

Downloadverbod & Privacy, een controversieel koppel

Daan Debie
0828587
debie.daan@gmail.com

28 mei 2012

Inhoudsopgave

1	Inleiding	3
2	Verliezen voor de entertainment industrie	4
2.1	2010, een slecht jaar	4
2.2	In deze markt verliest iedereen	4
2.3	Het Internet: een nieuw distributiemodel	5
2.4	Downloads: de verliezen bekeken	5
3	Het omstreden verbod	6
3.1	Uitvoerbaarheid	6
3.2	Privacy van het downloaden	7
4	“Internettax”	8
4.1	Een milder alternatief	8
4.2	Thuiskopieheffing voor iedereen	8
4.3	Bezwaarlijke zaken	8
4.3.1	Het bezwaar van de uitzondering	9
4.3.2	Legalisering van auteursrechteninbreuk	9
4.3.3	Verdeelsleutel	9
4.4	Privacy: deel 2	9
5	Conclusie	10

1 Inleiding

Het omstreden downloadverbod ligt op de loer. Ondanks forse tegenstand van de meerderheid van de Tweede Kamer[1] wil staatssecretaris Teeven (Veiligheid en Justitie, VVD) vasthouden aan het voornemen onbetaald downloaden strafbaar te maken. Verbazingwekkend genoeg zitten ook artiesten *zelf* niet te wachten op het downloadverbod[2], getuige een petitie die namens hen door de Nederlandse Toonkunstenaarsbond, FNV Kiem en de Consumentenbond is overhandigd aan de Tweede Kamer. Als er geen behoefte bestaat vanuit de makers van werken die onder het auteursrecht vallen, om deze te beschermen tegen onbetaald downloaden, dringt de vraag zich op, welk belang het downloadverbod dan *wel* dient. Ook kan men zich afvragen of het downloadverbod wel een effectieve oplossing is en of de vermeende verliezen die de entertainmentindustrie lijdt door het illegale downloaden niet op andere wijze te compenseren zijn.

Wellicht de belangrijkste vraag is of het instellen van een downloadverbod te rijmen valt met de maatschappelijke zoektocht naar *privacy* in dit digitale tijdperk. Hoe kan dit verbod immers gehandhaafd worden zonder nauwgezet het surf- en downloadgedrag van internetgebruikers in de gaten te houden?

Indien het downloadverbod geen haalbare kaart blijkt, zal er een degelijk alternatief gevonden moeten worden, waarbij de rechten van artiesten gehonoreerd blijven worden zonder de nieuw verworven digitale vrijheid van de burger in het gedrang te brengen.

Uit de hierboven geschetste problematiek, vloeit dan ook de volgende onderzoeksvraag voort:

Is een downloadverbod een noodzakelijke en effectieve oplossing - met het oogpunt op privacy - voor de omzetsdaling in de entertainmentindustrie en is er een geldig alternatief?

Om deze vraag te kunnen beantwoorden, wordt eerst gekeken naar de omzetsdaling binnen de entertainmentindustrie, wat de oorzaken hiervan zijn en in welke mate illegale downloads hier toe bijdragen. Vervolgens wordt de vraag beantwoord wat het downloadverbod precies inhoudt. Ook de uitvoerbaarheid en verwachte effectiviteit van het wetsvoorstel komen aan bod, waarbij er goed gekeken wordt naar de gevolgen voor de privacy van burgers. Hierop volgt een mogelijk voorstel voor een alternatief. Hierbij wordt gekeken wat een interne-heffing op kan leveren ter compensatie van de geconstateerde omzetsdaling. Ook staan we stil bij de juridische en morele bezwaren die zo'n heffing kan opwerpen, wederom in het licht van privacy.

2 Verliezen voor de entertainment industrie

2.1 2010, een slecht jaar

Een blik op de cijfers over 2010 van de Nederlandse Vereniging van Producenten en Importeurs van beeld- en geluidsdragers[3] - de brancheorganisatie van de entertainmentindustrie - laat een grimmig beeld zien wat betreft de verkopen van zowel games, muziek als video. De omzet in de audiomarkt daalde in 2010 met 15,6% ten opzichte van 2009. Dit geldt voor zowel fysieke dragers als digitale verkopen. De omzet in DVD's en Blu-rays daalde met 8%. Tot slot zijn de verliezen op de gamesmarkt 9,4%. Daarbij wordt genoemd dat de traditionele gamesmarkt in moet leveren ten opzichte van de markt voor "social games" en "mobile games", maar de omzetcijfers binnen die twee alternatieve markten komen verder niet ter sprake. In de audiomarkt lijkt er een status quo gehandhaafd te worden ten koste van nieuwe technologische ontwikkelingen. Nog steeds bestaat 84% van de verkopen uit fysieke dragers. Daarbij moet vermeld worden dat wereldwijd het aandeel van digitale muziekverkopen gemiddeld al rond de 30% ligt. Het is onduidelijk waarom de Nederlandse entertainment markt zich vooralsnog weinig richt op vernieuwende alternatieven die het resultaat zijn van recente technologische ontwikkelingen. In totaal blijken de verliezen ten opzichte van 2009 neer te komen op 12,7%[4] tot een uiteindelijke omzet door verkoop van fysieke en digitale producten van 970,6 miljoen euro. Hiermee komt het verlies neer op 141,2 miljoen euro.

2.2 In deze markt verliest iedereen

Als we gaan kijken naar potentiële oorzaken voor de voorgenoemde verliezen, dan blijken deze heel divers te zijn. Al in 2004 hebben Martin Peitz en Patrick Waelbroeck een studie gedaan naar de mogelijke afname in CD verkopen in 16 landen door toedoen van downloaden[5]. Hierbij benoemen ze vijf factoren die variaties in de verkoop van CD's tussen verschillende landen kunnen verklaren: productprijzen, het klimaat binnen de lokale muziekindustrie, inkomen en economie, substitutie door nieuwe distributiekanaalen en nieuwe vormen van entertainment en als laatste de kwaliteit van de muziek. Deze variabelen zijn met uitzondering van het klimaat van de lokale muziekindustrie ook bruikbaar bij het verklaren van verschillen in omzet binnen één land tussen verschillende jaren.

Afgaand op de cijfers van het NVPI zijn de prijzen van zowel CD's, DVD's als Blu-rays in 2010 gedaald ten opzichte van 2009. Daar tegenover staat een daling in productiekosten. Dit zal netto weinig invloed op de omzet hebben. Kijken we echter naar het verloop van de economische groei binnen Nederland, dan zien we ook daar een duidelijke achteruitgang als gevolg van de economische crisis. Zowel het gemiddeld besteedbare inkomen[6] als de koopkracht[7] zijn ten opzichte van 2009 gedaald. Het gaat in beide gevallen om een lichte daling - respectievelijk 1,5% en 0,5% - maar de terughoudendheid in het consumptiegedrag van de consument wordt door angst voor verdere economische malaise versterkt.

2.3 Het Internet: een nieuw distributiemodel

De derde factor die Peitz en Waelbroeck noemen als invloed op CD verkopen, zijn alternatieve distributiekanaalen en nieuwe vormen van entertainment. De cijfers van de NVPI houden geen rekening met nieuwe legale manieren van het consumeren van content, zoals Spotify en YouTube[4]. Het online streamen van audio en video wordt steeds populairder en biedt nieuwe mogelijkheden voor het genereren van omzet, maar hebben wel een aanwijsbare daling in de verkopen van fysieke media tot gevolg. Ook legale downloads zullen hier uiteindelijk onder gaan leiden.

Ook het internet als verkoopkanaal van fysieke media zorgt voor grote veranderingen in de manier waarop consumenten geld uitgeven. Waar de keuze voor consumenten voorheen beperkt was, zorgt het internet ervoor dat de consument nu nagenoeg oneindige keuze heeft. De tijden waarin de platen- en filmmaatschappijen bepaalden wat de consumenten te horen of te zien kregen en waar ze geld aan uit konden geven, lijken voorbij te zijn. Daarmee verliezen blockbusters en muziekhits hun plek als belangrijkste “cashcow” binnen de entertainmentindustrie. In het rapport van de NVPI wordt dan ook geconstateerd dat het aantal titels dat grote aantallen verkoopt, steeds kleiner wordt[3]. Dit is echter de keerzijde van het voorgenoemde verschijnsel van onbeperkte keuze; een fenomeen dat ook wel “The Long Tail”¹ wordt genoemd. Tegenover deze afname van verkoopaantallen van enkele “hit-producten” staat namelijk een toename in de verscheidenheid aan verkochte producten. Het “long tail” verschijnsel, zo genoemd door een journalist bij Wired[8], is een gevolg van de opkomst van grote online verkopers als Amazon. Amazon’s strategie om van zoveel mogelijk producten enkele exemplaren te verkopen - een strategie die haalbaar is door het ontbreken van fysieke winkels - is onhaalbaar voor platenmaatschappijen en filmmaatschappijen die met hun beperkte middelen in willen zetten op een paar succesproducten. Deze grote inversteringen in een kleine selectie van producten staan in schril contrast met de uiteenlopende wensen van de moderne consument.

Peitz en Waelbroeck schrijven kwaliteit af als beïnvloedende factor, maar mede door de nieuwe keuzevrijheid kan beargumenteerd worden dat kwaliteit nu een grotere rol gaat spelen bij de keuze waar een consument geld aan uitgeeft. De consument is kritischer geworden en dit wordt gereflecteerd in het uitgavepatroon.

2.4 Downloads: de verliezen bekeken

Nu er verschillende oorzaken genoemd zijn, die hebben geleid tot de geconstateerde omzetsdalingen, blijft de vraag hoeveel de entertainmentindustrie dan verliest als gevolg van downloaden? Deze vraag blijkt lastig te beantwoorden. Het blijkt zelfs niet zeker of er überhaupt sprake is van een relatie tussen het aantal illegale downloads en misgelopen verkopen. Zo merkt McKenzie op

¹The Long Tail is een verschijnsel waarbij groot aanbod slechts een klein publiek of een niche dient, maar gezamenlijk een groter marktpotentieel heeft dan de marktleider op zich.

in het voorwoord van zijn paper: “*many other studies have reached opposing conclusions.*”[9]. Hij komt vervolgens zelf tot de conclusie dat er in Australië, ten tijde van zijn onderzoek (2009), geen aanwijsbaar verband was tussen de verkoopcijfers van muziek, en het aantal downloads via het toen populaire downloadprogramma Limewire.

In Nederland schat BREIN de schade voor rechthebbenden door downloaden voor privegebruik op 180 miljoen euro[10]. Het is niet duidelijk waar zij dit bedrag op baseren.

Martin Peitz en Patrick Waelbroeck constateren dat het illegale aanbod aan muziek en films zelfs een positief effect op de verkopen kan hebben doordat het gebruikers in staat stelt eerst te “samplen” voordat ze iets kopen[11]. De consument kan op deze wijze een betere aansluiting te vinden tussen haar smaak en het beschikbare aanbod. Dit blijkt vooral waar indien er sprake is van een heterogene smaak en een voldoende divers aanbod. Aan die laatste voorwaarde wordt weer voldaan door het eerder genoemde “long tail” effect.

Wanneer we kijken naar de bevolkingsgroepen die het meest (onbetaald) downloaden, is het van belang om te kijken of deze samenvallen met de groepen met de meeste kapitaalkracht. Deze laatste zullen namelijk voor het grootste deel verantwoordelijk zijn voor de omzet, en dus onder invloed van het downloaden, mogelijke omzetafname. Uit onderzoek dat gedaan is door Considerati blijkt dat de grootste bevolkingsgroep in Nederland de groep tussen de 35-65 jaar is[4]. Dit is tevens de groep met de grootste kapitaalkracht, maar ook de groep die relatief het minste gebruik maakt van de mogelijkheden van digitale content. De groep die het meeste download bevindt zich tussen de 15 en 24 jaar. Ook hierdoor is het verband tussen downloaden en tegenvallende verkopen moeilijk te verdedigen.

Al met al, blijkt een schatting van de misgelopen inkomsten als gevolg van massaal downloaden, een lastige zaak.

3 Het omstreden verbod

Het downloadverbod dat staatssecretaris Teeven nastreeft, houdt in: “*het onrechtmatig maken van het downloaden van ongeautoriseerd aanbod*”[12]. Hierbij wordt het in theorie mogelijk om individuele burgers te vervolgen voor het illegaal downloaden van auteursrechtelijk beschermd materiaal. In praktijk betekent dit dat de overheid burgers moet gaan *volgen* op het internet.

3.1 Uitvoerbaarheid

De vraag hoe dit verbod ten uitvoer gebracht moet worden, wordt door de voorstanders niet duidelijk beantwoord. Mark van der Heijden probeert in zijn Masterthesis te kijken in hoeverre het downloadverbod op basis van de regels van de Nederlandse rechtspraak mogelijk is en in hoeverre het praktisch gehandhaafd kan worden[13]. Hij toetst hierbij het wetsvoorstel aan de zes criteria van

De Roos: het schadecriterium, het tolerantiebeginsel, het subsidiariteitsbeginsel, het proportionaliteitsbeginsel, het legaliteitsbeginsel en het beginsel van praktische hanteerbaarheid en effectiviteit. De eerste twee criteria bepalen de *bevoegdheid* van de wetgever voor het doorvoeren van deze wet. De overige vier criteria bepalen in hoeverre het ook daadwerkelijk uitgevoerd moet en kan worden.

Van der Heijden concludeert als eerste dat niet aannemelijk kan worden gemaakt dat er daadwerkelijk aanzienlijke schade geleden wordt door het downloaden. Het zou zelfs een netto positief welvaartseffect kunnen hebben. Om deze reden is dan ook niet te toetsen in hoeverre de eventueel geleden schade te tolereren valt binnen onze samenleving. Ook zet Van der Heijden vraagtekens bij de praktische haalbaarheid van het wetsvoorstel. Het instellen van een downloadverbod vereist namelijk een relatief grote capaciteit binnen ons rechtstelsel om het te kunnen handhaven. Dit komt mede door de schaal waarin het gebeurt. Deze capaciteit is gewoonweg niet beschikbaar.

3.2 Privacy van het downloaden

Afgezien van de wettelijke haalbaarheid, in theorie en praktijk, rijst er nog een veel belangrijkere vraag bij het downloadverbod: Hoe verhoudt dit verbod zich tot de privacy van burgers? Deze burgers dienen immers gevolgd te worden, om na te gaan of ze het verbod overtreden. Diverse organisaties houden zich bezig met de vrijheid en het waarborgen van privacy van burgers op het internet. Voorbeelden hiervan zijn de Electronic Frontier Foundation op globale schaal en Bits of Freedom landelijk. Dankzij het internet is er een schat aan informatie en data beschikbaar, niet alleen in kennisopzicht, maar mede dankzij de opkomst van sociale netwerken betreft het ook persoonlijke informatie. Waar deze sociale netwerken zich constant moeten verdedigen waar het gaat om het integer omgaan met die persoonlijke informatie, lijken overheden meer vrijheid te hebben - of te nemen - bij het analyseren van het surfgedrag van internetgebruikers. Als er een downloadverbod ingesteld gaat worden, neemt deze bedenkelijke trend alleen maar toe. Teneinde daadwerkelijke inbreuk op dit verbod te kunnen constateren, zal er namelijk gedetailleerd naar het internetverkeer van gebruikers gekeken moeten worden, middels technieken als Deep Packet Inspection. Via DPI komt de overheid echter veel meer te weten dan alleen de nodige informatie over het downloaden. Het is dan ook niet vreemd dat de overheid zelf huiverig is bij het gebruik van DPI door telecombedrijven[14] In het geval van het download verbod echter, zijn er ondanks de toezegging geen DPI te gebruiken[15], weinig alternatieven om daadwerkelijk na te gaan wat mensen downloaden, om zo de wet te kunnen handhaven. Eens dit pad bewandeld wordt, staat de poort open voor verdere inbreuk op privacy. Kortom, er lijken meer bezwaren tegen het downloadverbod te zijn, dan dat dit initiatief oplossingen biedt.

4 “Internettax”

4.1 Een milder alternatief

Nu er geconstateerd is dat een downloadverbod instellen een lastig zaak zal blijken in de praktijk, is het interessant om te kijken naar een mogelijk alternatief: een “internettax” ofwel een thuishoofheffing op internetabonnementen. Juist door de twijfel die bestaat omtrent het verband tussen downloaden en de teruglopende verkopen, lijkt een thuishoofheffing een mildere oplossing voor het vermeende probleem. Ook hierbij speelt privacy een grote rol.

4.2 Thuishoofheffing voor iedereen

De thuishoofheffing zoals deze reeds bestaat, geldt voor lege geluids- en data-dragers zoals CD's. Er zijn plannen om deze thuishoofheffing door te voeren voor harddisks en mp3-spelers, omdat deze veelal de CD vervangen als opslagmiddel voor muziek en films. De achterliggende gedachte is dat deze meer gebruikt zullen worden voor het maken van kopieën voor eigen gebruik. Wanneer het maken van kopieën voor eigen gebruik nader bekeken wordt, dan wordt duidelijk dat het merendeel van het materiaal hiervoor afkomstig is van het internet. Daarmee lijkt het een logische stap om de thuishoofheffing toe te passen op internetabonnementen.

Juist nu het moeilijk blijkt in te schatten wat de geleden schade is door downloaden, wordt het interessant te kijken wat dit voorgestelde alternatief op het download verbod dan zou kunnen opleveren. In Juni 2010 waren er in Nederland 6.245.000 internetaansluitingen. Wanneer we uitgaan van een heffing van 2,50 euro per maand op een gemiddeld abonnement, levert dit op jaar basis het volgende op:

$$2,5 \text{ euro} \times 6.245.000 \times 12 \text{ maanden} = 187.350.000 \text{ euro}$$

Dit is aanzienlijk meer dan omzetsdaling van de entertainment industrie in 2010, ten opzichte van 2009. Als we de in hoofdstuk 2 genoemde extra factoren die bijgedragen hebben aan de omzetsdaling meenemen, dan blijkt deze thuishoofheffing fors aan de hoge kant. Een bedrag van 1,50 euro leidt tot een opbrengst van 112 miljoen euro op jaarbasis en kan als zodanig meer dan genoeg compensatie bieden in zelfs de meest pessimistische scenarios die stichting BREIN en de NVPI schetsen.

4.3 Bezwaarlijke zaken

Het leidt geen twijfel dat de hierboven voorgestelde “internettax” zal zorgen voor een storm aan bezwaren van diverse partijen en vertegenwoordigers uit de entertainment wereld, de juridische hoek en uiteraard de consument zelf. Ook is dit koren op de molen van organisaties die strijden voor vrijheid en privacy op het internet. In het kort zullen enkele mogelijke bezwaren genoemd worden.

4.3.1 Het bezwaar van de uitzondering

De werkelijke cijfers omtrent het aantal illegale downloaders in Nederland zijn lastig te bepalen. Maar zelfs als er uitgegaan wordt van een zeer brede verspreiding van het probleem, zullen er zeker ook mensen zijn die niet onbetaald downloaden. Het lijkt dan ook oneerlijk deze internetgebruikers te belasten voor iets waar zij geen deel aan hebben. De vraag is of deze uitzondering kwantitatief dusdanig klein is dat het te verwaarlozen is.

Als argument hiervoor zou gesteld kunnen worden dat er in het huidige systeem ook individueën bestaan die lege CD-R's kopen die *niet* gebruikt worden voor het maken van kopieën voor eigen gebruik. Voorbeelden hiervan zijn het gebruik van CD-R's voor het fabriceren van geluidsdragers met eigen werk. Aangezien de voorgestelde "internettax" evenzeer een compensatie genoemd kan worden voor het maken van kopieën voor eigen gebruik, kunnen ook daar de uitzonderingen genegeerd worden.

4.3.2 Legalisering van auteursrechteninbreuk

Een ander bezwaar tegen een heffing op internetabonnementen is dat daarmee het signaal wordt afgegeven dat het downloaden en verspreiden van auteursrechtelijk beschermd materiaal niet alleen gedoogd maar ook geaccepteerd wordt. Dit zou kunnen leiden tot een sterke groei in het onbetaald downloaden, wat weer een grotere omzetsdaling tot gevolg heeft. Men zou kunnen stellen dat deze ontwikkeling toch al onomkeerbaar is en een nieuw compensatiemodel onvermijdelijk is.

4.3.3 Verdeelsleutel

Een van de grootste problemen die een heffing op internetabonnementen met zich mee brengt, is die van de praktische uitvoering. Het innen van de heffing zal niet veel om handen hebben, de verdeling daarentegen wordt lastig. BUMA/STEMRA is in Nederland als vertegenwoordiger van auteursrechthebbers de aangewezen partij om voor de verdeling van de geïnde gelden zorg te dragen. Bij de rechtenafdracht zoals die nu bestaat, gebeurt dit op basis van "playlists" die door radio- en tv-stations, en podia worden doorgegeven aan de BUMA. Bij downloads is echter moeilijk na te gaan hoe vaak bepaalde werken zijn gedownload. Ook hierbij komen we weer terug bij het meest bezwaarlijke aspect van elke vorm van "ordehandhaving" op het internet:

4.4 Privacy: deel 2

Een mogelijke oplossing zou liggen in het verplicht laten bijhouden van downloadlijsten door sites als *thepiratebay.org*. De vraag is hoe effectief dit zal zijn met het dynamische karakter van het internet. Een andere oplossing zou kunnen bestaan uit het voorzien van auteursrechtelijk beschermde werken van een gestandaardiseerd watermerk. Dit watermerk zou dan "gevolgd" moeten worden door internet service providers. Bij beide oplossingen komt mogelijkwel

de privacy van burgers in gevaar. Hierbij kan wel aangevoerd worden dat het bijhouden van downloadlijsten volledig anoniem plaats kan vinden. Er hoeft geen persoonlijke informatie, zoals IP-adressen, opgeslagen te worden. Enkel de aantallen downloads per artikel (muziektrack, film, game, etcetera) zijn relevant. Dit lijkt op het eerste gezicht in ieder geval een aanzienlijk kleinere inbreuk dan het downloadverbod met zich mee zou brengen. Watermerken van materiaal, en dat bijhouden, is een heel andere zaak. Hierbij wordt ook het verkeer van internetgebruikers op diep niveau geïnspecteerd om erachter te kunnen komen wat zij downloaden. Dit is vergelijkbaar met de - tevens ter discussie staande - “tracking cookies” van sites als Google en Facebook. Dit is waarschijnlijk geen weg die we in willen slaan, want ook hierbij staat de weg open naar een gecontroleerd - en daardoor mogelijk gecensureerd - internet.

5 Conclusie

Op de achtergrond van de snelle technologische ontwikkelingen worstelt de entertainment industrie om winst te halen uit verouderde businessmodellen. In hoeverre dit komt door de mogelijkheden die breedband internet biedt voor het al dan niet legaal delen van auteursrechtelijk beschermd materiaal, is lastig te duiden. Het is in ieder geval duidelijk dat de omzet steeds meer daalt en er wordt hard gezocht naar oplossingen om dit tegen te gaan of te compenseren.

Het downloadverbod zoals voorgesteld door staatssecretaris Teeven, kan op weinig ondersteuning rekenen, zowel binnen de politiek als onder de rechthebbers. Het zorgt ook voor niet reconcilieerbare vraagstukken met betrekking tot privacy. In dat licht biedt een verbreding van de thuiskopieheffing naar internetabonnementen een alternatief. Om dit mogelijk te maken zullen er eerst enkele zaken nader onderzocht moeten worden. Om te beginnen is onderzoek naar de werkelijke downloadcijfers nodig om te bepalen in hoeverre een heffing gerechtvaardigd is. Daarnaast is het ontwikkelen van de juiste technologische gereedschappen nodig, om tot een goede verdeelsleutel te komen van de verworven inkomsten. Het gebruiken van watermerken in combinatie met het analyseren van dataverkeer door internet providers zou hierbij een goede oplossing kunnen bieden. Maar ook hierbij is privacy het voornaamste struikelblok.

Referenties

- [1] Nederlands Uitgeversverbond. ‘Tweede kamer voor downloaden uit illegale bron’. <http://www.nuv.nl/nieuws/ezjz-nieuws/tweede-kamer-voor-downloaden-uit-illegale-bron.131254.lynkx>, December 2011.
- [2] Tweakers.net. ‘Artiesten overhandigen kamer petitie tegen downloadverbod’. <http://tweakers.net/nieuws/78422/artiesten-overhandigen-kamer-petitie-tegen-downloadverbod.html>, November 2011.
- [3] NVPI. ‘Marktinformatie’. <http://www.nvpi.nl/marktinformatie>, 2011.
- [4] Bart W. Schermer and Martine Wubben. *Feiten om te delen* (Considerati, 2011).
- [5] Martin Peitz and Patrick Waelbroeck. ‘The effect of internet piracy on cd sales: Cross-section evidence’. *CESifo Working Paper Series*, Januari 2004.
- [6] CBS. ‘Gemiddeld inkomen; particuliere huishoudens naar diverse kenmerken’. <http://statline.cbs.nl/statweb/>, December 2011.
- [7] HBD. ‘Prognose economie: detailhandel totaal’. <http://www.hbd.nl/>, December 2011.
- [8] Chris Anderson. ‘The long tail’. <http://www.wired.com/wired/archive/12.10/tail.html>, Oktober 2004.
- [9] Jordi McKenzie. ‘Illegal music downloading and its impact on legitimate sales: Australian empirical evidence’. *Australian Economic Papers*, pages 296–307, December 2009.
- [10] BREIN. ‘Schade’. <http://www.anti-piracy.nl/schade.php>, 2011.
- [11] Martin Peitz and Patrick Waelbroeck. ‘Why the music industry may gain from free downloading he role of sampling’. *International Journal of Industrial Organization*, 24(5):907–913, September 2006.
- [12] BREIN. ‘Brein samenvatting van algemeen overleg tweede kamer 30.11.11 over speerpunten auteursrechtbeleid’. <http://www.anti-piracy.nl/nieuws.php?id=239>, November 2011.
- [13] Mark van der Heijden. ‘Strafbaarstelling van downloaden?’ Master’s thesis, Universiteit van Tilburg, 2011.
- [14] Rijksoverheid. ‘Deep packet inspection: Privacy mag niet in het geding zijn’. <http://www.rijksoverheid.nl/nieuws/2011/06/30/deep-packet-inspection-privacy-mag-niet-in-het-geding-zijn.html>, Juni 2011.
- [15] Tweakers.net. ‘deep packet inspection’ geschrapt uit rapport downloadverbod’. <http://tweakers.net/nieuws/66792/deep-packet-inspection-geschrapt-uit-rapport-downloadverbod.html>, April 2010.