

# De grote voordelen van duidelijke algemene voorwaarden



**De term ‘algemene voorwaarden’ heeft ongeveer dezelfde gevoelswaarde als ‘pensioen’. U weet wel dat het belangrijk is, maar het is ook ongelooflijk saai. Er doemt waarschijnlijk een beeld op van wollige teksten in een piepklein lettertype die toch niemand leest. Dat beeld is juist, want dat is nog steeds hoe veel ondernemingen het aanpakken. Dat kan slimmer.**

Het is beter om algemene voorwaarden te schrijven op een normale manier. Dat wil zeggen in begrijpelijk Nederlands en met een normale vormgeving. Dus geen vijftien kantjes gepriegel met juridische teksten.

En inderdaad: dat houdt in dat uw zakenpartner ook ‘plots’ begrijpt wat er staat. U kunt ervoor kiezen om ingrijpende voorwaarden te verbloemen met verhullende taal. Maar als u van meet af aan duidelijk wilt zijn over de afspraken, moet u dat vooral niet doen. Bekijk het eens zo: de kans dat uw zakenpartner na verloop van tijd nog komt klagen dat hij ‘het zo niet begrepen had’ en een aanpassing wil van de afspraken, wordt ook drastisch kleiner.

**Duidelijkheid is nuttig als u wilt dat uw voorwaarden het winnen van die van de ander**

### **Snoeien in de tekst**

Hoe kunt u nu snoeien in de teksten van [algemene voorwaarden \(infographic\)](#) en waarom is dit van belang? Duidelijkheid is in de eerste plaats nuttig als u wilt dat uw algemene voorwaarden het winnen van de voorwaarden van de ander. Dat werkt als volgt. In principe gelden de voorwaarden van degene die zich er als eerste op beroept. Dus als een inkoper al in een eerste e-mail aan u naar zijn inkoopvoorwaarden verwijst (en ze meezendt), gelden die en gelden niet uw verkoopvoorwaarden.

Behalve als u de voorwaarden van de eerste partij in een reactiemail ‘uitdrukkelijk van de hand wijst’. Dan gelden juist weer uw eigen verkoopvoorwaarden. Het komt uiteindelijk allemaal aan op duidelijkheid. In veel algemene voorwaarden is ergens aan het begin wel in een volzin opgenomen dat de voorwaarden van de ander van de hand gewezen worden, maar dat is niet genoeg. Dat telt niet.

Het moet staan op een plek die wél gelezen wordt, bijvoorbeeld onderaan e-mails of op het bestelformulier. De boodschap moet meteen duidelijk zijn. Dat mag u dus zo ruim formuleren als: ‘Bij verkoop door X bv gelden altijd onze eigen algemene verkoopvoorwaarden, andere voorwaarden wijzen wij uitdrukkelijk van de hand.’

**De doorsnee consument moet ook kunnen snappen wat er staat**

### **Als beide voorwaarden niet gelden**

Maar wat nu als u allebei glashelder maakt dat de voorwaarden van de ander niet gelden en toch zaken gaat doen? Dan gelden er helemaal geen algemene voorwaarden, behalve die bepalingen die in beide sets voorwaarden voorkomen. Als zo’n situatie zich voordoet, is het slimmer om niet alleen maar voorwaarden te blijven afwijzen, maar praktische afspraken te maken.

Spreek bijvoorbeeld af dat de voorwaarden van de ander van toepassing zijn, met uitzondering van twee of drie artikelen die heel nadelig voor u zijn. Of doe afstand van uw algemene voorwaarden, maar neem de belangrijkste bepalingen expliciet op in de overeenkomst zelf.

## Duidelijkheid is verplicht

Een tweede goede reden om duidelijke taal te gebruiken, is dat het gewoon wettelijk verplicht is. In artikel 6:238 lid 2 van het Burgerlijk Wetboek is bepaald dat algemene voorwaarden duidelijk en begrijpelijk moeten zijn opgesteld. Deze wet is specifiek bedoeld voor consumenten, maar in relaties tussen ondernemingen geldt dit evengoed. Om te voldoen aan dit criterium kunt u als uitgangspunt nemen dat de doorsnee consument ook moet kunnen snappen wat er staat.

### Eisen aan algemene voorwaarden bij internationale verkoop

Als u internationaal goederen verkoopt, is vaak automatisch (en ongemerkt) het 'Weens Koopverdrag' van toepassing. Dit verdrag geldt namelijk voor de meeste Europese en westerse landen, met uitzondering van het Verenigd Koninkrijk. Het verdrag geldt als u roerende zaken verkoopt aan een koper in een land dat partij is bij het verdrag. Het verdrag stelt strengere eisen aan algemene voorwaarden dan de Nederlandse wet. Zo moeten de voorwaarden worden opgesteld in een taal die de ontvanger begrijpt. Als u verkoopt aan een Duitse onderneming, kunt u er niet zonder meer van uitgaan dat uw klant voorwaarden in het Nederlands of het Engels begrijpt. Het is natuurlijk een kleine moeite om de voorwaarden online te vertalen, maar uw klant hoeft dat niet te doen. Als hij de taal van de voorwaarden niet begrijpt, gelden ze niet.

## Geen wettelijke bepalingen overschrijven

Wie googelt op 'general terms' komt indrukwekkende Engelse teksten tegen die zo gekopieerd kunnen worden. U heeft dan al snel tien kantjes algemene voorwaarden. Bedenk wel dat het Angelsaksische systeem een ander juridisch systeem is dan het Nederlandse.

Het is niet alleen een cultuurverschil. In het Verenigd Koninkrijk en in de Verenigde Staten bestaat nauwelijks wettelijk contractenrecht. Partijen moeten dus alles wat zij met elkaar willen afspreken zelf opschrijven en bedacht zijn op alle mogelijke uitzonderingen. Dat hoeft in Nederland niet.

Veel van wat u in algemene voorwaarden zou kunnen zetten, staat al lang in de wet. Bijvoorbeeld de regel dat u binnen 30 dagen betaald moet krijgen, tenzij u iets anders afgesproken heeft. Als uw klant niet betaalt, mag u de leveringen opschorten en als uw klant te laat is met betalen, is hij op grond van de wet al rente verschuldigd. Het heeft juridisch geen enkele zin om dit soort wettelijke bepalingen over te schrijven

Een groot deel van het Nederlandse verbintenissenrecht is zogeheten 'regelend recht'. Dit betekent dat u daarvan in uw contracten (en dus ook algemene voorwaarden) mag afwijken. Soms zijn daar goede redenen voor, maar algemene voorwaarden die zijn opgesteld met knip- en plakwerk van online voorbeelden leveren niet zo snel een beter resultaat op dan het Burgerlijk Wetboek.

## Denk ook aan uitstraling

Wat moet u dan wel doen? Denk na over wat u juridisch geregeld wilt hebben en wat u wilt uitstralen. Als u grote financiële risico's loopt, moet u strakke algemene voorwaarden hebben waarin die risico's duidelijk worden beperkt. Heeft u bijzonder intellectueel eigendom om te beschermen, dan moet u daar regelingen voor treffen. Maar als dat niet aan de orde is en het alleen in theorie een keer zou kunnen gebeuren, schrap dan de bepalingen die hierover gaan. De resterende voorwaarden worden daardoor overzichtelijker en redelijker.

**Het moet niet alleen kloppen, het moet er ook goed uitzien en uw klant moet het begrijpen**

Voor de inhoud van uw website en bij verkoopgesprekken denkt u goed na over wat u precies zegt. Het moet niet alleen kloppen, het moet er ook goed uitzien en uw klant moet het begrijpen. Bij algemene voorwaarden zou dat niet anders moeten zijn. Ze moeten niet alleen (juridisch) kloppen, ook de vorm moet bij u passen.

Als het imago van uw bv is dat u modern en praktisch bent, past het niet om algemene voorwaarden toe te passen die plechtig en ouderwets zijn. Dat is ook niet nodig. Voor uw advocaat of bedrijfsjurist is het misschien even wennen, maar u kunt hem of haar rustig de opdracht geven om in normaal Nederlands en in korte zinnen op te schrijven wat u wilt vastleggen.

## Hoe duidelijker hoe beter

Het is een hardnekkig misverstand dat alleen ingewikkelde teksten met formele termen juridisch effect zouden hebben. Het tegendeel is waar: hoe duidelijker hoe beter. Want de wet stelt zelfs straf op het gebruik van vage taal: als er in algemene voorwaarden onduidelijke bewoordingen staan, worden die uitgelegd in het nadeel van de onderneming die de voorwaarden hanteert.

Deze wet is gericht op consumentenbescherming, maar ook ondernemingen kunnen zich erop beroepen. Als het goed is, hoort de tegenpartij dan van de rechter: 'Als u het zo had bedoeld, dan had u dat ook duidelijk op moeten schrijven.'

Dit verdiepingsartikel is geschreven door Bert van Mieghem, advocaat ondernemingsrecht bij Wybenga Advocaten, e-mail: [vanmieghem@wybenga-advocaten.nl](mailto:vanmieghem@wybenga-advocaten.nl)

## Dit is een artikel van de redactie van BV Rendement

BV Rendement is dé informatiebron voor directeuren-grotaandeelhouders (dga's) en ondernemers in het mkb. Wat is er veranderd in de relevante wet- en regelgeving, en hoe kunt u deze informatie direct in uw organisatie en dagelijkse werk toepassen? U weet het dankzij nieuws en praktische artikelen over onder meer bedrijfshuisvesting, belastingzaken, onderhandelingen en merkrecht.

De onafhankelijke en ervaren redactie van BV Rendement zit bovenop het nieuws en vertelt u als eerste wat de ontwikkelingen zijn. Altijd in heldere taal en met een praktische insteek, zodat u de informatie direct kunt vertalen naar uw eigen werksituatie. BV Rendement is daarnaast multimediaal. De voor uw vakgebied relevante informatie verschijnt:

- ✓ dagelijks op het digitale platform Rendement Online, waar u onder meer het laatste nieuws, checklists, rekentools, maatwerkbrieven en verdiepingsartikelen tot uw beschikking heeft;
- ✓ wekelijks gebundeld in een e-mailnieuwsbrief;
- ✓ maandelijks in het vakblad BV Rendement, boordevol nieuws en achtergrondartikelen, digitaal en op de mat;
- ✓ tweemaandelijks in een handzaam themadossier: een pocketboekje dat iedere editie een complex onderwerp uitdiept.



Rendement is een succesvolle uitgeverij van met name praktische vakbladen en digitale ondersteuning.

Het assortiment bestaat uit een crossmediaal portfolio: van printuitgaven zoals magazines en themadossiers tot online ondersteuning in de vorm van digitale naslagwerken, e-nieuwsbrieven, een vragenservice en tools.

[www.rendementuitgeverij.nl](http://www.rendementuitgeverij.nl)