

Marketing Rendement

Dit artikel wordt u aangeboden door Marketing Rendement

Marketing Rendement is een nieuws- en adviesmagazine over marketing, sales en communicatie. De insteek is: geen glossy magazine met veel advertenties. Maar wel een blad dat met beide benen op de grond staat. Marketing Rendement biedt gewoon praktische informatie waar de lezer daadwerkelijk iets aan heeft in zijn dagelijks werk. Gericht op kostenbesparing. Gericht op snel en efficiënt werken. Gericht op tips en adviezen voor een betere persoonlijke performance. Met veel aandacht voor loopbaan en beloning.

Marketing Rendement onderscheidt zich door:

- Beknopte artikelen met veel tips die de lezer direct in de dagelijkse praktijk kan gebruiken;
- Elke keer een gedegen vergelijkend warenonderzoek waar dienstverleners op prijs en kwaliteit worden vergeleken;
- Veel kort nieuws;
- Interactieve, persoonlijke e-mailservice met nieuwe vacatures, sites, congressen en publicaties.

Meer informatie op: www.rendement.nl/marketing

Voordelig proefabonnement aanvragen? www.rendement.nl/marketing/abonneren



Niet koninklijk, maar wel royalty's

Wanneer u marketingprofessional bent, bent u ook gewend te letten op de auteursrechten die op bepaald materiaal rusten. U krijgt immers te maken met een veelheid aan audio, video, documenten en media; het wachtmuziekje voor de klantenservice, beeld voor in de folders en een leuke video op de website. Maar weet u ook welke organisaties verantwoordelijk zijn voor het innen van al die verschillende rechten?

Op heel veel creaties rust auteursrecht. Dat varieert van een liedje dat op de radio wordt uitgezonden, tot een speelfilm, televisieprogramma, of een artikel in een tijdschrift. De rechten op die creaties zijn soms in handen van bedrijven, zoals uitgevers of omroepen. Een ander gedeelte van de rechten is in handen van individuele componisten, tekstschrijvers of auteurs. Volgens de auteurswet mag de rechthebbende als enige toestemming geven om zijn creatie – de wettelijke term is ‘het werk’ – openbaar te maken en te verveelvoudigen.

Schappelijk

Openbaarmaking betekent de verspreiding van het werk op een niet-tastbare manier, zoals het uitzenden van muziek op de radio, of het streamen van een film via internet. Maar ook achtergrondmuziek in de supermarkt is een vorm van openbaarmaking. Verveelvoudigen betekent de verspreiding van fysieke exemplaren van een werk, zoals een cd, dvd of boek. Maar ook een fotokopie uit een boek is een verveelvoudiging. De Auteurswet is dit jaar 100 jaar oud en

heeft al heel wat technologieën overleefd, zoals de introductie van kabel-tv, videorecorders en kopieerapparaten. Voorop staat nog steeds het internationaal erkende principe dat degene die iets creëert recht heeft op een schappelijke vergoeding als een ander die creatie gebruikt. Het auteursrecht maakt deel uit van de intellectuele eigendom: het eigendomsrecht op niet-stoffelijke creaties. Andere rechten van intellectuele eigendom zijn bijvoorbeeld merkrechten en octrooien. Auteursrechthebbenden weten allang dat het ondoenlijk is om als individu voor

iedere gebruiksvorm toestemming te geven en een vergoeding af te spreken. Andersom is het voor gebruikers (zoals uw organisatie) ondoenlijk om erachter te komen wie de rechthebbende is op een bepaald werk. Dat geldt vooral als er meerdere rechthebbenden zijn op één werk zoals een auteur en een uitgever, of een componist en een tekstdichter. Dat kan dan heel wat voeten in de aarde hebben. En soms kunt u het niet achterhalen. Daarom zijn er collectieve beheersorganisaties in het leven geroepen: verenigingen en stichtingen die namens de bij hen aangesloten rechthebbenden bepaalde (standaard-)tarieven in rekening brengen voor ieder soort gebruik van een auteursrechtelijk beschermd werk.

Controleurs

De bekendste collectieve beheersorganisatie is Buma/Stemra. Vrijwel alle componisten en tekstschrijvers in Nederland zijn bij die organisatie aangesloten. Omdat Buma overeenkomsten heeft met vergelijkbare organisaties in het buitenland, beheert Buma in Nederland de rechten op vrijwel alle muziek die auteursrechtelijk beschermd is. Vooral ondernemers in de retail en de horeca hebben met Buma te maken. Buma houdt nauwkeurig in de gaten, bijvoorbeeld via het handelsregister en met behulp van controleurs, of een winkel of café achtergrondmuziek gebruikt. Controleurs van Buma zijn in dienst bij de FIOD-ECD en hebben verregaande bevoegdheden. Het Buma-tarief is meestal afhankelijk van het aantal vierkante meters. Een

Toch is het geen belasting

Een misverstand is dat auteursrecht-heffingen een vorm van belasting zouden zijn. Die theorie klopt niet. Auteursrecht-heffingen worden geïnd door zelfstandige stichtingen die niet gelieerd zijn aan de overheid. De geïncasseerde bedragen worden door die stichtingen uitgekeerd aan de bij hen aangesloten auteurs, artiesten en uitgevers. Aan partijen in de private sector dus.

gemiddelde winkelier betaalt een paar honderd euro per jaar aan Buma. En ook als er muziek te beluisteren is bij een promotiefilmje op uw website moet u Buma-rechten betalen. Spreek dus altijd duidelijk af met de leverancier (in dit geval: de producent van uw bedrijfsfilm) wie verantwoordelijk is voor betaling van de Buma-rechten.

Tuinbouwbedrijf

Sinds enkele jaren krijgen ondernemers ook een jaarlijkse factuur van de Stichting Reprorecht. Die stichting incasseert royalty's voor het kopiëren van boeken, tijdschriften en andere papieren bronnen. Het zou ondoenlijk zijn om ondernemers te vragen een lijst bij te houden van al die kopieën. Vandaar dat Reprorecht werkt met schattingen aan de hand van statistisch onderzoek. Bij een kennisintensief bedrijf zoals een advocatenkantoor worden bijvoorbeeld meer kopieën gemaakt dan bij een tuinbouwbedrijf. De rol van Reprorecht wordt overigens steeds kleiner, aangezien steeds meer content via internet bekeken wordt. En het uitprinten van een artikel is geen handeling waarover reprorechtheffing verschuldigd is.

Negeren

De vierde organisatie waarmee ondernemers te maken krijgen is Videma. Videma is niet door de wetgever aangewezen: de organisatie is een initiatief van omroepen en filmmaatschappijen, die Videma gemachtigd hebben om bepaalde gebruiksvormen te licentiëren. Videma incasseert onder meer voor het openbaar maken van films en tv-programma's in hotels en publiek toegankelijke ruimten. Cafés die bijvoorbeeld het EK voetbal op groot scherm laten zien, moeten bij Videma een licentie afsluiten van circa € 200 per jaar. Maar ook als uw bedrijf RTL Z in de wachtruimte of bij de receptie heeft aanstaan, moet u een licentie afsluiten bij Videma. De vergoeding is dus niet inbegrepen bij het kabelabonnement, zoals sommige ondernemers denken. Het is geen goed idee om een factuur van Videma te negeren: zo zijn al enkele cafés

FOKKE & SUKKE DECLAREREN 2000 EURO

"in uw fabriekshal worden dagelijks ca. 3 grappen gemaakt volgens het patroon 'dat zei mijn vrouw vannacht ook'. Auteursrecht voor deze grap berust bij de heer Sukke. Derhalve..."



door de rechter veroordeeld om een schadevergoeding te betalen omdat zij zonder toestemming van Videma de tv hadden aanstaan tijdens een EK of WK.

Coördinatie

Er is veel te doen over de veelheid aan incasso-organisaties, en het gebrek aan onderlinge coördinatie. Sinds een rapport van een werkgroep onder leiding van Marco Pastors is er veel verbetering gekomen voor de gebruikers. Zo is er de website www.mijnlicentie.nl waar bedrijven

eenvoudig kunnen uitrekenen of ze betalingsplichtig zijn. Als dat het geval is, kunnen ze in één keer de betreffende licenties afsluiten en betalen. Meer uitleg over collectieve incasso is te vinden op de website van VOI(c)E, www.voice-info.nl. Daar vindt u ook de namen en adressen van andere collectieve organisaties, bijvoorbeeld op het gebied van gebruiksrechten op fotografie en beeldende kunst.

Diederik Stols is partner bij Boekx Advocaten Media & IP, www.boekx.com, stols@boekx.com.

Buma en SENA doen het met z'n tweeën

In de jaren negentig werd een soortgelijke organisatie als Buma opgericht die de wettelijke rechten van artiesten en platenmaatschappijen exploiteert. Die organisatie heet SENA (Stichting ter Exploitatie van Naburige Rechten). SENA is dus vergelijkbaar met Buma, omdat beide organisaties royalty's innen voor het

laten horen van muziek. Buma en SENA zijn door de wetgever (de overheid) aangewezen om deze vorm van exploitatie te regelen. Zij hebben dus een wettelijk monopolie. Als u schriftelijk verklaart dat u geen muziek ten gehore brengt in uw bedrijf, hoeft u geen Buma- en SENA-rechten te betalen.