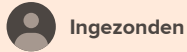


We vragen u enkel voor persoonlijk gebruik onze content te kopiëren. Het delen van deze content met anderen is niet toegestaan © Het Financieele Dagblad 2023.

Brieven van lezers



Ingezonden

FD-lezers verwonderen zich deze week over de rekenmeesters van het ministerie van Financiën en onderzoeken het businessmodel van juicekanalen.



Yvonne Coldeweijer van juicekanaal 'Life of Yvonne' verlaat de rechtbank.
Foto: Ramon van Flymen/ANP

Pak juicekanalen waar het pijn doet

Juicekanalen zijn populairder dan ooit. Sommige harken jaarlijks zescijferige bedragen bij elkaar. De keerzijde is dat al dat geld wordt verdiend met grove schendingen van de privacy van bekende Nederlanders.

De eerste rechtszaak tegen roddelkoningin Yvonne Coldeweijer ging over de belangwekkende vraag of een zangeres afslankpillen gebruikt zou hebben. Feitelijk onjuist, oordeelde de rechter, dus dat moest Coldeweijer rectificeren. Maar in pr-termen was Coldeweijer de grote winnaar: zo'n rectificatie genereert zelf ook weer talloze views en likes.

Met alleen een tik op de vingers bereik je dus niets. Zo vroeg Coldeweijer onlangs ongeneemd of er misschien 'spionnen' in het VU-ziekenhuis rondliepen die haar meer konden vertellen over de ziekenhuisopname van een tv-commentator.

Sommige juicekanalen zien de rechtszaken zélf als verdienmodel. Zo hielden Jan Roos en Dennis Schouten een crowdfunding-actie om hun slepende rechtszaak tegen rapper Famke Louise te financieren. In enkele dagen werd bijna €40.000 opgehaald. Het restant verdween in 'de oorlogskas voor de volgende zaak', aldus Roos. Ook Coldeweijer riep haar volgers op een 'donatie' te doen voor haar rechtszaak tegen Rachel Hazes. Hoeveel ze ophaalde hield ze wijselijk voor zichzelf.

Het staat iedereen vrij om financiële hulp van anderen te vragen om zich te kunnen verdedigen in een rechtszaak. Het punt is dat juicekanalen zich niets lijken aan te trekken van de dreiging van een rechtszaak. Of een publicatie nu wel of niet over het randje is, het staat meestal vast dat de rechtszaak veel extra inkomsten zal opleveren. Rechtszaken over privacy worden zo een businessmodel. Valt daar dan niets aan te doen?

'Het punt is dat juicekanalen zich niets lijken aan te trekken van de dreiging van een rechtszaak'

Een financiële schadeclaim door middel van een bodemprocedure is een voor de hand liggende manier om juicekanalen tot de orde te roepen. Slachtoffers zouden een beroep kunnen doen op het wetsartikel over 'ongerechtvaardigde verrijking' (artikel 6:212 Burgerlijk Wetboek). Daarin is bepaald dat degene die ongerechtvaardigd is verrijkt ten koste van een ander, verplicht is de schade van het slachtoffer te vergoeden tot het bedrag van de verrijking. Het is geen gelopen race of de rechter de crowdfunding als ongerechtvaardigde verrijking beschouwt, maar het is het proberen waard.

Ook kan de rechter schade begroten door middel van afdracht van onterecht behaalde winst (artikel 6:104 BW). De af te dragen winst is gedefinieerd als ieder financieel voordeel dat schadeveroorzakende partij daarvan heeft genoten. Als het slachtoffer aannemelijk kan maken dat de publicatie schadelijk was, hoeft hij of zij geen concrete schade te bewijzen. Ook langs deze weg kan de crowdfunding mogelijk worden afgeroomd. Nogmaals, wie niet waagt, die niet wint.

Zonder financieel risico loont het voor juicekanalen om de reputatie van een ander door het slijk te halen en vervolgens daarover een kort geding te verliezen. Raak ze daarom waar het pijn doet: in hun portemonnee.

Noor Dings, advocaat, Amsterdam