



e
eco

Hij verdient bijna niks aan Spotify

Spotify gaat naar de beurs.
De streamingdienst heeft de
muziekindustrie veranderd.

Muziekdienst Spotify krijgt komende week een beursnotering in New York.

Het bedrijf haalt geen nieuw kapitaal op, maar maakt een deel van de reeds uitstaande aandelen verhandelbaar.

MUZEKDIENST

Spotify: rijp voor de beurs maar nog lang niet **volwassen**

Spotify versloeg de illegale downloads en gaat naar de beurs. Vooral de platenindustrie profiteert van streaming muziek, niet de artiest.

Door onze redacteur

Marc Hijink

Een vraagje, aan een willekeurige klas met UvA-studenten: „Wie van jullie gebruikt er Spotify?” Vijftien van de twintig steken hun hand op. Ze luisteren ook muziek via YouTube en vrijwel niemand neemt nog de moeite om illegaal muziek te downloaden. Mp3, ooit hét formaat om muziek uit te wisselen via ruilnetwerken, is alweer net zo achterhaald als de audiocassette.

De streamingmarkt groeide in het kielzog van de smartphone en mobiel internet: continu toegang tot 35 miljoen liedjes, op al je apparaten. Die formule werd in 2006 verzonnen door Spotify, het Zweedse bedrijf dat komende week een beursnotering op de New York Stock Exchange krijgt. Spotify telt volgens het prospectus 71 miljoen betalende gebruikers en 92 miljoen mensen die gebruik maken van de gratis versie met advertenties. De gemiddelde gebruiker luistert 25 uur per maand naar online muziek.

Voor de platenindustrie profiteert

De beurswaarde van Spotify bedraagt zo'n 20 miljard euro. Dat maakt de twee Zweedse oprichters, Daniel Ek en Martin Lorentzon, miljardair. Ook drie grote platenmaatschappijen hebben, in ruil voor gebruik van hun licenties, aandelenpakketten in Spotify. Sony Music is de grootste met een belang van 5,7 procent.

Het zijn vooral de platenmaatschappijen die profiteren van de muziekstreams. Spotify betaalde hun tot nu toe 8 miljard euro aan licenties uit, waarmee in 2015 een einde kwam aan de omzetsdaling die sinds 1999 de muziekindustrie trof.

Van elk tientje per maand dat abonnees betalen blijft gemiddeld zo'n 5 euro over. Vrijwel alle omzet gaat nu op aan licentiekosten. Er is een risico: als platenmaatschappijen hun aandeel in Spotify na de beursgang afbouwen, bestaat de kans dat ze Spotify in de toekomst nog meer voor hun licenties zullen vragen.

Een klein gedeelte van de uitbetalingen komt terecht bij de componisten en makers. De Nederlandse cijfers: Buma/Stemra, dat de auteursrechten voor componisten en mechanische rechten (voor reproductie van muziek) int, haalde in 2017 zo'n 17 miljoen euro uit online inkomsten (voorlopige schatting). De platenlabels, verenigd in de NVPI, verdienen in 2017 naar schatting 110 miljoen euro aan online muziekdiensten.

Nieuwe muziek ontdekken

Spotify mag dan rijp zijn om naar de beurs te gaan, het verdienmodel is nog niet volwassen. Spotify haalde in 2017 een omzet van 4 miljard euro en leed een verlies van 1,2 miljard. De primaire missie van het bedrijf - „een miljoen artiesten de mogelijkheid bieden om van hun creatieve werk te kunnen leven” - is nog ver buiten bereik. Bekende artiesten zijn de enige die noemenswaardige inkomsten uit streamingdiensten halen. Het is de top

Mede dankzij Spotify is mp3, ooit hét formaat om muziek uit te wisselen via ruilnetwerken, alweer net zo achterhaald als de audiocassette

van de piramide die verreweg het meeste geld verdient en dat gaat ten koste van 'middenmoters' en een grote onderlaag aan onbekende liedjesschrijvers en muzikanten.

Jimmy Iovine, baas van het concurrerende Apple Music (38 miljoen leden) omschreef dat verschijnsel in een gesprek met muziekblad *Billboard*: „Door het toevoegen van miljoenen abonnees worden de liedjes uit oude catalogussen vaker afgespeeld, maar dat is geen bestendig model.”

Als mensen alleen maar gouwe ouwe en bekende hits luisteren, kunnen ze zich af gaan vragen waarom ze een tientje per maand betalen voor 35 miljoen liedjes. Spotify legt de nadruk op het ontdekken van nieuwe artiesten, via afspeellijsten die bestaande en nieuwe muziek combineren. Dat werkt: het percentage opzeggings ligt rond de 5 procent per maand, jaarlijks groeit het aantal nieuwe gebruikers met 47 procent. Met dat tempo houdt Spotify Apple Music, de nummer twee, voorlopig op afstand.

Spotify definieert zijn potentiële markt als 3,6 miljard internetgebruikers en 1,2 miljard smartphonegebruikers. Op die schaal is een klantenkring van 71 miljoen betalende gebruikers nog bescheiden.

Azië is een groeiemarkt: de laatste investeerder die voor de beursgang instapte was Tencent, het Chinese techbedrijf dat eigenaar is van WeChat. Spotify kreeg in ruil een minderheidsaandeel in Tencent en verwerft daarmee ruimte om de enorme Chinese muziekmarkt te veroveren.

Een regenboog van rechten

In de VS hangt Spotify een claim van rechtenorganisatie Wixen boven het hoofd. Die eist 1,6 miljard dollar schadevergoeding omdat Spotify verzuimde mechanische rechten af te dragen.

Volgens Mauritz Kop, juridisch specialist van Muziekenrecht.nl, lijkt het erop dat Spotify te veel haast had om de belangrijke Amerikaanse markt te betreden. „Een dienst als Deezer heeft het beter aangepakt en regelde alle licenties van tevoren, per land. Het gaat er als muziekdienst om dat je alle benodigde rechten per territorium binnenhaalt, voordat je internationaal uitbreidt.”

De mechanische rechten zijn in Nederland geregeld via Buma/Stemra maar ook hier is de situatie complex, zegt Kop: „We hebben te maken met een regenboog van rechtenlagen. Buma/Stemra alleen al onderscheidt 23 soorten rechten waarvoor een vergoeding dient te worden betaald.”

Perfect is het niet, dat Spotify-model, beaamt Kop. „Maar het is beter dan wat we hadden, in de hoogtijdagen van illegale downloads.”

Met diensten als Spotify weet je als artiest in ieder geval wie je fans zijn, en is het mogelijk om gericht nieuw publiek te interesseren voor optredens. Al betaalt Spotify weinig per stream, het levert nog altijd meer op dan YouTube. En de belangrijkste winst: een generatie luisteraars die het raar noch bijzonder vindt om te betalen voor muziek.



SMIB

Myrto Semmoh (24)

Meest beluisterde nummer:

Pink Hair Shawty (268.518 keer)

Aantal luisteraars per maand:

9.950

„Spotify is de snelweg, wij zijn de auto's die erop rijden.” De 24-jarige Myrto Semmoh vertelt over hiphoplabe SMIB, een collectief van verschillende artiesten die verbonden zijn door hun roots in de 'Bims' (de Amsterdamse Bijlmer). Ze hebben eigen kledinglijnen, SUMIBU en Smibsaland, en mediaplatform Smbanese dat het 'mibanese woordenboek' lanceerde. Maar: „Muziek is de drijvende kracht achter wat wij doen”, zegt Semmoh. „Als Spotify die markt bepaalt, dan zijn wij daar.” SMIB verdient geen bedragen „om van te kunnen leven” maar bereikt zo internationale fans. „Veel luisteraars in Polen, we begrijpen zelf ook niet hoe.” SMIB ontstond in 2014, in het Soundcloud-tijdperk. „Soundcloud gebruiken we nog steeds, daar zit onze scene en daar kun je wat makkelijker iets uitproberen.” Bij Spotify moet je rekening houden met *politics*, zegt Semmoh. „Muzieklabels praten met de mensen die afspeellijsten maken om hun eigen artiesten erin te krijgen. Maar die lijstenmakers willen tracks die populair zijn, dus wij gaan uit van onze eigen kracht. Het moet organisch gaan.”



Country Wilma

Wilma Roos (66)

Meest beluisterde nummer:

Country Queen (3.184 keer)

Aantal luisteraars per maand:

94

„Mijn kapster zei: ik heb je liedjes gedownload op Spotify.” Wilma Roos, 66 jaar, is „super trots” dat ze te vinden is op het platform, maar heeft er zelf geen aandeel in gehad. „Een fan moet me erop hebben gezet.” Ze verdient er zelf dus niks aan, maar heeft daar ook geen hoge verwachtingen van. Via muziekrechtenorganisaties Sena en Norma krijgt ze ongeveer 120 euro per jaar. Roos zit niet bij een platenmaatschappij: „Die gaan niet in mijn muziek investeren. Ik maak countrymuziek met een beat, 'het is vlees noch vis', zeggen ze dan. Geen duidelijk genre.” Toch stond Country Wilma in 2017 nog bij de Toppers op het podium, twee keer voor 70.000 man. Over een half jaar wil ze met DJ Tiësto een nieuwe plaat uitbrengen, als ze het financieel geregeld krijgt. „Maar als je iets wil, moet je het doen.” Roos heeft zich naar eigen zeggen te veel laten sturen door managers en producers, die haar bijvoorbeeld smartlappen lieten zingen. „Mijn hart ligt bij dance. Die plaat met Tiësto maak ik met eigen geld, dan kan ik het zelf bepalen. Misschien ga ik dit weekend toch nog eens naar dat Spotify kijken.”



Soulszangeres Shirma Rouse.

FOTO ROBIN UTRECHT / HOLLANDE HOOGTE

Shirma Rouse (38)

Meest beluisterde nummer:

Imagine - Voice of Holland (83.865 keer)

Aantal luisteraars per maand:

3.048

Ze kan er weleens „lekker van uit eten”, maar rijk wordt soulszangeres Shirma Rouse niet van Spotify. Toch is ze enthousiast over het platform: „Je kunt het op allerlei manieren inzetten. Ik gebruik het ook in mijn zanglessen. Alle nummers onder één knop, fantastisch.” In Nederland zit Rouse niet bij een

platenlabel. Door Spotify is de drempel voor haar lager om nieuwe muziek uit te brengen, want in plaats van een heel album kun je veel makkelijker singles uitbrengen. Nu de cd-verkoop zo is ingezakt worden optredens steeds belangrijker. „Grote Nederlandse artiesten verkochten vroeger een half miljoen platen, nu mogen ze blij zijn met 60.000. Zij hebben wel veel streams, maar dat levert een stuk minder op.”

Simoon Hermus

