

Wie betaalt die heeft wat?

'Ik heb betaald voor het ontwerp, en dus heb ik alle rechten'. Een zin die wij in de praktijk regelmatig horen. De vraag is natuurlijk of dit juist is. Om te bepalen wie de 'eigenaar' is van een ontwerp dient uiteraard altijd eerst onderzocht te worden welke (intellectuele eigendoms) rechten op een ontwerp rusten en vervolgens aan wie deze rechten toekomen. Met name wanneer een ontwerp door een werknemer of toeleverancier is gemaakt levert de vraag over de 'eigendom' vaak de nodige problemen op.

Mr. Marcoline van der Dussen

De vraag over de 'eigendom' speelt niet veel bij intellectuele eigendomsrechten waarvoor registratie vereist is (octrooien, modellen en merken), maar wél regelmatig bij werken die alleen voor auteursrechtelijke bescherming in aanmerking komen. Auteursrechten ontstaan namelijk automatisch (van rechtswege) door het vervaardigen van een beschermbaar werk. Voor auteursrechten bestaat geen registratiesysteem in Nederland. Auteursrechten kunnen op van alles en nog wat rusten. Op het uiterlijk van producten (tafels, schoenen, kleding, lampen, douchekoppen, fietsen etc.), op schetsen en tekeningen, maar ook op reclame-uitingen, logo's, verpakkingen en op teksten.

Veel van die beschermbare werken worden in dienstbetrekking of in opdracht vervaardigd. En in die situaties rijst vaak de vraag aan wie de auteursrechten toekomen.

Werk vervaardigd in dienstbetrekking

Stel Piet Jansen is boekhouder bij fietsenfabriek Baiki en komt op het idee een bepaald soort fiets ('De Fiets') te maken die qua uiterlijk aanzienlijk afwijkt van de fietsen die op het moment van ontwerpen op de markt verkrijgbaar zijn. Jansen gaat met ontwerp-tekeningen van De Fiets naar de product-manager en die besluit De Fiets in productie te nemen en te gaan verkopen. De Fiets wordt een succes. Dan treedt Jansen in dienst bij Biclette en stelt Biclette voor De Fiets ook te gaan maken. Hij wijst Biclette erop dat hij de auteursrechten op de Fiets heeft omdat hij deze ontworpen heeft. Biclette brengt De Fiets op de markt en er ontstaat direct een conflict met Baiki. Baiki claimt eveneens de auteursrechten te hebben op De Fiets. Wie heeft nu gelijk?

In de Auteurswet is bepaald dat de werkgever de rechthebbende is van door de werknemer ontworpen werken als 1) het tot de taak van de werknemer behoort om dergelijke werken te ontwerpen en 2) tussen werkgever en werknemer niet anders is overeengekomen. In dit geval werkte Jansen als boekhouder op de administratie en behoort de ontwerpen van fietsen niet tot zijn taak. Baiki vist dus achter het net. Jansen kan Baiki zelfs verbieden De Fiets nog verder te verhandelen. Baiki zou wél rechthebbende zijn geweest als Jansen op de ontwerpafdeling zou hebben gewerkt (en niet overeengekomen is dat eventuele rechten op ontwerpen van Jansen toekomen aan Jansen).

Werk vervaardigd in opdracht

Biclette schakelt een reclamebureau ('het Bureau') in om een intensieve maar kortduurende reclamecampagne op poten te zetten ter promotie van De Fiets. Het Bureau komt met een televisiecommercial, posters voor in de abri's en ontwerpt een specifiek logo. Biclette gaat akkoord en Biclette betaalt alle kosten van de campagne, inclusief de nota's van het Bureau.

Een jaar later stuit Biclette op een campagne van concurrent Antilope. Biclette vindt deze campagne heel erg op die van haar lij-

ken en komt er achter dat het Bureau deze heeft gemaakt. Biclette gaat verhaal halen. Het Bureau wijst Biclette erop dat alle auteursrechten met betrekking tot de campagne aan het Bureau toekomen en Biclette dus geen bezwaar kan maken tegen de campagne van Antilope. Biclette zegt dat zij heeft betaald voor haar campagne en de rechten aan haar toekomen. Ook hier is de vraag: wie heeft er gelijk?

In principe is dat het Bureau. Dat er betaald is voor een ontwerp, en door wie, is irrelevant. Uitgangspunt is dat de ontwerper de rechthebbende is, tenzij één van de wettelijke uitzonderingen zich voordoet, óf partijen anders zijn overeengekomen. Biclette zou wél rechthebbende zijn als zij de (basis) ontwerpen voor de campagne aan het Bureau heeft aangeleverd (en het Bureau deze verder heeft uitgewerkt) en de campagne in feite onder leiding en toezicht van Biclette tot stand is gebracht. Biclette zou óók rechthebbende (kunnen) zijn als bij openbaarmaking bij geen van de elementen van de campagne is vermeld dat het Bureau deze heeft ontworpen. De wet gaat er in dat geval vanuit dat degene die openbaar maakt de rechthebbende is, tenzij wordt bewezen dat de openbaarmaking zonder naamsvermelding onrechtmatig is.

Conclusie

De vuistregels om te bepalen aan wie de auteursrechten toekomen staan in de wet. Maar in concrete gevallen is de vraag over de 'eigendom' niet altijd eenvoudig te beantwoorden. Om die reden is het in het belang van alle partijen dat in arbeidsovereenkomsten én in overeenkomsten van opdracht goed wordt vastgelegd aan wie eventuele rechten van intellectuele eigendom toekomen.



Mw. Mr. M.C.H.I. Van der Dussen (foto) is advocaat en partner bij CMS Derks Star Busmann N.V. te Utrecht, sectie Intellectuele Eigendom Technologie, Media & Telecommunicatie (e-mail: marcoline.vanderdussen@cms-dsb.com).