

# 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/marketingblad](http://www.rendement.nl/marketingblad)

**Voordelig proefabonnement aanvragen?** [www.rendement.nl/marketingblad](http://www.rendement.nl/marketingblad)



GELIJKENDE MUZIEK KAN VERVELLENDE GEVOLGEN HEBBEN

# Van inspiratie plots naar transpiratie

**Een consument maakt kennis met uw product of dienst door uw reclameuiting. Het is daarom belangrijk om die reclame zo aantrekkelijk mogelijk te maken. Het gebruik van pakkende muziek zorgt ervoor dat een reclame bij het publiek blijft hangen en het draagt bij aan de aantrekkingskracht van uw product of dienst. Bij het uitkiezen van muziek is het verleidelijk om inspiratie te zoeken bij een bekende hit, omdat de aantrekkingskracht daarvan al bewezen is.**

Het kan zomaar gebeuren dat het aantekelijke deuntje dat u heeft uitgekozen voor uw nieuwste commercial wel iets weg heeft van een bestaand nummer. Is dit dan auteursrechtelijk toegestaan? En niet geheel onbelangrijk: welke risico's loopt u door een 'soundalike' zonder toestemming van de rechthebbende te gebruiken? De Auteurswet bepaalt dat de exploitatie van 'werken' zonder toestemming van de auteursrechthebbende niet toegestaan is. Een muzieknummer is een auteursrechtelijk werk, maar ook de onderdelen daarvan, zoals de tekst en melodie, zijn zelfstandige auteursrechtelijke werken.

## Exploitatierchten

In Nederland wordt het overgrote deel van de exploitatierchten op muziek beheerd door auteursrechtenorganisatie Buma/Stemra. De stichting treedt op namens componisten, tekstdichters en muziekuitgevers. Voor het gebruik van muziek waarop rechten rusten heeft u, of het door u ingeschakelde recla-

mebureau, toestemming van Buma/Stemra nodig. Ook de uitvoerende artiest heeft exclusieve rechten ten aanzien van zijn of haar uitvoering.

## Terrein

Op grond van de Wet Naburige Rechten heeft hij of zij de mogelijkheid zich te verzetten tegen bijvoorbeeld de opname, reproductie en verkoop van die uitvoering. De belangen van

de uitvoerende artiesten worden in Nederland grotendeels behartigd door NORMA (Stichting Naburige Rechtenorganisatie voor Musici en Acteurs).

## Hagelliedje

Door het gebruik van bestaande muziek bij een audiovisueel werk wordt het terrein van de zogeheten 'synchronisatierechten' betreden. Die rechten zijn onderdeel van de verveelvoudigingsrechten van de rechthebbende. Componisten en tekstdichters hechten grote waarde hieraan. Zij willen graag zeggenschap over het soort product of dienst dat gelinkt wordt aan hun werk. Daarom laten zij Buma/Stemra hun belangen behartigen. Maar is toestemming van Buma/Stemra ook vereist voor nummers die op oorspronkelijke muziek zijn geïnspireerd? Denk bijvoorbeeld aan muziek met een soortgelijke melodie, of een nummer met een aangepaste tekst toegespitst op uw product of dienst. Hoe bepaalt de

## Zangduo geeft niet zonder slag of stoot op

Onlangs stelde een Amerikaanse jury vast dat het nummer 'Blurred Lines' van Pharell Williams en Robin Thicke inbreuk maakt op het nummer 'Got To Give It Up' van Marvin Gaye.

### Muzieknoten

Hoewel volgens Pharell Williams slechts de 'feel' van het nummer zou zijn overgenomen, oordeelde de jury anders. Die

stelde namelijk een aantal inbreukmakende elementen vast, waaronder het gebruik van overeenstemmende akkoorden en muzieknoten. De erven van Marvin Gaye kregen als gevolg van deze inbreuk een schadevergoeding van bijna 7,4 miljoen dollar toegewezen. De verliezers hebben aangekondigd in hoger beroep te gaan. Het laatste woord hierover is dus nog niet gesproken.

Auteurswet wanneer er precies sprake is van plagiaat? De zaak over het 'hageliedje' in de reclame van Venz illustreert de auteursrechtelijke bescherming van afzonderlijke onderdelen van muziek. In de jaren '70 schreef tekstschrijfster Marijke Philips een evergreen voor de reclame van Venz hagelslag. De tekst van het nummer, een variatie op het oudhollandse kinderliedje 'Het regent, het regent, de pannetjes worden nat', luidde: 'Het hagelt, het hagelt, grote korrels Venz'. Heinz – de eigenaar van Venz – heeft het liedje van Marijke Philips in 2010 voor een televisiereclame van Venz in een nieuw jasje gestoken.

### Oudhollands

De gepikeerde schrijfster heeft Heinz daarvoor uiteindelijk voor de rechter gesleept om het gebruik van het 'nieuwe' nummer te verbieden. Volgens haar zou er namelijk sprake zijn van auteursrechtinbreuk. Marijke Philips kreeg gedeeltelijk gelijk in de rechtszaal; de rechter oordeelde dat er ten aanzien van de melodie geen sprake was van auteursrechtinbreuk, maar ten aanzien van de tekst wel.

## “Auteursrechtelijk werk na zeventig jaar rechtenvrij”

De liedjesschrijfster kon namelijk niet bewijzen dat de melodie in haar nummer, een nieuw werk was ten opzichte van de oorspronkelijke melodie van het bekende kinderliedje. Het oudhollandse nummer waarop het lied van Marijke Philips geïnspireerd was, behoorde namelijk tot het publieke domein. Een werk wordt onderdeel van het publieke domein als de beschermingstermijn daarvan is verlopen. Voor het gebruik van zulke muziek is geen toestemming vereist. De beschermingsduur voor auteursrechtelijke werken eindigt zeventig jaar na de dood van de auteur. De rechten kunnen eventueel door de erven van de auteur worden ge-

## Het melodietje kan in de rechtszaal de nekslag zijn

Eind jaren '90 kwam een zaak voor de rechter die meer licht heeft geworpen op de mate waarin u zich mag laten inspireren. De zaak draaide om de 'Taksi Song' in een reclame van Result. Dit nummer was geïnspireerd door het liedje 'I wanna be loved by you' dat bekend is van de uitvoering van Marilyn Monroe. Buma/Stemra startte een procedure tegen Result.

### Frasering

De rechtbank concludeerde na een vergelijking tussen de twee muzieknummers dat geen sprake was van een ongeoor-

loofde verveelvoudiging, omdat er in het ritme, de harmonie en de intro van het nummer te veel verschillen waren. In hoger beroep oordeel het hof anders; uit die uitspraak volgde dat de punten waarop er gelijkenis is, bepalend zijn. Ook blijkt uit de overwegingen van het hof dat bepaalde punten belangrijker zijn dan andere. Het gebruik van hetzelfde akkoordenschema is onvoldoende, maar de overeenstemmende frasering van de melodie in combinatie met de lengte van die frasen achtte het hof inbreukmakend; dit wordt namelijk gezien als 'nabootsing in gewijzigde vorm'.

handhaafd. U kunt een nummer uit het publieke domein dus zonder probleem gebruiken in uw reclame, al dan niet door daaraan uw eigen draai te geven.

### Parodie

De exclusieve bevoegdheden van de componist en tekstdichter worden beperkt door een aantal uitzonderingen, waaronder de parodie-exceptie. In de wet is bepaald dat een parodie geen verveelvoudiging is in de zin van de Auteurswet, maar wordt gezien als een nieuw, oorspronkelijk werk waarvoor geen toestemming van de rechthebbende vereist is. Een parodie kenmerkt zich doordat het geparodieerde werk tot voorwerp van spot wordt gemaakt, bijvoorbeeld met de bedoeling het werk te bekritisieren. Het gebruik van een lied in een reclame met het doel daarmee spot te drijven is ongebruikelijk. Een beroep doen op deze uitzondering zal daarom in het algemeen weinig kans van slagen hebben. Het grote risico van het gebruik van een 'soundalike' is dat u wordt aangesproken door de rechthebbende van het oorspronkelijke nummer. Die persoon heeft dan niet alleen de bevoegdheid een verbod te vorderen, maar mag ook een vergoeding eisen voor de geleden schade als gevolg van de ongeautoriseerde exploitatie. De hoogte van die schadevergoeding wordt bepaald

door de hoogte van de gederfde licentievergoeding. Als een zaak niet onderling tussen partijen wordt geschikt, maar het tot een gerechtelijke procedure komt, mag de rechthebbende de volledige door hem betaalde proceskosten vorderen. Als u twijfelt over de vraag of er slechts sprake is van inspiratie, of dat er sprake is van een kopie, kunt u het beste gewoon

## “Buma/Stemra kan twijfel over plagiaat wegnemen”

toestemming vragen. Dat kan via Buma/Stemra geregeld worden; zo nodig verwijst die u door naar de rechthebbende. De kosten voor een licentie zullen aanmerkelijk lager zijn, dan de kosten die u kwijt zou kunnen zijn aan een gerechtelijke procedure. Als u een reclamebureau inschakelt, is het van belang dat het reclamebureau alle muziek die in de reclame wordt gebruikt ook daadwerkelijk heeft afgekocht, en u niet achteraf voor vervelende verrassingen komt te staan.

*Awura Simpe is advocaat bij Boekx Advocaten, tel (020) 528 95 32, [www.boekx.com](http://www.boekx.com), [simpe@boekx.com](mailto:simpe@boekx.com).*