

# Inkomsten uit rechten: theorie, praktijk, toekomst?

Kaja Piecyk & Ellen Loots

April 2021

Tags: copyright, intellectueel eigendom

Leestijd: 9 minuten

*Ieder origineel werk gemaakt door een persoon valt onder rechten, die soms wel, soms niet tot inkomsten kunnen leiden. In deze blog proberen we de economische theorie achter het intellectueel eigendomsrecht (ook wel afgekort als IP) en het auteursrecht (copyright) te verduidelijken, en te reflecteren over de mogelijke toekomst van het copyrightsysteem. We spraken met Vicky Fasten over de praktijk, en met Christian Handke over de theorie, wetgeving en de te verwachte ontwikkelingen.*

## De theorie en achtergrond bij de verschillende rechten van makers

Het intellectueel eigendomsrecht is een paraplueterm voor een rits van wettelijke rechten op originele creaties: auteursrechten, naburige rechten, het merkenrecht en het exploitatierecht (Towse, 2019). Ze beschermen allemaal de rechten van makers (auteurs) van originele creaties en kunnen leiden tot inkomsten. Daarnaast hebben die makers ook morele rechten: deze zijn niet overdraagbaar of verkoopbaar, en dienen de integriteit en reputatie van makers te beschermen. We gaan hier eerst dieper in op auteursrechten (copyright) en morele rechten. Daarna werpen we een blik op copyright in de praktijk en in de (mogelijke) toekomst.

## De economische principes achter het copyright

Het copyright geeft makers het exclusieve recht op de exploitatie van hun creatieve werk en biedt ze een bescherming tegen het onbevoegd kopiëren door anderen van hun creaties. In principe wil het copyright de menselijke creativiteit stimuleren, door de maker van een creatief werk het recht toe te kennen op een vergoeding door degenen die haar/zijn creatie gebruiken of kopiëren, door middel van licenties of een overdracht (Towse et al., 2008).

Economen stellen dat creatief werk de kenmerken kan hebben van een publiek goed, en dat daarom de rechten van de maker van dat werk beschermd moeten worden, zoals door het copyright. Wat betekent dit? In economische termen is een publiek goed een goed (product, dienst, etc.) dat ‘niet uitsluitbaar’ is en ‘niet rivaliserend’ (Towse, 2019). Iets is *niet uitsluitbaar* wanneer we niemand kunnen ontzeggen er gebruik van te maken door er een prijs op te plakken. Denk bijvoorbeeld aan een mooie zonsondergang, het zicht op de Eiffeltoren of het publieke wegennetwerk: iedereen kan daarvan genieten zonder ervoor te betalen, en het is ook amper denkbaar dat we mensen kunnen doen betalen voor het genieten van de zon of de Eiffeltoren, als we dat al zouden willen (met wegen ligt dat ietsje anders, waar accijnzen op brandstof (Nederland) of de péage (Frankrijk) aangerekend kunnen worden). Iets is *niet*

*rivaliserend*, wanneer het gebruik van de éne gebruiker het gebruik van een andere niet in de weg staat. We kunnen met z'n allen van het zicht op de zonsondergang genieten (niet rivaliserend), maar dat iedereen tegelijkertijd de Eiffeltoren beklimt, is minder goed denkbaar (rivaliserend).

In het geval van originele creaties kunnen deze kenmerken tot een economisch probleem leiden. De creatie van een nieuw, creatief werk gaat immers gepaard met een investering van iemands tijd, geld, talent, en zo verder. Die investering kan beschouwd worden als de vaste en verzonken kosten van een maker en wordt ook wel de “cost of expression” genoemd (Landes & Posner, 1989). Van zodra zulk een creatie publiek toegankelijk wordt, hebben velen er baat bij, terwijl slechts één persoon de kosten van die creatie droeg.

Denk bijvoorbeeld aan een song: van zodra die aangeboden wordt in de markt via een kanaal als YouTube, kan die zonder enige vorm van bescherming vrijuit en zonder compensatie gebruikt worden door eenieder die dat wil. Het goed is immers niet uitsluitbaar. Een song die online aangeboden wordt is ook niet rivaliserend, omdat vele mensen er tegelijkertijd naar kunnen luisteren, in tegenstelling tot bijvoorbeeld een schilderij, dat slechts in één iemands huiskamer kan hangen. In dat laatste geval betaalt die persoon dan in theorie een prijs die minstens kostendekkend is, voor het exclusieve eigendomsrecht. Maar bij een song ligt dat anders.

De controle via het copyright over zijn of haar creatie geeft een maker alvast tijdelijk – wat economen noemen – macht in de markt. Hierdoor kan die maker een vergoeding krijgen van degenen die baat hebben bij haar/zijn creatie. Dit is in het bijzonder van belang sinds de opkomst van het internet. Door de mogelijkheden van digitalisering zijn de kosten van de reproductie en verspreiding van veel creaties, bijvoorbeeld film- en muziekkopieën, verlaagd tot bijna nul. Zonder wettelijke bescherming zou in concurrerende markten de prijs van het werk teruggedreven worden tot de marginale kosten van reproductie, en zou een maker of producent de kosten van de initiële investering niet terugverdienen (Varian, 1998). In theorie is het dan denkbaar niemand nog nieuwe creaties zou willen maken (waarom zou je, ze brengen immers niets op?!), wat ertoe zou kunnen leiden dat er op de lange termijn helemaal geen vernieuwende, originele producten of diensten meer ontwikkeld gaan worden (Landes, 2011).

### **Copyright: het vinden van de balans**

Het copyright fungeert *de jure* als een stimulans voor makers, van wie wordt uitgegaan dat ze zonder enige financiële prikkel zouden ophouden met origineel werk te creëren. Klinkt logisch en niet slecht, zeker vanuit het perspectief van makers die het sowieso al moeilijk hebben om inkomsten uit hun werk te genereren.

Desalniettemin gaat het copyright gepaard met wat moeilijkheden. Ten eerste kan copyright de kosten voor makers verhogen, als zij willen voortbouwen op elkaanders creaties. Een maker is immers wettelijk verplicht de originele auteur/maker of diens erfgenamen te traceren, toestemming te vragen en een vergoeding te betalen, wanneer zij/hij gebruik wil maken van een bestaande creatie. Ten tweede brengt het auteursrechtensysteem allerlei transactie- en administratieve kosten met zich mee, die een rem kunnen zetten op de creativiteit. Ten derde zijn er interpretatieproblemen. Wanneer is een werk origineel? Originaliteit zegt niks over de

kwaliteit van een werk, maar enkel dat het niet ontstaan is door kopieergedrag, en copyright maakt geen onderscheid tussen kunst en kitsch. Het copyright beschermt enkel werken en niet de ideeën, methodes of principes achter het werk. Bovendien zijn inbreuken op het copyright, bijvoorbeeld het zonder toestemming van de auteur verspreiden van een werk, niet makkelijk te bewijzen, wat de handhaving van auteursrechten lastig en kostbaar maakt, zeker voor en door individuen. Tenslotte worden veel creatieve werken in tijdelijke groepsverbanden gemaakt, waardoor je in principe meerdere rechthebbenden hebt die per project verschillen van elkaar. Ook worden veel werken in de kunsten in opdracht gemaakt. In dit scenario gaan de inkomsten vaker naar de financierder dan de maker.

Een effectief copyright-beleid zoekt naar de ideale uitkomst voor de samenleving, en dus naar een optimale balans tussen de kosten en baten van en voor de verschillende betrokkenen. In het concrete geval van het copyrightstelsel gaat het om de afweging tussen enerzijds de toegang voor gebruikers en de kosten van het gebruik, en anderzijds de vergoeding daarvan voor makers zodat die alsnog geprikkeld worden tot het creëren van nieuwe werken (Loots, 2017; Rushton, 1998). Een perfect gemonitord auteursrechtensysteem zou niet enkel heel kostbaar zijn, maar ook complexe privacy-issues moeten kunnen omzeilen omdat het niet mogelijk is om achter de voordeur mee te kijken met wat gebruikers doen (Landes, 2011; Towse et al., 2008). De grootste uitdaging van het copyrightsysteem blijft echter het vinden van een goede balans tussen de belangen van verschillende betrokkenen. Een beloning voor een maker impliceert immers kosten voor een gebruiker, of die nu een andere maker of een consument is. De enige manier om al die problemen meteen van de baan te vegen, is een volledig vrije toegankelijkheid tot creaties voor alle gebruikers. Maar dit zou repercussies hebben op de copyright-gerelateerde inkomsten van makers.

## **Morele rechten**

Waar het copyright de commerciële belangen van een maker/auteur beschermt, beschermen morele rechten de immateriële belangen van die maker. Het gaat dan om iemands reputatie, integriteit en persoonlijke band met haar/zijn werk. Morele rechten bevatten het recht op naamsvermelding en het recht dat een creatie niet wordt hervormd of beschadigd. In verschillende wetstaten kunnen morele rechten niet worden afgestaan of verkocht, in tegenstelling tot auteursrechten (Frith & Marshall, 2004). Zelfs na overdracht van een werk behoudt de initiële maker deze morele, persoonsgebonden rechten.

Het onderscheid tussen auteursrechten en morele rechten weerspiegelt de internationaal sterk verschillende tradities: op het Europese vasteland hebben morele rechten een sterkere traditie dan in het Verenigd Koninkrijk of de Verenigde Staten. Morele rechten vinden hun oorsprong in de idealen van de Verlichting, met als kern het idee dat het werk van een auteur een weerspiegeling is van haar/zijn identiteit, creativiteit en persoonlijkheid, en dus onlosmakelijk verbonden aan die persoon. In het VK en de VS zijn deze ideeën minder uitgesproken en staat de bescherming van de commerciële belangen van makers voorop (Loots, 2017). Dit onderscheid is echter niet zwart-wit: zo beargumenteren economen dat ook morele rechten een economische dimensie hebben, omdat zowel een goede als slechte reputatie het verdienvermogen van makers sterk kunnen beïnvloeden (Towse, 2019).

## **De praktijk**

De complexiteit van het intellectueel eigendomsrecht kan in de praktijk makers overrompelen, zeker wanneer ze niet kunnen leunen op juridische ondersteuning, legt Vicky Fasten uit. Fasten, werkzaam als zakelijk adviseur bij de Beroepsorganisatie Nederlandse Ontwerpers (BNO), stelt vast dat door het gebrek aan juridische kennis rondom rechten, makers geregeld inkomstenbronnen laten schieten. Hoewel het ondernemerschap de afgelopen jaren steeds meer aandacht krijgt binnen creatieve opleidingen en de kunstacademies, valt er op het gebied van intellectueel eigendom nog veel winst te boeken. Ook bij docenten schiet de kennis vaak tekort, omdat ook hun expertise vaak niet op het vlak van wet- en regelgeving ligt. Het ingewikkelde copyrightbeleid neigt te worden genegeerd, wat het doel ervan – het bevorderen van creativiteit en innovatie – voorbij schiet.

De urgentie van dit onderwerp blijkt uit [deze video](#). De video licht toe hoe Creative Commons (CC) werkt. CC is een open licentie voor het werken met copyright, met name interessant voor kunstenaars en creatieve professionals die hun werk toegankelijk willen maken en willen promoten naar potentiële gebruikers. Dat kan door middel van het gratis toegankelijk en deelbaar maken van delen van het werk en/of samples, om zo een gemeenschap van gelijkgestemden, een breder publiek en zelfs een reputatie te ontwikkelen, die dan in een volgende stap kunnen leiden tot inkomsten.

Inkomsten uit zogenaamde royalties spelen maar een beperkte rol in de inkomsten van veel kunstenaars en andere creatieve professionals. Volgens Fasten kunnen deze inkomsten een belangrijkere plek krijgen in het verdienmodel van makers. Een effectieve royalty-overeenkomst biedt niet alleen een passieve inkomstenbron, maar op de langere termijn is het ook “een strategie die stabiliteit kan geven.” Christian Handke, hoofddocent culturele economie aan de Erasmus Universiteit Rotterdam en gespecialiseerd in de economie van copyright, beaamt dat een meerderheid van makers vrijwel geen inkomsten haalt uit auteursrecht-gerelateerde zaken, en zeker niet op de korte termijn. Diegenen die er toch aan verdienen, zijn in de minderheid. “We moeten ons dus afvragen”, aldus Handke, “hoe we de kansen van makers doen toenemen om toch voordeel te halen uit een copyrightsysteem; hoe ze bijvoorbeeld een reputatie en/of marktaandeel ontwikkelen die gepaard gaan met potentiële inkomsten uit auteursrechten.”

Copyright rendeert vaak pas op de langere termijn, maar dat betekent niet dat makers er geen aanspraak op kunnen maken met het oog op eventuele (latere) inkomsten. Wat staat er nog in de weg?

Eerst en vooral de sterke, intrinsieke motivatie van veel werkers in de culturele en creatieve sector, die als schaduwzijde heeft dat de belangstelling voor onderwerpen als ondernemerschap en rechten beperkt is (Frey, 1994; Abbing, 2008). Het gaat echter niets telkens om een bewuste weerstand. Fasten ziet in haar beroepspraktijk dat, door de liefde voor het vak, makers niet altijd de commerciële waarde van hun werk inzien. Uiteraard geldt dit niet voor alle makers en zijn sommigen zeer succesvol in het sluiten van voordelige deals. Voor makers die zich minder thuis voelen in dit onderwerp, kunnen praktische oplossingen zoals ondersteuning, coaching en voorbeeldovereenkomsten een ondersteuning bieden.

Ten tweede belemmert de relatief zwakke onderhandelingspositie van creatieve makers ten overstaan van grotere bedrijven en instellingen het verdienvermogen van die makers. In een arbeidsmarkt met vrij veel aanbod van werk en een relatief geringe vraag, zetten makers soms

hun zakelijke overwegingen opzij en zijn ze al blij met de kans om een samenwerking met een ‘mooie’ organisatie te kunnen toevoegen aan hun portfolio (Abbing, 2008). In combinatie met de complexiteit van de materie en hun beperkte kennis ervan, kan dit ertoe leiden dat ze ongunstige voorwaarden accepteren. Met behulp van een adviseur zouden die voordeliger kunnen uitdraaien. Kortom, zelfs een goed functionerend copyrightbeleid kan maar weinig betekenen voor individuele makers wanneer zij tegenover een sterkere marktpartij staan. Dit probleem ligt niet bij het copyright zelf, maar bij de onevenwichtige verdeling van marktmacht tussen makers en organisaties, aldus Handke.

## **De toekomst**

Culturele en creatieve sectoren zijn snel aan het veranderen, en die dynamiek komt soms op gespannen voet te staan met wettelijke stelsels en de legale omkadering (Loots, 2017). Zo heeft het heel wat handen en voeten nodig om de (copyright)wetgeving aan te passen, terwijl digitale ontwikkelingen elkaar in een snel tempo opvolgen. Toch maakt Handke zich niet in de eerste plaats bezorgd om eventuele achterstanden in de wet- en regelgeving op het gebied van copyright. Hoewel aanpassingen van de wet- en regelgeving aan nieuwe omstandigheden nodig is, zouden voortdurende aanpassingen het stelsel nog minder toegankelijk maken. Het zou beter zijn het stelsel in één beweging fundamenteel te hervormen.

Samen met collega's ontwikkelde Handke een plan van hoe zo een hervorming eruit zou kunnen zien (Handke et al., 2016). In dit plan wordt onderzocht of en hoe een *copyright compensation system* (CCS) welvaartverhogend zou kunnen werken in de muziekindustrie. Het voorgestelde systeem geeft particuliere gebruikers met een internetabonnement het recht om tegen een vergoeding muziek te downloaden, te gebruiken en te verspreiden, op zulk een manier dat zowel auteursrechthebbenden als gebruikers er zoveel mogelijk baat bij hebben. Bij dit systeem wordt het recht dat makers hebben om hun werk op te volgen en te controleren rigoureuze van tafel geveegd, en vervangen door een recht op compensatie. Dat betekent dat rechthebbenden altijd en automatisch een recht hebben op een vergoeding wanneer hun werk beluisterd wordt, maar niet op het bepalen wie er toegang tot krijgt en hoe de verspreiding van het werk verloopt. Hoewel in het plan de morele rechten op naamsvermelding en op het bezwaar maken tegen wijziging en vermindering van een werk standhouden, botst het hier met het Europese Verlichtingsideaal dat de nadruk legt op het eigenaarschap van en de volledige controle over originele ideeën. Hardnekkig blijven vasthouden aan dat ideaal kan een bijkomende financiële compensatie dus in de weg staan.

## **Conclusie**

De theorie en de praktijk staan soms ver uit elkaar, zo ook op het gebied van het intellectueel eigendom en de daaraan gerelateerde rechten. Terwijl in de academische wereld issues rondom de doeltreffendheid en doelmatigheid van wet- en regelgeving aan de orde zijn, lijken makers in de praktijk tegen andere problemen aan te lopen, zoals beperkte inkomens. In samenspel met de beperkte juridische kennis van makers, leidt de complexe wet- en regelgeving ertoe dat inkomsten uit royalties eerder de uitzondering dan de regel zijn. Grotere (lees: rijkere, machtigere) marktpartijen profiteren van een sterkere onderhandelingspositie en van de toegang tot juristen en adviseurs die overeenkomsten bezegelen waarin de voordelen veelal één kant opgaan.

Desondanks, en tegen de verwachtingen van de economische theorie in, leidt het huidige wetgevend stelsel niet tot minder creativiteit van individuele makers, die veeleer uit liefde en passie creëren dan uit een economisch belang. Daarnaast staan diepgewortelde tradities radicale hervormingen in de weg. Zolang dat het geval blijft, zal er onbehagen rondom het intellectueel eigendomsrecht bestaan en het maar moeizaam bijdragen tot hogere inkomens van kunstenaars en creatieve professionals.

*Met dank aan Vicky Fasten, Christian Handke en Erwin Dekker.*

*Het schrijven van deze column is mogelijk gemaakt door [Instituut Gak](#), dat een onderzoek naar de inkomens en het verdienvermogen in creatieve sectoren subsidieert. Onderzoekers aan de Erasmus Universiteit Rotterdam en de Vrije Universiteit Amsterdam verdienen zich in 2020 en 2021 in deze materie.*

## Referentie

Piecyk, K. & Loots, E. (2021, april). *Inkomsten uit rechten: theorie, praktijk, toekomst?*. Geraadpleegd van: <https://www.creatiefondernemerschaplab.nl/columns/inkomsten-uit-rechten/>

## Meer weten?

*Video:*

- Over open licenties voor culturele en creatieve werkers: [hier](#)

*Websites:*

- Algemeen: [hier](#)
- Auteursrecht op de website van de Rijksdienst voor Ondernemend Nederland: [hier](#)
- Over Creative Commons licenties in Nederland: [hier](#)
- Een brochure ontwikkeld door de juristen van de Kunstenbond: [hier](#)
- Auteursrechten op de website van het kennisinstituut cultuur en digitalisering: [hier](#)
- Visuele auteursrechten in Nederland: [hier](#)

*Leesvoer:*

- Een brochure van de Beroepsorganisatie Nederlandse Ontwerpers (BNO): [hier](#)
- De internationale wetgeving samengebracht door de United Nations: [hier](#)
- Een meer brede gids over de zakelijke kant van kunst en creativiteit, van Cultuur+Ondernemen: [hier](#)

## Bronnen

Abbing, H. (2008). *Why are artists poor?* Amsterdam: Amsterdam University Press.

- Frey, B. S. (1994). How intrinsic motivation is crowded out and in. *Rationality and society*, 6(3), 334-352.
- Frith, S., & Marshall, L. (2004). *Music and copyright*. Edinburgh University Press.
- Handke, C., Balazs, B., & Vallbé, J. J. (2016). Going means trouble and staying makes it double: the value of licensing recorded music online. *Journal of Cultural Economics*, 40(3), 227-259.
- Landes, W. M., & Posner, R. A. (1989). An economic analysis of copyright law. *The Journal of Legal Studies*, 18(2), 325-363.
- Landes, W. M. (2011). Copyright. In R. Towse (Eds.), *A handbook of cultural economics* (2nd ed., pp. 100-112). Edward Elgar Publishing.
- Loots, E. (2017). *Auteursrechten in de kunsten. Een wettelijk kader in voortdurende ontwikkeling*. Geraadpleegd van <https://forum-online.be/nummers/herfst-2017/een-wettelijk-kader-in-voortdurende-ontwikkeling>
- Rushton, M. (1998). The Moral Rights of Artists: Droit moral ou droit pécuniaire?. *Journal of Cultural Economics*, 22(1), 15-32.
- Towse, R. (2019). *A textbook of cultural economics*. Cambridge University Press.
- Towse, R., Handke, C., & Stepan, P. (2008). The economics of copyright law: A stocktake of the literature. *Review of economic research on copyright issues*, 5(1), 1-22.
- Varian, H. R. (1998). *Markets for information goods*. Geraadpleegd van <https://people.ischool.berkeley.edu/~hal/Papers/japan>