

Black Friday: Zwart, wit of toch grijs gebied?

*Is aanvullende wet- en regelgeving
nodig om prijsmisleiding op dagen
zoals Black Friday tegen te gaan?*

*Wie niet weg is, is gezien: de
ongereguleerde rol
van Big Tech in oorlogsvoering*

*Interview met Christi
Donkervoort en David
van Groen (BarentsKrans)*



Ben jij onze nieuwe redacteur?

NOVUM magazine heeft weer plek voor studenten om onze redactie te komen versterken. Schrijf jij graag en vlot, ben je initiatiefrijk, en heb jij oog voor detail? Dan zijn wij op zoek naar jou!

Als redacteur heb je de vrijheid om je eigen onderwerpen te bepalen en kan je steeds een andere rubriek verzorgen. Zo schrijf je de ene maand een annotatie, interview je de volgende keer een professor of advocaat, en lever je daarna een opinie over een juridische actualiteit. Heb je zelf een idee voor een nieuwe rubriek? Dan gaan we daar graag met jou mee aan de slag!

Zou je graag eenmalig een artikel willen laten publiceren, of wil je reageren op een van de stukken? Ook wanneer je geen vast redactielid bent kan je een artikel inzenden.

Geïnteresseerd of verdere vragen omtrent het redacteurschap?
Neem dan contact met ons op via
novum@law.leidenuniv.nl

Voor sollicitaties voor de redactie ontvangen wij graag je CV en een korte motivatie, waarin je aangeeft wat voor stukken je graag zou willen schrijven (max. 1 A4).

	Voorwoord	5
<i>Analyse</i>	Black Friday: Zwart, wit of toch grijs gebied?	6
<i>Advertorial</i>	Interview met Christi Donkervoort en David van Groen (BarentsKrans)	12
<i>Opinie</i>	Wie niet weg is, is gezien: de ongereguleerde rol van Big Tech in oorlogsvoering	17

Opleidingscommissie van de Faculteit der Rechtsgeleerdheid



Opleidingscommissie Logo

Wie zijn wij?

Elke opleiding heeft een eigen opleidingscommissie (de kleine OLC). Een OLC bestaat uit docent- en studentleden. Daarnaast is er ook een grote OLC, waarin alle kleine OLC's samenkomen om samen na te denken over allerlei zaken die verband houden met de kwaliteit van het onderwijs.

Wat doen we?

De OLC heeft als belangrijkste doel het waarborgen en verbeteren van de kwaliteit van het onderwijs aan de faculteit. Om dat te kunnen bereiken heeft de OLC een aantal wettelijke taken en bevoegdheden. Zo mag de OLC gevraagd en ongevraagd adviezen uitbrengen, moet de Onderwijs- en Examenregeling (OER) jaarlijks eerst langs de OLC, worden de vakevaluaties door ons besproken en zo nog veel meer!

Wat heb jij aan ons?

Als OLC proberen we de kwaliteit van het onderwijs zo hoog mogelijk te houden. Daarnaast leveren de studenten in de OLC namens alle Leidse rechtenstudenten waardevolle input waardoor jouw belangen behartigd worden. Verder wil de OLC zich opwerpen als communicatieve schakel tussen de student en de docenten. Dat betekent dat je ons gewoon mag mailen met vragen, opmerkingen of suggesties over het onderwijs! Op de website van de universiteit vind je het voor jou relevante e-mailadres.



Wat kun jij doen?

Natuurlijk mag je de OLC altijd mailen of een van de leden aanspreken als je ons wilt bereiken. Maar als je echt actief bij wil dragen aan de verbetering van het onderwijs, houd dan vooral de website en de nieuwsbrief in de gaten voor vacatures! We zijn namelijk ieder jaar weer op zoek naar nieuwe leden. Wie weet tot volgend jaar in de OLC dus!

Contact?

Je vindt onze gegevens via ...

Organisatiegids > Bestuursorganen en Commissies
> Opleidingscommissies > Samenstelling.



Kamerlingh Onnes Gebouw



Joris van de Riet
Hoofdredacteur

Waarde lezer,

Het academische jaar is alweer dusdanig vergevorderd dat we vooruit kunnen kijken naar het volgende – en warempel, dat ziet er goed uit. Waar we het afgelopen jaar weinig tot niet op de mooiste faculteit van Leiden konden komen (uw hoofdredacteur heeft precies nul fysieke colleges gehad), ziet het er voorzichtig naar uit dat er volgend jaar weer daadwerkelijk bijeen gekomen kan worden op het KOG. Uiteraard zult u daar de *NOVUM* ook weer in zijn vertrouwde fysieke toestand aantreffen.

In dit nummer vindt u allereerst een artikel dat de neerslag vormt van onderzoek gedaan in het kader van het vak ‘Ethical and legal issues in pricing management’ van Honours College Law, geschreven door Benjamin Collee, Ewout van Waasbergen, Fatmagül Serim, Laura Bredschneijder, en Meike van der Heide. Zij onderzochten onder begeleiding van prof. dr. Jean-Pierre van der Rest de consumentenrechtelijke aspecten van het fenomeen Black Friday, waarbij bedrijven vaak ‘stunten’ met opvallend lage prijzen. Zij bespreken verschillende wijzen waarop sprake kan zijn van misleidende prijzen en in hoeverre dat in strijd zou zijn met het Nederlandse consumentenrecht.

Afgelopen maand ging de *NOVUM* in gesprek met twee advocaten van BarentsKrans, David van Groen en Christi Donkervoort. Beiden hebben gestudeerd in Leiden en zijn relatief kortgeleden begonnen bij dit Haagse kantoor, waar ze zich nu bezighouden met respectievelijk Banking & Finance en Vastgoed. Voor de student die voorbij de gebruikelijke Zuidas wil kijken is dit een uitstekende manier om zich te oriënteren.

Tot slot vindt u in dit nummer een artikel van redacteur Hadassah Drukarch over de betrokkenheid van *Big Tech*-bedrijven bij militaire operaties. Een groot technologiebedrijf als Microsoft heeft recent producten geleverd aan de Amerikaanse krijgsmacht, en dat roept veel ethische en juridische vragen over verantwoordelijkheid en aansprakelijkheid op.

Ik wens u veel leesplezier met dit nummer van *NOVUM*.

Black Friday: Zwart, wit of toch grijs gebied?

Is aanvullende wet- en regelgeving
nodig om prijsmisleiding op dagen
zoals Black Friday tegen te gaan?

Over de auteurs

*Aan deze bijdrage hebben
meegewerkt:*

**Benjamin Collee, Ewout van
Waasbergen, Fatmagül
Serim, Laura Bredschneijder
en Meike van der Heide.**

*Zij volgden het vak 'Ethical and
Legal Issues in Pricing
Management' (Honours College
Law) dat werd verzorgd door
door **prof. dr. Jean-Pierre van
der Rest.***

Tegenwoordig wordt u van alle kanten verleid. Waar u vroeger nog kon ontsnappen aan reclames door de televisie of radio uit te zetten, is dat in onze huidige gedigitaliseerde samenleving een heel ander verhaal. 'Weglopen' van verleiding kan bijna niet meer en dit kan problematisch zijn als verleidende promotie omslaat in misleidende prijszetting. Meer dan de helft van de participanten uit onze enquête ervaren Black Friday aanbiedingen als misleidend.¹ Niet al deze aanbiedingen zijn echter in strijd met wet- en regelgeving. Dat is de reden waarom handelaren nog volop gebruik maken van de mazen in de wet. De Consumentenbond probeert deze aanbieders op de vingers te tikken door de prijsmisleidingen te openbaren. Tegelijkertijd blijven er nog genoeg voorbeelden over van misleidende praktijken die weliswaar niet verboden zijn maar waar men wel degelijk vraagtekens bij zou kunnen zetten.² Hiermee wordt duidelijk dat het begrip misleiding breed is. Waar ligt de grens?

Om tot een afbakening te komen, beginnen we met een algemene introductie op het concept misleiding. Vervolgens zullen we dit concept door middel van enkele Black Friday voorbeelden toepassen op prijsmisleiding. Daarna schetsen we het huidige juridisch kader om te verduidelijken welke praktijken wel en niet toelaatbaar zijn. Tenslotte, pogen we inzicht te verkrijgen in welke vormen van prijsmisleiding conform het huidige juridische kader nog wel geoorloofd zijn maar wellicht in een te groot grijs gebied vallen. Op deze manier geven we antwoord op de vraag in hoeverre aanvullende wet- en regelgeving nodig is om prijsmisleiding tijdens Black Friday tegen te gaan.

Algemeen concept

Misleiding zit in de biologische aard van al het leven op aarde: mens, dier en zelfs plant.³ Daarom kunnen we algemene uitspraken doen over het concept misleiding. De formele taal van Francis Mechner helpt ons om het concept in te delen in categorieën. Door verschillende vormen van misleiding te reduceren tot een wiskundige functie, brengt hij iedere vorm van misleiding terug tot (een combinatie van) misvatting, niet-waarneming, verkeerde voorspelling of niet-voorspelling. Vervolgens valt misleiding op deze manier onder te verdelen in zes verschillende categorieën:

- nadelig voor de misleide (in dit artikel zal dit de consument betreffen) of niet;
- direct of indirect;
- door een levende executant van de misleiding of niet;
- intentioneel of niet (alleen in het geval van een levende executant);
- met een onmiddellijk of vertraagd gevolg.⁴

“Het is niet nodig dat de consument ook heeft gehandeld naar aanleiding van de misleiding; alleen de mogelijkheid daartoe is voldoende om misleiding vast te stellen. Nadeel voor de misleide speelt dus geen rol.”

Deze indelingen zijn interessant bij het analyseren van de geoorloofdheid van misleidende praktijken. De wet Oneerlijke handelspraktijken plaatst misleiding namelijk in twee ontoelaatbare categorieën: (1) misleidende handelingen en (2) misleidende omissies. Het is hierbij niet nodig dat de consument ook heeft gehandeld naar aanleiding van de misleiding; alleen de mogelijkheid daartoe is voldoende om misleiding vast te stellen. Nadeel voor de misleide speelt dus geen rol.

Maar de gevolgen van misleiding – in het licht van consumentenbescherming – zijn daarentegen wel van belang. Een tweede kanttekening bestaat uit het buiten beschouwing laten van normale reclamepraktijken. Een viskraam die roept de lekkerste haring van Leiden te verkopen, valt niet te vervolgen wegens een strafbare handeling.⁵

Een harde definitie van het concept misleiding vraagt om enige vorm van specificering. In beginsel is het juridisch begrip – oneerlijke handelspraktijken, waarover later meer – als vorm van misleiding van belang. De Consumentenbond dient zich natuurlijk ook te beperken tot bestrijding van misleiding die binnen het juridische kader valt.⁶ Hiermee vallen bepaalde praktijken die niet stroken met ons rechtsgevoel echter buiten de boot. Het ethische begrip misleiding lijkt breder te zijn: wat in de reclamewereld ‘bij het vak hoort’, zoals het voorbeeld van de lekkerste haring van Leiden, kan moreel onjuist zijn.⁷

Prijsmisleiding tijdens Black Friday?

Om een beter gevoel te krijgen van hoe dit abstracte concept misleiding zich manifesteert in de praktijk, is het interessant om hiervan enige voorbeelden te geven. Misleiding wordt vaak toegepast door aanbieders bij het weergeven van de prijs van een product. Uit onderzoeken van de Consumentenbond blijkt dat aanbieders dat ook maar al te graag doen, in het bijzonder tijdens Black Friday.⁸ Prijsmisleiding kent meerdere vormen, waarvan sommige uitdrukkelijk zijn en sommige helemaal niet.

De van/voor-prijs

De meest beruchte manier is de van/voor-prijs waarbij de van-prijs in feite nooit (of niet volgens de regels) is gehanteerd door de aanbieders.⁹ Zo heeft de Consumentenbond geconstateerd dat Otto.nl, die hardleers blijkt te zijn, tijdens Black Friday in 2019 een espressomachine heeft aangeboden van € 488,- voor € 428,-. Zo werd een korting van 12% beloofd terwijl twee weken eerder al dezelfde prijs werd aangeboden. Hetzelfde gold voor een bloeddrukmeter.¹⁰

Ook kan het als misleiding worden gezien wanneer aanbieders de prijzen vlak voor Black Friday fors verhogen. Tijdens Black Friday klopt weliswaar de van/voor-prijs, maar praktisch gezien gaat de consument er niet op vooruit. In 2018 kwam MediaMarkt hiermee in het nieuws. Zij gaven toen enorme kortingen maar de consument betaalde uiteindelijk meer voor de producten tijdens Black Friday dan daarvoor het geval was.¹¹

Wat op hetzelfde neerkomt, is het geval wanneer aanbieders de van-prijs helemaal weglaten en alleen de na-prijs weergeven als een aanbieding. Dat leidt er namelijk toe dat consumenten het idee krijgen dat ze flink kunnen besparen. Wanneer dat feitelijk minder blijkt te zijn, is er sprake van prijsmisleiding.¹²

Veel aanbieders verweren zich door aan te geven dat het adviesprijzen betreffen en niet de zogeheten van-prijs. Als het echter om een adviesprijs gaat, moet dat duidelijk worden vermeld. Deze adviesprijs mag voorts niet door een aanbieder verzonnen worden.¹³

Het toepassen van prijspsychologie

Een andere manier van prijsmisleiding is het toepassen van prijspsychologie. Onder bepaalde voorwaarden is dit toegestaan en wordt er enkel gesproken van ‘verleiding’ in plaats van ‘misleiding’.

Een vorm van prijspsychologie die door de Autoriteit Consument en Markt is verboden, is het pretenderen dat een product schaars is. Consumenten krijgen zo namelijk het idee dat het product gewild en voordelig is, terwijl dit in de praktijk niet zo hoeft te zijn. De consument wordt in wezen onder druk gezet en zal vaak een minder goede afweging maken bij het al dan niet kopen van het product.

Verder maken aanbieders ook wel gebruik van ‘ankering’. Hierbij worden duurdere producten bovenaan gezet opdat consumenten die als eerste te zien krijgen en er zo een ‘ankerpunt’ vormt. De volgende producten worden namelijk onbewust hiermee vergeleken en ogen meer als een koopje. Een voorwaarde om dit te laten slagen, is wel dat zowel het duurdere product als het goedkope product in één oogopslag te zien zijn.¹⁴

Ook kleine dingen, zoals het weglaten van het valutateken, duizendtallen weergeven zonder een punt, of een rode kleur gebruiken voor het weergeven van de prijs, kunnen de consument al misleiden.¹⁵

Prijzen exclusief bijkomende kosten

Een andere manier waarop consumenten worden misleid, is het weglaten van de btw of andere bijkomende kosten bij het vermelden van de prijs. Bijkomende kosten zijn in principe alle kosten die niet in de aankoopprijs zitten maar die uiteindelijk wel in rekening worden gebracht bij de consument. Andere voorbeelden hiervan zijn de administratie-, verzend- of servicekosten. Al deze kosten moeten volgens de wettelijke regels duidelijk worden vermeld. Enkel een bepaling in de algemene voorwaarden opnemen, is dus niet voldoende. Wanneer deze niet worden vermeld

hoeven consumenten die ook niet te betalen en hebben ze het recht om die betaling bij de aanbieder terug te vragen.¹⁶ Deze vorm van prijsmisleiding kan echter nog grotere consequenties hebben voor de aanbieder. Zo heeft Belvilla in 2018 een boete gekregen voor het misleiden van consumenten over de onvermijdbare kosten.¹⁷ Volgens het ACM moet dus bij het eerste moment dat het product voor een bepaalde prijs wordt aangeboden de prijs duidelijk zijn. Er mogen niet later toch onverwachte kosten opduiken. Zo wordt beoogd te voorkomen dat consumenten gelokt worden door een lagere prijs dan waar daadwerkelijk sprake van is.

“Ook kleine dingen, zoals het weglaten van het valutateken, duizendtallen weergeven zonder een punt, of een rode kleur gebruiken voor het weergeven van de prijs, kunnen de consument al misleiden.”

Van een soortgelijke misleiding als hiervoor is er sprake als niet duidelijk wordt aangegeven onder welke voorwaarden de prijs geldt. Duidelijk moet zijn wanneer, hoelang en onder welke omstandigheden de aanbieding geldt.¹⁸

Vage prijsvergelijkingen

Verder kunnen aanbieders ook gebruik maken van vage prijsvergelijkingen om de consument te misleiden. Een prijsvergelijking is misleidend wanneer het niet een vergelijking met hetzelfde product van een andere aanbieder betreft, niet duidelijk maakt hoe het prijsvoordeel is berekend of niet duidelijk maakt hoeveel andere aanbieders hebben bijgedragen en welke dit dan zijn. Een prijsvergelijking op zich is dus niet misleidend mits deze gegrond en duidelijk is.¹⁹

‘Price-matching refunds’

Ook bestaat het fenomeen ‘price-matching refunds’ hetgeen inhoudt dat de consument die het product elders goedkoper weet te vinden het prijsverschil van de aanbieder terugkrijgt. Zo wordt dus de laagste prijs gegarandeerd. Dit kan echter een misleidend effect hebben wanneer het niet daadwerkelijk de laagste prijs is. Onderzoek toont namelijk aan dat consumenten er hierdoor automatisch vanuit gaan dat ze een goede deal hebben. Voorts zal men, met deze gedachte, niet snel meer verder zoeken naar goedkopere alternatieven. Een voorwaarde voor het kwalificeren van deze methode als misleiding is wel dat er hoge kosten zijn verbonden aan het zoeken naar goedkopere alternatieven.²⁰

Deze voorbeelden betreffen slechts een kleine greep uit vormen van misleiding dan wel verleiding. Er valt in dit opzicht nog veel meer te verkennen, zoals het fenomeen ‘kleinere verpakking, dezelfde prijs’. Voor de focus van dit artikel geven deze voorbeelden echter wel voldoende inzicht en blik van een enorm speelveld tussen aanbieders en consumenten inzake het aanbod van producten.

Oneerlijke handelspraktijk?

Deze voorbeelden laten zien dat ondernemers ook misbruik kunnen maken van het vertrouwen en de goedgelovigheid van consumenten. Om de consument hiertegen te beschermen bestaan er regels die beogen weerstand te bieden tegen dergelijke praktijken van professionele partijen. De consument is namelijk over het algemeen de ‘zwakkere partij’ met betrekking tot het sluiten van overeenkomsten, ondernemers beschikken ook wel over een ‘informatievoorsprong’.

“Misleidende praktijken, zoals tijdens Black Friday, dienen gesanctioneerd te worden en de ACM ziet toe op de naleving van deze regels. Wanneer er sprake is van een oneerlijke handelspraktijk kan de consument aanspraak maken op de regelingen uit deze wet en heeft recht op vernietiging van de overeenkomst.”

De wet die met het oog op deze problematiek van belang is, is de wet Oneerlijke handelspraktijken. Misleidende praktijken, zoals tijdens Black Friday, dienen gesanctioneerd te worden en de ACM ziet toe op de naleving van deze regels. Wanneer er sprake is van een oneerlijke handelspraktijk kan de consument aanspraak maken op de regelingen uit deze wet en heeft recht op vernietiging van de overeenkomst. Om optimale bescherming te kunnen bieden, wordt het begrip ‘oneerlijke handelspraktijk’, genoemd in artikel 6:193b BW, zeer breed uitgelegd. Daarom vallen alle handelingen die verband houden met de promotie en verkoop van producten onder deze definitie.²¹ Bij prijsmisleiding gaat het voornamelijk om het beïnvloeden van het koopgedrag van een consument. Beïnvloeding op zich is toegestaan. Alleen wanneer het effect (het gevolg van de misleiding) op de wilsvorming van een consument wordt bewerkstelligd op een ongeoorloofde manier, is er sprake van een onrechtmatige daad conform artikel 6:193b lid 1 BW.

Om op grond van deze regeling een overeenkomst te kunnen vernietigen, moet sprake zijn van een oneerlijke handelspraktijk waardoor de consument is overgegaan tot het sluiten van de overeenkomst. De wet geeft een aantal aanknopingspunten voor wat een oneerlijke handelspraktijk precies inhoudt. Een handelspraktijk is oneerlijk als deze misleidend is en leidt tot een besluit over een overeenkomst die de consument anders niet zou hebben genomen. Het gaat dus voornamelijk om informatie die voor de consument zeer belangrijk is en vaak zelfs doorslaggevend bij het aangaan van een overeenkomst. De prijs van een product valt natuurlijk in deze categorie. Verder bestaat er ook een ‘zwarte lijst’ van handelingen die zonder meer als oneerlijk worden beschouwd in artikel 6:193g BW.

Of iets een oneerlijke handelspraktijk is, zoals bedoeld in de eerste voorwaarde, wordt gezien aan de hand van de vraag wat de impact is van de veronderstelde praktijk op de ‘gemiddelde consument’. Deze ‘gemiddelde consument’ is in de regel de gemiddeld geïnformeerde consument. Bovendien verdient de desbetreffende doelgroep van de handelaar met betrekking tot zijn handelspraktijk enige aandacht. Als uitgangspunt wordt namelijk een gemiddeld lid van die specifieke doelgroep genomen. Wanneer voorzienbaar is dat een bepaalde doelgroep, bijvoorbeeld kinderen, vatbaarder is voor het gebruik van de veronderstelde praktijken, kan eerder sprake zijn van een oneerlijke handelspraktijk.²²

Om de remedie vernietiging te kunnen invoeren, moet een oneerlijke handelspraktijk – prijsmisleiding – dus een onredelijke (potentiële) impact op het economisch gedrag van de consument hebben.²³ Er is geen sprake van een oneerlijke handelspraktijk als de consument ook met juiste informatie de overeenkomst had gesloten. Het ligt dus op de weg van de consument om aan te tonen dat hij door de handelspraktijk een ander besluit genomen heeft.

De bescherming van de consument aangaande deze problematiek lijkt hoog. Naast de bestuursrechtelijke handhaving van de wet wordt de sanctiebevoegdheid van artikel 6:193j ambtshalve toegepast door de Nederlandse rechter. Bovendien wordt de bewijslastverdeling tussen handelaar en consument voor de consument als gunstig gezien.

Toch is prijsmisleiding nog steeds een feit. Lang niet alle eerder genoemde vormen van misleiding vallen namelijk onder het wettelijke begrip. Dit roept vragen op wanneer men uitgaat van de veronderstelling dat de consument de ‘zwakkere partij’ is. De omvang van dit ‘grijze gebied’ en de vraag naar de wenselijkheid ervan behoeft daarom nadere analyse.

Het grijze gebied: te groot?

Adviesprijzen te veel ruimte

Het weergeven van hogere adviesprijs blijkt een van de meest gebruikte methoden om de consument het idee te geven dat deze een buitengewoon gunstige deal heeft gevonden. Als een van de grondbeginselen van onze rechtsstaat dienen regelgeving en de wet helder en duidelijk te zijn. Het bestaan van een grijs gebied in de regelgeving botst met dit beginsel. Naast het feit dat onduidelijke regelgeving in beginsel altijd onwenselijk is, is dit met name het geval bij bepalingen die burgers beogen te beschermen.

Op het moment is de regelgeving omtrent de adviesprijzen nog niet heel uitgebreid, en nog belangrijker, tevens niet duidelijk. Verkopers mogen de adviesprijzen niet zelf verzinnen en ze moeten aangeven dat het gaat om een adviesprijs, maar aangezien het beschermen van de consument tegen prijsmisleiding een dusdanig essentiële taak is, bieden deze regels geen toereikende bescherming.

Ferry Ploeg, prijsanalist bij de Consumentenbond, stelt dat het grijze gebied inzake de adviesprijzen te groot is. Hij pleit daarom voor duidelijkere regels. Het gebrek hieraan zorgt er namelijk voor dat consumenten op Black Friday vaak slechter uit zijn dan men ze doet geloven – sommige gevallen zelfs slechter dan in de periode vóór Black Friday. Door het opstellen van duidelijke en toegankelijke regels kan er beter toezicht worden gehouden op de naleving van deze regels en kunnen veel gevallen van discutabele prijsmisleiding voorkomen worden. De consumentenbescherming wordt hiermee vergroot.

Belang prijsmisleiding moderne economie

Naast dat het grijze gebied omtrent adviesprijzen te groot is, iets wat voor problemen zorgt tijdens Black Friday, zijn er ook andere aspecten van prijsmisleiding die een duidelijker juridisch kader behoeven. De conclusie van Ploeg is dat voor de meeste vormen van prijsmisleiding een zekere mate van speling in het grijze gebied toelaatbaar moet blijven. De gedachte hierachter is dat prijsvorming een spel tussen verkoper en koper moet blijven en dat deze andere voorstelling van zaken op de lange termijn cruciaal is om van marktvoordeel te kunnen spreken en producenten te stimuleren.

Prijsvorming dient als een zeker spel tussen consument en verkoper gezien te worden en daar moet ruimte voor worden gelaten.²⁴ De verkoper is in dat geval nog steeds gebonden aan bepaalde morele voorwaarden, maar deze ruimte moet volgens Ploeg niet ook nog eens juridisch

verder worden beperkt. Het is in zekere mate ook aan de consument zelf om zich ervoor te behoeden dat hij geen slachtoffer wordt van prijsmisleiding.

“Het gebrek aan duidelijke regels zorgt ervoor dat consumenten op Black Friday vaak slechter uit zijn dan men ze doet geloven – soms zelfs slechter dan daarvoor. Door het opstellen van duidelijke en toegankelijke regels kan er beter toezicht worden gehouden op de naleving van deze regels en kunnen veel gevallen van discutabele prijsmisleiding voorkomen worden. De consumentenbescherming wordt hiermee vergroot.”

Een toename van regels kan daarnaast voor een klimaat zorgen waarbij producenten op de lange termijn minder snel innoveren en toetreden tot de markt.²⁵ De winst die bedrijven maken, ook door de prijsmisleiding in het grijze gebied op te zoeken, is een prikkel voor nieuwe bedrijven om toe te treden tot de markt. Niet méér maar eerder *meer heldere en toegankelijke* regels zijn van belang voor de mededinging. Het grijze gebied omtrent prijsmisleiding dient daarmee een belang binnen de moderne economie en moet, afgezien van de adviesprijzen, niet worden ingeperkt maar eerder worden verduidelijkt.

Conclusie

Ten aanzien van het hanteren van adviesprijzen zijn de regels momenteel te ruim. Er valt teveel in het ‘grijze gebied’ en te weinig is simpelweg zwart of wit. De regels dienen daarom, zeker met de komst van fenomenen zoals Black Friday, verduidelijkt te worden. Tijdens dit soort ‘promotiecampagnedagen’ wordt er veelvuldig gebruik gemaakt van misleiding.

Wat betreft andere aspecten van prijsmisleiding of misleiding zouden wij stellen dat dit onderdeel is geworden van de samenleving en verandering niet per se op zijn plaats is. Het aanprijzen van producten en dingen mooier proberen te maken dan deze in werkelijkheid zijn, is inherent aan de natuur. Bovendien is ons economisch systeem gebaseerd op een consumptiemaatschappij waar wij tegenwoordig allemaal in leven. De meeste mensen zijn zich dan ook bewust van het feit dat ze op de markt kunnen worden misleid. Er bestaat een eeuwig spelletje tussen consumenten en aanbieders van producten. Of dit

helemaal eerlijk moet worden gespeeld is een vraag met verschillende antwoorden. Met betrekking tot Black Friday kan meer duidelijkheid omtrent het goochelen met adviesprijzen echter zeker geen kwaad. Over andere vormen van misleiding is debat nog mogelijk. Nieuwe regelgeving is vaak een reactie op de ingenieuze manieren die men verzint om het huidige juridische kader te omzeilen.

Wij zouden dus aan alle bedrijven op Black Friday willen meegeven: doe maar gewoon, dan doe je al gek genoeg.

1. Wij vroegen hun mening over de volgende stellingen: (1) 'Veel aanbiedingen op Black Friday zijn misleidend; (2) De prijskortingen zijn fantasieaanbiedingen; (3) Er wordt met "van-voor" prijzen gestunt, waardoor klanten denken een goede deal te krijgen, terwijl in werkelijkheid de korting aanzienlijk lager is, of zelfs helemaal niet bestaand; en (4) Het zijn nepaanbiedingen met "van-prijzen" die niet kloppen'.
2. Wasmiddel wat even duur bleef maar in volume afnam.
3. F. Mechner, 'Anatomy of deception: A behavioral contingency analysis', *Behavioural Processes* (84) 2010, afl. 1, p. 516-520, hier p. 516.
4. Mechner 2010, p. 519.
5. Consumentenautoriteit, 'De Wet oneerlijke handelspraktijken toegelicht', *acm.nl* 23 oktober 2008, p. 8-14.
6. Interview met onderzoeker Consumentenbond.
7. J. Van Gerwen, J. Verstraeten & L. Van Liederkerke, *Business en ethiek: spelregels voor ethisch ondernemen*, Amsterdam: LannooCampus 2007, p. 87.
8. J. Donat, 'Webwinkels misleiden nog steeds met nepaanbiedingen', *consumentenbond.nl* 25 november 2019.
9. M. Hogenboom, 'Pas op met prijsmisleiding', *thuiswinkel.org* 19 augustus 2020.
10. F. Ploeg, 'Black Friday: Ontdek top- en nepdeals', *community.consumentenbond.nl* 25 november 2019.

11. 'Btw-actie MediaMarkt: consumenten voelen zich misleid', *radar.avrotros.nl* 26 januari 2018.
12. D. Grewal & L.D. Compeau, 'Comparative Price Advertising: Informative of Deceptive?', *J. Pub. Pol'y. & Marketing* (11) 1992, afl. 1, p. 52-62.
13. J. Donat, 'Webwinkels misleiden nog steeds met nepaanbiedingen', *consumentenbond.nl* 25 november 2019.
14. M. Ebbekink, 'Benut het ankereffect voor een hogere orderwaarde in je webshop', *frankwatching.com* 8 januari 2014.
15. M. Hogenboom, 'Prijpspsychologie voor webshops: Ankereffect, kleurgebruik en focuspunt', *thuiswinkel.org* 11 oktober 2019.
16. 'Bijkomende kosten vermelden', *acm.nl*.
17. 'Boete voor Belvilla voor misleidende prijsvermelding', *acm.nl*, 17 januari 2018.
18. 'Prijzen vermelden', *acm.nl*.
19. J. Overdijk, 'Oneerlijke handelspraktijken: Onder welke omstandigheden mag je productprijzen vergelijken?', *vantill.nl* 29 maart 2018.
20. J. Srivastava & N.H. Lurie, 'A Consumer Perspective on Price-Matching Refund Policies: Effect on Price Perceptions and Search Behavior', *J. Consumer Res.* (28) 2001, afl. 2, p. 296-307.
21. B.B. Duivenvoorde, 'Oneerlijke handelspraktijken', *TvC* 2016, afl. 1, p. 16-23, hier p. 18.
22. Richtlijn 2005/29/EG betreffende oneerlijke handelspraktijken van ondernemingen jegens consumenten op de interne markt en tot wijziging van Richtlijn 84/450/EEG, Richtlijnen 97/7/EG, 98/27/EG en 2002/65/EG en van Verordening (EG) nr. 2006/2004 (PbEU 2005, L 149/22).
23. C.M.D.S. Pavillon & L.B.A. Tigelaar, 'Vernietiging van de overeenkomst bij een oneerlijke handelspraktijk; een hanteerbare sanctie?', *Contracteren* 2018, afl. 3, p. 71-79, hier p. 75.
24. Van Gerwen, Verstraeten & Van Liederkerke 2006, p. 87.
25. Van Gerwen, Verstraeten & Van Liederkerke 2006, p. 79.



**Ewout van
Waasbergen**



Fatmagül Serim



**Laura
Bredschneijder**



Meike van der Heide



**Jean-Pierre van der
Rest**

INTERVIEW met Christi Donkervoort en David van Groen

Kunnen jullie jezelf voorstellen? Wie zijn jullie, en wat hebben jullie gestudeerd?

Christi: Ik ben Christi Donkervoort, en ik ben in Leiden afgestudeerd in de master Civiel Recht met een focus op vastgoedrecht. Tijdens mijn studie heb ik een bestuursjaar gedaan bij Grotius en gewerkt voor AthenaStudies, maar op een gegeven moment werd het toch tijd om aan het werk te gaan. Sinds een maand werk ik bij de vastgoedsectie van BarentsKrans.

David: Ik ben David van Groen, sinds september werkzaam bij BarentsKrans op Banking & Finance. Ik heb ook in Leiden gestudeerd, eerst de bachelor en toen de master Ondernemingsrecht. Tijdens mijn studie ben ik werkstudent bij Kennedy Van der Laan en student-assistent bij de rechtenfaculteit geweest, maar nu ben ik 'echt' aan het werk.

Christi [lachend]: eindelijk écht belasting betalen!

Wat wilden jullie als kind worden? Misschien dachten jullie als vierjarige wel 'ik wil vastgoed-advocaat worden', maar natuurlijk kan het ook iets anders zijn geweest.

Christi: Ik wilde politie te paard worden! Ik heb niets met paarden en ik heb alleen op kinderfeestjes paardgereden, maar politie te paard was mijn droombaan.

David: Ik wilde elke week iets anders worden, dus ik heb wel alle dingen gehad die je als kind wilde worden: kok, piloot, ook weleens arts – het liefst iets in uniform. Maar op een gegeven moment moet je toch kijken naar waar je goed in bent, en ik weet niets van scheikunde.

Christi: Op de basisschool wilde ik telkens als we een nieuw vak kregen iets anders worden – op een gegeven moment zelfs archeoloog!

Toen jullie eenmaal aan het studeren waren – en misschien geen politie te paard meer wilden worden – hoe keken jullie toen tegen je mogelijke carrière aan?

David: Ik heb heel lang gekeken naar wat er bij me paste. Ik plan mijn toekomst niet heel erg ver vooruit, maar kijk vooral naar wat ik op dat moment belangrijk vind en wat daarbij past. Ik heb vooral heel veel geprobeerd en veel om me heen gekeken – er is nu eenmaal heel veel te doen en tijdens je studie krijg je heel veel te zien.



Christi: Ikzelf ben vooral rechten gaan studeren omdat ik niet zo goed wist wat ik anders moest doen, maar vanaf de eerste maand wist ik meteen: dit past bij mij. Helemaal toen we in het tweede jaar Moot Court hadden, leek de advocatuur me heel leuk; vanaf dat moment wist ik dat de advocatuur wel iets voor mij was. In de master Civiel Recht heb ik toen ook het togapracticum gedaan om me meer voor te bereiden op de 'togapraktijk'.

Wat is nu jullie droombaan?

Christi: Voor mij is dat wel echt de advocatuur. Ik ben eigenlijk nog geen advocaat – ik moet nog worden beëdigd. Misschien dat ik het wat wil inkleden met een academisch accent, door wat artikelen te schrijven tussendoor, maar voorlopig ga ik helemaal voor de advocatuur.

David: Mijn huidige werk vind ik al ontzettend leuk. Ik ben niet zo van het procederen, maar de transactie-praktijk is helemaal mijn ding en dat wil ik ook graag blijven doen.

Hadden jullie al werkervaring opgedaan voordat je bij BarentsKrans kwam werken?

David: Ik heb stage gelopen bij Kennedy Van der Laan en ben daar later ook werkstudent geweest bij Corporate/M&A. Daarna ben ik nog student-assistent geweest bij de Leidse afdeling ondernemingsrecht. Ook heb ik nog eens stage gelopen bij een consultancybureau.

Christi: In mijn bachelor heb ik stage gelopen bij Lexence en afgelopen zomer zou ik stage gaan lopen bij BarentsKrans, maar dat ging niet door vanwege de coronacrisis. Verder heb ik nog bij AthenaStudies gewerkt en ben ik nog een LLP-mentor geweest voor de eerstejaars.

Misschien een wat persoonlijker vraag: welk boek heeft jullie in je carrière het meest geïnspireerd?

Christi: *Commercieel contractenrecht* door Rieme-Jan Tjittes. Oprecht! Ik heb het ooit gekocht voor mijn scriptie, en ik vind het zo'n interessant onderwerp dat ik er nog steeds enthousiast van word.

David: Eigenlijk vond ik mijn studieboeken nou ook weer niet zó inspirerend. Buiten studieboeken lees ik best wel veel, juist ook niet-studiegerelateerde boeken omdat het soms goed is buiten je rechtenbubbel te stappen, maar ik denk niet dat ik daar één boek uit kan kiezen.

Wat zijn voor jullie geluksmomentjes?

Christi: Een rondje zeilen met mooi weer en dat dan afsluiten met een borrel. Varen op zee is echt iets waar ik van geniet.

David: Ik heb in mijn studententijd bij Njord gezeten, en ik ben nog steeds erg close met mijn ploegje. Daar een dagje mee doorbrengen is echt heerlijk.

Waarom kozen jullie voor BarentsKrans?

Christi: Aan het begin van mijn master wilde ik stage gaan lopen bij een advocatenkantoor, maar ik wist nog niet precies bij welke. Tijdens een lezing van Martijn van Maanen, een partner bij BarentsKrans, vertelde hij over zijn werkzaamheden daar en dat maakte me enthousiast over het kantoor. Een andere partner bij BarentsKrans had veel geschreven over mijn scriptie-onderwerp, dus dat gaf nog een connectie. Ik hoorde sowieso altijd heel goede verhalen over het kantoor; veel mensen vertelden dat het een leuk kantoor was met een uitstekende sfeer. Ik vind het wel prettig dat het daarnaast ook ambitieuze advocaten zijn van wie

je veel kunt leren. Toen mijn stage bij BarentsKrans niet doorging vanwege de coronacrisis heb ik direct gesolliciteerd voor een baan!

David: Ik kende BarentsKrans niet zo goed voordat ik besloot er te solliciteren; ik wist alleen dat het bestond en dat het een vrij ambitieus kantoor is. Ik heb er toen gewoon 'koud' gesolliciteerd. Bij het sollicitatiegesprek merkte ik dat ik me heel erg op mijn gemak voelde – voor zover dat kan voor een sollicitatiegesprek – en dat ik meteen een 'klik' had met de mensen.

Christi: In de advocatuur merk je dat veel kantoren ongeveer dezelfde zaken doen, dus het is belangrijk dat je voor jezelf uitmaakt wat voor soort kantoor je wilt – groot, klein, niche – en dat je op basis daarvan bepaalt waar je graag wilt solliciteren.

Wat typeert voor jullie het 'BarentsKrans-gevoel'? Is er überhaupt zoiets?

David: Het is laagdrempelig en je hebt wel altijd de indruk dat het je collega's uitmaakt of het wel goed met je gaat. Er zijn ook erg veel jonge medewerkers, dat bevalt me ook heel erg.

Christi: Dat het laagdrempelig is merkte ik ook: gelijk op mijn eerste dag kreeg ik telefoontjes van mensen om te horen hoe het met me was en of ik een keer wilde komen lunchen. Ik vind 'een warm bad' altijd een beetje een stomme uitspraak, maar dat is wel heel erg hoe het bij BarentsKrans voelde: een warm bad. Vanaf het eerste moment word je overal bij betrokken. Bij de afdeling Vastgoed hebben we ook een extra teammeeting elke week om wat persoonlijke dingen te delen, zodat je elkaar ook in coronatijd wat beter leert kennen.



Binnen welke expertisegroep werken jullie?

David: Ikzelf werk bij Banking & Finance, dat bij BarentsKrans onderdeel is van het grotere Corporate/M&A-team. Wij doen vooral transacties, die we begeleiden en waarbij we advies geven. Procederen wordt vooral gedaan door anderen binnen het kantoor.

Christi: Ik zit op Vastgoed, een grotere sectie. Daar werk ik voor twee partners, zowel in het civiele recht als het bestuursrecht. Hopelijk mag ik gaan procederen!

Hoe werken jullie onderling samen?

David: Banking & Finance is tamelijk klein, dus ik werk vooral voor één partner. Wij werken vooral binnen de sectie veel samen, en doen zijdelings ook wel wat met andere secties als dat nodig is.

Christi: Hoewel Vastgoed een stuk groter is, werken wij ook veel samen met de partners. Dat gebeurt dus echt niet alleen op kleinere secties. Wel zit er altijd een andere advocaat-stagiair of -medewerker bij, zodat je aan die persoon ook al je vragen kunt stellen.

Werken jullie ook vaak samen met andere secties binnen het kantoor?

David: Wij werken vooral veel samen met Corporate/M&A. Als we bij een grote transactie veel *due diligence*-werk moeten doen werken we ook samen met veel andere secties tegelijk.

Christi: Omdat Vastgoed vrij groot is wordt er veel intern gedaan, maar bijvoorbeeld bij grote vastgoedtransacties werken we ook wel met andere secties samen aan de *due diligence*.

Kunnen jullie iets zeggen over jullie collega's?

David: Banking & Finance is een hechte groep, dus ik werk vooral samen met 'mijn' partner; dat is een heel prettige samenwerking. Ook de samenwerking met Corporate/M&A loopt erg goed. Het zijn allemaal erg ambitieuze mensen, maar tegelijk is er altijd ruimte om grapjes te maken.

Christi: Dat merk ik ook altijd als ik op kantoor ben: gisteren hadden we een koffiemomentje met de advocaat-stagiairs van de vastgoedsectie en dan is het toch ook fijn dat je even wat grapjes kunt maken met elkaar. Dat is ook wel het fijne van veel andere jonge mensen in je organisatie hebben: je hebt 'lotgenoten'.

Is er binnen jullie team ruimte voor kennisontwikkeling?

Christi: We hebben hier de BK Academy, een reeks aan verplichte 'colleges' voor alle advocaat-stagiair(e)s. Dat klinkt misschien saai, maar het is oprecht heel interessant! We focussen ons daarbij vooral op dingen als procesrecht en andere praktische vaardigheden die je tijdens je studie niet zo hebt geleerd. Maar ook daarbuiten is er volop ruimte om je te verdiepen; dat is voor mij bijvoorbeeld erg prettig,

want ik heb tijdens mijn studie vooral civiel recht gehad. Zo kan ik het bestuursrecht er ook bij leren.

David: Veel collega's volgen daarnaast vervolgoopleidingen, zoals een Grotius specialisatieopleiding. Dat wordt vanuit het kantoor sterk aangemoedigd.

Christi: Er is ook ruimte om andere activiteiten te ontwikkelen, zoals het schrijven van wetenschappelijke stukken.

Waarin zijn jullie expert?

David [lachend]: Nu eigenlijk nog in niets, want ik werk er nog maar net! Ik hoop natuurlijk ooit een expert te worden in het financieringsrecht. Als je net begint met werken is alles nog wel heel nieuw en moet je er veel bij leren – niet alleen juridisch-inhoudelijk, maar bijvoorbeeld ook het omgaan met cliënten. Eigenlijk ben ik vooral nog een expert in het leren.

Christi: Voor mij geldt hetzelfde: ik ben net een maand bezig en ik merk dat ik heel veel nog moet leren. Ook heel simpele dingen, zoals: hoeveel bronvermeldingen moet ik toevoegen? In de master raak je eraan gewend je stukken helemaal dicht te timmeren, maar je cliënt zit natuurlijk niet te wachten op 150 voetnoten in een simpele notitie.

Wat zijn de ontwikkelingen binnen jouw vakgebied?

Christi: In het vastgoedrecht is dat natuurlijk vooral de aankomende Omgevingswet. Die wordt volgend jaar misschien eindelijk ingevoerd, maar er zijn nog wel wat kanttekeningen te plaatsen bij de wenselijkheid daarvan. Zoals een partner het zei: 'op het moment dat de Omgevingswet er komt, staan we allemaal weer aan het begin.'

David: Wat er bij ons veel langskomt zijn financieringen voor groene energie, dus investeringen in bijvoorbeeld windparken. Ook is ESG, *Economic Social Governance*, erg in opkomst.

Waarin wil je de komende jaren ontwikkelen of specialiseren?

Christi: Ik houd echt van het procesrecht en dat kun je bij Vastgoed veel gebruiken. Natuurlijk zitten er ook andere kanten aan, maar procederen is wel echt mijn ding. Ook wil ik nog wat meer leren over het bestuursrecht, want dat is natuurlijk ook een belangrijk onderdeel van wat we bij Vastgoed doen.

David: Bij mij is procederen dus juist weer veel minder belangrijk: wij adviseren veel meer. Ik vind het projectmatige van de transactiepraktijk heel leuk, dus daar wil ik wel mee verder.

Waarom raad je een baan bij BarentsKrans aan voor iemand met dezelfde studie-achtergrond als jij?

Christi: Het is een ambitieus kantoor en ik verwacht hier wel echt mijn volledige potentie te kunnen

benutten en hier te kunnen groeien. Daarnaast is het een jong kantoor: niet alleen de stagiairs, maar ook de advocaat-medewerkers zijn nog heel jong. Je kunt dus nog veel van elkaar leren.

David: Qua zaken doen we ook absoluut niet onder voor de meeste Zuidaskantoren, dus juist ook als je ambitieus bent kun je hier terecht.

Welke carrièretip zou jij jezelf meegeven als je terug kon in de tijd?

Christi: Word wat eerder serieus! Op de middelbare school was ik wel een echte puber, en pas tijdens mijn studententijd ontdekte ik dat ik het ook gewoon leuk vond om te studeren. Ken je de serie *Klassen*, die nu op de NPO is? Daar zie je soms heel ambitieuze kinderen voorbijkomen en dan bedenk ik me dat ik ook wel wat eerder stappen had kunnen maken.

David: Probeer vooral alles! Er is zoveel te doen en zoveel te zien. Toen ik stage wilde gaan lopen bij Kennedy Van der Laan dacht ik niet dat ze me zouden aannemen als persoon zonder enige ervaring, maar ik solliciteerde gewoon en dat lukte.

Christi: Precies, je moet ook gewoon veel lef hebben. Toen ik was afgestudeerd en een baan zocht heb ik heel veel mensen gemaïld om te vragen of ze een keer een kop koffie wilden drinken om kennis te maken.

BarentsKrans gebruikt vaak de term *dedicated*. Op welke manier zijn jullie zelf *dedicated*?

Christi: Als ik me ergens voor wil inzetten ga ik er ook helemaal voor. Dat doe ik ook bij het sporten: ik doe veel aan crossfit en krachttraining en naast mijn werk zet ik me daar ook heel erg voor in.

David: Dat herken ik wel – dat je geen half werk wilt leveren. Soms is dat best lastig vanwege tijdsdruk, maar dat wil niet zeggen dat je er niet helemaal voor moet gaan.

Christi: En het is niet alsof je je complete privéleven moet opofferen voor je werk. Als je echt dingen wilt bereiken kun je dat niet doen door alleen maar van 9 tot 5 te werken, maar als je dat weet te doen zonder tegenzin is dat wel echt *dedication*. Goed werk leveren geeft me ook weer energie om nieuwe dingen te doen.

[Christi's hond komt het gesprek binnenlopen]

Maak kennis met BarentsKrans

Ben jij, net als Christi en David, ook helemaal klaar voor de advocatuur? Maak dan kennis met BarentsKrans!



Wie niet weg is, is gezien

De ongereguleerde rol van Big Tech in oorlogsvoering



Hadassah Drukarch
Redacteur

Dat *Call of Duty* fundamenteel verschilt van oorlogsvoering in de praktijk, lijkt haast een overbodige opmerking. Hoewel er voor de hand liggende verschillen tussen beide bestaan, ligt een van de meer subtiele verschillen in de hoeveelheden data waar (virtuele) soldaten op het slagveld toegang toe hebben. Althans, met de investering van \$21,9 miljard door het Amerikaanse leger in ruim 120.000 *Augmented Reality* (AR) headsets van *Big Tech* bedrijf Microsoft, lijkt dit inmiddels verleden tijd te zijn.

Terwijl deze technologie Amerikaanse soldaten toegang verleent tot de nodige inzichten om potentiële vijanden een stap voor zijn, wordt hiermee tegelijkertijd een bij uitstek nationale aangelegenheid uit handen gegeven aan een multinationale beursgenoteerde onderneming met wellicht tegenstrijdige belangen. Dit doet mij de vraag opwerpen in hoeverre een dergelijke samenwerking en de potentiële gevolgen daarvan überhaupt juridisch geframed kunnen worden.

Slimme brillen wijzen militairen de weg

Eind maart sloot Microsoft een miljarden overeenkomst met het Amerikaanse ministerie van Defensie.¹ Microsoft en het Amerikaanse leger werkten de afgelopen twee jaar al aan prototypes en deze eerdere opdracht leidt nu tot deze overeenkomst. De techgigant gaat daarmee de komende tien jaar AR headsets leveren aan het Amerikaanse leger.² De bril die is aangepast aan de wensen van het leger wordt door Microsoft de IVAS-headset genoemd, afgeleid van de Microsoft HoloLens die in 2015 voor het eerst werd aangekondigd en visuele informatie toevoegt aan de werkelijkheid. De bril wordt aangesloten op datacenters van Microsoft om aldaar de beeldanalyse te laten plaatsvinden, waarna relevante informatie wordt teruggekoppeld aan de betreffende militair. Volgens het Amerikaanse concern zijn er talloze scenario's denkbaar waarin deze slimme technologie militairen kan helpen om te overleven en efficiënter te werk te gaan ten tijde van een militair conflict. De slimme brillen behoren militairen tijdens een missie beter bewust te maken van alles wat in hun omgeving gebeurt, ook 's nachts, en hun in staat te stellen makkelijker informatie met elkaar delen en beslissingen te nemen. De bril wordt daarnaast niet enkel op het veld gebruikt, maar ook gedurende militaire trainingen en niet enkel door de Verenigde Staten – eerder werd de bril al geleverd aan Israël en andere landen zullen in de nabije toekomst naar alle waarschijnlijkheid volgen.³

De Amerikaanse overheid blijkt overigens een lucratieve opdrachtgever voor Microsoft. In 2019 leverde Microsoft de nieuwe kantoorssystemen voor het Pentagon en twee jaar terug sloot de techgigant een contract met het Amerikaanse ministerie van Defensie om *cloud*-diensten te leveren aan het Pentagon.⁴ Dit project met een looptijd van tien jaar en een waarde van \$10 miljard werd bekend als het Jedi-project. Concurrent Amazon zag daarmee een miljardencontract aan zijn neus voorbij gaan en tot op heden probeert het bedrijf de deal ongedaan te maken in de rechtszaal op grond van het argument dat het ministerie van Defensie geen objectief besluit zou hebben genomen, maar zich zou hebben laten leiden door de aversie van voormalig president Trump tegen Amazon-oprichter Jeff Bezos.⁵

HoloLens voor het goede, niet de oorlog

Ook Microsoft-werknemers keren zich tegen de samenwerking tussen de Amerikaanse defensie en hun werkgever. Zij weigeren technologie te maken voor oorlogsvoering en onderdrukking. “Gebruik de HoloLens voor het goede, niet de oorlog”, schreven werknemers twee jaar terug boven een open brief met hun bezwaren.⁶ Daarin benadrukten zij bovendien hun afkeer tegen de productie van technologieën die

militairen ‘dodelijker’ maken. Dit bleek echter weinig effect hebben. Zo reageerde Microsoft President Brad Smith hierop met het argument dat diegenen die de Verenigde Staten verdedigen toegang behoren te krijgen tot de beste technologie.³ Microsoft beschikt klaarblijkelijk over de nodige middelen om zulke technologie te kunnen leveren en daar blijft het niet bij. Volgens kenners is de miljardendeal die eind maart werd gesloten slechts een voorbode voor een uitgebreider gebruik van dergelijke technologieën op massale schaal door overheidsinstanties, privé bedrijven en consumenten. Bovendien lijken naast Microsoft ook andere bekende techgiganten, waaronder Apple, Google en Facebook, hierin een behoorlijk graantje mee te pikken.⁶

Waarom baart dit juridische zorgen?

Dat technologie een in dominantie toenemende rol speelt in ons dagelijks bestaan is geen verrassing. Ook de relatie tussen technologie en krijgsmacht is op zichzelf niets nieuws. Dat dergelijke technologieën door private partijen aan de krijgsmacht worden geleverd, al evenmin. Waarom dan reden tot zorg naar aanleiding van deze nieuwe deal? Hoewel Microsoft eerder technologie aan het Amerikaanse leger heeft gelicenseerd, is het nooit de grens overgegaan van wapenontwikkeling noch is zij eerder overgegaan tot actieve en intrinsieke betrokkenheid bij oorlogsvoering.⁷ Met deze nieuwe deal lijkt daar echter fundamenteel verandering in te komen. Naast de levering van de nieuwe AR headsets, zou de *Big Tech* gigant nu ook direct controle krijgen over de olie die het Amerikaanse leger bij het gebruik van de nieuwe slimme brillen lopende houdt – ongekeende hoeveelheden en soorten data. Dit roept onvermijdelijk vragen op over integriteit, verantwoordelijkheid en aansprakelijkheid. Kan de krijgsmacht een multinationale beursgenoteerde onderneming wel als een integere partner die dezelfde belangen nastreeft, beschouwen? Wie is verantwoordelijk voor wat wanneer de controle over militaire activiteiten vervaagt? En bij wie ligt de aansprakelijkheid als er iets fout gaat?

“Microsoft zou nu ook direct controle krijgen over de olie die het Amerikaanse leger bij het gebruik van de nieuwe slimme brillen lopende houdt – ongekeende hoeveelheden en soorten data.”

Ook de verzameling van enorme hoeveelheden data roept vragen op in het kader van privacy en de

bescherming van persoonsgegevens. AR-technologieën vereisen de verwerking van aanzienlijke hoeveelheden data, met name gegevens over uiterlijk, het volgen van het lichaam, locatie, communicatie en ander gedrag.⁸ Dataverzameling in het kader van AR-applicaties verschilt echter op bepaalde punten aanzienlijk van dataverzameling in het kader van andere technologieën. De betreffende technologiebedrijven verzamelen vaak andere soorten gegevens, waaronder gegevens over de bewegingen van een apparaat en de afmetingen van de ruimte waarin de gebruiker de AR-apparatuur gebruikt. Bovendien verwerken AR-systemen doorgaans biometrische gegevens, gegevens die onder artikel 9 van de Algemene Verordening Gegevensbescherming (AVG) extra bescherming vergen.⁹ Met name in een Europese context roept het gebruik van militaire AR headsets dan ook vragen op ten aanzien van de bescherming van privacy en persoonsgegevens. Met het oog op de Regeling Gegevensbescherming Militaire Operaties is het bijvoorbeeld maar de vraag welke gegevens als persoonsgegevens kwalificeren en derhalve bescherming genieten.¹⁰

“Dit nieuwe voorstel komt erop neer dat de EU AI strenger gaat reguleren. Deze strenge regels gelden echter niet voor de toepassing van AI voor militaire doeleinden.”

Tot slot is ook de concepttekst van de nieuwe Europese AI-verordening in dit verband toonaangevend. De Europese Commissie heeft in februari 2020 in het Whitepaper *Artificial Intelligence 2020* haar visie gegeven op de ontwikkeling van beleid en regelgeving op het gebied van AI.⁷ In essentie komt dit nieuwe voorstel erop neer dat de EU Artificiële Intelligentie (AI) strenger gaat reguleren. Er komt een lijst met verboden toepassingen en aan veel nu al ingezette AI-technologieën wordt naar alle waarschijnlijkheid een hoog-risicoclassificering toegekend. Deze strenge regels gelden echter niet voor de toepassing van AI voor militaire doeleinden.¹¹ Zo blijkt uit overweging 16 dat AI-systemen die uitsluitend worden gebruikt voor het besturen van wapens of voor andere militaire doeleinden, buiten de reikwijdte van de verordening vallen. Bovendien stelt artikel 2(4) dat de nieuwe AI-verordening nadrukkelijk niet van toepassing is op AI-systemen die uitsluitend worden gebruikt voor de bediening van wapens of voor andere militaire doeleinden. Hoewel niet altijd van toepassing op AR-technologieën, is dit wederom karakteriserend voor de wijze waarop de toepassing van nieuwe technologieën

in de militaire context door bestaande wettelijke kader wordt geadresseerd. Namelijk, niet of niet voldoende.

Conclusie

Dit zijn slecht enkele voorbeelden van juridische vraagstukken en complicaties die de samenwerking tussen de krijgsmacht en Big Tech doet opwerpen. Ook in Nederland nemen de zorgen omtrent de ontwikkeling en toepassing van zeer geavanceerde technologieën in oorlogsvoering toe. Zo heeft vredesorganisatie Pax staten al opgeroepen om internationale afspraken te maken over militaire toepassingen van kunstmatige intelligentie, en volledig autonome wapens te verbieden.¹² Commerciële bedrijven zouden volgens deze organisatie niet moeten meewerken aan het ontwikkelen van deze wapens. Big Tech laat ook wat dit betreft van zich horen. “Geen militair wil wakker worden en ontdekken dat machines een oorlog zijn begonnen. Om dat te voorkomen en een wijze discussie te kunnen voeren, moet de tech-sector zich niet afzijdig houden”, aldus Smith.¹³ Met het oog op de toekomst lijkt dit mij een buitengewoon goed voornemen, maar niet alvorens juridisch meer helderheid wordt geschapen.

1. ‘Microsoft zet 120.000 AR-brillen op hoofden Amerikaanse militairen’, RTL Nieuws 1 april 2021.

2. Ibid.

3. ‘Microsoft sluit miljardendeal met Amerikaans leger over AR-headsets’, NU.nl 1 april 2021.

4. Ibid.

3. H. Nauta, ‘Slimme bril van Microsoft wijst militairen de weg’, Trouw 2 april 2021.

5. ‘Werknemers Microsoft eisen einde Hololens-deal met leger VS’, RTL Nieuws 24 februari 2019.

6. Zie noot 3.

7. Zie noot 5.

8. ‘TechNotes: Top 10 issues for AR/VR’, Simmons & Simmons 30 april 2020.

9. Agentschap Telecom, ‘Regelgeving kunstmatige intelligentie (AI)’, z.d.

10. Regeling van de Staatssecretaris van Defensie van 4 mei 2018, Stcrt. 2018, 28239.

11. Voorstel voor een Verordening van het Europees Parlement en de Raad tot vaststelling van geharmoniseerde regels betreffende artificiële intelligentie (wet op de artificiële intelligentie) en tot wijziging van bepaalde wetgevingshandelingen van de Unie (COM(2021) 206 final).

12. Nauta 2021.

13. Nauta 2021.

NOVUMmagazine

NOVUM magazine is het juridisch faculteitsblad van de Universiteit Leiden, ontstaan uit de fusie tussen het faculteitsblad **Trias** (1968) en het blad **Request** (1999) dat werd uitgegeven door het rechtenmentoraat Appèl, tegenwoordig **Juridische Faculteitsvereniging Grotius**.

Ons doel is een bijdrage te leveren aan de ontwikkeling van (toekomstig) juridische professionals.

Hoofdredacteur

Joris van de Riet

Eindredacteur

Mahatma M. Martinus

Redacteuren

Jurian Bos
Bouchra Boulouize
Sebastian Cornielje
Rudolf Willem van Dam
Hadassah Drukarch
Francine Fetter
Anne Sophie Pijnacker
Lars Volborth
Karel Wijdeveld
Femke de Wijs

Raad van advies

Prof. mr. dr. A.G. Castermans
Mw. drs. A.F.M. van der Helm
Dion Latten, assessor FdR
Roos van der Plas, praeses JFV Grotius

Oplage: 750 exemplaren
Drukker: BladNL ISSN: 1567-7931

© Niets uit deze uitgave mag zonder voorafgaande toestemming van de redactie openbaar worden gemaakt of verveelvuldigd.

Adverteren, solliciteren of reageren: novum@law.leidenuniv.nl



WAAR BEGINT JOUW TOEKOMST?

Zet je eerste stap op het gebied van arbeidsmarktorientatie!

Schrijf je nu gratis en geheel vrijblijvend in
via www.youngtalentgroup.nl én blijf op de hoogte van:

- Stages en vacatures
- Masterclasses
- Business courses
- Kantoorprofielen
- Studiebeurzen
- Summer courses



youngtalentgroup.nl

