



#contentrecht

CONTENT BESCHERMEN EN GEBRUIKEN ZONDER RISICO;
DE (ON)GESCHREVEN REGELS

Charlotte Meindersma
Uitgeverij Charlotte's Law

Eerste druk, augustus 2019

Uitgeverij Charlotte's Law
Den Haag

www.charlotteslaw.nl
hello@charlotteslaw

Auteur: Charlotte Meindersma
Vormgeving en DTP: Tangram Studio

ISBN: 978-90-823296-5-0
NUR: 801, 820, 822

© Charlotte W. Meindersma

Hier had een copyright notice kunnen staan. Maar dat is volledig overbodig. Je mag namelijk per definitie citeren uit dit boek (artikel 15a Auteurswet). Naamsvermelding is daarbij wel verplicht (artikel 25 Auteurswet). Je mag zelfs een privékopie (artikel 16b Auteurswet) maken van hoofdstukken die voor jou interessant zijn. Zelfs voor niet-commercieel onderwijs mag er wat overgenomen worden (artikel 16 Auteurswet), als er maar een vergoeding betaald wordt voor de kopieën. Heb ik helemaal niks aan, maar ja, het mag. Ach, sla de auteurswet er eens op na zou ik zeggen. Voor al het overige geldt dat je eerst even contact moet opnemen.

O ja, dit boek is gemaakt door mensen. Er kunnen fouten in staan. De tijd staat ook niet stil, dus informatie in dit boek zal vast verouderen.

RECENSIES

“Ik volg Charlotte’s blog al jaren, omdat ik het de beste Nederlandse bron voor heldere, goed geformuleerde en duidelijke antwoorden op internetgerelateerde juridische vragen vind. Als contentmarketer gaat mijn interesse vooral uit naar contentrecht en ik ben dan ook heel blij dat Charlotte dit boek heeft geschreven. Charlotte behandelt alle denkbare aspecten van contentrecht in taal die iedere leek kan begrijpen. Het boek is bovendien extra leesbaar dankzij de talrijke voorbeelden uit de praktijk, aan de hand waarvan ze de behoorlijk complexe en vaak vage wetgeving helder uitlegt. Een onmisbaar boek voor iedereen die zich beroepsmatig bezighoudt met content.”

– *Eric van Hall, CopyRobin*

“De juridische kant van content marketing is voor veel marketeers een noodzakelijk kwaad. Charlotte maakt deze ingewikkelde materie overzichtelijk, duidelijk én leuk! Veel aansprekende voorbeelden en in begrijpelijke taal. Zeer verhelderend.”

– *Marieke Heesakkers, SMP, marketingmanager en bestuurslid NIMA Zuid*

“#contentrecht is een naslagwerk dat iedere ondernemer, marketeer en fervent instagrammer gelezen moet hebben. Charlotte beschrijft aan de hand van duidelijke voorbeelden hoe het auteursrecht en merkenrecht in de praktijk toegepast moeten worden. Het boek is doorspekt met praktische tips, van de stageovereenkomst tot het ontdekken van inbreuken op je auteursrecht.”

– *Dian van Horrik, Jurist Plus*

“Als eigenaar van een Video Marketingbureau heb ik dagelijks te maken met zaken als contentrecht, portretrecht en de veranderende privacy wetgeving zoals destijds met de AVG. Het is voor ons superfijn dat Charlotte in haar blogs (met bijbehorende video’s) en nu ook in het boek #contentrecht helder en duidelijk uitlegt wat dit – in het algemeen – betekent. Voor specifieke vraagstukken over videoproducties legt Charlotte in haar advies to-the-point en begrijpelijk uit hoe we die vraagstukken moeten aanpakken.”

– *Esther Jonker, TVMC (bekend van @Joep_de_kantoorhond op Instagram)*

“Een leerzaam naslagwerk in begrijpelijke taal. Handig voor op je bureau, maar ook interessant genoeg om van begin tot eind helemaal te lezen. Aan de hand van praktische en heldere voorbeelden krijg je antwoorden op vragen waarvan je soms nog niet eens weet dat je er mee rondloopt. De checklistjes aan het einde van ieder onderwerp zorgen ervoor dat je niet verdrinkt in de informatie en alleen dat onthoudt wat echt van belang is. Ik was al fan van het Wetboek voor Bloggers, maar deze nieuwe versie beantwoordt nog meer vragen. Absolute aanrader.”

– *Sjoukje Werkman, tekst & meer*

“Een heel goed leesbaar en zeer informatief boek over een onderwerp waarover je (ik in ieder geval) snel aannames doet en juist die wel eens grote gevolgen kunnen hebben. Je kunt met dit boek als naslagwerk veel al goed voorbereiden en zelfs helemaal zelf doen. Informatief en praktisch dus.

Het hele onderwerp contentrecht is voor mij, door het lezen van dit boek, een stuk minder intimiderend geworden.”

– *Lindsie van der Horst, Welding Academy*

“#contentrecht is een absolute must read voor iedere blogger, vlogger, influencer, foto- & videograaf, (online) ondernemer, journalist en marketingcommunicatiespecialist. Oftewel: voor iedereen die content maakt en deelt.

Tijdens het lezen van dit boek besepte ik hoe belangrijk het is voor contentmakers – zoals ik – om te weten hoe 't zit met auteursrecht, citaatrecht en merkenrecht. Het is echt een cruciaal onderdeel van ons vak. In #contentrecht lees je o.a. wat je moet vastleggen als je werk maakt in opdracht en wat je kunt doen als iemand anders met jouw content aan de haal gaat. Je ontdekt of je foto's van anderen in een collage mag zetten, of je video's mag embedden in een blog en welke content je wel en niet mag delen op Instagram (en andere social media). Kortom: dit boek leert je niet alleen hoe je zorgvuldig omgaat met de rechten van anderen, maar ook wat je eigen rechten zijn. En daardoor kun je ze beter beschermen. Zwart-wit en heel concreet wordt dit vakgebied nooit. Maar #contentrecht schept – dankzij de duidelijke uitleg van Charlotte en de vele herkenbare praktijkvoorbeelden – in elk geval flink wat duidelijkheid en zekerheid over wat er wel en niet mag.”

– Saskia de Laat, *Writeaholic en Christmaholic*

“Dit boek is echt een must read voor iedere contentmaker, creatieveling en misschien wel elke ondernemer. Het boek beschrijft uitgebreid alles wat je wettelijk gezien zou moeten weten over content maken en gebruiken in welke vorm dan ook. Charlotte heeft alles uitgebreid en helder uiteengezet, soms zelfs met een vleugje humor. De concrete voorbeelden uit de praktijk, toepasbare tips en de downloadbare checklists maken het verhaal compleet.”

– Joséphine Kurvers, *I Shoot Weddings*

“#contentrecht is een compleet naslagwerk met alle juridische dingen die elke contentcreator zou moeten weten. Vol praktische voorbeelden en niet-wollig (lees: ook te lezen voor niet-juristen) geschreven.”

– *Iona de Wit , Worstenbrood en Wijn*

“Een erg nuttig en makkelijk leesbaar boek.

Voor iedereen die veel bezig is met content, of dit nu tekst of foto's/afbeeldingen zijn, een must om te lezen. Dit boek had ik moeten hebben toen ik begon als (reis)journalist.

Eindelijk wordt er eens duidelijk uitgelegd hoe zaken rondom Auteursrecht en Portretrecht nu werkelijk zitten.

De stukken theoretische uitleg worden begeleid door leuke en herkenbare voorbeelden. Dit maakt het nog gemakkelijker om alle wetten en regeltjes te snappen en onthouden.

Ook handig zijn de linkjes waar je op de website nog wat zaken na kunt zoeken of lezen.”

– *Judith van Bilsen, J Loves to Travel*

INHOUDSOPGAVE

	Inleiding	11
1	WAT IS CONTENT?	13
2	AUTEURSRECHT OP CONTENT	17
	De maker	19
	De creatieve drempel	27
	De grens van het auteursrecht	33
	De exploitatierechten	42
	De beperkingen	51
3	PORTRETRECHT, PRIVACY EN CONTENT	65
	AVG en persoonsgegevens	66
	Portretrecht	71
	Grondrecht privéleven	93
4	CONTENT VAN MERKEN EN RECLAME	95
	Wat is een merk?	95
	Wat beschermt een merk?	97
	Reclamerecht	105
5	CONTENT MET VRIJHEID VAN MENINGSUITING	111
	Eer en goede naam	113
	Strafrecht	119
6	RECHTMATIG GEBRUIK VAN CONTENT	123
	Content overnemen	124
	Content cureren	147
	Toestemming, licenties en overdracht	164

7	CONTENTPLATFORMEN EN SOCIAL MEDIA	185
	Platformen en hun voorwaarden	186
	Social media voorwaarden	193
	Hostingaansprakelijkheid	201
	Platformaansprakelijkheid (uploadfilter)	210
8	CONTENT MET SAMENWERKINGEN EN OPDRACHTEN	215
	Opdrachten	216
	Samenwerken	220
9	INBREUKEN EN ONRECHTMATIG GEBRUIK VAN CONTENT	225
	Auteursrechtsmoesjesbingo	226
	Inbreuk gemaakt	242
10	CONTENT BESCHERMEN EN RECHTEN HANDHAVEN	247
	Content beschermen	248
	Rechten handhaven	252
	Eindnoten	261
	Disclaimer	277
	Dankwoord	279

INLEIDING

In de eerste helft van 2019 werden er twee keer zoveel vonnissen over inbreuken op het auteursrecht op een foto gepubliceerd als in heel 2018. In 2016, 2017 en 2018 was het aantal vonnissen ongeveer gelijk.

‘Het internet is vrij’ wordt wel gezegd. Alsof de wetten in ons offline leven online niet zouden gelden. Toegegeven: rechters en wetgevers hebben lang gestruggeld met de nieuwe, digitale wereld. Dat maakte het er lang niet duidelijker op.

Inmiddels speelt ons leven zich voor een groot deel online af. Er zijn enorm veel mogelijkheden om online te communiceren en content te publiceren en te delen. Er is ook heel veel content online beschikbaar. Met twee klikken is het gedownload, is er een screenshot gemaakt en staat het nog een klik later elders alweer online. Content overnemen was nog nooit zo makkelijk. Inbreuk maken op die content dus ook niet. Makers en rechthebbenden zijn het zat en gaan hun rechten steeds meer handhaven.

Dat we zoveel online communiceren zorgt er bovendien voor dat we ook veel over elkaar communiceren. Online zijn we anoniemer dan offline. Daardoor lijken we makkelijker iets te zeggen over een ander. Ook als dat niet zo vriendelijk en misschien zelfs beledigend is. Tegelijkertijd lijken we ook steeds minder van anderen te kunnen hebben en voelen we ons sneller beledigd. Wie heeft er dan gelijk, of beter gezegd, wie heeft het recht aan zijn zijde?

Online gaan er veel verschillende verhalen rond. De informatie is niet altijd eenduidig en soms verouderd. Daarom dit boek, met alle actuele informatie bij elkaar. Praktisch over het gebruiken en beschermen van content, over de (on)geschreven regels. Ik heb dankbaar gebruik gemaakt van de grote hoeveelheid rechtspraak over dit onderwerp. Deze

rechterlijke uitspraken zorgen voor mooie voorbeelden waarmee ik de abstracte regels een gezicht en een praktische toepassing heb gegeven. Met veel dank aan GeenStijl, die zich niets voor laat schrijven en niet bang is om voor de rechter gesleept te worden.

Auteursrecht en zelfs de Digital Single Market Richtlijn met haar upload-filter, portretrecht, de AVG, het merkenrecht, de vrijheid van meningsuiting, smaad en laster komen allemaal aan bod in dit boek. Het is hiermee een handboek geworden voor de moderne (online) content creator. Van serieuze journalist tot prankende YouTuber. Voor wie toch meer behoefte heeft aan achtergrondinformatie, zijn alle bronnen als eindnoten opgenomen.

Heb je extra hulp nodig? De checklists uit het boek zijn allemaal te downloaden via **contentrecht.nl/checklists** en de handige documenten die in het boek genoemd worden zijn te verkrijgen via **charlotteslaw.nl/store**. Voor hulp en extra vragen kun je natuurlijk altijd bij ons terecht via de gebruikelijke kanalen:



hello@charlotteslaw.nl



070 2500 529



[@charlotteslaw](#)
(*Twitter, Facebook, Instagram*)



youtube.com/charlotteslawnl

HOOFDSTUK 1

WAT IS CONTENT?

con•tent (*bijvoeglijk naamwoord*)

1. tevreden

In het Nederlands kennen we het woord ‘content’ alleen in de betekenis van ‘tevreden’.

De Engelse betekenis ervan is inmiddels overgewaaid en wordt veelvuldig gebruikt. YouTubers, Instagrammers en influencers noemen zichzelf graag content creators. In het Engels zijn content creators overigens gewoon alle personen die content maken in alle vormen en maten. Van blogposts tot video’s, mooie inhakers teksten en afbeeldingen voor social media, infographics en flowcharts alles wat je maar kunt bedenken dat in welke vorm dan ook ‘inhoud’ bevat.

Zo heb je wellicht ook wel gehoord van contentmarketing. Het idee van contentmarketing is vooral dat je informeert, waarna een klant zelf besluit een aankoop te doen. Het is minder opdringerig en niet zo oppervlakkig als advertenties en reclamespotjes die alleen maar proberen te verkopen, maar eigenlijk helemaal niet informeren. Niet écht, in elk geval.

> **THE FURROW MAGAZINE**

In 1895 begon John Deere, een fabrikant van onder meer tractoren, met het maken en verspreiden van een eigen magazine: The Furrow. Een informatief tijdschrift, over het ondernemerschap van boeren en hoe ze meer uit hun bedrijf konden halen. Uiteraard gratis voor hun doelgroep; de boeren. Ze hoopten daarmee een belangrijke bron van informatie te zijn voor hun (potentiële) klanten.

> **WLS RADIO**

De Amerikaanse winkel Sears had veel succes met radioreclames. Maar toen ze in 1924 hun eigen radiocontent gingen maken en dat uitzonden via hun eigen radiostation WLS Radio, werd het pas echt een succes.

> **DE MICHELIN-GIDS**

Heb je ooit de Michelin-gids gekocht? Vroeger was dat een manier om chambre d'hotes te vinden in Frankrijk. Het was een gids over onderhoud van je auto, met accommodaties om te kunnen overnachten. Ooit 400 pagina's dik. Inmiddels bestaan er 27 versies voor 23 landen en drie continenten. Tot 1920 waren de gidsen gratis! Deze content(marketing) is zo goed dat mensen ervoor willen betalen.

Het tijdperk van papier is voorbij. Door digitalisering en internet hebben we juist steeds meer content gekregen en kunnen we het consumeren wanneer we willen. Ook The Furrow is inmiddels een online magazine geworden en ze zetten volop social media in.

Het begrip content is daarmee ook breed geworden. Natuurlijk, het draait om inhoud. Dat wil zeggen, de inhoud van verschillende media-vormen. Dit boek gaat over al die vormen. De wet discrimineert niet op contentvormen, dus ik ook niet.

In dit boek zal ik telkens het overkoepelende woord content gebruiken. Daar mag je alle soorten content in lezen, zoals:

- blogposts
- webteksten
- (online) kranten en tijdschriften
- e-books en whitepapers
- e-mails
- social media posts
- foto's
- video's
- tv-programma's
- films en series
- webinars
- presentaties
- illustraties
- schilderijen
- grafische afbeeldingen
- infographics
- video's
- vlogs
- animaties
- podcasts
- muziek

Bijna alles wat we dagelijks (online) maken, publiceren, delen en consumeren is content. Of waar daar nu eh, content mee zijn of niet.

Het internet heet niet zomaar 'the world wide web'. Het is een groot internationaal web van content. Het internet is geen land en heeft dus geen eigen rechtsstelsel. Daarom denken mensen wel eens dat alles wat op het internet te vinden is 'rechtenvrij' is en door iedereen te pas en te onpas gebruikt mag worden.

Zo zit de wereld echter niet in elkaar. Daarom dit boek over content en het recht daarop. De grenzen en de mogelijkheden.

HOOFDSTUK 2

AUTEURSRECHT OP CONTENT

Het auteursrecht is het uitsluitend recht van den maker van een werk van letterkunde, wetenschap of kunst, of van diens rechtverkrijgenden, om dit openbaar te maken en te verveelvoudigen, behoudens de beperkingen, bij de wet gesteld.

Artikel 1 Auteurswet

Het auteursrecht is een van de belangrijkste rechten als het om content draait. Ooit begon het als kopijrecht: het recht voor uitgevers om boeken te mogen verveelvoudigen. Het auteursrecht is in de loop der jaren veel en vaak gewijzigd, zowel nationaal als internationaal. Zo kregen we in 2004 de beperking voor het vastleggen van werken in openbare plaatsen. Ook wel de panoramavrijheid genoemd. Hierdoor kon de architect van de Erasmusbrug geen bezwaar meer maken tegen foto's van zijn brug, die gemaakt, verkocht en gepubliceerd werden. België kent pas panoramavrijheid sinds 2016.

In 2014 kregen we in Nederland bovendien het auteurscontractenrecht dat zou moeten regelen dat makers een betere positie hebben als het gaat om vergoedingen voor het gebruik van hun werk. Het heeft tot nu toe nog weinig opgeleverd. Een vergelijkbare regeling is opgenomen in de nieuwe Europese Auteursrechtlijn¹ die na 2,5 jaar onderhandelen, op 15 april 2019 is aangenomen. In deze richtlijn staan bijvoorbeeld ook het uploadfilter en de link taks, waar ik later in dit boek op terugkom. De EU-landen hebben twee jaar de tijd om de richtlijn in eigen wetgeving om te zetten.

Uit artikel 1 van de Auteurswet kun je meteen opmaken wat de belangrijke spelers zijn in dit recht: de maker, het werk, de (exploitatie)rechten en de beperkingen.

In dit hoofdstuk komen vijf belangrijke aspecten van het auteursrecht aan bod:

1. Wie de maker is en het auteursrecht heeft.
2. De drempel die je moet halen om auteursrecht te krijgen.
3. De grens van het auteursrecht: waar houdt het op en wanneer is iets géén werk?
4. De (exploitatie)rechten die de maker van een werk heeft.
5. De beperkingen van het auteursrecht: als je auteursrecht hebt, maar een ander toch gebruik mag maken van jouw werk.

Portretrecht staat strikt genomen in de Auteurswet, maar heb ik een eigen hoofdstuk gegeven. Andere aspecten van het auteursrecht komen in andere hoofdstukken terug. Wanneer er sprake is van een inbreuk lees je bijvoorbeeld in hoofdstuk 8 en over het beschermen van de content en het handhaven van (auteurs)rechten lees je in hoofdstuk 9.

DE MAKER

Apen (en andere dieren) kunnen geen makers zijn. Je kunt erom lachen dat ik dit nu schrijf, maar er zijn mensen die daar anders over denken. Dus ik meld het toch maar even.

> DE AAPSELFIE

In 2011 was de Britse fotograaf David Slater aan het werk op Sulawesi. Een kuifmakaak met de naam Naruto jatte een van de camera's van Slater, liep ermee rond en maakte selfies. Wikimedia (onderdeel van Wikipedia) publiceerde de foto. Wikimedia publiceert in principe alleen foto's die in het publiek domein vallen of door fotografen gedoneerd zijn. Iedereen mag deze foto's gratis gebruiken, zonder toestemming, zonder naamsvermelding van de fotograaf etc. Slater maakte bezwaar tegen deze publicatie, omdat het auteursrecht van hem zou zijn. In 2014 verloor Slater de rechtszaak, omdat hij volgens de US Copyright Office de maker niet kon zijn, omdat hij niet op het knopje had gedrukt. Een jaar later startte dierenrechtenorganisatie PETA een rechtszaak, omdat ze vonden dat juist aap Naruto de maker en auteursrechthebbende was. De aap had immers op het knopje gedrukt. In eerste instantie oordeelde een lage rechter in de VS dat een aap geen auteursrecht kon hebben. PETA en Slater hebben uiteindelijk een schikking getroffen, waarbij Slater de auteursrechthebbende zou blijven, maar 25% van de opbrengsten van de foto moet afstaan aan PETA.

De maker is dus altijd een mens. Of meerdere mensen, want je kunt natuurlijk ook samen een werk (de content) maken. De maker is de persoon die van iets een auteursrechtelijk werk maakte. De maker zorgde voor de *scheppende menselijke arbeid* en maakte de creatieve keuzes².