



UvA-DARE (Digital Academic Repository)

Online nieuws: copyright of commons: discussiebundel

Slot, M.; Bakker, P.

Publication date

2011

Document Version

Final published version

[Link to publication](#)

Citation for published version (APA):

Slot, M., & Bakker, P. (2011). *Online nieuws: copyright of commons: discussiebundel*. Designing the Daily Digital Project.

http://www.dailydigitaldesign.com/uploads/docs/rapporten/Copyright_of_Commons_2011_digit_aal.pdf

General rights

It is not permitted to download or to forward/distribute the text or part of it without the consent of the author(s) and/or copyright holder(s), other than for strictly personal, individual use, unless the work is under an open content license (like Creative Commons).

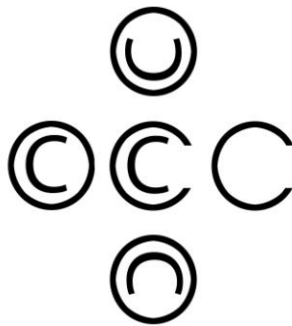
Disclaimer/Complaints regulations

If you believe that digital publication of certain material infringes any of your rights or (privacy) interests, please let the Library know, stating your reasons. In case of a legitimate complaint, the Library will make the material inaccessible and/or remove it from the website. Please Ask the Library: <https://uba.uva.nl/en/contact>, or a letter to: Library of the University of Amsterdam, Secretariat, Singel 425, 1012 WP Amsterdam, The Netherlands. You will be contacted as soon as possible.

*Mijke Slot & Piet Bakker
(redactie)*

ONLINE NIEUWS: COPYRIGHT OF COMMONS

Discussiebundel



Juni 2011

A word cloud of terms related to digital media and copyright. The most prominent word is 'auteursrecht' (copyright), written vertically in a large, bold, black font. Other words are arranged around it in various sizes and orientations, including 'gebruik' (use), 'recht' (law), 'nieuwe' (new), 'werk' (work), 'content', 'makers', 'internet', 'moeten' (must), 'exploitatie' (exploitation), 'digitale' (digital), 'perceptie' (perception), 'auteurs' (authors), 'media', 'geld' (money), 'nieuws' (news), 'werken' (works), 'journalistiek' (journalism), 'commons', 'google', 'toestemming' (consent), 'uitgevers' (publishers), 'commercieel' (commercial), 'creative', 'wet' (law), and 'recht' (law).

auteursrecht
gebruik
nieuwe
werk
content
makers
internet
moeten
exploitatie
digitale
perceptie
auteurs
media
geld
nieuws
werken
journalistiek
commons
google
toestemming
uitgevers
commercieel
creative
wet
recht

Voorwoord

Copyright of Commons

Onder invloed van digitalisering en internet is de afgelopen jaren de discussie over auteursrechten in het journalistieke veld opgeblaasd. Verschillende aspecten spelen een rol in deze discussie. Sommigen benadrukken het belang van de online rechten van de makers en stellen dat het traditionele systeem van auteursrechten in de digitale wereld aan een update toe is. In 2008 opende de Nederlandse Vereniging van Journalisten (NVJ) bijvoorbeeld een plagiaatsdienst terwijl ook het Algemeen Nederlands Persbureau (ANP) onlangs een meldpunt in het leven heeft geroepen om ongeoorloofd hergebruik van hun nieuwsberichten in kaart te brengen. Anderen vinden auteursrecht in deze digitale tijd een achterhaald systeem. De sector zou zich volgens hen in plaats daarvan moeten richten op nieuwe manieren om geld te verdienen met nieuws. Modellen gebaseerd op *Creative Commons* zijn misschien wel geschikter om rechtenkwesies te regelen.

In het kader van het *Designing the Daily Digital project* (3D) brengt de 3D Academy deze discussie in kaart. In deze bundel belicht een gevarieerde groep auteurs in een aantal mini-essays de verschillende kanten van het debat. Erik Huizer, algemeen directeur van TNO Informatiemaatschappij, verzorgt de inleiding op deze bundel. We zijn alle auteurs zeer erkentelijk voor hun bijdragen en hopen dat hun essays een vruchtbaar uitgangspunt zullen zijn bij de discussies die de komende tijd over auteursrechten en journalistiek gevoerd zullen worden.

Mijke Slot & Piet Bakker

Deze discussiebundel is een uitgave van het
Designing the Daily Digital Project.

www.dailydigitaldesign.com

Alle bijdragen in deze bundel zijn, tenzij anders aangegeven, uitgegeven onder een
Creative Commons Naamsvermelding-GelijkDelen 3.0 Nederland licentie.
Voor informatie over deze licentie, kijk op www.creativecommons.nl.

Inhoudsopgave

INLEIDING: HET AUTEURSRECHT ALS EEN BLANCO VEL <i>Erik Huizer</i>	7
1. AUTEURSRECHT VOOR NIEUWSMEDIA IN DE 21E EEUW <i>Herman Wolswinkel & Michiel Kramer</i>	11
2. HET NIEUWS EN DE MARKT; EEN STRATEGISCHE OVERWEGING <i>Kees Spaan</i>	17
3. HET AUTEURSRECHT IS ONMISBAAR VOOR DE CREATIE EN EXPLOITATIE VAN CONTENT <i>Bart Bouter</i>	21
4. AUTEURS ÉN EXPLOITANTEN EEN EERLIJK DEEL! <i>Thomas Bruning</i>	27
5. AUTEURSRECHT OP INTERNET: WAAROM MOEILIJK DOEN ALS HET MAKKELIJK KAN? EEN PLEIDOOI VOOR COLLECTIEF BEHEER <i>Erwin Angad-Gaur</i>	37
6. WINST MAKEN DOOR GRATIS WEGGEVEN <i>Arnoud Engelfriet</i>	43
7. AUTEURSRECHT EN DIGITALE NIEUWSMEDIA: DE KAARTEN HERSCHUD <i>Evi Werkers</i>	47
8. FAIR USE KAN OOK COMMERCIEEL ZIJN <i>Jens van den Brink</i>	53
9. HET AUTEURSRECHT IS DE ZUURSTOF VAN DE BESCHAVING <i>Arjan van der Knaap</i>	57
10. OVERBODIGE CONDUCTEURS OP DE STOOMTREIN <i>Arjan Dasselaar</i>	61
DE AUTEURS	67
OVER HET 3D PROJECT	73

Inleiding: het auteursrecht als een blanco vel

Erik Huizer

Internet en auteursrecht staan op gespannen voet met elkaar. Althans als je de berichtgeving erover mag geloven. Wat Internet eigenlijk doet (zoals zo vaak) is dat het bestaande zaken scherper stelt en verduidelijkt. Internet maakt duidelijk dat auteursrechten (en naburige rechten) botsen met gebruiksrecht (zo dat al bestaat), en dat het beschermen van commerciële belangen andere maatregelen vraagt dan het beschermen van het publieke domein. In de analoge wereld met discrete en controleerbare distributiemechanismen waren deze tegenstellingen er ook, maar waren praktische voor de handliggende oplossingen zoals bilaterale contracten nog voldoende. Internet heeft de situatie uitvergroot en duidelijk gemaakt dat er in de gedigitaliseerde wereld fundamentele zaken wringen.

Idealiter ga je op zo'n moment uit van een blanco vel en begin je met de uitgangspunten van wat je wilt bereiken (zoals het beschermen van de auteur, commerciële belangen, rechten van gebruikers, groei publieke domein, stimuleren creativiteit en innovatie) om vervolgens een raamwerk te vormen als kader voor een systeem van beleid, technologie en marktwerking. Uit zo'n systeem volgt dan vanzelf de juiste wet- en regelgeving.

Een veel gehoord argument tegen een dergelijke benadering is dat dat geen zin heeft. De bestaande auteurswet wordt vastgesteld in Brussel door de EU en die doet dat weer in nauw overleg met onder andere de Verenigde Staten. Om iets veranderd te krijgen in dat internationale speelveld is onmogelijk, "dus begin er maar niet aan". Dergelijke argumenten zijn wel praktisch, maar ook erg gevaarlijk. Als we nooit meer een wet ter discussie kunnen stellen, en met verschillende betrokkenen een aantal fundamentele uitgangspunten voor een bepaalde wetgeving kritisch kunnen beschouwen in het licht van de

veranderende maatschappelijke omstandigheden, dan is daarmee de democratie ten grave gedragen.

Het voeren van het debat over auteursrecht in de toekomst zou dus eigenlijk principieel met dat blanco vel moeten starten. De noodzaak van een dergelijk debat is overigens, dat moet duidelijk gezegd, niet onomstreden. Voorstanders en pleitbezorgers van de huidige auteurswetgeving betogen dat de wet zoals hij is, voldoet en dat veranderingen en/of aanvullende maatregelen niet nodig zijn. Tegenstanders zijn er in soorten en maten, variërend van zij die betogen dat er aanpassingen nodig zijn om waargenomen knelpunten op te lossen, tot zij die graag een geheel andere wet willen. Er zijn zelfs mensen die denken dat auteurs wel van lucht kunnen leven en dat alles gratis moet zijn. Voor deze stelling zijn in deze bundel echter geen exponenten te vinden.

Hoewel juist journalisten de benadering van het blanco vel papier zou moeten aanspreken, zijn zij er op korte termijn duidelijk niet mee geholpen. Er zal dus vooral ook een discussie moeten plaatsvinden over het omgaan met geschreven materiaal. Wat zijn realistische (manieren voor) vergoedingen voor auteurs die stukjes schrijven die niet alleen in 'oude' media verschijnen, maar bovendien door de betreffende uitgever/krant ook online worden gebruikt of hergebruikt. Dat betekent dat we niet alleen moeten praten over de uitgangspunten van de bestaande wetgeving, maar dat we ook praktische oplossingen aan moeten dragen om de veranderende maatschappelijke realiteit binnen de bestaande wetgeving te accommoderen. Dat is dan ook precies de reden waarom deze bundel is samengesteld. De auteurs in deze bundel beogen allemaal een bijdrage te leveren aan de discussie over wat er moet veranderen voor de journalistiek. Die veranderingen zitten soms in het auteursrecht, maar vaak ook bij de journalisten, uitgevers en *content aggregators*, die hun businessmodellen en marktbenadering moeten aanpassen aan de nieuwe ontwikkelingen (zie bijvoorbeeld de bijdragen in deze bundel van Arjan Dasselaar en Arnoud Engelfriet).

Oplossingen voor knelpunten worden aangedragen in verschillende vormen van bijvoorbeeld de *Creative Commons* Licentie toolkit (Arnoud Engelfriet, Jens van den Brink) en mogelijke modellen voor vergoeding van het gebruik van met auteursrecht belast materiaal: een algemene heffingsomslag (bijvoorbeeld op elke internetaansluiting, vergelijkbaar met de heffingen op tapes en beschrijfbare cd's en dvd's, zie de bijdrage van Erwin Angad-Gaur), en anderzijds de toepassing van een betaalmuur of van *Digital Rights Management* (DRM) waarbij individuele prijs- en gebruiksafspraken kunnen worden gereguleerd (zoals in de bijdragen van Bart Bouter en Herman Wolswinkel & Michiel Kramer).

Deze praktische kortetermijnoplossingen zullen zeker in de komende tijd in één of andere vorm worden toegepast. Wellicht zelfs zonder dat de discussie voldoende diepgaand is gevoerd. Zo heeft staatssecretaris van veiligheid en justitie Teeven recentelijk aangekondigd downloaden strafbaar te gaan stellen. Zonder structurele beschouwing van het hele systeem van beleid, technologie en markt blijven dit echter lapmiddelen die op zijn hoogst een beperkt succes zullen kennen (zie de bijdragen van Arjan Dasselaar en Arjan van der Knaap). Een langetermijnvisie die alle aspecten meeweegt is noodzakelijk. Zonder zo'n visie lopen we het risico dat de technologie gaat bepalen wat wel en niet mag in plaats van dat de wet blijft bepalen wat wel of niet mag. Kortom; twee essentiële maatschappelijke discussies die naast elkaar (maar niet los van elkaar) moeten worden gevoerd. Voor beide discussie vormt deze bundel een goed startpunt.

Als je deze bundel doorleest zie je duidelijk dat alle auteurs graag willen dat journalisten op een eerlijke en goede manier hun brood kunnen verdienen. Over hun uitgangspunten is dan ook weinig discussie nodig. De auteurs verschillen echter aanzienlijk in hun opvattingen hoe dat doel moet worden bereikt. Zo pleiten Bart Bouter, Erwin Angad-Gaur en Herman Wolswinkel & Michiel Kramer allen voor toepassing van de bestaande auteurswet, maar de laatste twee artikelen bepleiten een

bijna tegengestelde vorm van aanscherping. Een groot aantal auteurs pleit voor aanpassingen in de auteurswet (zie de bijdragen van Arjan van der Knaap, Jens van den Brink, Evi Werkers, Kees Spaan en Arjan Dasselaar), maar geen van allen pleiten ze voor dezelfde aanpassingen en soms staan ze lijnrecht tegenover elkaar. Arnoud Engelfriet tenslotte, pleit voor de start met het blanco vel en geeft aan dat *Creative Commons* als een goed uitgangspunt zou kunnen dienen.

Zo treft u in deze bundel veel stof tot nadenken aan. Neem nu bijvoorbeeld de vraag van Kees Spaan 'waarom het gebruik van de openbare ruimte van internet gratis zou moeten zijn voor dienstenaanbieders?'. Ik hoop dat deze bundel u veel lees- en denkplezier geeft en dat ik u binnenkort mag treffen in een discussie over concrete oplossingen voor zowel de korte termijn als ook voor de lange termijn.

1. Auteursrecht voor nieuwsmedia in de 21^e eeuw

Herman Wolswinkel & Michiel Kramer

Investeren in nieuwsvoorziening

In Nederland zijn meer dan drieduizend journalisten in loondienst en bijna zeventuizend freelance journalisten professioneel actief in de dagbladsector. Zij verzamelen, selecteren en duiden het nieuws als private (rechts)personen. De leden van NDP Nieuwsmedia dragen de daaraan verbonden kosten van ruim anderhalf miljard euro op jaarbasis. Zij creëren daarmee een hoogwaardig en pluriform Nederlands nieuwsaanbod via alle denkbare print - en digitale kanalen. Uitgevers opereren volgens de wetten van de markt. Hoe het verdienmodel ook is ingericht, voor een marktpartij staat vast dat de nieuwsproducten op een gezonde wijze geëxploiteerd moeten worden om de kosten terug te verdienen. Het is de randvoorwaarde voor goede journalistiek. Worden de kosten niet terugverdiend, dan komt de continuïteit van de privaat gefinancierde nieuwsvoorziening in gevaar en daarmee de kwaliteit en pluriformiteit.

Nieuwe media, nieuw auteursrecht?

Het gemak waarmee zowel print als online nieuwsberichten via geautomatiseerde systemen overgenomen en digitaal verspreid kunnen worden, heeft niet alleen bij consumenten maar ook bij vele oneigenlijke gebruikers het beeld gevestigd dat content *gratis* beschikbaar is en het auteursrecht op dit punt achterhaald is. Het nieuwsdomein dreigt daardoor vogelvrij te worden. Ook al wordt nieuws bij uitstek ervaren als een publiek en gratis goed, het is voor zover het content van nieuwsbedrijven betreft wel degelijk bekostigd door private partijen. Oneigenlijke exploitatie door derden is daarom ontoelaatbaar. Nu technologische ontwikkelingen oneigenlijk gebruik

vergemakkelijken, is bescherming van creatieve investeringen des te meer van belang. Het auteursrecht beoogt die bescherming te bieden.

Auteursrechtinbreuken in het digitale tijdperk

Technologische mogelijkheden zijn door derden aangegrepen om talloze exploitatievormen te ontwikkelen op basis van de content van uitgevers, zonder dat aan rechthebbenden daarvoor toestemming is gevraagd. Het gaat daarbij met name om digitale aggregatiediensten. Deze diensten *crawlen* de websites van Nederlandse nieuwsmedia en creëren op basis daarvan eigen nieuwsoverzichten. De nieuwsservice Google News richt zich bijvoorbeeld op het algemeen publiek, HowardsHome en Meltwater verlenen hun aggregatiediensten aan organisaties. Voor deze aggregatiediensten geldt dat de nieuwsoverzichten bestaan uit samenvattingen of delen van de originele teksten. Toestemming wordt daarvoor vrijwel nooit gevraagd. Door de omvang van de overname wordt een bezoek aan de oorspronkelijke nieuwsbron in beginsel overbodig gemaakt.

Uitgevers zijn onder voorwaarden voorstanders van deze diensten. Zij voorzien immers in een nieuwsbehoefte van burgers of organisaties. De belangrijkste voorwaarde is echter de toestemming vooraf voor het (her)gebruik van hun content. Die toestemming wordt lang niet altijd gevraagd. In de huidige situatie moeten uitgevers vaak toezien hoe derden hun content oneigenlijk exploiteren. Het auteursrecht zou bescherming moeten bieden tegen deze oneigenlijke exploitatie. De recente uitspraak van het Belgisch Hof in de zaak tussen Copiepersse en Google is in dit verband hoopvol.

De mazen in de Auteurswet

Veel – inbreuk plegende – online diensten menen zich te kunnen beroepen op in het bijzonder twee excepties in de Auteurswet: de persexceptie en het citaatrecht.

De Auteurswet bevat een uitzondering (persexceptie) die het zonder toestemming overnemen van artikelen die in dag-, nieuws-, of weekblad of tijdschrift of een ander medium dat eenzelfde functie vervult toestaat, mits dit geschiedt door een vergelijkbaar medium (art. 15 AW). Dit is bijvoorbeeld aan de orde wanneer De Telegraaf een eigen bericht van NRC Handelsblad ook als nieuws brengt, of vice versa. Doel van de persexceptie is om te voorkomen dat het auteursrecht een belemmering vormt voor de vrije nieuwsgaring. Het begrip pers wordt echter zeer ruim uitgelegd. Uit jurisprudentie blijkt dat 'eenieder die zich op enigerlei wijze bezighoudt met actuele nieuwsvoorziening' tot de pers wordt gerekend. Derden die artikelen uit kranten scannen of nieuwsberichten van websites kopiëren en digitaal verspreiden, doen vaak een beroep op de persexceptie, zonder dat deze partijen zelf ook maar op enigerlei wijze journalistieke toegevoegde waarde creëren.

Voor de opkomst van nieuwe media was als vanzelf duidelijk wie een beroep op de persexceptie mochten doen. Dat waren persorganen die voor hun eigen nieuwsvoorziening over en weer putten uit journalistieke bronnen. Hieraan lag wederkerigheid impliciet ten grondslag. Door de opkomst van nieuwe media lijkt wederkerigheid als beginsel van de persexceptie te zijn verdwenen. Derden kunnen nu, zonder dat zij zelf journalistiek werk produceren, nieuwscontent gebruiken om daarmee zelf inkomsten te verwerven. Inmiddels heeft dit oneigenlijke gebruik een omvang bereikt die schadelijk is voor de marktpartijen die het nieuws feitelijk genereren. Waar de persexceptie tot doel zou moeten hebben om de vrije nieuwsgaring niet te belemmeren, brengt de exceptie nu juist schade toe aan nieuwsmedia. Het is daarom niet aannemelijk dat de huidige Nederlandse praktijk van de persexceptie voldoet aan de zogenaamde driestappentoets, zoals vastgelegd in de artikel 5 lid 5 van de (Europese) Auteursrechtverrichtlijn 2001. Dat bepaalt immers dat een beperking de normale exploitatie geen schade mag berokkenen.

Voor de pers is het citaatrecht een tweede belangrijke uitzondering in de Auteurswet (art. 15a AW). Het citaatrecht maakt het mogelijk om te citeren uit een werk in het kader van een verhandeling. Bovendien is het mogelijk (voor persorganen) om artikelen uit kranten zonder voorafgaande toestemming over te nemen in de vorm van persoverzichten. Ook derden – die zelf geen persorgaan zijn – doen vaak een beroep op het citaatrecht om artikelen uit kranten of van websites geheel of gedeeltelijk over te nemen. Zij doen dat ten behoeve van de eigen exploitatie op internet, zonder dat sprake is van een citaat als bedoeld in de wet. Dit berokkent de nieuwsmedia schade.

Wij concluderen dat de huidige toepassingspraktijk van de excepties in de Auteurswet derden te ruime mogelijkheden biedt om content van uitgevers op een oneigenlijke wijze te exploiteren. Dat ondermijnt het journalistieke en creatieve werk van nieuwsmedia, dat de Auteurswet juist beoogt te beschermen.

Wat nieuwsmedia zelf doen

De sector heeft zelf een aantal, zij het beperkte, instrumenten in handen om oneigenlijk gebruik tegen te gaan. In de eerste plaats moeten uitgevers met hun aanbod voorzien in de behoeften van de markt. Het (eventuele gebrek aan) aanbod moet inbreuk op het auteursrecht immers niet bevorderen. Uitgevers hebben daarom CLIP opgericht, dat volgens een één-loket principe modellicenties voor hergebruik regelt en voor kleine uitgevers de exploitatie afwikkelt. Met grotere afnemers sluiten individuele uitgevers licentiecontracten. Onderhandelingen daarvoor spelen zich af in een vrijemarktomgeving.

Uitgevers zetten ook nieuwe technologische mogelijkheden in om content te beschermen tegen oneigenlijk gebruik – ook in internationaal verband. Een voorbeeld daarvan is de internationale standaard *Automated Content Access Protocol* (ACAP). Verder kunnen uitgevers civielrechtelijk optreden. In de praktijk betekent dit dat

uitgevers inbreuk moeten aantonen en de daaruit voortvloeiende schade moeten bewijzen. Gegeven de complexiteit en de hoge kosten worden juridische stappen slechts in specifieke gevallen zinvol geacht.

Noodzakelijke beleidsmaatregelen

Aanvullend beleid is zeer gewenst. NDP Nieuwsmedia bepleit daarom voor de volgende twee maatregelen. Ten eerste het verduidelijken van de wetsartikelen omtrent persexceptie en citaatrecht. De persexceptie is bedoeld als waarborg voor vrije nieuwsgaring door de pers. Derden, die de exceptie uitsluitend gebruiken voor eigen exploitatie van andermans nieuwscontent, dienen zich daarom niet onder te persexceptie te kunnen verschuilen. Dat kan door reciprociteit als uitdrukkelijke voorwaarde voor het gebruik van de persexceptie in de Auteurswet op te nemen. Alleen persorganen die journalistiek werk produceren – die niet in hun vrije nieuwsgaring belemmerd mogen worden – komen dan in aanmerking voor een beroep op de exceptie. Derden die andermans nieuwscontent uitsluitend exploiteren en zelf geen journalistiek werk produceren, moeten uitdrukkelijk niet tot die persorganen gerekend worden. Een aanscherping van de persexceptie zou in lijn zijn met de uitspraak van de Rechtbank ‘s-Gravenhage, die in 2005 heeft bepaald dat de persexceptie niet is bedoeld voor grootschalige vormen van digitaal hergebruik van krantenartikelen.

Ook het citaatrecht verdient aanscherping. Het slechts kopiëren van een werk of delen daarvan, zonder dat sprake is van enige verhandeling, is niet te scharen onder het citaatrecht en dient hiervan dan ook uitdrukkelijk te worden uitgesloten. Aan overnames in de vorm van persoverzichten dient de voorwaarde te worden gesteld, dat het overnemende medium ook zelf journalistiek werk produceert, zodat hier eveneens sprake is van reciprociteit.

Een tweede maatregel is het hanteren van een strikter sanctiebeleid. Tegen inbreuken op het auteursrecht zijn civiele en strafrechtelijke sancties mogelijk. De ervaring leert dat de effectiviteit van de

bestaande rechtsmiddelen minimaal is. Civiele procedures hebben het nadeel van een complexe bewijslast. Met het oog op machtsverhoudingen met bijvoorbeeld overheden en dominante marktpartijen als Google zijn rechtszaken voor uitgevers daarnaast vaak riskant. Bovendien kunnen uitgevers alleen procederen tegen hoge kosten.

Tot strafrechtelijke sancties – auteursrechtinbreuken zijn misdrijven – komt het nog minder vaak. De toename van inbreuken die door nieuwe technologische ontwikkelingen mogelijk zijn geworden, rechtvaardigen een hogere prioriteit van strafrechtelijke handhaving door het Openbaar Ministerie. De noodzaak van een strikter sanctiebeleid is echter kleiner als bovengenoemde excepties nauwer worden geformuleerd.

Perspectief

Er bestaat maatschappelijk brede overeenstemming over de opvatting dat een goede nieuwsvoorziening van levensbelang is voor de democratische rechtsorde. Nu verdienmodellen van nieuwsmedia onder druk staan, moeten mazen in de Auteurswet ten minste gedicht worden. Oneigenlijke exploitatie door derden ondermijnt de continuïteit van uitgevers en daarmee op termijn de pluriformiteit van het Nederlandse medialandschap. Een aanscherping van de uitzonderingen in de Auteurswet die de vrije nieuwsgaring garandeert, maar oneigenlijke exploitatie van content tegengaat, is daarom dringend gewenst.

2. Het nieuws en de markt; een strategische overweging

Kees Spaan

Het gebruik van media speelt zich af op een verdringingsmarkt met de onwrikbare begrenzing van 24 uur in een etmaal. Het moderne levenstempo heeft tot gevolg dat *opportunity costs* van tijdsbesteding aan afzonderlijke media en informatieproducten door de consument kritischer worden gewogen.

Tijdsbestedingsonderzoek geeft een interessante doorkijk: *multitasking* kan de productiviteit in termen van informatieconsumptie opvoeren. Niettemin geldt dat een minuut besteed aan gaming, surfing, TV en social media niet tegelijk besteed kan worden aan het lezen van een krant of een boek. Dat verschijnsel stelt de traditionele krant voor een speciaal probleem. De marginale 'informatie en entertainment opbrengst' van aan de krant bestede tijd, bepaalt de waardeperceptie van de lezer. Kwaliteit en exclusiviteit gecombineerd met format, volume en wijze van distribueren bepaalt of de consument bereid is voor content te betalen. De *core* van dagbladen ligt in nieuws en nieuwsduiding. Sluit op dit punt de journalistieke praktijk nog wel voldoende aan bij de actuele waardeperceptie? Wordt de krant niet als te tijdrovend ervaren? De waardeperceptie wordt voorts aangetast als content aan exclusiviteit verliest door gratis *bypasses* op internet. Dat geldt zowel voor de lezer als de adverteerder.

De journalistiek zal zich moeten aanpassen. Dat leidt binnen de totale gedrukte oplage van kranten tot *quality-content up-market* met hoge waardeperceptie. Aan het andere uiterste van het spectrum ligt het accent op elementair lokaal en regionaal nieuws. Daar is het geografische profiel van de consument doorslaggevend. Lokaal en regionaal nieuws dienen tegen lage kosten te worden verzameld en gedistribueerd - veelal zelfs gratis. Sterke ICT-facilitering is van

doorslaggevend belang. Deze trend is zichtbaar in de *geo tagging* van vele internetdiensten zoals zoekmachines en veilingssites als Marktplaats en eBay. Binnen deze omgeving versterken lokale nieuwsorganisaties het *umfelt* voor de kleine adverteerder die nu de krant is 'uit-geprijsd'. Geautomatiseerde lezersfeedback kan dan de lezersrelevantie van de journalistieke agenda bevorderen en kan regionale kwaliteitscontent een betaalde positie handhaven. De journalistiek moet dus op zoek naar meer tijdefficiënte product- markt combinaties. De *apps* voor mobiele communicatie doen niet anders.

De toekomst van dagbladen, beter gezegd de exploitatie van nieuws en informatie door private ondernemingen, is afhankelijk van de mate waarin exclusiviteit kan worden gehandhaafd. *Free riding* is dodelijk voor de dagbladindustrie. Als in de keten van de nieuwsindustrie de kosten van contentcreatie niet meer kunnen worden terugverdiend, is de sector ten dode opgeschreven. Verdienmodellen moeten op basis van *micropayments* tot stand komen. Deze zijn nog steeds onvoldoende gebruikersvriendelijk en dus onvoldoende efficiënt voor deze markt die wordt gekenmerkt door veel transacties tegen lage prijzen. Implementatie stuit op de complexe structuur van het elektronisch betalingsverkeer. Versnelling is geboden. Ook op dit punt is adequate ICT onontbeerlijk. De uitgeefketen dreigt verder uit elkaar te worden getrokken. De marge wordt afgeroomd door handelspraktijken van partijen als Apple. Deze praktijk bedreigt ook de onafhankelijkheid van dagbladen. De echte onafhankelijke uitgever van nieuws en informatie is de uitgever die én creatie én productie én distributie controleert. Als de *outsourcing* zo sterk doorschiet dat ook de winstgevendheid kan worden afgeroomd door de technologie-eigenaren, legt de onafhankelijkheid het loodje. Inmiddels tast de erosie van de kasstromen van uitgevers het vermogen tot innovatieve investeringen in digitale distributie aan.

Voorts dient het intellectueel eigendomsrecht meer te worden toegesneden op de noodzaak een vitale nieuwsindustrie overeind te

houden. Een artikel in de Washington Post (16 mei 2009) wijst daar terecht op naar aanleiding van een hoorzitting in het Amerikaanse Congres. Het navolgende citaat volstaat: *“Unless Congress embarks on far-reaching change in public policy to maintain the viability of journalism as it evolves online, we will soon find ourselves with the remnants of a broken industry incapable of providing the knowledge necessary to manage life in a complex world. Journalism does not need a bailout, but it does need a sort of “recovery act” to bring the legal landscape in line with today’s publishing technologies “.*

In het verlengde daarvan is bezinning op de negatieve maatschappelijke externe effecten van internet hoog nodig. Internet kan beschouwd worden als een openbare ruimte. Internettechnologie is in eerste aanleg ontstaan door publieke investeringen in wetenschap en defensie. Waarom zou het gebruik daarvan gratis zijn? Google en soortgenoten verdienen veel geld met de exploitatie van deze openbare ruimte zonder bij te dragen aan de publieke middelen door middel van een specifieke belastingheffing. Toegegeven; een thema te groot voor een mini-essay, maar de verleiding is eveneens te groot deze gedachte ongenoemd te laten.

3. Het auteursrecht is onmisbaar voor de creatie en exploitatie van content

Bart Bouter

Hoe verdien je geld op internet en hoe voorkom je dat anderen profiteren van jouw inspanningen? Deze vragen bezorgen de journalistiek al jaren hoofdbrekers. Er wordt door veel media gezocht naar nieuwe digitale verdienmodellen. Voor ieder businessmodel geldt dat content vooral inkomsten genereert als deze uniek en waardevol is. De bescherming die de Auteurswet biedt, is daarom nog steeds essentieel. Nieuwe verdienmodellen sneuvelen dan ook als het werk van uitgevers en zelfstandige journalisten vrij door derden wordt overgenomen. Het bij het grofvuil zetten van de Auteurswet is de doodsteek voor hoogwaardige journalistiek en staat daarmee een belangrijk doel van internet, het beschikbaar maken van informatie, in de weg.

De koppeling tussen de gigantische stroom van kopieën op internet en de schade die de journalistiek daardoor lijdt, werd een paar jaar geleden nog nauwelijks gemaakt. Online verspreiding beloofde immers veel geld op te leveren. Het gratis beschikbaar maken van nieuws en achtergronden kon veel *traffic* op de site genereren, waarvoor adverteerders graag wilden betalen. Althans dat was de stelling.

Terughoudend op internet

Inmiddels is er wel wat veranderd. Bij de meeste journalistieke media zijn de ogen nu wel geopend voor de enorme omvang van het knip- en plakwerk op internet. Het aantal kopieën van journalistieke artikelen is overweldigend. Hier is een logische verklaring voor. Het produceren van waardevolle content kost veel geld, waardoor het erg aantrekkelijk is om te profiteren van het journalistieke werk dat door een ander is

uitgevoerd. Zonder creatieve en financiële inspanning verbeteren kopiërende partijen hun eigen website en daarmee hun onderneming.

De bereidheid om op te treden tegen het (zonder toestemming) overnemen van content, is de afgelopen jaren toegenomen. De makers van deze content zien in dat zonder handhaving geen exploitatie mogelijk is. Auxen spoort namens verschillende media kopieën op. De klanten bepalen zelf welke stap dan volgt: verwijdering en aanspraak op schadevergoeding, verwijdering en een waarschuwing, continue monitoring of helemaal niets. Een paar jaar geleden lieten media auteursrechtinbreuken van non-profit instellingen, eenmanszaken en particulieren nog onaangeroerd. Media beseffen nu dat alle kopieën schade berokkenen aan hun verdienmodel omdat zij de uniciteit van de content aantasten en een belemmering vormen voor het verkopen van abonnementen en licenties. Door online kopieën daalt tevens de vindbaarheid van het originele artikel en loopt het aantal bezoekers op de website terug. Dit heeft natuurlijk een negatief effect op advertentie-inkomsten.

Geen wonder dat veel uitgevers steeds terughoudender worden met het vrij toegankelijk maken van hun content op internet. De gedachte is dat voor het lezen van kwaliteitscontent betaald moet worden, waardoor de focus weer meer bij de betaalde uitgaven gelegd wordt. Een voorbeeld hiervan is het Nederlands Dagblad, dat haar content achter een betaalmuur plaatst. Ook bij dergelijke verdienmodellen is de bescherming van de Auteurswet uiteraard essentieel. Het lijkt er nu dus op dat als gevolg van de grootschalige schending van auteursrechten er minder gratis en openbaar wordt gepubliceerd.

Waardevolle content

Tegenstanders van de Auteurswet pleiten ervoor dat dagbladen geen tijd meer moeten steken in het opsporen van auteursrechtinbreuken maar moeten nadenken over nieuwe verdienmodellen. Ik pleit ervoor dat media het allebei doen. Beide zaken zijn namelijk onlosmakelijk met

elkaar verbonden. Nieuws en informatie worden op veel meer manieren verspreid en geconsumeerd dan een aantal jaren geleden. De gevestigde bronnen van nieuws moeten hierop anticiperen en zorgen dat ze wederom de inkomsten krijgen die passen bij het werk dat zij leveren. Welk verdienmodel er ook wordt ontwikkeld, bescherming blijft nodig. De basis van de Auteurswet is het exclusieve recht van de maker om zijn content te exploiteren en zijn investering terug te verdienen. Daaraan is het recht gekoppeld om derden te verbieden zonder toestemming gebruik te maken van andermans content. Als de maker van een werk niet het alleenrecht heeft op de exploitatie ervan, dan wordt het maken van waardevol werk economisch onaantrekkelijk, zo niet onhaalbaar. Hierdoor ontstaat ernstige uitholling van de journalistiek.

Auxen, voorheen Cozzmoss, wordt soms verweten halsstarrig aan de Auteurswet vast te houden en daarmee een tegenstander van digitale vooruitgang te zijn. Wij zijn ervan overtuigd – op grond van onze onderzoeken en ervaring in het medialandschap – dat er zonder juridische bescherming geen toekomst bestaat voor bestaande en nieuwe verdienmodellen voor de exploitatie van waardevolle content. Auxen ziet de Auteurswet vanuit dit perspectief als middel voor het beschermen van waardevolle content en als facilitator van nieuwe verdienmodellen.

Schadevergoeding op grond van de huidige Auteurswet

De Auteurswet en overige Nederlandse wetgeving op het gebied van schadevergoeding geeft de rechthebbende van content goede mogelijkheden om op te treden tegen inbreuken en aanspraak te maken op schadevergoeding.

Kenmerkend voor de Auteurswet is dat deze zich in de loop der tijd steeds heeft aangepast aan nieuwe technologische ontwikkelingen. Ook op het gebied van schadevergoeding zijn de afgelopen decennia nieuwe wegen ingeslagen. Een voorbeeld hiervan is dat de rechter

vandaag de dag de vrijheid heeft om bij het bepalen van de hoogte van de schadevergoeding minimaal uit te gaan van de eventuele vergoeding die de maker vraagt of kan vragen voor het gebruik van zijn content. Hierbij is niet van belang of de inbreukmaker daadwerkelijk een dergelijke vergoeding had willen betalen.

Auxen bepleit dat een schadevergoeding meer moet bedragen dan de eventuele gebruiksvergoeding, omdat het een inbreukmaker anders achteraf vrij staat alsnog 'toestemming' te kopen. Inmiddels worden dergelijke schadevergoedingen in gevoerde procedures ook toegewezen.

De reikwijdte van de persexceptie

Sommige ondernemingen die door Auxen worden aangeschreven vanwege inbreuk op auteursrechten, beroepen zich op de zogenaamde persexceptie uit artikel 15 van de Auteurswet. Deze exceptie houdt kort gezegd in dat het voor 'nieuwsmedia' of een 'persorgaan' is toegestaan om zonder toestemming nieuwsberichten van andere persorganen over te nemen, mits daarbij de bron en de naam van de maker worden vermeld.

De persexceptie wordt door veel ondernemingen echter te ver opgerekt. Zij stellen zich veelal op het standpunt dat zij content op hun website hebben geplaatst in het kader van informatievoorziening voor hun lezers. Op grond hiervan beweert men dat hun website is aan te merken als een persorgaan, waardoor het hen is toegestaan om (onder voorwaarden) nieuwsberichten over te nemen. Een onjuiste interpretatie volgens Auxen. Feitelijk komt het standpunt van deze partijen er namelijk op neer dat het iedere website, onder het mom van 'informatievoorziening', is toegestaan om nieuwsberichten van derden te publiceren.

Auxen is van mening dat 'informatie' iets anders is dan 'nieuws' en dat het overnemen van content in het kader van 'informatievoorziening' niet onder de persexceptie valt. Het enkel verzamelen van

krantenartikelen over een bepaald onderwerp en deze op een website publiceren betekent nog niet dat er sprake is van een persorgaan in de zin van artikel 15 van de Auteurswet. Ook het (sporadisch) plaatsen van zelfgeschreven teksten betekent niet automatisch dat dergelijke websites vallen onder het begrip van de persexceptie en zodoende content van derden mogen overnemen. De reikwijdte van de persexceptie moet nog nader worden ingevuld in de Nederlandse jurisprudentie. Auxen heeft hierover een aantal procedures lopen.

Creative Commons

Het gebruik van *Creative Commons* wordt door sommigen gezien als de oplossing voor het beheren van het auteursrecht. *Creative Commons* maakt werken onder bepaalde voorwaarden vrijer beschikbaar, zodat die werken eenvoudiger gekopieerd en verspreid kunnen worden. Belangrijk uitgangspunt van *Creative Commons* is, net als in de Auteurswet, dat de auteursrechthebbende beslist wat er met zijn werk gebeurt.

Ondanks de mogelijkheden van *Creative Commons* gebruiken sommige internetgebruikers nog steeds andermans werk naar eigen inzicht. Soms uit onwetendheid, soms in de overtuiging dat de kans dat men op de vingers wordt getikt niet groot is. Je kunt als auteur wel melden dat een werk alleen niet-commercieel gebruikt mag worden, maar controle en handhaving blijft nodig. Zo kopieerde de Franse krant *Le Figaro* een foto van een Nederlandse correspondent in Parijs, die zijn werk had beschermd door *Creative Commons*. Het was voor *Le Figaro* helaas geen reden om de foto niet te gebruiken.

Conclusie

Het is van belang dat de makers van content zelf een duidelijk beleid voeren voor de exploitatie en bescherming van hun rechten. Door open te publiceren op internet kan een groot publiek bereikt worden. De keerzijde daarvan is echter dat het veel makkelijker is om werk van journalisten te kopiëren. Dit gebeurt helaas op grote schaal en hiermee dient de auteursrechthebbende op adequate wijze om te gaan. De

Auteurswet biedt terecht juridische handvatten om een gedegen exploitatie en bescherming van deze rechten veilig te stellen. Hieraan dient dan ook niet te worden getornd.

Het is een onterechte bewering dat het beheren van auteursrechten in combinatie met online publicatie vechten tegen de bierkaai is. Door het inschakelen van externe specialisten kost opsporing van (illegale) kopieën niet veel tijd. Auxen zoekt continu naar nieuwe technieken om online kopieën te vinden. Om deze kopieën vervolgens te laten verwijderen bieden wij methodes aan die passen bij de inbreukmaker en bij onze opdrachtgevers. Hierdoor kan men aan het produceren van hoogwaardige content, nu en in de toekomst, verdienmodellen blijven koppelen.

4. Auteurs én exploitanten een eerlijk deel!

Thomas Bruning

Alle partijen erkennen dat in deze tijd de vraag wie het auteursrecht in handen heeft, steeds meer bepalend is. Content kan immers op steeds meer manier worden vermarkt en er wordt, zeker ook digitaal, goed geld mee verdiend. Voor dit (her)gebruik zijn de rechten cruciaal. Tegelijkertijd kan worden geconstateerd dat de scheppende partijen niet evenredig profiteren van deze vermarkting. Omdat ze hun rechten gedwongen uit handen hebben moeten geven, maar ook omdat de exploitanten van die rechten, de omroepen en uitgevers, zelf geen geld weten te verdienen aan het digitale (her)gebruik. Daarvoor zijn oplossingen denkbaar, doch die vragen wel een wezenlijke wijziging in gedrag en regelgeving. De vraag die ik in dit essay wil opwerpen is tweeledig: hoe kunnen versturende machtsfactoren in het digitale mediadomein worden geëlimineerd zodat het auteursrecht kan functioneren zoals het bedoeld is, namelijk om de vervaardiging en eerlijke exploitatie van creatieve en intellectuele werken te stimuleren?

De werkelijkheid van het digitale domein

Hoe ziet de werkelijkheid er in het digitale domein nu uit? De consument wil niet betalen voor nieuwe exploitatievormen, de exploitant heeft nog geen exploitatievorm weten te vinden, die gebruiksvriendelijk en beneficiair is en neemt daarbij de positie van de makers niet serieus. De distributeurs en digitale grootgebruikers van content zijn de lachende derde.

Deze werkelijkheid brengt het disfunctioneren van de markt aan het licht. Contentleveranciers zoals uitgevers en omroepen verkeren in

dezelfde machtspositie ten opzichte van partijen als Google, Apple en kabelmaatschappijen als de freelancer ten opzichte van de uitgevers en omroepen. De machtsverhoudingen zijn op beide fronten volledig uit evenwicht.

Eerlijkere verhoudingen op twee niveaus

In de eerste plaats zijn de makers, de freelancers de klos. Daar waar het digitale speelveld nieuwe verdienmogelijkheden voor freelance-makers zou moeten opleveren, zien zij zich steeds meer geconfronteerd met grote uitgeefconcerns en omroepconglomeraten, die voor al hun titels en programma's eenzelfde contract aan hun freelancers opdringen, waarbij de rechten op die mogelijke verdiensten op voorhand dienen te worden overgedragen. Van serieuze concurrentie in de tijdschriften- en regionale dagbladenmarkt is al jaren geen sprake meer; TMG, Wegener en Sanoma beheersen op hun gebied grote delen van de markt.

Het niet ondertekenen van zo'n standaardcontract betekent voor de freelancer feitelijk einde oefening. De exploitanten volgen de redenering dat ze alle rechten willen hebben, zonder aanvullende vergoeding. Hun redenering: we verdienen er toch nog niet aan, dus dan kunnen we de maker toch moeilijk een vergoeding toekennen. Tegelijkertijd verhindert diezelfde rechtenkwesitie hen vaak om een bepaalde productie op verschillende wijzen te exploiteren. Er hoeft immers maar een maker zijn rechten niet af te staan en het product kan niet verder (digitaal) geëxploiteerd worden. Het gevolg: een verlies-verliessituatie. De kansen op verdere exploitatie en inkomsten blijven liggen. Het werkt bovendien piraterij en jatwerk in de hand; bij gebrek aan een legaal alternatief gaat het publiek op zoek naar de makkelijkste en veelal gratis weg.

Daarom zou het goed zijn om eerst op het niveau van de makers en exploitanten tot een eerlijker en werkbare verhouding te komen om vervolgens vanuit een (ook financieel) gedeeld belang meer evenwicht te brengen in de opbrengsten in de digitale markt.

Eerlijk deel

Onze gedachte gaat uit van het zogenaamd "Eerlijk Deel"-beginsel, waarbij makers een vooraf vastgesteld deel ontvangen van de opbrengsten van alle denkbare digitale exploitatievormen. Het makkelijkst voor te stellen voorbeeld betreft uiteraard het *pay per click*-principe, waarbij een fractie van de omzet rechtstreeks gaat naar de maker van de aangeklikte pagina. Door dit duidelijk vast te leggen, kunnen exploitanten (uitgevers/omroepen/producenten) vervolgens op een overzichtelijke wijze het eindproduct op alle mogelijke manieren trachten te vermarkten, waarbij alleen bij een rendabel gebruikersaantal de verplichting bestaat tot afdracht van auteursrechtenvergoeding. Alles staat en valt bij het duidelijk en technologisch waterdicht oormerken van de oorspronkelijke prestatie, of dat nu een foto, artikel of video is.

Twee zaken zijn hierbij van belang. Ten eerste voor de maker. De maker die mee wil werken in dit systeem, zal zich alleen in uitzonderlijke gevallen (inbreuk op persoonlijkheidsrecht) tegen gebruik in ruil voor een eerlijk deel kunnen verzetten. Er is dus sprake van een vergoedings- in plaats van een verbodsrecht. Ten tweede voor de exploitant; deze kan geen exclusiviteit bedingen. Iedereen die bereid is het vergoedingspercentage te betalen, kan het makersmateriaal (dat dus ook onderdeel kan zijn van een groter geheel) gebruiken en vervolgens afrekenen aan de hand van geteld aantal clicks/bezoekers/downloads en daaraan gerelateerde omzet.

Beide zaken passen goed bij de wetten van de digitale wereld, waarbij iedereen snel uit bestaande componenten iets nieuws wil kunnen bouwen, zonder daarbij te stuiten op exclusieve rechten of ingewikkelde regelingen. De zekerheid dat er voor de maker/freelancer bij succesvolle exploitatie een eerlijk deel naar de maker gaat, zorgt voor een creatieve impuls, het wordt immers lonend om materiaal digitaal op nieuwe wijzen beschikbaar te maken en hoe meer het gebruikt wordt, hoe groter de opbrengst. Het grote voordeel van vaste percentages is dat het gemak waarmee creatief werk geëxploiteerd kan worden, enorm toeneemt. Uitgangspunt is een bepaald percentage, met de mogelijkheid voor afwijkingen naar boven op individueel niveau.

Het bepalen van een reëel omzet/gebruikerspercentage zal collectief moeten gebeuren, waarbij het uiteraard eenieders recht is om materiaal niet ter beschikking te stellen en op die wijze niet mee te gaan in de vrije verhandelbaarheid van materiaal. Groot voordeel van een collectieve aanpak is dat daarmee een machtsfactor ontstaat ten opzichte van de partijen die anders ten opzichte van de freelance maker of producent gebruik zouden kunnen maken van hun marktpositie.

Auteurscontractenrecht

Om makers in deze "Eerlijk Deel"-positie te brengen is de introductie van het auteurscontractenrecht wel een bittere noodzaak. Alleen dan kan een uitgangspositie worden gecreëerd, waarbij makers een redelijke vergoeding (lees eerlijk deel) voor ander gebruik kunnen bedingen. De werking van het auteurscontractenrecht is te vergelijken met het arbeidsrecht, waarbij vanuit de erkenning van een ongelijke machtspositie de werknemer extra beschermd wordt ten opzichte van de werkgever. Wij zijn van mening dat een maker in de huidige marktverhoudingen met die van werknemer kan worden

vergeleken. Via het auteurscontractenrecht, zou deze machtsongelijkheid kunnen worden gecorrigeerd en collectieve rechtenorganisaties in de positie kunnen worden gebracht om solide afspraken te maken.

Kunnen collectieve rechtenorganisaties de controlerende en verdelende rol op zich nemen die nodig is om tot een eerlijke toewijzing van vergoedingen te komen? Ja, maar dan wel onder een aantal dwingende voorwaarden. In de eerste plaats zullen de beroepsverenigingen van makers en exploitanten veel actiever in dit proces betrokken moeten worden. Zij hebben een veel actiever mandaat om de benodigde toestemming voor een zo ruim mogelijke digitale exploitatie te verkrijgen. In de tweede plaats zullen ze technologisch en economisch klaar moeten zijn voor de operatie, het vereist immers inzicht in technologische meetmethoden om gebruikershoeveelheden te kunnen bepalen en bedrijfseconomisch inzicht om reële inschattingen te maken van exploitatieopbrengsten. Tenslotte zullen de collectieve rechtenorganisaties een stevige verankering moeten krijgen in het auteurscontractenrecht, om hun onderhandelingspositie te kunnen uitoefenen

De eerste tekenen zijn er dat er aan de zijde van de exploitanten bereidheid is om over een vaste verdeling van inkomsten te overleggen, mits er over en weer ook begrip is voor de rol die de ander speelt. Dat maakt het ook realistisch om samen op te trekken tegen distributiepartijen en anderen die op dit moment kosteloos profiteren van de creatieve prestaties van maker en exploitanten in de digitale omgeving.

Een eerlijk deel voor makers van content in het digitale domein
Daarmee kom ik aan het tweede deel van mijn pleidooi, want naast een eerlijk deel voor de makers zou er ook een eerlijk deel voor alle

contentleveranciers en makers samen moeten worden afgesproken in het digitale domein.

Want dezelfde machtsfactor waarmee freelancers worden geconfronteerd bij uitgevers en omroepen treffen alle makers van content, dus ook omroep en uitgevers, op hun weg als het gaat om (digitale)distributie en beschikbaarstelling van hun werk aan het publiek.

Als ik de situatie voor het gemak toespits op nieuws/mediabedrijven, dan is het een feit dat het hen niet lukt om economisch grip te krijgen op de digitale markt. De logische redenering dat (nieuws)content een waarde vertegenwoordigt, die ook digitaal te verkopen zou moeten zijn, lijkt op digitale platforms al 15 jaar een onmogelijkheid. Hoewel de *New York Times* en Murdoch op dit moment pogingen doen om het tegendeel te bewijzen, lijkt het alleen in de nichemarkt (zoals de *Wall Street Journal*) mogelijk om betaalmuren op te werpen. Het alternatief, inkomsten uit advertenties, lukt door de bank genomen feitelijk ook maar mondjesmaat. Het gros van deze inkomsten blijft hangen bij de vervoerders en verwijzers naar deze content zoals Google, Facebook en Apple. Gevolg is dat er inhoudelijk (journalistiek) weinig van de grond komt op het net zelf, een recent onderzoek van het Pew Research Center toont aan dat nog altijd 95 procent van alle 'nieuwe' informatie op het internet afkomstig is van traditionele media (RTV en print). Kortom, hieruit blijkt dat redacties en dus inkomsten noodzakelijk zijn om eigen nieuws te maken!

Nieuwsmedia en hun redacties zien dit probleem groeien, zeker in print, omdat het verdienmodel daar al enige jaren begint te haperen. Adverteerders zoeken gerichte plekken om hun producten aan te bieden, vinden die digitaal en trekken weg uit print. Diezelfde mediabedrijven krijgen echter geen grip op de digitale markt

doordat ze een ondergeschikte en totaal versnipperde positie innemen in het digitale domein.

Tekenend is de marge van 30 procent die Apple vraagt voor het beschikbaar stellen van een *app*-abonnement en het enorme deel dat Google haalt uit de totale digitale advertentieopbrengsten in Nederland. In 2009 was de digitale advertentiemarkt al goed voor meer dan 800 miljoen euro; ruim de helft gaat rechtstreeks naar Google voor advertenties bij zoekopdrachten. Samen met spelers als Facebook en Hyves, die zelf ook geen content produceren, zijn zij naar verwachting goed voor tweederde van de totale advertentieomzet op het web. Deze partijen, zo geven ze zelf ook toe, zouden niet kunnen bestaan zonder de door makers en exploitanten geleverde content. Maar van een substantiële geldstroom naar deze contentleveranciers is geen sprake.

Eigen Schuld?

Er wordt geredeneerd dat deze ontwikkeling gewoon de “eigen schuld” is van de omroepen en uitgevers. De exploitant (en maker) is zo dom om distributeurs en professionele gebruikers van content geld te laten verdienen met haar prestaties. Dat lijkt misschien een vrijwillige keuze, maar is het niet. Strikt genomen dwingt niemand de exploitant om haar materiaal gratis online te zetten, maar de werkelijkheid is echter dat de machtsverhouding tussen exploitant en distributeur totaal uit evenwicht is, waardoor er geen sprake is van een keuze.

In een gezonde markt zouden diverse leveranciers/distributeurs van content onderling strijden om een mooi aanbod samen te stellen voor hun afnemers, de consumenten.

De internetmarkt werkt echter niet op die wijze: de gedachte is dat alles voor eenieder beschikbaar zou moeten zijn, anders functioneert het internet ook niet optimaal. De (kabel)distributiemarkt werkt ook niet op die wijze. Hier is de distributie zo kapitaalsintensief dat maar een of twee serieuze partijen de markt verdelen. De idee is dat mededingingsregels deze ongezonde markt zouden kunnen corrigeren, maar tot op heden is dat niet gelukt.

De oplossing: heffingen bij exploitant en distributeur

Daarom is mijn tweede pleidooi om vanuit de logica van het auteursrecht tot een correctie te komen. De gedachte achter het auteursrecht is dat een persoon of bedrijf de vruchten zou moeten kunnen plukken van een intellectuele of creatieve prestatie met een onderscheidend karakter, of anders gezegd, degene die profiteert van deze prestatie is verplicht om een deel van dit profijt te delen met de oorspronkelijke maker/rechthebbende. Dit nobele doch ook economische beginsel kan alleen goed functioneren in een markt die in zekere mate evenwichtig is. Dat is hier niet het geval:

De denkfout die altijd gemaakt wordt als het gaat om de kabel- en digitale distributeurs is dat het logisch zou zijn dat zij betaald worden door zowel publiek als exploitanten voor doorgifte. Dat is krom., Het zou logischer zijn als de exploitant de distributeur zou betalen om vervolgens zelf af te rekenen met de consument. Maar omdat er talloze exploitanten zijn en slechts weinig distributeurs, zijn die rollen omgedraaid. Gevolg is dat de consument het normaal vindt om 40 euro per maand voor kabel- en internetdoorgifte te betalen, maar absoluut geen zin heeft om nog eens apart af te rekenen voor onderdelen van het aanbod op kabel of internet.

Een (auteursrechtelijke) heffing op inkomsten bij contentgebruikende partijen en een heffing op de kabel- en internetdoorgifte aan de distributeurs zou kunnen leiden tot een herstel van machtsevenwicht.

Maar die heffing wordt dan toch vervolgens gewoon doorberekend aan de particulier, dat is toch een verkapte vorm van belasting? Ja, maar doordat die heffing wel bij maker en exploitant terecht komt, is het auteursrechtelijk gezien, een terechte belasting, die makers beloont en rekening houdt met de eisen die het internet stelt, dus geen betaalmuurtjes en snel toegang tot alle aanbod. Vervolgens blijft ook in dit model voor bijzondere content alsnog extra betaling mogelijk, maar logischerwijs geldt dit niet voor het gros van het aanbod.

De heffing zou vervolgens verdeeld moeten worden over alle rechthebbenden op basis van gebruik, een ingewikkelde, maar technologisch prima haalbare optie. Iedere contentleverancier dient zijn gewaarmerkte content op te geven bij de verdeelorganisatie, waarbij het overigens logisch is dat de heffing pas boven een ondergrens tot uitbetaling komt, omdat anders het gehele register aan particuliere contentleveranciers ook gereguleerd zou moeten worden. In dit model maakt het niet meer uit wie waar op het internet beschermd materiaal ter beschikking stelt, de hierbij behorende heffing wordt eenvoudigweg berekend op basis van gebruik. Dezelfde heffingsmethode die tussen maker en exploitant kan werken, kan dus ook tussen distributiepartijen en exploitanten en makers samen zorgen voor een werkbaar model. De maker en exploitant weten dat er een gegarandeerde opbrengst volgt bij intensief gebruik van hun werk.

Kortom, het model gaat uit van de gedachte dat het gerechtvaardigd is dat op het moment dat er aan een werk wordt verdiend, de maker daarin zijn eerlijk deel krijgt. De exploitant, het online platform of de distributeur is daarbij als beste in staat de gebruiks/opbrengsten bij te houden, zeker indien dit scherp getoetst wordt door een derde controlerende partij.

Slotwoord

Ik heb lang getwijfeld in welke vorm ik mijn bijdrage voor de bundel zou gieten. Het probleem is namelijk zo complex dat het voor een eenvoudig niet wetenschappelijk vrijgestelde als ondergetekende niet eenvoudig te overzien is. Dus op de vraag of er voldoende over is nagedacht, zal ik moeten antwoorden: te weinig!

Het probleem is echter zo urgent dat ik het toch de moeite waard vind om deze poging tot het zoeken van een oplossing hier uit te werken. Ik beseft dat de opbrengsten van heffingen slechts voor een klein deel terecht zullen komen bij leveranciers van journalistieke content en mediacontent. De entertainmentindustrie zal een behoorlijk deel van de heffing toekomen. Maar ook in die gevallen is er sprake van een intellectuele prestatie, die via een heffing op een eerlijkere manier beloond wordt. Daarbij ben ik me er terdege van bewust dat deze problematiek een grote internationale dimensie heeft. We zouden echter wel voorop kunnen lopen in het uitwerken van dit idee. Laat de discussie beginnen!

5. Auteursrecht op internet: waarom moeilijk doen als het makkelijk kan?

Een pleidooi voor collectief beheer¹

Erwin Angad-Gaur

Er worden, zowel nationaal als internationaal, veel discussies gevoerd over auteursrechten op het internet. Zijn ze wel te handhaven? En moet het auteursrecht ten behoeve van het internet niet drastisch worden aangepast? Het bijzondere is dat de wetgever nu juist voor het internet regels heeft gesteld die afwijken van de regels in de aloude (offline) wereld om ons heen. Aloude regels die over het algemeen heel goed werken en handhaafbaar blijken. Weinig mensen weten dit.

Laat ik als voorbeeld in grote lijnen het traditionele praktische auteursrechtelijke kader rond muziekgebruik schetsen. (Geen willekeurig voorbeeld uiteraard; muziek was de eerste cultuurvorm die nadrukkelijk en grootschalig met internetverspreiding en piraterij te maken kreeg; van die ervaring valt voor de journalistiek, maar ook voor bijvoorbeeld boeken en films veel te leren).

Hoe is de vergoeding voor muziekgebruik over het algemeen geregeld? Voor het persen en verkopen van cd's en muziekdvd's wordt het auteursrecht betaald aan Stemra of aan de individuele auteur (indien hij geen lid van Stemra is); voor het persen is tevens individueel toestemming vereist van de producent (de eigenaar van de opname) en van de uitvoerend kunstenaars (in praktijk dus van de producent die via het platencontract de toestemming van de artiest heeft geregeld).

¹ Op deze bijdrage is een Naamsvermelding-NietCommercieel-GeenAfgeleideWerken 3.0 Nederland (CC BY-NC-ND 3.0) licentie van toepassing.

Van belang is te beseffen dat naast het auteursrecht (de bescherming van onder meer tekstschrijvers en componisten) ook het naburig recht van toepassing is. Dit naburig recht geeft naast auteurs ook uitvoerend kunstenaars en producenten (de eigenaren van opnamen) recht op een vergoeding voor het gebruik van een opname. Bij openbaarmakingen (het openbaar ten gehore brengen van muziek) is dit recht niet individueel uit te oefenen: men heeft wettelijk slechts recht op een collectief te incasseren vergoeding. Bij wet is hiervoor de Sena (in feite de Buma van het naburig recht) aangewezen.

Als een café, een omroep of een sportvereniging muziek ten gehore brengt, dient daarom een vergoeding betaald te worden voor beide rechten. Voor het muziekauteursrecht betaalt men de tarieven van Buma, voor het naburig recht die van Sena. Hoewel hierover vaak geklaagd wordt (een moderne hobby, zo lijkt het soms), zijn deze tarieven zonder meer redelijk te noemen. Een gemiddelde bruine kroeg betaalt bijvoorbeeld een bedrag van 1,19 euro per dag voor zijn totale muziekgebruik (minder dan een biertje per dag dus...). Al met al een overzichtelijk systeem.

Tot slot bestaat in Nederland een vergoedingsrecht voor het thuiskopiëren van audio- en audiovisuele werken. Omdat wij het nutteloos, onuitvoerbaar en onwenselijk vinden bij mensen thuis te kijken of ze een cd'tje kopiëren is een uitzondering gemaakt op het exclusieve recht van de maker in het auteursrecht en de rechten van producenten en artiesten in de Wet op de naburige rechten. Iedereen in Nederland (en in vrijwel alle landen in Europa) heeft het recht voor eigen gebruik een kopie te maken, maar hiervoor is wel een vergoeding verschuldigd. Die vergoeding wordt geïncasseerd via een heffing op de voorwerpen waarop men kopieën maakt (zoals lege cd's, dvd's, cassette- en videobanden); de opbrengsten komen voor een derde ten goede aan auteurs, voor een derde aan uitvoerenden en voor een derde aan producenten.

Hoewel ook over de rechtvaardigheid van dit stelsel graag en veel geklaagd wordt, is het alternatief ondenkbaar: platenmaatschappijen die bij mensen thuis gaan controleren of men kopietjes van een bij de bibliotheek geleend cd'tje voor in de auto heeft gemaakt (China is er niets bij...). Eenzelfde systeem bestaat ten slotte voor uitleningen in bibliotheken: boeken, bladen maar ook cd's en dvd's mogen door de bibliotheek worden uitgeleend, maar hiervoor is wel een vergoeding verschuldigd, die wordt geïncasseerd door Stichting Leenrecht en wordt verdeeld onder de betrokken rechthebbenden.

Maar nu het internet. Voor downloads geldt min of meer hetzelfde systeem als voor het persen en verkopen van cd's: hier geldt in beginsel een individueel stelsel van toestemming, hoewel muzikauteurs zich hebben verenigd in Buma/Stemra om collectief voor ook dit gebruik af te rekenen.

Het zou voor de hand liggen openbaarmakingsrechten 'analoog' te regelen. Dat zou betekenen dat, zoals de radio en de kroeg offline worden aangesproken, bij *streaming* (het louter ten gehore brengen van muziek op internet) het internetplatform verantwoordelijk zou zijn voor het betalen van een vergoeding; niet de consument, niet de muzikliefhebber die een filmpje op YouTube zet en niet de internetprovider. Wettelijk is echter vastgelegd dat zodra er sprake is van *on demand*-diensten in het naburig recht sprake is van individuele exploitatie.² Sena kan hier daarom geen rol meer spelen. Hier loopt de regelgeving op internet spaak.

Waar betaling en toestemming voor een jukebox in een café eenvoudig te regelen is, is een jukebox plaatsen op het internet een nachtmerrie. Voor elk liedje dat men gebruiken wil (of voor elke film of ander soort werk), moet men individueel toestemming verkrijgen van de

² Ditzelfde geldt overigens voor het auteursrecht. Dit levert in het geval van het muzikauteursrecht echter geen praktische problemen op omdat de meeste muzikauteurs zichzelf ook voor dit gebruik vrijwillig collectief laten representeren door onder meer Buma/Stemra.

betreffende platenmaatschappij (of exploitant), die deze toestemming vaak – om onheldere redenen - weigert te verlenen. Het is om die reden dat YouTube inmiddels een deal kon sluiten met Buma, maar dat het daarmee nog steeds niet mogelijk is een filmpje op YouTube te zetten waarin een meisje danst op de nieuwe single van Lady Gaga. Hiervoor is toestemming van de platenmaatschappij noodzakelijk; een ingewikkeld en in feite ondoenlijk proces.³

Door simpelweg alle vormen van *streaming* te behandelen zoals in de wereld offline, en internetplatforms als YouTube, MySpace en Hyves in feite als radiostation of kroeg te beschouwen, zou een groot deel van het muziekgebruik op internet relatief eenvoudig geregeld kunnen worden.

Blijft over het probleem van het zogenaamde *peer-to-peer* (p2p)-gebruik; het niet-commercieel uitwisselen van bestanden door individuele consumenten. Dit gebruik is in hoge mate vergelijkbaar met het aloude thuishopiëren. Het is ondoenlijk, onwenselijk en uiteindelijk onuitvoerbaar om bij iedereen thuis te controleren wat men op de computer uitspookt. Er valt daarom veel voor te zeggen om naar model van de thuishopieregeling ook het niet-commercieel up- en downloaden van beschermde werken door privépersonen (buiten bovenbeschreven internetplatforms) toe te staan, met daar tegenover een vergoedingsaanspraak. In dit geval bijvoorbeeld door een vergoeding te introduceren die betaald wordt via het internetabonnement.

3 In mindere mate heeft de Europese Commissie in 2005 ook het muziekauteursrecht op internet moeilijk handelbaar gemaakt door concurrentie tussen collectief beheersorganisaties in verschillende landen voor te schrijven. Waar Buma en Stemra offline het gehele wereldrepertoire mogen beheren, is dat op internet niet langer mogelijk; gebruikers van muziekauteursrecht moeten daardoor bij verschillende rechtenorganisaties in verschillende landen toestemming verkrijgen. Dit is uiteraard vele malen eenvoudiger dan het krijgen van toestemming van alle individuele auteurs, maar is een grote stap terug in gebruikersgemak, vergeleken met de situatie offline.

Tegenover deze op zich voor de hand liggende oplossingen, die feitelijk hun waarde offline jarenlang bewezen hebben, staan vooral Europese Richtlijnen: met name de Auteursrechtlijn, die onder meer digitale *on demand*-diensten tot domein van individuele exploitatie verklaart, en ten dele de *E-commerce* Richtlijn, die internetproviders en internetplatforms grotendeels vrijwaart voor auteursrechtelijke claims.

Zoals bij radiostations, bij bibliotheken en bij het thuis kopiëren is het voor een individuele auteur, muzikant of fotograaf bij gebruik op het internet vrijwel ondoenlijk al het gebruik van zijn werk zelf te controleren en zelf over een vergoeding te onderhandelen, zoals het voor veel (privé)gebruikers van werken op het internet ondoenlijk is alle individuele rechthebbenden van werken te benaderen.

Hiervoor werd jaren geleden de oplossing van het collectief beheer bedacht; zoals Lira voor schrijvers, Buma voor muzikanten en Sena en Norma voor uitvoerend kunstenaars. Het ligt voor de hand ook op het internet voor collectieve oplossingen te kiezen. Temeer omdat de ontwikkeling van de techniek het goed mogelijk maakt om vrij exact op werkelijk gebruik met individuele auteurs en artiesten af te rekenen; auteurs en artiesten die nu vaak geen enkele vergoeding voor het (illegale) gebruik van hun werk ontvangen. Het eerste gebruik: de vergoeding voor de opdracht, of vergoeding voor verkoop van fysieke exemplaren en downloads kunnen onderwerp van individuele onderhandeling blijven; de vergoedingen voor kopiëren van werken, voor openbaarmakingen en privégebruik zouden het beste via het loket van rechtenorganisaties kunnen verlopen.

Waarom toch moeilijk doen als de praktijk heeft bewezen dat het veel makkelijker kan? Veel uitgevers, filmproducenten en platenmaatschappijen zijn tegen een dergelijke aanpak, omdat zij menen dat zij uiteindelijk via individuele exploitatie meer zullen kunnen verdienen, dan via de collectieve aanpak. Via het individuele exploitatiecontract hoeven zij immers een lager percentage af te staan

aan de auteur of de artiest en via individuele toestemming voor gebruik hopen zij hogere bedragen als vergoeding te kunnen incasseren door de toegang tot het aanbod te beperken.

Maar moet wat offline gewoon is, niet ook online de norm worden? Zeker als wij er gezamenlijk veel beter van zouden worden? Moet de relatie tussen consumenten en makers niet centraal worden gesteld in het denken over het auteursrecht, in plaats van de exploitant als toonaangevende tussenpersoon te blijven accepteren? Het antwoord lijkt voor de hand te liggen...

6. Winst maken door gratis weggeven

Arnoud Engelfriet

Creative Commons is voor veel mensen nogal wennen. In plaats van de volledige controle te houden, sta je nu toe dat anderen je werk verspreiden en misschien zelfs bewerken. Goed, ze moeten je naam er bij laten staan, maar zullen ze die wel goed spellen (in mijn geval een zeer relevante vraag)? En gaan ze niet knoeien in mijn prachtige tekst, of knippen in die foto?

Toegegeven, die angst is niet geheel onterecht. Er zit me een partij knoeiers op internet. Maar heb je je eenmaal over die angst heen gezet, dan zie je wat een mooi resultaat *Creative Commons* kan opleveren. Je werk wordt door anderen zichtbaar gewaardeerd; je vakantiefoto blijkt voor iemand waardevol genoeg om het logo van zijn site te worden, je blogpost komt in een online cursus over bloggen terecht, of je muziek wordt onderdeel van een grappig filmpje. Voor mij de reden om *Creative Commons* voor al mijn werk in te zetten. Niet alleen mijn columns en blogjes: ook mijn boek *De wet op internet* is *Creative Commons*. En het verkoopt verrassend goed – ondanks het auteursrecht, zou ik haast zeggen.

Recht op geld

Het auteursrecht is ooit ingevoerd om de auteur aanspraak te geven op inkomsten. Wie iemands werk kopieert of publiceert, moet daarvoor betalen. Maar die constructie is niet bedoeld als 'recht op geld'. Auteursrecht is ingevoerd om te stimuleren dat er creatieve werken worden gemaakt en op de markt worden gebracht. Die stimulans werd gezocht in de wortel van het exclusieve recht: als jij nou je verhaal als boek uitgeeft, dan mag je iedereen aanklagen die zonder jouw toestemming dat boek kopieert. Zo kun je als auteur geld vragen voor dat kopiëren, en daarmee inkomsten verwerven.

Het elegante van dit systeem is dat het geen kwaliteitstoets nodig heeft, in tegenstelling tot systemen waarbij de overheid subsidie geeft aan bepaalde kunstenaars (wie kies je? welke werken koop je aan?) of waarbij je als maker een mecenas moet zoeken die je werk hopelijk leuk genoeg vindt. Met het auteursrecht in deze vorm beslist de markt. Als veel mensen je werk kopen, dan verdien je veel geld. Maak je werk waar niemand op zit te wachten, dan krijg je geen inkomsten en dan moet je maar wat anders gaan doen. Zo ontstaat er een markt voor werken waar iedere auteur/maker zich op kan begeven en via zijn auteursrecht kan proberen zijn of haar boterham te verdienen. Ongeacht technologie.

Sluipmoordenaar op het auteursrecht

Maar helaas gaat de industrie niet altijd even enthousiast met nieuwe technologieën om. Elke nieuwe innovatie op distributiegebied, van de pianola tot de grammofoonplaat, de bioscoop, de audio- en videocassette tot Bittorrent, werd verketterd als mechanisme voor piraterij. Pas na heel veel geduw en getrek wilde daar nog wel eens verandering in komen. Eigenlijk altijd alleen wanneer een overheid besloot tot wetwijziging; bijvoorbeeld door een licentieverplichting in te stellen of een toeslag op lege opslagmedia in te voeren.

Bij de digitale omgeving ziet het er echter niet naar uit dat die wetwijzigingen er gaan komen. Dankzij steeds sterkere auteurswetgeving kunnen nieuwe businessmodellen en innovaties de nek worden omgedraaid voordat ze zich in de praktijk hebben kunnen bewijzen. Zo is het onmogelijk de politiek te laten zien dat die modellen waardevol zijn voor de maatschappij en dus óók bescherming verdienen. En dat is jammer.

Ik pleit daarom voor een fundamentele discussie bij het auteursrecht. Je kunt niet uitgaan van de huidige wet als je wilt zoeken naar een oplossing. Die huidige wet heeft ons het probleem gegeven, en zonder een grondige wetwijziging levert deze ons echt geen oplossing. Het

wordt tijd voor meer rechten bij de distributiekkanalen, en minder mogelijkheden om innovaties tegen te houden puur omdat ze de huidige businessplannen verstoren. Een nieuwe balans in het auteursrecht. En daarvoor moeten we niet kijken naar het uitgangspunt van de huidige wet, maar naar de plek waar we willen uitkomen. Aan welke criteria voldoet dat utopia, en hoe kunnen we die voor elkaar krijgen?

Creative Commons

Creative Commons is een geheel nieuwe visie op auteursrecht die volgens mij dicht in de buurt komt bij hoe het auteursrecht zou moeten werken. Geld verdienen per exemplaar, per kopie van je werk, is geen optie meer als er via internet gratis en voor niets oneindig veel kopietjes gemaakt kunnen worden. Je moet dan zoeken naar een model waarbij je geld krijgt voor een schaarse dienst terwijl iedereen je werk kopieert. Wat dat model is, hangt heel erg af van het soort werk dat je verricht. Voor mezelf zijn dat opdrachten of cursussen die ik tegen betaling lever.

Een veelgehoorde reactie daarop is: "Da's leuk voor jou als jurist, maar jij bent geen professioneel schrijver, want je verdient geen geld door je werk te verkopen". Dat lijkt me een beetje een cirkelredenering: professionele schrijvers verdienen geld per verkocht exemplaar, ik stel voor om royalty's per exemplaar af te schaffen, dus mijn model kan niet werken voor professionele schrijvers.

Maar er zit wel degelijk een kern van waarheid in. Schrijven is niet mijn primaire bezigheid, maar een nevenactiviteit naast mijn werk als juridisch adviseur. Als ik ophoud met schrijven, krijg ik nog steeds opdrachten. Een romanschrijver die ophoudt met romans schrijven, heeft niets anders meer om op terug te vallen. Maar dat wil niet zeggen dat die schrijver alleen kan bestaan door per verkocht exemplaar van zijn roman geld te krijgen.

Er zijn immers nog meer mogelijkheden om geld te verdienen met creatieve arbeid. Schaarste is daarbij het sleutelwoord. Als ik nú een bepaalde foto nodig heb, of een specifieke tekst, dan moet ik daar iemand voor betalen. Heb ik de tijd, dan ga ik wel op Flickr zoeken naar een gratis geschikte foto. Dingen schrijven en wachten tot mensen er voor gaan betalen, lijkt me dan ook geen zinvolle werkwijze. Mensen zullen altijd bereid zijn te betalen voor schaarse of unieke zaken. En iedere branche zal op zoek moeten gaan naar modellen om vanuit die schaarste te leveren en geld te verdienen.

7. Auteursrecht en digitale nieuwsmedia: de kaarten herschud

Evi Werkers

De opkomst van de nieuwe mediatechnologieën, die traditionele productie- en distributiemodellen ter discussie stellen, bezorgt mediaspelers al enige tijd kopzorgen. Offline blijven is al lang geen optie meer: wie niet bestaat online, bestaat gewoonweg niet in de ogen van de consument. Maar hoe kan het best worden omgegaan met de komst van nieuwe media en vooral, (hoe) kunnen journalisten en uitgevers nog auteursrechten laten gelden op teksten of beelden in de digitale wereld waar gratis toegang tot informatie als een evidentie wordt beschouwd? Of is het sowieso een utopie te denken dat het auteursrecht nog kan functioneren in deze nieuwe context? De weerslag van deze nieuwe media manifesteert zich op verschillende niveaus, in de eerste plaats op het niveau van de exploitatie.

Exploitatie van digitale content

Het digitale spiegelbeeld van artikelen, video's en foto's kan op het internet vrij worden uitgewisseld wat uiteraard de vrije doorstroom van informatie ten goede komt. Dit wordt bovendien in zekere mate aangemoedigd door de nieuwsproducenten zelf, die bijvoorbeeld hyperlinks plaatsen bij hun informatieproduct. Hierdoor heeft elke burger de mogelijkheid om de inhoud te delen met anderen via sociale netwerken. Nochtans staat dit haaks op de idee dat voor elk hergebruik een toestemming moet worden verkregen. Rechtspraak heeft in conflicten, met betrekking tot (volautomatisch) hergebruik van nieuwsproducten tussen aggregerende internetspelers en producenten van traditionele nieuwsmedia, de kaarten bijna steeds in het voordeel van deze laatste uitgedeeld. Onlangs nog bevestigde het Hof van

Beroep te Brussel de uitspraak van de rechter in eerste aanleg in de Belgische zaak van Copiepresse tegen Google.⁴

Laat ons even kort de feiten recapituleren. De vereniging van Franstalige uitgevers besloot een rechtszaak aan te spannen tegen Google voor het aanbieden van de *Google News* dienst, en meer specifiek voor het overnemen van korte fragmenten van de titels, artikelen en beelden zonder toestemming. Volgens Copiepresse werden daardoor zowel de vermogensrechten als de morele rechten geschonden. De rechter stelde hen in het gelijk. Google beriep zich tevergeefs op het citaatrecht: een citaat moet immers gekaderd zijn in een specifieke context met een specifiek doel (recensie, polemieek, kritiek) en dat ontbrak in het geval van *Google News*. De Amerikaanse onderneming haalde ook als argument aan dat uitgevers er zelf voor kunnen zorgen dat hun publicaties niet in de zoekresultaten terecht komen (in de index of *cache*) door een eenvoudige technische ingreep. Dit argument werd echter van tafel geveegd. Het auteursrecht gaat uit van een *opt-in* systeem, niet van een *opt-out*.

Dit standpunt werd recent bijgetreden door de rechtbank in New York die een uitspraak deed over de omstreden '*Amended Google Settlement*'⁵ die werd afgesloten tussen Amerikaanse auteursverenigingen en Google voor de grootschalige digitalisering van boeken en de opname ervan in *Google Books*. De rechter concludeerde ook hier dat de redenering niet mag worden omgedraaid en dat er niet van mag worden uitgegaan dat een auteur automatisch toestemming verleent voor het digitaliseren van zijn boeken als hij geen technologie

4 Belga, "Hof van Beroep bevestigt publicatieverbod van Google", De Standaard, 7 mei 2011.

5 P.B. Hugenholtz, "De Google Book-schikking: de wereldliteratuur gelicentieerd", NJB, 4 december 2009, N° 42, 2754 ; J. Grimmelmann, "The Elephantine Google Books Settlement", NY Law School Legal Studies, Research Paper Series 40, 2009-2010.

gebruikt om dit tegen te houden.⁶ Vervolgens besloot de Belgische rechter dat de Google *cache* tevens een inbreuk uitmaakte op het auteursrecht.⁷ De problemen ontstonden sinds Google naast de directe link van een website de *caches* apart ter beschikking stelde aan de consument. Deze laatste kan op die manier de website raadplegen, zelfs wanneer deze niet zou functioneren of de toegang tot de online archieven enkel voorbehouden is aan abonnees.⁸ Het is wellicht dan ook geen toeval dat Google recent besloot de digitalisering van krantenarchieven stop te zetten.⁹

Deze strikte interpretatie werd in Frankrijk reeds weerlegd. In een opmerkelijk arrest besloot het Hof van Beroep van Parijs dat Google niet aansprakelijk kon worden bevonden voor het opslaan en tonen van beelden via de *Google Image* dienst. De auteursvereniging betoogde dat *Google Image* een autonome exploitatie inhield van de afbeeldingen, die de zoekfunctie en de rol van neutrale tussenpersoon oversteeg. Dit werd echter weerlegd door het Hof dat van oordeel was dat de verkleinde weergave van de afbeeldingen inherent is aan de zoekdienst die Google levert en dus geen inbreuk vormt op de vermogensrechten. Het feit dat een *cache* een internetgebruiker nog voor een beperkte periode toegang kan verlenen tot een afbeelding die bij de oorspronkelijke website reeds verwijderd is, was volgens het Hof evenmin een inbreuk. Een dergelijke tijdelijke opslag door een tussenpersoon is immers noodzakelijk om een vlotte communicatie via het internet te verzekeren. Tot slot stelde het Hof dat auteurs die wensen dat hun beelden niet worden geïndexeerd, gebruik kunnen

6 The Authors Guild v. Google, U.S. District Court Southern District of New York 05 Civ. 8136, 22 maart 2011.

7 Rechtbank 13 februari 2007, IRDI 2007, 173, noot Van Asbroeck en Cock.

8 J.P. Triaille, "La question des copies 'cache' et la responsabilité des intermédiaires. Copiepresse c. Google, Field v. Google" in A. Strowel en J.P. Triaille, Google et les nouveaux services en ligne, Larquier, 2008, 255-259.

9 AFP, "Google stopt met digitaliseren van krantenarchieven", Het Nieuwsblad, 21 mei 2011.

maken van de *robot.txt* technologie. Dezelfde redenering vinden we terug in Amerikaanse uitspraken.¹⁰

Het originele karakter van informatieproducten

In de tweede plaats kan, door de komst van nieuwe mediatechnologieën, het originele karakter van informatieproducten ter discussie worden gesteld. Dankzij het open netwerk dat het internet biedt, heeft de burger toegang tot een brede waaier aan informatie, die zich bovendien niet langer beperkt tot de traditionele nieuwsmedia. Hoe origineel is een nieuwsbericht nog in een digitale context die verzvolgen wordt door tal van nieuwsinhouden die soms wel erg veel gelijkenissen vertonen? De eenheidsworst die eruit voortvloeit, kan soms moeilijk nog een eigen origineel karakter worden toegeschreven.

Toch zien we dat in rechtspraak het originele karakter van titels, fragmenten van artikelen, interviews en zeker foto's meestal zonder enige aarzeling wordt onderschreven. Doorgaans betreft het hierbij wel nieuwsinhouden afkomstig van professionele journalisten. Meestal wordt de professionele hoedanigheid niet (expliciet) in overweging genomen, dat zou immers indruisen tegen het toegankelijke karakter van het auteursrecht. De (automatische) bescherming door het auteursrecht staat immers open voor iedereen. De kwaliteit, de investeringen of de al dan niet commerciële doelstelling van een nieuwsbericht doen er in principe weinig toe. Laat dat echter wel de criteria zijn die doorgaans worden aangehaald door voorstanders van een sterker, of alleszins beter afdwingbaar auteursrecht. Sommigen pleiten ook voor een naburig recht vergelijkbaar met dat van de producent of de maker van een databank die zich op het *sui generis* databankenrecht kan beroepen.

10 Field c. Google Inc., D Nev., N°CV-04-0413, 19 januari 2006.

De verhouding tussen journalist en werkgever

Tot slot zorgde de komst van digitale media voor een kentering in de verhouding tussen de journalist en diens werkgever of opdrachtgever. Journalisten stonden in een contractuele onderhandelingspositie in het verleden vaak niet zo sterk, temeer omdat ze zelf zonder technologische en financiële middelen hun nieuwsproduct nooit bij het grote publiek zouden kunnen verkopen. De komst van digitale media zorgde in dat opzicht voor een verschuiving want nu de journalist autonoom kan publiceren en ook steeds meer met microbetalingen wordt geëxperimenteerd, versterkt dit zijn onderhandelingspositie.

Het mag duidelijk zijn dat de rol van het auteursrecht allerminst is uitgespeeld, maar dat een verandering zich wel opdringt. Niet-commerciële hergebruiken van feitelijk materiaal via het internet lijken onstuitbaar en het lijkt ook niet wenselijk dit een halt toe te roepen. Dat ligt anders voor de kwalitatief onderbouwde artikelen die duidelijk een persoonlijke stempel van de auteur dragen, waar meer dan enkel de feiten worden weergegeven, en die met een korte *teaser* achter een betalingsmuur worden geplaatst. Dit onderscheid lijkt ook onder nieuwsproducenten zelf aan belang te winnen. Er wordt steeds meer geëxperimenteerd met abonnementsformules waarbij exclusieve inhoud en enkel tegen betaling geheel ter beschikking worden gesteld aan de abonnees. *Faits divers* daarentegen, worden vrij op de website met iedereen gedeeld. Langzaam groeit ook het vertrouwen in nieuwe *on demand* marketingtechnieken en vooral mobiele toepassingen die de dalende inkomsten bij fysieke dragers (papieren krant) of lineaire televisiediensten, zouden kunnen compenseren.

8. *Fair use* kan ook commercieel zijn

Jens van den Brink

Creativiteit moet zich als een virus kunnen verspreiden, dus moeten creaties vrij kunnen worden hergebruikt. Creativiteit moet de kans krijgen zich te kunnen ontplooiën en moet dus worden beloond en beschermd. Voor beide valt iets te zeggen. De oplossing die we nu kennen is dat werken, waaronder journalistieke producties, worden beschermd, terwijl de onderliggende ideeën vrij mogen worden hergebruikt. Hoe nu dit systeem aan te passen naar de realiteit van vandaag, waarin de gemiddelde elfjarige weinig meer te schaften heeft met regeltjes die iets indammen wat voor hem zo vanzelfsprekend is? Te weten, een digitale samenleving waarin informatie vrij beschikbaar is.

Het lijkt me in ieder geval dat we ver weg moeten blijven van bewegingen die de kant opgaan van verdergaande beperking. Zoals de *hot news doctrine* in de VS, een regel die feiten beschermt die slechts heel kort van waarde zijn. De doctrine dateert van begin twintigste eeuw, maar is in de zaak *theflyonthewall.com* nu ook op internet toegepast. Een club van investeringsbanken waaronder Morgan Stanley en Lehman Brothers klaagde met succes de website *theflyonthewall.com* aan waarop vrijwel direct na verschijnen koersen afkomstig van deze banken werden gepubliceerd. De rechter vond dat de site niet had mogen *free-riden* op de koersgegevens van de banken. De website had de gegevens vertraagd, twee uur na eerste verschijning, moeten publiceren, op een moment dat het geen *hot news* meer zou zijn. Ik denk dat (afgezien misschien van de grote persbureaus) de meeste mensen het erover eens zijn dat dit een tikkeltje te ver doorslaat en nou niet bepaald de manier is om in te spelen op het digitale tijdperk.

Het kabinet zegt wel voorstander te zijn van grotere vrijheid, en pleit in een eind mei 2011 verschenen rapport voor de introductie van een *fair use*-bepaling, vergelijkbaar aan het Amerikaanse systeem. Ook in Engeland verscheen deze maand een rapport (het Hargreaves rapport) waarin is gekeken naar een *fair use*-exceptie om tegemoet te komen aan de realiteit van de digitale samenleving. Hargreaves wees er terecht op dat deze versoepeling in ieder geval vanuit Europa moet komen, omdat we gebonden zijn aan de Europese wetgeving op dit gebied.

Maar terug naar ons eigen kabinet dat heeft laten weten dat het zich inzet voor een *fair use*-exceptie om niet-commercieel creatief hergebruik van werken te stimuleren. Wat mij opvalt is die toevoeging 'niet commercieel gebruik'. Heeft het dan nog wel enig merkbaar effect? Immers, vrijwel alle websites en blogs hebben ergens wel een commercieel belang. Of gebruik commercieel is, is ook niet voor niets irrelevant onder het huidige auteursrecht. Waar komt dat voorbehoud 'niet-commercieel' vandaan? Ook (of misschien wel juist) commerciële creativiteit en commercieel hergebruik leveren nieuwe creaties, innovatie en vooruitgang op en moeten zoveel mogelijk worden gestimuleerd. In de Verenigde Staten, waar het begrip vandaan komt, geldt de *fair use*-exceptie ook gewoon voor commercieel gebruik. De juiste vraag is of 'use' 'fair' is, niet of het commercieel is.



Dat onderscheid tussen 'commercieel' en 'niet commercieel' gebruik zie je ook terug bij initiatieven als *Creative Commons*, die ook proberen tegemoet te komen aan de wens vrijer met creaties om te kunnen gaan. Een veel gebruikte *Creative Commons* licentie heeft als voorwaarde dat het gebruik van het werk niet commercieel is. De praktische problemen die dit, met name voor de journalistiek, met zich

mee kan brengen worden geïllustreerd door de zaak die Adam Curry tegen weekblad Weekend aanspande.

Curry vond dat Weekend geen foto's had mogen publiceren die afkomstig waren van zijn Flickr account. Onder meer omdat de toepasselijke CC licentie commercieel gebruik verbod. Immers, Weekend is toch een "uitgesproken commercieel tijdschrift", aldus Curry, En dat was de rechter het met hem eens, die vond dat "het uitgeven van een entertainmentblad als Weekend in de eerste plaats als een commerciële activiteit kan worden aangemerkt". Dat is naar mijn mening niet bepaald overtuigend. Ook entertainmentnieuws is nieuws. Alle grote kranten besteden er ruim aandacht aan. En dat Weekend, net als de Volkskrant en NRC Handelsblad, geld wil verdienen, maakt de inhoud evenmin puur commercieel. *Creative Commons* liet op haar website weten heel blij te zijn met de uitspraak. En dat roept vragen op. Vindt *Creative Commons* dan dat een 'nette krant' niet, maar entertainmentbladen wel commercieel zijn? Zo'n soort regel lijkt namelijk wel uit het Curry-vonnis te volgen. Als dat zo is, dan is het criterium dus niet of het gebruik commercieel is, maar of het *hardcore* nieuwstijding is of niet. Waar ligt de grens en wie bepaalt dat? Of zijn alle media commercieel, simpelweg omdat ze een winststreven hebben? Dat kan *Creative Commons* bepalen, maar belangrijk is in ieder geval dat daar duidelijkheid over komt.

Mij is het in ieder geval niet duidelijk. Vreemd genoeg lijkt *Creative Commons* ook geen antwoord op de vraag te hebben. Ik heb het tweemaal voorgelegd aan iemand van de organisatie. Een keer vroeg ik of de Volkskrant net zo behandeld had moeten worden als Weekend in de Curry zaak. Daarop kreeg ik bij de eerste gelegenheid geen antwoord. De andere keer werd de opmerking afgedaan als juridisch geneuzel. Voor de journalistiek is dit echter geen geneuzel. Aan media die de vraag stellen of zij *Creative Commons*-materiaal mogen gebruiken moet ik nu antwoorden dat dat onduidelijk is. Ditzelfde issue

zal zich ook gaan voordoen als het kabinet in Europa gaat pleiten voor een *fair use*-exceptie die alleen geldt voor niet commercieel hergebruik.

Ik denk dat de oplossing alleen kan zitten in ruimere excepties die ook gelden voor commercieel gebruik. Het criterium is dan daadwerkelijk of het hergebruik '*fair*' is, en niet of er geld mee wordt verdiend. Anders is het een druppel op een gloeiende plaat en wordt geen recht gedaan aan het doel creatief hergebruik, en daarmee innovatie, te stimuleren.

9. Het auteursrecht is de zuurstof van de beschaving¹¹

Arjan van der Knaap

Er was lef voor nodig om het auteursrecht in het leven te roepen. Drie eeuwen geleden gaven gezaghebbers een deel van hun macht op. Door de teugels te laten vieren, gaven ze ruimte aan hun oppositie. De Britse politici beseften dat vrijheid veel meer waard was dan hun kortetermijnbelang. Zij begrepen dat het de zuurstof was die de beschaving naar een hoger niveau zou brengen.

Met de *Statute of Anne* erkenden de Engelsen voor het eerst dat auteurs de rechthebbenden zijn van een productie. Indertijd claimden drukkers namelijk nog alle winsten van boeken. Zo verschaftte deze maatregel schrijvers na 1710 de financiële en maatschappelijke ruimte om hun werk te doen. Dat betekende niet alleen brood op de plank voor de schrijvers, maar ook een historische stimulans voor de ontwikkeling van het denken en de maatschappij. En uiteindelijk profiteerden ook de zelfzuchtige, visieloze drukkers van deze maatregel: hun persen werden er alleen maar belangrijker en rendabeler op.

Anno 2011 moeten er opnieuw belangrijke beslissingen worden genomen over het auteursrecht. In de achttiende eeuw beteugelde de overheid de nervositeit van ondernemers met dure drukpersen. Nu gaat het om de bedrijven die gewend waren om de distributie van boeken en andere media te controleren: de uitgevers en platenmaatschappijen. Na een succesvolle lobby uit deze hoek kondigde staatssecretaris Teeven vorige maand een aanscherping van het bestaande downloadverbod aan. Ons kabinet denkt de

¹¹ Op deze bijdrage is een Naamsvermelding-NietCommercieel-GeenAfgeleideWerken 3.0 Nederland (CC BY-NC-ND 3.0) licentie van toepassing.

maatschappij een dienst te bewijzen met een downloadverbod. "Een civielrechtelijk handhavingsinstrumentarium waarmee rechthebbenden zich kunnen richten op websites en diensten die auteursrechtinbreuken faciliteren", om precies te zijn. "Het kabinet beoogt de inbreukfaciliterende websites te bestrijden".

Een ferme stap in de verkeerde richting. Het getuigt van weinig vertrouwen in de toekomst, is slecht voor het imago van het auteursrecht en het impliceert zelfs een aantasting van de rechten van de internetgebruikers. Als het om buitenlandse mogendheden gaat is iedereen het erover eens: het auteursrecht is er niet om revoluties te remmen. Het is immers in het leven geroepen om de vrijheid van meningsuiting te waarborgen en de vrije informatie-uitwisseling te waarborgen. De tragiek wil dat dergelijke regelgeving momenteel vooral door regimes van twijfelachtig allooi wordt ingezet om censuur te rechtvaardigen. Zo wordt met het wetboek in de hand de vrije meningsuiting op sociale netwerken als Youtube, Blogger, Facebook en Twitter het zwijgen opgelegd.

De oorsprong van het auteursrecht getuigde van visie. Er was moed voor nodig om de teugels te laten vieren. Meer ruimte voor auteurs betekende ook dat de deur open werd gezet voor felle maatschappijkritiek, satire en lectuur waaraan de aristocraten van destijds niet eens durfden te denken. Daar maakten ze zich ongetwijfeld zorgen over, maar ze zagen óók de winst die de versnelling van informatie-uitwisseling de samenleving zou brengen. Ze waren niet bang.

Nu ontbreekt het vertrouwen en overheerst de angst. Zo dreigt ook een ondubbelzinnig voorstel voor een niet-overdraagbaar auteursrecht te verwateren tot een klachtenregeling voor auteurs die ontevreden zijn over de inspanningen van uitgevers of filmmaatschappijen. Een krampachtige poging om marktposities te beschermen tegen de vooruitgang. Terwijl zelfs de meest hardnekkige dictaturen wankelen

onder de frisse wind van het internet, wordt hier wetgeving opgetuigd om oude structuren overeind te houden.

De nervositeit onder uitgevers is begrijpelijk. Ze voelen zich bedreigd door het wegvallen van de schaarste die zij via de boekwinkel en de kiosk wisten te creëren. Vroeger legden de uitgevers het contact tussen de maker en zijn publiek. Dat gebeurt nu steeds meer via het internet. Auteurs bouwen via verschillende platforms een achterban op en onderhouden hun eigen relaties. De uitgever past daarom bescheidenheid. Die zal zich moeten herbezinnen, herpositioneren en nieuwe verdienmodellen ontwikkelen. Het kan geen reden zijn om bescherming te zoeken bij de overheid. Het auteursrecht is geen exploitantenrecht.

De opmars van internet zal onze beschaving net zo'n impuls geven als destijds de boekdrukkunst. Voor wie de geschiedenis geen vertrouwen geeft, onderstrepen de actuele ontwikkelingen in de muziekindustrie dat paniek niet op zijn plaats is. Door de opmars van mp3 en *streaming* audio wordt er tegenwoordig meer muziek geproduceerd en geluisterd dan ooit. De opmars van internet en digitale media biedt ook uitgelezen kansen voor schrijvers en andere makers. Als de uitgevers daarin een rol van betekenis willen spelen, moeten ze opschieten. Voor de distributie van muziek zijn al lucratieve, gebruiksvriendelijke en veilige alternatieven voor de torrentsites. De uitgevers zijn nog niet zo ver en blijkbaar is er ook geen vertrouwen in de eigen innovatiekracht. Dat is zorgwekkend, maar geen reden om de bescherming door het strafrecht te smeken. De honden blaffen, maar de karavaan trekt voort.

10. Overbodige conducteurs op de stoomtrein

Arjan Dasselaar

“**A**uteursrecht moet worden afgeschaft. Als daardoor makers van nu nog auteursrechtelijk beschermde werken kapot gaan, dan is dat maar zo. Toen de elektrische trein kwam, moesten de stokers van stoomtreinen immers ook wat anders gaan doen”. Het is een standpunt dat je vaak hoort en het klinkt sympathiek. In het egalitaire Nederland is er, zelfs onder liberalen, immers altijd wel enthousiasme te vinden voor een ouderwets robbertje ‘ageren tegen het grootkapitaal’.

Er is maar één probleem mee, en niet alleen omdat de meeste creatievelingen die auteursrechtelijk beschermde werken produceren daar vaker niet dan wel rijk van worden, en het met dat ‘grootkapitaal’ dus wel meevalt.

Namelijk: de vergelijking met de evolutie van het treinwezen klopt niet. Want niemand heeft een technologie uitgevonden die het maken van auteursrechtelijke werken automatiseert, en daarmee ‘ouderwetse’ producenten van die werken vervangt. De romanschrijvende computer moet nog worden uitgevonden. En er is ook al geen machine bedacht die automatisch films en tv-series uitpoept (al zou je bij SBS6 soms wat anders vermoeden).

Wat er wel is: een efficiëntere methode om auteursrechten te *schenden*. Om even terug te gaan naar de treinvergelijking: we hebben een fantastische manier gevonden om met z’n allen massaal zwart te rijden. Daar gaat het treinbedrijf inderdaad aan kapot – maar niet omdat het transportmiddel trein niet meer van deze tijd is. Of omdat mensen geen transport meer nodig hebben.

En toch heeft het auteursrecht een groter probleem met downloaders dan de spoorwegen met deze zwartrijders. Ik kan moeilijk anders doen dan dat toegeven, want ik doe zelf fanatiek mee aan het schenden van auteursrechten. Ik was gebruiker van het inmiddels verboden FTD, dat het downloaden van illegaal film- en muziekaanbod faciliteerde. Hoewel dit downloaden in Nederland legaal is – alleen de uploaders zijn hier (vooralsnog) strafbaar - deed ik dit met een bezwaard gemoed. Want ik schond de rechten van de makers.

Ik deed dat niettemin – vond en vind ik – met een goede reden: de conducteur weigerde me een kaartje te verkopen. Er is geen commerciële dienst die het aanbod van FTD zelfs maar benaderde. Ik zag mezelf als zwartrijder tegen wil en dank.

Hoewel van protestantse huize, kocht ik mijn geweten daarom op katholieke wijze af, door wat ik keek later op blu-ray aan te schaffen. Want wie wat bedenkt, wie wat creatiefs kan, mag daar wat mij betreft de vruchten van plukken. Dat is geen nieuw idee, dat kunt u elk weekend aanschouwen in winkelcentra waar toeschouwers straatartiesten geld toewerpen voor een geslaagde voorstelling.

Het morele besef dat het fair is om een ander te laten profiteren van zijn of haar bedenkensels, is veel basaler dan de op zichzelf al imposante geschiedenis van het auteursrecht, die tenminste teruggaat tot het *Statute of Anne* uit 1710. Het wordt in de meeste kringen onfatsoenlijk gevonden om met andermans idee aan de haal te gaan op je werk. Of om die scherpe observatie die je net van vriend A hebt gehoord aan vriend B door te vertellen terwijl je doet alsof het hier je eigen inzicht betreft.

Er is geen wezenlijk, principiële, verschil tussen sociale of monetaire compensatie. Beiden zijn vormen van beloning. Sociale erkenning kan soms zelfs heel wat meer opleveren dan geld alleen – bijvoorbeeld een begeerde partner - en omgekeerd wordt geld vaak gebruikt om status te kopen.

De ultieme, te vaak niet uitgesproken consequentie van het afschaffen van auteursrecht, zal zijn dat er minder aanbod komt van kwalitatieve goede creatieve werken. Wanneer het maken van een creatief werk niet meer loont, zullen mensen die daarvan afhankelijk zijn een ander businessmodel moeten vinden.

Voor auteurs van non-fictie, zoals ikzelf, zou dat bijvoorbeeld het geven van specialistisch advies op uurbasis kunnen zijn. Reken er niet op dat dergelijke auteurs dan nog alomvattende boeken met een gedegen kennisoverzicht zullen produceren. Wat zal resteren zijn vlotjes geproduceerde oppervlakkige werkjes die vooral dienen als promotie-instrument. Echt specialistische kennis gaat dan over de toonbank tegen een uurtarief dat drie keer zo hoog ligt als de prijs van één handzaam boekwerkje. Want dat kost – bij gebrek aan stoomtrein - een privéchauffeur nu eenmaal.

En dus koop ik graag een kaartje bij de conducteur. Voor muziek kan dat al, dankzij het veelgeprezen Spotify waarmee een enorm muziekaanbod ontsloten wordt. Toen Spotify naar Nederland kwam, stopte ik FTD te gebruiken om muziek te downloaden.

Maar helaas ontbreekt zowel op film- als op boekengebied zo'n mooi legaal alternatief. Het zijn de exploitanten van het auteursrecht die hier hardnekkig weerstand bieden tegen de vooruitgang, omdat hun vermeende eigenbelang dat in de weg staat.

De rol van exploitanten zoals boekenuitgevers of muziekmaatschappijen, is om het auteursrecht van de makers uit te baten. Ze zijn ontstaan omdat die makers daar zelf niet toe in staat waren. Het uitgeven van een boek of het produceren van een muziekalbum vergde immers forse investeringen.

Hun bedrijfsmodel is daarop nog altijd afgestemd: de eigen continuïteit is belangrijker dan die van de maker. Zo is het bij uitgevers volstrekt normaal om er een rekenmodel op na te houden waarbij men na 700

verkochte boeken uit de kosten is. Terwijl een auteur, met 10 procent royalty's op de verkoopprijs, na zo'n aantal natuurlijk nog lang niet zijn uren heeft terugverdiend (ter vergelijking: de boekhandel krijgt op zogeheten A-boeken 40 tot 50 procent van de verkoopprijs).

Dat is alleen logisch als aan twee voorwaarden wordt voldaan. Ten eerste moet het distribueren van het auteursrechtelijke werk zo ingewikkeld zijn dat de maker dit niet zelf kan. Ten tweede moet de exploitant ervoor zorgen dat de werken van de maker ook daadwerkelijk overal verkrijgbaar zijn waar er een markt voor bestaat.

In steeds meer situaties wordt aan die voorwaarden niet voldaan. Al was het alleen maar omdat veel makers zelf voor hun distributie kunnen zorgen, ondermeer dankzij internet. En omdat de klassieke exploitanten vooralsnog weinig meer te bieden hebben dan obstructionisme, ontstaan uit een verkeerd begrip van hun eigenbelang.

Want exploitanten staan in meerderheid niet open voor nieuwe distributievormen, waardoor ze de belangen van de makers verkwanselen. En als ze daar bij wijze van uitzondering wel voor open staan, moeten de auteurs het financiële risico dragen in de vorm van lagere royalty's. Want zelfs exploitanten die de nieuwe tijd willen binnenstappen, willen geen afscheid nemen van de emolumenten van weleer.

Het zou in dit verband flauw zijn om op te merken hoezeer de grachtengordel oplicht wanneer je op Google Maps het woord 'uitgever' intypt. En dat is ook niet nodig, want het is zo wel duidelijk dat exploitanten vergeten zijn waarom ze bestaan, en aan wie ze dat bestaansrecht ontlennen: de makers.

Wie beweert dat het auteursrecht gemoderniseerd moet worden, vindt in mij dus een medestander. Zoals het *Statute of Anne* in 1710 het auteursrecht weghaalde bij drukkers en aan de makers gaf, zo is het na

ruim driehonderd jaar tijd dat de wet de positie van makers verder verstevigt.

Een paar suggesties:

- **Geef makers de mogelijkheid een gegeven licentie terug te vorderen als de exploitant ligt te slapen.** Veel licentiecontracten bevatten een bepaling die de exploitant het recht geeft op digitale exploitatie van het werk. Helaas is de realiteit dat nogal wat uitgevers niets doen met deze rechten. In zo'n geval moet de auteur die licentie kunnen intrekken. Dat vergroot het aanbod, wat goed is voor de maker én voor de consument.
- **Hef collectieve beheersorganisaties (CBO's) op.** Het handhaven van collectieve rechten is geen taak voor semipublieke clubjes die zowel in beeldvorming als in gedrag schadelijk zijn voor de makers die ze zeggen te vertegenwoordigen. Wie herinnert zich niet de Don Quichote-achtige actie van Buma/Stemra die webloggers een rekening wilde sturen voor het vertonen van YouTube filmpjes? En wie weet dat Lira jaren achtereen zijn vergaderingen hield in De Industriële Groote Club, snapt dat makers niet gebaat zijn bij clubs die op dergelijke onverantwoorde wijze het imago van auteursrechthebbenden bezoedelen. De bedragen die ze bij elkaar harken, zijn zelfs voor succesvolle makers vaak minimaal, maar CBO's creëren voor een fortuin aan vijanden van het auteursrecht. Opheffen dus. Als het al moet gebeuren, dan doen makers het zelf maar.
- **Dood = einde verhaal.** Het *gedaal* in licenties is niet in het belang van makers, dus de overdracht van licenties zonder toestemming van de maker moet verboden worden. En het auteursrecht dient bovendien te eindigen wanneer de maker zelf eindigt. Veel weerzin tegen het auteursrecht wordt gecreëerd door krankzinnige rechtszaken zoals die in Australië, waar Larrikin Music een rechtszaak voerde op basis van de vermeende gelijkens van een

bekend popnummer (*Down Under* van Men At Work) met een kinderliedje (waarop men de rechten had). Dit terwijl de auteur (Marion Sinclair) allang dood was.

Dan ben ik mijn belangrijkste voorstel nog vergeten. Dat is niet gericht aan de politiek, maar aan de makers zelf. Namelijk: neem eigen verantwoordelijkheid. Doe het zelf. Internet biedt daartoe voldoende mogelijkheden.

De vijanden van het auteursrecht hebben in één ding gelijk: de stoomtrein is een ouderwets, log ding. De maker, en auteursrechthebbende, van de toekomst is beter af als flexibele taxichauffeur. Uiteraard met een eigen auto. Maar om Amsterdamse wildwesttaferelen te voorkomen, is dan wel meer dan nu bescherming door de overheid vereist.

De auteurs

Erwin Angad-Gaur is secretaris/directeur van de Ntb, de vakbond voor musici en acteurs en voorzitter en medeoprichter van het Platform Makers, het samenwerkingsverband van beroepsorganisaties en vakbonden voor auteurs en uitvoerend kunstenaars. Daarnaast is hij muzikant (www.radjinder.nl), componist/tekstschrijver en publicist. Hij studeerde Kunst en Cultuurwetenschappen aan de Erasmus Universiteit in Rotterdam en werkte enige jaren als muziekproducer in de toenmalige Polytrax-studio's in Zeewolde.

Piet Bakker is lector Crossmediale Kwaliteitsjournalistiek aan de Hogeschool Utrecht en universitair hoofddocent aan de afdeling Communicatiewetenschap aan de Universiteit van Amsterdam.

Bart Bouter is sinds januari 2011 directeur van Auxen, voorheen Cozzmoss. Bouter heeft een bedrijfskundige achtergrond en heeft gewerkt voor ING en voor Graydon. Auxen brengt de online verspreiding van content in kaart en biedt oplossingen om het originele werk weer uniek te maken. Het bedrijf werkt samen met advocaten van Banning. Auxen is een initiatief van journalisten en is actief sinds 2006. Auxen werkt voor dagbladen, freelance journalisten, uitgevers, online journalisten en mediaplatforms.

Jens van den Brink is media-advocaat. Hij studeerde rechten in Amsterdam, Londen en New York en Frans in Nice. Sinds 2000 werkt hij als advocaat, met name voor de media. Dat betekent een focus op vrijheid van meningsuiting en auteursrecht. Van den Brink is partner bij de praktijkgroep Intellectueel Eigendoms- en Mediarecht van Kennedy Van der Laan in Amsterdam. Van den Brink geeft regelmatig cursussen over media-, internet- en intellectueel eigendomsrecht. Hij is gastdocent aan de VU (PAO Internetrecht), de Erasmus Universiteit (Postacademische Dagbladopleiding Journalistiek), de Rijksuniversiteit Groningen (Master Journalistiek), de School voor de Journalistiek

(Utrecht) en de Media Academie. Van den Brink is co-auteur van het *International Libel & Privacy Handbook* (Bloomberg, 2009) en de *Kroniek Persrecht* (Mediaforum, 2011-5) en hoofdredacteur van mediarecht blog Media Report.

Thomas Bruning is algemeen secretaris van de Nederlandse Vereniging van Journalisten (NVJ) en bestuurder van Villamedia Uitgeverij. Hij studeerde Nederlands Recht aan de Universiteit van Amsterdam, met als specialisatie media- en auteursrecht. Bruning is bestuurslid en secretaris van Stichting Persvrijheidsfonds, lid van het Persvrijheidsdag comité, bestuurslid van De Tegel, Jaarprijzen voor de Journalistiek, bestuurslid van de Nederlandse Sportpers (NSP) en bestuurslid van Burafo. Hij was bestuurslid van Stichting Media Debat, Stichting Nieuwswaarde en Pensioensfonds PNO media. Daarnaast was hij ambtelijk secretaris van de Raad voor de Journalistiek en lid van diverse begeleidings- en beroepscommissies. Hij publiceert regelmatig opiniestukken over mediabeleid in diverse kranten en op internet. Eerder was Bruning werkzaam bij Advocatenkantoor De Vos & Partners en de werkgeversorganisatie voor orkesten, CNO.

Arjan Dasselaar is sinds 1992 actief als journalist. Hij schrijft ondermeer voor het weekblad Elsevier en het Financiële Dagblad. Ook is hij columnist voor NU.nl en geeft hij redactionele trainingen. Dasselaar schreef diverse boeken over ondermeer internetresearch, crossmediale journalistiek en digitale criminaliteit. Hij doceerde journalistiek aan de Universiteit Leiden, de Rijksuniversiteit Groningen en de Erasmus Universiteit. Ook geeft hij les in onderzoekmethoden aan de Rotterdam School of Management. In 2000 kreeg hij voor internetcolumns in het weekblad Elsevier een eervolle vermelding bij de verkiezing van het Gouden Pennetje. In 2006 studeerde Dasselaar cum laude af op een onderzoek naar het journalistieke gehalte van Nederlandse weblogs. Zijn website is www.arjandasselaar.nl, maar Dasselaar is online vooral actief op Twitter: twitter.com/arjandasselaar.

Arnoud Engelfriet is ICT-jurist, gespecialiseerd in internetrecht waar hij zich al sinds 1993 mee bezighoudt. Hij werkt als partner bij juridisch adviesbureau ICTRecht. Zijn site *lus mentis* is één van de meest uitgebreide sites van Nederland over internetrecht, techniek en intellectueel eigendom. Sinds 2007 blogt Engelfriet dagelijks over internetrecht. Van zijn boek *De wet op internet* zijn meer dan 2000 exemplaren verkocht – en het is natuurlijk ook legaal van Bittorrent te halen.

Erik Huizer is algemeen directeur van TNO Informatiemaatschappij en deeltijd hoogleraar “Internet toepassingen” bij de afdeling media- en cultuurwetenschappen van de Universiteit Utrecht. Hij was tot januari 2011 directeur Kennis bij TNO ICT. Daarvoor was hij vice president Internet and New Media bij Technicolor, directeur bij NOB, directeur bij SURFnet en hoogleraar aan de Universiteit Twente. Momenteel is Huizer voorzitter van de raad van toezicht van stichting NLnet, lid van het bestuur van IIP create (onderzoek tbv ICT in creatieve sector), de adviesraad van het IVIR en de adviesraad van Bits of Freedom. Huizer is initiatiefnemer voor het nieuw op te richten Privacy- en Identity lab, een samenwerking tussen de Stichting Internet Domeinregistratie Nederland, Radboud Universiteit, Universiteit Tilburg en TNO.

Arjan van der Knaap is voorzitter van de Freelancers Associatie (FLA), de belangenvereniging voor journalisten en publicisten die over hun eigen auteursrecht beschikken. De FLA trad in de afgelopen jaren geregeld op namens freelancers wier werk ongevraagd en onbetaald werd gepubliceerd op internet en in databases. Zo werd PCM in het voorjaar van 2002 gedwongen ruim twee miljoen euro uit te betalen. Van der Knaap is communicatieadviseur en schreef als freelance journalist over ondernemen, marketing, technologie, auto's en autosport.

Michiel Kramer is hoofd van het secretariaat economische en juridische zaken van het Nederlands Uitgeversverbond (NUV) en verantwoordelijk

voor onder andere de portefeuille auteursrecht. Dit houdt in advisering van de bij het NUV aangesloten brancheverenigingen en leden en betrokkenheid bij wet- en regelgeving op nationaal en Europees niveau. Hij was eerder werkzaam bij de Persgroep Nederland (voorheen PCM Uitgevers) als bedrijfsjurist en secretaris van de Raad van Bestuur. Zijn rechtenstudie volgde hij aan de Universiteit Utrecht, gevolgd door een masters aan New York University.

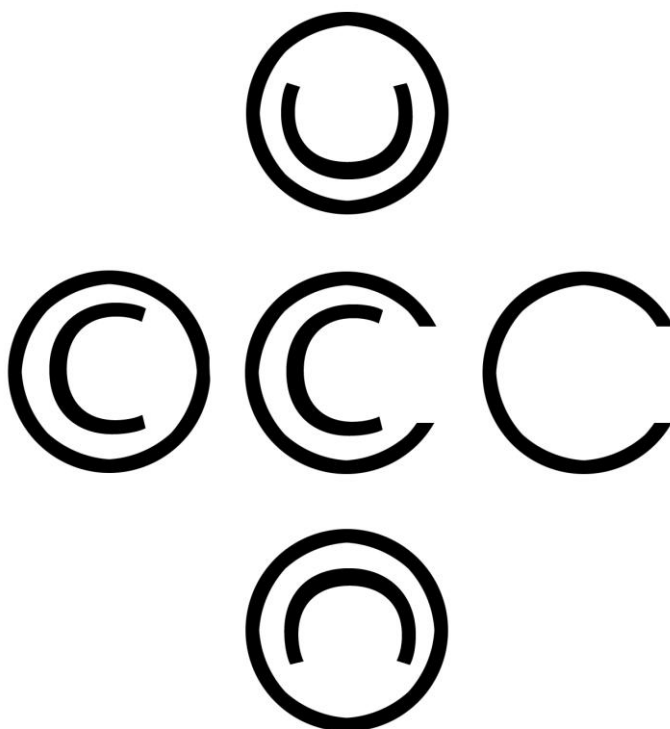
Mijke Slot is research scientist bij TNO. Zij doet onderzoek op het gebied van de mediasector, participatieve media, veranderende rollen van gebruikers en verschuivende relaties tussen gebruikers en producenten/organisaties. Daarnaast is ze wetenschappelijk docent aan de Erasmus School of History, Culture and Communication (Erasmus Universiteit Rotterdam) en Academic Director van een postacademische seminarreeks (Erasmus Academie).

Kees Spaan was 1999 tot 2010 voorzitter van brancheorganisatie De Nederlandse Dagbladpers, tegenwoordig NDP Nieuwsmedia. Vanaf 1985 bekleedde hij diverse functies in de dagbladsector: directeur Wegener Uitgeverij Midden Nederland, de uitgever van het Utrechts Nieuwsblad en de Amersfoortse Courant, en directeur van de toenmalige Nederlandse Dagbladunie (NDU). Voordat Spaan zijn intrede deed in de dagbladsector, was hij zeven jaar bestuurslid bij de Nederlandse Omroep Stichting. Spaan begon zijn loopbaan als beleidsmedewerker bij het Ministerie van Economische Zaken. In 2004 ontving hij een Koninklijke onderscheiding voor zijn prestaties.

Evi Werkers is sinds 2005 als onderzoeker verbonden aan het Interdisciplinair Centrum voor Recht en ICT (ICRI) in Leuven waar ze zich toelegt op auteurs- en mediarechtelijke aspecten van eCultuur en online media.

Herman Wolswinkel is beleidsadviseur public affairs bij NDP Nieuwsmedia, de brancheorganisatie van nieuwsbedrijven. In zijn functie volgt hij nauwlettend de wet- en regelgeving die

randvoorwaarden stellen aan de zakelijke en journalistieke mogelijkheden van nieuwsmedia. Eerder was hij werkzaam als *public affairs* consultant bij een Haags adviesbureau. Hij studeerde Communicatiewetenschap en Mediapsychologie aan de Universiteit Twente.



Over het 3D project

Het *Designing the Daily Digital*-project (3D) biedt aan de Nederlandse media en start-ups in de communicatiesector een ontwikkelomgeving voor innovatieve toepassingen. Informatieverschaffing verschuift van distributie naar interactie, van product- naar dienstgericht, van monomedia naar multimedia. De consequenties van die ingrijpende transformatie komen ruim aan bod in dit R&D-project. De researchactiviteiten richten zich op zowel het managementniveau, de journalistieke werkvloer als de commerciële en/of marketing diensten van betrokken media.

De verschuiving naar digitale condities is op dit moment vooral voor de gedrukte media actueel, maar raakt uiteindelijk alle nieuwsproducenten, dus ook omroepen, internetmedia en de diverse toeleverbedrijven van de informatiesector. Het 3D-project, met een looptijd van mei 2009 tot mei 2011, benadrukt dit gedeelde belang, geeft een dieper inzicht in de karakteristieken van elektronische informatieverschaffing en schetst concrete handelingsperspectieven.

De uitvoerende kerngroep bestaat uit:

- Lectoraat Infonomics & New Media, Hogeschool Zuyd, Maastricht (projectcoördinator)
- Lectoraat CrossMedia Content, Hogeschool Utrecht, Utrecht
- TNO, Delft

In kort bestek biedt 3D de volgende activiteiten:

- een denktank voor strategische visieontwikkeling en innovatie: de 3D Academy. In dit onderdeel worden vier thematische, verkennende studies uitgevoerd. Centrale vraag is: hoe maak je de geesten rijp voor fundamentele verandering van proces en product? De onderzoeken worden

gekoppeld aan workshops en bijeenkomsten voor kennisuitwisseling.

- een ontwerpstudio voor het ontwikkelen van innovatieve digitale toepassingen en het testen van prototypes met informatiegebruikers: het 3D Lab. In het lab worden in opdracht van gevestigde en nieuwe media zes gebruikerstesten met innovatieve producten uitgevoerd, met bijbehorende testrapporten. Centraal gegeven hier is: hoe ontwikkel je meer vanuit de gebruiker, en minder vanuit de technologie?
- een rekenkamer voor digitale bedrijfsmodellen: de 3D Business suite. In dit onderdeel zijn scenariostudies verricht naar de introductie van mobiele displays zoals smart phones en iPads. Deze informatiedragers zullen op den duur gedrukte media vervangen. De ontwikkelde scenario's worden nu met de leiding van de vier grote Nederlandse mediaconcerns besproken in interne brainstormsessies. Centrale vraag: hoe kan er (terug-)verdiend worden in een door gratis gebruik gedomineerde internetomgeving?
- een debat- en publicatieomgeving, het 3D Forum. De uitkomsten van alle onderzoeken worden regelmatig gepresenteerd voor en doorgesproken met een groep van rond de 30 geïnteresseerde en betrokken media, de 3D *Community of Practice*. Ook verschijnen er aan het eind van het project, voorjaar 2011, drie overzichtsbundels.

Het 3D-project wordt beleidsmatig en financieel gesteund door het Stimuleringsfonds voor de Pers. In de Adviesraad hebben gevestigde partijen zoals NDP, NVJ en het Genootschap van Hoofdredacteuren zitting, maar ook recent gelanceerde organisaties en professionele werkverbanden zoals Dutch Media Professionals en iMMovator.

Het werkprogramma en een actueel overzicht van publicaties en bijeenkomsten vindt u op www.dailydigitaldesign.com.