

RAAD VAN DISCIPLINE

Beslissing in de zaak onder nummer van: 18-228/DH/DH-a

Beslissing van de voorzitter van de Raad van Discipline in het ressort Den Haag van 13 juni 2017

in de zaak 18-228/DH/DH-a

naar aanleiding van de klacht van:

klager

tegen:

verweerder

De plaatsvervangend voorzitter van de raad van discipline (hierna: de voorzitter) heeft kennisgenomen van de brief van de deken van de Orde van Advocaten in het arrondissement Den Haag (hierna: de deken) van 27 maart 2018 met kenmerk K242 2017 dk/ab, door de raad ontvangen op 27 maart 2018, en van de op de daarbij gevoegde inventarislijst vermelde stukken.

1 FEITEN

Voor de beoordeling van de klacht wordt, gelet op de stukken, van de volgende feiten uitgegaan.

1.1 Klager heeft een advocatenkantoor dat zijn achternaam draagt. Hij heeft de onderhavige klacht ingediend over verweerder en één van diens kantoorgenoten.

1.2 Bij brief van 1 juni 2016 heeft een kantoorgenote van klager verweerder het volgende bericht:

“(...) Uit recent onderzoek bleek ons dat u (c.q. uw kantoor) op een onrechtmatige wijze actief bent op het medium Google AdWords. (...)”

Hetgeen momenteel in ieder geval in het oog springt is het feit dat u niet alleen [naam advocatenkantoor klager] actief als zoekwoord inzet maar deze kantoornaam ook gebruikt in uw advertentieteksten. U suggereert daarmee dat de advertentie van [naam advocatenkantoor klager] is en deze zal leiden naar haar kantoor. U zet hiermee (potentiële) cliënten van ons kantoor bewust op het verkeerde been. (...)”

1.3 Bij brief van 31 oktober 2017 heeft klager bij de deken een klacht ingediend over verweerder en zijn kantoorgenoot.

1.4 Bij e-mail van 2 november 2017 heeft klager zijn klacht aangevuld.

2 KLACHT

2.1 De klacht houdt, zakelijk weergegeven, in dat verweerder tuchtrechtelijk verwijtbaar heeft gehandeld als bedoeld in artikel 46 Advocatenwet doordat hij potentiële cliënten opzettelijk heeft misleid door hen naar aanleiding van de zoekterm ‘[naam advocatenkantoor klager]’ op Google door te leiden naar de diverse websites van verweerder, die niets met het kantoor van klager te maken hebben. Door opzettelijk misleidend en actief de cliëntèle van klager te werven, berokkent verweerder klager schade.

2.2 Klager heeft zijn klacht als volgt toegelicht. In de zogenaamde AdWords-campagne van Google is het mogelijk om een advertentie te ‘triggeren’ op door de adverteerder op te geven zoekwoorden. Verweerder en zijn kantoorgenoot hebben ervoor gekozen om hun advertentie te laten tonen wanneer in Google ‘[naam advocatenkantoor klager]’

wordt ingevoerd. Vervolgens wordt de advertentietekst van verweerder en zijn kantoor­genoot getoond, welke bestaat uit '[naam advocatenkantoor klager] – Bel of App ons en wij helpen u – [website]'. Door zowel in de zoekterm als in de advertentietekst de naam van het kantoor van klager te gebruiken, misleiden verweerder en zijn kantoor­genoot de gebruikers opzettelijk. Immers, de Google-gebruikers zijn op zoek naar '[naam advocatenkantoor klager]', zien een advertentietekst van '[naam advocatenkantoor klager]' en worden via die advertentietekst geleid naar een website genaamd '[website]'. Deze website behoort niet tot het advocatenkantoor van klager maar tot het advocaten­kantoor van verweerder en zijn kantoor­genoot.

2.3 Verschillende door verweerder en zijn kantoor­genoot gebruikte websites zijn mislei­dend. Zij suggereren non-profit organisaties te zijn die gericht zijn op hulpverlening en verbloemen dat er een commercieel advocatenkantoor achter zit, door termen als: 'De (...) Balie is opgericht met de gedachte...', 'Ons kantoor behandelt uitsluitend (...)­za­ken.', 'De (...) hulplijn is een organisatie die mensen helpt...' en 'Onze aangesloten advocaten mogen...'. Door zich op het internet specifiek te richten op mensen die op zoek zijn naar het kantoor van klager, in de advertentietekst die linkt naar de betreffende advertentie te vermelden dat het om het kantoor van klager gaat en vervolgens in de advertentietekst te suggereren dat men op een site is van een 'hulpverlenende instantie' waar ook advocaten bij zijn 'aangesloten', is het kantoor opzettelijk misleidend en actief de cliëntèle van klager aan het werven.

2.4 De website '[website]' triggert op Google eveneens een advertentie wanneer je '[naam advocatenkantoor klager]' intypt, waarbij in de advertentietekst staat vermeld: '[naam advocatenkantoor klager] – 100% gratis – wij helpen u 100% gratis.' Ook deze advertentie leidt wederom niet naar de website van het kantoor van klager, maar naar de website '[website]', in gebruik bij verweerder en diens kantoor­genoot. Ook deze advertentie is misleidend, onder meer vanwege het feit dat gesteld wordt dat het kantoor van klager 100% gratis rechtsbijstand zou verlenen. Dat is niet het geval en ook niet mogelijk, aangezien minimaal een eigen bijdrage verschuldigd is indien op basis van een toevoeging wordt geprocedeerd.

3 VERWEER

3.1 Niemand binnen het kantoor van verweerder had er weet van dat de kantoor­naam van klager in één van de Google Campagnes werd gebruikt. Nadat het kantoor van klager het kantoor van verweerder er op had gewezen dat dit gebeurde, heeft het kantoor van verweerder haar Google Campagne Specialist bericht dat hij zoektermen zoals andere advocatenkantoren diende te verwijderen. Dit is toen ook gebeurd. Dat de naam op één of andere manier weer betrokken is bij de advertenties van Google is een feit waar het kantoor van verweerder geen weet van had en geen invloed op heeft gehad. Naar aanleiding van de klacht heeft het kantoor van verweerder opnieuw contact laten opnemen met de Google Campagne Specialist. In diens reactie staat onder meer dat vijftig procent van de advertenties dynamisch zijn ingesteld met 'keyword insertion'; dit houdt in dat in een tekstadvertentie naar voren komt wat een gebruiker daadwerkelijk op Google heeft ingetoetst. Daar heeft Google geen invloed op. Dit in combinatie met een breed zoekwoord kan deze ongelukkige combinatie hebben opgeleverd.

3.2 Van enig opzettelijk handelen is aldus geen sprake. Niet bij het kantoor van verweerder en kennelijk ook niet bij de Google Specialist. Desalniettemin is verweerder van mening dat dit niet de wijze is waarop het kantoor van verweerder reclame zou moeten maken. Daarom heeft hij wederom expliciet aangegeven dat zijn kantoor niet wil dat dergelijke zoektermen worden gebruikt en dat deze – indien nodig – expliciet worden uitgesloten.

4 BEOORDELING

4.1 Evenals de deken heeft de voorzitter gecontroleerd of via Google een verwijzing naar de in de klacht (en de aanvulling daarop) genoemde websites van verweerder te vinden is indien de naam van het kantoor van klager wordt ingevoerd als zoekterm. De voorzitter heeft geen enkele foute verwijzing kunnen vinden. Indien de door klager in zijn klacht geschetste situatie zich al heeft voorgedaan, is die situatie thans in ieder geval beëindigd. Bovendien kan de voorzitter op basis van het onderhavige klachtdossier niet vaststellen of er in het verleden inderdaad met zekere opzet door verweerder en zijn kantoorgenoot is gehandeld en zij de hand hebben gehad in de verwijzing(en) naar hun eigen websites, dan wel of die voor klager vervelende verwijzing(en) door een niet zelf te sturen digitaal proces heeft/hebben plaatsgevonden.

4.2 Gelet op het voorgaande is de klacht kennelijk ongegrond.

BESLISSING

De voorzitter verklaart de klacht, met toepassing van artikel 46j Advocatenwet, kennelijk ongegrond.

Aldus beslist door mr. M.P.J.G. Göbbels, plaatsvervangend voorzitter, met bijstand van mr. N.M. van Trijp als griffier op 13 juni 2017.

Deze beslissing is in afschrift op 13 juni 2017 verzonden.