

Hoe lang laat ik mij op internet verlinken?

Het auteursrecht geeft de mogelijkheid informatiegoederen (teksten, foto's) waarvan de pers zich bedient, te beschermen. De bescherming ligt in de originele vormgeving van het product, ook wel de 'expressie' genoemd. Je zou dit de huid van de informatie kunnen noemen. Het voorkomt dat informatie 'met huid en haar' kan worden overgenomen (letterlijk gekopieerd). Het huidige auteursrecht verschaft daardoor aan de rechthebbende een middel om voor ieder hergebruik van informatie een nieuwe vergoeding te vragen. Hergebruik kan bestaan in kopiëren in hetzelfde medium of hergebruik in een ander medium. Voor hergebruik is toestemming van de auteur nodig. De vraag die daarbij rijst is of de rechthebbende (en dat behoeft niet dezelfde als de auteur te zijn: denk aan een uitgever die de rechten van de auteur verwierf) daarvoor steeds een nieuwe toestemming van de auteur nodig heeft of dat hij deze reeds bij eerste publicatie had gekregen. Dat gaat over de *omvang van de licentie* die de auteur heeft verstrekt.

Informatie is ook een (semi)collectief goed. Ik noem het (semi)collectief, omdat het wel de eigenschappen heeft om het als een exclusief product te verhandelen, maar toch collectieve aspecten behoudt. De informatie (feiten, kennis) die in de vormgeving is verborgen, is immers vrij toegankelijk en opnieuw te gebruiken. De pers maakt daarvan vrijelijk gebruik, omdat het verzamelen van informatie een belangrijke activiteit van de pers is. In toenemende mate wordt daarbij een beroep gedaan op databanken die sinds de *Databankenrichtlijn* een eigen bescherming hebben. Deze komt hierop neer dat informatieverzamelingen waarin veel is geïnvesteerd, ook als zij geen oorspronkelijke expressie vertonen, beschermd worden. Daardoor kan voorkomen worden dat substantiële overnames uit de databank vrij kunnen plaatsvinden. Het (semi)collectieve karakter van informatie heeft van oudsher erkenning gevonden in het vrije overnamerecht van de pers ten behoeve van de nieuwsvoorziening en het citaatrecht. Daardoor is het toegestaan stukjes informatie (inclusief de expressie) vrij over te nemen ter bescherming van de 'free flow of information'. Dit *overnamerecht heeft door internet een andere dimensie gekregen*.

Multimediale licenties en producten

Kranten hebben redacteurs in dienst. Wat deze in dienst produceren valt krachtens artikel 7 van de Auteurswet de werkgever toe, in de wandeling ook wel het werkgevers-auteursrecht genoemd. Dat geldt niet voor freelancers en daarvan lopen er in de krantenwereld nogal wat rond. Al in 1997 startte een aantal freelancers een procedure tegen *de Volkskrant*, omdat zij er bezwaar tegen maakten dat hun stukjes op een verzamel cd-rom en op de website waren te raadplegen. Zij stelden dat de toestemming die zij voor de publicatie van hun stuk in de krant hadden gegeven niet impliceerde dat zij ook in verder elektronisch gebruik hadden toegestemd. De Rechtbank te Amsterdam stelde hen in het gelijk¹.

Deze zaak leert dat een krant niet meer hetzelfde papieren product is, maar voortaan multimediaal is geworden. Dat heeft verschillende consequenties. Allereerst voor de vaststelling van de vergoedingen en de omvang van de licenties. De exploitatie van een werk of een productie is door de opkomst van multimedia niet meer aan één bepaald medium of een bepaalde presentatievorm gebonden. Maar de exploitatievorm is heel verschillend al naar gelang het medium. Een omroepproductie of een voetbalwedstrijd wordt in een omroepmedium integraal geëxploiteerd maar op een website of een cd-rom als hoogtepunt of als flits. Wat moet de prijs voor het hergebruik van een stukje uit een krant op een website zijn? Bovendien kunnen deze gedigitaliseerde producten dan weer simpeler worden toegevoegd aan een nieuw verzamelwerk. Auteurs en producenten zullen zich daar terdege rekenschap van moeten geven. Uitgevers zullen proberen alle licenties voor alle media in handen te krijgen. Alleen dan kunnen zij immers met grootgebruikers paraplu-licenties voor alle vormen van mediaal gebruik aanbieden. Een

producent koopt van een auteur informatie die multimediaal moet kunnen worden geëxploiteerd. Hij zal de reikwijdte van de licentie willen bepalen tenzij de auteur (of een groep waarin hij participeert) sterk genoeg is om zelf zijn licentiebeleid te bepalen. Dit doet een discussie ontstaan om de rechtspositie van de auteur in het auteursrecht te versterken².

Het heeft ook consequenties voor de aard van het product dat een uitgever gaat verkopen. De krant wordt ook elektronisch aangeboden. Dit biedt uitgevers de mogelijkheid 'oude' en 'nieuwe' economie te combineren. Zij hebben een bestaande abonnementsrelatie met een gebruiker voor een papieren product (bijvoorbeeld de krant) en die kunnen zij op deze manier geleidelijk aan transformeren in een abonnement voor een multimediaal product. Op den duur koopt de gebruiker dan een licentie voor het gebruik van informatie in papieren of elektronische vorm voor zichzelf of in een besloten gebruikersgroep. Het verschil tussen oud en nieuw is dat bij het papieren product een exemplaar werd gekocht, terwijl het verdere hergebruik via het fotokopieerapparaat werd gereguleerd door het auteursrecht (overigens weinig succesvol getuige de hoge transactiekosten van reproducties). In de nieuwe situatie wordt een licentie gekocht voor alle vormen van gebruik binnen een bepaalde privé-sfeer of een organisatie, ongeacht of er nu gekopieerd wordt, een cd-rom in een netwerk wordt geplaatst of informatie wordt gedownload.

Bij deze exploitatievorm creëert de uitgever contractueel en met behulp van het auteursrecht een vorm van exclusief gebruik waarin geen onderscheid meer wordt gemaakt naar de presentatievorm waarin informatie wordt gebruikt. Er is dus ook geen onderscheid meer tussen een origineel en een kopie. Kopiëren is een notie uit de 'oude' economie³.

Toegang tot feitenbestanden en nieuwsexcepties

De computer en telecommunicatiemiddelen geven toegang tot een overweldigende hoeveelheid feitelijke bestanden die door anderen geordend zijn. De elektronische toegankelijkheid en overdraagbaarheid leiden tot een ingrijpende verandering van onze klassieke auteursrechtelijke noties over de exploitatie van databestanden. De kranten moesten in de papierenwereld gedogen dat knipselkranten die een dwarsdoorsnede van de actuele berichtgeving op bepaalde onderwerpen vormden, met een beroep op het overnamerecht van de pers vrij gemaakt konden worden⁴. In een elektronische omgeving veranderde dat. Toen de bibliotheken dezelfde knipselkranten wilden omzetten in een cd-rom waarop alle recensies per auteur uit de verschillende kranten werden gerangschikt over een reeks van jaren, bevonden zij zich in dezelfde positie als de uitgevers van de kranten die de stukjes van de freelancers zonder vergoeding op een schijfje wilden zetten. Inmiddels is er ook het databankenrecht dat de investering in het opzetten van een databank beoogt te beschermen.

Twee recente voorbeelden uit de rechtspraak laten zien hoe, mede onder invloed van het internet, de grenzen verschuiven. De eerste zaak is de *kranten.com* zaak die de publiciteit heeft gehaald. Eureka Internetdiensten deed het volgende. Onder het adres *kranten.com* kon je naar de pagina 'landelijke kranten'. Daar waren lijsten van nieuwsberichten die dagelijks werden aangevuld, opgenomen. Die lijsten waren samengesteld uit de homepages van de kranten. Klikte je een onderwerp aan op de krantensite van Eureka, dan werd je rechtstreeks naar het desbetreffende bericht op de website van de betrokken krant geleid, met voorbijgaan van de homepage en de 'portal' van de betrokken krant. 'Ruzie in Amsterdamse gemeenteraad over aanleg Noord-Zuidlijn', bracht je dus onmiddellijk bij het desbetreffende bericht in het Parool zonder dat je de homepage met reclame en portal-links van het Parool had gezien. De inzet van het geding was of deze zogenaamde 'deep links' een inbreuk op het auteurs- of databankenrecht van de krant vormden. De President van de Rechtbank te Rotterdam oordeelde in kort geding dat dat niet zo was. 'Deep linken' werd in dit geval geschaard onder de free flow of information⁵.

In een andere zaak was het *de Telegraaf* die voor een nieuwe site *El Cheapo* putte uit de website van de Nederlandse Vereniging van Makelaars (NVM). Op de site van *de Telegraaf* kon je onder de rubriek 'wonen' zoeken naar een favoriet huis door gewenste kenmerken in te tikken. De zoekmachine ging dan op het internet zoeken en kopieerde daarbij ondermeer items van de website van de NVM. De NVM vond dat een inbreuk op haar databankenrecht, omdat zij haar eigen site met huizen, ten koste van hoge investeringen, had georganiseerd. De President in Den Haag vond dat ook en vond de onttrekking substantieel, ook al ging het maar om een paar huizen-items van de website van NVM⁶.

Beide zaken laten zien dat de regels voor het vrij overnemen van informatie op het internet opnieuw moeten worden getoetst en herijkt. Dat doet niet af aan het fundamentele beginsel van free flow of information zoals we dat in de papierenwereld hebben ontwikkeld. We zullen alleen nieuwe kwalitatieve criteria moeten ontwikkelen.

Conclusie

Het internet confronteert de nieuwsmedia met belangrijke nieuwe vragen hoe zij informatie moeten exploiteren. Aan de kant van de informatieleveranciers zullen zij steeds vaker multimediale deals moeten sluiten. Dat betekent dat de relatie tussen de auteur en de uitgever daardoor fundamenteel verandert. De auteur moet voortaan 'informatie' verkopen, maar het is de vraag of hij de onderhandelingspositie heeft de omvang van de licentie te bepalen. Aan de kant van de exploitatie zullen zij zich steeds scherper moeten afvragen in welke gevallen ze kiezen voor het collectieve karakter van het goed informatie, in juridische termen de free flow of information, en in welke gevallen voor exclusiviteit, waarvoor bij hergebruik opnieuw moet worden betaald. Zij zullen een 'mix' van oude en nieuwe economie moeten maken. De geweldige mogelijkheden van elektronische databanken en transmissiemiddelen (kortgezegd: het internet) dwingen tot een nauwkeurige afweging hoeveel vrij moet worden gelaten om de netwerkeffecten van het gebruik van informatie te benutten. Rechtenbeheer wordt daardoor steeds meer een onderdeel van een integraal en multimediaal informatiebeheer.

De problematiek van de auteurs en de uitgevers op internet kan worden samengevat met de vraag: 'Hoe lang laat ik mij op het internet verlinken?'

Egbert Dommering*

* Hoogleraar Informatierecht aan de Universiteit van Amsterdam, partner bij Stibbe advocaten.

1. Rechtbank Amsterdam 24 september 1997 en 22 december 1999, *Informatierecht/AMI* 1997/9, blz. 194 en 2000/5, blz. 93.

2. Vergelijk P.B. Hugenholtz, oratie *Sleeping with the enemy*, Amsterdam, Vossiuspers AUP, 2000.

3. Zie E.J. Dommering, Het auteursrecht spoelt weg door het elektronisch vergiet, in: *Computerrecht* 1994/3, blz. 109-112.

4. Hoge Raad 10 november 1995, *Nederlandse Jurisprudentie* 1996, 177.

5. President Rechtbank Rotterdam, 22 augustus 2000, *Mediaforum* 2000-10, blz. 344.

6. Het Hof Den Haag oordeelde echter anders en vond de overname geoorloofd. De Hoge Raad moet zich nu over deze zaak uitspreken. President Rechtbank Den Haag, 12 september 2000, *Informatierecht/AMI* 2000, nr. 9, blz. 191 en Hof Den Haag, 21 december 2000, *Mediaforum* 2001-2, blz. 87.