

Hoe streaming de muziekindustrie verandert

Door Frank Janssen

Streaming heeft de muziekmarkt gemondialiseerd. Independents bedienen de wereld met hun artiesten en repertoire op uiteenlopende streaming platforms. Streaming heeft daarmee ook invloed op het marketing- en promotiebeleid, op A&R en zelfs op de manier waarop composities worden gemaakt. Positief effect is dat streaming bijdraagt aan de groei van de wereldwijde muziekmarkt, waardoor er ook meer geïnvesteerd kan worden in talentontwikkeling.

Streaming is de dominante factor geworden als het gaat om de exploitatie van muziek. Naast de omzet uit de verkoop van downloads, cd en vinyl, komt het overgrote deel van de 'sales omzet' voornamelijk uit streaming. Belangrijke vraag van labels, managers en artiesten is of de huidige vergoeding vanuit streaming platforms voldoende is en of de manier van afrekenen aan vernieuwing toe is. Deezer kijkt bijvoorbeeld naar een andere manier van het uitbetalen aan rechthebbenden. Zij testen het zogeheten 'user centric payment'-systeem, waarbij het vooralsnog nog onduidelijk is wat dit precies betekent voor artiesten en labels wat daar precies de financiële impact van zal zijn.

Onbegrensde groei

De stelling dat de wereldwijde streamingmarkt blijft groeien, zal weinig weerstand opleveren. De vraag is alleen op welke manier de streamingmarkt voor independents labels blijft groeien. Hoe verloopt de groei van het aantal gebruikers in bestaande markten? Welke nieuwe markten komen er op korte termijn bij waar nu dan wel betaald gaat worden voor het gebruik van muziek? Groeit het aantal streamingdiensten nog? Of groeit het gebruik doordat we straks naast de smartphone en smartspeakers echt overal gebruik kunnen maken van streaming diensten? Welke innovaties zullen de platformen de komende jaren lanceren om muziekgebruik te stimuleren? Wat daarnaast het effect zal zijn van de zogeheten Copyright Directive (Artikel 17), die het komend jaar ook in Nederland in de Tweede Kamer besproken zal gaan worden en tot wetgeving moet leiden, is nog ongewis. Maar ongetwijfeld zijn al deze elementen belangrijk in de verdere groei van de betaalde streaming muziekmarkt.

34 miljoen

Om enig helder perspectief van de omvang en impact van streaming op de independent muziekmarkt te krijgen, zijn cijfers van groot belang. Op het moment van schrijven zijn de omzetcijfers van 2019 nog niet bekend, maar dat het afgelopen jaar opnieuw een groei zal laten zien ten opzichte van 2018 staat wel vast. En dat die groei vooral te danken is aan het succes van streaming staat eveneens vast. In 2018 steeg de totale omzet van de Nederlandse muziekindustrie, majors en independents vertegenwoordigd door de brancheorganisatie NVPI, in ieder geval nog met 5,5% naar een totaal van 179,8 miljoen euro. Het aandeel streaming daarin bedroeg in 2018 al 71,5%.

Het internationale onderzoeksbureau MIDiA Research waarmee Worldwide Independent Network (WIN) samenwerkt voor de samenstelling van het jaarlijks WINTEL cijferrapport, heeft recent de meest actuele cijfers gepubliceerd. STOMP, de Nederlandse brancheorganisatie voor independents, maakt deel uit van het WIN collectief. Volgens MIDiA Research, telden de verschillende streamingdiensten eind juni 2019 wereldwijd zo'n 305 miljoen muziekabonnees. Een stijging van 34 miljoen ten opzichte van eind 2018. De groei gemeten over een heel jaar van juni 2018 tot juni 2019 bedroeg 69 miljoen. Exact hetzelfde aantal als het jaar daarvoor.

Marktleider

Spotify blijft marktleider met 108 miljoen abonnees, waardoor het een wereldwijd marktaandeel heeft van 35,6%. Overigens is het marktaandeel van Spotify daarmee gelijk gebleven aan de twee voorgaande jaren. Dat betekent dat Spotify in een steeds competitievere markt met nieuwe toetreders in hetzelfde tempo blijft groeien als de totale markt.

Het marktaandeel van zowel Apple Music als Amazon is gegroeid, met de kanttekening dat de snelheid van de groei afneemt. Eind 2017 had Amazon wereldwijd een marktaandeel van 11,4% en eind juni 2019 was dit gegroeid naar 12,6%. Apple ging in dezelfde periode van 17,3% naar 18%.

Vanzelfsprekend zijn er grote regionale verschillen. Waar Spotify vooral dominant is in Europa komt het marktaandeel van Apple in de Verenigde Staten eind 2018 tot 31,7%.

Google en de rest

Groei is ook te zien bij YouTube Music; het marktaandeel groeide van 3% eind 2017 tot 5,3% in het tweede kwartaal van 2019. Met de winst van marktaandeel van deze 'grote vier', kan het niet anders dan dat andere streaming diensten marktaandeel hebben moeten inleveren. Het aandeel van de overige diensten daalde van 32,8% eind 2017 tot 28,4% medio 2019. Dit betekent natuurlijk niet dat al deze diensten abonnees hebben verloren. De meeste diensten zagen het aantal abonnees wel

stijgen, alleen minder hard dan bij de grote spelers. Van de andere diensten zijn de meeste grote spelers sterk op de interne markt zoals Tencent (31 miljoen - China), Pandora (7,1 miljoen - VS) MeLOn (5,3 miljoen - Zuid-Korea) en is Deezer nu de enige andere wereldwijde speler van significante omvang.

2020 and beyond

2020 wordt volgens MIDiA Research een vergelijkbaar jaar met 2019, maar met een paar belangrijke verschillen. Belangrijke westerse markten zoals Amerika en Engeland zullen waarschijnlijk vertragen in groei. Opkomende markten zullen juist sneller groeien dan de totale markt. Hierdoor kan het marktaandeel verschuiven naar sommige regionale spelers. Denk hierbij bijvoorbeeld Tencent op de Chinese markt, waar nog een enorm potentieel ligt. Bytedance (o.a. TikTok) zou een nieuwe dynamiek in opkomende markten kunnen creëren met zijn aanstaande streamingdienst. Westerse rechthebbenden kijken met betrekking tot Azië nu vooral naar India en Indonesië. In 2019 startte Spotify immers op de Indiaanse markt met een abonnementsprijs van 1 dollar per maand.