

RIGHTS



IN THE POCKET

**PRAKTIJKGIDS JURIDISCHE ASPECTEN
MULTIMEDIAAL UITGEVEN**

DIRK J.G. VISSER

RIGHTS



IN THE POCKET

**PRAKTIJKGIDS JURIDISCHE ASPECTEN
MULTIMEDIAAL UITGEVEN**

DIRK J.G. VISSER



INHOUDSOPGAVE



	VOORWOORD	6			
1.	GEBRUIKSAANWIJZING	10	12.	BETALING AAN RECHTHEBBENDEN EN DE OMVANG VAN DE VERWORVEN RECHTEN	60
2.	DE MULTIMEDIAPRODUCENT	14	12.a	Geen betaling	60
3.	HET INITIËLE IDEE	16	12.b	User generated content	61
3.a	Een "intern" idee.	18	12.c	Lumpsum	61
3.b	Een "extern" idee.	19	12.d	Royalty	62
4.	TEKST	22	13.	DE RECHTEN VAN DE UITGEVER	64
4.a	Wie is de rechthebbende?	22	13.a	De titel en het merk	64
4.b	Vrijwaring	23	13.b	Wettelijke bescherming	67
4.c	Eigen onderzoek	24	13.c	Contractuele bescherming	67
4.d	Overdracht of licentie?	26	13.d	Technische bescherming	71
5.	(STILSTAAND) BEELD	28	14.	DE RECHTEN VAN DE GEBRUIKERS	74
5.a	Eigenaren	28	15.	Checklist	78
5.b	Stapeling van rechten	29			
5.c	Wie is rechthebbende?	30		BIJLAGEN	
5.d	Portretrecht	32	I	Modelcontract voor de uitgave van oorspronkelijk Nederlandstalig literair werk	
5.e	Merken	34	II	Checklist digitaal uitgeven	
6.	GELUID	36	III	Checklist exploitatie luisterboek off line en on line	
6.a	Compositie en liedtekst	36	IV	Het maken van een multimediacontract	
6.b	Uitvoering en opname	39	V	GEU modelovereenkomst en algemene voorwaarden voor e-uitgaven	
6.c	Uitzendingen	41			
6.d	Gesproken tekst	41			
6.e	Andere geluiden	42			
7.	BEWEGEND BEELD	44			
8.	DATABANKEN	46		EN	
9.	SOFTWARE EN WEBDESIGN	48		Luisterboekversie "Rights in the pocket" – Engelstalig	
10.	MORELE RECHTEN	52		e-boek versie "Rights in the pocket", inclusief bijlagen – Engelstalig	
11.	BEPERKINGEN	54		e-boek versie "Rights in the pocket", inclusief bijlagen – Nederlandstalig	
11.a	Citaatrecht	54			
11.b	Materiaal op openbare plaats	56			
11.c	Nieuwsexceptie	57			
11.d	Onderwijsexceptie	57			
11.e	Parodie	58			



VOORWOORD



De Nederlandse Vereniging van Producenten en Importeurs van beeld- en geluidsdragers (NVPI, brancheorganisatie voor de entertainmentindustrie: audio, videofilm en entertainment-software, www.nvpi.nl) en het Nederlands Uitgeversverbond (NUV, brancheorganisatie voor uitgevers van boeken, dagbladen en tijdschriften én multimedia, www.nuv.nl) behartigen de (collectieve) belangen van hun leden. Deze belangen vertonen in toenemende mate raakvlakken, bij uitstek bij het tot stand brengen en exploiteren van multimediatproducten. Om die reden zijn de NVPI en het NUV in 2002 een samenwerkingsverband aangegaan in de vorm van een stichting genaamd: Platform Multimediatproducenten.

Deze stichting steunt de (collectieve) belangen onder meer door:

- financiële ondersteuning piraterijbestrijding;
- bevorderen public affairs ten behoeve van de producenten van multimedia;
- bevorderen interne en externe voorlichting;
- bevorderen van goede productinformatie;
- verdeling van collectief geïncasseerde gelden zoals bijvoorbeeld de thuiskopie- of leenrechtgelden.

Het bestuur van het Platform Multimediatproducenten achtte het uit dien hoofde een goede zaak om op te treden als partner in de organisatie van het internationale Auteursrecht Symposium dat op 21 en 22 april 2008 heeft plaats gevonden in Amsterdam.

Het symposium *The Book in the Internet Era: Copyright and the Future for Authors, Publishers and Libraries*, was de eerste activiteit van Amsterdam Wereldboekenstad 2008 – 2009.

Platform Multimediatproducenten heeft niet alleen de totstand-koming van het symposium mede mogelijk gemaakt, maar wil iedereen die multimediat wil gaan publiceren ook iets aanbieden, te beginnen bij alle deelnemers aan het symposium.

In samenwerking met advocatenkantoor Klos, Morel, Vos & Schaap, en in het bijzonder met professor Dirk Visser die ook aan dit kantoor als partner is verbonden, bieden wij u deze praktische gids aan. Een handige checklist voor alle juridische aspecten die u als auteur, uitgever of producent onderweg tegenkomt, voorzien van Nederlandse voorbeelden en modellen in een elektronische bijlage, waar u uw voordeel mee kunt doen.

Natuurlijk zijn deze voorbeelden gebaseerd op Nederlands recht, maar onze zusterorganisaties die in de wereld actief zijn, worden hierbij van harte uitgenodigd om hieraan hun eigen voorbeelden toe te voegen. De checklist van Dirk Visser mag u daarbij vrijelijk, met bronvermelding uiteraard, gebruiken.

De praktijkgids met zijn digitale bijlage is vertaald in het Engels door JMS Textservice. JMS Textservice is gespecialiseerd in juridisch en financieel vertaalwerk (www.jmstextservice.nl).

De vertaling van de tekst van de praktijkgids is geredigeerd door mw. Dr. C.Th.L. Visser-Fuchs.



De digitale bijlage wordt mogelijk gemaakt door Pinion, onderdeel van NDC|VBK de uitgevers. Pinion investeert in bedrijven die actief zijn op het gebied van nieuwe digitale media, diensten en technologie (www.pinion.nl / www.ebook.nl).

In deze bijlage is ook een gesproken versie van de gids opgenomen, met dank aan Dedicon (www.dedicon.nl). Stichting Dedicon is gespecialiseerd in het maken van alternatieve leesvormen. Zij verzorgt het aanbod van gesproken, braille en elektronische boeken, kranten, tijdschriften en studie- en vaklectuur speciaal op maat voor mensen met een beperking in hun leesvermogen.

De modellen in de bijlagen zijn aangeboden door het Nederlands Uitgeversverbond; het modelcontract voor literair werk samen met de Vereniging van Letterkundigen. De vertaling van het modelcontract is aangeboden door de Vereniging van Letterkundigen (www.vsenv.nl).

Met al deze partners zijn wij er in geslaagd u een praktische multimediale gids over multimediaal uitgeven aan te bieden. Ik hoop dat u er veel praktisch nut aan zult beleven.

Rob Stuyt

Voorzitter Platform Multimediaproductanten



• • • • • Beste lezer of luisteraar,

U leest nu in of luistert naar het inleidende hoofdstuk van de papieren of de digitale versie van een praktische gids over de juridische aspecten van multimediaal uitgeven. Deze gids is zelf een multimediale uitgave, en in dit eerste hoofdstuk wordt uitgelegd wat u vanuit juridisch oogpunt met deze uitgave zelf mag doen.

Als u de papieren versie leest, heeft u zelf nog geen juridisch relevante handeling verricht. Het openslaan van een boekje en erin beginnen te lezen valt niet onder het auteursrecht.

Als u echter de digitale versie leest of naar de digitale geluidsopname luistert heeft u, vermoedelijk zonder dat u zich het realiseert, wél al een juridisch relevante handeling verricht: u heeft de informatie van de usb-geheugenstick naar het werkgeheugen van de computer gekopieerd. Daarmee heeft u een auteursrechtelijk relevante kopieerhandeling verricht. Is dat dan verboden? Nee uiteraard niet, het is juist de bedoeling dat u dat doet, althans wanneer u de originele geheugenstick heeft gebruikt, die u op rechtmatige wijze heeft verkregen. Maar als u gebruik maakt van een "illegale kopie" van de originele geheugenstick, die u niet zelf op rechtmatige wijze heeft verkregen, levert het loutere raadplegen ervan al een schending op van allerlei rechten.

Als het goed is hebben alle lezers en luisteraars van een illegale kopie deze nu snel gewist en gaan we verder met u, de gebruiker van een legale versie. U mag deze publicatie helemaal lezen of beluisteren, zo vaak u wilt. Wat mag u allemaal nog meer en wat mag u niet?

U mag de uitgave, het boekje of de usb-stick *aan een ander geven of verkopen*. Het geven of verkopen van een legaal exemplaar waarin een beschermd werk is vastgelegd, valt niet onder het auteursrecht of een vergelijkbaar recht. U mag het boekje of de usb-stick ook uitlenen aan iemand anders. Maar verhuren mag weer niet zonder toestemming van de rechthebbende, dat valt wél onder het auteursrecht.

In sommige landen mag u deze uitgave voor uw eigen privé-gebruik in één of zelfs enkele exemplaren *integraal* kopiëren. In sommige landen mag dat alleen als de uitgave is uitverkocht en er geen herdruk aankomt. Vrijwel overal mag u *korte stukken* uit deze uitgave voor uw eigen privé-gebruik fotokopiëren.

U mag deze uitgave niet zonder meer voor anderen vereenvoudigen of openbaar maken, bijvoorbeeld door de tekst op internet te zetten of op een openbare plaats ten overstaan van een publiek of op radio of televisie voor te lezen of af te spelen. U mag de digitale versie van deze uitgave ook niet op een



intranet van uw bedrijf of instelling beschikbaar stellen. Daar heeft u toestemming voor nodig.

U mag binnen de grenzen van het citaatrecht wel korte stukken uit deze uitgave kopiëren of openbaar maken, mits deze citaten een functioneel en ondergeschikt onderdeel vormen van een serieuze verhandeling, bespreking of iets dergelijks en u de naam van dit boekje en van de auteur vermeldt.

Dit volgt allemaal uit het auteursrecht en bijvoorbeeld niet uit het strenge tekstje in de meeste publicaties: “Niets uit deze uitgave etc.” of de copyright notice (©), die dienen om u op het auteursrecht te wijzen.

Overigens mogen buitenlandse uitgevers- en producentenorganisaties aangesloten bij IPA of IFPI met deze uitgave nog meer. Deze uitgave wordt aan deze organisaties aangeboden door het Platform Multimediaproductenten, een samenwerkingsverband van het Nederlands Uitgeversverbond – de brancheorganisatie voor boeken-, tijdschrift- en dagbladuitgevers – en de NVPI, de Nederlandse brancheorganisatie voor de entertainmentindustrie, in het bijzonder de afdeling NVPI interactief. Platform Multimediaproductenten en de auteur Dirk Visser geven hierbij toestemming deze uitgave en bijlagen te bewerken en aan te vullen voor de nationale situatie, mits met bronvermelding.

Met name de in de bijlage opgenomen Nederlandse voorbeelden zijn gebaseerd op de Nederlandse praktijk en opgesteld naar Nederlands recht. Deze voorbeelden kunnen worden vervangen door nationale voorbeelden of mogen waar nodig worden bewerkt om deze geschikt te maken voor gebruik in eigen land. ● ● ●



In het vervolg van deze praktische gids gaat het erom wat de *producent* van een multimediaproduct allemaal wel en niet mag, en met name wat hij moet regelen om te zorgen dat hij mag wat hij wil en anderen niet mogen wat hij niet wil dat ze gaan doen.

Wat bedoelen we met een multimediaproduct? Met “multimediaproduct” wordt bedoeld iedereen die een informatie-product bestaande uit tekst en afbeeldingen in combinatie met geluid en/of bewegend beeld en/of computerprogrammatuur vervaardigt, om dit aan te bieden aan een publiek van gebruikers. Hier wordt overigens niet uitgegaan van een strak omliggende definitie van wat multimedia of producent precies is. Het gaat om een zeer ruime categorie, variërend van een traditionele uitgever die een luisterboek uitbrengt, een pretpark dat een computerspel uitbrengt, een verffabriek die een interactief jaarverslag op cd-rom uitbrengt, tot de website van een minderjarige met filmpjes en foto’s van haar huisdier of favoriete pop- of filmster.



In de elektronische bijlage is naast een Engelstalige luisterversie en een Engelstalige en Nederlandse versie van deze gids, ook een aantal Nederlandse modellen en publicaties van het Nederlands Uitgeversverbond opgenomen bij wijze van voorbeelden en handreiking aan de praktijk. In de gids staan diverse tips opgenomen, en ook verwijzingen naar de bijlagen.


Gemeenschappelijk kenmerk van al deze multimediaproducten is dat zij, vaak zonder dat zij het weten, met een groot aantal verschillende rechten van een groot aantal verschillende rechthebbenden en hun organisaties te maken kunnen krijgen omdat zij “openbaar maken” en “verveelvoudigen” in de zin van de verschillende auteurswetten en daaraan naburige wetten en verdragen.

Zodra je werk van anderen (anders dan voor eigen gebruik) kopieert of beschikbaar stelt aan het publiek, op welke wijze dan ook, krijg je met de rechten van anderen te maken.

Nu is het mogelijk om de talloze rechten waarmee je bij de talloze verschillende soorten multimediaproducten te maken kan krijgen, op veel verschillende manieren en op verschillende voorwaarden te behandelen. Daarbij is de volgorde van behandeling enigszins willekeurig. We kijken eerst naar de herkomst van het idee en vervolgens komen de rechten van anderen aan bod. De rechten van anderen zijn onderscheiden in de makers van tekst, beeld en geluid, met speciale aandacht voor databanken en software. Uiteraard wordt ingegaan op de morele rechten en de wettelijke beperkingen op het exclusieve auteursrecht. Tot slot aandacht voor de bescherming van de exploitatie van rechten, afgesloten met een samenvattende checklist.




De productie van een multimediasproduct begint met het idee voor zo'n product en het initiatief tot de productie ervan. Bij het eerste idee geldt, zoals bij bijna alle andere aspecten van een multimediasproduct, dat de producent kan kiezen tussen *inkopen* van iets *bestaands* en *zelf iets nieuws* laten maken. Voor niet uitgewerkte ideeën als zodanig geldt echter dat ze niet auteursrechtelijk beschermd zijn. Een voorbeeld: het idee om een computerspel te maken waarbij de speler het idee krijgt dat hij op een paard zit en het paard instructies moet geven, is als zodanig niet beschermd. Het uitgewerkte computerspel echter wel. Waar de grens ligt tussen een onbeschermd niet-uitgewerkt idee en een wél beschermd uitgewerkt idee, is overigens vaak heel lastig te bepalen.

 Een inventief technisch idee kán soms via het octrooirecht beschermd worden. Daarvoor is geheimhouding tot het moment van de octrooiaanvraag vereist. Raadpleeg bij twijfel altijd eerst een professionele octrooigemachtigde.

Inventieve technische ideeën als zodanig, dat zijn ideeën waarbij nieuwe technische processen een rol spelen, kunnen overigens onder omstandigheden wél *octrooirechtelijk* beschermd zijn of worden. Wannéér dat zo is, is moeilijk in algemene zin te zeggen en is een vraag die buiten het bestek van deze korte praktische gids valt. Eén advies is echter heel belangrijk: bij twijfel over de vraag of het idee misschien een nieuw en inventief technisch

idee is, moet de producent altijd zo snel mogelijk, in ieder geval vóórdát het idee op één of andere manier bekend wordt gemaakt, een professionele octrooigemachtigde raadplegen. Door het technische idee dat mogelijk voor octrooirechtelijke bescherming in aanmerking zou komen, vóór het aanvragen van een octrooi openbaar te maken, beneemt men zich namelijk de mogelijkheid om te octrooieren en de mogelijkheid van wettelijke bescherming.

 **Accepteer vooraf niet een te ruime geheimhoudingsverklaring: misschien is hetzelfde idee intern al bekend, of is het helemaal niet nieuw. De geheimhoudingsverplichting ten aanzien van een extern idee moet ook in de tijd worden beperkt.**

De enige mogelijkheid om een niet-technisch niet-uitgewerkt idee te beschermen is door het geheim te houden. Veel ideeën kan je evenwel niet exploiteren als je ze tegelijk geheim wil houden. Wél kan je ideeën tijdelijk beschermen door ze geheim te houden tot het moment waarop je gaat exploiteren. Daarom zijn geheimhoudingsverklaringen met name voor niet wettelijke beschermbare ideeën in de praktijk belangrijk. Een geheimhoudingsverklaring moet meestal worden getekend voordat het idee wordt getoond of ter inzage gegeven. Het eerste recht dat wordt behandeld is het (auteurs)recht van de



initiator, de auteur van het (eerste) uitgewerkte idee of concept, het format of het “basis werk”: 3.a “een intern idee”. Het is goed mogelijk dat de multimedia producent zelf, of één van zijn werknemers, die initiële auteur is. Maar vaak is het ook een externe auteur, soms van een bestaand werk, die de producent benaderd, of door de producent benaderd wordt: 3.b “een extern idee”. Het mag duidelijk zijn dat het nogal belangrijk is om de rechten op het centrale idee van het multimediaproduct goed te regelen. Als daar problemen over ontstaan, staat immers het hele product op losse schroeven.


3.a Een intern idee

Bij een intern idee van de producent zelf, ofwel van een van de werknemers of medewerkers, lijkt de situatie eenvoudig. Maar schijn bedriegt. Ook bij een intern idee moet in de eerste plaats goed nagegaan worden of het wel echt een intern idee is, en niet is ontleend aan een extern idee. Vervolgens moet worden vastgelegd dat de natuurlijke persoon of personen van wie het idee afkomstig is het recht overdragen aan de onderneming of in ieder geval de onderneming als producent onvoorwaardelijke en exclusieve toestemming geven voor ieder gebruik van het idee. In veel landen bestaat een soort werkgeversauteursrecht, waardoor de rechten op het creatieve werk automatisch aan de werkgever toekomen. Maar lang niet in alle landen bestaat een dergelijk werkgeversauteursrecht. Bovendien verschilt het per

land welk soort creatief werk eronder valt. Het is dus belangrijk om de overdracht of toestemming ook met interne creatieven goed vast te leggen.

 Leg ook bij interne ideeën de geheimhouding én de overdracht aan de eigen onderneming schriftelijk vast.

Volgens de Nederlandse Auteurswet geldt dat indien een werk is vervaardigd in het kader van een arbeidsovereenkomst de werkgever zelfs wordt aangemerkt als maker van dat werk met alle rechten van dien. Er moet dan wel sprake zijn van een arbeidsovereenkomst die heeft geleid tot het vervaardigen van dat werk, hetzij omdat het creëren van een dergelijk werk tot de taken van de werknemer behoort, hetzij omdat de werkgever daartoe aanwijzingen heeft gegeven.

 Als een overdracht van alle rechten niet mogelijk is, en er een vorm van blijvende samenwerking wordt afgesproken, is het extra belangrijk om vast te leggen hoe partijen desgewenst weer van elkaar af kunnen en waar ze dan afzonderlijk mee verder mogen, ofwel: wie dan welke rechten heeft. De verleiding is groot om de mogelijkheid van beëindiging van een samenwerking onbesproken te laten, maar dat kan tot zeer problematische situaties aanleiding geven. Zie ook in bijlage IV “[Het maken van een multimediacontract](#)” inzake de eigendom van de software.



3.b Een extern idee

Voor een extern idee geldt uiteraard a fortiori dat het belangrijk is om een zo ruim mogelijke toestemming tot gebruikmaking van, en zo mogelijk overdracht van de rechten op, het idee te krijgen. Dergelijke toestemming of overdracht moet schriftelijk, gedateerd en door beide partijen ondertekend worden. In sommige landen is dit een vereiste voor de geldigheid van de overeenkomst en overall is het vanuit het oogpunt van bewijsbaarheid sterk aan te bevelen. Exclusiviteit en geheimhouding zijn vaak belangrijke onderdelen van de overeenkomst.



• • • • • Tekst, oftewel alfanumerieke informatie (letters en/of cijfers), is meestal auteursrechtelijk beschermd. De belangrijkste uitzondering is dat het werk van schrijvers die langer dan 70 jaar geleden overleden zijn, niet meer beschermd is. Voor bijna alle gebruik van tekst van schrijvers die minder dan 70 jaar dood zijn, is toestemming van de rechthebbende nodig. Wij bespreken achtereenvolgens: wie is de rechthebbende (4a); de vrijwaring (4b); eigen onderzoek (4c); en overdracht en licentie (4d).

4.a Wie is de rechthebbende?

Rechthebbende op de tekst is de auteur, degene die de tekst geschreven heeft. Althans, de auteur is de *initiële* rechthebbende. Het auteursrecht is echter overdraagbaar (en vererfbaar) en berust dus lang niet altijd meer bij de oorspronkelijke auteur. In veel gevallen is het auteursrecht overgedragen aan een exploitant, bijvoorbeeld een uitgever. Ook als er geen sprake is van overdracht, kan het zijn dat de auteur een exclusieve licentieovereenkomst of een ander contract heeft gesloten op grond waarvan hij *niet meer zelf* toestemming kan geven voor het gebruik van zijn werk.

Wanneer een uitgever als basis voor een multimediaal werk een door hemzelf reeds in boekvorm uitgegeven werk van een auteur wenst te nemen, dient hij uiteraard eerst zijn contract met de

auteur erop na te zien of daarin al in een zodanig gebruik van het werk is voorzien, en welke afspraken eventueel nog gemaakt moeten worden. Printing of publishing on demand, het e-boek, Google Books zijn ook allemaal vormen van digitaal uitgeven. Het contract met de auteur is vaak primair gericht op publicatie in boekvorm. En een uitgever kan vanzelfsprekend niet meer rechten uitoefenen en aan derden verlenen dan hij zelf heeft.



De [Checklist digitaal uitgeven](#) (bijlage II) richt zich met name op de gemaakte en te maken afspraken met de auteur van een boek die digitaal uitgeven mogelijk maken.

4.b Vrijwaring

Of het nu om een eerste uitgave van het werk van een auteur gaat, dan wel om een multimediale uitgave van diens werk waarop de uitgever/producent al rechten bezit, het is altijd raadzaam in een (nieuw) contract een bepaling op te nemen waarin de auteur verklaart de (enige) rechthebbende op zijn werk te zijn en de uitgever van aanspraken van derden te vrijwaren. Van zo'n bepaling kan in ieder geval een preventieve werking uitgaan. Een vrijwaring betekent echter niet dat de uitgever/producent in het geheel geen schade kan lijden als zich na de totstandkoming van de uitgave een derde partij meldt die kan aantonen rechthebbende te zijn. Omdat het de producent/uitgever is die het werk publiceert, zal hij degene zijn die door deze derde partij zal



worden aangesproken. De producent/uitgever kan dan vervolgens wel eventuele schade die hij hierdoor lijdt op de auteur (proberen) te verhalen, maar in veel gevallen zal de omvang van de schade zo groot zijn dat van een (volledig) verhaal geen sprake kan zijn. Om die reden is het verstandig als de uitgever/producent niet alleen op het contract met de auteur vertrouwt, maar in geval van twijfel zelf ook enig onderzoek verricht naar de vraag of de auteur wel (enig) rechthebbende is (zie 4.c).



Zorg voor altijd voor een duidelijke vrijwaring en maak duidelijk wie waarvoor aansprakelijk is. Zie voor voorbeelden in bijlage I [het modelcontract voor de uitgave van literair werk](#).

4.c Eigen onderzoek

Hieronder staan bij wijze van voorbeelden enige vragen opgesomd die onderwerp van zo'n eigen onderzoek van de uitgever/producent naar de rechten op een werk kunnen zijn. Is de auteur in dienst geweest bij een werkgever waaraan de rechten zouden kunnen zijn toegekomen of overgedragen (bijvoorbeeld een universiteit of een andere onderwijsinstelling)? Heeft hij in het verleden overeenkomsten gesloten met (andere) uitgevers? Als het gaat om tekst die onderdeel is van een uitgegeven boek, dient uiteraard te worden nagegaan of de rechten niet bij de uitgever van dat boek berusten. Ook dient te worden nagegaan of de auteur zich niet via een agent of een andere

bemiddelaar laat vertegenwoordigen. Ook als er een andere uitgever of een agent in het spel is en de uitgever/producent met deze tot een regeling kan komen, mag er niet blindelings van worden uitgegaan dat die uitgever of agent over alle rechten beschikt die nodig zijn om toestemming te geven voor gebruik in een multimedia product. Ook hier kan het geen kwaad die uitgever of agent te vragen dat in zijn contract met de auteur na te gaan en een uitdrukkelijke bevestiging te vragen. Voorkomen is beter dan genezen!

Ten slotte zal de uitgever/producent er ook goed aan doen op te letten of de auteur bij het citeren van anderen de rechten van die auteurs en hun uitgevers voldoende respecteert.



Onderzoek in twijfelgevallen zo mogelijk ook zelf of de contractspartner wel de rechthebbende is. Vraag er in ieder geval nog eens uitdrukkelijk naar.

In het geval dat de auteur (ook) in dienst van een derde is en dat dienstverband verband houdt met het werk dat de auteur voor de uitgever maakt, is het zinvol te checken of de feitelijk maker of de werkgever bevoegd is deze afspraken met de uitgever te maken. Op grond van artikel 7 Auteurswet wordt immers het auteursrecht op werken die zijn vervaardigd in het kader van een dienstverband aan de werkgever toegekend, tenzij anders

5 (STILSTAAND) BEELD



Ook voor beeld, daarmee wordt hier bedoeld: stilstaand beeld, zoals tekeningen, cartoons, foto's maar ook grafieken, symbolen en merken, geldt dat het meestal auteursrechtelijk beschermd is. Ook hier geldt dat werk van auteurs die langer dan 70 jaar dood zijn niet meer beschermd is. Maar hier kunnen addertjes onder het gras zitten: op foto's van bijvoorbeeld schilderijen van oude meesters zit in de regel weer wél auteursrecht, namelijk het auteursrecht van de fotograaf. Meestal wordt aangenomen dat een foto van een (oud) schilderij op zichzelf weer een auteursrechtelijk beschermd werk van de fotograaf is. Daarom is er veel minder rechtenvrij materiaal dan je op het eerste gezicht zou denken. Hierna wordt ingegaan op de eigendom (a); stapeling van rechten (b); wie is de rechthebbende? (c); portretrecht (d); en tot slot beeldmerken (e).

5.a Eigenaren

Daarnaast speelt bij beeldmateriaal vaak de complicatie dat de eigenaren van uniek beeldmateriaal zich gedragen alsof ze er auteursrecht op hebben. Musea, archieven en bibliotheken hanteren vaak allerlei (financiële) voorwaarden voor het gebruik van beeldmateriaal waarvan zij de originelen in hun collectie hebben. Dergelijke voorwaarden zijn nadrukkelijk niet gebaseerd

op enig auteursrecht, maar puur op de machtspositie die zij als eigenaar van die originelen hebben. Zij stellen een (digitale of anderszins kwalitatief voldoende) afbeelding gewoon niet beschikbaar aan gebruikers als die niet eerst akkoord gaan met hun gebruiksvoorwaarden. In die gebruiksvoorwaarden staat meestal dat een (aanzienlijke) gebruiksvergoeding moet worden betaald, zeker voor commercieel gebruik, maar vaak ook voor gebruik in wetenschappelijke publicaties waar alleen maar geld bij moet.



Ook voor auteursrechtelijk vrij beeldmateriaal moet vaak toch worden betaald omdat de eigenaar of bezitter van het origineel (bijvoorbeeld een museum) op grond van zijn machtspositie als eigenaar contractuele voorwaarden kan stellen.

Musea, archieven en bibliotheken worden overigens vaak door hun subsidiegevers gedwongen om zich zo op te stellen. Hoe het ook zij, het is een realiteit waar rekening mee moet worden gehouden: voor auteursrechtelijk vrij beeldmateriaal moet vaak toch worden betaald op grond van de contractvoorwaarden van de eigenaar, tenzij de afbeelding uit een andere, wel vrij beschikbare bron, kan worden betrokken.

5.b Stapeling van rechten

Bij beeldmateriaal doet zich vaak het verschijnsel van stapeling van rechten voor: wanneer op een foto een kunstwerk, bijvoor-



beeld een beeld of een schilderij, staat afgebeeld hebben we te maken met de rechten van zowel de fotograaf als van de maker van het kunstwerk. Voor het gebruik van de foto is in de regel van beiden toestemming nodig. Bij audiovisueel materiaal zullen we overigens een nog veel grotere stapeling van rechten zien.

5.c Wie is rechthebbende?

Bij beeldmateriaal is de geestelijke schepper ervan meestal de eerste rechthebbende. De (strip)tekenaar is rechthebbende op zijn tekeningen, de fotograaf op zijn foto's en de schilder op zijn schilderijen. Ook hier kan echter sprake zijn van overdracht of exclusieve contracten met anderen. Bij tekenaars kan sprake zijn van agenten die de rechten uitoefenen, soms is het ook de uitgever of een andere onderneming. Fotografen kunnen zijn aangesloten bij een fotopersbureau dat bepaalde rechten uitoefent. Ten slotte zijn veel beeldende kunstenaars aangesloten bij een CISAC-organisatie, een organisatie die, mede namens zusterorganisaties elders in de wereld, collectief de reproductierechten van veel beeldende kunstenaars uitoefent.

In Nederland is dat Pictoright (voorheen stichting Beeldrecht): <http://www.pictoright.nl>. Succesvolle beeldende kunstenaars maken vaak gebruik van een *agent* die alle rechten voor hen regelt. Een bekend voorbeeld uit Nederland is Mercis b.v.,

de agent van Dick Bruna, de tekenaar van Nijntje. Voor fotografen zijn er fotopersbureaus in alle soorten en maten. Internationaal is bijvoorbeeld Corbis erg bekend.

CISAC-organisaties

CISAC-organisaties vertegenwoordigen veel beeldende kunstenaars en zijn exclusief bevoegd om namens hen toestemming voor gebruik te verlenen. Het gaat hier doorgaans om het reproductierecht op bestaand werk. Voor het laten vervaardigen van werken in opdracht dienen in de regel afspraken met de kunstenaar zelf of zijn agent te worden gemaakt. Een actuele lijst met aangeslotenen bij CISAC-organisaties voor beeldende kunst is te vinden op www.bildkunst.de.

Een overzicht van CISAC-organisaties (o.a. voor beeldende kunst), is te vinden op www.cisac.org.



Check altijd of een beeldend kunstenaar is aangesloten bij een CISAC-organisatie. In dat geval kan hij namelijk zelf geen toestemming geven voor het gebruik van zijn werk en kan bij de collectieve rechtenorganisatie doorgaans snel duidelijkheid worden verkregen over de voorwaarden tot gebruik.

Wanneer duidelijk is dat een beeldende kunstenaar bij een agent, een fotopersbureau of een CISAC-organisatie is aangesloten, dienen de rechten voor gebruik in een multimedialproduct



daarmee geregeld te worden. Meestal hoeft er dan niet getwijfeld te worden dat zo'n professionele organisatie inderdaad de rechten heeft om de benodigde toestemming te verlenen. Omgekeerd geldt dus ook weer dat als een auteur aangesloten bij zo'n organisatie zelf toestemming geeft, die toestemming waardeloos is.

Fotostockbureau's

Het is mogelijk om beeldmateriaal in te kopen bij een fotostockbureau. Bij een fotostockbureau wordt materiaal tegen betaling onder bepaalde contractvoorwaarden aangeboden. Soms wordt erbij vermeld dat het materiaal "copyright free" is. Dat kan de indruk wekken dat de gebruiker er alles mee mag doen. Meestal is dat niet zo: het auteursrecht wordt dan niet uitgeoefend, maar de contractvoorwaarden van het fotostockbureau zijn wél van toepassing. Die contractvoorwaarden kunnen weer allerlei beperkingen bevatten en kunnen wellicht geen vrijwaring bieden tegen aanspraken van derden. Check dus goed de leveringsvoorwaarden!

 **Let goed op de omvang van de vrijwaring van fotostockbureaus.**

5.d Portretrecht

Een belangrijk aandachtspunt bij beeldmateriaal is het gebruik van portretten. In de meeste landen gelden ten aanzien van gebruik van portretten commerciële rechten en rechten

gebaseerd op privacy. Dit zijn rechten die in feite volledig losstaan van het auteursrecht (er rust geen auteursrecht op iemands gezicht als zodanig), maar wel geregeld moeten worden alvorens portretten kunnen worden gebruikt. Bekende mensen, zoals popsterren, bekende sporters en uiteraard fotomodellen kunnen geld verdienen met het gebruik van afbeeldingen van hun uiterlijk, bijvoorbeeld voor reclamedoeleinden. Mensen kunnen zich in veel gevallen op grond van hun privacy tegen gebruik van hun portret verzetten.

 **Let bij portretgebruik altijd op of er wel toestemming is voor gebruik in een bepaalde context.**

Commerciële belangen

Het commerciële portretrecht lijkt in de praktijk vaak nogal op het auteursrecht. Bekende mensen kunnen het gebruik van hun portret verbieden of toestaan onder bepaalde financiële voorwaarden. Hoe het precies werkt, verschilt enigszins van land tot land. Als vuistregel kan je er vanuit gaan dat mensen van wie al bekend is dat ze met hun uiterlijk geld kunnen verdienen en dat in de praktijk meestal ook al doen, een commercieel portretrecht hebben dat tamelijk absoluut is. Gebruik van portretten in nieuwsverslaggeving (redactioneel gebruik) valt in de regel niet onder het portretrecht, maar alle gebruik ter decoratie of om de aantrekkelijkheid van een product te vergroten, met name in reclame, zeker wel.



• • • • • Het regelen van de rechten voor geluid is voor de traditionele boeken-, kranten- en tijdschriftenuitgever vaak nog onbekend terrein. Op geluid rusten rechten, en de organisatie die de rechten verleent, zit anders in elkaar dan die van tekst en beeld. Ook hier geldt dat de rechten weliswaar oorspronkelijk bij de maker, de componist, de tekstdichter of de uitvoerend kunstenaar liggen, maar in de praktijk worden de rechten bijna altijd door andere partijen uitgeoefend. In de praktijk rust(en) op geluid altijd één of veel meer rechten. Bij geluid kunnen we in de eerste plaats onderscheid maken tussen muziek (met of zonder woorden), gesproken tekst en andere geluiden, waarbij muziek de belangrijkste categorie is. Hierna in volgorde van behandeling: compositie en liedtekst (a); uitvoering en opname (b); uitzendingen (c); gesproken tekst (d); en andere geluiden (e).

6.a Compositie en liedtekst

Op de compositie en liedtekst rust auteursrecht tot 70 jaar na de dood van de auteur. Dat auteursrecht wordt in de praktijk vrijwel altijd uitgeoefend door een collectieve belangenorganisatie. Het betreft wederom organisaties die op basis van wederkerigheid samenwerken met andere vergelijkbare organisaties die in de wereld op dit gebied actief zijn. Van deze collectieve belangen-

organisaties voor muziekgebruik heb je weer twee soorten: organisaties die zich bezighouden met de rechten met betrekking tot het *laten horen* van muziek en organisaties die zich bezighouden met de rechten met betrekking tot de vastlegging van muziek. Bij het *laten horen* ging het vroeger vooral om muziekgebruik op openbare plaatsen en later ook om gebruik op radio en televisie. Bij de *vastlegging* ging het vooral om het maken van platen en cd's. Bij het maken van een *off line* multimediatproduct heb je meestal alleen te maken met de vastleggingsrechten en de organisatie die daarover gaat. Voor een *online* multimediatproduct is vaak ook toestemming nodig van de organisatie die gaat over het laten horen van muziek.

In veel gevallen werken de collectieve belangenorganisaties die over deze twee gebruiksvormen gaan overigens nauw samen, of vormen zelfs één organisatie. In Nederland werken Buma en Stemra nauw samen (www.bumastemra.nl). In Duitsland en Frankrijk vormen GEMA (www.gema.de), respectievelijk Sacem (www.sacem.fr) één organisatie. In het Verenigd Koninkrijk zijn PRS en MCPS weer meer gescheiden organisaties, die wel samenwerken (www.mcps-prs-alliance.co.uk). In de Verenigde Staten bestaan voor het laten horen van muziek twee concurrerende organisaties, ASCAP (www.ascap.com) en BMI (www.bmi.com) en bestaan er voor het vastleggingsrecht meerdere organisaties,




waarvan de Harry Fox Agency (www.harryfox.com) of HFA de grootste en de bekendste is. Het wereldwijde samenwerkingsverband van de organisaties voor het laten horen van muziek is de CISAC (www.cisac.org) en van de organisaties voor het vastleggingsrecht BIEM (www.biem.org).

Al deze organisaties hebben contracten en tarieven voor het gebruik van muziek (de audio weergave van composities en liedteksten). Met hen kunnen deze rechten voor muziekgebruik efficiënt geregeld worden. Een groot voordeel is dat door deze organisaties nooit toestemming wordt geweigerd. Complicatie is wel dat voor sommige vormen van (commercieel) gebruik daarnaast nog toestemming van de individuele rechthebbende nodig kan zijn. Maar als dat zo is, geeft de collectieve belangenorganisatie dat aan.


Bovendien zijn er enkele componisten die niet aangesloten zijn bij zo'n organisatie en die hun rechten zelf uitoefenen. Dit betreft echter een zeer kleine minderheid.

Het is van belang dat het geven van een opdracht aan en het betalen van een componist om een stukje muziek te *componeren* (voor een multimedialproduct) niet het recht oplevert om die muziek dan ook zonder aanvullende betaling te *gebruiken*. Als de componist is aangesloten bij één van de genoemde collectieve

belangenorganisaties -- en dat zijn dus veruit de meesten -- dan moet *ook* nog betaald worden aan de betreffende organisatie.

 Bij muziekgebruik is het verstandig altijd eerst te rade te gaan bij de collectieve muziekrechtenorganisatie in eigen land voor tarieven en voorwaarden. Ook als u opdracht geeft om muziek voor u te laten maken, is het verstandig eerst na te gaan welke rechten u eventueel vervolgens toch nog met de collectieve organisatie moet regelen, dan kunt u daar in uw afspraken met de maker van de muziek rekening mee houden en komt u niet voor verrassingen te staan.

Indien u een luisterboek gaat maken, dan moet u niet alleen checken of u daartoe de rechten heeft, maar ook of die rechten inmiddels niet (ook) door de auteur aan een collectieve rechtenorganisatie zijn verleend. U moet dan uiteraard ook de rechten regelen voor het gebruik van muziek als u die op de voorgrond of achtergrond laat meespelen.

 In bijlage III is een [checklist voor het vervaardigen van een luisterboek](#) opgenomen. Heb ik de rechten en welke afspraken maak ik met een exploitant of distributeur van luisterboeken?

6.b Uitvoering en opname

Naast de compositie en de liedtekst hebben we bij muziek te maken met de rechten van de uitvoerend kunstenaar(s) en van



de “fonogrammenproducent”. In de meeste landen, bijvoorbeeld in heel Europa, bestaan zogenaamde “naburige rechten” (naburig aan het auteursrecht) op opnames van muziekuitvoeringen. In sommige landen, bijvoorbeeld in de Verenigde Staten, rust er *auteursrecht* op geluidsopnamen. Het Amerikaanse auteursrecht op geluidsopnames kan op dezelfde manier geregeld worden als het auteursrecht op composities en liedteksten. Hier wordt vooral ingegaan op de naburige rechten.

Het naburige recht van de uitvoerend kunstenaar(s) en van de “fonogrammenproducent” duurt op dit moment in Europa en in de meeste andere landen 50 jaar vanaf het moment van de uitvoering of de opname.

De rechten van de uitvoerend kunstenaars, die inhoudelijk zeer sterk lijken op het auteursrecht, worden in de praktijk zelden door henzelf uitgeoefend. De meesten hebben exclusieve contracten met producenten. Daarnaast zijn er collectieve belangenorganisaties voor het laten horen van uitvoeringen. In Nederland is dat bijvoorbeeld SENA: www.sena.nl.

Het recht om *toestemming* te geven voor het gebruik van uitvoeringen ligt echter niet bij die organisaties, maar in de praktijk vrijwel altijd bij de *producent*. Die producent heeft daarnaast ook nog een eigen recht op de opname van de uitvoering. In praktijk

is daarom bijna altijd toestemming nodig van de producent van de (opname van de) uitvoering. Daarvoor bestaat geen collectieve organisatie. De meeste fonogrammenproducenten zijn wel lid van de IFPI (www.ifpi.org) en van nationale dochterorganisaties (www.nvpi.nl, www.bpi.co.uk, www.ifpi.de).

6.c Uitzendingen

Voor muziek die is uitgezonden op de radio of televisie geldt dat daarop in Europa en in veel ander landen ook nog een naburig recht van de *omroep* rust. Als gebruik wordt gemaakt van een geluidsopname van een uitgezonden radio- of televisieprogramma, is daarvoor ook nog toestemming van de betreffende omroep vereist. Daarvoor bestaan geen organisaties, de rechten moeten met de individuele omroep geregeld worden.

In Nederland kunnen voor educatieve doeleinden fragmenten van televisieprogramma's eenvoudig geregeld worden via het Nederlands Instituut voor Beeld en Geluid (<http://portal.beeldengeluid.nl>).

6.d Gesproken tekst

Bij gesproken tekst is het verstandig om er veiligheidshalve vanuit te gaan dat degene die de tekst uitspreekt altijd is aan te merken als een uitvoerend kunstenaar. Dat is vermoedelijk niet altijd het geval, maar in veruit de meeste gevallen wel. De grens is niet duidelijk. Het is daarom verstandig om altijd schriftelijke toe-



stemming te vragen van degene die de tekst heeft uitgesproken. Dit geldt zeker voor luisterboeken of hoorspelen. Voor opnames van gewone conversatie geldt dat toestemming vaak nodig is op grond van de privacy. Daarnaast is toestemming nodig van de producent van de opname. Ook hiervoor bestaan geen organisaties; individuele toestemming is nodig. Voor gesproken tekst die is uitgezonden geldt bovendien het hierboven besproken recht van de omroep.

 Vraag altijd ruime schriftelijke toestemming van degene die de tekst heeft uitgesproken.

6.e Andere geluiden

Op opnames van *alle andere geluiden* rust in veel landen een recht van degene die de opname heeft gemaakt, ook fonogrammenproducent genoemd. Ook daar moet rekening mee worden gehouden. Contractuele toestemming voor gebruik is ook daarvoor nodig.



• • • • • Bewegend beeld, ofwel audiovisueel materiaal of film, valt onder allerlei verschillende rechten. Het voordeel is dat in de meeste gevallen bijna alle rechten bij de filmproducent berusten. Dat geldt alleen niet voor het muzikauteursrecht. De muziek van de film moet meestal met een collectieve muziekrechtenorganisatie worden geregeld. Voor het gebruik van bewegend beeld is in de regel toestemming van de individuele filmproducent nodig. Er bestaan geen organisaties waarmee de filmrechten voor een multimediatproduct kunnen worden geregeld.

Het grootste probleem is daarom dat als iemand veel audiovisueel materiaal in een multimediatproduct wil verwerken, hij veel verschillende filmproducenten moet opsporen en individuele toestemming moet vragen. Ook voor het gebruik van amateurfilmpjes van internet is toestemming van de maker ervan nodig.

Bij audiovisueel materiaal moet daarnaast rekening worden gehouden met de portretrechten, op dezelfde manier waarbij dat bij stilstaand beeldmateriaal moet. • • • • •



• • • • • Gegevensverzamelingen van allerlei aard zijn ook vaak beschermd, hetzij door het auteursrecht, hetzij, in Europa, door een apart databankenrecht. Gegevensverzamelingen die blijk geven van creatieve keuzes, bijvoorbeeld de 100 mooiste gedichten, zijn auteursrechtelijk beschermd. Gegevensverzamelingen die blijk geven van een “substantiële investering” zijn in Europa beschermd tegen het overnemen ervan, dan wel van een “substantieel gedeelte” ervan. Het recht duurt 15 jaar vanaf het maken van de databank, maar wordt steeds verlengd als er opnieuw substantieel in is geïnvesteerd. Het recht berust bij de producent, dat wil zeggen degene die het financiële risico voor de investering in de databank heeft genomen, in de meeste gevallen de uitgever.



Leg altijd vast wie het databankrecht heeft.

Vooraf bij samenwerkingsvormen, waarbij één partij de initiatiefnemer en opdrachtgever is, een andere partij de uitgave coördineert, terwijl belangrijke dataverzamelingen bij een derde worden ingekocht, is het van groot belang contractueel vast te leggen wie de databankrecht-hebbende (en de auteursrecht-hebbende) op het multimedialproduct is. • • • • •



De computerprogrammatuur, ofwel software, vormt in de meest gevallen de functionele ruggengraat van een multimediatproduct. De software voor zo'n product wordt vaak speciaal en meestal extern ontwikkeld. Software is overal ter wereld auteursrecht-rechtelijk beschermd. Voor het gebruik ervan is toestemming van de maker ervan noodzakelijk. Meestal wordt bij de productie van een multimediatproduct een overeenkomst gesloten met een bedrijf dat de feitelijke productie van het softwarematige gedeelte verzorgt en daar ook de rechten voor heeft of regelt.



Leg vooraf vast dat in geval van beëindiging van de samenwerking de softwareleverancier verplicht is alle gegevens te verschaffen en medewerking te verlenen, zodat de multimediatproducent desgewenst zonder hem door kan.

Bij softwarecontracten is van belang dat de producent van het multimediatproduct zoveel mogelijk zelf kan beschikken over de rechten die nodig zijn voor verdere exploitatie, en niet voor altijd aan zijn softwareleverancier vastzit. Ook hier is de belangrijkste vraag hoe de zaken geregeld zijn als de samenwerking wordt beëindigd, en wie dan waarmee door mag en kan gaan.

Bij software is dat niet alleen een kwestie van het hebben van de benodigde rechten, maar ook van het kunnen beschikken over broncodes en dergelijke. Met de rechten maar zonder de codes is het namelijk meestal feitelijk onmogelijk om door te gaan

zonder de oorspronkelijke leverancier. Leg daarom zo mogelijk vooraf vast dat in geval van beëindiging van de samenwerking de softwareleverancier verplicht is alle gegevens te verschaffen en medewerking te verlenen, zodat de multimediatproducent desgewenst zonder hem door kan. Onderdeel van de afspraken daarover kan zijn dat de broncodes van de software bij een onafhankelijke derde, bijvoorbeeld een notaris, worden gedeponneerd, waardoor ze altijd beschikbaar blijven en niet ontoegankelijk kunnen worden gemaakt.



Zie in bijlage IV de [checklist "Contracteren met ontwikkelaars van multimedia"](#), waarin wordt ingegaan op de eigendoms kwestie van broncodes, maar ook op de andere aandachtspunten voor een inkoopcontract voor een multimediale uitgave. De checklist gaat uit van de situatie dat de uitgever of producent opdracht geeft aan een ontwikkelaar van multimedia om een interactief softwareprogramma te maken. De checklist wijst de uitgever/producent op een groot aantal aandachtspunten tijdens de onderhandelingen met de ontwikkelaar.

Bij een multimediatproduct dat online wordt aangeboden is de vormgeving van de website uiteraard heel belangrijk. Het ontwerp van de website moet aan tal van functionele eisen voldoen en desgewenst aangepast kunnen worden.

10 MORELE RECHTEN



• • • • • Naast de exploitatierechten bestaan er in de meeste landen op het auteursrecht gebaseerde zogeheten morele rechten. De belangrijkste morele rechten zijn het recht van de auteur op naamsvermelding en het recht zich te verzetten tegen wijziging of vermindering van zijn werk. Deze rechten zijn niet overdraagbaar, en er kan gedeeltelijk zelfs geen afstand van worden gedaan.



Het is raadzaam om alle denkbare wijzigingen en gebruiksvormen die mogelijk op bezwaren van de auteur zouden kunnen stuiten, expliciet in het contract te benoemen en daarmee expliciet toestemming te hebben voor zulke wijzigingen. In dat geval kan een auteur zich in redelijkheid niet meer tegen dergelijke wijzigingen verzetten. "Verminken" mag natuurlijk nooit.

Vanuit het perspectief van de multimediatelevisieproducent is het van belang om zo mogelijk overeen te komen dat de auteur zoveel als kan afstand doet van zijn morele rechten. Naamsvermelding is niet altijd mogelijk of gewenst en wijziging is vaak noodzakelijk. Natuurlijk heeft de producent niet de bedoeling om het werk te verminken, maar de grens tussen wijzigen en verminken is soms lastig te trekken.

In de meeste landen kunnen morele rechten niet contractueel worden uitgeschakeld en soms zelfs niet beperkt. Aanspraken gebaseerd op morele rechten blijven daarmee een onzekere factor.

11 BEPERKINGEN



• • • • • In sommige gevallen is het toegestaan om materiaal van derden zonder hun toestemming te gebruiken. Dit is gebaseerd op enkele beperkingen op/in het auteursrecht. Deze beperkingen kunnen per land verschillen, en er is vaak discussie mogelijk over de precieze reikwijdte. Overigens bepaalt het recht van het land van de gebruiker van een beperking, of op een wettelijke beperking een beroep kan worden gedaan. Dus als een Nederlandse uitgever een citaat gebruikt uit een buitenlandse uitgave, wordt de reikwijdte van het citaatrecht bepaald naar Nederlands recht. In twijfelgevallen kan het raadzaam zijn om toch maar toestemming te vragen aan de rechthebbende, omdat daarmee discussie over de toepasselijkheid van een beperking en de daarmee samenhangende onzekerheid voorkomen worden. Dit is altijd een praktische afweging, en een goede professionele benadering is vaak het halve werk.

Hierna worden de volgende beperkingen behandeld: citaatrecht (a); materiaal op openbare plaats (b); nieuws-exceptie (c); onderwijsexceptie (d); en de parodie (e).

11.a Citaatrecht

In de meeste landen bestaat het recht om zonder toestemming van de rechthebbende binnen zekere grenzen werk van anderen

te citeren. Citeren betekent het “aanhalen” van werk om iets duidelijk te maken. Kernbegrippen van toelaatbaar citeren zijn functionaliteit en proportionaliteit. Citeren kan ook met of uit stilstaand of bewegend beeld of muziek. Een citaat moet wel altijd een informatieve context hebben waarin het de functie vervult iets duidelijk te maken dat in die context relevant is. Citeren moet ook altijd dienend zijn ten opzichte van de context; het moet ondergeschikt zijn. Citeren louter om een product te verfraaien of aantrekkelijker te maken is niet toegestaan. Ook is het niet toegestaan citaten de context te laten overheersen. In de meeste landen is citeren alleen toegestaan in min of meer serieuze informatieproducten “ten behoeve van kritieken en recensies en voor soortgelijke doeleinden”. In het belangrijkste auteursrechtverdrag, de Berner Conventie, wordt het als volgt verwoord: “Geoorloofd zijn aanhalingen uit een werk dat reeds op geoorloofde wijze voor het publiek toegankelijk is gemaakt, mits zij verenigbaar zijn met de goede gebruiken en voor zover door het doel gerechtvaardigd.”



Bij een afweging of wel of niet toestemming moet worden gevraagd of ten minste contact moet worden gezocht, helpt heel vaak een blik in de spiegel. Wat zou ik doen (of mijn auteur) als dit met mijn uitgave door een andere uitgever zou gebeuren. Vaak heb je dan al het juiste antwoord.



Citeren moet altijd *functioneel* en *proportioneel* zijn in een *serieuze informatieve context*.

Meestal is vereist dat bij een citaat de naam van de auteur en de bron worden vermeld én dat het gaat om werk dat al rechtmatig, dus in de regel met toestemming van de auteur, openbaar is gemaakt. Op internet is tegenwoordig veel materiaal beschikbaar dat niet rechtmatig openbaar is gemaakt; daar mag dus in principe ook niet uit worden geciteerd.

11.b Materiaal op openbare plaats

In veel landen kunnen auteursrechtelijke beperkingen toestaan dat auteursrechtelijk beschermd materiaal dat op openbare plaatsen, zoals beelden en gebouwen, zichtbaar is binnen zekere grenzen, meestal op de achtergrond van foto's en films mag worden gebruikt. De regels hierover verschillen echter sterk per land. In veel landen mag het werk van derden alleen worden gebruikt als het niet de hoofdvoorstelling vormt. In andere landen geldt dat criterium niet, maar is zelfstandige exploitatie zonder de context weer niet toegestaan.

In Nederland is het hoofdvoorstellingscriterium geschrapt, maar moet het kunstwerk worden afgebeeld *zoals het zich aldaar bevindt*. Bedoeling van de wetgever lijkt nog steeds te zijn dat een kunstwerk als onderdeel van het straatbeeld afgebeeld

moet kunnen worden, maar geen zelfstandig onderwerp van exploitatie mag vormen.

11.c Nieuwsexceptie

De meeste landen kennen één of meer beperkingen ten aanzien van nieuwsberichten of artikelen. Daarbij moet bedacht worden dat *nieuwsfeiten* slechts feiten zijn en dat feiten helemaal niet auteursrechtelijk beschermd zijn. Voor nieuwsberichten en –artikelen geldt echter vaak dat die ook zonder toestemming door andere nieuwsmedia mogen worden overgenomen. Tenzij er sprake is van een nadrukkelijk auteursrechtvoorbehoud. Voor meer informatie over de nieuwsexceptie, het voorbehoud dat door de meeste Nederlandse uitgevers van dagbladen en tijdschriften wordt gemaakt en de beschikbare regelingen voor gebruik: www.clip.nl.

11.d Onderwijsexceptie

Veel landen kennen verschillende soorten onderwijsexcepties, die evenwel per land zeer sterk verschillen. Bepaalde vormen van gebruik in het klaslokaal zijn vaak vrijgesteld, maar dat is niet iets waar de producent van een educatief multimediatproduct iets aan heeft. De onderwijsexceptie in de Nederlandse Auteurswet is tamelijk uniek in de wereld, namelijk daar waar ook in commerciële onderwijsproducties korte gedeelten en korte werken mogen worden overgenomen zonder toestemming, mits een billijke



vergoeding wordt betaald. Het moet dan wel gaan om een onderwijsproduct dat bestemd is voor het niet-commerciële onderwijs.

11.e Parodie

In veel landen bestaat een expliciete of een impliciete exceptie ten gunste van parodie. *Eenmalige, niet commerciële* humoristische uitingen maken de meeste kans om onder de parodie-exceptie te vallen. Commercieel gebruik in multimedialproducten die langdurig geëxploiteerd worden, zullen er meestal niet onder vallen. Het is dan ook in de regel tamelijk onverantwoord om er bij een dergelijk gebruik op te gokken dat dit gebruik op grond van een parodie-exceptie toelaatbaar zou zijn.

12 HONORERING EN OMVANG VERWORVEN RECHTEN



• • • • • Bij het regelen van alle rechten doet zich steeds de vraag voor hoe waarvoor moet worden betaald. Het is uiteraard belangrijk om dat goed te regelen. Hierna wordt ingegaan op de volgende situaties: geen betaling (a); user generated content (b); lumpsum (c); en royalty (d).

12.a Geen betaling

Aan de éne kant van het spectrum staan rechthebbenden die helemaal niet (hoeven te) worden betaald. Traditioneel ging dat bijvoorbeeld om het schrijven van brieven aan de redactie van een krant of tijdschrift. Ze zenden een brief in, daarmee verlenen zij impliciete toestemming voor plaatsing, en brief wordt in de krant gepubliceerd. Maar hoever gaat die impliciete toestemming? Mag de uitgever van de krant de ingezonden brief ook op de website van de krant zetten, op een cd-rom met een gehele jaargang en/of in het gratis voor iedereen toegankelijke internet-archief opnemen? Dit hangt er meestal vanaf of de schrijver vooraf wist dat hij met inzending van zijn brief toestemming gaf voor deze gebruiksvormen. Maar wat een inzender vooraf weet is soms moeilijk vast te stellen.

Ook auteurs van wetenschappelijke artikel krijgen vaak geen vergoeding voor de door hen ingezonden artikelen. Het gaat hun om de professionele erkenning en de daarmee samenhangende

carrièremogelijkheden. Maar ook daarbij doet zich vaak de vraag naar de omvang van de gegeven toestemming voor.

12.b User generated content

Sinds enige tijd vormen de gratis bijdragen van tal van internetgebruikers in de vorm van recensies, foto's en filmpjes, de zogeheten user generated content, een belangrijke basis voor zeer succesvolle multimediatproducten. Ook daarbij is vaak niet duidelijk hoever de impliciet verleende toestemming van die gebruikers gaat. Als niet vooraf duidelijk is gemaakt dat een bepaald hergebruik beoogd is, bijvoorbeeld opname van online restaurantrecensies in een papieren uitgave, dient achteraf alsnog toestemming te worden gevraagd voor een dergelijke gebruiksvorm.



Het is van groot belang om op een website met user generated content de inzenders vooraf goed in te lichten over beoogde gebruiksvormen, bij voorkeur ze akkoord te laten klikken met de hergebruikvoorwaarden. Hetzelfde geldt voor alle andere inzenders van content waarbij voor het gebruik geen vergoeding wordt betaald.

12.c Lumpsum

Een betaling voor gebruik van werk in een multimediatproduct kan de vorm hebben van een eenmalig vast bedrag, een



• • • • • In dit hoofdstuk wordt ingegaan op de verwerving en bescherming van eigendom op rechten door de uitgever of producent: op titel of merk (a); wettelijke bescherming (b); contractuele bescherming (c); en technische bescherming (d).

13.a De titel en het merk

Bij de keuze van de titel van een multimediatproduct dient rekening te worden gehouden met het feit dat op titels verschillende rechten kunnen berusten. Titels, met name langere en creatieve titels, kunnen auteursrechtelijk beschermd zijn. Die bescherming ontstaat vanzelf.

Daarnaast kunnen titels als merk beschermd zijn of daarmee vergelijkbare bescherming genieten. Merkbescherming verkrijgt men in de meeste landen door het merk bij het nationale merkenbureau of bij het Europese merkenbureau te registreren. In het merkenregister kan tegenwoordig online eenvoudig en snel worden ingezien of en welke overeenkomstige merken reeds bestaan. Zie voor het Europese Merkenregister: <http://register.boip.int>.

Het is mogelijk om een merk zelf te registreren, de websites van de meeste nationale merkenbureaus bieden voldoende informatie om het ook inderdaad zelf te doen. Toch kan het

verstandig zijn om een merkgemachtigde in te schakelen om te bepalen voor welke klasse van producten de titel en eventuele andere kenmerken of bestanddelen van het multimediatproduct het beste als merk kunnen worden geregistreerd.

Wanneer men, om geld uit te sparen, zelf, dus zonder een merkgemachtigde, een merk wil registreren voor een multimediatproduct, kan men meestal volstaan met een merkdepot in bijvoorbeeld de (internationale) waren- en diensten klassen 9, 16, 41 en/of 42, waarbij gewoon de standaard omschrijving van die klassen kan worden overgenomen. De websites van het nationale of het Europese merkenbureau geven vaak voldoende aanvullende informatie om de merkregistratie zelf te verrichten. Als het budget het toelaat is het echter in de regel verstandiger om een professionele gemachtigde in te schakelen, voor het geval zich complicaties voordoen.

Waren- en dienstenklassen waarin de titel van een multimedia-product bijvoorbeeld als merk geregistreerd zou kunnen worden:

Klasse 9 Wetenschappelijke, zeevaartkundige, landmeetkundige, fotografische, cinematografische, optische, weeg-, meet-, sein-, controle- (inspectie-), hulpverlenings- (reddings-) en onderwijsinstellingen en -instrumenten; apparaten en instrumenten voor

13 DE RECHTEN VAN DE UITGEVER



de geleiding, de distributie, de omzetting, de opslag, het regelen en het beheersen van elektriciteit; apparaten voor het opnemen, het overbrengen en het weergeven van geluid of beeld; magnetische gegevensdragers, schijfvormige geluidsdragers; verkoopautomaten en mechanismen voor apparaten met vooruitbetaling; kasregisters, rekenmachines, gegevensverwerkende apparatuur en computers; brandblusapparaten.

Klasse 16 Papier, karton en hieruit vervaardigde producten voor zover niet begrepen in andere klassen; drukwerken; boekbinderswaren; foto's; schrijfbehoeften; kleefstoffen voor kantoorgebruik of voor de huishouding; materiaal voor kunstenaars; penselen; schrijfmachines en kantoorartikelen (uitgezonderd meubelen); leermiddelen en onderwijsmateriaal (uitgezonderd toestellen); plastic materialen voor verpakking, voor zover niet begrepen in andere klassen; drukletters; clichés.

Klasse 41 Opvoeding; opleiding; ontspanning en culturele activiteiten.

Klasse 42 Wetenschappelijke en technologische diensten, alsmede bijbehorende onderzoeks- en ontwerpdiensten; dienstverlening op het gebied van industriële analyse en industrieel onderzoek; ontwerpen en ontwikkelen van computers en van software.



Een merk registreren voor een multimediatproduct kunt u zelf doen, bijvoorbeeld in merkenklasse 9, 16, 41 en/of 42.

13.b Wettelijke bescherming

De inhoud van een multimediatproduct is automatisch overal ter wereld auteursrechtelijk beschermd. Daar is geen registratie of enige andere formaliteit voor vereist. Auteursrecht bestaat zo ongeveer in alle landen van de wereld, al is het in sommige landen wat makkelijker te handhaven dan in andere. Het opnemen van een copyright notice (©), gevolgd door een jaartal, de naam van de rechthebbende en zijn plaats van vestiging is niet verplicht. Wel kan zo'n vermelding duidelijkheid scheppen over wie de rechthebbende is (althans dat pretendeert te zijn) en van wanneer het werk dateert.

13.c Contractuele bescherming

In de meeste landen heeft een tekst als "No part of this publication etc." op of in een multimediatproduct in de praktijk weinig betekenis. Het voegt niets toe aan de bestaande wettelijke bescherming.

13 DE RECHTEN VAN DE UITGEVER



Algemene voorwaarden ergens op een product of een website hebben ook vaak niet het gewenste effect.


Bij multimediatproducten is het vaak mogelijk om de gebruiker eerst akkoord te laten gaan met bepaalde gebruiksvoorwaarden door ergens op te klikken, voordat gebruik van het product mogelijk is. De geldigheid van dit soort “click through“- licenties, die in de praktijk door gebruikers helemaal niet worden gelezen, wordt per land verschillend beoordeeld. Vaak voegt het in de praktijk niet zoveel toe aan de bestaande wettelijke bescherming en doet het tegelijkertijd ook niet veel af aan eventuele aansprakelijkheid voor zich mogelijk voordoende tekortkomingen van het product.

Creative Commons


Een bijzondere vorm van contractuele bescherming is de zogenaamde Creative Commons licentie. Deze licentie is erop gericht gebruikers een grote mate van vrijheid te geven, maar maakt ook duidelijk welke handelingen door gebruikers niet zijn toegestaan. Bij Creative Commons licenties wordt gebruik gemaakt van een aantal afkortingen en symbolen. Onderstaande uitleg over Creative Commons licenties is letterlijk overgenomen van de website van Creative Commons. (<http://creativecommons.org>). En dat mag omdat die tekst zelf wordt aangeboden onder een Creative Commons licentie die alleen verplicht tot bronvermelding.

Creative Commons Licenties

Hierna worden de zes hoofdlicenties beschreven voor een auteur of uitgever/producent die hun werk onder een zogenaamde “Creative Commons” licentie willen uitbrengen of die in hun uitgave gebruik willen maken van een creative commons licentie. Ze zijn gerangschikt naar de mate van beperking van het gebruik, beginnend met de meest restrictieve licentie en eindigend met het licentietype dat de meeste gebruiksrechten geeft.

Niet-commercieel gebruik en geen bewerkingen (by-nc-nd) 

Deze licentie is de meest restrictieve beperking van de zes hoofdlicenties, waarbij alleen verdere openbaarmaking wordt toegestaan. Deze licentie wordt vaak de “vrij adverteren” licentie genoemd omdat het anderen toestaat het werk te downloaden en met anderen te delen zolang naamsvermelding plaatsvindt met een hyperlink die weer leidt tot de maker. Maar het werk mag op geen enkele wijze worden bewerkt en alleen worden gebruikt voor niet-commerciële doeleinden.

Niet commercieel gebruik, delen onder gelijke voorwaarden (by-nc-sa) 

Deze licentie laat anderen het werk bewerken (o.a. remixen) en erop voortborduren zonder commerciële bedoelingen, zolang naamsvermelding plaatsvindt en deze bewerkingen weer op

13 DE RECHTEN VAN DE UITGEVER



grond van dezelfde voorwaarden beschikbaar worden gesteld. Anderen kunnen het werk dus downloaden en verspreiden zoals bij de eerstgenoemde licentie, maar zij mogen het nu ook vertalen, bewerken, mixen en er weer nieuwe werken van maken. Al deze nieuwe bewerkte werken moeten dan dezelfde Creative Commons licentie dragen, dus al die afgeleide werken zijn van nature niet commercieel.

Niet commercieel gebruik (by-nc)

Deze licentie staat anderen bewerken, mixen en andere afgeleide werken toe, mits niet commercieel, en - hoewel naamsvermelding en niet-commercieel gebruik vereist blijft - hoeven deze afgeleide werken niet tegen dezelfde voorwaarden beschikbaar worden gesteld.

Geen afgeleide werken (by-nd)

Deze licentie staat openbaar maken toe, zowel commercieel als niet-commercieel, zolang het werk maar niet wordt gewijzigd en de naam van de oorspronkelijke maker vermeldt.

Delen onder dezelfde voorwaarden (by-sa)

Deze licentie staat bewerken, remixen en andere afgeleide werken toe, ook voor commerciële doeleinden, zolang naamsvermelding plaatsvindt en de bewerkingen en afgeleide werken onder identieke voorwaarden weer beschikbaar worden gesteld. Deze

licentie wordt vaak vergeleken met "open source" softwarelicenties. Alle nieuwe werken zullen dezelfde licentie dragen, dus de afgeleide werken kunnen ook voor commercieel gebruik beschikbaar worden gesteld.

Ieder gebruik mits naamsvermelding (by)

Deze licentie staat nieuwe openbaarmaking en bewerking toe, ook voor commerciële doeleinden, zolang de naam van de maker van het oorspronkelijke werk wordt genoemd. Dit is de licentie die het ruimste gebruik toestaat.

De meeste gebruikers van Creative Commons beperken het toegestaan gebruik tot niet-commercieel gebruik. Dat betekent voor uitgevers en producenten dat zij doorgaans toch toestemming voor gebruik moeten vragen.

Maar zoals u heeft gezien, staan sommige creative commons licenties ook commercieel gebruik toe. Wat betreft de waarde van dat (deel van het) werk dient men zich hier te realiseren dat exclusiviteit dan niet mogelijk is.

13.d Technische bescherming

Technische bescherming van multimediale producten, kopieerbeveiliging en technologie die het gebruik beperkt of registreert, is sterk in ontwikkeling. Sommige exploitanten hebben al hun



hoop erop gevestigd, anderen menen dat iedere bescherming gekraakt kan worden en bovendien vaak gebruiksonvriendelijk is. Iedere multimediatechnische producent moet daar zijn eigen (commerciële) afweging in maken. Het aanbrenge van technische bescherming is niet verplicht om voor wettelijke auteursrechtbescherming in aanmerking te komen. Tegelijkertijd is het ook niet verboden om kopiëren onmogelijk te maken. Er bestaat geen recht om een privékopie te maken, in die zin dat producenten het technisch onmogelijk zouden mogen maken om een privékopie te maken. Wel is het zo dat de meeste auteurswetten het maken van een privékopie toestaan en dat daar in de praktijk veel gebruik of, zo men wil, misbruik van gemaakt wordt. Of (een poging tot) technische bescherming daar het juiste antwoord op is, is één van de meest omstreden onderwerpen in het auteursrecht van dit moment.

14 DE RECHTEN VAN DE GEBRUIKERS



• • • • • Bij professionele gebruikers met wie een afzonderlijke schriftelijke overeenkomst wordt gesloten, heeft een gebruikslicentie een belangrijke betekenis. In de gebruikslicentie wordt bijvoorbeeld vastgelegd hoeveel personen een bepaald multimediasproduct mogen gebruiken. Ook allerlei andere aspecten van het gebruik kunnen in een gebruikslicentie worden vastgelegd, zoals het aantal (parallele) gebruikers, de kopieer- en print-outmogelijkheden en de mogelijkheid om informatie in gewijzigde vorm intern of extern te hergebruiken.



Een voorbeeld van een gebruikslicentie is de in bijlage V opgenomen modelregeling en leveringsvoorwaarden voor [gebruikslicenties voor elektronische leermiddelen](#). De Groep Educatieve Uitgeverijen van het Nederlands Uitgeversverbond heeft ten behoeve van de educatieve uitgevers en de onderwijsinstellingen een modelovereenkomst opgesteld, met bijbehorende algemene leverings- en gebruiksvoorwaarden, tot levering en gebruik van elektronische uitgaven aan en door onderwijsinstellingen. Binnen het uniforme begrippenkader kunnen partijen hun overeenkomst op maat maken. Dit model kan als voorbeeld en checklist dienen voor andere gebruikslicenties.

In de gebruikslicentie met professionele gebruikers kan en moet ook worden vastgelegd op welke wijze voor het gebruik van het multimediasproduct wordt betaald.

Zeker in de business-to-business markt, waartoe ook de markt voor onderwijs en wetenschap gerekend kan worden, is de contractuele goede trouw de beste en meest praktische bescherming van elektronische producten gebleken. Deze contracten kenmerken zich over het algemeen niet als een beperking van gebruik, maar geven de geautoriseerde gebruiker juist alle gewenste gebruiksmogelijkheden, waarvoor per gebruiker (niet per gebruik) wordt afgerekend. • • • • •



Zijn de rechten bewijsbaar, dus schriftelijk, geregeld met betrekking tot:

- het centrale idee
- alle tekst
- alle tekeningen en grafieken
- alle foto's
- alle kunstwerken zichtbaar op de foto's
- alle personen zichtbaar op de foto's (portretten)
- alle (beeld)merken
- de muziek: de componisten en schrijvers
- de muziek: de uitvoerenden en producenten
- gesproken tekst: de sprekers
- ander geluid: de producent
- opnamen van radio- of televisie: de omroep
- bewegend beeld
- databanken / gegevensverzamelingen
- alle software
- naamsvermelding (morele rechten)
- wijziging (morele rechten)

En onthoudt:

- Een inventief technisch idee kán soms via het octrooirecht beschermd worden. Daarvoor is geheimhouding tot het moment van de octrooiaanvraag vereist. Raadpleeg bij twijfel altijd eerst een professionele octrooigemachtigde.

- Accepteer vooraf niet een te ruime geheimhoudingsverklaring: misschien is hetzelfde idee intern al bekend, of is het helemaal niet nieuw. De geheimhoudingsverplichting ten aanzien van een extern idee moet ook in de tijd worden beperkt.
- Leg ook bij interne ideeën de geheimhouding én de overdracht aan de eigen onderneming schriftelijk vast.
- Als een overdracht van alle rechten niet mogelijk is, en er een vorm van blijvende samenwerking wordt afgesproken, is het extra belangrijk om vast te leggen hoe partijen desgewenst weer van elkaar af kunnen en waar ze dan afzonderlijk mee verder mogen, ofwel: wie dan welke rechten heeft. De verleiding is groot om de mogelijkheid van beëindiging van een samenwerking onbesproken te laten, maar dat kan tot zeer problematische situaties aanleiding geven.
- Zorg voor altijd voor een duidelijke vrijwaring en maak duidelijk wie waarvoor aansprakelijk is.
- Onderzoek in twijfelgevallen zo mogelijk ook zelf of de contractspartner wel de rechthebbende is. Vraag er in ieder geval nog eens uitdrukkelijk naar.
- Let bij een licentie altijd vooral op de vraag of, hoe, om welke reden en op welke termijn de licentie kan worden beëindigd.
- Ook voor auteursrechtelijk vrij beeldmateriaal moet vaak toch worden betaald omdat de eigenaar of bezitter van



het origineel (bijvoorbeeld een museum) op grond van zijn machtspositie als eigenaar contractuele voorwaarden kan stellen.

- Check altijd of een beeldend kunstenaar is aangesloten bij een CISAC-organisatie. In dat geval kan hij namelijk zelf geen toestemming geven voor het gebruik van zijn werk en kan bij de collectieve rechtenorganisatie doorgaans snel duidelijkheid worden verkregen over de voorwaarden tot gebruik.
- Let goed op de omvang van de vrijwaring van fotostockbureaus.
- Let bij portretgebruik altijd op of er wel toestemming is voor gebruik in een bepaalde context.
- Met name wanneer een portret van een onbekend iemand in een negatieve context gebruikt gaat worden, is het van belang voorafgaande, ondubbelzinnige en bij voorkeur schriftelijke toestemming van de geportretteerde te krijgen.
- Bij muziekgebruik is het verstandig altijd eerst te rade te gaan bij de collectieve muziekrechtenorganisatie in eigen land voor tarieven en voorwaarden. Ook als u opdracht geeft om muziek voor u te laten maken, is het verstandig eerst na te gaan welke rechten u eventueel vervolgens toch nog met de collectieve organisatie moet regelen, dan kunt u daar in uw afspraken met de maker van de muziek rekening mee houden en komt u niet voor verrassingen te staan.

- Vraag altijd ruime schriftelijke toestemming van degene die de tekst heeft uitgesproken.
- Leg altijd vast wie het databankrecht heeft.
- Leg vooraf vast dat in geval van beëindiging van de samenwerking de softwareleverancier verplicht is alle gegevens te verschaffen en medewerking te verlenen, zodat de mediaproducent desgewenst zonder hem door kan.
- Het is raadzaam om alle denkbare wijzigingen en gebruiksvormen die mogelijk op bezwaren van de auteur zouden kunnen stuiten, expliciet in het contract te benoemen en daarmee expliciet toestemming te hebben voor zulke wijzigingen. In dat geval kan een auteur zich in redelijkheid niet meer tegen dergelijke wijzigingen verzetten. 'Verminken' mag natuurlijk nooit.
- Bij een afweging of wel of niet toestemming moet worden gevraagd of ten minste contact moet worden gezocht, helpt heel vaak een blik in de spiegel. Wat zou ik doen (of mijn auteur) als dit met mijn uitgave door een andere uitgever zou gebeuren? Vaak heb je dan al het juiste antwoord.
- Citeren moet altijd functioneel en proportioneel zijn in een serieuze informatieve context.
- Het is van groot belang om op een website met user generated content de inzenders vooraf goed in te lichten over beoogde gebruiksvormen, bij voorkeur ze akkoord te laten klikken met de hergebruikvoorwaarden. Hetzelfde

geldt voor alle andere inzenders van content waarbij voor het gebruik geen vergoeding wordt betaald.

- Niet betalen voordat de gewenste toestemming ondertekend en ontvangen is. Als betaling heeft plaatsgevonden voordat de getekende overeenkomst is ontvangen, heeft de uitgever zijn onderhandelingspositie grotendeels verloren.
- De keuze tussen lumpsum en royalty zal steeds vaker onafhankelijk van het medium zijn, maar worden gerelateerd aan de omvang van de bijdrage in het eindproduct. Voor bepalende auteurs zal een winstdeling nog steeds een goede optie blijven, voor relatief kleine en vaak ook vervangbare werken is een lumpsum uitvoeringstechnisch de enige mogelijkheid.
- Een merk registreren voor een multimediasproduct kunt u zelf doen, bijvoorbeeld in merkenklasse 9, 16, 41 en/of 42.
- Zoals u heeft gezien, staan sommige creative commons licenties ook commercieel gebruik toe. Wat betreft de waarde van dat (deel van het) werk dient men zich hier te realiseren dat exclusiviteit dan niet mogelijk is.

Redactiecommissie: Dirk Visser, Yvonne Looye en Michel Frequin

Deze uitgave is aangeboden door het Platform Multimediaproducten tijdens het symposium The Book in the Internet Era: Copyright and the Future for Authors, Publishers and Libraries, de eerste activiteit van Amsterdam Wereldboekenstad 2008 – 2009.

Deze uitgave is mede mogelijk gemaakt door: Het Nederlands Uitgeversverbond; NVPI; Vereniging voor Schrijvers en Vertalers; Klos Morel Vos & Schaap advocaten, Pinion – NDC/VBK, Dedicon, JMS Textservice en Imation.

Tekst praktijkgids: © D.J.G. Visser, Amsterdam 2008

Modelcontract voor de uitgave van oorspronkelijk Nederlandstalig literair werk vastgesteld per 1 juli 2004 door de Literaire Uitgeversgroep (LUG) van de Groep Algemene Uitgevers (GAU) en de Vereniging van Letterkundigen (VvL), deel uitmakend van de Vereniging van Schrijvers en Vertalers (VSenV)

Checklist digitaal uitgeven; Checklist exploitatie luisterboek off line en on line; Het maken van een multimediacontract; GEU modelovereenkomst en algemene voorwaarden voor e-uitgaven: © Nederlands Uitgeversverbond, Amsterdam 2008

*Vormgeving: Studio Zest
Drukwerk: MullerVisual
Digitale bijlage: Pinion*

© Alle rechten voorbehouden? Nee, zie de gebruiksaanwijzing.

RIGHTS IN THE POCKET

Professor dr. Dirk J.G. Visser (1969) is afgestudeerd aan de universiteit van Leiden in 1992 waar hij vervolgens als wetenschappelijk medewerker onderzoek deed en onderwijs gaf. In 1997 promoveerde Dirk Visser cum laude op een veel geciteerd proefschrift over auteursrecht op toegang. Hij is benoemd als professor intellectueel eigendomsrecht aan de universiteit van Leiden in 2003.

Dirk werd advocaat bij advocatenkantoor Stibbe in 1996. Hij verwierf al snel internationale bekendheid als advocaat met baanbrekende procedures op het terrein van auteursrecht, merkenrecht en aan internet en technologie gerelateerde zaken. In 2004 werd hij partner van advocatenkantoor Klos Morel Vos & Schaap, opgericht in 2002 door een groep experts op het terrein van het intellectueel eigendomsrecht. Klos Morel Vos & Schaap heeft zich volledig toegelegd op het intellectueel eigendomsrecht en is sinds zijn ontstaan snel uitgegroeid tot het belangrijkste nichekantoor op zijn terrein.

Onder de cliënten van Dirk Visser bevindt zich een groot aantal belangrijke merkhouders, uitgeverijen en televisiemaatschappijen. Dirk heeft een groot aantal publicaties op zijn naam en is voorzitter van de redactie van het tijdschrift voor Auteurs-, Media & Informatierecht (AMI). U kunt hem bereiken via dirk.visser@kmvs.nl.

