

RECHTSPRAAK

Schorsing van zeer ruim geformuleerd concurrentiebeding in kort geding nu werkneemster hierdoor onbillijk wordt benadeeld bij indiensttreding bij een andere kledingzaak.*Feiten*

Werkgeefster exploiteert een winkel in dameskleding, schoenen, sieraden, tassen en modeaccessoires met drie vestigingen. Werkgeefster verkoopt haar producten in de vestigingen en via haar webshop. Zij maakt reclame via verschillende socialemediakanalen, waaronder Facebook. Werkneemster (29 jaar) is in de periode 1 juli 2018 tot en met 30 juni 2021 werkzaam geweest voor werkgeefster in de functie van webshopmedewerkster c.q. verkoopster c.q. socialemediamedewerkster. Zij hield zich ook bezig met inkoop. Werkneemster had vanaf 7 september 2020 tot en met einde dienstverband een arbeidsovereenkomst voor onbepaalde tijd. Werkneemster heeft de arbeidsovereenkomst zelf opgezegd per 30 juni 2021. In de arbeidsovereenkomst voor onbepaalde tijd is een concurrentie-, relatie- en boetebeding opgenomen. Werkneemster is op 8 december 2021 in dienst getreden bij een andere kledingzaak. Deze kledingzaak bevindt zich binnen een straal van 25 kilometer van werkgeefster, namelijk op een afstand van ongeveer 22,5 kilometer. De functie van werkneemster bij deze kledingzaak is winkel- en webshopmanager. Werkgeefster vordert werkneemster te houden tot onverkorte nakoming van het concurrentiebeding. Tevens vordert zij werkneemster te veroordelen tot betaling van de contractueel overeengekomen boetes. Werkneemster vordert op haar beurt het concurrentie- en relatiebeding te schorsen.

Oordeel

Het evidente belang van werkneemster is haar recht op vrije arbeidskeuze. Als onbetwist staat vast dat werkneemster na terugkomst van haar werkzaamheden in de horeca tijdens de zomer op Ibiza eerst heeft gesolliciteerd bij verschillende werkgevers buiten de kledingbranche, hetgeen niet tot een nieuwe baan heeft geleid. Nu heeft werkneemster de mogelijkheid om in haar onderhoud te voorzien bij de andere kledingzaak. Aangenomen moet worden dat sprake is van een positieverbetering voor werkneemster bij de andere kledingzaak, in die zin dat zij een salaris verdient dat circa 20% hoger ligt dan haar salaris bij werkgeefster. Onduidelijk is of werkneemster een dergelijk salaris ook kan verdienen bij een (inter)nationale kledingwinkelketen of bij bijvoorbeeld een parfumerie, zoals werkgeefster heeft gesuggereerd. Tegenover het belang van werkneemster staat het eveneens evidente belang van werkgeefster om haar bedrijfsdebiets te beschermen. Het gaat volgens werkgeefster daarbij om de kennis van werkneemster over de leveranciers van werkgeefster en/of de wijze van inkopen, de

kennis van werkneemster over de online marketingstrategie van werkgeefster en het effect van de uitingen door werkneemster op de sociale media van de andere kledingzaak op de klanten van werkgeefster.

Leveranciers en inkoop

Het is onvoldoende aannemelijk dat het bedrijfsdebiet van werkgeefster (mogelijk) wordt aangetast door de indiensttreding van werkneemster bij de andere kledingzaak in verband met de kennis die werkneemster bij werkgeefster heeft opgedaan over leveranciers die kleding in grote maten kunnen leveren en/of kleding in standaardmaten groter kunnen maken. Volgens werkgeefster gaat het om vertrouwelijke en niet gangbare informatie, behorend tot haar bedrijfsdebiet, welke informatie de andere kledingzaak een oneerlijk concurrentievoordeel kan opleveren. Werkneemster heeft echter gemotiveerd betwist dat het gaat om vertrouwelijke bedrijfsinformatie en gesteld dat die informatie eenvoudig op internet is op te zoeken. Volgens werkneemster zijn 'grote maten' bovendien niet de doelgroep van de andere kledingzaak, biedt de andere kledingzaak geen service in haar webshop aan op het gebied van grote maten en is het niet juist dat de andere kledingzaak zich na haar indiensttreding (meer) is gaan richten op de verkoop van kleding in grote maten.

Online marketingstrategie

Volgens werkgeefster wordt haar bedrijfsdebiet aangetast doordat werkneemster haar kennis over de online marketingstrategie van werkgeefster deelt met de andere kledingzaak, met het gevaar dat klanten door de uitingen op sociale media van de andere kledingzaak worden bewogen om kleding te kopen bij de andere kledingzaak in plaats van bij werkgeefster en dat haar directe concurrentie wordt aangedaan door toedoen van werkneemster. Naar het oordeel van de kantonrechter heeft werkneemster genoegzaam onderbouwd dat kennis over onder andere hoe vaak en op welke manier de kleding het beste kan worden getoond op sociale media en welk soort uitingen (foto's of filmpjes en hoe lang precies) de meeste kijkers/volgers oplevert geen unieke en vertrouwelijke bedrijfskennis is, omdat dit voor iedereen zichtbaar is op de Facebookpagina van werkgeefster. Overigens moet als onbetwist worden aangenomen dat de andere kledingzaak een extern marketingbureau inhuurt voor de online marketing en dat de (verkoop)medewerkers van de andere kledingzaak, onder wie dus ook werkneemster, geen actieve rol spelen in het bepalen van de online marketingstrategie.

Uitingen op sociale media

Uit het partijdebat volgt dat de 'pijn' van werkgeefster niet zozeer zit in de door haar gestelde vertrouwelijke en concurrentiegevoelige kennis van werkneemster, maar voornamelijk in de online uitingen door werkneemster, die zij eerst deed op de Facebookpagina en in de webshop van en ten behoeve van werkgeefster en nu op de Facebookpagina en in de webshop van en ten behoeve van de andere kledingzaak, met welke uitingen volgens werkgeefster klanten/volgers kunnen worden aangetrokken. Uit de tekst van het beding, dat erg algemeen is geformuleerd en niet gespecificeerd lijkt te zijn op de onderhavige situatie, volgt echter niet expliciet dat (online) uitingen op sociale media zoals de Facebookpagina van de concurrent of

het fungeren als model in de webshop vallen onder het verbod op commercieel contact zoals dat in het beding is vastgelegd. Door het verschijnen op foto's en in filmpjes op de Facebookpagina van de andere kledingzaak en/of te fungeren als model in de webshop kan niet worden gesproken van het (gericht) zoeken van commercieel contact met klanten van werkgeefster door werknemster. Daarbij komt dat het beding zeer ruim is geformuleerd als het gaat om de term 'klanten'.

Alles overziend en daarbij rekening houdend met het feit dat werknemster onverkort is gebonden aan het geheimhoudingsbeding ten gunste van werkgeefster, acht de kantonrechter voorshands voldoende aannemelijk dat in een bodemprocedure de belangenafweging in het voordeel van werknemster zal uitvallen en dat het concurrentiebeding geheel of gedeeltelijk zal worden vernietigd omdat werknemster onbillijk wordt benadeeld door het beding. De vorderingen van werkgeefster met betrekking tot het concurrentiebeding en de nevenvorderingen worden afgewezen. De vordering van werknemster tot schorsing van het concurrentie- en relatiebeding wordt toegewezen, voor zover het ziet op de indiensttreding van werknemster bij de andere kledingzaak.

Instantie: Rechtbank Rotterdam

Datum uitspraak: 10-02-2022

ECLI: ECLI:NL:RBROT:2022:989

Zaaknummer: 9617753 \ VV EXPL 22-6

Rechters: W.J.J. Wetzels

Advocaten: K.E.M. Roskam en M.J. Goethals-van der Kuip

Wetsartikelen: 7:653 BW