

Kanttekeningen bij toetsing van algemene voorwaarden in de platformeconomie

Jacobien Rutgers

Inleiding

Overeenkomsten tussen consumenten en professionele partijen (b2c-overeenkomst) worden in toenemende mate gesloten via internet. Dit heeft tot gevolg dat een groeiend aantal overeenkomsten wordt beheerst door algemene voorwaarden van de verkoper of leverancier. In de interne Nederlandse situatie levert dit overzienlijke problemen op vanwege het volgende. Ten eerste is het gebruik van algemene voorwaarden door verkopers of leveranciers in elektronische b2c-overeenkomsten in grote mate geïnstitutionaliseerd. Veel algemene voorwaarden zijn het resultaat van overleg tussen branche-organisaties en consumentenorganisaties binnen de overleg-structuur van de Coördinatiegroep Zelfreguleringsoverleg (SER CZ) van de Sociaal Economische Raad (SER).¹

Voor dit overleg tussen het bedrijfsleven en de consumentenorganisaties zijn spelregels opgesteld en aanwijzingen voor de inhoud van de algemene voorwaarden.² Hieruit blijkt dat het doel van dit overleg is dat deze voorwaarden geen bedingen bevatten die strijdig zijn met het recht.³ De leden van de branche-organisatie moeten deze algemene voorwaarden hanteren, omdat zij zich anders schuldig maken aan een oneerlijke handelspraktijk (art. 6:193g sub a BW) met alle gevolgen van dien. Deze verkopers en afnemers gebruiken dus tweezijdig opgestelde algemene voorwaarden. Daarnaast is de toepassing van algemene voorwaarden onder andere onderworpen aan de bepalingen van Afdeling 3 Titel 5, Boek 6 het BW, die geïnterpreteerd moet worden in het licht van Richtlijn 93/13 betreffende oneerlijke bedingen in consumentenovereenkomsten.⁴

Consumenten sluiten echter niet meer alleen overeenkomsten met Nederlandse bedrijven, maar ook in toenemende mate met verkopers of leveranciers in de Europese Unie en daarbuiten. In veel gevallen worden diensten en/of goederen verkregen via een elektronisch platform zoals Amazon, Marktplaats, Alibaba. Zo is het is niet ongebruikelijk dat een 15-jarig meisje uit Rotterdam via Aliexpress *zebra mildliners*, speciale stiften, bestelt, die worden geleverd uit Japan of China. Bij dergelijke overeenkomsten vindt geen onderhandeling plaats tussen de leverancier en de consument en worden de algemene voorwaarden van de leverancier of de verkoper eenzijdig aan de consument opgelegd. In die situatie wordt actueel wat Hondius in 1978 schreef met betrekking tot eenzijdig vastgestelde standaardvoorwaarden in overeenkomsten tussen consumenten en bedrijven:

‘Eenzijdig vastgestelde standaardvoorwaarden hebben (...) voor de gebruiker nog extra voordelen (...). (a) de totstandkoming is veel eenvoudiger dan die van tweezijdig vastgestelde

¹ <https://www.ser.nl/nl/taken/consumentenvoorwaarden.aspx>. <https://www.ser.nl/nl/raad/commissies/coordinatiegroep-zelfreguleringsoverleg.aspx>.

² <https://www.ser.nl/nl/~media/files/internet/consumentenvoorwaarden/av/handleiding.ashx>.

³ Dit wordt niet expliciet geformuleerd in de handleiding van de Ser, maar lijkt wel het uitgangspunt te zijn. Verg. <https://www.ser.nl/nl/~media/files/internet/consumentenvoorwaarden/av/handleiding.ashx>, p.12.

⁴ Richtlijn 93/13 betreffende oneerlijke bedingen in consumentenovereenkomsten, Pb EEG 1993, L 95/29. Hierna ook: de Richtlijn oneerlijke bedingen of Richtlijn 93/13.

voorwaarden, (b) hierdoor kan hij [de gebruiker, jwr] de inhoud van de overeenkomst eenzijdig naar zijn hand zetten en voorts kan hij (c) deze inhoud voor deze wederpartij versluieren.⁵

De vraag rijst of het huidige toetsingskader voor algemene voorwaarden voldoet in een tijd van grensoverschrijdende elektronische b2c-overeenkomsten. Wellicht ten overvloede, in dit preadvies beperk ik mij tot algemene voorwaarden in b2c-overeenkomsten. Eerst zal ik ingaan op het materieelrechtelijke kader, dat bestaat uit Europese en nationale regelgeving, te weten de Richtlijn oneerlijke bedingen en Afdeling 3 Titel 5 Boek 6 BW. Ik zal niet ingaan op de internationaal privaatrechtelijke aspecten, omdat in een grensoverschrijdende EU situatie, de richtlijn oneerlijke bedingen zoals omgezet in het recht van een lidstaat op grond van art. 6 lid 2 van de Richtlijn oneerlijke bedingen of op grond van art. 6, art. 3 lid 1, art. 3 lid 4 of art. 4 Rome I⁶ van toepassing zal zijn. In een mondiale transactie is de situatie overigens minder duidelijk. Vervolgens zal ik de kritiek op deze regelingen vanuit empirisch perspectief bespreken. Daarbij ga ik in op de vraag of de platformeconomie nieuwe eisen stelt aan de controle op algemene voorwaarden.

1. De controle op algemene voorwaarden

Met de industrialisering is ook de standaardisering van contracten opgekomen. Door de massaproductie ontstonden massa-overeenkomsten en die vroegen om standaardisering, zodat niet meer over iedere overeenkomst onderhandeld hoefde te worden.⁷ Die standaardisering resulteerde in algemene voorwaarden, waarin de verkoper of leverancier eenzijdig de inhoud van de overeenkomst bepaalde zonder dat hij onderhandelde over de inhoud van de overeenkomst met de consument. Deze algemene voorwaarden legde de verkoper of afnemer eenzijdig op aan de consument.⁸ Deze situatie wijkt af van de uitgangspunten in het algemene contractenrecht. Een van die uitgangspunten is dat een overeenkomst tot stand komt door wilsovereenstemming tussen contractspartijen⁹, nadat zij over de inhoud van de overeenkomst hebben onderhandeld. Als een verkoper of leverancier algemene voorwaarden hanteert, heeft de consument niet de mogelijkheid om over de inhoud van de overeenkomst te onderhandelen. De consument heeft slechts de keuze tussen het wel of niet sluiten van de overeenkomst.

Nu geen sprake is van twee gelijkwaardige partijen die een overeenkomst sluiten, is de algemene opvatting dat de zwakkere partij, de consument, beschermd moet worden.¹⁰ Daartoe is in de laatste twee decennia van de vorige eeuw regelgeving vastgesteld in Nederland en de Europese Unie. In 1992 is bij de invoering van het BW Afdeling 3 Titel 5 Boek 6 gewijd aan algemene voorwaarden.

⁵ Hondius (1978), p. 293 e.v.

⁶ Verordening No. 593/2008 van 17 juni 2008 inzake het recht dat van toepassing is op verbintenissen uit overeenkomst (Rome I), *PbEUL* 177/6.

⁷ Asser/Hartkamp & Sieburgh 6-III 2014/458; Kessler (1943) p. 629, 631; Hijma (2016), nr. 1.

⁸ Asser/Hartkamp & Sieburgh 6-III 2014/459; Hondius (1978) p. 294; Hijma, (2016), nr. 1. Verg. Nieuwenhuis (1979) p. 133 e.v.

⁹ Asser/Hartkamp & Sieburgh 6-III 2014/40, 164, 189.

¹⁰ Hijma, nr. 1, 3 e.v.

Overigens is deze afdeling van toepassing op iedere overeenkomst die algemene voorwaarden bevat. Specifieke regels voor b2c-overeenkomsten zijn opgenomen in de artt. 6:236, 6:237 en 6:238 BW.

Daarnaast is in 1993 de Richtlijn oneerlijke bedingen vastgesteld door de Raad. De Richtlijn beschermt consumenten tegen oneerlijke bedingen, welke niet bindend zijn (art. 6). Deze richtlijn bevat minimum harmonisatie. Dit betekent dat een lidstaat strengere regels mag vaststellen ter bescherming van de consument tegen oneerlijke bedingen in algemene voorwaarden. De Nederlandse wetgever heeft aanpassing van het Nederlandse recht niet of nauwelijks nodig geacht om de Richtlijn oneerlijke bedingen te implementeren met als gevolg dat er nu twee begrippenkaders zijn.¹¹ Zo kan een beding in algemene voorwaarden op grond van het BW onredelijk bezwarend zijn, terwijl op grond van de Richtlijn de term oneerlijk wordt gebezigd. Als een beding in algemene voorwaarden binnen het toepassingsgebied van de Richtlijn oneerlijke bedingen valt, moeten de regels van het BW richtlijn conform worden uitgelegd. Dit is het geval als het gaat om een beding in een b2c-overeenkomst waarover partijen niet hebben onderhandeld.¹² Indien het beding binnen het toepassingsgebied van de Richtlijn oneerlijke bedingen valt, moet de rechter deze regels ambtshalve toepassen en als het beding oneerlijk is in de zin van de Richtlijn, het beding ambtshalve vernietigen, aldus het Hof van Justitie van de Europese Unie.¹³

Een beding kan onder de regels van het BW worden vernietigd als het onredelijk bezwarend is (art. 6:233a BW) of als de algemene voorwaarden niet voor het sluiten van de overeenkomst aan de consument ter hand zijn gesteld (art. 6:233 b BW). Daarnaast bevat het BW ook de zogenaamde zwarte en grijze lijst (art. 6:236, 6:237 BW) die alleen van toepassing zijn bij b2c-overeenkomsten. Op de grijze lijst staan bedingen die vermoed worden onredelijk bezwarend te zijn, op de zwarte lijst staan bedingen die onredelijk bezwarend zijn.

Hierna ga ik er vanuit dat de algemene voorwaarden onderdeel van een overeenkomst zijn. De vraag of en hoe algemene voorwaarden algemene voorwaarden deel uitmaken van een overeenkomst zal ik niet bespreken.¹⁴

Informatieplicht

Onder het BW is een beding in algemene voorwaarden vernietigbaar als de verkoper of leverancier de consument niet heeft geïnformeerd over de algemene voorwaarden (art. 6:233 sub b, art. 6:234 BW).¹⁵ De algemene voorwaarden moet de consument voordat hij de overeenkomst sluit op zodanige

¹¹ Asser/Hartkamp & Sieburgh 6-III 2014/462.

¹² Vgl. bijvoorbeeld: HR 13 september 2013, NJ 2014/27 m. nt. H.B. Krans (Heesakkers/Voets), m. nt. M.B.M. Loos, TvC 2013-6, p. 265, m. nt. R.R.M. de Moor, TvC 2013-6, p. 269. Zie over dit arrest en de verhouding tussen dit arrest en de jurisprudentie van het HvJ: A.S. Hartkamp, Ambtshalve toepassing van art. 6:233 BW (onredelijk bezwarende bedingen) volgens HR 13 september 2013, RvdW 2013/1060 (Heesakkers/Voets) WPNR 23 november 2013/6996, p. 1057.

¹³ HvJ EU 30 mei 2013, zkr C- 488/11, ECLI:EU:C:2013:341, NJ 2013/487 m. nt. M.R. Mok (Asbeek Brusse); HR 13 september 2013, NJ 2014/27 m. nt. H.B. Krans (Heesakkers/Voets). Hof van Justitie van de Europese Unie hierna ook: Hof van Justitie.

¹⁴ Zie hierover: Asser/Hartkamp & Sieburgh 6-III 2014/470; Hijma (2016) nr. 19 e.v.

¹⁵ Hijma (2016) nr. 35 e.v.; Loos (2013) nr. 106.

wijze ter hand zijn gesteld dat hij de gelegenheid heeft om deze tot zich te nemen om vervolgens weloverwogen een besluit te nemen of hij de overeenkomst wil sluiten onder deze voorwaarden.¹⁶ Deze functie van de regel wordt ook wel de besluitvormingsfunctie genoemd.¹⁷ Daarnaast heeft deze regel ook de zogenaamde dossierfunctie. Dit houdt in dat de consument de algemene voorwaarden moet kunnen raadplegen om zijn positie te kunnen bepalen bij een probleem.¹⁸ Voor elektronische overeenkomsten is een aparte regel gegeven in art. 6:234 BW. De algemene voorwaarden moeten de consument op zodanige wijze ter hand worden gesteld, dat de consument deze kan bewaren om ze in de toekomst gemakkelijk te kunnen raadplegen (art. 6:234 lid 2 BW).¹⁹ Algemene voorwaarden die op een website zijn geplaatst en die niet kunnen worden gedownload, voldoen bijvoorbeeld niet aan deze eis.²⁰ De ratio van deze regel is het informed consent.²¹ De consument moet voordat hij de overeenkomst sluit, op de hoogte zijn van de inhoud van de overeenkomst.

Het Hof van Justitie leidt een vergelijkbare regel af uit een overweging in de considerans in samenhang met art. 5 Richtlijn oneerlijke bedingen.²² Deze bepaling bevat onder meer het transparantiebeginsel en de contra-proferentem-regel. Deze laatste houdt in dat een beding dat onduidelijk is geformuleerd in het voordeel van de consument moet worden uitgelegd. Het transparantiebeginsel houdt in dat een beding duidelijk en begrijpelijk moet zijn. De ratio is dezelfde als onder het Nederlandse recht. Door de consument voorafgaand aan het sluiten van de overeenkomst de algemene voorwaarden aan te bieden, kan de consument weloverwogen besluiten of hij deze overeenkomst wil sluiten.

Met andere woorden, zowel de Nederlandse wetgever als het Hof van Justitie gaat er vanuit dat een consument de algemene voorwaarden leest voordat hij een overeenkomst sluit. Door de leverancier of verkoper te verplichten om de consument te informeren over de algemene voorwaarden voor het sluiten van de overeenkomst, wordt de consument beschermd jegens deze verkoper of leverancier.

Inhoudscontrole

Daarnaast is er de inhoudscontrole van algemene voorwaarden. De inhoudscontrole in het BW is neergelegd in de art. 6:233 sub a, 6:236 en 6:237 BW, in de Richtlijn oneerlijke bedingen in de artikelen 3, 4 lid 2 en 5. Op grond van art. 6:233a BW is een beding vernietigbaar als het onredelijk bezwarend is in het licht van – kort gezegd – alle omstandigheden van het geval. Hierbij moet onder meer gedacht worden aan de belangen van partijen en hoe algemene voorwaarden tot stand zijn gekomen.

¹⁶ Asser/Hartkamp & Sieburgh 6-III 2014/477; Hijma (2016) nr. 35 e.v.; Loos (2013) nr 106 e.v.

¹⁷ Hijma (2016) nr. 35.

¹⁸ Hijma (2016) nr. 35 e.v.; Loos (2013) nr. 106 e.v.

¹⁹ Asser/Hartkamp & Sieburgh 6-III 2014/477; Hijma (2016) nr. 41a; Loos (2013) nr. 141 e.v. Ik ga hier niet in op de vraag of voor dienstverleners een beperktere informatieplicht geldt. Als art. 6:233b en art. 6:234 richtlijn conform wordt geïnterpreteerd, lijkt mij dat het voor dienstverleners niet volstaat om de algemene voorwaarden slechts op de website te plaatsen. Vgl. Hijma (2016) nr. 41a, Schaub.

²⁰ Hijma (2016) nr. 41a; Loos (2013) nr. 148.

²¹ Hijma (2016) nr. 35; Loos (2013) nr. 106.

²² HvJ EU 26 april 2012, zkr C-472/10 (Invitel) nr. 27; HvJ EU 12 maart 2013, zkr C-92/11 (RWE); HvJ EU 16 januari 2014, zkr C-226/12 (Constructora Principado SA/J. I. Menéndez Álvarez) nr. 24

Op grond van de Richtlijn oneerlijke bedingen is een oneerlijk beding niet bindend (art. 6). De oneerlijkheidstoets van de Richtlijn is uitgewerkt in drie afzonderlijke toetsen, te weten de goede trouw toets, de vraag of het beding tot een aanzienlijke verstoring in rechten en verplichtingen van partijen leidt ten nadele van de consument (art. 3 lid 1) en de transparantie-toets (art. 5).²³ Deze toetsen moeten worden toegepast op het moment dat de overeenkomst tot stand komt, waarbij alle omstandigheden op het moment van de totstandkoming in aanmerking moeten worden genomen (art. 4). Deze toetsen zijn uitgewerkt door het Hof van Justitie in zijn jurisprudentie.

In 2013 heeft het Hof van Justitie in het arrest Aziz de eerste twee toetsen uitgelegd. Van een sterke aanwijzing voor strijd met de goede trouw is sprake als een consument die had onderhandeld over het betreffende beding, deze niet aanvaard zou hebben.²⁴ Een belangrijke indicatie dat er een aanzienlijke verstoring van het evenwicht tussen partijen ten nadele van de consument is, kan blijken uit een vergelijking van het beding met de regels die van toepassing zouden zijn geweest bij gebreke/bij afwezigheid van het beding.²⁵ Als het beding afwijkt van de anders toepasselijke regels, wordt aangenomen dat er een aanwijzing is voor een aanzienlijke verstoring in het evenwicht is ten nadele van de consument.²⁶

Het transparantiebeginsel houdt in dat een beding duidelijk en begrijpelijk is. Dit betekent, naar het oordeel van het Hof van Justitie, niet alleen dat het beding grammaticaal en taalkundig correct is, maar ook dat een consument de economische gevolgen van een beding kan voorzien.²⁷ Om te bepalen of een beding aan deze eisen voldoet, gebruiken de kamers van het Hof van Justitie verschillende maatstaven. Zo hanteert de eerste kamer van het Hof van Justitie de consument als maatman²⁸, terwijl de vierde en de negende kamers de gemiddelde consument nemen als maatman.²⁹ De gemiddelde consument is een homo economicus, een mens die alle informatie tot zich neemt, rationeel nadenkt en dan weloverwogen een besluit neemt.

Refit-geschiktheidscontrole

De regels in het BW en Richtlijn 93/13 zijn tot stand gekomen in een tijd dat consumenten nog niet via internet zaken kochten of diensten afnamen, laat staan iets kochten of een dienst afnamen via een platform. Dit doet de vraag rijzen of deze regels met betrekking tot algemene voorwaarden nog

²³ HvJ EU 28 juli 2016, zk C-191/15, ECLI:EU:C:2016:612 (Verein für Konsumenteninformation/Amazon EU Sàrl).

²⁴ HvJ EU 14 maart 2013, zk C-415/11, ECLI:EU:C:2013:164, NJ 2013/374 mt nt. M.R. Mok (Aziz). Zie over deze toetsen bijvoorbeeld: HvJ EU 26 januari 2017, zk C-421/14, ECLI:EU:C:2017:60 (Banco Primus SA/J. Gutiérrez García); HvJ EU 20 september 2017, zk C-186/16, ECLI:EU:C:2017:703 (R.P. Andriuc e.a./Banca Românească).

²⁵ HvJ EU 14 maart 2013, zk C-415/11, ECLI:EU:C:2013:164, NJ 2013/374 mt nt. M.R. Mok (Aziz).

²⁶ HvJ EU 14 maart 2013, zk C-415/11, ECLI:EU:C:2013:164, NJ 2013/374 mt nt. M.R. Mok (Aziz).

²⁷ HvJEU 30 april 2014, zk C-26/13, ECLI:EU:C:2014:282 (Kásler); HvJ 23 april 2015, ECLI:EU:C:2015:262 (Jean Claude van Hove); HvJ EU 20 september 2017, zk C-186/16, ECLI:EU:C:2017:703 (R.P. Andriuc e.a./Banca Românească).

²⁸ C-342/13, Sebestyén/Zsolt Csaba Kóvári, OTP Bank, ECLI:EU:C:2014:1857, 33. De volgende auteurs verdedigen de consument als maatman en niet de gemiddelde consument: H. Collins, Good Faith in European Contract Law, *OJLS* 14(1994) 248, Loos (2015) *ERPL* 188; H. Unberath, A. Johnston, 'The double-headed approach of the ECJ concerning consumer protection', 44(2007) *CML Rev* 1262. Verg. H.-W. Micklitz et al. (eds.), *Cases, Materials and Text on Consumer Law* (Oxford: Hart Publishing, 2010) p. 38

²⁹ HvJ EU 30 april 2014, zk C-26/13, ECLI:EU:C:2014:282 (Kásler); HvJ EU 23 april 2015, ECLI:EU:C:2015:262 (Jean Claude van Hove); HvJ EU 20 september 2017, zk C-186/16, ECLI:EU:C:2017:703 (R.P. Andriuc e.a./Banca Românească)

voldoen in het internet-tijdperk. De Europese Commissie heeft deze vraag ook gesteld in het kader van de digitale eengemaakte markt, één van de prioriteiten van de Commissie Juncker toen zij aantrad.³⁰ Zij heeft opdracht gegeven tot een Refit-geschiktheidscontrole van de consumenten- en marketingwetgeving van de EU.³¹ Ook de Richtlijn oneerlijke bedingen viel binnen het bereik van deze evaluatie. De uitkomst van deze evaluatie, gepubliceerd in mei 2017, was dat de richtlijnen ook voldoen in een internet-tijdperk.³² Waar het echter aan schort, is de handhaving.³³ De Europese Commissie heeft voorstellen gedaan voor regelgeving die onder meer bewerkstelligen dat de regels beter gehandhaafd kunnen worden.³⁴ Met betrekking tot de Richtlijn oneerlijke bedingen houdt dit in dat de lidstaten sancties moeten vaststellen die 'doeltreffend, evenredig en afschrikkend' zijn. Die sancties kunnen onder meer een geldboete zijn. Daarnaast kan de instantie die de straf oplegt, rekening houden met 'wijdverbreide' inbreuken en inbreuken met een EU-dimensie (art. 3).³⁵ Opvallend is dat in de refit-geschiktheidscontrole niet of nauwelijks wordt ingegaan op de handhaving van de Europese regels jegens grote tech-bedrijven die buiten de EU gevestigd zijn noch op de taalaspecten van algemene voorwaarden. Ook wordt niet ingaan op de drie-partij-verhouding die de platform economie kenmerkt, terwijl zowel de Richtlijn oneerlijke bedingen als de regels in het BW uitgaan van een transactie tussen twee partijen.

2. Andere perspectieven op algemene voorwaarden

Andere perspectieven op het transparantiebeginsel

Zoals gezegd leidt het Hof van Justitie uit het transparantiebeginsel af dat de algemene voorwaarden voor het sluiten van de overeenkomst aan de consument moeten worden overhandigd, zodat deze de voorwaarden kan lezen en weloverwogen een besluit kan nemen over het sluiten van de overeenkomst. Voorwaarde is wel dat het beding begrijpelijk en duidelijk is. Dit houdt in dat de taal grammaticaal en letterkundig correct is en de gemiddelde consument de economische gevolgen van het beding kan overzien.

Deze verschillende aspecten van het transparantiebeginsel zijn getoetst in empirisch en ander onderzoek. Zo is nagegaan of een consument algemene voorwaarden leest. Uit Amerikaans empirisch onderzoek van Bakos, Marotta-Wurgler en Trossen blijkt dat slechts één of twee op de

³⁰ Mededeling van de Commissie, Strategie voor een digitale eengemaakte markt voor Europa, Brussel, 6 mei 2015, COM(2015) 192 def.

³¹ Commission Staff Working Document, Report of the Fitness Check on Directive 2005/29/EC (...); Council Directive 93/13/EEC (...); Directive 98/6 EC (...); Directive 1999/44/EC (...); Directive 2000/9/22/EC (...); Directive 2006/114/EC (...) Brussel, 23 mei 2017, SWD(2017) 209 final; Mededeling Een "new deal" voor consumenten, Brussel 11 april 2018, COM(2018) 183 final.

³² Voorstel voor een Richtlijn tot wijziging van Richtlijn 93/13/EEG (...), Richtlijn 98/6/EG (...), Richtlijn 2005/29/EG (...) en Richtlijn 2011/83/EU (...) wat betreft betere handhaving en modernisering van de regels voor consumentenbescherming in de EU, Brussel, 11 april 2018, COM (2018) 185 final, p. 2.

³³ SWD(2017) 209 final, p. 75; 85 e.v.; COM (2018) 183 final, p. 3; COM (2018) 185 final, p. 2.

³⁴ COM (2018) 185 final.

³⁵ Art. 3, Voorstel voor een Richtlijn tot wijziging van Richtlijn 93/13/EEG, Richtlijn 98/6/EG, Richtlijn 2005/29/EG en Richtlijn 2011/83/EU wat betreft betere handhaving en modernisering van de regels voor consumentenbescherming in de EU, Brussel, 11 april 2018, COM (2018) 185 final, p.43.

duizend mensen die software online hebben gekocht en een software license overeenkomst hebben gesloten, de algemene voorwaarden aanklikken.³⁶ Als ze de algemene voorwaarden al hebben bekeken, dan zijn vervolgens ze te kort op de site om de algemene voorwaarden goed te kunnen lezen of bestuderen. Daarbij moet bedacht worden dat algemene voorwaarden veel tekst bevatten. Het gemiddelde aantal woorden van de algemene voorwaarden van de software licence overeenkomsten die Marotta-Wurgler onderzocht, was 1.500 woorden;³⁷ de algemene voorwaarden van Airbnb bevatten ongeveer 30.000 woorden in het Engels. Overigens betoogt Ben-Sahar dat het zeer rationeel is van de consument om de algemene voorwaarden niet te lezen.³⁸ Alleen in een zeer klein aantal transacties ontstaan conflicten, waarbij de algemene voorwaarden een rol spelen. Het is daarom efficiënt dat een consument zich niet om algemene voorwaarden bekommert.

Een ander aspect van het transparantiebeginsel is of de tekst duidelijk en begrijpelijk is voor de consument die de algemene voorwaarden leest. In de literatuur is de vraag gesteld aan welk leesniveau van een consument de algemene voorwaarden moeten voldoen. Moet een laaggeletterde bijvoorbeeld algemene voorwaarden kunnen begrijpen? Engelse onderzoekers hebben onderzocht welk leesniveau vereist is om algemene voorwaarden (in het Engels) van electriciteitsbedrijven die in het Verenigd Koninkrijk actief zijn, te kunnen begrijpen.³⁹ Zij hebben algemene voorwaarden van zestien electriciteitsbedrijven onderzocht; geen enkele set algemene voorwaarden kon worden gelezen door een functioneel geletterde.⁴⁰ Alle andere voorwaarden vereisten een hoger leesniveau. Deze onderzoekers stellen dat de algemene voorwaarden tenminste begrijpelijk moet zijn voor een functioneel geletterde. Voor het Nederlands omschrijft het Expertisecentrum Taal een functioneel geletterde als personen die

'in staat moeten zijn geschreven taal te hanteren in alle voorkomende maatschappelijke situaties. Ze moeten in staat zijn verkeersborden juist te interpreteren, een spoorboekje te gebruiken, ondertiteling op de televisie te begrijpen, een handleiding te lezen, enzovoort.'⁴¹

Voor de Nederlandse situatie betekent dit dat deze persoon een AVI 9 niveau van lezen heeft.⁴²

Binnen het overlegkader van de SER worden de algemene voorwaarden herschreven, zodat zij begrijpelijker zijn voor de consument. Een voorbeeld hiervan zijn de algemene bankvoorwaarden. Mij is niet bekend of daarbij wordt uitgegaan van een bepaald leesniveau voor de gemiddelde consument.

Anders dan de Engelse onderzoekers gaat het Hof van Justitie niet in op het leesniveau van de consument noch in welke taal de consument de algemene voorwaarden leest. Een consument die een Nederlandstalige website van Airbnb bezoekt, wordt geconfronteerd met algemene voorwaarden

³⁶ Bakos, Marotta-Wurgler & Trossen (2014).

³⁷ Moratta-Wurgler (2007) p. 677, 694.

³⁸ Ben-Sahar (2009) p. 18.

³⁹ Luger, Moran & Rodden (2013), p. 2690 e.v. Met dank aan Berber Laarman, die mij op deze discussie wees.

⁴⁰ Luger, Moran & Rodden (2013), p. 2691.

⁴¹ http://www.lesintaal.nl/documents/doc_32752.htm.

⁴² http://www.lesintaal.nl/documents/doc_32752.htm.

in het Engels. In hoeverre voldoen dergelijke algemene voorwaarden aan het transparantiebeginsel als de voertaal van de website een andere dan die van de gebruiker is? Kan in die situatie dezelfde eisen aan het leesniveau van de gemiddelde consument worden gesteld als wanneer het een persoon betreft die de algemene voorwaarden in zijn moedertaal leest? Op deze vraag wordt niet of nauwelijks ingegaan in de literatuur.

Een derde aspect van het transparantiebeginsel is de gemiddelde consument als maatman volgens de jurisprudentie van het Hof van Justitie. De notie van de gemiddelde consument is aanvankelijk ontwikkeld in het kader van het vrij verkeer van goederen.⁴³ In die zaken ging het om de vraag of een inbreuk op het vrij verkeer van goederen gerechtvaardigd kan zijn door nationale regelgeving die tot doel heeft om de consument te beschermen. Kort gezegd, als de gemiddelde consument niet in verwarring wordt gebracht door de marketing uiting, is de inbreuk op het vrij verkeer van goederen niet gerechtvaardigd vanwege consumentenbescherming. Deze gemiddelde consument is vervolgens gecodificeerd in de Richtlijn oneerlijke handelspraktijken.⁴⁴ In considerans 18 bij de deze richtlijn wordt de gemiddelde consument omschreven als de: 'redelijk geïnformeerde, omzichtige en oplettende consument'.

In het kader van de Richtlijn oneerlijke handelspraktijken is veel kritiek op de notie van de gemiddelde consument, omdat het Hof van Justitie uitgaat van de homo economicus, een rationeel handelende persoon. De voornaamste kritiek is dat deze gemiddelde consument niet bestaat.⁴⁵ Deze schrijvers baseren dit op het onderzoek van Kahnemann, Tversky, Thaler, Sunstein en anderen.⁴⁶ Uit dit onderzoek blijkt dat consumenten zien wat zij verwachten te zien, daarnaast speelt het geheugen een belangrijke rol bij het gedrag van mensen.⁴⁷ Op basis van ervaringen in het verleden, vormen zij zogenaamde vuistregels, die zij toepassen op nieuwe situaties, waar zij niet altijd geschikt voor zijn.⁴⁸ Al deze schrijvers betogen dat voor de interpretatie van de gemiddelde consument inzichten uit het gedragswetenschappelijk onderzoek moeten worden gebruikt, omdat de gemiddelde consument zoals gedefinieerd door het Hof van Justitie sterk afwijkt van de reële consument.⁴⁹

Zo hebben Purhagen en Van Herpen een experiment uitgevoerd, waaruit zij aanwijzingen afleiden dat inzichten uit de gedragswetenschappen het concept van de gemiddelde consument verrijken. Zij hebben een situatie vergelijkbaar met die van het Mars-arrest⁵⁰ nagebootst. In dat arrest ging het om de vraag of een inbreuk op het vrij verkeer van goederen gerechtvaardigd kan worden vanwege consumentenbescherming. Op een Mars-wikkel was de tekst '10 % extra' afgedrukt. De ruimte die deze tekst in beslag nam op de wikkel was ongeveer 30 % van de wikkel. Een Duitse

⁴³ Helleringer & Sibony (2017) p. 616 e.v.; Incardona & Poncibò (2007) p. 29 ev.. Vgl. Purhagen & van Herpen (2017) p. 218; Trzaskowski (2011) p. 382 e.v.

⁴⁴ Richtlijn 2005/29/EG van 11 mei 2005 betreffende oneerlijke handelspraktijken van ondernemingen jegens consumenten op de interne markt, Pb EG 2005, L 149/22. Hierna: Richtlijn oneerlijke handelspraktijken. Zie Verkade (2016) nr. 29 e.v.

⁴⁵ Incardona & Poncibò (2007) p. 31; Trzaskowski (2011) p. 383, 387. Verg. Helleringer & Sibony (2017) p. 629 e.v

⁴⁶ Incardona & Poncibò (2007) p. 30 e.v.

⁴⁷ Incardona & Poncibò (2007) p. 32

⁴⁸ Incardona & Poncibò (2007) p. 32

⁴⁹ Incardona & Poncibò (2007); Purhagen & Van Herpen (2017); Trzaskowski (2011).

⁵⁰ HvJ, 6 juli 1995, Jur. 1995 I-1923, zK C-470/93, (Verein gegen Unwesen in Handel und Gewerbe Köln e.V./Mars GmbH).

consumentenorganisatie verzocht om een verbod van het gebruik van een dergelijke wikkel op grond van Duitse regelgeving, omdat het de consument zou misleiden. Het Hof van Justitie oordeelde dat deze Duitse regels een inbreuk op het vrij verkeer van goederen vormden en niet gerechtvaardigd waren onder de rule of reason, omdat een rationeel handelende consument hierdoor niet in de war zou raken. Purhagen en Van Herpen hebben studenten onder andere een pak koffie met de tekst '10 % extra' in geel op de verpakking getoond, terwijl die tekst overeenkwam met 28 % van de verpakking en een pak koffie, waarin de tekst '10 % extra' overeenkwam met 10 % van de verpakking. Anders dan het Hof van Justitie oordeelde in de Mars-uitspraak, bleek dat de studenten die visueel meer aangeboden kregen op de wikkel dan de daadwerkelijke 10 % misleid werden. De auteurs verklaren dit aan de hand van het *anchoring* effect. Dit houdt in dat een persoon schattingen maakt op grond van een waarde, die bepalend is voor de uiteindelijke schatting.⁵¹

Uit het bovenstaande blijkt dat vraagtekens geplaatst kunnen worden bij de transparantie-toets zoals het Hof van Justitie die heeft vorm gegeven. Ditzelfde geldt voor de verplichting om voor het aangaan van de overeenkomst de algemene voorwaarden de consument ter hand te stellen, zodat deze weloverwogen een besluit neemt over het sluiten van de overeenkomst. Dit leidt tot de vraag of er vanuit mag worden gegaan dat een overeenkomst tot stand komt door wilsovereenstemming als de praktijk leert dat een consument de algemene voorwaarden niet leest.

Transparantiebeginsel en de platformeconomie

De feiten die leidden tot de arresten over het transparantiebeginsel betroffen vooral financiële dienstverlening. Het Hof van Justitie heeft in die gevallen geoordeeld dat een consument op grond van de tekst van een beding de financiële gevolgen van een beding moet kunnen overzien. In de platformeconomie spelen niet alleen financiële belangen een rol, maar is het van belang dat gebruikers van een platform inzicht hebben welke diensten een platform onder welke omstandigheden aanbiedt.⁵² Zo is vaak onduidelijk hoe een platform de diensten van een gebruiker aanbiedt en op welke plaats op de website. Daarnaast geven de platformen onvoldoende informatie over hun algoritmen en verkopers weten onvoldoende wat hun te wachten staat.⁵³ Ook bevatten veel platforms eigen conflictoplossingsmechanismes, waarmee de gebruikers de facto de gang naar de rechter wordt ontnomen.⁵⁴ Deze problemen zijn er niet alleen voor consumenten die gebruiker zijn van een platform maar ook voor bedrijven die de platformen gebruiken. Smorto betoogt dat er nieuwe informatie ongelijkheden ontstaan en dat dit vraagt om nieuwe regelgeving, omdat ook de andere gebruikers beschermd moeten worden in hun verhouding tot een platform. Daarnaast kunnen de platformen door middel van de algemene voorwaarden de inhoud van de overeenkomst tussen de gebruikers onderling bepalen. Ditzelfde geldt ook voor de informatie die wordt gewisseld tussen de gebruikers van het platform door het ontwerp van de websites. Dit alles doet de vraag rijzen of de

⁵¹ Purhagen & Van Herpen (2017) p. 220.

⁵² Vgl. Smorto (2018) p. 17 e.v.

⁵³ Smorto (2018) p. 7.

⁵⁴ Radin (20...); Smorto (2018) p. 13.

huidige regels betreffende algemene voorwaarden wel geschikt zijn om de verhouding tussen een platform en de gebruikers te reguleren.

Gevolgen van leesbare algemene voorwaarden

Van Boom, Desmet en Van Dam hebben onderzocht wat de gevolgen zijn van de mate van leesbaarheid van de algemene voorwaarden als zich een conflict voordoet tussen een consument en een bedrijf dat algemene voorwaarden gebruikt.⁵⁵ De onderzoekers hebben gebruik gemaakt van het feit dat recentelijk een aantal verzekeringsmaatschappijen hun algemene voorwaarden hebben veranderd zodat deze beter zijn te begrijpen. Met als gevolg dat zij twee sets algemene voorwaarden konden gebruiken: een makkelijker leesbare set en een ingewikkelder leesbare set algemene voorwaarden. De algemene voorwaarden verschilden alleen in het niveau van de taal; de inhoud, de lay-out en het lettertype waren hetzelfde.⁵⁶

Op grond van drie aannames, die zij hebben afgeleid uit de literatuur, hebben zij experimenten uitgevoerd.⁵⁷ De eerste aanname was dat de consument meer vertrouwen heeft als de algemene voorwaarden leesbaarder zijn met als gevolg dat de consument meer verwacht bij de uitvoering van de overeenkomst.⁵⁸ Als tweede aanname gold dat als de consument wordt geschaad in zijn vertrouwen, de consument sneller bereid is om tot actie over te gaan. Dit leidde tot de derde aanname: betere leesbaarheid leidt meer bereidwilligheid om conflicten te beginnen.

Aan 1542 deelnemers, die allen een rijbewijs hadden, werd verteld dat zij een auto-ongeluk hadden gehad, terwijl zij zelf reden. Vervolgens werd hun een van de twee sets algemene voorwaarden overhandigd en ontvingen de verzekerden een weigeringsbrief van hun verzekeraar, omdat de schade niet werd gedekt door de verzekering. Deze was namelijk het gevolg van roekeloos rijden, wat expliciet is uitgesloten van de dekking.⁵⁹ De bevindingen waren dat de verzekerden die de makkelijke polis onder ogen hadden gekregen, deze inderdaad makkelijker vonden om te lezen en ook verwachtten dat een groter gedeelte van de schade vergoed zou worden. Dit was een reden voor deze groep om meer en vaker juridisch advies in te winnen, om zelf een procedure te beginnen of een advocaat in te schakelen die een procedure voor hen zou kunnen beginnen.⁶⁰ Er was geen direct verband tussen de leesbaarheid en het beginnen van juridische procedures.⁶¹

Uit dit onderzoek blijkt dat een betere leesbaarheid van algemene voorwaarden gevolgen heeft voor het gedrag van consumenten.

De gevolgen van oneerlijke bedingen in algemene voorwaarden

⁵⁵Van Boom e.a. (2017) p. 187 e.v.

⁵⁶ Van Boom e.a. (2017) p. 192.

⁵⁷ Van Boom e.a. (2017) p. 191.

⁵⁸ Van Boom e.a. (2017) p. 190.

⁵⁹ Van Boom e.a. (2017) p. 193.

⁶⁰ Van Boom e.a. (2017) p. 194 e.v.

⁶¹ Van Boom e.a. (2017) p. 194 e.v.

Uit onderzoek blijkt dat de algemene voorwaarden van Google, Facebook, Amazon en WhatsApp oneerlijke of onredelijk bezwarende bedingen bevatten.⁶² Oneerlijk zijn bijvoorbeeld bedingen met betrekking tot eenzijdige wijzigingen van de voorwaarden door het bedrijf of een eenzijdige wijziging van de dienst die het levert.⁶³ Dit doet de vraag opkomen of het schadelijk is voor consumenten als oneerlijke bedingen zijn opgenomen in algemene voorwaarden. Vaak is de redenering 'baat het niet, schaadt het ook niet'.

In haar paper 'The Perverse Consequences of Disclosing Standard Terms' betoogt Tess Wilkinson-Ryan dat oneerlijke bedingen inderdaad slecht zijn voor de positie van de consument.⁶⁴ Zij benadert deze vraag vanuit een rechtspsychologisch perspectief. De perceptie van leken op het contractenrecht en algemene voorwaarden is interessant, omdat de b2c-overeenkomsten worden gesloten door leken zonder juridische bijstand.⁶⁵ Als bekend is hoe zij tegen bepaalde regels of fenomenen aankijken, kan beter ingeschat worden of de regels die tot doel hebben om deze leken te beschermen ook daadwerkelijk dat doel bereiken.

Het uitgangspunt van Wilkinson is dat contracten een moreel en sociaal gewicht hebben voor mensen. Dit baseert zij op eerder onderzoek.⁶⁶ Dit heeft ook gevolgen voor algemene voorwaarden. Mensen voelen zich gebonden aan algemene voorwaarden, omdat deze deel uitmaken van een overeenkomst.⁶⁷ Aan een overeenkomst voelen mensen zich moreel en juridisch gebonden, omdat zij een overeenkomst zien als een specifieke categorie van beloftes.⁶⁸ En, beloftes moet je nakomen. Beloofd is beloofd. Voor leken is contacteren het formaliseren van een relatie door het ondertekenen van de overeenkomst. De overeenkomst heeft tot gevolg dat mensen zich meer gebonden voelen om beloftes of verplichtingen na te komen ongeacht of er juridische sancties zijn.⁶⁹ Anders gezegd, een overeenkomst heeft invloed op het gedrag van mensen. Na het sluiten van de overeenkomst gaan zij anders met elkaar om dan ervoor. Na de totstandkoming van de overeenkomst, nemen mensen minder voorzorgsmaatregelen, gaan zij minder op zoek naar informatie over de markt en over elkaar. Dit heeft ook gevolgen voor het gedrag van mensen als een oneerlijk beding in algemene voorwaarden is opgenomen. Dit blijkt uit experimenten die zij heeft uitgevoerd.

⁶² Loos & Luzak (2016) p. 63. Smorto (2018) p. 11 e.v. Zie ook: HvJ EU 28 juli 2016, zkr C-191/15, ECLI:EU:C:2016:612 (Verein für Konsumenteninformation/Amazon EU Sàrl), waarin het Hof van Justitie bepaalde eisen stelde aan een rechtskeuzebeding in algemene voorwaarden. Het door Amazon gebruikte beding voldeed daar niet aan. Zie over deze uitspraak: A.A.H van Hoek, Eén voor allen en allen voor één: individuele versus collectieve handhaving van het consumentenrecht in het IPR, AA 2016, nr. 12; G. Rühl, The unfairness of choice-of-law clauses, or: The (unclear) relationship between Article 6 Rome I Regulation and the Unfair Terms in Consumer Contracts Directive: *VKI v. Amazon*, *CMLRev.* 2018 (55) p. 201-224; J.W. Rutgers, Judicial Decisions on Private International Law, *Netherlands International Law Review*, No.1, http://link.springer.com/article/10.1007/s40802-017-0084-3?wt_mc=Internal.Event.1.SEM.ArticleAuthorOnlineFirst.

⁶³ Loos & Luzak (2016) p. p. 68 e.v.

⁶⁴ Wilkinson-Ryan (2017).

⁶⁵ Wilkinson-Ryan & Hoffman (2015) p. 1271.

⁶⁶ Wilkinson-Ryan & Hoffman (2015) p. 1269.

⁶⁷ Wilkinson-Ryan (2017) p. 146 e.v.

⁶⁸ Vgl. Wilkinson-Ryan (2017) p. 149.

⁶⁹ Wilkinson-Ryan (2017) p. 148.

Aan personen heeft zij in een aantal experimenten een bedrijfsbeleid in verschillende vormen voorgelegd.⁷⁰ Een groep kreeg het bedrijfsbeleid voorgelegd in de vorm van algemene voorwaarden, een andere groep in de vorm van een afzonderlijke mededeling op de website. Uit deze experimenten blijkt dat personen een bedrijfsbeleid dat wordt gepresenteerd in de vorm van algemene voorwaarden anders percipiëren dan een bedrijfsbeleid dat als een tekst op een website wordt geplaatst. De algemene voorwaarden worden gezien als juridisch geldend, de informatie op de website niet.⁷¹ Een ander interessant aspect van deze experimenten is dat een consument die de algemene voorwaarden niet heeft gelezen, zich zelf ziet als degene die in gebreke is gebleven. Omdat zij de voorwaarden niet hebben gelezen, achten zij zich gebonden aan de algemene voorwaarden, hoe oneerlijk of onredelijk bezwarend ook. Als zij immers de voorwaarden hadden gelezen, hadden ze weet kunnen hebben van de oneerlijke bedingen. Dit heeft als gevolg dat een consument niet snel de hulp van de rechter zal invoeren om oneerlijke bedingen te laten vernietigen.

Het probleem van de algemene voorwaarden is dus niet dat de consument deze niet leest voor het sluiten van de overeenkomst, maar dat de consument een te groot belang hecht aan de algemene voorwaarden, nadat er iets is misgegaan. Als deze bevindingen correct zijn, dan is de vraag of het beschikbaar stellen van algemene voorwaarden de verhoudingen tussen partijen rechtvaardiger maakt.

Een opmerkelijke uitkomst van dit onderzoek is dat een consument die de mogelijkheid heeft gehad om de algemene voorwaarden te lezen en dit niet heeft gedaan zich toch gebonden acht aan de algemene voorwaarden ongeacht of deze oneerlijke bedingen bevatten. Hij is immers in gebreke geweest. Met andere woorden, de informatieverplichting brengt het tegenovergestelde van wat is beoogd.

De verplichting voor de rechter om regels ambtshalve toe te passen lijkt in lijn met deze bevindingen. Op grond van dit onderzoek zal een consument als gedaagde zonder rechtsbijstand in een procedure niet snel de oneerlijkheid van een beding aanvechten. Hierbij moet wel worden opgemerkt dat op voorhand niet duidelijk is of een Europeaan, mocht die bestaan, een overeenkomst op dezelfde manier ziet als een Amerikaan. Dit zal nader onderzocht moeten worden.

Conclusie

In de Europese Unie zijn de algemene voorwaarden die bedrijven gebruiken in elektronische overeenkomsten met consumenten onderworpen aan de controle van de Richtlijn oneerlijke bedingen. Een van de toetsen waaraan bedingen in algemene voorwaarden moeten voldoen op de grond van de Richtlijn oneerlijke bedingen is de transparantie-toets. Hieruit leidt het Hof van Justitie af dat de algemene voorwaarden voor het aangaan van de overeenkomst de consument ter hand moeten worden gesteld. Daarnaast moeten de algemene voorwaarden zo zijn opgesteld dat deze duidelijke en begrijpelijk zijn. Dit betekent onder meer dat de gemiddelde consument de economische gevolgen van het beding kan overzien.

⁷⁰ Wilkinson-Ryan (2017) p. 150 e.v.

⁷¹ Wilkinson-Ryan (2017) p. 164.

Uit onderzoek blijkt dat de nodige vragen bij deze transparantietoets kunnen worden gesteld. Zo blijkt dat de consument de algemene voorwaarden niet leest voordat hij een overeenkomst sluit. Ten tweede volgt uit de interpretatie van het Hof van Justitie van de transparantie-toets dat de gemiddelde consument de algemene voorwaarden moet kunnen begrijpen. De gemiddelde consument is een homo economicus, die rationeel handelt. Uit gedragswetenschappelijk onderzoek blijkt dat deze rationele consument niet bestaat. Moet deze dan wel als maatstaf worden genomen?

Mocht de gemiddelde consument de maatstaf zijn, welk leesniveau heeft deze gemiddelde consument? Een ander probleem dat rijst in dit verband is wat van een gemiddelde consument verwacht kan worden als hij geconfronteerd wordt met algemene voorwaarden in een andere taal dan in zijn moedertaal. Tot slot blijkt de consument niet geneigd om algemene voorwaarden aan te vechten als hij bij een conflict wordt geconfronteerd met voorwaarden die hem ter hand zijn gesteld en die hij niet heeft gelezen.

Dit alles roept de algemene vraag op in hoeverre nog gesproken kan worden van wilsovereenstemming tussen de contractspartijen met betrekking tot de inhoud van b2c-overeenkomsten als deze inhoud wordt bepaald door algemene voorwaarden.

De Europese Commissie heeft de conclusie getrokken dat de huidige regels betreffende algemene voorwaarden voldoen in het digitale tijdperk. De vraag rijst of dit ook inderdaad zo is voor de platformeconomie. Deze wordt gekenmerkt door een drie-partij-verhouding in plaats van een verhouding tussen twee partijen, waarbij het platform door middel van zijn algemene voorwaarden eenzijdig de verhouding met zijn gebruikers bepaalt en soms ook tussen de gebruikers onderling. Een platform hoeft alleen aan de transparantietoets te voldoen voor zover het gaat om een verhouding met een consument. Het is de vraag of de transparantietoets een adequaat middel is om het platform tot duidelijkheid in zijn verhouding met de consument over bijvoorbeeld de wijze waarop het platform zijn diensten aanbiedt door algoritmes en de diensten van de gebruikers rangschikt.

Lijst van aangehaalde literatuur

Asser/Hartkamp & Sieburgh 6-III 2014/

A.S. Hartkamp & C.H. Sieburgh, Mr. C. Assers Handleiding tot de beoefening van het Nederlands Burgerlijk Recht. 6. Verbintenissenrecht. Deel III. Algemeen overeenkomstenrecht, Deventer: Kluwer 2014.

Bakos, Marotta-Wurgler & Trossen (2014)

Y. Bakos, F. Marotta-Wurgler, D. R. Trossen, Does Anyone Read the Fine Print? Consumer Attention to Standard Form Contracts, 43 J. Legal Studies 1 19(2014)

Ben-Sahar (2009)

O. Ben-Sahar, The Myth of the Opportunity to Read in Contract Law, European Review of Contract Law (2009) p. 1 -28.

Van Boom e.a. (2016),

W. van Boom, P. Desmet, M. van Dam, "If It's Easy to Read, It's Easy to Claim" – The Effect of the Readability of Insurance Contracts on Consumer Expectations and Conflict Behaviour, Journal of Consumer Policy 39(2016) p. 187-197.

Helleringer & Sibony (2017)

G. Helleringer, A.-L. Sibony, European Consumer Protection through the Behavioural Lens, Columbia Journal of European Law, 23(2017) p. 607-646.

Hondius (1978)

E.H. Hondius, Standaardvoorwaarden, diss., Deventer: Kluwer, 1978.

Hijma (2016)

J. Hijma, Algemene Voorwaarden, Monografieën BW, B 55, Deventer: Kluwer, 2016, nr. 1

Incardona & Poncibò (2007)

R. Incardona, C. Poncibò, The average consumer, the unfair commercial practices directive, and the cognitive revolution, Journal of Consumer Policy 30(2007), p. 21-38.

Kessler (1943)

F. Kessler, Contracts of Adhesion-Some Thoughts About Freedom of Contract, 43(1943) Colum. L. Rev. 629, 631;

Loos (2013)

M.B.M. Loos, Algemene voorwaarden, Den Haag: Boom Juridische Uitgevers, 2013.

Loos & Luzak (2016)

M. Loos, J. Luzak, Wanted: a Bigger Stick. On Unfair Terms in Consumer Contracts with Online Service Providers, Journal of Consumer Policy 2016, p.

Luger, Moran & Rodden (2013)

E. Luger, S. Moran, T. Rodden, Consent for All: Revealing the Hidden Complexity of Terms and Conditions, CHI 2013, Changing Perspectives, Paris, France, p. 2687 -2696.

Moratta-Wurgler (2007)

F. Moratta-Wurgler, What 's in a Standard Form Contract? An Empirical Analysis of Standard Software Contracts, Journal of Empirical Legal Studies 4(2007), 677, 709.

Nieuwenhuis(1979)

J.H. Nieuwenhuis, Drie beginselen van contractenrecht, Deventer: Kluwer, 1979.

Purhagen & Van Herpen (2017)

K.P. Purhagen, E. van Herpen, Can Bonus Packs Mislead Consumers? A Demonstration of How Behavioural Consumer Research can Inform Unfair Commercial Practises Law on the Example of the ECJ's Mars Judgment, Journal of Consumer Policy 40(2017) p. 127-234.

W.D. Slawson (1971)

W.D. Slawson, Standard Form Contracts and Democratic Control of Lawmaking Power, Harvard Law Review 84(1971) p. 529-566.

Smorto (2018)

G. Smorto, Protecting the Weaker Party in the Platform Economy, in: Cambridge Handbook on Law and Regulation of the Sharing Economy, N. Davidson, M Finck, J. Infranca (eds.) Cambridge: CUP, 2018, forthcoming.

Trzaskowski (2011)

J. Trzaskowski, Behavioural Economics, Neuroscience, and the Unfair Commercial Practises Directive, Journal of Consumer Policy 34(2011) p. 377-392.

Uberath & Johnston (2007)

H. Unberath, A. Johnston, 'The double-headed approach of the ECJ concerning consumer protection', CML Rev 44(2007), p. 1262

Verkade (2016)

D.W.F. Verkade, *Oneerlijke handelspraktijken jegens consumenten*, Monografieën BW, B 49a, Deventer: Kluwer, 2016.

Wilkinson-Ryan (2017)

Tess Wilkinson-Ryan, *The Perverse Consequences of Disclosing Standard Terms*, *Cornell Law Review* 103(2017), p. 117-175.

Wilkinson-Ryan & Hoffman (2015)

Tess Wilkinson-Ryan & David A. Hoffman, *The Common Sense of Contract Formation*, *Stanford Law Review* 67 (2015) p. 1271.