

MEDIARECHT

"MASSA-MEDIA ZIJN DE KERKEN VAN WELEER"

Tijden veranderen en in de media- en entertainmentwereld gebeurt dat nog bijzonder snel ook. Technologische ontwikkelingen en de gang naar een digitale wereld roepen nieuwe vraagstukken op. Eigendomsrecht heeft een nieuwe dimensie gekregen en mediaboodschappen bereiken in no-time de hele wereld. Voor media-advocaten wordt het werk er volgens velen alleen maar leuker op, zo leert een rondje langs de velden...  Teun van Thiel



PASPOORT

KANTOOR: ABC Legal

ADVOCaat: Allon Kijl

RECHTSGBIEDEN/WERKVELD: auteursrecht, portretrecht, verbintenissen- en ondernemingsrecht in branches media, ICT, entertainment, reclame en fashion.

WERKVELDEN KANTOOR:

Rechtsgebieden: onder meer mediarecht, intellectueel en industrieel eigendomsrecht, ICT recht, verbintenissen- en ondernemingsrecht, privacy recht, arbeidsrecht. Hierbij ligt de focus op geschilbeslechting, de commerciële handelspraktijk en beleidsmatige advisering.

Branches: onder meer media, ICT, entertainment, reclame, fashion, kunst- en cultuur, reclame, vormgeving

GROTE KLANTEN IN MEDIALAND:

Cliënten noemen vinden wij niet chique. Maar ons cliëntenportefeuille is heel divers. Wij bedienen landelijke publieke en regionale omroepen, commerciële omroepen, film- en televisieproducenten, format owners, maar ook internetbedrijven, reclamebureaus, modebedrijven van de multinational tot de individuele creatieveling.

IS HET VAK ER LEUKER OP GEWORDEN IN DEZE DIGITALE TIJD?

“Het vak is er zeker leuker op geworden in deze digitale tijd. Er zijn veel meer interessante juridische vraagstukken, waardoor meerdere disciplines op elkaar afgestemd moeten worden. Door deze convergentie en vooral de huidige stand van de technologie zijn er auteursrechtelijke, mediarechtelijke en privacyrechtelijke vraagstukken die beantwoord moeten worden rondom bijvoorbeeld e-commerce en direct marketing acties. Gelukkig heeft ons kantoor specialisten op al deze gebieden, waardoor wij cliënten goed kunnen bijstaan. Ik kan me wel eens voorstellen dat cliënten door de ingewikkeldheid van de materie zich soms afvragen waarom zij begonnen zijn. Gelukkig kunnen wij ze dat in heldere en simpele bewoordingen goed duidelijk maken.”

WAT MAAKT HET WERK IN DE MEDIAWERELD VOOR U ÜBERHAUPT ZO LEUK?

“Niets is zo ingrijpend op dagelijkse basis als media in onze samenleving. De (massa-)media zijn welhaast de kerken van weleer. Of het nou waarheid is of niet, de middels de media geuite boodschap heeft hoe dan ook effect in onze samenleving. Iedereen is altijd en overal online en de apparaten bieden volcontinu content aan, waarbij de content ook nog eens heel divers is. Of het nou bijvoorbeeld informatie over nieuws, sport of entertainment is, aan alle informatiebehoeftes wordt voldaan. De continue spanning van het effect van de boodschap en de rappe technologische ontwikkelingen, maakt de mediawereld voor mij zo leuk.”

ONZE MEDIAWET DATEERT VAN 2008, HOE ACTUEEL BLIJFT DIE WET IN EEN LANDSCHAP DAT ZO SNEL VERANDERT?

“De wetgever heeft bij de totstandkoming van de nieuwe Mediawet natuurlijk gekeken naar een voorschot genomen op de technologische ontwikkelingen. Zie bijvoorbeeld de integratie van het ‘on demand’ speelveld binnen de Mediawet. Of de huidige Mediawet alle maatschappelijke ontwikkelingen bijhoudt is alleen de vraag. Er zijn behoeftes vanuit de markt op het gebied van publiek/private samenwerking, die binnen de Mediawet nog niet mogelijk zijn, dan wel sterk ingekaderd zijn, terwijl de roep vanuit de markt is om die samenwerking meer open te gooien. Dit laatste zou dan weer neerkomen op een aanpassing van de wet.”

WAT IS HÉT VRAAGSTUK VAN DEZE TIJD EN WAT IS UW VISIE DAAROP?

“Het inhoudelijke vraagstuk van deze tijd is en blijft voor mij in hoeverre het intellectuele eigendomsrecht en de claim

daarop gezien moet worden ten opzichte van de wens van de markt om te vernieuwen en vooral de wens van de consumenten om gemakkelijk en goedkoop (content) te consumeren. Daar zit een eeuwig spanningsveld, waar ik zelf het antwoord niet of maar ten dele op heb. Ik denk dat een pragmatische oplossing vooralsnog het beste is. Het innen van toeslagen via de verschillende dataproviders vind ik zelf al jaren een goed idee. Dat is toch de gateway van de elektronische consumptie en als via die weg substantiële bedragen terugvloeien naar de makers, zijn we alweer een heel eind richting een bevredigende oplossing. En dat zeg ik natuurlijk niet zonder de nadelen van een dergelijk model te bagatelliseren. Ik denk wel dat alle partijen dagelijks en al heel veel jaren veel geld laten liggen omdat men bang is te vernieuwen.”

“Als dienstverlener is het vraagstuk dat ons als kantoor bezighoudt om vanuit ABC Legal altijd de hoogste kwaliteit te bieden aan onze cliënten, maar tegelijkertijd wel innovatief te blijven naar de markt toe, zonder de cliënten het gevoel te geven vanuit de ivoren toren te regeren. Maar meer dan ooit merken wij dat de behoefte bestaat om vanuit een specialistisch kennisveld zo breed mogelijk te kunnen adviseren en te acteren voor cliënten. Aan die behoeftes in de markt geven wij graag gehoor. Met ons huidige team beheersen wij alle noodzakelijke rechtsdisciplines en kunnen wij met recht zeggen dat wij als geen ander kantoor de creatieve branches van binnen en van buiten kennen.”

WELKE SPRAAKMAKENDE ZAAK HEEFT U ZELF ONLANGS VOOR DE KIEZEN GEKREGEN?

“Ik ben zelf veelal betrokken bij commerciële onderhandelingen en adviseringen van derden. Ik kan wel zeggen dat ABC Legal zeer recentelijk een prachtige procedure bij Gerechtshof Amsterdam heeft gevoerd en gewonnen voor een landelijke publieke omroep, waarin de vraag centraal stond in hoeverre een producent en een zender zich mogen verlaten op primair gegeven toestemming van een geportretteerde minderjarige voor het maken van opnames van een televisieprogramma. In deze zaak heeft het Gerechtshof de gedachtenlijn van onze advocaten heel nauwlettend gevolgd, wat heeft geleid tot een bevredigende uitspraak.”

IS HET VAK ER LEUKER OP GEWORDEN IN DEZE DIGITALE TIJD?

"Inhoudelijk is het vak niet veranderd en om die reden niet leuker of minder leuk. Het vak is in ieder geval wel sneller geworden. Advocaten en cliënten ontvangen sneller relevante informatie en kunnen sneller anticiperen op ontwikkelingen."

WAT MAAKT HET WERK IN DE MEDIAWERELD VOOR U ÜBERHAUPT ZO LEUK?

"Het is een dynamische wereld waar vele cliënten toch graag hoog aan de wind varen. Dan wordt het voor advocaten en juristen extra interessant."

ONZE MEDIAWET DATEERT VAN 2008, HOE ACTUEEL BLIJFT DIE WET IN EEN LANDSCHAP DAT ZO SNEL VERANDERT?

"In de media wordt thans uiteraard gebruik gemaakt van nieuwe manieren om consumenten en bedrijven te informeren. Het wordt bijvoorbeeld lastig om al deze uitingen onder de huidige definities zoals thans gebruikt in de Mediawet te brengen. Wat ons betreft kan de Mediawet om die reden wel wat worden uitgebreid."

WAT IS HÉT VRAAGSTUK VAN DEZE TIJD EN WAT IS UW VISIE DAAROP?

"Wat ons betreft zijn dat twee onderwerpen. Op de eerste plaats: in hoeverre is de privacy van consumenten nog wel voldoende beschermd? Zou een consument zich bijvoorbeeld niet moeten kunnen verzetten tegen het gebruik van zijn of haar afbeelding door een ander op bijvoorbeeld een facebook pagina? En ten tweede: wanneer is een foto of een andere auteursrechtelijk beschermd werk publiek domein geworden en in hoeverre kunnen consumenten door het kopiëren van beelden redelijkerwijs middels nieuwe media zoals bijvoorbeeld Twitter nog met succes voor auteursrechtinbreuk worden aangesproken."

WELKE SPRAAKMAKENDE ZAAK HEEFT U ZELF ONLANGS VOOR DE KIEZEN GEKREGEN?

"Wij hebben bij het Gerechtshof 's-Gravenhage met succes een procedure gevoerd over het gebruik door onze cliënt van merken van eisende partij in Adword campagnes. Duidelijk is daarbij geworden dat het gebruik van merken van de concurrent als Adword toegestaan is, mits aan voorwaarden wordt voldaan. Van belang is dat producten duidelijk worden onderscheiden van producten van de concurrent. De advertentie dient de producten uitdrukkelijk tegenover de producten van de concurrent of andere derden te plaatsen. Daarnaast geldt dat een advertentie het publiek het niet moeilijk of zelfs onmogelijk mag maken om de herkomst van de in de advertentie aangeprezen producten vast te stellen. Als de advertentie daar onduidelijk over is, zou er verwarring kunnen ontstaan bij het publiek of zij te maken heeft met het merkproduct, danwel een concurrerend product. Dergelijke onduidelijkheid zou als gevolg hebben dat zo'n advertentie niet is toegestaan. Bovendien dient de advertentie nog aan de voorwaarden die aan vergelijkende reclame worden gesteld te voldoen. Zo mogen producten uitsluitend worden vergeleken op objectieve wijze, zoals in dit geval de prijs, en moet het gaan om soortgelijke producten. Tot slot is nog van belang dat het publiek bij duurdere producten – ook bij internetadvertenties – ruimer onderzoek zal doen en beter zal opletten dan bij goedkope producten. Om die reden geldt dan ook dat het publiek bij de duurdere producten minder snel in verwarring zal worden gebracht."



PASPOORT

KANTOOR: Entertainment Advocaten

ADVOCAAT: Diederik Donk en Sianne Leeuwenburg

RECHTSGEBIEDEN/WERKVELD: Entertainment- en mediarecht

WERKVELDEN KANTOOR: Entertainment-, media- en Intellectueel Eigendomsrecht

GROTE KLANTEN IN MEDIALAND: Blue Circle, NRC Media en CCCP

PASPOORT

NAAM KANTOOR: Bousie advocaten

NAAM ADVOCaat: Sander Dikhoff

VOORNAAMSTE WERKVELD: Film en televisie, bestuurs-
lid Nederlands Film Festival, docent Nederlandse Film en
Televisie Academie

WERKVELDEN KANTOOR: Branches: film, televisie, muziek,
print, games, kunst, mode, sport, reclame, radio, vormgeving
en rechtsgebieden: auteursrecht, merkenrecht, arbeidsrecht,
ondernemingsrecht, mededingingsrecht

GROTE KLANTEN IN MEDIALAND: bol.com, Walt Disney, EU1,
Topkapi Films, Nederlands Film Festival



IS HET VAK ER LEUKER OP GEWORDEN IN DEZE DIGITALE TIJD?

Het vak wordt almaar leuker in deze digitale tijd. De ontwikkelingen gaan razendsnel. Het veroorzaakt bedreigingen, maar vooral ook nieuwe kansen. Voor bedrijven die scherp zijn, oog hebben voor nieuwe modellen en de durf hebben om in nieuwe initiatieven te stappen en oude business los te laten, is het een spannende maar mooie tijd.

WAT MAAKT HET WERK IN DE MEDIAWERELD VOOR U ÜBERHAUPT ZO LEUK?

Het medialandschap verandert constant, heel interessant. Niet alleen door technische ontwikkelingen, maar ook door politieke en juridische veranderingen. Woelige baren dus. Wij staan naast de cliënt en helpen navigeren, zowel juridisch als strategisch. En dat is eigenlijk het leukste, gecompliceerde zaken simpel maken en samen met je cliënt tot een oplossing komen, kort en goed.

ONZE MEDIAWET DATEERT VAN 2008, HOE ACTUEEL BLIJFT DIE WET IN EEN LANDSCHAP DAT ZO SNEL VERANDERT?

Die wet is natuurlijk wel aangepast in de tussentijd. Maar uiteraard geldt zeker ook hier, zoals bij veel wetgeving, dat die wet achterloopt bij de ontwikkelingen. Daar ontkom je niet aan.

WAT IS HÉT VRAAGSTUK VAN DEZE TIJD EN WAT IS UW VISIE DAAROP?

Nieuwe technische ontwikkelingen veranderen niet alleen de wijze waarop media aanbod wordt geproduceerd en gedistribueerd, maar verandert ook in veel gevallen de verhouding tussen de actoren in het medialandschap en de rollen die ze innemen. Partijen die niet goed opletten of vastgeroest zitten in oude modellen zullen sneuvelen en de overblijvers moeten zorgen dat er gezond evenwicht is, zodat iedereen die goed is in wat hij doet en scherp blijft, geld kan verdienen.

WELKE SPRAAKMAKENDE ZAAK HEEFT U ZELF ONLANGS VOOR DE KIEZEN GEKREGEN?

Wij hebben ons bijvoorbeeld bezig gehouden met de deal tussen IDTV en Topkapi Films en verder met verschillende VOD- diensten, vanuit de optiek van zowel de distributeurs en de makers als de exploitanten.



PASPOORT

KANTOOR: Kennedy van der Laan

ADVOCAAT: Jens van den Brink

RECHTSGEBIEDEN/WERKVELD: persrecht (onrechtmatige publicaties), auteursrecht, internetrecht, portretrecht, reclame-recht, kansspelen en het mediarecht, hoofdredacteur mediablog www.mediareport.nl, gastdocent internet- en mediarecht aan de Erasmus Universiteit, Universiteit Groningen en de VU.

WERKVELDEN KANTOOR: full service

GROTE KLANTEN IN MEDIALAND: de Volkskrant, Het Parool, KRO, MTV, PowNed, Elsevier, Spits!, Audax, GeenStijl, VARA(gids), BBC

IS HET VAK ER LEUKER OP GEWORDEN IN DEZE DIGITALE TIJD?

“Dat is eigenlijk een jaarlijks terugkomende vraag sinds ik begonnen ben als advocaat (11 jaar geleden). We zijn de tijd voorbij dat digitaal iets nieuws was. Het is core business.”

WAT MAAKT HET WERK IN DE MEDIAWERELD VOOR U ÜBERHAUPT ZO LEUK?

“Het gaat vaak om kwesties die samenhangen met maatschappelijke vraagstukken en de actualiteit. Je staat dus middenin de samenleving. Dat is ontzettend stimulerend en spannend.”

ONZE MEDIAWET DATEERT VAN 2008, HOE ACTUEEL BLIJFT DIE WET IN EEN LANDSCHAP DAT ZO SNEL VERANDERT?

“Dat is een retorische vraag. Maar voor media is natuurlijk niet alleen de Mediawet van belang. Zaken over onrechtmatige uitingen hangen bijvoorbeeld vrijwel geheel af van de afweging die de rechter maakt tussen uitingsvrijheid en privacy. Daarbij is de rechter niet gebonden aan een wet waarin precieze regels staan en kan beter worden aangesloten bij de laatste ontwikkelingen.”

WAT IS HÉT VRAAGSTUK VAN DEZE TIJD EN WAT IS UW VISIE DAAROP?

“Onder meer de grenzen van wat fatsoenlijk is. Wanneer mag je met draaiende camera iemand ‘overvallen’? Mag je verdachten of veroordeelden bij naam noemen? Mag je gesprekken in het geheim opnemen? Het besef dat er in de journalistiek geen absolute regels zijn en het van de omstandigheden afhangt wat wel en niet mag.”

WELKE SPRAAKMAKENDE ZAAK HEEFT U ZELF ONLANGS VOOR DE KIEZEN GEKREGEN?

“In 2011: vertegenwoordiging van IDTV Film in procedures tegen Heineken ontvoerders Willem Holleeder, Frans Meijer en Jan Boellaard over de film De Heineken Ontvoering. Procedure voor de VARA-gids over de absurdistische humor van LuckyTV (tegen tv-presentator Ron Boszhard). Procedure namens kunstenaars Nadia Plesner tegen modegigant Louis Vuitton over het gebruik van iconische symbolen (in dit geval een look-alike Louis Vuitton tasje) in kunst.”



PASPOORT

KANTOOR: Van Diepen van der Kroef Advocaten, vestiging Amsterdam

ADVOCAAT: Marco R. Gerritsen

RECHTSGBIEDEN/WERKVELD: Intellectuele eigendom, Mediarecht & Entertainment, Ondernemingsrecht.

WERKVELDEN KANTOOR: Intellectuele eigendom, Mediarecht & Entertainment, Ondernemingsrecht, Arbeidsrecht, Vastgoed, Insolventierecht, Internationaal recht, Fusie en overname.

GROTE KLANTEN IN MEDIALAND: Onder meer BN'ers, televisie- en filmproducenten, creatieven, omroepen etc.

IS HET VAK ER LEUKER OP GEWORDEN IN DEZE DIGITALE TIJD?

"Het is leuker én onoverzichtelijker geworden. Het digitale tijdperk roept allerlei (juridische) vragen op en brengt dus onze kerheid met zich mee. Voor advocaten wordt het dan vaak juist interessant."

WAT MAAKT HET WERK IN DE MEDIAWERELD VOOR U ÜBERHAUPT ZO LEUK?

"De snelheid van de markt. De ontwikkelingen gaan snel en de klanten waar je mee te maken hebt, zijn vaak dynamisch en creatief. Dat geeft ook een bepaalde dynamiek aan de samenwerking en je werkwijze."

ONZE MEDIAWET DATEERT VAN 2008, HOE ACTUEEL BLIJFT DIE WET IN EEN LANDSCHAP DAT ZO SNEL VERANDERT?

"Niet."

WAT IS HÉT VRAAGSTUK VAN DEZE TIJD EN WAT IS UW VISIE DAAROP?

"Hoe om te gaan met handhaven van auteursrecht in het digitale tijdperk, is zeker een boeiend thema. Filmstudio's, platenlabels en andere creatieve organisaties vinden dat er (meer) regels nodig zijn om de stroom van illegale content op het internet in te dammen. Teneinde de rechthebbenden te beschermen, worden steeds verdergaande maatregelen genomen; het antipiraterijverdrag ACTA is daarvan een mooi voorbeeld. Recent moesten XS4all en Ziggo The Pirate Bay blokkeren. In Frankrijk geldt inmiddels de 'three strikes, out' -regel. Ook Groot-Brittannië volgt. Dientengevolge moeten providers mensen die herhaaldelijk de waarschuwingen negeren en illegaal content downloaden, afsluiten van het internet. Door dergelijke maatregelen worden de (privacy)rechten van burgers steeds vaker en meer ingeperkt. Er ontstaat een spanningsveld waarover het laatste woord zeker nog niet is gezegd."

WELKE SPRAAKMAKENDE ZAAK HEEFT U ZELF ONLANGS VOOR DE KIEZEN GEKREGEN?

"Het mooie van ons vak is dat wij als advocaten een verschoningsrecht, alsmede een geheimhoudingsplicht hebben. Het is daarom vaak niet mogelijk om vrijelijk te praten over zaken waar je bij betrokken bent geweest."