

Betalen voor embedden: een stap te ver

12 april 2011 – Manifest Radioportals & Stichting Webcasting Nederland. *Zie ook: [White Paper Radioportals](#).*

In theorie...

Embedden: Embedden is een vorm van hyperlinks. Geschaard onder de noemer *sharing* vallen behalve embedden en hyperlinks begrippen als iframes, toolbars, widgets, app's, enzovoort. Met als gemeenschappelijke factor: er wordt slechts verwezen naar de bron.

De Auteurswet: De twee pijlers van de Auteurswet zijn: openbaarmaking en verveelvoudiging. Ons inziens is openbaarmaking voorbehouden aan de bron en is ook verveelvoudiging niet van toepassing op embedden, aangezien de maximale capaciteit van een stream bij embedden niet toeneemt.

In de praktijk...

Onbeperkt incasseren: Een tarief op embedden leidt tot een bizarre situatie: onbeperkte incassering voor beperkt gebruik. Voorbeeld: één audiostream bevindt zich op 1000 radioportals. De maximale capaciteit van de stream is echter 25 luisteraars. Toch zal het aantal inningen 1000 in plaats van 25 bedragen.

Beperking vrijheid van informatiegaring: Een tarief op embedden beperkt de mogelijkheden van internetgebruikers om informatie te verzamelen en te delen. Met een tarief op embedden is de weg bovendien vrij voor tarieven op andere vormen van sharen.

Schade belang artiesten en belemmering van de markt: Radioportals zullen, om kosten te beperken, niche radiostations schrappen uit hun overzicht. Poppodia zullen kleine artiesten niet via embedding promoten. De mogelijkheden van nieuwe of kleine artiesten worden beperkt en innovatieve bedrijfsmodellen die embedding willen gebruiken belemmerd. Dit lijkt in strijd met "speerpunt 3" van [Speerpuntenbrief Auteursrecht 2011](#).

Onuitvoerbaar: Het delen van informatie, *sharing*, is de belangrijkste activiteit van internetgebruikers. Sharing gebeurt in vele vormen op vele platforms (zie kopje Embedden). Een volledige controle op dit uitgestrekte domein is onuitvoerbaar en verzandt onherroepelijk in willekeur en het achter de feiten aanlopen.

Onduidelijk: Het verschil tussen embedden en andere vormen van sharen is subtiel en is niet uit te leggen aan gebruikers. Dit verschil zal in de toekomst verder vervagen (denk aan HTML5). Handhaving van de Auteurswet is nu juist gebaat bij een zo duidelijk mogelijke grens tussen wat wel en niet onder deze wet valt.

Onveiligheid: Mocht een tarief op embedden doorgang vinden, dan zullen popup's het embedden vervangen. Dit leidt tot een vergelijkbaar muziekgebruik / gebruikservaring, waarmee de effectiviteit van de nieuwe regels nul is. Het gebruik van popup's leidt echter wél tot veiligheidsrisico's.

Ontkennen van promotionele factor: De promotionele factor van embedden / viral marketing voor artiesten is groot en voor kleine artiesten / kleine radiostations van groot belang. Veelzeggend is de stijging van 23000% (!) in DVD-verkoop van Monty Python, nadat zij al hun video's op YouTube plaatsten.

Hoe het beter kan

Nieuwe media maken handhaving van de oude Auteurswet in een belangrijk opzicht eenvoudiger, waardoor de noodzaak van een tarief op embedden vervalst. Want het totale gebruik van een audiostream is, in tegenstelling tot oude media, wél exact aan de bron meetbaar. Deze techniek wordt al toegepast bij de opgave van het aantal luisteraars van radiostations aan SENA door Stichting Webcasting Nederland. Met deze techniek is een heksenjacht op alle uitingen van een audiostream overbodig geworden. Buma/Stemra kan zorgen voor afspraken met de bron, waarmee het exacte gebruik van muziekwerken via embedding is afgedicht.