

Intellectueel eigendomsrecht en de opkomst van digitale distributie

Veel ‘pros’ voor de uitgever maar vooral veel ‘cons’ voor de consument

Rens van Wezel

Onder wetenschappelijke begeleiding van Prof. Dr. Jos Dumortier

INLEIDING

Muziek, films, boeken, videogames en computerprogramma's zijn allen voortvloeijsels uit het brein van creatievellingen, het zijn *fruits of the intellect*. Uit deze 'vruchten' ontstaan rechten die net zo exclusief en absoluut werken als de civiele eigendom op lichamelijke voorwerpen. Maar omdat deze voorwerpen niet materieel zijn maar slechts voortbrengselen van de geest, wordt de eigendom die wordt verkregen over deze voorwerpen 'intellectuele eigendom' genoemd. En de rechten die op deze werken worden verkregen, worden 'intellectuele rechten' of 'intellectuele eigendomsrechten' genoemd. De categorie van rechten waarmee auteurs van werken zoals muziek, films, boeken, enz. worden beschermd, zijn de auteursrechten. Een auteur kan ervoor kiezen zijn creatie zelf te verkopen aan geïnteresseerden. Maar door de zwaarte van de technische en organisatorische problemen die een publicatie met zich meebrengt, doet hij dit meestal niet. Gewoonlijk werkt hij samen met een uitgever of producent, die zijn werk distribueert aan de consument.

De relatie tussen de consument en de producent of uitgever is meestal een relatie van contractuele aard. Voor de introductie van digitale distributie, bestond deze gewoonlijk uit het sluiten van een koopovereenkomst, met als voorwerp een informatiedrager die het beschermde werk bevat. Deze informatiedrager of fysieke drager kan digitaal zijn; zoals een CD, die muziek bevat als een opeenvolging van enen en nullen, of niet-digitaal; zoals een boek, die informatie bevat gedrukt in inkt op papier. Na het sluiten van de koopovereenkomst kan de consument vrij beschikken over deze fysieke drager. Hij kan deze verkopen, verhuren, uitlenen, in pand geven, enz. zonder de intellectuele rechten die de auteur op het werk heeft te schenden. De rechten van de maker van het werk op die ene fysieke drager komen te vervallen, wat *uitputting* van het auteursrecht wordt genoemd. Uitputting geldt alleen voor

die ene fysieke informatiedrager, wat tot gevolg heeft dat de eigenaar van de fysieke drager geen rechten heeft op een kopie of een gewijzigde versie van zijn drager. Een uitzondering hierop is het recht op een thuiskopie, voor eigen oefening, studie of gebruik.¹

Het laatste decennium kent een grote stijging van het gebruik van digitale distributie, dit ten nadele van het traditionele model met een fysieke drager. Bij digitale distributie wordt een product, bijvoorbeeld een met intellectuele eigendomsrechten beschermd werk, geleverd via een digitaal kanaal. Dit digitale kanaal is meestal het internet in combinatie met een PC; zoals bij een muziekbestand gedownload van iTunes. Maar dit kan ook via een ander medium, zoals bij een film aangekocht met de digitale decoder van een TV-provider. Door de explosie van de snelheid van de internetverbindingen kunnen tegenwoordig zelfs videogames op een digitaal platform aangekocht en gedownload worden. Bij digitale distributie is uitputting niet langer relevant nu er geen fysieke drager meer is, in dit opzicht lijkt de positie van de producent ten opzichte van die van de consument te verbeteren. Ook wordt in het opzicht van digitale distributie, informatie, en vooral dan intellectueel eigendomsrechtelijk beschermde werken, steeds vaker verschaft in de vorm van de levering van dienst, in tegenstelling tot het leveren van een product. Een consument sluit een dienstencontract met een uitgever of producent die zich verbindt gedurende een bepaalde periode, een auteursrechtelijk beschermd werk, beschikbaar te stellen voor het downloaden van de consument. Dit werk is dan vaak beschermd met DRM die de consument beperkt in zijn gebruiksrechten. Zo kon vroeger bijvoorbeeld muziek aangekocht via iTunes alleen afgespeeld worden met een mp3-speler van Apple en niet met een mp3-speler van een ander merk.

Deze verandering van de relatie tussen producent en consument, ten gevolge van de groei van digitale distributie, wordt in dit werk verder besproken.

1. DE GROEI VAN DIGITALE DISTRIBUTIE

Digitale distributie is de onmisbare schakel in het radarwerk van het tijdperk van informatie en communicatie. Digitale distributie is onze postbode en onze winkel in één. Vader leest de krant op zijn tablet, die elke dag automatisch wordt binnengehaald. Moeder luistert naar de nieuwste CD van Lady Gaga op haar MP3-speler tijdens het joggen. Zus download een nieuwe ringtone voor haar gsm. En broer is niet meer weg te slaan van zijn console sinds hij stiekem de nieuwste *downloadable content* voor zijn lievelingspellekje heeft gekocht met de kredietkaart van vader. Samen kijken ze voor het slapengaan de laatste film van George Clooney op hun TV gehuurd via *video on demand*. En geen

¹ art. 22 §1, 5° Auteurswet
582

één van hen heeft hiervoor het huis moeten verlaten. Digitale distributie is de standaard geworden inzake informatieverkrijging.

Dit is natuurlijk niet altijd zo geweest. In het jaar 1994 had de CD (*compact disc*) zijn hoogtepunt bereikt. De muziek industrie met als grootste spelers: Phillips, Sony, Matsushita, Thorn-EMI, Time Warner en Berelsmann, was 30 miljard euro waard. Na de introductie van het CD-formaat in 1982 was de waarde van de industrie in ruim tien jaar verdriedubbeld², een getal dat sindsdien alleen maar zou verkleinen. 1994, tevens het jaar van de auteurswet, werd ook gekenmerkt door de ontwikkeling van het MP3-formaat. De MP3-techniek laat toe de grootte van een audiosignaal te verkleinen, door overbodige gegevens te filteren (bv. heel hoge en lage tonen, niet hoorbaar door de mens). Met de opkomst van de PC en internet binnen het gezin kende ook het MP3-formaat een enorme opgang, dit vooral onder invloed van illegale distributienetwerken. Een hele generatie jongeren schakelde over van CD's kopen naar het downloaden van auteursrechtelijk beschermde werken. Dit stimuleerde de muziekindustrie een heksenjacht te voeren tegen de piraterij op het internet, met als culminatiepunten: de zaak A&M Records, Inc. vs. Napster, Inc. in 2000³ en de Pirate Bay zaak van 2009⁴. Samen met de strijd tegen de illegale piraterij, begon de muziekindustrie zelf met plannen voor platformen om legaal muziek te verspreiden. De bekendste dienst, iTunes, zag het licht op 9 januari 2001.

De andere sectoren konden natuurlijk niet achterblijven. Het *E-book* wordt nu onder invloed van de inburgering van de tablets steeds populairder. De bekendste dienst om *E-books* te kopen is Amazon.com. Amazon maakte in juli 2010 bekend dat op hun website de verkoop van *E-books* de verkoop van hardcover boeken had overstegen. In januari 2011 was dit ook gebeurd met paperback-verkopen. *Video on demand* zag het levenslicht al in 1990 in Hong Kong, maar raakte pas ingeburgerd vanaf 2007. De aanbieders in België zijn Telenet Digital TV en Belgacom TV. Het bekendste platform in de videogame sector is Steam, uitgebracht in 2004, die naar schatting 70% van de markt van digitale distributie van video-games op de PC in handen heeft. Tegenwoordig is digitale distributie niet langer uit de huiskamer weg te denken.

² S. SCHOENHERR, *Recording Technology History*, 2005, <http://history.acusd.edu/gen/recording/notes.html>

³ United States District Court, northern district of California, 5 mei 2000, <http://www.law.uh.edu/faculty/cjoyce/copyright/release10/AMRecords.html>

⁴ Stockholm District Court, 17 april 2009, <http://svt.se/content/1/c8/01/52/30/79/Tingsr%E4ttens%20dom.pdf> (zweeds), <http://www.ifpi.org/content/library/Pirate-Bay-verdict-English-translation.pdf> (onofficiële vertaling door IFPI); Svea Court of Appeal, 26 november 2010, http://www.svd.se/multimedia/archive/00650/L_s_hela_Pirate_bay_650045a.pdf (zweeds).

2. DIGITALE DISTRIBUTIE EN DE CONSUMENT

Samen met de opkomst van digitale distributie lijkt de positie van de consument erop achteruit te zijn gaan. Op het eerste gezicht lijkt hij heel wat rechten te zijn verloren. Doordat de consument geen fysieke drager meer in handen krijgt bij een digitale aankoop, ondervindt hij moeilijkheden bij de wederverkoop ervan. Hij kan zijn aangekochte muziek of e-books niet verhuren noch uitlenen. *DRM* wordt steeds agressiever in het beknotten van de consument in zijn gebruik. En de aangeboden tegemoetkomingen ogen mager. In dit hoofdstuk bekijken we hoe de consument zijn positie zag verzwakken onder druk van de groei van de digitale distributie.

2.1. PROBLEMEN DOOR HET WEGVALLEN VAN DE FYSIEKE DRAGER

In de inleiding bespraken we het fenomeen van uitputting. Wanneer een fysiek exemplaar van een beschermd werk met toestemming van de rechthebbende op de markt wordt gebracht, dan kan hij niet langer optreden tegen de verdere verspreiding van dat exemplaar. De uitputting van het distributierecht strekt evenwel niet tot de kopieën of de gewijzigde versies die door de bezitter van de fysieke drager worden gemaakt. De rechthebbende kan bijvoorbeeld natuurlijk optreden wanneer een eigenaar van een legaal verkregen CD, kopieën van die CD te koop aanbiedt. De uitputting heeft alleen betrekking tot dat ene exemplaar dat door de titularis van het auteursrecht op de markt is gebracht.⁵ Er is nog een tweede beperking aan de uitputting van het distributierecht. In België is het zo dat alleen een rechtmatige verkoop binnen de Europese Economische Ruimte (E.E.R.) aanleiding geeft tot uitputting van het distributierecht.⁶ Zo kan de rechthebbende nog optreden tegen iemand die zijn exemplaren koopt in een land buiten de E.E.R. en doorverkoopt in België. De uitputting geldt niet alleen voor fysieke dragers die door de rechthebbende op de markt zijn gebracht maar ook voor die die met zijn toestemming door iemand anders op de markt zijn gebracht. Denk maar aan een vertaling van een boek die in België op de markt wordt gebracht met de toestemming van de Engelse auteur. De regels in verband met de uitputting van het distributierecht vinden we in de Wet betreffende het auteursrecht en de naburige rechten (de auteurswet), meer bepaald in artikel 35 §1 van de wet: "...*De rechten van de*

⁵ F. BRISON, « De Nieuwe Auteurswet 2005 What's new? », *T.B.H.* 2006, 1020; H. COHEN JEHORAM, « colloques et comptes rendus », *A.M.* 2006, 503 ; C. JANSSENS, « De auteursrechtelijke vermogensrechten (verder) geharmoniseerd in de E.U. Wat mogen we van de Belgische wetgever verwachten ? », *A.M.* 2002, 128-129.

⁶ Brussel, 22 mei 1996, *A.M.* 1997, 178, noot STROWEL; Antwerpen, 24 juni 1996, *Ing.Cons.* 1996, 397; Brussel, 11 april 1997, *A.M.* 1997, 265, noot VANOVERMEIRE; Rb. Brussel, 12 juni 1998, *Ing.Cons.* 1998, 262; Voorz. Rb. Nijvel, 15 maart 1996, *I.R.D.I.* 1996, 101; C. JANSSENS, "Richtlijn betreffende de harmonisatie van bepaalde aspecten van het auteursrecht en de naburige rechten in de informatiemaatschappij (Een feuilleton met veel afleveringen ...)", *A.M.* 2001, 22; C. JANSSENS, "De Beschermingsomvang in het auteursrecht: een balans na 10 jaar toepassing van de Wet van 1994", *A.M.* 2004, 450.

uitvoerende kunstenaar omvatten onder meer het exclusieve distributierecht dat slechts wordt uitgeput in geval van een eerste verkoop of eerste andere eigendomsoverdracht door de uitvoerende kunstenaar van de reproductie van zijn prestatie in de Europese Gemeenschap of met diens toestemming...”⁷

Het probleem is dat de regel van uitputting alleen geldt voor werken die in een fysieke drager zijn verval.⁸ Dit leidt tot de op het eerste gezicht onlogische situatie dat een CD of een Boek wel mogen worden doorverkocht. Maar dat wanneer je de aan hun corresponderende digitale collectie MP3's of E-book verkoopt, je wel de rechten van de rechthebbende schendt. De eigendomsrechten die een consument verkrijgt op een beschermd werk aangekocht met gebruik van digitale distributie zijn dus veel minder absoluut dan de eigendomsrechten die een consument krijgt op een aangekocht werk in zijn fysieke vorm. Vooral nog wordt dit verlies over het algemeen nog niet gecompenseerd in de prijs van digitale immateriële goederen. Want er is tot op heden nog geen nog noemenswaardig prijsverschil tussen de fysieke en de digitale exemplaren van de meeste beschermde werken.

Over de legitimiteit van digitale bestanden op een doorverkochte informatiedrager, zoals bijvoorbeeld een tweedehandse MP3-speler, bestaat internationaal nog onenigheid. Zo is de RIAA (Recording Industry Association of America) van mening dat wanneer een MP3-speler doorverkocht wordt door een gebruiker, deze gebruiker de MP3-speler eerst moet leegmaken. Wanneer hij dit niet doet, begaat hij volgens de RIAA een onrechtmatige daad. Het doorverkopen van volle MP3-spelers vergelijkt de RIAA met het kopiëren en verkopen van een CD.⁹ BREIN (Bescherming Rechten Entertainment Industrie Nederland) zegt dan weer dat een consument wettig een digitaal aangekochte game kan doorverkopen door de spelcomputer waarop deze game staat te verkopen. Tim Kuik, directeur van BREIN, stelt dat in het algemeen de aankoop van een legaal exemplaar in de EU ook het recht geeft om dat exemplaar binnen de EU door te verkopen.¹⁰ Ook indien dat exemplaar een immaterieel, digitaal exemplaar betreft dat geleverd is door middel van digitale distributie. Hij maakt hierbij wel de bemerking dat dit vaak is uitgesloten omdat in de praktijk zulke immateriële goederen meestal niet worden overgedragen door middel van een aankoop maar door middel van een gebruikslicentie, een probleem dat later in dit werk aan bod komt. SABAM (Belgische vereniging van auteurs, componisten en uitgevers) deelt de mening van BREIN. Volgens SABAM kan het verkopen van een MP3-speler met muziek, geen juridische problemen opleveren voor de consument, er is immers

⁷ Art. 35§1 Auteurswet.

⁸ F. BRISON, « De Nieuwe Auteurswet 2005 What's new? », *T.B.H.* 2006, 1020.

⁹ Officieel statement van RIAA aan mtv.com in G. KAUFMAN, “Thinking about reselling your used Ipod? Not so fast, says RIAA”, 9 februari 2006,

<http://www.mtv.com/news/articles/1524099/can-resell-mp3-probably-not.jhtml>

¹⁰ Bevestigd in e-mail door Dhr. Tim Kuik, directeur BREIN, 11 mei 2011.

geen sprake van publieke mededeling of reproductie of van een andere exploitatie opgesomd in artikel 1 van de auteurswet.¹¹ Wordt vervolgd?

2.2. DIGITAL RIGHTS MANAGEMENT OFTEWEL DIGITAL RESTRICTIONS MANAGEMENT

Digital Rights Management, kortweg DRM, is een verzamelterm voor technische systemen die de auteursrechten van digitale bestanden beheren. DRM werd oorspronkelijk ontwikkeld als een systeem om de praktijk van illegale downloads en kopieën in te perken, maar het is geëvolueerd naar iets veel omvangrijker.¹² DRM wordt tegenwoordig vaak gekoppeld aan zogenaamde EULA's (*End User License Agreement*) of gebruiksovereenkomsten, waarop het algemeen verbintennisrecht en het consumentenrecht op van toepassing is. In die gebruiksovereenkomsten wordt vastgelegd wat de gebruiker allemaal met zijn digitale exemplaar mag doen. De DRM controleert of de consument de gebruiksovereenkomst naleeft, en legt restricties op mocht de consument de gebruiksovereenkomst niet naleven. Die EULA's en hun eigenschappen worden verder besproken in het volgende onderdeel.

DRM kan door de maker of uitgever ook worden gebruikt voor marktonderzoek. De uitgever kan in de DRM-sleutel een instrument bijvoegen waarmee exacte gedragsmetingen kunnen worden gedaan. Uit deze metingen kan quasi kosteloos marktinformatie worden geëxtraheerd. Met deze informatie kan de populariteit van artikelen en informatie over de gebruikers worden achterhaald, waardoor het bedrijf dan weer aan prijsdiscriminatie kan doen, waarmee de uitgever dan weer meer verdient. Een probleem dat het gebruik van DRM veroorzaakt, is dat verschillende uitgevers van auteursrechtelijk beschermde werken, verschillende DRM technologieën gebruiken die onderling vaak niet compatibel zijn. Zo heeft Apple zich in het verleden in de kijker gewerkt met hun DRM standaard: *FairPlay*. Muziek aangekocht op hun digitale platform, iTunes Music store, kon alleen beheerd worden op het iTunes platform en enkel op een draagbare muzikspeler van Apple (de iPod) of mobiele telefoon (de iPhone) worden gekopieerd en afgespeeld.¹³ Deze techniek wordt *lock-in* genoemd. Gebruikers zijn verplicht content bij dezelfde aanbieder te downloaden en met een muzikspeler van hetzelfde merk af te spelen. Na olopemde kritiek besliste Apple in januari 2009 evenwel niet langer de muziek op de iTunes Music Store met FairPlay-restricties aan te bieden. Maar films en televisieshows zijn nog steeds gebonden aan de FairPlay-DRM.

¹¹ Bevestigd in e-mail door Dhr. Dirk Vervenne, SABAM, 12 mei 2011.

¹² K. KOELMAN, "De derde lag: bescherming van technische voorzieningen", *A.M.* 2001, 82-83.

¹³ S. DEPREEUW, "Tegen heug en meug: hoe interoperabiliteit afdwingen?", *A.M.* 2009, 27.

Maar DRM-technieken kunnen nog ingrijpender zijn. Ubisoft, een Franse ontwikkelaar van videogames, maakte de gebruikers over de hele wereld razend toen ze de nieuwe DRM bescherming voor hun nieuwe product *Assassins Creed II* bekend maakte. De DRM vereist een constante verbinding met Ubisoft's servers. Zonder een rechtstreekse verbinding met het internet valt de game niet te spelen. Als de verbinding tijdens het spelen wordt verbroken door een tijdelijke stroomuitval of een *router hiccup* binnen het draadloos netwerk, sluit de game zichzelf af en wordt de sessie automatisch beëindigd zonder de progressie van de speler op te slaan. Dit maakt het product onbruikbaar voor consumenten zonder internetverbinding, tijdens reizen of voor personen die niet beschikken over een constant betrouwbaar draadloos netwerk. Een ander probleem dat deze manier van DRM geeft, is dat het niet vaststaat hoe lang de servers beschikbaar blijven. Bij een product zonder deze DRM blijft het product bruikbaar zonder enige tijdsbeperking behalve dan de levensduur van het product zelf. Met de DRM van Ubisoft is de consument afhankelijk van het operationeel blijven van servers die misschien in de toekomst niet meer economisch rendabel blijken te zijn. De consument loopt bijvoorbeeld het risico dat Ubisoft failliet gaat, en dat de online-diensten van het bedrijf worden stopgezet, en de mogelijkheid op het gebruiken van zijn product verloren gaat. Veel ontevreden gebruikers zochten dan hun toevlucht tot het illegaal verkrijgen van de game zonder DRM, die overigens al snel werd gekraakt, zodat ze een goede gebruikerservaring konden verzekeren.

DRM wordt in de Auteurswet omschreven als “*technische voorzieningen : technologie, inrichtingen of onderdelen die in het kader van hun normale werking dienen voor het voorkomen of beperken van handelingen ten aanzien van werken of prestaties die door de houders van auteursrechten of naburige rechten niet zijn toegestaan.*”¹⁴ Artikel 79bis van de Auteurswet geeft een rechtsgrond voor de strafbaarheid van elke bewuste omzeiling van een doeltreffende technische voorziening en die weet of behoort te weten dat die omzeiling het plegen van het misdrijf van namaking¹⁵ uitmaakt. Nu is in paragraaf 2 van datzelfde artikel een verplichting voor de rechthebbenden opgenomen waarin wordt geformuleerd dat de rechthebbenden binnen een redelijke termijn afdoende vrijwillige maatregelen te nemen opdat de gebruikers kunnen genieten van de uitzonderingen die de auteurswet heeft gecreëerd. Zo zijn er onder andere de uitzonderingen van de privékopie¹⁶, en die van de openbare uitlening.¹⁷ In het geval van de uitzondering van de privékopie moet de consument geen toestemming vragen aan de rechthebbenden voor de kopie van geluidswerken en audiovisuele werken

¹⁴ Art. 79bis Auteurswet.

¹⁵ Art. 80 Auteurswet.

¹⁶ Art. 22§1, 5° Auteurswet, Art 46 lid 1 Auteurswet.

¹⁷ Art. 23 Auteurswet.

wanneer deze in familiekring geschiedt en alleen daarvoor bestemd is.¹⁸ Ter compensatie betaalt de consument wel een vergoeding bij de aanschaf van het medium, zoals een CD of een MP3-speler, waarop de uiteindelijke kopie komt te staan. Het innen van deze vergoedingen gebeurt in België door Auvibel, de collectieve beheersvennootschap voor het kopiëren voor eigen gebruik van geluid- en audiovisuele werken in België. Nu zitten we met het probleem dat consumenten het recht hebben op een privékopie¹⁹, maar wanneer ze hun product aankopen via de wegen van digitale distributie, ze vaak dat recht niet kunnen afdwingen, omdat het werk vaak wordt beschermd tegen kopiëren met behulp van DRM-technieken. En het omzeilen van die DRM is op basis van art 79bis paragraaf 1 verboden, bovendien kunnen vrijwillige maatregelen in dat geval niet gevraagd worden aan de rechthebbenden omdat de uitzondering van de privé-kopie niet opgenomen is in de lijst van paragraaf 2 van artikel 79bis van de Auteurswet. En als het niet verboden zou zijn heeft de gemiddelde consument vaak ook gewoon niet de technische kennis vereist voor het omzeilen van een DRM bescherming. Daarbij kunnen we ons de vraag stellen of het wel verantwoord is dat de consument een vergoeding betaald aan Auvibel voor het recht op een privékopie, maar van deze mogelijkheid ten gevolge van de DRM geen gebruik kan maken.²⁰

Een ander belangrijk punt van nadelige gevolgen van DRM voor de consument; is dat het niet is vastgelegd wat er met de kopieerbeveiliging gebeurt na het verlopen van de rechten van de makers. Binnen de Europese Unie vervalt het auteursrecht zeventig jaar na de dood van de auteur. Als het auteursrecht is verlopen, komt het werk in het publiek domein. Uitgevers zouden stukken (muziek, afbeelding, tekst, enz.), die feitelijk in het publiek domein zijn toch van DRM kunnen voorzien. Dit heeft tot gevolg dat het publieke domein steeds kleiner zou kunnen worden. Het ontbreekt ons nog aan een degelijk controleorgaan dat ons daarvoor kan behoeden. Een ander probleem dat hieraan gerelateerd is dat DRM ook een barrière kan zijn voor toekomstige geschiedkundigen, als data zo wordt beschermd dat het alleen kan gelezen worden op bepaalde machines, of met bepaalde sleutels of alleen voor bepaalde periodes, dan kan het herwinnen van bepaalde data in de toekomst heel moeilijk tot vrijwel onmogelijk worden.

Tot slot lijken sommige vormen van DRM, zoals FairPlay van Apple, het niet toe te laten inhoud te bewerken. Dit is belemmerend voor andere makers van creatieve werken, omdat zij vaak gebruik maken van andere werken om hun

¹⁸ K. VAN DER PERRE, "Reprografie, digitale onderwijsuitzondering, privé-kopie en leenrecht na de Wet van 22 mei 2005: standpunt van de auteurs", *A.M.* 2005, 523.

¹⁹ Of niet?: F. BRISON, "Privé-kopie van CD is geen recht", *De Standaard*, 23 juli 2005, 24.

²⁰ S. BECHTOLD, "The present and future of digital rights management: Musing on emerging legal problems", in BECKER, E., BUHSE, W., GÜNNEWIG, D. en RUMP, N., *Digital Rights Management – Technological, Economical, Legal and Political Aspects*, Berlijn, Springer, 2003, 597-654; J. VAN BORM, "De Auteurswet en de gebruiker na de wijzigingen van 22 mei 2005", *A.M.* 2005, 518.

product te maken en er een eigen interpretatie aan te geven. Denk maar aan *disc-jockeys* die muziek bewerken tot de gewenste vorm, voor de speelbaarheid in hun milieu (clubs, discotheek, ...) te kunnen garanderen. Door al deze problemen voor de consument veroorzaakt door DRM, wat zoals gezien bijna altijd door de uitgever wordt opgelegd bij digitale distributie, spreken critici vaak van *Digital Restrictions Management* in plaats van *Digital Rights Management* omdat aan de consument veeleer beperkingen worden opgelegd, dan dat de rechten van de auteurs daadwerkelijk worden beschermd.²¹

Door de sterke tegenkanting die bestaat tegen DRM, zijn veel uitgevers en artiesten begonnen hun muziek te gaan adverteren als DRM-vrij. Een bekend voorbeeld is natuurlijk het verwijderen van de FairPlay DRM op muziek aangekocht in de iTunes Store. Dit is een evolutie die alleen maar aan te moedigen valt.

2.3. DE GEVOLGEN VAN EULA'S OF GEBRUIKSRECHTOVEREENKOMSTEN

De eerste zin uit de EULA van de Appstore van Apple, het digitale distributieplatform voor software ontwikkeld voor de Iphone en de Ipod luidt als volgt: *"The Products transacted through the Service are licensed, not sold, to You for use only under the terms of this license, ..., The licensor ("Application Provider") reserves all rights not expressly granted to You. The Product that is subject to this license is referred to in this license as the "Licensed Application."* Artikel a. van diezelfde EULA: *"a. Scope of License: This license granted to You for the Licensed Application by Application Provider is limited to a non-transferable license to use the Licensed Application on any iPhone or iPod touch that You own or control... You may not rent, lease, lend, sell, redistribute or sublicense the Licensed Application. You may not copy, decompile, reverse engineer, disassemble, attempt to derive the source code of, modify, or create derivative works of the Licensed Application, any updates, or any part thereof."*²²

Dit excerpt is slechts één van de vele voorbeelden, waarbij een transactie via een digitaal distributieplatform door de uitgever gekoppeld wordt aan een *End User License Agreement* (EULA) of gebruiksrechtsovereenkomst. Waarbij voor de komst van digitale distributie de contractuele relatie tussen de auteur (maker, rechthebbende)/uitgever (gemachtigde) en de consument veeleer bestond uit een reguliere koopovereenkomst, waarbij een product (met het

²¹ R. KASPROWSKI, "Perspectives on DRM: between digital rights management and digital restrictions management", *Bulletin of the American Society for Information Science and Technology*, februari/maart 2010, 49-54; R. LEEMING, "DRM – digital rights or digital restrictions management?", *EBU Technical Review* January 2007, 1-10.

²² End User License Agreement Appstore:
<http://www.apple.com/legal/itunes/appstore/dev/stdeula/>

beschermd werk) in zijn fysieke vorm werd verkocht, wordt die contractuele relatie nu vaak door de uitgever gedefinieerd als een gebruiksrechtsovereenkomst. In het voorbeeld van de Appstore van Apple gebeurt dit zelfs in de eerste zin en in het eerste artikel.

EULA's verstrekken de consument een gebruiksrecht, dat over algemeen zeer eng wordt gestipuleerd. Zo mag het product vaak niet naar een andere informatiedrager worden overgedragen, of maar een beperkt aantal keren worden geïnstalleerd en is het maken van wijzingen over het algemeen verboden. Er gebeurt in een dergelijke gebruiksrechtsovereenkomst geen overdracht van het auteursrecht. De EULA is dan slechts een licentie van het auteursrecht. Wat tot gevolg heeft dat de consument alleen het recht krijgt om het product te gebruiken maar er geen eigenaar van is. Er is geen eigendomsoverdracht, de rechthebbende behoudt de eigendom.²³ Aan een EULA zijn dezelfde problemen gebonden als normale algemene voorwaarden bij contractsluiting. Er moet een vrije instemming met die voorwaarden zijn, een instemming die bovendien voorafgaand aan de contractsluiting dient te gebeuren. EULA's die pas leesbaar zijn na de koop zijn in principe niet geldig, bijvoorbeeld als ze pas leesbaar zijn bij de installatie van het product dat al aangekocht is, tenzij er redelijkerwijs aangenomen kan worden dat de consument de EULA behoorde te kennen.²⁴ Daarom is volgens sommigen, de term *agreement* in *End User License Agreement*, een eufemisme omdat deze *agreements* eerder worden opgelegd dan iets waarover je kan onderhandelen. Als de gebruiker niet *agreed* dan kan hij of zij het product niet gebruiken.²⁵

Het aanvaarden van een EULA kan de consument met verschillende nadelige consequenties opzadelen, wat de positie van de consument verzwakt ten opzichte van die van de uitgever. Dit wordt nog versterkt doordat de consument vaak geen andere keuze heeft dan de gebruiksovereenkomst te aanvaarden. De consument heeft door zijn ondergeschikte positie geen onderhandelingsmarge, hij moet aanvaarden of hij kan de *content* niet gebruiken. Mogelijke uitwassen in de overeenkomst ten voordele van uitgever zijn niet te overzien. Zo was er het nieuwsbericht dat aangeschafte nintendo DSi-software niet kosteloos kan worden gedownload op een tweede nintendo DSi, de draagbare spelcomputer van nintendo.²⁶ Een legitiem binnengehaalde videogame via het digitale distributieplatform van nintendo: DSi Ware, kan niet gebruikt worden op een tweede spelcomputer binnen hetzelfde gezin. Dit

²³ D. HALBERT, *Resisting Intellectual Property*, Abingdon, Routledge, 2005, 46; K. MOON, "The nature of computer programs: tangible? goods? personal property? intellectual property?", *EIPR* 2009, 396-407.

²⁴ A. ENGELFRIET, "De rechtsgeldigheid van software-EULA's", 5 april 2008, <http://blog.iusmentis.com/2008/04/05/de-rechtsgeldigheid-van-software-eulas/>

²⁵ A. HUTTERMANN en U. STORZ, "A comparison between biotech and software related patents", *EIPR* 2009, 589-592.

²⁶ S. TOTILO, "Nintendo's new DS will still force you to re-buy your digital games", 27 maart 2010, <http://kotaku.com/5503312/nintendos-new-ds-will-still-force-you-to-re-buy-your-digital-games>

roept vragen op aangaande de verenigbaarheid van een dergelijke praktijk met het recht op een privékopie. Wat gebeurt er wanneer je nintendo DS kapot gaat en je nieuwe koopt of wanneer je een nieuwe versie van de spelcomputer koopt? Moet je dan opnieuw betalen voor de producten die je er voor hebt aangekocht door middel van digitale distributie? Volgens de huidige gebruiksrechtovereenkomst van nintendo wel. Men kan zich niet voorstellen dat de gehele muziekcollectie opnieuw dient aangeschaft te worden wanneer men een nieuwe Ipod koopt. Toch staat duidelijk in de EULA van iTunes gestipuleerd dat muziek en software gekocht via de iTunes Music store slechts op vijf apparaten kan worden geïnstalleerd. Dit betekent dat wanneer je een liedje op 5 apparaten hebt gedownload (bv: 2 computer, 1 laptop, iPod, iPhone) je dan je liedje niet meer kan downloaden op een zesde apparaat(wanneer je bijvoorbeeld een upgrade van je computer uitvoert wordt dit gezien door de DRM-software als een nieuw apparaat).

Bij *cloud computing* is dit probleem zelfs nog nijpender omdat je de producten die je gebruikt zelfs nooit feitelijk bezit (zelfs niet na een digitale download). Dit komt doordat de gegevens, zoals bijvoorbeeld auteursrechtelijk beschermde werken, de servers van de uitgever nooit verlaten. De consument kan ze dan slechts gebruiken door verbinding te maken met het internet, maar de gegevens zelf worden nooit opgeslagen op zijn informatiedrager, hij ontvangt slechts de uitvoer (bv. geluid bij muziek). Hierbij zijn er geen garanties hoe lang de uitgever zijn producten beschikbaar stelt. Een denkbaar scenario is bijvoorbeeld een faillissement van de verstrekker van de cloud computing dienst. Wat gebeurt er dan met de gekochte informatie? Nu Cloud Computing steeds bekender en populairder begint te worden, zijn er grote vraagtekens omtrent de bescherming van de rechten van de consument. Wat gebeurt er bijvoorbeeld mocht het gaming on demand platform: Onlive (een cloud computing gaming platform aangeboden in België door Belgacom²⁷) de verwachtingen niet inlossen, en mocht het bedrijf vervolgens genoodzaakt worden de boeken toe te doen. Zien gebruikers dan iets terug van hun geld betaald voor content? Of kunnen ze naar hun centen fluiten?

3. DIGITALE DISTRIBUTIE EN DE UITGEVER

De nadelen voor de consument besproken in het vorige hoofdstuk, kunnen vaak worden geïnterpreteerd als voordelen voor de rechthebbenden. Want daar waar door de ene partij rechten worden verloren, worden ze meestal door de andere partij ‘gewonnen’. Zo behoedt DRM de rechten van de auteurs voor allerhande inbreuken, door middel van restricties opgelegd aan de consument. En het feit dat een bestand aangekocht door middel van digitale distributie niet

²⁷X, “Belgacom lanceert games via OnLive in 2011”, 22 september 2010, *DeMorgen*, <http://www.demorgen.be/dm/nl/5402/Games/article/detail/1160803/2010/09/22/Belgacom-lanceert-games-via-OnLive-in-2011.dhtml>

kan worden doorverkocht, terwijl een CD, boek, of DVD wel kan worden doorverkocht, is alleen maar voordelig voor de uitgever. Omdat hij zo geen inkomsten verliest aan een tweedehands markt.

Maar het belangrijkste voordeel voor de uitgever toe te schrijven aan digitale distributie, is natuurlijk de enorme kostenbesparing die met dat soort distributie gepaard gaat. De productiekosten van fysieke dragers (zoals CD's en DVD's maar ook boeken) en hun verpakking vallen weg. De distributiekost is drastisch lager dan bij 'fysieke' distributie. Ook de marge van de kleinhandel en de korting aan de detailhandel vallen weg. Vaak wordt het grootste deel van de koek die hierdoor overblijft opgegeten door de uitgever (de *Publisher*, of bij muziek: het platenlabel), De maker van het werk zelf, die de uitgever een licentie voor zijn werk te distribueren gegeven heeft, krijgt doorgaans hetzelfde bedrag wat hij bij niet-digitale distributie zou hebben gekregen. De uitgever kan dit doen, omdat de kostenbesparing doorgaans nog niet gepaard gaat met een significante prijsdaling ten voordele van de consument. Zo kost een ebook bij Amazon.com gewoonlijk evenveel als zijn fysieke tegenhanger. Een videogame digitaal aangekocht en gedownload bij Steam kost, behalve uitzonderlijke acties, evenveel dan gewoon in de winkel. Een recente muzieksingle bij iTunes Music Store kost € 1,27 wat in verhouding niet beduidend minder is dan de prijs van € 15- € 20 die je voor een normale CD betaald.

Ook maakt veel uitgevers bij digitale distributie vaak gebruik van DRM, ze claimen dat DRM noodzakelijk is voor het bestrijden van de illegale piraterij op het internet en voor het beschermen van gebruikers tegen computer virussen. DRM kan helpen de artistieke integriteit van de rechthebbende te bewaren en de zijn inkomsten veiligstellen. Tegenstanders opperen dat het niet bewezen is dat DRM helpt tegen de illegale piraterij van producten. Ze zeggen dat een te verregaande DRM vaak net de aanzet is tot piraterij. Ook verwijten ze de uitgevers dat DRM innovatie en competitie doet stokken. Niettemin zijn uitgevers toch meestal geneigd hun intellectuele eigendom afdoende te beschermen door middel van DRM. Maar de vraag blijft of de effectieve bescherming door DRM wel in verhouding staat tot de nadelen die aan de consument kunnen worden berokkend. Digitale sloten op informatie in de vorm van DRM kunnen immers, zoals besproken in het vorige hoofdstuk, de gebruikers verhinderen zaken met het aangekochte product te doen die perfect legaal zijn, zoals: een back-up kopieën maken, zaken uitlenen door een bibliotheek, toegang nemen tot werken die al in het publieke domein zijn en gebruik maken van auteursrechtelijk beschermd werk in het kader van onderwijs of onderzoek.

Een belangrijk pluspunt van DRM, dat dikwijls over het hoofd wordt gezien, is dat DRM een krachtig stelsel van rechtshandhaving overbodig maakt. Wanneer op internationale schaal van DRM gebruik gemaakt wordt, hoeven consumenten niet meer voor de rechter worden gesleept, wat vooral sinds de opkomst van piraterij op het internet een courante praktijk lijkt te worden. Dit

kan leiden tot een ontlasting van justitie op de lange termijn. Ook kan een ingeburgerd gebruik van DRM door uitgevers de noodzaak van een sterk auteursrecht drastisch verminderen. Waarom zouden rechthebbenden nog behoefte hebben aan auteursrecht als ze de nodige bescherming door de techniek zelf in handen hebben. DRM kan immers hun producten afdoende tegen onrechtmatige kopiëren beschermen. DRM kan ook prijsdiscriminatie mogelijk maken wat kan leiden tot lagere prijzen voor digitale producten. Zo kan er bijvoorbeeld een regeling worden vooropgesteld waarbij gebruikers die geen behoefte hebben aan kopieervrijheid weinig betalen voor een sterk beveiligd exemplaar. Wie meer kopieerrechten wenst betaald meer.²⁸ Ook kan DRM er voor zorgen dat auteursrechtelijke heffingen (zoals in België wordt gedaan door Auvibel) kunnen worden vermeden. DRM en heffingen gaan immers niet samen. Wanneer heffingen worden toegestaan kan de gebruiker ervan uitgaan dat hij in ruil voor de aan hem toegerekende heffing ook daadwerkelijk kan kopiëren, bij toepassing van DRM is dat juist niet het geval. Rechthebbenden die profiteren van heffingen en gebruik maken van DRM eten van twee walletjes.

De uitgever staat juridisch gezien niet alleen wat steviger in zijn schoenen door de consequenties die onlosmakelijk verbonden lijken te zijn met digitale distributie. De consument kan minder makkelijk de intellectuele eigendom van de maker dupliceren of doorverkopen. Hij heeft door middel van DRM de mogelijkheid zijn intellectuele eigendom beter te beschermen en hij kan door het gebruik van EULA de consument aan zich binden en zelfs de rechten van de consument in zijn totaliteit bepalen. Maar daarbovenop doet hij door zijn producten digitaal te distribueren, nog eens een enorme kostenbesparing. De balans dreigt zwaar door te hellen ten voordele van de kant van de uitgever.

4. TOEPASSING: DE CASUS ITUNES – FAIRPLAY

De snelle stijging van de populariteit van het downloaden van muziek op het internet gaat grotendeels samen de stijging van het wijdverspreid gebruik van het internet zelf. Één van de eerste voorbeelden van een populaire muziek download-dienst kwam in de vorm van een website www.mp3.com. Deze website, opgericht in 1997, liet onafhankelijke artiesten hun muziek delen op een wijze die niet mogelijk werd geacht in het tijdperk voor digitale distributie. Op de website konden internetgebruikers, gratis, volledige liedjes downloaden die daarop door de artiesten waren geplaatst. In 1999 werd de beruchte *peer-to-peer file-sharing* dienst Napster beschikbaar voor het publiek, deze dienst liet het onrechtmatig uitwisselen van met auteursrechten beschermde werken toe. Desalniettemin kwam de eerste echte succesvolle online muziek winkel,

²⁸ Lezing gehouden tijdens symposium De toekomst van het auteursrecht, georganiseerd door XS4ALL, Amsterdam, 15 oktober 2004, P. HUGENOLTZ, "De toekomst van het auteursrecht: DRM met een vriendelijk gezicht?"

de Apple's iTunes Store (vroeger: iTunes Music Store), pas uit in april 2003. Deze dienst is tot op heden (27 februari 2010: 10 miljardste song gedownload) de grootste online winkel voor muziek.²⁹

Muziek, als digitale content, wordt volgens de EULA van iTunes Store verkocht of verhuurd als een licentie.³⁰ Het is jammer dat consumenten gebonden zijn aan een gebruiksrechtovereenkomst, om gebruik te maken van de grootste online muziekverstrekker. Apple voorziet in de overeenkomst een aantal clausules die je wenkbrauwen doen fronsen. Zo zijn er clausules die Apple het recht geven de overeenkomst eenzijdig te wijzigen, de dienst die zij verstrekt te stoppen zonder aansprakelijk te zijn voor mogelijke schade en de producten die zij aanbiedt zonder voorafgaande kennisgeving te verwijderen. Het is overduidelijk dat in de overeenkomst de consument in een eerder wankale positie wordt gebracht. Hij kan op elk ogenblik de *content* waarvoor hij heeft betaald, ontoegankelijk zien gemaakt worden. Het is onder andere om deze redenen dat Noorse consumentenombudsman een klacht indiende bij de Consumer Council of Norway. Zijn grootste aantijging aan het adres van Apple was dat de EULA niet gebalanceerd was, dat ten nadele van de klant. De klacht werd gesteund door de Zweedse en Deense consumentenombudsman, en later ook nog door Franse en Duitse consumentenorganisaties.³¹

Een ander probleem dat opduikt in de EULA van de iTunes Store, is dat EU-consumenten die muziek willen kopen enkel toegang krijgen tot de iTunes Store van het land waarin ze wonen. Het aanbod en de prijs verschilt daardoor van land tot land. Dergelijke territoriale restricties druisen in tegen de open markt die EU wil bewerkstelligen.³² Hierdoor werd door EU-commissaris Neelie Kroes op 17 september 2008 een rondetafelgesprek georganiseerd waar o.a. Apple haar territoriale politiek kon verdedigen.³³ Het belangrijkste kritiekpunt van Kroes was dat de huidige licentie- en auteursrechtregelingen niet zijn aangepast aan de online wereld en dat de vraag naar een pan-Europese licentie zich opdringt.³⁴

²⁹ B. FARRAND, "The case that never was: an analysis of the Apple iTunes case presented by the Commission and potential future issues", *EIPR* 2009, 508-513.

³⁰ EULA iTunes Store België: <http://www.apple.com/legal/itunes/benl/terms.html#SERVICE>

³¹ E. SCHOUTEN, "iTunes onder vuur in Europa, Europese protesten tegen marktmacht Apple", 26 januari 2007, Amsterdam, *NRC Handelsblad*, http://vorige.nrc.nl/economie/article1763928.ece/iTunes_onder_vuur_in_Europa

³² N. HELBERGER, "Acces denied: How some e-commerce businesses re-erect national borders for online consumers, and what European law has to say about this", *Revue européenne de droit de la consommation* 2007, 472.

³³ Online Commerce Roundtable:

http://ec.europa.eu/competition/sectors/media/online_commerce.html

³⁴ I. BRINKER en T. HOLZMULLER, "Competition law and copyright – observations from the world of collecting societies", *EIPR* 2010, 553-559; V. DEHIN, "The future of legal online music services in the European Union: a review of the EU Commission's recent initiatives in cross-border copyright management", *EIPR* 2010, 220-237.

Het programma iTunes kan verbinding maken met de iTunes Store om muziek te kopen en te downloaden. Daarna kan deze muziek met iTunes afgespeeld worden of worden overgezet naar een draagbare muzikspeler. Ook kan de inhoud van de iPod, iPad en iPhone worden beheerd met iTunes. Voor april 2009 werd muziek gekocht in de iTunes Store beschermd tegen kopiëren door Apple's FairPlay DRM systeem. Liedjes beschermd met Fairplay konden eerst slechts gedownload en afgespeeld worden op drie verschillende apparaten, later werden dit er vijf. Wanneer je een zesde apparaat kocht, bijvoorbeeld een nieuwe laptop, en een liedje, gekocht in de iTunes Store, al op vijf apparaten had gezet kon je het liedje niet meer op het zesde apparaat zetten. Ook kan muziek die op de iPod is gezet slechts terug worden gekopieerd op een computer wanneer de muziek beschermd wordt met het fairplay-DRM. Een andere beperking opgelegd door Fairplay is dat je een liedje gekocht in de iTunes Music Store enkel kan overzetten op een iPod, iPad of iPhone, niet op een draagbare muzikspeler van een concurrerende producent van muzikspelers.³⁵

Om deze redenen werd door Thomas Slattery op 3 januari 2005 een proces aangespannen tegen Apple. Hij beweerde dat het bedrijf *antitrust* wetgeving schond door FairPlay zo te ontwikkelen dat gekochte muziek op iTunes enkel zou werken op hun eigen muzikspeler. Zo zouden concurrenten van Apple buiten spel worden gezet en zou Apple op een onrechtmatige manier een monopoliepositie kunnen verwerven. Ook circuleerden er sinds de oprichting van de iTunes Store verschillende programma's op het internet met systemen om de FairPlay DRM te omzeilen.³⁶³⁷ Om een antwoord te geven op de kritiek op de FairPlay DRM schreef Steve Jobs, de CEO van Apple, op 6 februari 2007 een open brief aan de 4 grote platenmaatschappijen.³⁸ Hij vroeg hen, de muziek die ze in hun portefeuille hadden niet langer te verkopen met een DRM beveiliging. Hij beweerde dat Apple eigenlijk geen DRM wilde gebruiken maar dat ze hierdoor gedwongen werden door platenmaatschappijen waarmee Apple contracten afsloot voor iTunes. Dit lijkt hypocriet omdat Apple hier openlijk DRM bekritiseert, terwijl ze toch actief altijd iedereen vervolgd hebben die hun DRM wou openbreken of inter-operabel wilde maken. Apple volgde dit agressieve beleid niet zozeer omdat ze bang zouden zijn van onrechtmatige kopieën maar omdat de DRM hun een voordeel geeft in hun leiderspositie op zowel de markt van online muziek via iTunes als op de markt van muzikspelers met de iPod.

³⁵ V. OKSANEN en M. VALIMAKI, "DRM interoperability and intellectual property policy in Europe", *EIPR* 2006, 562-568.

³⁶ O.a.: QTFairUse, Playfair, Hymn, JHymn, Harmony, Requiem,...

³⁷ P. AKESTER en R. AKESTER, "Digital rights management in the 21st century", *EIPR* 2006, 159-168.

³⁸ S. JOBS, "Thoughts on Music", 6 februari 2007,

<http://replay.web.archive.org/20080517114107/http://www.apple.com/hotnews/thoughtsonmusic>

Uiteindelijk zwichtte Apple voor de druk van de consument. Op 6 januari 2009 kondigde Apple aan dat alle muziek in de iTunes Store vanaf dat moment DRM-vrij verkocht zou worden, in het nieuwe formaat iTunes Plus. Muziek kan sindsdien zonder restricties worden gekopieerd geconverteerd en gebrand worden als de consument zelf wil. De muziek blijft wel nog steeds *ge-tagged*, hierdoor kan Apple en de platenmaatschappijen waarvoor Apple muziek verdeeld, altijd de muziek identificeren en terug herleiden naar iemands iTunes account. Zo er makkelijk vastgesteld worden, mocht muziek van iTunes op het illegale circuit terechtkomen, wie die muziek heeft gelekt. Het verdwijnen van de FairPlay DRM is een gunstige evolutie voor de gebruikers van iTunes, waarmee de eerste stap lijkt gezet naar een consumentvriendelijkere online wereld. Het is te hopen dat andere spelers op de markt van digitale distributie in andere sectoren deze weg ook zullen inslaan. Maar de weg is, ook voor Apple, nog lang.

5. CONCLUSIE

De opkomst van digitale distributie lijkt onstuitbaar, de markt van informatie is hoe langer hoe meer aan het veranderen van een fysieke naar een digitale. Als de laatste belemmeringen (zoals de datalimieten op het internet) uit de weg kunnen worden geruimd, lijkt de weg voor de consument helemaal vrij voor zich volledig te storten op de digitale markt. Het lijkt te mooi om waar te zijn. De consument hoeft zijn zetel niet te verlaten om de laatste nieuwe *content* te bestellen. Quasi direct na bestelling, kan hij ervan genieten op zijn computer; zijn draagbare telefoon of muziekspeler. Het is ook te mooi om waar te zijn. De consument staat er vaak niet bij stil wat de nadelen van een aankoop via digitale distributie tegenover een normale aankoop kunnen zijn.

Hij verwerft minder rechten op het aangekochte product nu uitputting geen toepassing meer vindt omdat er geen fysieke drager is. Hij kan zijn product niet doorverkopen of verhuren. Er dient een vergoeding betaald te worden op lege informatiedragers maar de consument kan een product beveiligd met DRM niet legaal op deze informatiedragers kopiëren. Diezelfde DRM wordt steeds maar agressiever om de rechten van de uitgever te vrijwaren, dit herhaaldelijk in het nadeel van de consument. Denk maar aan het voorbeeld van Ubisoft's DRM, die een permanente verbinding met de servers van Ubisoft vereist om het product te kunnen gebruiken. De uitgever slaagt er in, door gebruik te maken van de techniek van EULA's, de consument steviger aan zich te binden. Producten worden aangeboden als diensten in de plaats van goederen. Dit brengt de nodige consequenties en risico's met zich mee. Kan een consument er zeker van zijn dat de dienst in de toekomst op dezelfde wijze beschikbaar blijft? Kan hij er überhaupt zeker van zijn dat de dienst beschikbaar blijft? En wat gebeurt er met een legaal aangekocht product wanneer het aantal toelaatbare installaties is uitgeput?

Hoe toetst zich dat aan het recht op een privékopie? En dit alles levert dan nog eens een enorme kostenbesparing op voor de uitgever.

De balans helt flink door ten voordele van producent. De consument staat juridisch steeds zwakker in zijn schoenen. Dit laat zich voelen in het blijvend probleem van digitale piraterij, wat eigenlijk als een vorm van marktfalen gezien kan worden. De consument uit zijn ontevredenheid over de markt en haalt zijn producten illegaal van het internet, vrij van DRM waar de legale koper wel last van heeft. De roep naar consumentenbescherming door de overheid op deze nieuwe door de industrie ingepalmde markt, wordt groter. Ondergetekende is hier in ieder geval voorstander van. En als het kan, in de vorm van nieuwe consumentenwetgeving. Anders kan alleen een prijsverlaging deze wanverhouding nog rechtrekken.