

# Teddy: een beetje meer portretrecht

Geld verdienen met je portret in de reclame: die ontwikkeling begon in Nederland met de onlangs overleden zangeres Teddy Scholten, die haar 'verzilverbare populariteit' opeiste via de rechter

## Door BAS KIST

Teddy Scholten, de cabaretière en zangeres die op 8 april overleed, is niet alleen onvergetelijk geworden door haar Eurovisiesongfestivaloverwinning in 1959 met het liedje *Een beetje*. Zij heeft ook aan de wieg gestaan van de ontwikkeling van het commerciële portretrecht, iets waar de Wesley Sneijders, Gordons, Katja Schuurmannen en Sven Kramers van deze tijd in financiële zin volop van profiteren.

Als Scholten in 1959 het Songfestival in Cannes wint, ontdekt zij dat er voor haar, als BN'er *avant la lettre*, allerlei commerciële deuren opengaan. Adverteerders staan te dringen om hun reclames op te vrolijken met de beroemde Teddy Scholten. Zo raakt de zangeres al snel in gesprek met schoenpoetsfabrikant Erdal over een reclamecontract. Terwijl de onderhandelingen nog in volle gang zijn, komt Scholten in *De Telegraaf* van 19 maart 1959 een foto van zichzelf tegen in de rubriek 'Prettige Plaatjes', waarin een reclamecampagne is opgenomen van de Overzeese Sigaret-

ten Handelsmaatschappij. Om zijn *John Harris*-sigaretten aan de man te brengen gebruikt deze fabrikant, zonder toestemming, het portret van de zangeres.

Scholten, die exclusiviteit heeft toegezegd aan de schoenpoetser Erdal, stapt naar de rechter en beroept zich op haar portretrechten. Op basis van de Auteurswet van 1912 kan iemand zich verzetten tegen publicatie van zijn portret als hij daarvoor een 'redelijk belang' heeft. Tot die tijd gaan portretrechtconflicten eigenlijk alleen over zaken waarbij de privacy in het geding is. Als de privacy wordt geschonden kan er sprake zijn van een 'redelijk belang' en wordt een publicatie verboden.

Echter, in deze kwestie liggen de kaarten anders. Het gaat niet om de privacy van Scholten, maar om een zuiver commercieel belang: de zangeres staat immers op het punt een exclusief reclamecontract met Erdal te sluiten en gebruik van haar portret voor de sigaretten van John Harris kan haar financieel schaden.

Voor het eerst in de geschiedenis laat de rechter weten dat 'een redelijk belang', waarover het portretrecht spreekt, niet alleen een privacybelang kan zijn maar ook een financieel belang. „Populariteit kan bij het voeren van een reclamecampagne van veel nut zijn en voor de bezitter van die eigenschap de mogelijkheid openen tot het behalen van financieel voordeel,

John Harris

„Een beetje“ zoenen

Onder het noemen van zangeres Hask en dochter Beente wordt Teddy Scholten herinnerd aan Erik Scholten (componist en Wilt v. Heumen liederdichter). Na haar muzikale optreden op het Eurovisiesongfestival in Cannes werd zij een van de bekendste zangeressen op Schiphol vliegveld. Ze zong: 'Wat is niet met Een Beete' en het werd de eerste



**Scholten ongevraagd in sigarettenreclame, linksboven. Rechts: de zangeres na het winnen van het Songfestival in '59. Linksonder: de stormachtige ontvangst op Schiphol.**

mits de publicatie voor commerciële doeleinden een exclusief karakter houdt", aldus de rechtbank Rotterdam op 14 april 1959. De financiële benadeling van Scholten is dan ook onrechtmatig en verboden. Een jaar later bevestigt het hof in Den Haag in hoger beroep deze uitspraak.

Daarmee is dankzij Teddy Scholten de eerste stap gezet op weg naar het commerciële portretrecht. Twintig jaar later, in



1979, werkt de Hoge Raad dit in zijn 't *Schaep met de Vijf Pooten*-arrest verder uit met de introductie van het begrip 'verzilverbare populariteit'.

En op die basis weten al die bekende voetballers, tv-presentatoren en andere artiesten tegenwoordig van die vette commerciële contracten af te sluiten. Dat hebben ze dan maar mooi aan Teddy Scholten te danken.