

'LABELS DOEN ALSOF ER NIETS VERANDERD IS'

STREAMINGINKOMSTEN ARTIESTEN

"De consument heeft de streamingdiensten omarmd," zegt Paul Solleveld, Director Legal & Public Affairs van de NVPI. Veel muzikanten lijken minder gelukkig. Het bezwaar: lage royalty's, berekend over onduidelijke netto-inkomsten. Cijfers en bevindingen van juristen lijken dat beeld te bevestigen.

Door Jeroen Akkermans

'Life is but a stream', luidt een van de kopjes in het laatste rapport van media- en onderzoeksbureau Nielsen over digitale muziekconsumptie in de VS. Het bureau overdrijft, maar stipt wel een niet te missen trend aan. De Amerikaanse muziekconsument streamde in de eerste helft van 2016 via audio- en videoplatforms 209 miljard songs, een toename van 59 procent ten opzichte van dezelfde periode in 2015. Audio on-demand streams zijn zelfs met 97 procent gegroeid en maken nu 54 procent uit van het totale aantal streams. "In the past year we have seen a continued shift in the music industry from a buying model to a streaming model," zegt David Bakula, senior vice president van Nielsen.

Ook in Nederland wint streaming aan populariteit. Volgens cijfers van de NVPI, de Nederlandse branchevereniging van de entertainmentindustrie, bedroeg de totale omzet van de Nederlandse muziekindustrie in 2015 € 136.900.000. Streaming was hierin goed voor € 61.300.000, ongeveer 44,8 procent van de totale omzet. Ter

vergelijking: in 2013 besloeg dat aandeel nog een krappe 30 procent. "De consument heeft de streamingdiensten omarmd," aldus Paul Solleveld, Director Legal & Public Affairs.

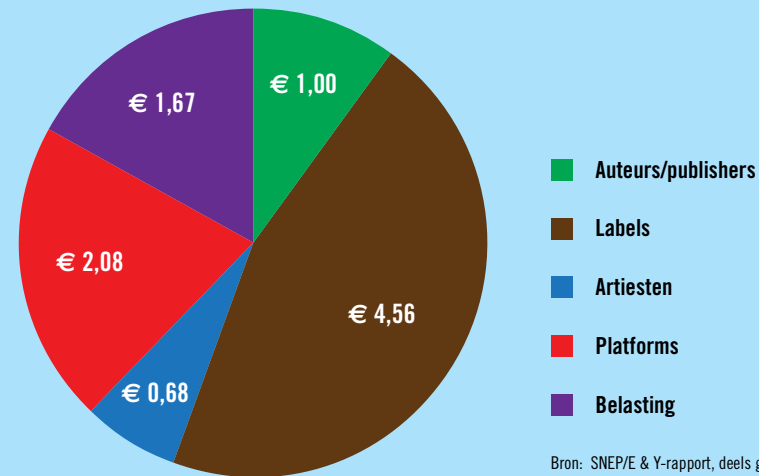
Veel artiesten lijken minder enthousiast. Het hoofdbezwaar werd verwoord door David Byrne in 2015 in een opiniestuk in de New York Times: "We horen al te vaak verhalen over populaire artiesten (even populair als Pharrell Williams) die schamele royaltyafrekeningen krijgen voor songs die (zoals 'Happy') duizenden of zelfs miljoenen keren op Pandora of Spotify zijn gestreamd. En voor minder bekende artiesten is de situatie uiteraard nog veel triester. Voor hen lijkt het onmogelijk om in dit nieuwe muzieklandschap nog hun brood te verdienen." Het zijn volgens Byrne de platenmaatschappijen die verantwoordelijk zijn voor de lage royalty's. "Wat we wel weten is dat zo'n 70 procent van het geld dat een luisteraar betaalt aan Spotify (dat – eerlijk is eerlijk – heeft geprobeerd het ondoorzichtige betalingssysteem te

verhelderen) naar de rechthebbenden gaat. Meestal zijn dit de labels, die de grootste rol spelen bij de vaststelling hoeveel artiesten betaald krijgen." Byrne stelt – overigens zonder rapporten of bronnen te noemen – dat artiesten gemiddeld zo'n 15 procent opstrijken van wat de labels ontvangen. Dat is volgens hem niet te billijken. "Dit zou misschien logisch zijn als het streamen van muziek gepaard ging met fabricage-, breuk- en andere fysieke kosten die het label moest terugverdienen, maar dat is niet zo."

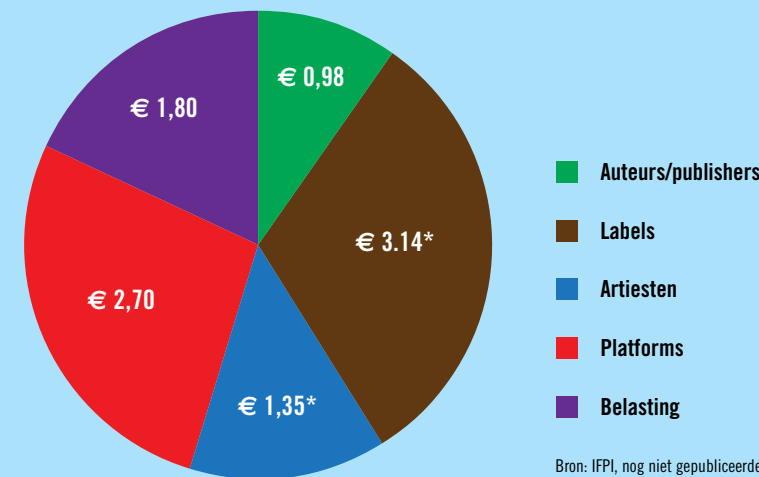
ONDUIDELIJKE NETTO-INKOMSTEN

De 15 procent van Byrne lijkt iets te hoog ingeschat. Volgens een onderzoek van Ernst & Young en het Syndicat National de l'Édition Phonographique (SNEP), een stichting die de belangen van de Franse muziekindustrie behartigt, gaat van elke € 9.99 die de streamende Franse luisteraar maandelijks betaalt, € 6.24 naar de rechthebbenden (zie kader). Na aftrek van betalingen aan auteurs en publishers – ongeveer € 1 – resteert grofweg € 5.24

VERDELING VAN € 9.99 AAN STREAMINGINKOMSTEN OVER DE RECHTHEBBENDEN VOLGENS CIJFERS VAN SNEP EN DE IFPI



Bron: SNEP/E & Y-rapport, deels gepubliceerd door Music Business Worldwide in 2015



Bron: IFPI, nog niet gepubliceerde cijfers

*Het netto-inkomen voor labels is € 0,53, het brutobedrag voor artiesten € 1,35. Bruto, aldus Solleveld, want volgens afspraak kan een deel van de opnamekosten worden verrekend met voorschotten. Andere kosten worden, voor zover Solleveld kan beoordelen, niet verrekend.

voor de labels en artiesten. De artiesten krijgen hiervan gemiddeld € 0,68: zo'n 13 procent van € 5.24. De adder zit hem in de berekening over de netto-inkomsten van de labels en de digitale platforms. De winstmarge is volgens SNEP zo'n 5 procent. Van de € 5.24 blijft netto € 0,26 over voor de labels, beweert men. Dat zou betekenen dat de netto-inkomsten voor labels en artiesten € 0,94 bedragen. Anders gezegd: labels houden 28 procent van de netto-inkomsten, artiesten ontvangen 72 procent. Nog niet gepubliceerde gegevens van de International Federation of the Phonographic Industry (IFPI), lijken dat cijferbeeld te bevestigen (zie kader). Het netto-inkomen voor labels is € 0,53, het brutobedrag voor artiesten € 1,35. Bruto, aldus Solleveld, want volgens afspraak kan een deel van de opnamekosten worden verrekend met voorschotten. Andere kosten worden, voor zover Solleveld kan beoordelen, niet verrekend.

De voor de hand liggende vraag bij deze cijfers is: zijn de winstmarges voor de labels echt zo laag? Nee, zegt Byrne, en met hem vele anderen, want fabricage-, breuk- en andere fysieke kosten die het label moet terugverdienen ontbreken in de digitale wereld. Alleen bij nieuwe releases met productie- en marketingkosten zijn in eerste instantie lage winstmarges plausibel – en de meeste gestreamde songs behoren tot catalogi. Volgens Byrne doen de labels maar wat. "In vergelijking met de vinyl- en cd-productie levert streaming de labels ongelooflijk hoge marges op, maar ze doen alsof er niets veranderd is."

Solleveld vindt daarentegen dat de kosten wel gerechtvaardigd zijn.

'LABELS HEBBEN VRIJ
SPEL OM IETS IN AFTREK
TE BRENGEN'

“Denk aan het investeren in creativiteit (artiesten ontdekken, opnemen, voorschotten), het vermarkten van de prestatie en promotie, de sales en distributie (in casu de digitale supply chain) en overhead. De winstmarge voor de platenmaatschappij is dus zo’n 5 procent.”

Onduidelijkheid over nettobedragen waarover royalty’s worden berekend, is niettemin ook het beeld dat oprijst in contracten, zegt Margriet Koedooder, muziek-, entertainment- en media-advocaat bij De Vos & Partners Advocaten N.V. Een royaltypcentage zegt daarom niet zoveel. “Want wat is netto? Dat is meestal niet goed gedefinieerd. Labels hebben vrij spel om iets in aftrek te brengen. De afrekenbasis voor streaming is onduidelijk.” Er ontbreekt volgens Koedooder bij streaming zoiets als de ‘published price to dealer’ (PPD), de prijs die groothandels betalen voor cd’s en platen. “Dat is een duidelijke afrekenbasis waar geen onduidelijke kosten vanaf worden getrokken,” zegt RakenDra Smit, beleidsmedewerker bij de Ntb. De royaltyppercentages in contracten variëren tussen de 12 en 75 procent, zegt Smit. “Maar ze liggen de laatste tijd meestal ver onder de 25 procent; zo’n 11/12 procent komt geregeld voor. Ook valt op dat het netto-bedrag krimpt. De opgave voor de artiest is: een redelijk royaltypcentage bedingen over een duidelijke afrekenbasis. Dat lukt alleen die paar artiesten die sterk staan in de onderhandelingen.” Maar de meeste artiesten hebben weinig onderhandelingsmacht, en ook grote artiesten moeten vaak bakzeil halen, merkt Byrne op.

COLLECTIEF BEHEER

Hoe moet het dan wel? Via een collectieve beheersorganisatie (CBO) bijvoorbeeld, oppert Byrne. Daarin

staat hij niet alleen. Zo schreef Henk Westbroek vorig jaar in Sena Performers Magazine: “Als in een café een werkende jukebox staat, dan worden de uitvoeringsrechten van de uitgekozen liedjes door Sena ook op 50/50 basis onder producenten en muzikanten verdeeld. Bij de digitale jukebox die Spotify heet, is de verdeling van de opbrengsten ineens een stuk minder fair.” Maar collectief beheer op 50/50 basis – zoals ook praktijk is bij radio en tv – is nu niet mogelijk, weet Westbroek. “Omdat Europa collectieve belangenbehartiging van uitvoeringsrechten bij digitale jukeboxen verbodt, worden de platenmaatschappijen nu slapend rijk.”

“De opmars van de playlists bij streamingdiensten pleit eens te meer voor een meer faire verdeling via collectief beheer,” zegt Ntb-directeur en voorzitter van de Sena-sectie Uitvoerende Kunstenaars Erwin Angad-Gaur. Hij maakt zich samen met andere Europese bonden sterk voor aanpassing van EU-wetgeving. “Playlists lijken als twee druppels water op radioprogrammeringen en vallen mogelijk zelfs al onder de huidige wet en het Sena-mandaat.”

Maar Solleveld vindt dat streaming onder het primaire recht moet blijven vallen, analoog aan de cd-verkoop. “On-demand betekent: op ieder gewenst moment, waar dan ook, precies krijgen wat je kiest. Die definitie is ook van toepassing op playlists die mensen maken bij streamingdiensten. De vergelijking met een digitale jukebox gaat niet op: een jukebox staat in een publieke ruimte en een persoon kan een track kiezen om aan de ruimte te laten horen. Dat is beperkt.” Bovendien is het volgens Solleveld belangrijk om de exclusieve rechten te behouden en als individuele artiest te kunnen onderhandelen met producenten over de royalty’s en afrekenbasis. “Collectief

beheer zou de featuring artists en de producenten minder opleveren. Sessiemuzikanten zouden dan meedelen.”

De ‘schade’ voor hoofdartiesten is echter beperkt, zegt Angad-Gaur.

“De meeste hoofdartiesten zouden er fiks op vooruit gaan. Sessiemuzikanten ontvangen gemiddeld 26 procent en hoofdartiesten 73 procent van het muzikantenaandeel in de Sena-opbrengsten. Daarmee incasseren hoofdartiesten 36,5 procent van de totale opbrengsten. Dat percentage zal vrijwel geen enkele artiest weten te bedingen. Bovendien is er met collectief beheer een relatief hoge en vooral heldere afrekenbasis.”

Angad-Gaur vindt dat de Europese wetgever grote rechteneigenaren een monopoliepositie heeft gegeven. “Streamingdiensten kunnen niet zonder hun toestemming ontstaan, terwijl het verkrijgen van goedkeuring van de enorme hoeveelheid rechthebbenden voor veel diensten ondoenlijk is; dat houdt innovatieve startups tegen.” Collectief beheer is volgens Angad-Gaur daarom ook goed nieuws voor de consument. “De platenmaatschappijen hebben nu de macht om innovatieve streamingdiensten de pas af te snijden. Er is daardoor weinig tot geen concurrentie. De reden waarom ook de Consumentenbond onze voorstellen steunt. Waar we naartoe moeten is een markt met duizend bloeiende bloemen én een eerlijke verdeling van opbrengsten.”

‘BIJ DE DIGITALE JUKEBOX DIE SPOTIFY HEET, IS DE VERDELING VAN DE OPBRENGSTEN INEENS EEN STUK MINDER FAIR’