

MUZIEK HEROVERT DE WERELD

Met streaming is de nieuwe Gouden Eeuw voor muziek aangebroken

De muziekwereld bevindt zich wereldwijd in een interessante fase. Een fase waarin muziek voor alles en iedereen altijd en overal beschikbaar is. En met elkaar gedeeld kan worden. Muziek was nog nooit zo divers en veelomvattend aanwezig in het leven van mensen als vandaag de dag. De opkomst van het internet en de social media is zo gezien een zegen voor de muziekindustrie.

Na het tijdperk van de downloads krijgt streaming de laatste jaren steeds meer de overhand. Zoals altijd doet iedere nieuwe vorm van muziekexploitatie stof oplaaien. Het verbaast dan ook niet dat streaming onder vuur ligt. Het verbaast wel dat het sentiment rondom streaming op oneigenlijke wijze ingekleurd wordt. De prijs van een stream vergelijken met de prijs van een download – of zo u wilt: de prijs van een CD, LP of cassette – is als appels met peren vergelijken. De marktmechanismen en neveneffecten van het streamen van muziek zijn niet een-op-een te vergelijken met de muziekverkoop via fysieke dragers en downloads. Streaming afschieten met het argument dat artiesten per gespeelde track ‘maar een paar tienden van een cent’ zouden kunnen ontvangen, maakt blind voor de in mijn optiek veel belangrijkere positieve neveneffecten van streaming. Grote aantallen streams duidt op een grote groep luisteraars/fans en dus serieuze belangstelling in zowel muziek als artiesten. Kunst is dan om deze belangstelling vast te houden en uit te breiden. Tienden van centen per stream omzetten in bijvoorbeeld de aanschaf van concertkaartjes, vinyl (!) en merchandise, vormt voor artiesten de echte uitdaging. Al dan niet met behulp van geïntegreerde social media en verzameling en analyse van Big Data. Muziek als zuiver promotiemiddel van artiesten, is het niet ooit zo bedoeld?

Cureren is een ander belangrijk aspect van de beschikbaarstelling van muziek via streamingdiensten. Het is fijn dat het online muziekaanbod zowat oneindig lijkt, probleem is echter dat haast onbeperkte keuzevrijheid meteen ook keuzestress bij gebruikers veroorzaakt. Waar zoekmachines als Google het gebruik van het internet vergemakkelijken, is cureren van muziek binnen streamingdiensten de sleutel tot succes. De gebruiker moet soms een handje geholpen worden door middel van muziekselecties en slimme koppelingen van specifieke muziek. Bijvoorbeeld binnen een bepaald muziekgenre maar juist ook daarbuiten. Met als gevolg dat ‘nieuwe’ muziek beschikbaar komt voor de individuele gebruiker. Het cureren kan zo tot permanente ontsluiting van oude muziekcatalogi leiden. Smaak zal ook minder afhankelijk worden van de waan van de dag. Haast alle muziek is voor iedereen beschikbaar, obscuur of niet. Het publiek zit online in de muzikale *driver's seat*.

Afgelopen maand kwam streamingdienst Spotify onder vuur te liggen toen artieste Taylor Swift besloot haar muziek niet meer via Spotify beschikbaar te stellen. Ook Prince heeft besloten zijn muziek van het internet te halen. Taylor Swift wilde naar eigen zeggen niet langer meewerken aan het principe ‘dat muziek geen waarde heeft en gratis zou moeten zijn’. De repliek² van Daniel Ek, de CEO van Spotify, loog er vervolgens niet om. Ek stelt dat artiesten - anders dan bijvoorbeeld bij ‘piratensites’ het geval is – met Spotify wel degelijk geld kunnen verdienen, onder meer via advertenties bij gratis abonnementen als ook via de betalende abonnementen. Ek ontrafelt tevens de ‘mythen’ van de reeds genoemde ‘tienden van centen’ (het is inderdaad appels met peren vergelijken; bij Spotify is het aantal

¹ Bjorn Schipper is advocaat en oprichter van Schipper Legal in Amsterdam.

² <https://news.spotify.com/uk/2014/11/11/2-billion-and-counting/>.

plays ontegenzeggelijk groter) en dat Spotify debet zou zijn aan het teruglopen van de markten voor downloads en CD's (met of zonder Spotify, deze markten zouden toch wel teruglopen). Om eerlijk te zijn vind ik de argumentatie van Ek overtuigender dan die van Taylor Swift: Spotify en andere online streamingdiensten bieden artiesten nieuwe mogelijkheden en kunnen niet verantwoordelijk gehouden worden voor een krimp van de muziekindustrie. Feit is dat met de opkomst van het internet en de bijbehorende digitale mogelijkheden van exploitatie van muziek de traditionele controle op distributie van muziek compleet is veranderd.

Opvallend is dat in publieke discussies als die tussen Spotify en Taylor Swift de platenlabels vrijwel altijd op de achtergrond blijven. Boodschap is dat artiesten het slachtoffer zijn van het verdienmodel van streamingdiensten als Spotify. Dat artiesten in exploitatiecontracten er vaak veel slechter vanaf komen, lijkt geen rol van betekenis te spelen in de kritiek op nieuwe online verdienmodellen. Zuivere discussies over dit onderwerp zouden ook aandacht moeten besteden aan deze blinde vlek.

In deze context is het verfrissend kennis te nemen van de recente keynote speech³ van Steve Albini tijdens de muziekconferentie *Face the Music* in Melbourne. Albini is bandlid van rockgroep Shellac en voormalig bandlid van de Amerikaanse bands Big Black en Rapeman, en daarnaast schrijver van het essay *The Problem With Music*⁴ uit 1993. Albini zegt in zijn *keynote* letterlijk dat internet de problemen van de muziekindustrie heeft opgelost. In zijn ogen was de muziekindustrie van vóór het internet zeer inefficiënt, met name op het gebied van distributie en promotie. Dit heeft vooral de *major* platenlabels en enkele supersterren geen windeieren gelegd, aldus Albini. Het tijdperk van de CD liet bomen tot in de hemel groeien. Volgens Albini heeft het internet dit 'systeem' overhoop gehaald. Met als gevolg dat de band tussen artiesten en hun fans nog nooit zo direct was als nu het geval is. Deze nieuwe realiteit biedt kansen, vooral voor de artiesten zelf. Albini schetst dat het maken van muziek tegenwoordig niet per definitie duur hoeft te zijn - vooral in de demo fase - en dat artiesten hun muziek wereldwijd sneller en gemakkelijker kunnen delen, zonder belemmeringen. Artiesten hebben daarmee de controle terug over hun exposure. Het publiek kan daarentegen altijd en overal van muziek genieten, komt sneller in aanraking met 'nieuwe' muziek. Onze muzieksmaak wordt breder. Fans vormen online *communities* en blijken meer dan ooit bereid geld uit te geven aan concertkaartjes en bijzondere producties. Vinyl zit niet voor niets weer in de lift. Online delen en interconnectiviteit zijn Albini's toverwoorden. Albini concludeert onder meer dat het internet de muziekindustrie een stuk efficiënter heeft gemaakt. Dat daarbij tussen diverse actoren een ingrijpende herverdeling van posities en macht plaatsvindt, *so be it*. Albini heeft een punt, ook al zal niet iedereen blij zijn met deze constatering.

Streaming past naadloos in de ideale wereld van Albini. Focussen op 'tienden van centen' is staren naar de navel. Taylor Swift geeft aan haar collega-artiesten dan ook het verkeerde signaal af. Waar zij als superster kennelijk een terugtrekking kan permitteren, kunnen de meeste andere artiesten dit zeer zeker niet. Zij zullen gebruik moeten maken van de mogelijkheden van streaming om hun exposure te vergroten. Een directe band met fans ligt in het verschiet. Muziek herovert mede dankzij streaming wereldwijd onze harten en alleen dat al zou reden genoeg moeten zijn om de nieuwe Gouden Eeuw aan te kondigen.

³ Zie <http://www.theguardian.com/music/2014/nov/17/steve-albinis-keynote-address-at-face-the-music-in-full>.

⁴ Zie <http://www.thebaffler.com/salvos/the-problem-with-music>.