

Teksten op truien in tijden van corona

Dirk Visser¹

Het Nederlandse bedrijf Rumag zette IK.GELOOF.IN.JOU.EN.MIJ. op een T-shirt. Mag dat? En mag Arjen Lubach daar een parodie op maken? Wat zijn de juridische normen ten aanzien van ‘jatten van teksten’ om deze op truien en T-shirts?

Op zondag 29 maart 2020 beschuldigde televisiepresentator Arjen Lubach het bedrijf Rumag ervan teksten van anderen te ‘jatten’ en deze, voorzien van puntjes tussen de woorden, op truien en T-shirts af te drukken en voor grof geld online te verkopen.² Rumag zou daarbij in veel gevallen ten onrechte de indruk wekken dat het de teksten zelf had bedacht. Bovendien zou Rumag bij de verkoop van een bepaald T-shirt het publiek misleiden over de prijsstelling en het gedeelte van de opbrengst dat aan het Rode Kruis zou worden gedoneerd.

Hoe zit dat auteursrechtelijk?

Beschermd?

Is dit soort teksten – kijk op <https://rumag.nl/> en zie bijgaande afbeelding voor enkele voorbeelden – auteursrechtelijk beschermd? We kijken eerst naar de teksten zelf, dus *niet* naar de opmaak en het gebruik van punten tussen de woorden. Teksten zijn auteursrechtelijk beschermd als ze aan twee vereisten voldoen. Ze moeten 1) een ‘eigen, oorspronkelijk karakter’ hebben én ze moeten 2) ‘het persoonlijke stempel van de maker dragen’.³ Dat eerste betekent dat de vorm niet mag zijn ontleend aan het werk van een ander. Het tweede betekent dat het (daarbovenop) blijk moet geven van een zekere mate van creativiteit van de maker.

Creatief?

Het tweede vereiste van ‘creativiteit’ is en blijft altijd lastig omdat het subjectief is: wat is (voldoende) creatief? Nu is de creativiteitsdrempel best laag, maar korte, alledaagse teksten die iedereen had kunnen bedenken én die gebruikelijk zijn in een bepaalde situatie, zijn in ieder geval niet creatief. Dat geldt zeker voor teksten als “mag ik naar huis?” en “wat een kutfeest”, maar ook voor “doe op z’n minst alsof je het leuk hebt”.



1 Prof. mr. D.J.G. Visser is hoogleraar intellectuele eigendom in Leiden en advocaat in Amsterdam.

2 <https://www.vpro.nl/zondag-met-lubach/kijk/afleveringen/seizoen-11/aflevering-7.html>.

3 HR 30 mei 2008, ECLI:NL:HR:2008:BC2153, NJ 2008/556 m.nt. EJD, AMI 2008/12 m.nt. MRFS, IER 2008/58 m.nt. JMBS (Erven Endstra/Nieuw Amsterdam).

De tekst “je staat zo strak als deze ballon” is niet gebruikelijk en zou misschien voldoende creatief kunnen zijn, daar kun je over van mening verschillen.

Hoe sterk is de eenzame fietser?

In de rechtspraak is bijvoorbeeld aangenomen dat “Hoe sterk is de eenzame fietser” van Lennaert Nijgh (gezongen door Boudewijn de Groot) auteursrechtelijk beschermd is.⁴ Het is ook aannemelijk dat de tekst “Maar ik geloof, ik geloof, ik geloof, ik geloof in jou en mij”, (eveneens geschreven door Lennaert Nijgh en gezongen door Boudewijn de Groot) ook auteursrechtelijk beschermd is. Het is goed verdedigbaar, maar ook betwistbaar dat dit ook geldt voor alleen het laatste stukje: “ik geloof in jou en mij”. Dat kun je voldoende creatief vinden, je kunt ook vinden dat het op zichzelf een voor de hand liggende zin is, die erg bekend is geworden door het lied ‘Avond’ gezongen door Boudewijn de Groot.⁵ De invloed van bekendheid moet niet worden onderschat bij de herkenning, maar bekendheid is niet bepalend voor auteursrechtelijke bescherming. “Zo nu eerst..” is heel bekend als slagzin van Bavaria, maar er rust geen auteursrecht op.⁶ In het merkenrecht is bekendheid wel belangrijk, maar dat blijft hier buiten beschouwing.⁷



Bestond het al?

Het eerste vereiste voor auteursrechtelijke bescherming, ‘niet ontleend’ is iets makkelijker toe te passen dan de ‘creativiteits-eis’. Daarbij moet ten eerste bewezen worden dat iets al bestond voordat degene die pretendeert auteursrecht op een tekst te hebben die tekst heeft gemaakt. Als dat het geval is wordt het twijfelachtig of van auteursrecht van die ‘tweede maker’ sprake is. Wel moet nog bewezen worden dat die ‘tweede maker’ de tekst ook heeft ontleend aan de oudere tekst. Maar daar geldt in beginsel een omkering van de bewijslast. De ‘tweede maker’ moeten bewijzen dat hij het niet heeft ontleend. En dat is heel lastig, zeker als blijkt dat de eerdere tekst ergens op internet te vinden is. ‘Iedereen’ heeft tegenwoordig internet en het is heel lastig te bewijzen dat je iets niet (onbewust) hebt gezien op internet. Ook als iets in een andere taal ergens al online staat, zeker in een taal die veel mensen beheersen, wordt het lastig om te bewijzen dat een tekst niet is ontleend. Daarmee is het vereiste van ‘niet ontlending’ de eerste en belangrijkste horde voor auteursrechtelijke bescherming van teksten.

Inbreuk?

4 Rb. Amsterdam 4 juli 1979, NJ 1980/196, AMR 1980, p. 12, BIE 1982/16 (zin *Hoe sterk is de eenzame ondernemer* evenwel wegens parodiërend karakter niet inbreukmakend geoordeeld).

5 Zie over woorden, titels en slagzinnen ook Spoor/Verkade/Visser, 4^e druk, nr. 3.40.

6 Hof Den Haag 19 juli 2016, ECLI:NL:GHDHA:2016:2137, AMI 2016/8 m.nt. SvG, IEF 16114, IER 2016/62 m.nt. Sjoerdsma.

7 Zie daarover bijvoorbeeld [Visser, Zo. Nu een artikel, IER 2016/26, p. 183](#). Zie voorts name Reeskamp, *BMM-Bulletin* 2009, p. 58 en voorts de volgende literatuur van Nederlandse bodem: IEC, art. 1 BMW, aant. 4.4; Kort begrip, nr. 294; Cohen Jehoram/Van Nispen/Huydecoper, *Merkenrecht* (2008), nr. 5.3.3-5.3.4.4; [Visser, Merkenrechtspreek \(2014\), hst. Merkweigering](#).

Als een bepaalde tekst niet auteursrechtelijk beschermd is, mag iedereen hem gebruiken en op truien of T-shirts zetten en die vervolgens verkopen. Dat geldt voor een groot aantal van de teksten die Rumag gebruikt. Als een bepaalde tekst wél auteursrechtelijk beschermd is, is de hoofdregel dat voor iedere verveelvoudiging en openbaarmaking daarvan toestemming van de auteursrechthebbende nodig is. Het gebruik van teksten op truien om die te verkopen is zonder twijfel een vorm van verveelvoudiging en openbaarmaking.

Misleiding?

Bovendien heeft de auteursrechthebbende het recht om zich te verzetten tegen “de openbaarmaking van het werk onder een ander naam dan de zijne”.⁸ Dat betekent dat wanneer een truienverkoper een bepaalde auteursrechtelijk beschermde tekst afdruckt op een T-shirt en daarbij de eigen naam zodanig vermeldt dat de indruk wordt gewekt dat hij de maker is het auteursrecht op twee manieren wordt geschonden. Of die indruk wordt gewekt is in dit geval nog maar de vraag. Rumag maakt er op zijn site geen geheim van dat ze sommige teksten zelf bedenkt, maar ook veel ontleent aan internet: “RUMAG is geen journalistieke organisatie en speelt volgens de regels van het wereldwijde web. We produceren zelf content én selecteren relevante wereldwijde content voor ons publiek. Dit hebben we nooit onder stoelen of banken gestoken.”⁹

‘Spelen volgens de regels van het wereldwijde web’ is op zichzelf geen juridische norm of rechtvaardiging en ‘relevante wereldwijde content selecteren’ kan zonder twijfel tot auteursrechtinbreuk leiden.

Uitzondering?

Op de hoofdregels van het auteursrecht bestaan uitzonderingen. Zo is kopiëren voor eigen gebruik toegestaan.¹⁰ Voor jezelf een T-shirt printen met een tekst mag. Daar valt het verkopen van T-shirts met teksten uiteraard niet onder.

Citaat?

Ook is het toegestaan om teksten te citeren.¹¹ Daarbij is wel vereist dat het gaat om een (serieuze) *context* waar het citaat ondergeschikt aan is en functioneel bij is. Daaraan is niet voldaan bij losse teksten op truien. Bovendien is bronvermelding vereist, inclusief vermelding van de naam van de maker als die in de bron voorkomt. Het citaatrecht kan truien-met-teksten-verkopers niet baten. Verder bestaat er nog een parodie-exceptie.¹² Gebruik in het kader van een parodie is toelaatbaar ‘mits het gebruik in overeenstemming is met hetgeen naar de regels van het maatschappelijke verkeer redelijkerwijs geoorloofd is’. Dat is tamelijk vaag. In ieder geval is een humoristische bedoeling vereist en mag het gebruik niet verwarrend zijn.¹³ In Nederland zijn allerlei grove Nijntje-parodieën op internet toelaatbaar geacht. Een tekst op een trui zou hier ook onder kunnen vallen, maar de rechtspraak is een stuk strenger voor de commerciële verkoop van waren dan voor losse ‘grapjes op internet’ zonder winstoogmerk.

Parodie?

8 Artikel 25 lid 1 sub b Auteurswet.

9 <https://rumag.nl/zondag-met-rumag/>.

10 Artikel 16b Auteurswet.

11 Artikel 15a Auteurswet.

12 Artikel 18b Auteurswet.

13 HvJ EU 3 september 2014, C-201/13, ECLI:EU:C:2014:2132, *NJ* 2016/351 m.nt. PBH, *AMI* 2014/16 m.nt. KJK (*Deckmyn*).

Toch lijkt de parodie-exceptie de beste mogelijkheid voor de verkopers van truien-met-teksten om met een beroep op de vrijheid van meningsuiting het gebruik van auteursrechtelijk beschermde teksten te rechtvaardigen. Het is in Europa niet mogelijk met een beroep op de vrijheid van meningsuiting bepaald gebruik van beschermde teksten te rechtvaardigen, zonder aan te sluiten bij een 'erkende' beperking op het auteursrecht.¹⁴ Maar of het beroep op de parodie-uitzondering en de vrijheid van meningsuiting zou slagen bij de verkoop van truien is mijns inziens zeer twijfelachtig.

Nieuws?

Eventueel zouden de truienverkopers kunnen proberen een beroep te doen op een *nieuwsexceptie*.¹⁵ Met een beetje (veel) goede wil is een T-shirt, een trui of een mok te beschouwen als een medium om aandacht te vragen voor actuele gebeurtenissen. Een tekst als "1,5 meter afstand aub" is sowieso niet auteursrechtelijk beschermd, maar als dat wel zo zou zijn is wellicht verdedigbaar dat het afdrukken ervan op een T-shirt onder de uitzondering ten gunste van de nieuwsvoorziening zou vallen. Erg kansrijk acht ik dit verweer echter niet.

Vormgeving beschermd?

De verkoper van truien met teksten kan zelf in veel gevallen wel auteursrecht claimen op de *bijzondere vormgeving* van een tekst. Het gebruik van puntjes en langgerekte witte letters tegen een zwarte achtergrond en de groepering van de tekst in het vlak *kan* auteursrechtelijk beschermd zijn. Het kopiëren van die exacte vormgeving is dan niet toegestaan. Die bescherming strekt zich dan natuurlijk niet uit over de tekst zelf.

Als de tekst "ik geloof in jou en mij" auteursrechtelijk beschermd is, rust het auteursrecht daarop bij de erven van Lennaert Nijgh. Als iemand die tekst vervolgens op een T-shirt zet – in een bepaald lettertype met punten ertussen – en die T-shirts verkoopt, al dan niet ten dele voor een goed doel, maakt hij daarmee waarschijnlijk inbreuk op het auteursrecht van de erven van Nijgh. Tenzij men zou menen dat dit een toelaatbare parodie op een nieuwsbericht is, hetgeen ik niet aannemelijk acht.

Lubach's versie een parodie?

Opvallend genoeg lijkt de versie die Lubach liet maken als reactie op de versie van Rumag (IK,GELOOF,IN,JOE,EN,MIJ,) aanzienlijk meer kans te maken om als toelaatbare parodie te worden aangemerkt, om de eenvoudige reden dat die daadwerkelijk als parodie bedoeld is.

Of de erven van Lennaert Nijgh genegen zijn om zijn auteursrecht jegens truien-met-teksten verkopers te handhaven is weer een heel andere vraag. Voor het gebruik van het lied door Chantal Janzen krijgen de erven Nijgh keurig betaald via BumaStemra. BumaStemra steunt op zijn beurt kunstenaars met een noodfonds en incasseert niet voor muziekgebruik bij horeca die dicht is vanwege de coronacrisis.¹⁶

Online verkoop is een *booming business*, vooral ook in tijden van corona. Iedereen mag nieuwe producten bedenken en verkopen. Maar de Auteurswet, die dateert van voor de Spaanse griep, bevat voldoende aanknopingspunten om bepaalde vormen van gebruik van teksten van anderen juridisch te duiden.

14 HvJ EU 29 juli 2019, C-476/17, ECLI:EU:C:2019:624, (*Pelham*), HvJ EU 29 juli 2019, C-469/17, ECLI:EU:C:2019:623 (*Funke*), HvJ EU 29 juli 2019, C-516/17, ECLI:EU:C:2019:625 (*Spiegel Online*). Zie Kulk, Teunissen en Schipper in AMI 2019/5, Dommering en Senftleben in AMI 2019/6, Visser in Ars Aequi November 2019 (AA20190887).

15 Artikelen 15 en 16a Auteurswet.

16 <https://www.bumastemra.nl/nieuws-muziekgebruikers-in-verband-met-corona/>.