wederpartij vooraf schriftelijk akkoord te laten gaan met de geheimhoudingsplicht. Het kan ook op andere manieren, zoals per e-mail of MSN, maar dat kan leiden tot bewijsproblemen.

Een NDA is geen eenvoudig document. In de NDA moet duidelijk worden vastgelegd welke informatie nu geheim gehouden moet worden. Dat is lastig: als de informatie al te duidelijk wordt omschreven, wordt daarmee het idee feitelijk al onthuld. Maar staat er te weinig, dan weet de ontvanger niet waarvoor hij tekent. Omschrijf ook duidelijk het doel van de NDA: waarom verstrek je deze informatie en hoe ga je verder?

Ontvangers bedingen vaak een aantal beperkingen op de geheimhoudingsplicht. Daarmee wil deze voorkomen dat informatie die hij allang had, ineens onder de geheimhoudingsovereenkomst valt. Bij grote bedrijven kan het goed voorkomen dat zij een idee allang hadden bedacht (en wellicht terzijde gelegd). Het kan niet zo zijn dat het dan door een NDA met een derde ineens geheim moet blijven.

Er zijn talloze modellen en voorbeeldteksten op internet die je gratis kunt gebruiken. Alleen: hoe weet je dat die tekst voor jou geschikt is? Welke informatie is gedekt, wat mag je doen als de wederpartij de NDA schendt en beschermt hij jou of juist je wederpartij? Met onze [NDA-generator](#) maak je zelf een NDA op maat die wél aansluit bij je eigen situatie.

Als laatste nog een tip: doe geen zaken onder een NDA. Zo zien wij regelmatig dat mensen een NDA sluiten en dan vrolijk software gaan ontwikkelen met elkaar. Dat is erg onverstandig. Een NDA bepaalt wat er geheim moet blijven, maar zegt niets over bijvoorbeeld intellectueel eigendom of winstdeling. Ook dingen in- of verkopen onder een NDA is onverstandig. Hoe zit het dan met zaken als kwaliteit en garanties, levertijden, betaaltermijnen en wat er gebeurt bij wanprestatie?

Gebruik een NDA om je onderhandelingen en voorbereidende werkzaamheden in vertrouwen te kunnen doen. Sluit daarna een écht contract waarin je regelt hoe je daadwerkelijk samen wilt werken met je partner.

5 | OH JEE, IK VERWERK PERSOONSgegevens!

Hoe moet je omgaan met privacygevoelige gegevens, wat de wet 'persoonsgegevens' noemt?

Misschien ben je van plan als startup een profielensite op te zetten. Of je wilt een mensenzoekmachine ontwikkelen. Of big data verzamelen over websitegebruik en daar slim in zoeken om passende advertenties, aanbiedingen of content te kunnen presenteren. Dan heb je een probleem, pardon een uitdaging: je verwerkt dan persoonsgegevens en de Wet bescherming persoonsgegevens vindt daar wat van.

Een persoonsgegeven is ieder gegeven dat direct of indirect een persoon betreft. Een naam of e-mailadres is een persoonsgegeven, maar ook een IP-adres of cookie met uniek nummer valt onder deze definitie. Zo'n cookie is immers gekoppeld aan een record in je database waar je informatie opslaat over gedrag of handelen door de persoon die bij dat cookie hoort.

Persoonsgegevens mag je in principe alleen verwerken met toestemming. Dit houdt in: expliciet vragen. Zonder toestemming kun je alleen persoonsgegevens verwerken als dat nodig is voor het uitvoeren van een overeenkomst (zoals het afhandelen van een bestelling) of als je een eigen dringende noodzaak hebt die zwaarder weegt dan de privacy.

Daarnaast heb je een privacyverklaring nodig. Hierin leg je uit wat je allemaal doet. Ook al benoem je iets honderd keer in je privacyverklaring, je hebt nog steeds apart toestemming nodig. Toestemming kun je niet vragen in je privacyverklaring, en ook niet in je gebruiksvoorwaarden.

Het is belangrijk aan de privacywet te voldoen. Allereerst omdat mensen dat gewoon van je verwachten. Privacy wordt steeds belangrijker. En laten zien dat je netjes toestemming vraagt en uitlegt wat je doet, is een mooi pluspunt om als dienst je mee te profileren. Daarnaast is het gewoon verboden de privacywet te overtreden. Je kunt door de privacytoezichthouder op de vingers getikt worden en onder dreiging van tonnen aan dwangsommen verplicht worden je site aan te passen.

Op 25 mei 2018 gaat de [Algemene Verordening Gegevensbescherming](#) in werking treden. Deze zal nóg strenger worden, met name waar het gaat om Big Data en gepersonaliseerd adverteren. Ook zullen de regels over beveiliging van data uitgebreider worden. Een belangrijke eis zal worden dat je software ontworpen is met security in het achterhoofd, en dit moet je kunnen aantonen. Regel dus nu alvast met je ontwikkelaar dat privacy by design ook bij jou ingebouwd is.

6 | HOE ZIT HET MET DE MELDPLICHT DATALEKKEN?

Sinds 1 januari 2016 is het wettelijk verplicht om datalekken te melden. Zowel grootschalige inbraak als ieder kwijtraken, diefstal of onbevoegd gebruik van persoonsgegevens telt als een datalek. En dat is nog niet alles. Wie data laat lekken of persoonsgegevens verwerkt zonder zich netjes aan de wet te houden, loopt kans op boetes die kunnen oplopen tot € 820.000,- of 10% van de jaaromzet per overtreding.

Data lekt wanneer deze wordt gebruikt in strijd met de wet of wanneer deze kwijtgeraakt wordt. Een USB-stick met klantgegevens kwijtraken in de bus is dus een datalek, maar ook het per abuis Cc:'en van al je klanten valt eronder.

Niet elk datalek moet worden gemeld. De wet bepaalt dat 'ernstige' datalekken zonder onnodige vertraging, en zo mogelijk niet later dan 72 uur na de ontdekking, bij de toezichthouder gemeld moeten worden. Een lek kan ernstig zijn als het een grote hoeveelheid data betreft (kwantitatief ernstig), maar ook als het om gevoelige gegevens gaat (kwalitatief ernstig).

Indien het datalek waarschijnlijk ongunstige gevolgen heeft voor het privéleven van de personen van wie de gegevens gelekt zijn, dien je - naast de melding aan de toezichthouder - het lek tevens onverwijld te melden aan de personen waarvan de gegevens zijn gelekt. Dit zullen in de meeste gevallen klanten zijn.

Een datalek hoeft echter niet aan de getroffen personen gemeld te worden wanneer de gelekte persoonsgegevens onleesbaar zijn. Hiervan is bijvoorbeeld sprake wanneer de persoonsgegevens versleuteld zijn of wanneer je de gegevens op afstand kunt verwijderen van bijvoorbeeld een gestolen laptop. Je moet er dan wel zeker van zijn dat niemand de gegevens heeft kunnen inzien. Jij draagt hiervoor de bewijslast.

In onze factsheet [impact van de meldplicht datalekken](#) lees je er meer over.

7 | HOE KRIJG IK TOESTEMMING ONDER DE PRIVACYWET?

Op welke manier krijg ik toestemming voor het verwerken van persoonsgegevens?

Wanneer je online diensten of producten aanbiedt verwerk je hoogstwaarschijnlijk persoonsgegevens. Wanneer je dat doet, eist de Wet bescherming persoonsgegevens dat je daar toestemming voor vraagt van deze personen. Zonder toestemming kan je slechts in zeer beperkte gevallen iemands naam, adres, e-mailadres en dergelijke gebruiken voor je diensten, website of bedrijfsactiviteiten. Maar het vragen van toestemming is in de praktijk lastig. Hier een aantal handige tips;

Kort gezegd moet toestemming op dusdanige wijze worden verkregen dat er geen twijfel mogelijk is dat degene wiens gegevens worden verwerkt hier daadwerkelijk mee instemt. Er moet dus een expliciete mededeling of actieve handeling zijn geweest waaruit de toestemming blijkt. Het bekende aanvinkvakje "Ik ontvang graag de nieuwsbrief" is een voorbeeld van een actieve handeling: wie dat aanvinkt, wil echt de nieuwsbrief ontvangen.

Twijfelachtig is toestemming die in een privacyreglement of algemene voorwaarden wordt gevraagd. Dat is meestal niet expliciet genoeg; algemene voorwaarden hoeven immers niet gelezen te worden om geldig te zijn. Wellicht dat "Ik ben akkoord met het privacyreglement" genoeg is, maar dat is nog nooit getest. Het probleem is namelijk dat dit een nogal generieke toezegging is. Uit de rechtspraak blijkt dat bijvoorbeeld "Ik aanvaard dat mijn gegevens worden gepubliceerd" niet genoeg is – er moet bij staan waar en hoe de publicatie zal gebeuren.

Stilte of passiviteit kan nooit leiden tot geldige toestemming. En daaronder vallen ook standaardinstellingen van een website, aldus de privacytoezichthouders. De Autoriteit Persoonsgegevens noemt het voorbeeld van iemand die zich bijvoorbeeld aanmeldt bij een sociale netwerksite waar zijn persoonlijke gegevens standaard voor 'vrienden van vrienden' zijn. Die site heeft daarvoor geen toestemming, want die is niet apart gevraagd.

Toestemming moet worden gegeven voordat de verwerking van persoonsgegevens start of vóór elk nieuw gebruik van gegevens. Ook moet toestemming altijd ingetrokken kunnen worden, waarna de verwerking moet worden gestaakt tenzij er een andere wettelijke grondslag is.

Opmerkelijk is nog dat men opmerkt dat zinnen over toestemming geen juridisch jargon mogen bevatten. Deze teksten moeten voor iedereen begrijpelijk zijn. Een

goede tip!

8 | WAT MOET ER IN MIJN PRIVACYVERKLARING?

Als ik een privacy policy opstel, wat moet daar in?

Naast toestemming ben je ook verplicht een [privacyverklaring](#) te hebben. Maar wat moet er in zo'n document?

Bedrijfsgegevens

Voor de betrokkene is het van belang om te weten wie de gegevens verwerkt. In de verklaring staan daarom de naam, adres, telefoonnummer en kvk-nummer. Let op dat je hier de daadwerkelijke bedrijfsnaam opneemt en niet de merknaam indien die twee van elkaar verschillen.

Persoonsgegevens

Je dient aan te geven welke persoonsgegevens er precies verwerkt worden. Wat zijn persoonsgegevens? De wet zegt 'elk gegeven betreffende een geïdentificeerde of identificeerbare natuurlijke persoon'. Dat betreft dus niet alleen NAW-gegevens maar ook e-mailadressen, foto's, geboortedatums, IP-adressen en klantnummers.

Doelomschrijving

Waarom verwerk je de persoonsgegevens? Gebruik je de gegevens bijvoorbeeld om bestellingen af te handelen, nieuwsbrieven te sturen of gebruikers te registreren? Geef aan welke doeleinden je voor ogen hebt.

Recht op inzage, correctie en verwijdering

De betrokkene heeft iets te zeggen over de persoonsgegevens die door jou verwerkt worden. Zo kan hij een verzoek indienen om de gegevens te bekijken, aan te passen of volledig te wissen. Je bent verplicht binnen vier weken op zo'n verzoek te reageren, zorg er dus voor dat hier een procedure voor is. Je bent wel gerechtigd hier een (kleine) vergoeding voor te vragen.

Beveiliging

In de privacy policy geef je aan welke technische beveiligingsmaatregelen je neemt om te zorgen dat de persoonsgegevens niet in de verkeerde handen vallen. Een minimale maatregel is het beveiligen van je website met een SSL-certificaat, in ieder geval op de pagina's waar klanten persoonsgegevens invoeren. Het niet hebben van een adequate beveiliging op jouw website is niet alleen een overtreding van de wet, maar het is ook dodelijk voor je imago.

Doorsturen aan derden

Verstrek je persoonsgegevens aan ‘zorgvuldig geselecteerde’ derden? Je dient hiervoor de expliciete toestemming van de consument te krijgen. Je moet hierbij ook aangeven wie die derden zijn (bedrijfsnamen noemen of link aanmaken met bedrijfsnamen). Indien men deze toestemming wil intrekken moet dat via jou kunnen. Je zorgt er dan voor dat men geen commerciële uitingen van deze derden ontvangt. Het vermelden van deze verstrekking aan derden mag dus niet alléén in een privacyverklaring staan.

Maak het jezelf gemakkelijk en [gebruik onze generator!](#)

9 | WAT MOET IK MET DE COOKIEWET?

Sinds juni 2012 is de controversiële cookiewet van kracht. Deze bepaalt dat je alleen cookies mag plaatsen met expliciete toestemming, nadat je mensen hebt uitgelegd wat voor cookies ze gaan krijgen en wat je daarmee gaat doen. Lang is gedacht dat deze wet een dode letter was, maar recentelijk zijn zowel de privacytoezichthouder als de ACM (voorheen opta) daadwerkelijk in actie gekomen. Dus ja, je moet iets met de cookiewet.

Het geven van uitleg is voor veel sites nog wel te doen. Je hebt al een privacyverklaring, dus een cookieverklaring kan er ook nog wel bij. Toestemming vragen is lastiger, zeker omdat je geen cookies mag plaatsen totdat de toestemming is gegeven. Je kunt werken met een cookiepopup of cookiemuur, maar gebruiksvriendelijk is anders.

Die bekende grijze of zwarte balk met “Wij gebruiken cookies, lees hier meer en je gaat akkoord door verder te gaan” is waarschijnlijk wel rechtsgeldig. Maar let op: alléén als je pas cookies plaatst na de eerstvolgende klik of andere expliciete actie van de gebruiker. Zo’n balk tonen en meteen cookies plaatsen kan juridisch eigenlijk niet. Heel misschien als je er een knop “klik hier om de cookies weg te halen” bij zet. Oh, en de balk moet bovenaan staan.

Eigenlijk gaat de cookiewet verder dan alleen cookies. Ieder plaatsen of lezen van informatie op randapparatuur van eindgebruikers vereist toestemming. Naast cookies geldt dit dus ook voor bijvoorbeeld HTML5 offline content, in-app downloads, Javascripts, toolbars en ander spul dat gezellig geïnstalleerd wordt wanneer je iets heel anders aan het downloaden bent.

De enige uitzondering is die van functionele cookies: als dat plaatsen of lezen nodig is om een gevraagde of bestelde dienst te leveren, dan mag het zonder

toestemming. Een winkelwagentje- of logincookie is dus toegestaan, en als mensen expliciet content aankopen dan mag je die download starten zonder aparte toestemming. Maar een tracking cookie dat meekomt bij een bestelproces is niet nodig voor dat proces, en valt dus niet onder de uitzondering. Een toolbar die meekomt bij de installatie van een stuk software mag ook niet zomaar. Ook niet als in de EULA staat van wel: cookietoestemming moet immers expliciet zijn.

Gelukkig is er een uitzondering voor voor website-statistieken oftewel analytics. Deze mag je zonder toestemming uitvoeren, mits je de aldus gemaakte gegevens maar alleen zelf gebruikt. Maar met invasieve tracking, zeker over meerdere sites heen, werk je jezelf in het voetlicht bij de toezichthouders.

10 | WAT IS EEN BEWERKERS-OVEREENKOMST NU WEER?

Sla je persoonlijke gegevens op voor anderen? Of laat je juist een ander werken met persoonsgegevens van je klanten? Dan ben je wettelijk verplicht die relatie contractueel te regelen met een bewerkersovereenkomst. En hier zit je sneller aan dan je denkt: of je nu een online boekhoudpakket aanbiedt, nieuwsbrieven laat versturen, je klantenadministratie uitbesteedt of simpelweg gegevens in de cloud opslaat, in al die gevallen is sprake van ‘bewerken’.

Wanneer je privacygevoelige gegevens verwerkt voor een ander, krijg je ook te maken met de Wet bescherming persoonsgegevens. Het opslaan, bewerken, versturen of gebruiken van persoonsgegevens is namelijk aan strenge eisen gebonden. Die eisen gelden niet alleen voor de persoon die daar opdracht toe geeft, maar ook voor de partij die in opdracht van die persoon de feitelijke werkzaamheden uitvoert.

Voorbeelden van partijen die als “bewerker” aangemerkt worden en onder de Wbp vallen:

1. Een SaaS- of clouदानbieter die diensten aanbiedt zoals beheer van klantenadministraties of hosted mailboxes.
2. Een bedrijf dat nieuwsbrieven rondstuurt op basis van bestanden die zijn klanten aanleveren.
3. Een aanbieder van een online boekhoudprogramma.
4. Een aanbieder van een app die gebruikers persoonsgegevens van derden laat invoeren.
5. Een bedrijf dat facturatie en debiteurenbeheer uitvoert namens opdrachtgevers.
6. Een bedrijf dat klantenservice levert of retouren verwerkt in opdracht van een webwinkel.

Een bewerkersovereenkomst is wettelijk verplicht wanneer een partij het verwerken van persoonsgegevens bij een andere partij wil uitbesteden. Met deze overeenkomst leggen partijen vast voor welke doeleinden de gegevens mogen worden verwerkt, welke beveiligingsmaatregelen moeten worden genomen, welke vormen van toezicht de eigenaar van de gegevens mag uitoefenen en hoe het zit met de onderlinge aansprakelijkheid.

Het is verbazingwekkend hoe weinig bedrijven zo’n bewerkersovereenkomst sluiten. Vaak niet uit kwade wil maar uit onbekendheid met de verplichting. Als verantwoordelijke voor de verwerking van persoonsgegevens ben je wettelijk verplicht dit te doen. Maar ook als je bewerker bent, bijvoorbeeld omdat je een SaaS-dienst levert, is het verstandig om een standaard bewerkersovereenkomst te hebben voor het geval klanten er om vragen. Als je het initiatief bij de klant legt loopt je het gevaar dat je per klant met andere eisen wordt geconfronteerd. Hecht de bewerkersovereenkomst als bijlage bij je algemene voorwaarden en voorkom lastige vragen.

Onze generator is een goedkope en snelle manier om zo’n [bewerkersovereenkomst](#) op te stellen.

11 | MOET IK BANG ZIJN VAN AUTEURSRECHT?

Hoe moet je omgaan met het auteursrecht of copyright bij je nieuwe dienst?

Het auteursrecht is een van de bekendste maar ook een van de meest geschonden rechten op internet. Zeker voor startups kan auteursrecht een probleem zijn. Claims van fotografen, tekstschrijvers of de muziek- of filmindustrie kun je niet gebruiken als starter. Let er dus op dat je alleen materiaal gebruikt met toestemming. Ook als het gaat om een simpel standaardplaatje of een eenvoudig tekstje.

Huur je iemand in om software te ontwikkelen, een design te maken of teksten of foto’s te leveren, vraag dan een expliciete garantie dat zij dit allemaal zelf doen en de auteursrechten geregeld hebben. Je zult de eerste niet zijn die een design kreeg waar “per ongeluk” stockfoto’s in stonden die zonder licentie waren gekocht. En jij bent uiteindelijk aansprakelijk naar de fotograaf of andere rechthebbende.

Je mag teksten en beeld van anderen citeren. Dat wil zeggen dat je een stukje of verkleinde versie overneemt om daarmee je eigen werk te onderbouwen, of om iets aan te kondigen. Altijd met bronvermelding. En citeren is niet hetzelfde als “een klein stukje overnemen” – zonder die onderbouwing of functie als aankondiging is het gewoon een stukje inbreuk. Hyperlinken en embedden

van andermans werk mag overigens zonder toestemming.

Veel startups werken met user-generated content. Hierbij uploaden gebruikers teksten, foto’s, video of ander materiaal waarop auteursrechten rusten. Als het goed is, hebben die gebruikers dat zelf gemaakt. Helaas is het vaak niet zo goed en uploadt men andermans werk zonder toestemming. Dat is vrijwel nooit toegestaan: alleen in uitzonderlijke situaties zou dit mogen bij wijze van citaat of parodie.

De wet bepaalt dat een dienstverlener niet aansprakelijk is als hij niet weet van de inbreuk en direct ingrijpt bij klachten. Een notice/takedown-procedure is dus een eerste stap; zorg voor adequaat NTD beleid op je site en koppel dat [een duidelijk zichtbare klachtprocedure](#). Denk aan een klachtknopje direct onder elke foto of een “Report abuse” hyperlink onderaan iedere pagina.

Maar 100% zekerheid geeft dat niet: in de praktijk weegt de rechter de aard van de dienst mee bij de vraag of je het had moeten weten. Zo werd in 2008 een fotosite aansprakelijk gehouden voor uploads omdat het ging om showbizz-foto’s. Je moet weten dat die met name door professionals gemaakt en door anderen geüpload worden. En heb je een redactie of moderatoren die zich met de inhoud bemoeien, dan kom je ook in een grijs gebied terecht.

12 | WANNEER MAG IK CONTENT SCRAPEN OF HERGEBUIKEN?

Wat mag je doen met content die al elders op internet staat, en tegen welke rechten kun je dan aanlopen?
Scrapen is een vorm van uitbesteden. Een database met waardevolle content opbouwen is veel werk. Hoe houd je verkoopadvertenties up-to-date, wanneer verwijder je een informatieprofiel en bij welke advertenties moet je ingrijpen omdat er iets illegaals wordt verkocht? Erg fijn dus als je al dat gedoe kunt uitbesteden, en jij je alleen bezig hoeft te houden met zoekresultaten tonen – en natuurlijk de advertenties er omheen.

Het moge alleen duidelijk zijn dat de beheerders van die achterliggende sites hier niet blij mee zijn. En die gaan dan een advocaat loslaten die gaat wapperen met termen als auteursrecht, databankrecht en Gaspedaal-arrest. Wat nu?

Teksten en foto's zijn auteursrechtelijk beschermd. Een productfotootje of kort tekstje mag je alleen bij wijze van citaat overnemen: als je tevens meteen doorlinkt naar de originele site en als je duidelijk maakt dat het niet je eigen content is. Feiten vallen niet onder het auteursrecht. Je mag dus feiten zoals een productnaam of prijs in principe overnemen. In principe, want er kan wel een databankrecht rusten op een verzameling feiten, wanneer men voldoende geïnvesteerd heeft in het opbouwen en onderhouden daarvan. Wanneer dat het geval is, is een lastige. Eén grens weten we: als de database een bijproduct is van een andere activiteit, zoals het huizenoverzicht op een makelaarsite of de lijst met de voetbalcompetitie van volgend jaar, dan is deze niet beschermd. De database moet echt een core business zijn van de bouwer. Funda heeft dus wél een databankrecht op hun huizenoverzicht.

Je zou nu kunnen denken dat je de databankwet kunt omzeilen door niet integraal een site over te nemen via scraping, maar een botje te maken dat onder water zoekopdrachten op de bronsite doet en het resultaat daarvan in je eigen layout weergeeft. Dat dachten ze bij Gaspedaal.nl ook maar dat pakte niet gunstig voor hen uit. Zij moesten hun botje staken en een héle stevige advocatenrekening betalen.

De negatieve uitspraak voor Gaspedaal.nl zat hem met name in het feit dat ze de resultaten aggregaerden zodat de bron onduidelijk was, en in dat ze “in wezen dezelfde functionaliteiten” boden als hun bronnen. Het is dus zaak als metazoekmachine of scraper iets eigens toe te voegen én duidelijk te zijn over je bron.

13 | WANNEER BEN IK AANSPRAKELIJK VOOR MIJN GEBRUIKERS?

Hoe voorkom ik juridische claims door het gedrag van mijn gebruikers?

Als je een internetdienst levert is het goed om na te denken over je aansprakelijkheid. Zeker als het gaat om gedrag van je klanten. Goede algemene voorwaarden kunnen je helpen maar zeker bij consumenten is het niet mogelijk om alle aansprakelijkheid bij de gebruikers neer te leggen.

De aansprakelijkheid van aanbieders van internetdiensten is wettelijk geregeld. Een dienstverlener die alleen informatie van anderen doorgeeft, is nooit aansprakelijk voor die informatie. Bij een hostingprovider geldt dat hij niet aansprakelijk is, wanneer hij de informatie weghaalt zodra deze onrechtmatig blijkt te zijn. Wel kunnen providers verplicht worden adresgegevens van klanten af te geven.

Voor aansprakelijkheid maakt het uit of alleen

communicatiediensten worden verleend, of dat informatie wordt opgeslagen en doorgegeven. Wie alleen toegang verleent tot een communicatienetwerk en zonder iets op te slaan informatie doorgeeft aan zijn klanten doorgeeft, heet juridisch een acces provider. Een acces provider is nooit aansprakelijk voor wat hij doorgeeft.

Op het moment dat je je als provider gaat bemoeien met de doorgegeven informatie verandert de aansprakelijkheid. Wanneer informatie wordt gefilterd, gewijzigd of geselecteerd verlies je de status en bijbehorende bescherming van een acces provider. Een aanbieder van een chatdienst die bijvoorbeeld de gesprekken in zijn chatbox actief modereert, aanvaardt daarmee de aansprakelijkheid voor de inhoud van die gesprekken.

Wie informatie opslaat en doorgeeft heet juridisch een hostingprovider. Niet alleen een ‘echte’ hoster valt onder deze definitie, maar ook een webforum of berichtendienst waar mensen met elkaar kunnen discussiëren. Als hostingprovider ben je aansprakelijk voor de informatie die gebruikers online zetten wanneer je wetenschap hebt van de onrechtmatigheid van die informatie en daar niet (of te laat) actie onderneemt. Informatie is onrechtmatig wanneer het bijvoorbeeld strafbaar is, denk aan smaad, laster, kinderporno of discriminerende teksten. Maar ook als de informatie inbreuk maakt op intellectuele eigendomsrechten van een ander kan dit onrechtmatigheid opleveren.

Als dienstverlener is het van belang een goede ‘notice and takedown’ (NTD-)procedure te hebben. Zo’n procedure is er op gericht klachten af te handelen door de melding te onderzoeken (notice) en zo nodig te verwijderen (take down). Een **NTD-procedure** omvat de volgende stappen:

- 1. Ontvangst van een klant. Dit kan middels een speciaal e-mailadres of een abuse-formulier. Zorg dat je voldoende informatie ontvangt om de klacht in behandeling te nemen.
- 2. Eerste afhandeling van de klacht. Gaat het werkelijk om iets onrechtmatigs? Is de klager bevoegd hier over te klagen? Zo kan alleen de persoon die besmaad wordt daarover klagen.
- 3. Overleg met de klant. Treedt in overleg met de klant zodat hij de mogelijkheid heeft zich te verweren en daar bewijs voor te leveren.
- 4. Afhandeling van de klacht. Besluit of de informatie verwijderd moet worden. Hierbij geldt het criterium dat informatie weg moet als deze ‘onmiskenbaar’ tegen de wet is. Afhandeling van een klacht moet meestal binnen een week plaatsvinden.
- 5. Archiveer de klachten. Bewaar de communicatie rondom de klacht zodat dit op een later moment beschikbaar is.

14 | JE NAAM ALS HANDELSNAAM OF MERK

Hoe bescherm ik mijn bedrijfsnaam of merk?

What's in a name? Nou, een heleboel soms! De naam van een onderneming of product kan een belangrijk onderdeel zijn van je marketingstrategie. Het is dan ook erg vervelend als een concurrent onder dezelfde naam opereert. Gelukkig is hier iets tegen te doen. De wet kent twee beschermingsregimes; het handelsnaamrecht en het merkenrecht.

Handelsnaam

Een concurrent mag geen handelsnaam voeren die hetzelfde is of verwarrend veel lijkt op je handelsnaam. Aan het verkrijgen van een handelsnaamrecht zijn geen procedurele eisen verbonden. Door een handelsnaam te gebruiken verkrijg je dat recht. Het is wel verstandig om te zorgen voor bewijs van het voeren van een handelsnaam. Schrijf de handelsnaam in bij de Kamer van Koophandel en plaats het duidelijk op je website en facturen. Het gaat er uiteindelijk om dat de naam gebruikt wordt in het economisch verkeer.

Een lastig probleem ontstaat wanneer je handelsnaam overeen komt met de domeinnaam van een ander. Voor domeinnamen geldt ‘wie het eerst komt, wie het eerst maalt’ en iedereen kan domeinnamen claimen. Als iemand anders een domeinnaam houdt die hetzelfde is als je handelsnaam maar niet als zodanig wordt gebruikt dan heb je pech. Het is dan ook verstandig om alle mogelijke variaties van je handelsnaam als domeinnaam te registreren.

Merk

Wanneer je meer bescherming wil voor je naam is het goed om een merk aan te vragen. Door een merk in te schrijven wordt vastgelegd dat je naam of logo alleen door je onderneming gebruikt mag worden. Bij het vastleggen van een merk wordt er getoetst of de naam te veel op andere merken lijkt, en of de naam wel onderscheidend genoeg is. Als een naam alleen beschrijvend is, bijvoorbeeld De Koekenbakker, dan kan het niet als merk worden ingeschreven. Het gaat er hierbij wel om in welke sector je actief bent. Een bekend voorbeeld is de merknaam Apple, die wel als elektronicabedrijf kan worden geregistreerd maar als Steve Jobs fruit was gaan verkopen had hij een andere naam moeten bedenken.

Een merk heeft een aantal voordelen boven een handelsnaam. Met een handelsnaam kan je alleen optreden tegen concurrenten die later binnen hetzelfde afzetgebied onder dezelfde bedrijfsnaam gaan opereren. Met een merk kan je voor het gehele gebied waarvoor de registratie geldt optreden tegen bedrijfsnamen,

productnamen en logo's die te veel lijken op je merk.

Vastleggen van een merk is mogelijk voor de Benelux of heel Europa. Dat laatste is een stuk duurder en dus alleen interessant als je van plan bent in een groot deel van Europa actief te gaan adverteren en leveren. Want een merk registreren op plekken waar je het niet gebruikt, heeft geen zin. Na vijf jaar vervalt een merk als je het niet gebruikt.

15 | HEB IK WAT AAN EEN OCTROOI?

Is een octrooi of patent de moeite (en het geld) waard om te overwegen?

Octrooieer je idee, is een veelgehoord advies voor startups. Leg je idee vast zodat anderen er niet mee aan de haal gaan. Of zodat je iets hebt om mee terug te slaan wanneer een ander zich met zijn octrooi bij jou meldt en gaat eisen dat je stopt met je nieuwe dienst. Of dat ook werkelijk zo uit zal pakken in de praktijk, is maar zeer de vraag. Wat heb ik aan een octrooi?

Een octrooi is een exclusief recht om anderen te verbieden een uitvinding na te maken. Ook als ze de uitvinding zelf opnieuw hebben ontwikkeld en niets hebben nagemaakt of afgekeken. Omdat dit een erg sterk recht is, bepaalt de octrooiwet dat uitvindingen uitgebreid getoetst moeten worden en alleen op aanvraag worden verleend. En die toetsing kan jaren duren.

Daar komt bij dat de procedure in elk land apart moet worden uitgevoerd, hetgeen hoge kosten met zich meebrengt. Denk aan €5.000 het eerste jaar en €6.000 het jaar daarna, oplopend tot al snel €20.000 als je in de VS en Europa je uitvinding wilt beschermen.

Wie dus octrooi wil aanvragen, moet een duidelijke strategie voor ogen hebben waarmee hij die tijd en investering kan terugverdienen. Alleen maar een uitvinding vastleggen is weinig zinvol – niemand zal een eigen ontwikkeling staken omdat er toevallig iemand iets in een octrooi heeft vastgelegd. Ook gelden er juridische eisen. Octrooi op software (softwarepatenten) zijn juridisch lastig. Het hangt er vanaf wat de software precies ‘oplevert’ in termen van technologische innovatie. Octrooi kan eigenlijk alleen als de software de computer zelf beter laat werken. Denk aan device drivers, audio/video spelen of opnemen of communicatiesoftware. Een handig vergrootglaasje voor kleine teksten is alleen handig voor de gebruiker, de computer zelf merkt daar niets van. Software waarmee je sneller een harde schijf onderzoekt weer wel, omdat dat raakt aan de hardware.

Ook moet de software nieuw en innovatief zijn. Software die alleen bestaande concepten of technieken opnieuw implementeert, of die een bestaand concept prettiger bruikbaar maakt, is niet te octrooieren. Ook als de software al op de markt is, is octrooi niet meer mogelijk. Het maakt daarbij niet uit of de broncode geheim is gehouden. Bij een SaaS-dienst is octrooi op backend-functionaliteit vaak nog wel mogelijk, ook als de dienst al op de markt is.

Speciaal voor starters zijn er nog twee redenen om een octrooi te willen:

1. Omdat je investeerders daarom vragen. Voor investeerders kan een octrooi (of aanvraag, “patent pending”) een bewijs zijn dat je werkelijk iets innovatiefs hebt. Ook als je na de investeringsronde niets meer met het octrooi doet.

2. Profiteren van de innovatiebox. Met een octrooi op een nieuw softwareproduct is het soms mogelijk om de inkomsten bij de belastingaangifte apart op te geven zodat slechts 5% belasting verschuldigd is. Hiervoor is alleen een Nederlands octrooi nodig, en dat is een stuk goedkoper dan Europees of wereldwijd.

De beslissing om een octrooi aan te vragen moet dus altijd logischerwijs passen in je ondernemingsplan. Hoe wil je met je bedrijf en met je innovatie geld verdienen, en op welk moment heb je daar bescherming voor nodig? En kun je die bescherming krijgen via een octrooi?

16 | BEN IK AANSPRAKELIJK VOOR DATALEKKEN?

Ben je aansprakelijk als je data van je klanten door een hack, beveiligingslek of stomme fout op straat laat komen?

Datalekken zijn beveiligingsfouten waarbij derden toegang hebben gekregen tot gegevens, met name tot persoonlijke gegevens van gebruikers. Denk aan het stelen van een adresdatabase of het op straat (nou ja, Pastebin) komen te liggen van e-mailadressen of creditcardnummers. Dergelijke datalekken kunnen voor de betrokken personen erg vervelend zijn. Maar ook het soort datalek waarbij bedrijfsgegevens van je zakelijke klanten op straat komen te liggen, is natuurlijk bepaald onwenselijk.

Of je aansprakelijk bent voor datalekken, hangt af van het soort data dat ‘gelekt’ wordt. Specifiek als het gaat om persoonsgegevens geldt een wettelijke plicht deze adequaat te beveiligen. Word je gehackt of lek je gegevens, dan zal je moeten aantonen dat je daar niets aan had kunnen doen. Had je de hack of het lek wel kunnen voorkomen, dan ben je nalatig geweest en zul je de schade moeten vergoeden. Je algemene voorwaarden

of gebruiksvoorwaarden kunnen daar niets aan veranderen.

Het is mogelijk dat je het feitelijk opslaan of beveiligen van gegevens uitbestedt. Dat maakt juridisch echter niet uit. Jij bent en blijft de verantwoordelijke. Zorg er dus voor dat je met zulke partijen duidelijke afspraken maakt – een **bewerkerovereenkomst** – waarin je vastlegt dat je boetes en schadeclaims bij datalekken op hen mag verhalen. Omgekeerd, als mensen bij jou hun data komen opslaan, regel dan in de bewerkerovereenkomst hoe ver jouw aansprakelijkheid als bewerker zal gaan en leg vast dat je geen perfectie kunt garanderen.

Voor datalekken van bijvoorbeeld financiële bedrijfsgegevens geldt geen specifieke beveiligingsplicht. Maar het spreekt voor zich dat je klanten in die situatie dat van je zullen eisen en vooral dat ze je aansprakelijk zullen stellen als blijkt dat je niet perfect bezig was. Je aansprakelijkheid beperken in zulke situaties is mogelijk – mits de wederpartij daarmee instemt. Dat regel je dus in je **gebruiksvoorwaarden**.

Moet je datalekken melden? Sinds 1 januari 2016 is het wettelijk verplicht om datalekken te melden. Je moet de toezichthouder en vaak ook de betrokken personen informeren als er persoonlijke gegevens gelekt of gestolen zijn. Als het lek “waarschijnlijk negatieve gevolgen” heeft voor de privacy van de betrokken personen, moet deze worden geïnformeerd. Ook de privacytoezichthouder moet op de hoogte worden gesteld.

17 | HOE SLUIT IK EEN CONTRACT ONLINE?

Een overeenkomst online sluiten is niet eng! Elektronisch contracten sluiten blijkt voor veel ondernemers toch nog een gevoel van onzekerheid op te leveren. Is dat wel rechtsgeldig, zo’n elektronische overeenkomst? De wet eist nergens dat afspraken op papier moeten staan, of ondertekend moeten worden, om rechtsgeldig te zijn. Een mondelinge afspraak is dus net zo geldig als een bij de notaris bekrachtigd document met zegel. (In sommige gevallen, zoals de koop van een huis of een concurrentiebeding bij een arbeidscontract, is papier wél expliciet vereist maar dat zijn echt uitzonderingen.) Er worden wel wettelijke eisen gesteld aan online informatieplichten, [lees hier meer](#).

Natuurlijk kan er bij een mondeling (of via MSN, mail of contactformulier) aangegane afspraak discussie ontstaan over wát er is afgesproken.

Maar die twintig kantjes kunnen ook prima elektronisch worden uitgewisseld en dan heb je óók die duidelijkheid.

Het enige echte voordeel van een ondertekend stuk papier is de bewijskracht. Zo’n ondertekend stuk papier heet in de wet een akte en de wet bepaalt dat een akte “dwingend bewijs” oplevert. Dat wil zeggen: wat in de akte staat is wáár. Je kunt als partij dus niet zomaar de in het contract genoemde zaken (zoals prijs, leverdata of overwegingen) ter discussie stellen. Afspraak is afspraak, of beter gezegd, akte is afspraak in dit geval.

In de praktijk is dit voor 99% van de contracten niet belangrijk. Wie zijn afspraken duidelijk uitwerkt met de wederpartij, en dan een expliciet akkoord laat geven, zou goed moeten zitten. Het is daarbij belangrijk om aan contractmanagement te doen. Zorg dat alle overeenkomsten die je sluit worden gearhiveerd op zo’n wijze dat je altijd een duidelijk overzicht heeft met wie je welke overeenkomsten heeft gesloten. Wanneer je een online aanmeldformulier gebruikt is het van belang dat dit technisch zo ingericht is dat je de benodigde informatie heeft over jouw klanten.

Als je zeker wilt weten of jouw overeenkomsten op de juiste manier worden gesloten via je website kan je gebruik maken van onze **juridische websitescan**.

18 | BEN IK EIGENLIJK WEL EIGENAAR VAN MIJN SOFTWARE?

Hoe zit het met het auteursrecht (intellectueel eigendom, IP) op software die je laat maken voor je startup?

Veel startups denken dat zij eigenaar zijn van wat ze laten bouwen, omdat zij immers bepalen wat er gebouwd moet worden en zij betalen voor het werk. Dat is echter niet zo. De Auteurswet is duidelijk: de partij die de daadwerkelijke ontwikkeling verricht, is de eigenaar van de rechten. Hier achteraf achter komen is erg vervelend, omdat je dan vaak flink moet bloeden om alle rechten alsnog te verwerven.

Een opdrachtgever krijgt alleen een **gebruiksrecht** voor de software zoals opgeleverd. Wat dat gebruiksrecht precies omvat, hangt af van het doel van de software en wat er zoal tijdens het offertetraject is gezegd. Maar zelden zal dit gebruiksrecht ook toestaan dat je de software aanpast. In de praktijk zit je dus voor alles vast aan de opdrachtnemer: iedere uitbreiding of aanpassing moet door hem worden gedaan, en hij bepaalt het tarief.

Laat je software (of een website) maken door een ander, controleer dan de offerte en algemene voorwaarden heel goed. Beding als het even kan expliciet dat jij alle auteursrechten krijgt op het geleverde. Accepteer geen vage teksten als “wordt eigenaar” of “het IP blijft

bij opdrachtgever”: spel het uit, en neem daar gerust een pagina in het contract voor. Of genereer een **overdrachtscontract** en laat ze dat tekenen.

En let ook even op of men wellicht een framework of CMS in gaat zetten bij je site: benoem expliciet dat ook dáár de rechten van naar jou moeten. Veel ontwikkelbureaus zullen dat niet willen omdat ze dat framework bij al hun klanten inzetten. Op zich terecht. Maar als jij geen eigenaar bent van het framework, dan zit je alsnog vast aan de ontwikkelaar. Tenzij deze een **open source framework** inzet natuurlijk.

Heb je mensen in dienst met een **arbeidsovereenkomst**, dan ligt het anders. De auteursrechten op wat werknemers maken, komen toe aan hun werkgever. Of het in vrije tijd of op de werkcomputer gemaakt is, doet er niet toe. De eis is dat het tot hun taakomschrijving behoorde om dergelijke werken te maken. Als de office manager even een scriptje bouwt, dan kun je daar twijfels bij hebben.

De partij die het idee of zelfs het functioneel ontwerp neerlegde, kan geen rechten op de software claimen. Er staat wel in de wet dat degene die “leiding en toezicht” houdt op het werk, de rechten heeft, maar een opdrachtgever heeft volgens de jurisprudentie normaal geen leiding en toezicht.

Werk je samen met de ontwikkelaar, dan hangt het van je bedrijfsvorm en onderlinge afspraken af of de rechten bij je partner liggen of bij het bedrijf. Ben je beiden directeur/werknemer van een bv, dan zijn de rechten in de bv. Ben je een vennootschap onder firma, dan zal in het vof-contract (je hebt toch een **vofcontract**?) moeten staan waar de rechten terecht komen. Heb je niets op papier staan, dan heb je geen rechten en je partner alle.

Spreek dus duidelijk af met je ontwerpers, programmeurs en ontwikkelbureaus dat jij de rechten krijgt. En daarna hoe je ze onderling verdeelt met je partner(s). Dit zal geld kosten, want hiermee koop je in feite de vrijheid om bij het bureau weg te gaan. Maar op de lange termijn word je er als startup niet beter van als je de rechten op je software niet hebt.

19 | INHUREN VAN PERSONEEL OF ZZP-ERS

Waar moet je op letten als je gaat samenwerken?

Elke ondernemer komt er vroeg of laat mee in aanraking: personeel. Je kan immers niet alles zelf doen, hoe graag sommigen dat zouden willen. Wanneer andere personen zich gaan inzetten voor jouw onderneming zal er onherroepelijk iets veranderen.

Ieder mens heeft zijn eigen wil en karakter en dat kan een enorme boost geven voor de onderneming. Met het gebruik maken van personeel komt ook een verantwoordelijkheid, opeens ben je werkgever (oeps!).

We onderscheiden twee verschillende manieren waarop men gebruik kan maken van personeel. Mensen kunnen in dienst zijn middels een arbeidsovereenkomst, tijdelijk of voor onbepaalde tijd. Of je huurt een zelfstandige professional in. In de eerste situatie spreekt men van een werkgever/werknemer verhouding en in de tweede situatie gaat het om een opdrachtgever/opdrachtnemer verhouding. Dit verschil heeft een aantal belangrijke gevolgen.

Als werkgever ben je ten eerste verplicht tot afdracht van loonheffingen en andere werkgeverspremies. Loonheffingen bestaat onder andere uit loonbelasting en premie volksverzekeringen. Als werkgever ben je zelf verplicht deze afdrachten te betalen dus een goede administratie is essentieel wanneer je personeel in dienst neemt.

Modelovereenkomst

Tot april 2016 was het makkelijk het onderscheid te maken tussen opdrachtnemers en werknemers. De Belastingdienst gaf een Verklaring Arbeidsrelatie af die bevestigde dat een zzp'er geen werknemer was. Dit instrument is echter afgeschaft. De enige manier om nog zekerheid te krijgen, is om een goede overeenkomst van opdracht te maken waarin duidelijke afspraken staan.

Die afspraken bevestigen dat de zzp'er zelfstandig werkt en dus geen werknemer is. Met onze inhuurcontract-generator kun je zo'n overeenkomst maken.

Arbeidsovereenkomst vs. opdrachtovereenkomst

De manier van de relatie vastleggen van eigen personeel en een freelancer is verschillend. Met eigen personeel sluit je een arbeidsovereenkomst voorbepaalde of onbepaalde tijd. Een verhouding op basis van een arbeidsovereenkomst wordt beheerst door een aantal wettelijke eisen. Deze eisen zijn er voornamelijk voor om de werknemer te beschermen. Denk aan regels omtrent omslag en de beperking van het aantal opeenvolgende tijdelijke arbeidscontracten die je kan sluiten. Een arbeidsovereenkomst is gemakkelijk te maken via onze [generator](#).

Zelfstandige professionals worden meestal voor een vooraf omschreven opdracht ingehuurd. Aangezien dit een overeenkomst is tussen twee professionele partijen gelden de regels rondom arbeidsovereenkomsten niet. In dit kader ligt het ook meer voor de hand om bepaalde prestaties af te spreken en deze personen daar ook op af te rekenen. De aansprakelijkheid van jou

als opdrachtgever kan veel verder beperkt worden dan als werkgever en de opzegtermijn is vrij te bepalen. Let er wel op dat wanneer een ZZP'er bepaalde werken voor je gaat ontwikkelen, de rechten op deze werken expliciet moeten worden overgedragen. Dit zien wij in de praktijk vaak mis gaan bij programmeurs van software of designers van websites. Wanneer een werknemer werken ontwikkelt komen de rechten over het algemeen bij de werkgever te liggen.

