

VAN  
ANALOG  
NAAR  
DIGITAAL  
TOT IN DE  
CLOUD

DE PKOMST VAN MUZIEKS~~TR~~REAMING DOOR DE  
GEN VAN C~~U~~NSU~~U~~ENT, ARTIEST EN INDUSTRIE.

**Martijn Van Loo**

Masterproef aangeboden binnen de opleiding

Master in de Culturele Studies

Promotor Tom Willaert

K.U. Leuven academiejaar 2016-2017

22455 woorden

# Inhoudstafel

Abstract .....	4
Voorwoord.....	6
Inleiding.....	7
Afbakening van het onderzoek .....	7
Methodologie .....	8
Hoofdstuk 1: Van analoog naar digitaal tot in de cloud .....	12
Technologische evolutie .....	12
Vier momenten binnen de luisterpraktijk uitgelicht (1877-1977-1997-2017).....	13
Luistercultuur.....	14
Denkbeeldige media .....	16
Hoofdstuk 2: Wat is muziekstreaming? .....	19
Streamen?.....	19
Services?.....	20
Financieel-juridisch?.....	24
Hoofdstuk 3: Consument.....	27
Naar een post-ownership economy.....	27
Like-and-share society.....	29
De luisterervaring van de consument.....	30
Piraterij.....	32
Conclusie: “Muziek is gratis” .....	35
Hoofdstuk 4: Industrie.....	37
Van verval tot stream.....	37
Het platenlabel in een streaming society .....	40
De value gap .....	42
Conclusie: “De juiste weg ingeslagen ... maar nog geen reden tot hoera-stemming.” .....	45

Hoofdstuk 5: Artiest .....	46
Rechtsbeheer in de streaming industry .....	46
Inkomsten uit streaming.....	48
Relatie artiest – streamingdienst .....	49
Belgische artiesten .....	51
Conclusie: “Artiesten zijn als bakkers die gratis brood uitdelen” .....	52
Hoofdstuk 6: De link tussen muziekstreaming en de huidige live-sector .....	53
Artistieke focus op concerten .....	54
Festivalcultuur onder stoom.....	56
Uitgelicht: festivals in Vlaams-Brabant.....	57
Conclusie: “Een groeiende live-industrie onder druk?” .....	59
Algemene conclusie .....	60
Bibliografie.....	63
Persoonlijke interviews.....	63
Literatuur .....	63
Websites.....	67
Appendix 1: Lijst kleine en middelgrote festivals Vlaams-Brabant .....	73

## Abstract

This thesis research focusses on our contemporary music industry, how we got there and what the future challenges will be. To understand the current situation in the music industry, this thesis zooms in to the shift from analogue, to digital and cloud. Specifically the arrival of music streaming will be explored through the eyes of consumer, industry and artist, to get a more nuanced and broader view of the way music is experienced today.

With the theories from the media-archaeological method this research starts with an overview of our technological and cultural listening experience. From the invention of the gramophone player in 1877 until now in 2017, 140 years later, the way we consume music changed a lot, under the influence of social, cultural, technological, juridical and political factors. Music streaming is a new milestone in this whole process. For the first time music is experienced without actually owning it. With the arrival of cloud technology, music streaming services started to offer an immense catalogue of music, which can be accessed over the internet, a monthly subscription provided. Since the founding of Spotify and Deezer in 2006, a lot of new services have emerged, with the battle for the subscriber in the streaming landscape as a result.

Streaming provides the **consumer** with the possibility of easily accessing an immense catalogue of music via pc, tablet or smartphone, and its popularity keeps growing. As an answer to the problematic arrival of piracy in 1999 with Napster, music streaming tries to get consumers back on the legal side of the road. Today consumers no longer have the need of ownership over their content, but have evolved towards an access-based mentality. This post-ownership economy, together with the like-and-share society, is the fundament of the current way the online consumer behaviour is formed, including the way music is experienced. Music streaming may have countered the problematic online piracy, but the consumer believes that ‘music is free’ remains and there is a general lack in consumer mentality to pay for music. To turn consumers from free to fee will be the biggest concern for streaming services today, since freemium models are still running, and services are still not turning profit from their business model.

The **industry** itself has resurrected from a twelve year (2002-2014) decline in revenues, with a growth of 3.2% in 2015 and 5.9% in 2016. That renewed growth is fully fuelled by streaming, since physical sales and download revenues keep declining. After a conservative

reaction to the arrival of digital music consumption and streaming, the industry seems to have embraced streaming as a solution for their declining revenues. The main challenge for the industry is no longer piracy, but a new problematic loophole: the value gap. The problem is situated around video streaming services like Youtube, the most popular way for experiencing music today. Due to some legal issues, those services are not forced to pay for the available music in the same way streaming services do, with an immense gap in revenues for artists and the industry as result. It will be the task for the whole industry and policy makers to fix this problematic situation, in order to maintain and power the current growth of the industry.

The relation between streaming and **artists** has always been a delicate subject. Since 2006 a lot of artists have changed their attitude. With the launch of Spotify, great artists like The Beatles, AC/DC, Prince, Metallica and Pink Floyd were not available for streaming. It is remarkable that today all these artists became available on different streaming platforms. Although a lot of artists seem to have changed in their attitude, there still remains a lot of critique from artists towards streaming. The non-transparent and unfair payments of their streams cause a lot of frustration with many artists. Besides international pop stars like Taylor Swift and Adele, there are also a lot of Belgian artists who comment on the way streaming works. The result is the fact that a lot of artists have to focus on concerts to make a living from their music. The case study of this thesis, that analyses the relation between streaming and the **live scene** in Belgium, points out the fact that the live-industry booms, but is also under a lot of pressure caused by the scarce revenues coming from streaming.

As a final conclusion this thesis shows that the impact of the arrival of streaming is quite complex, and differs from each perspective. It is a positive fact that music is more accessible than ever, that the industry has a renewed growth, and that artists can spread their music easier than before. But the consumer mentality that ‘music is free’, the problematic issue of the value gap in the industry, and the earnings for artists that remain too low, and too non-transparent, are challenges that still need to be faced, in order to create a further growth of the industry and a sustainable way of music consumption in the (near) future.

## Voorwoord

Deze thesis binnen de master Culturele Studies is het slotstuk op mijn vier jaar durende academische vorming aan de K.U. Leuven. Het centrale thema is onze hedendaagse muziekindustrie, hoe we er terecht zijn gekomen en wat de uitdagingen zijn voor de toekomst; een onderwerp dat mij als muzikfanaat nauw aan het hart ligt.

Ik zou in de eerste plaats mijn promotor Tom Willaert willen danken voor diens steun, feedback en commentaar. Dankzij zijn uitstekende begeleiding ben ik erin geslaagd om mijn oorspronkelijke idee op de meest geschikte wijze te kunnen uitvoeren. Samen met al de professoren tijdens mijn masterjaar, als al mijn voorgaande professoren en leerkrachten, zorgde hij voor de nodige inspiratie, vorming en prikkeling.

Daarnaast nog een expliciete dankbetuiging aan de mensen die deze thesis mee kleur hebben gegeven. Dank aan Sander Graumans, Dries Vleminckx, Thomas De Mot, Kati Van De Velde, Olivier Maeterlinck en Roel Vergauwen voor de interviews in het kader van dit onderzoek. Dank aan Seeger Mattijs voor het vertalen van het voorbladontwerp naar een prachtige digitale versie.

Tot slot wil ik graag mijn ouders en zus bedanken voor de steun en hulp die zij mij boden. Niet enkel in dit masterjaar, maar doorheen heel mijn schoolcarrière gaven zij mij het nodige vertrouwen en doorzettingsvermogen om dit te bereiken.

# Inleiding

## Afbakening van het onderzoek

De laatste decennia onderging de muziekindustrie een totale metamorfose door de komst van digitale platformen en het wereldwijde web. Het muzikale landschap transformeerde van een zeer fysieke industrie (cd, cassettes en lp) via enkele tussenfases (opkomst digitale markt met computer en mp3) tot de hedendaagse realiteit waarin (virtuele) muziek overal en onbeperkt toegankelijk is. Muziekstreamingdiensten zoals Spotify, Apple Music en Deezer zijn op korte tijd de norm geworden en trekken de aandacht van de mainstream én *hardcore* muziek fan. In dit thesisonderzoek wordt de opkomst van muziekstreaming geanalyseerd vanuit drie perspectieven, namelijk vanuit de consument, artiest en industrie, om zo uiteindelijk tot een bredere kijk te komen op het fenomeen van muziekstreaming. Wat brengt de komst van muziekstreaming teweeg in de muzikale sector? Is de komst van muziekstreaming überhaupt wel gunstig voor de verdere toekomst van de hele muziekwereld?

Het eerste hoofdstuk schetst de evolutie die het Vlaamse en meer algemeen Westerse muziklandschap de afgelopen decennia doormaakte. Hierbij wordt de aandacht vooral gevestigd op de (schijnbare?) overgang van een analoge traditie naar een digitale luisterpraktijk, tot het meest recente gegeven van muziek in de ‘*cloud*’. Dit onderzoek laat zich daarvoor informeren door de methodes van de media-archeologie en de ‘*Social Construction of Technology*’ (SCOT). In de inleiding worden deze methodes verder toegelicht. Vervolgens zal er dieper worden ingegaan op de huidige situatie van muziekstreaming, met aandacht voor enkele cruciale vragen en thema’s die deze met zich meebrengt. Wat is bijvoorbeeld het aandeel van muziekstreaming in de totale industrie? Wat is de impact ervan op de genrekeuze en muziekbeleving van de consument? Wat brengt de hele streamingsindustrie teweeg voor de artiesten zelf en wat zijn de maatregelen in verband met auteursrecht? Industrie, consument en artiest worden dus afzonderlijk van elkaar bestudeerd, om zo tot een genuanceerd begrip te komen van het fenomeen muziekstreaming.

De centrale vraagstelling van deze thesis wordt onderzocht op basis van wetenschappelijk literatuur, artikels en websites. Deze literatuurstudie wordt vervolgens aangevuld door en verrijkt met kwalitatief onderzoek. Diepte-interviews met enkele vooruitstrevende krachten binnen de Belgische muziekwereld, met elk een verschillende

achtergrond en functie binnen de muziekindustrie, geven dit onderzoek een originele meerwaarde. Deze interviews zijn bovendien toegankelijk voor de lezer van deze thesis. In de bibliografie staat er bij elk interview een link naar de ‘cloudservice’ Google Drive, waar de interviews integraal kunnen beluisterd worden.

Als laatste hoofdstuk staat er een casestudy centraal over de invloed van onze hedendaagse manier van muziekconsumptie, zoals geanalyseerd in de eerdere hoofdstukken, op de veranderingen in de live-sector. Hierbij komt het facet dat onbesproken gebleven is in de andere hoofdstukken, namelijk livemuziek, samen met de eerder besproken percepties op streaming en muziekbeleving. Ook hier dienen zowel een literatuurstudie als interviews voor de basis van het onderzoek.

## Methodologie

Op methodologisch vlak bouwt dit onderzoek grotendeels voort op de principes uit de ‘*media-archeologie*’ zoals deze worden omschreven in het standaardwerk *What is Media Archaeology?* van **Parikka**, een media theoreticus, schrijver en professor ‘*Technological Culture*’ aan de Winchester School of Arts.<sup>1</sup> Digitale cultuur en mediatheorie nemen een centrale plaats in in het werk van Parikka. Media-archeologie, stelt hij, is de methode om het verleden te onderzoeken, om zo een beter begrip te krijgen van het heden en de toekomst. Dat verleden moet volgens hem gezien worden als een gelaagd en gesegmenteerd geheel, dat via media-archeologie kan ontrafeld worden.<sup>2</sup> In de inleiding van zijn boek stelt hij dat media-archeologie opgekomen is in de jaren ’80, met belangrijke voorlopers als **Foucault** en **Kittler**. Zij lieten als een van de eersten een alternatieve kijk toe op het verleden (“*counter histories to the mainstream history*”), om zo een nieuwe kijk te bieden op de situatie van onze hedendaagse digitale wereld.<sup>3</sup> ‘Op ingeven van Foucault’ is de centrale vraag binnen de media-archeologie volgens Parikka: “*Wat zijn de redenen/voorwaarden voor het bestaan van een bepaald gegeven, in het licht van de hedendaagse media omgang?*”<sup>4</sup> Deze vraag dient vervolgens te worden bekeken vanuit verscheidene perspectieven (politiek, esthetisch, economisch, technologisch, sociaal, wetenschappelijk,...).

---

<sup>1</sup> *Jussi Parikka: Bio*. Jussi Parikka, n.d. Web. 23 Mei 2017. (<https://jussiparikka.net/about/>)

<sup>2</sup> Parikka, Jussi. *What is Media Archaeology?* Cambridge: Polity Press, 2012. Print. 3.

<sup>3</sup> Parikka, *What is Media Archaeology?* 6.

<sup>4</sup> *Idem*, 18.



Jussi Parikka geeft ook in *Media Archaeology. Approaches, Applications, and Implications* samen met **Huhtamo** een inleiding op de aanpak van media-archeologie.<sup>5</sup> Huhtamo is media historicus en professor aan de University of California, gekend als een van de voortrekkers van de media-archeologische methode.<sup>6</sup> In de inleiding onderstrepen Parikka en Huhtamo het belang van de media-archeologie bij onderzoek naar de opkomst van hedendaagse 'new media', om zo recente fenomenen beter te kunnen analyseren.<sup>7</sup> Volgens hen kan deze opkomst van nieuwe media niet losgekoppeld worden van de ontwikkelingen binnen de bredere media cultuur in de late moderniteit. Centraal staat het onderzoeken en aantonen van onopgemerkte continuïteit en onderbreking binnen de moderne media cultuur. Hierbij is oog voor alternatieve, onbesproken en vergeten media van uitermate belang, naast het vermijden van teleologische interpretaties van technologieën en ontwikkelingen uit het verleden. Op 17 februari 2017 gaf Huhtamo een lezing aan de K.U. Leuven waar hij, naast het aankaarten van zijn recentste onderzoek naar mechanische theaters, zijn ideeën over het belang van topoi binnen de media-archeologie onderstreepte. Een topologische benadering impliceert dat er naar het verleden wordt gekeken als een gelaagd geheel, met cyclische fenomenen, terugkerende onderwerpen, als kritiek tegen het positivisme binnen de historiografie in de jaren 80.<sup>8</sup>

Een andere bekende pleiter voor de media-archeologische methode is de Duitse mediatheoreticus **Zielinski**. Zielinski hanteert de idee van 'variantology', wat het promoten inhoudt van de heterogeniteit binnen de letteren en mediastudies, door onderzoek naar de 'deep time of media', weg van het lineair discours met een geschiedenis die naar een hoogtepunt toe werkt, weg van het 'uitverkoren pad tot de bestemming'. Daarnaast is Zielinski's discours er vooral een van verzet. Hij verzet zich tegen de toenemende homogenisering en uniformering van de mainstream mediacultuur. Hij stelt zich zo als doel om de 'psychopathia medialis' van de moderne media cultuur te doorbreken, door aandacht te schenken aan radicale, hedendaagse artiesten, die de vicieuze cirkel van de cultuurindustrie kunnen doorbreken. Aan de andere kant stelt hij dat de verborgen schatten uit het verleden, die middels media-archeologie kunnen opgedolven worden, de sleutel kunnen zijn tot culturele vernieuwing.<sup>9</sup> Dit gezegd, klaagt hij de gang van zaken in de huidige media studies zelf aan en stelt hij dat zijn media-archeologische

---

<sup>5</sup> *Media Archaeology. Approaches, Applications, and Implications*. Ed. Erkki Huhtamo en Jussi Parikka. Los Angeles: California Press. 2011. Print.

<sup>6</sup> *Erkki Huhtamo: Media Archaeologist, Historian, Exhibition Curator*. Erkki Huhtamo, 2014. Web. 23 Mei 2017. (<http://www.erkkihuhtamo.com/>).

<sup>7</sup> *Media Archaeology*. Ed. Erkki Huhtamo en Jussi Parikka. 1-4.

<sup>8</sup> Huhtamo, lezing op 17 februari 2017, ZED Vesalius (Leuven).

<sup>9</sup> *Media Archaeology*. Ed. Erkki Huhtamo en Jussi Parikka. 11-12.

methode daarmee niet gelijkgeschakeld kan worden.<sup>10</sup> Hij verafschuwt namelijk het beeld van een vastgepinde tekstboekmethode, en noemt zijn eigen activiteit liever “*anarchaeology*” of “*variantology*”, wat zijn ongemakkelijkheid uitdrukt tegenover het categoriseren van de media-archeologische methode. Samengevat is media-archeologie voor hem een manier om geheime paden binnen de geschiedenis van media cultuur op te sporen, om zo een kijk te krijgen op de huidige stand van zaken en een blik te kunnen geven op de toekomst.

Naast de methode van media-archeologie, steunt dit onderzoek eveneens op de theorie van de ‘*Social Construction of Technology*’, of kortweg SCOT.<sup>11</sup> Dit ‘sociale constructie van technologie’-model stelt het ontwikkelingsverloop van technologie voor als een uitkomst van een bepaald proces van variatie en selectie. Hierbij is het belangrijk teleologische en anachronistische interpretaties over de evolutie van technologie te vermijden, alsof die bedoeld was te eindigen zoals ze vandaag de dag is. Er wordt immers vaak gedacht dat media en technologieën zich ontwikkelen volgens een teleologisch patroon van voortdurende verbetering. SCOT vestigt de aandacht op het feit dat er op elk moment in de tijd verschillende constructies of interpretaties van technologieën naast elkaar bestaan. Hierbij dient de media-archeologie als het ware als een vergrootglas om die vaak vergeten vormen terug in beeld te brengen.

Samengevat zouden we kunnen zeggen dat we media pas echt kunnen begrijpen wanneer we in plaats van deze teleologische opvattingen te hanteren, kijken naar de veelzijdige sociale/culturele/economische oorsprong van bepaalde technologische innovaties, een multi-directionele voorstelling in plaats van een lineaire.<sup>12</sup> Dit onderstreept het belang van perceptie en flexibiliteit; wat door de ene sociale groep beschouwd wordt als fantastisch, kan voor de andere waardeloos zijn.<sup>13</sup> Het is daarom interessant om verschillende sociale groepen (in dit geval consument, artiest en industrie) tegenover elkaar te plaatsen, om zo een duidelijk beeld te krijgen over de perceptie van een bepaald fenomeen (muziekstreaming). Daarbovenop is het raadzaam om muziekstreaming niet als een vaststaand gegeven voor te stellen. In het eerste hoofdstuk wordt daarom ingegaan op de veelzijdige evolutie van de luistercultuur en –praktijk

---

<sup>10</sup> Idem, 10.

<sup>11</sup> Pinch, J. Trevor, en Wiebe Bijker. “The Social Construction of Facts and Artifacts: Or How the Sociology of Science and the Sociology of Technology Might Benefit Each Other.” *The Social Construction of Technological Systems*. Ed. Trevor J. Pinch, Wiebe E. Bijker en Thomas P. Hughes. 1987. Print.

<sup>12</sup> Pinch en Bijker, *The Social Construction of Facts and Artifacts*, 22.

<sup>13</sup> Idem, 40-46.

om zo de opkomst van dit fenomeen te schetsen binnen een breder kader van media ontwikkeling.

## Hoofdstuk 1: Van analoog naar digitaal tot in de cloud

Dit hoofdstuk kaart de algemene evolutie van de luisterpraktijk aan en de verschuiving van analoog, naar digitaal, tot in de cloud. In het eerste deel is er vooral aandacht voor de technologische ontwikkelingen die bepalend waren voor de veranderingen in luisterpraktijk. Vervolgens wordt de luistercultuur op zich bekeken, met aandacht voor breuklijnen en verschillende factoren die de luisterpraktijken hebben beïnvloed. Het hoofdstuk sluit af met de bespreking van ‘*imaginary media*’ en de voorlopers van de hedendaagse ‘*streaming society*’. Aan de hand van enkele basiswerken van cultuurhistorici over de geschiedenis van het muzieklandschap worden deze ontwikkelingen geschetst. Algemeen tracht dit hoofdstuk grondige duiding te geven bij dit complexe verloop, zonder te beweren exhaustief of finaal te zijn. Er is hierbij voortgebouwd op de media-archeologische methode, met als basisprincipes het vermijden van teleologische opvattingen.

### Technologische evolutie

Het is haast onvermijdelijk om in een overzicht van technologische ontwikkelingen niet te vervallen in een droge opsomming van data, namen en uitvindingen. In een poging om in deze paragraaf toch een boeiend, duidelijk en interessant overzicht te geven, wordt er ingezoomd op vier verschillende (sleutel)momenten in de geschiedenis van de luisterpraktijk, om zo te kijken hoe de evolutie zich voltrok tot de situatie van vandaag. Het is ook van belang te vermelden dat door het ontstaan van bepaalde nieuwe technologische ontwikkelingen, oude luisterpraktijken en fenomenen niet verdwenen, maar vaak bleven voortbestaan naast de nieuwigheden. Zoals Huhtamo stelt, dienen we het verleden te zien als een complexe opeenstapeling van topoi, een gelaagd geheel van cyclische en terugkerende fenomenen (zoals bijvoorbeeld de revival van vinyl vandaag de dag en het voortbestaan van analoge luisterpraktijken).<sup>14</sup> Een luisterpraktijk op zich valt kort te definiëren als de wijze waarop op een bepaald moment naar muziek werd geluisterd, met aandacht voor de technologische- en mediumgebonden ontwikkelingen.

---

<sup>14</sup> Parikka, *What is Media Archaeology?* 11.

## Vier momenten binnen de luisterpraktijk uitgelicht (1877-1977-1997-2017)

1877. Thomas Edison ontdekt de fonograaf en start zo de geschiedenis van muziekbeleving voor een breder publiek. Althans, opgenomen muziek.<sup>15</sup> Door muziek reproduceerbaar te maken ontstond er niet enkel een vulgarisering van bepaalde genres, maar kwam muziek uit andere werelddelen binnen het bereik van andere luisteraars. Het was dan ook Edisons doel en droom om de toegang tot muziek voor een breed publiek open te stellen. De uitvinding van de fonograaf kan gekaderd worden in een bredere opkomst van het massaproduct op het einde van de negentiende eeuw, naast de uitvinding van onder andere de auto, telefoon en camera. Het was een tijd waarin het ontstaan van nieuwe technologische ontwikkelingen en machines het leven van de mens danig beïnvloedden. Door de uitvinding van de fonograaf was geluid niet langer verbonden met de maker ervan, of een stemgeluid met het spreken van een persoon. Er ontstond als het ware een nieuwe balans tussen oor en oog, waarbij het oor zich emancipeerde en muziek luisteren niet langer verbonden was met muziek ‘kijken’, de effectieve start van de ‘luisterpraktijk’.<sup>16</sup>

1977. Honderd jaar later was het uitzicht van de wereld en de Europese of Amerikaanse middenklasse huiskamer ontzettend veranderd. Zo’n 75 miljoen gezinnen bezaten op dat moment een platenspeler, vaak gevolgd door heuse stereoketen met versterker, radio en taperecorder.<sup>17</sup> De ‘compact cassette’ was immers in de jaren ‘70 de heersende standaard geworden, met zo’n 130 miljoen verkochte exemplaren. Weldra zou de ‘compact disc’ zijn intreden doen (°1982). Tot vandaag blijft de compact disc in België zelfs het belangrijkste medium voor muziek.<sup>18</sup> De droom die Edison een eeuw voordien aanzette tot het produceren van de grammofoon, was werkelijkheid geworden.

1997. Twintig jaar na de realiteit van de ‘stereowoonkamer’ kende de muziekwereld, en de samenleving in het algemeen, een van de grootste veranderingen in de geschiedenis van de mensheid: de opkomst van de ‘personal computer’ (reeds in de jaren 80) en de openstelling van het internet (°1993). Daarbij zorgde de ‘mp3-file’ voor een enorme schok binnen het muzikale landschap.<sup>19</sup> Met de komst van de mp3-file verdween de limitering in tijd die toen inherent was

---

<sup>15</sup> Millard, Andre. *America on record : a history of recorded sound*. Cambridge: Cambridge University press, 1995. Print. 1.

<sup>16</sup> Kahn, Douglas, *Noise Water Meat. A History of Sound in the Arts*. Cambridge: University of Cambridge, 2001. Print. 8.

<sup>17</sup> Millard, *America on record*, 2-5.

<sup>18</sup> Idem, 6-7.

<sup>19</sup> Ashby, Arved. *Absolute Music. Mechanical Reproduction*. Los Angeles: University of California Press. 2010. Print. 163.

aan opgenomen muziek; een mp3-file kon van 3 seconden tot 3 uur duren, met alles ertussenin. Toch is volgens **Ashby** de mp3-file niet te vergelijken met een voorgaande technologische ontwikkeling. Het kan namelijk niet omschreven worden als een medium, noch als opnamemethode. Het is een vorm van datacompressie en -decompressie, een middel om contentgrootte te reduceren, en opslag en overdracht te versnellen. Het is iets onzichtbaar, immaterieel en vrij van elke fysieke parameter of limiet. Met de oprichting van iTunes (°2001) kon de consument voor het eerst op professionele wijze zijn digitale muziek beheren en beluisteren. De iTunes Store (°2003) zorgde voor een enorme boost van de digitale downloads, die alleen al tussen 2006 en 2007 stegen met 40%, een toenmalig Amerikaans marktaandeel van 15%.<sup>20</sup>

2017. Vandaag de dag lijkt het summum van de luisterpraktijk bereikt. Nooit was muziek makkelijker toegankelijk dan in de hedendaagse ‘*streaming society*’. Media verplaatsten zich van een digitale omgeving naar een cloudbestaan, waardoor ze overal en altijd beschikbaar zijn.<sup>21</sup> Dropbox, Netflix, OneDrive, het zijn allemaal voorbeelden van dergelijke *cloudstorage*-systemen, waar nu ook de muziekindustrie gretig gebruik van maakt. Op enkele jaren tijd kenden muziekstreaming services als Spotify, Deezer, Tidal en Apple Music een enorme groei en populariteit. 140 jaar na de revolutionaire uitvinding van Edison is diens initiële droom werkelijkheid geworden, namelijk de complete openstelling van de toegang tot muziek.

## Luistercultuur

Het was mede dankzij deze ontwikkelingen met betrekking op de luisterpraktijk (de technologische- en mediumgebonden evoluties) dat de luistercultuur, wat het best kan omschreven worden als het ‘dagdagelijkse luisteren’, zelf sterk is veranderd. **Sterne** pleit in zijn werk *The Audible Past* voor een analyse die verder gaat dan louter het onderzoek naar de technologische ontwikkelingen.<sup>22</sup> Volgens hem zijn het veeleer sociale en culturele factoren die moeten gezien worden als drijfveren van de geschiedenis van muziekreproductie en luisterpraktijk. Zo valt luistercultuur te definiëren als de bundeling van maatschappelijke,

---

<sup>20</sup> Ashby, *Absolute Music. Mechanical Reproduction*, 164-165.

<sup>21</sup> Furht, Borko. *Handbook of Cloud Computing*. Dordrecht: Springer, 2010. Print.

<sup>22</sup> Sterne, Jonathan. *The Audible Past: Cultural origin of sound reproduction*. Durham: Duke University Press, 2003. Print. 2-5.

sociale en culturele condities, die mede de luisterpraktijk vorm gaven. Muziekreproductie is over de decennia heen van een kleinschalige uitvinding naar een massaproduct binnen de massacultuur geëvolueerd, vandaag de dag haast overal aanwezig.<sup>23</sup> Er vallen binnen die evolutie naar de alomtegenwoordigheid van muziek enkele opvallende zaken te onderscheiden.

Zo is er eerst en vooral de opkomst van de radio die een heel nieuw karakter gaf aan de luistercultuur. De Eerste Wereldoorlog was een katalysator voor de ontwikkeling en verspreiding van de radio.<sup>24</sup> Tijdens het interbellum betekende de opkomst van de radio dan ook een enorme intensifiëring van de luistercultuur.<sup>25</sup> Die toenmalige luistercultuur bestond niet uitsluitend uit muziek, maar was gekaderd binnen een breder geheel van propaganda, religie, ‘*public service*’ en promotiecultuur. Later zou de radio daarbij meer de stem van het volk vertolken, met een belangrijke rol in het politieke discours over gender verhoudingen, rassengelijkheid en de burgerrechtenbeweging.<sup>26</sup>

Na reeds twee decennia radio, de opkomst van geluidsfilm en verbeterde fonografie, kende de luistercultuur in de helft van de twintigste eeuw een enorme ‘*boom*’. Wanneer op het einde van de jaren ‘50 tv doorbrak, samen met een heruitgevonden radio die voor het eerst georiënteerd was op een jongeren(cultuur) en sterk betrokken was in het toenmalige politiek-sociale discours, kan er officieel gesproken worden van het ontstaan van de massamediacultuur.<sup>27</sup>

Samenhangend met de opkomst van massamedia in de helft van de twintigste eeuw, begon muziek op zich fysiek meer en meer aanwezig te zijn in de maatschappij. Altijd en overal kon er naar muziek worden geluisterd: thuis voor het werk, in de auto op weg naar het werk, tijdens het werken zelf, tot in de lift die de werknemer naar verschillende verdiepingen bracht. In dit geval betekende de Tweede Wereldoorlog een grote stimulans. Muziek werd voor het eerst intensief gebruikt aan de productielijnen, om de saaiheid en monotonie van het werk tegen te gaan.<sup>28</sup> Ook op vlak van technologische vernieuwing zorgde de Wereldoorlog voor een

---

<sup>23</sup> Sterne, *The Audible Past*, 24-25.

<sup>24</sup> Hilmes, Michele en Jason Loviglio. *Radio Reader. Essays in the cultural history of radio*. Routledge: New York en Londen, 2002. Print. 1-19.

<sup>25</sup> Day, Timothy. *A Century of Recorded Music. Listening to Musical History*. New Haven en Londen: Yale University Press. 2000. Print. 73-76.

<sup>26</sup> Hilmes en Loviglio. *Radio Reader*. 231-277.

<sup>27</sup> Kahn, *Noise Water Meat*, 8.

Hilmes en Loviglio. *Radio Reader*. 367-389.

<sup>28</sup> Millard, *America on record*, 3.

stimulans, door de ontwikkelingen van de ‘*microgroove vinyl*’, ‘*tape recording*’ en ‘*stereophonic reproduction*’.<sup>29</sup>

Als laatste opvallend punt in de hele intensifiëring van de luistercultuur is de draagbaarheid van muziek sterk toegenomen. Sinds de jaren ‘40 begonnen autofabrikanten wagens te voorzien van radio, wat de eerste mobiele luisterervaring was voor de consument. Later zouden ook cassettedecks en cd-spelers ingebouwd worden, wat ervoor zorgde dat de auto op zich een groot aandeel had in de luistercultuur.<sup>30</sup> Een definitieve loskoppeling van muziek aan een vast decor kwam er in 1978 met de introductie van de Sony Walkman.<sup>31</sup> Voor het eerst kon muziek overal beluisterd worden, aanvankelijk door middel van cassettes, later verschenen samen met de opkomst van de cd ook draagbare cd-spelers (‘*Discman*’, °1984). Recenter zorgde de ontwikkeling van de mp3-speler ervoor dat de mobiele luisterervaring in een nieuwe fase terechtkwam. De iPod (°2001) maakte het de consument mogelijk tot wel 10.000 nummers in de handpalm te dragen. Samen met de populariteit van de iTunes Music Store was de luistercultuur op enkele jaren tijd drastisch veranderd. Een nieuwe omschakeling kwam er met de opkomst van de smartphone in combinatie met muziekstreaming. Vandaag de dag kan je als luisteraar zelfs eender welk nummer, op eender welke plaats, op eender welk moment beluisteren.

Samengevat kan de luistercultuur als tweeledig omschreven worden. Het is enerzijds het geheel van sociale en culturele factoren die de condities vormden voor het ontstaan en verspreiden van bepaalde technologische ontwikkelingen. Anderzijds duidt het op de fysieke aanwezigheid, verspreiding en draagbaarheid van muziek in onze maatschappij, op hun beurt gestuwd door bepaalde technologische ontwikkelingen.

## Denkbeeldige media

Die huidige situatie van ‘muziek is overal’ is er dus gekomen door een samenloop van verschillende gebeurtenissen, uitvindingen en invloeden. Na de korte uiteenzetting over de technologische ontwikkelingen en de luistercultuur, staat dit deel stil bij de abstracte

---

<sup>29</sup> Millard, *America on record*, 199.

<sup>30</sup> Bull, Michael. “Investigating the culture of mobile listening: From Walkman to iPod.” *Consuming music together: Social and collaborative aspects of music consumption technologies*. Ed. Kenton O’Hara en Barry Brown, Dordrecht: Springer, 2006. 131–149. Print.

<sup>31</sup> Parikka, *What is Media Archaeology?* 3.



samenkomst van deze twee zaken. Op het einde van de negentiende eeuw stond naast de opkomst van technologische ontwikkelingen reeds een gedachtestroom met utopische ideeën over wat vandaag als anticipatie op muziekstreaming kan gezien worden, meer dan honderd jaar voor datum geformuleerd door enkele invloedrijke auteurs, theoretici en denkers. Deze ideeën en theorieën worden binnen de media-archeologische methode ‘*imaginary media*’ of denkbeeldige media genoemd.<sup>32</sup> Het bestuderen van deze fenomenen is niet enkel fascinerend op zich, maar zegt ons iets meer over de manier waarop media in een vorig stadium werden geïnterpreteerd en hoe de verdere ontwikkeling ervan werd gepercipieerd door deze revolutionaire denkers. Zoals uit volgend overzicht mag blijken, was de literatuur een belangrijk medium voor de constructie van deze fantasieën en ideeën.

**Guillaume Apollinaire** (1880-1918) omschreef in *Le Roi-Lune* (1916) wat vandaag kan gezien worden als een cloud systeem.<sup>33</sup> In zijn verhaal heeft hij het over een koning die in een grot leeft, waar hij een universeel orgel bespeelt dat bestaat uit alle klanken van de wereld. Deze klanken gaan van carnavaleske geluiden uit Rio de Janeiro tot de olifanten in India. Muziek, klank en geluid lijken zich te kunnen verplaatsen van het ene punt naar het andere, als het ware ‘*gestreamd*’:

The king’s fingers ran across the keyboard at random, causing to resound, simultaneously as it were, all the noises of this world around which we had just made an immobile, auricular voyage.<sup>34</sup>

**Edward Bellamy** (1850-1898) was een Amerikaans auteur die bekend was om zijn boek *Looking Backward: 2000-1887* (1889), een utopische ‘terugblik’ op de volgende eeuw. In dat boek kaart hij ook aan hoe muziek luisteren een eeuw later er zou uitzien. Hij had het toen over een netwerk van pijpen die naar elk huis lopen, waaruit muziek komt die bepaalde artiesten zonder ophouden spelen.<sup>35</sup> Hij stelde toen reeds:

An arrangement for providing everybody with music in their homes, perfect in quality, unlimited in quantity, suited for every mood, and beginning and ceasing at will.<sup>36</sup>

---

<sup>32</sup> Parikka, *What is Media Archaeology?* 41-62.

<sup>33</sup> Weiss, S. Allen. *Breathless. Sound Recording, Disembodiment, and The Transformation of Lyrical Nostalgia*. Middletown: Wesleyan University Press, 2002. Print. 23.

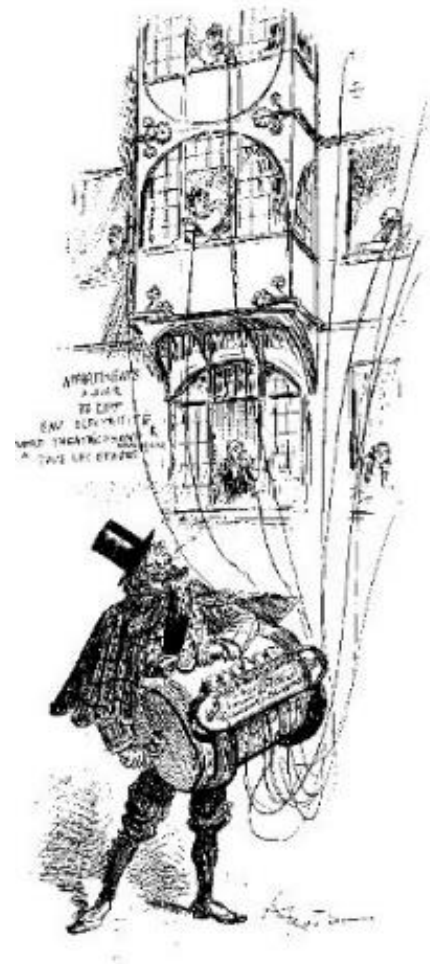
<sup>34</sup> Weiss, *Breathless*, 23.

<sup>35</sup> Millard, *America on record*, 2.

<sup>36</sup> Idem, 2.

Een soortgelijke voorstelling deden Robida en Uzanne in hun boek *Contes pour les Bibliophiles* (1895).<sup>37</sup> **Albert Robida** (1848-1926) was een Frans illustrator en auteur, **Octave Uzanne** (1851-1931) was een journalist en letterkundige. Ondanks hun liefde voor de letteren schreven zij samen, weliswaar ietwat ironisch, ‘*La Fin Des Livres*’ (‘Het Einde Der Boeken’, 1895). In hun werk kaartten zij een samenleving aan waarin het boek niet langer het primaire medium was voor informatie-overdracht, maar wel de fonograaf. Het werk is rijk geïllustreerd, met volgende illustratie die als voorloper van het hedendaagse muziek streamen kan gezien worden.

Een man die door middel van een soort centrale ‘klankbak’ (= cloud systeem), via een heleboel kabels (= het internet) muziek, nieuws en literatuur brengt bij de mensen thuis (= streamen).



**Figuur 1** (bron: *La Fin Des Livres*)

---

<sup>37</sup> Robida, Albert en Octave Uzanne. “La Fin Des Livres.” *Contes pour les Bibliophiles*. Parijs. 1895. Print.  
→ Geraadpleegd is de Engelse transcriptie van ‘The End Of Books’, dat deel uitmaakt van Project Gutenberg.  
Ward, Michael. “The End Of Books.” *Project Gutenberg*, 1999. Web. 1 juni 2017.  
(<http://www.gutenberg.org/files/2820/2820-h/2820-h.htm>).

## Hoofdstuk 2: Wat is muziekstreaming?

Muziek ‘*streamen*’ betekent het luisteren naar muziek via het internet zonder de muziek fysiek of op andere wijze in bezit te hebben. De muziek bevindt zich in de zogenaamde ‘*cloud*’, waar de luisteraar via een internetverbinding toegang toe heeft. Maar hoe werkt dat streamen precies? Wat zijn de voornaamste streaming services? Wat is hun financiële en juridische werking? Door een antwoord te formuleren op deze vragen, geeft dit hoofdstuk een beter zicht op het fenomeen van muziekstreaming.

### Streamen?

De basis voor muziekstreaming is ‘*cloud computing*’, een technologische trend die meer en meer als basis wordt gebruikt voor internetdiensten en een nieuwe vorm geeft aan de informatietechnologische wereld.<sup>38</sup> Met ‘*cloud*’ wordt de online opslagruimte bedoeld waar verschillende platformen gebruik van maken. Gebruikers kunnen met een grote variëteit aan apparaten (computers, laptops, smartphones, tablets) bepaalde platformen bereiken die voorzien in programmatie, opslag of andere toepassingen. De voornaamste voordelen van cloud computing zijn dan ook de grote mate van toegankelijkheid (overal beschikbaar en met eender welk apparaat), geringe kostprijs (amper investering in hardware nodig) en de schaalbaarheid (mogelijkheid aan te passen wie toegang heeft tot bepaalde cloudinformatie en wie niet – dit kan gaan van bepaalde individuen tot hele bedrijven).<sup>39</sup>

Muziekstreaming maakt gebruik van de publieke cloud die vaak wordt voorzien door een ‘*third-party provider*’.<sup>40</sup> De grootste providers waar streaming services gebruik van maken zijn Amazon (2006), Google (2008) en Microsoft (2009). Spotify stapte zo in februari 2016 nog over van de Amazon cloudservice naar die van Google.<sup>41</sup> Aan cloud computing zijn ook wel enkele nadelen gekoppeld, zoals de grote controle die providers hebben op de cloud en de

---

<sup>38</sup> Furht, Borko. *Handbook of Cloud Computing*. Dordrecht : Springer, 2010. Print. 2.

<sup>39</sup> Furht, *Handbook of Cloud Computing*, 3.

<sup>40</sup> Idem, 67.

<sup>41</sup> Chanthadavong, Aimee. “Spotify to move to Google Cloud.” *Zdnet*. Zdnet, 24 feb. 2016. Web. 23 Mei 2017. (<http://www.zdnet.com/article/spotify-to-switch-from-aws-to-google-cloud/>).

inhoud ervan, of het daarmee samenhangende privacy- en veiligheidsprobleem, aangezien cloud systemen in het verleden al meerdere keren lekten of gehackt werden.<sup>42</sup>

Bij streaming staat de consument dus in rechtstreeks contact met de content middels de cloudverbinding via een bepaalde provider. Muziekstreaming kan daarom omschreven worden als een cloudbibliotheek vol muziek, aangeboden door een bepaalde streaming service via een third-party provider, raadpleegbaar door de consument. Op geen enkel moment wordt de muziek overgedragen naar de consument, die geen eigenaar is van de content. Dat is het grootste verschil tussen stream en download, aangezien bij download de muziek wel wordt gekopieerd op de harde schijf van de consument. Dit houdt in dat copyright-technisch de muziek eigendom wordt van de consument. Streaming biedt dus kant-en-klare muziek aan, gestreamd aan dezelfde snelheid als de luistersnelheid (10 seconden streamen = 10 seconden luisteren), hoorbaar maar niet ‘tastbaar’ voor de consument. Downloaden zorgt wel voor bestandsoverdracht, waarbij de consument eigenaar is van de file, die van verschillende types kan zijn en gedownload kan worden aan verschillende snelheden (10 seconden downloaden = 1 tot 100 seconden luisteren, naargelang de bestandsgrootte, bestandstype, internetsnelheid, computersnelheid).

## Services?

Er zijn vandaag de dag een heleboel verschillende services die muziekstreaming aanbieden. Volgens **Hampp**, mediajournalist en ‘senior brand correspondent’ bij Billboard, is er een ware ‘*battle for the subscriber*’ aan de gang tussen de grote streaming services.<sup>43</sup> Hij verwijst naar miljoenen dollars kostende marketingcampagnes, exclusiviteitscontracten en prijszettingstrategieën, waarbij elke streaming service een andere aanpak heeft. Het is dan ook van belang om even stil te staan bij deze services en te kijken naar hun verschillen, overeenkomsten en marktaandeel.

---

<sup>42</sup> Furht, *Handbook of Cloud Computing*, 24.

<sup>43</sup> Hampp, Andrew. “Streaming’s ad boom: from TV commercials to subway wraps, marketing spends have surged as YouTube, Apple Music, Spotify and Pandora battle for subscribers.” *Billboard* 128 (2016): 14. Print.

Wereldwijd, ook in België, is **Spotify** de streamingdienst die de markt aanvoert. Het heeft een totaal van meer dan 100 miljoen gebruikers, waarvan 50 miljoen betalende abonnees.<sup>44</sup> Het van oorsprong Zweeds bedrijf werd in 2006 opgericht door huidig CEO Daniel Ek en Mark Lorentzon. Sinds 2011 is de service zich mondiaal beginnen verspreiden en vandaag de dag



Figuur 2 (bron: Streaming services)

actief in 60 landen. Naast een betalende premiumversie, die €9,99 per maand kost, biedt Spotify ook een gratis ‘ad-based’ versie aan (*freemium*). Hierbij wordt de luisteraar op geregelde tijdstippen onderbroken door reclameboodschappen. Op deze manier legt Spotify de drempel zeer laag voor nieuwe klanten die mogelijk op termijn overstappen naar de betalende versie. Spotify Premium biedt niet enkel advertentieloos luisteren aan, maar ook een offline luistermodus, mobiel luisteren en een betere geluidskwaliteit.

In hetzelfde jaar als de oprichting van Spotify door Daniel Ek, richtte Daniel Marhely Blogmusik op, dat een jaar later zou omgedoopt worden tot **Deezer**, de eerste openbare muziekstreaming service. Vanaf 2011 begon Deezer zich te verspreiden buiten Frankrijk en na een investering van 100 miljoen dollar in 2012 kon het zich in één jaar tijd beschikbaar stellen in 180 landen. Samen met Spotify beheerste Deezer de Belgische markt, al heeft het momenteel sterk te lijden onder de opkomst van andere services. Wereldwijd is Deezer verder verspreid dan Spotify (actief in respectievelijk 180 en 60 landen), maar dat laat zich niet vertalen in even grote luistergetallen. Momenteel heeft het tien miljoen actieve luisteraars, waarvan zeven miljoen betalende (€9,99 per maand) en biedt het eveneens reclamevrij, offline en mobiel luisteren aan.<sup>45</sup>

**Apple Music** is een relatief nieuwe streaming service, die behoort tot het grootste technologiebedrijf ter wereld: Apple. Sinds de herlancering in 2015, na het kortstondig bestaan van Beats Music (2014), wist Apple Music op twee jaar tijd zo’n 20 miljoen abonnees te strikken.<sup>46</sup> Daarmee snelt Apple Music Deezer voorbij en gaat het rechtstreeks in de aanval

<sup>44</sup> Spotify Press. Spotify, 2017. Web. 1 juni 2017. (<https://press.spotify.com/be-nl/>). Spotify franchit la barre des 50 millions d’abonnés payants. Les Echos, 3 maart 2017. Web. 1 juni 2017. ([https://www.lesechos.fr/03/03/2017/lesechos.fr/0211847890221\\_spotify-franchit-la-barre-des-50-millions-d-abonnes-payants.htm](https://www.lesechos.fr/03/03/2017/lesechos.fr/0211847890221_spotify-franchit-la-barre-des-50-millions-d-abonnes-payants.htm)).

<sup>45</sup> Deezer. Deezer, 2017. Web. 1 juni 2017. (<http://www.deezer.com/nl/>).

<sup>46</sup> Apple Music. Apple, 2017. Web. 1 juni 2017. (<https://www.apple.com/benl/music/>).

tegen het leiderschap van Spotify. Apple ziet de toekomst van de muziekindustrie voortaan ook in streaming, ondanks het (initiële) succes van het iTunes Store bedrijfsmodel met afzonderlijke songdownloads aan 99 eurocent.

In 2014 was er ook de oprichting van **Tidal**, dat zichzelf profileert als een muziekstreaming service met een geweten, zelf omschreven als een “*stream of consciousness*”.<sup>47</sup> De bekende rapper Jay-Z is de investeerder en eigenaar van Tidal, nadat hij in 2015 de dienst kocht voor 45 miljoen dollar. Samen met een handvol andere supersterren (zoals Beyonce, Calvin Harris, Coldplay, Kanye West en Madonna) werpt Jay-Z zich op als de redder van de muziekindustrie door Tidal voor te stellen als de streamingsdienst met respect voor de artiest. Het hanteert daarvoor niet enkel een abonnement met de best mogelijke geluidskwaliteit (‘*lossless*’ studiokwaliteit, aan 19,99 euro per maand), maar staat ook bekend om de service die het meeste ‘*royalties per play*’ uitbetaalt aan de beluisterde artiesten (verderop wordt er met meer aandacht gekeken naar de verschillende verloningsystemen van muziekstreaming services).

**Soundcloud** is geen typische muziekstreaming service, maar wel de meest bezochte met zo’n 350 miljoen gebruikers iedere maand. Hier staat geen muziek te beluisteren van Rihanna, Beyonce of Coldplay en toch heeft het een catalogus van 125 miljoen nummers, wat ruim drie maal meer is dan bij andere services. Eender welke artiest kan immers zijn muziek kosteloos uploaden op Soundcloud en beschikbaar stellen voor de wereld. In januari 2017 kreeg het een nieuwe financiële investering van 70 miljoen dollar, nadat eerdere gesprekken met Twitter en Spotify over een overname waren afgesprongen.<sup>48</sup>

Naast al deze services, die voortrekkers zijn in Europa, zijn er ook enkele belangrijke Amerikaanse services die niet beschikbaar of niet populair zijn in België. Een voorbeeld hiervan is **Pandora**, de grootste internetradio en streaming service van de Verenigde Staten met zo’n 80 miljoen luisteraars per maand, maar die voorlopig nog geen ingang gevonden heeft in de Europese markt.<sup>49</sup> Ook Amerikaanse multinationals en technologiegiganten **Amazon** (Amazon Prime Music) en **Google** (Google Play Music) hebben een eigen streaming service, die voorlopig in Europa ondergesneeuwd blijven onder het succes van Spotify en Apple Music.

---

<sup>47</sup> Tidal. Tidal, 2017. Web. 1 juni 2017. (<http://tidal.com/soc/>).

<sup>48</sup> Pitch Book. “SoundCloud Raises Debt Round.” *Valuewalk*, Valuewalk, 24 maart 2017. Web. 1 juni 2017. (<http://www.valuewalk.com/2017/03/soundcloud-raises-debt-round-adding-fuel-rumors-financial-trouble/>).

<sup>49</sup> Careless, James. “Pandora, Google Play Music & SoundCloud.” *Radio World* 40.1 (2016): 20-23. Print.

Naast de Westerse muziekwereld toont ook de Aziatische muziekmarkt zich vooruitstrevend en innovatief op het vlak van muziekstreaming.<sup>50</sup> Zo is **KuGou** de grootste streaming service ter wereld met meer dan 450 miljoen gebruikers iedere maand (ruim vier keer meer dan Spotify).<sup>51</sup> Op de tweede plaats staat **QQ Music**, dat 400 miljoen maandelijks gebruikers telt. Sinds 2014 vallen beide services onder China Music Corporation, een bedrijf met een grote portfolio aan muziekrechten. Toch is er nog steeds hevige concurrentie, zeker na de komst van nieuwkomers op de Aziatische markt zoals **Xiaomi Music**, die de rechten op de drie grote internationale platenlabels wist te strikken (Universal, Warner en Sony).

Ondanks de opkomst van al deze verschillende muziekstreamservices blijft **Youtube** de koploper in het streamen van muziek(video's). Volgens Carry Sherman, voorzitter van de RIAA (Recording Industry Association of America), is dat echter problematisch.<sup>52</sup> Hij richtte tijdens een interview in maart 2016 zijn pijlen op deze problematische trend:

This is why we, and so many of our music community brethren, feel that some technology giants have been enriching themselves at the expense of the people who actually create the music. We call this the 'value grab' —because some companies take advantage of outdated, market-distorting government rules and regulations to either pay below fair-market rates, or avoid paying for that music altogether. The popularity of music is greater than ever... It is the throbbing heartbeat of social media and it is a must-have ingredient of any major technology platform. But reforms are necessary to level the playing field and ensure that the entire music community derives the full and fair value of our work.<sup>53</sup>

Youtube wordt immers gezien als een probleemkind binnen de muziekindustrie, aangezien er amper inkomsten worden gegenereerd en de uitbetalingen dramatisch zijn. Niet alleen bij Youtube, maar ook bij online radiozenders en andere 'on-demand' of 'ad-based' services ontstaat er een zogenaamde 'value gap' tussen het sterk groeiende aantal streams en de stagnerende inkomsten. In hoofdstuk vier wordt er verder ingegaan op de problematiek van de value gap.

---

<sup>50</sup> Lew, Linda. "Music streaming apps upping the ante in a crowded market." *Technode*. Technode, 23 maart 2017. Web. 1 juni 2017. (<http://technode.com/2017/03/23/music-streaming-apps-upping-the-ante/>).

<sup>51</sup> Jubb, Nathan. "The Future of Music Streaming Lies in China's Small Cities." *Sixth Tone*. Sixth Tone, 19 oktober 2016. Web. 1 juni 2017. (<http://www.sixthtone.com/news/future-music-streaming-lies-china%E2%80%99s-small-cities>).

<sup>52</sup> *About RIAA*. RIAA, 2017. Web. 1 juni 2017. (<https://www.riaa.com/about-riaa/board-executives/>).

<sup>53</sup> Sherman, Cary. "State Of The Music Business: What The Numbers Tell Us." *Medium*. Medium, 22 maart 2016. Web. 1 juni 2017. (<https://medium.com/@RIAA/state-of-the-music-business-what-the-numbers-tell-us-63ce1524b30>).

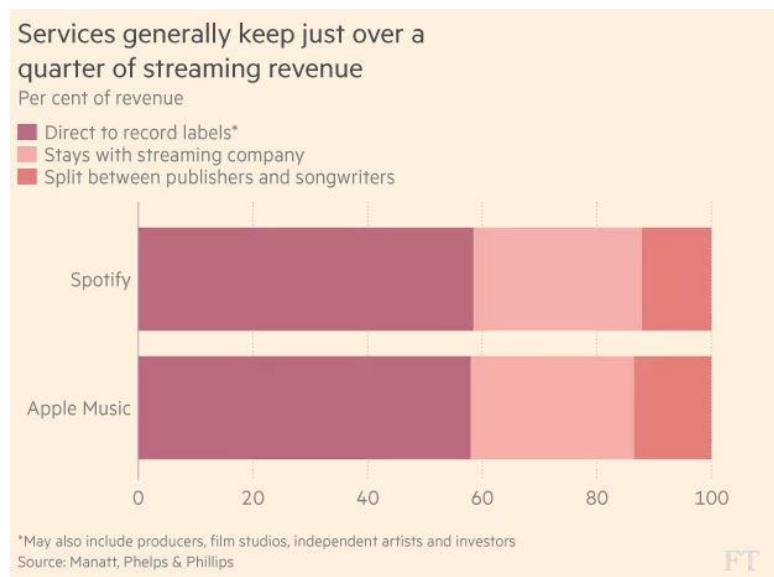
## Financieel-juridisch?

Het financiële radarwerk van muziekstreaming services is een complex gegeven. Het is tevens de link tussen de consument (die abonnementsgeld betaalt of door middel van reclame de muziek vergoedt), de artiest (die inkomsten ontvangt door ‘clicks’) en de industrie (het geheel van services, platenfirma’s, labels, distributeurs en management, die de distributie, productie, marketing en financiering voor hun rekening nemen). De krant *Financial Times* publiceerde in januari 2017 een studie over de werking van streaming services, met een financiële doorsnede van de twee grootste services in Europa: Apple Music en Spotify.<sup>54</sup>

Deze grafiek maakt duidelijk dat Spotify en Apple Music een gelijkaardige financiële werking en dito uitgavemodel hebben. Het kleinste aandeel (8-10%) is voor de uitgever en de componist, die de auteursrechten op de nummers bezitten. In hoofdstuk vijf wordt er stilgestaan bij de uitbetalingen van streaming services aan de muzikant. Het

grootste aandeel (55-70%) gaat naar de platenmaatschappijen van de uitvoerende artiesten die de opnamerechten bezitten. Dit percentage schommelt naargelang de overeengekomen licentievoorwaarden tussen label en service. In hoofdstuk vier wordt niet alleen een dwarsdoorsnede gegeven van de hele industrie en labelwerking, maar wordt ook duidelijk waarom een platenlabel een dergelijk groot aandeel van de inkomsten kan opstrijken. Ongeveer een vierde (20-25%) van de inkomsten is voor de streaming service zelf, die hiermee haar eigen werking financiert.

Vooraleer we het hebben over muzieklicentie is het belangrijk op te merken dat er twee soorten auteursrecht van toepassing zijn op muziekopnames. Enerzijds zijn er de



Grafiek 1 (bron: Financial Times)

<sup>54</sup> Nicolaou, Anna. "How streaming saved the music industry." *Financial Times*. Financial Times, 16 januari 2017. Web. 1 juni 2017. (<https://www.ft.com/content/cd99b95e-d8ba-11e6-944b-e7eb37a6aa8e>).



opnamerechten (ook wel masterrechten genoemd, rechten over de geluidsopname, die op CD, radio of stream te beluisteren is). Deze masterrechten behoren het platenlabel toe van de desbetreffende artiest. Anderzijds zijn er de auteursrechten op de compositie (de bladmuziek, het maken van de tekst en melodie van een nummer). Deze vallen onder een publisher, die ervoor zorgt dat de rechten op de auteurs die hij vertegenwoordigt correct worden geïnd. De eigendom over deze rechten geven de houder de toestemming om de voorwaarden over het gebruik ervan te bepalen. In hoofdstuk vijf wordt er uitgebreider ingegaan op de rechtsbescherming van de artiest in de streaming society.

Licentieovereenkomsten zijn vervolgens de toelatingen voor het spelen of verspreiden van muziek, indien er vergoedingen worden betaald aan de rechthoudende van de muziek.<sup>55</sup> Het bedrijfsmodel dat een streaming service als Spotify hanteert, dreigde aanvankelijk ten onder te gaan aan te hoge kosten door licentie-uitbetalingen. Het doel was om met een gratis streamvariant (freemium) zoveel mogelijk toekomstige betalende klanten aan te spreken. In een latere fase zou dan met het abonnementsgeld van deze klanten het verlies opgevuld worden. Sinds de oprichting in 2006 is het bedrijf er echter nog niet in geslaagd om dat bedrijfsmodel winstgevend te maken.<sup>56</sup> Het is mede door die onzekerheid over de winstmarges dat een mogelijke beursgang voorlopig nog wordt afgehouden.<sup>57</sup> Volgens bronnen binnen Spotify wordt er vandaag getracht om de royalty-uitbetaling aan de platenlabels terug te dringen van 60 naar 50 procent. Maatschappijen verwachten dan wel dat er concessies worden gedaan in verband met het uitbrengen van nieuwe releases voor gratis luisteraars. In april 2017 sloot Spotify zo een nieuwe overeenkomst met het label Universal Music, waardoor releases van artiesten die vallen onder dit label niet meteen ter beschikking staan van gratis gebruikers, maar pas twee weken later kunnen beluisterd worden.<sup>58</sup>

De macht in de onderhandelingen over de licentieovereenkomsten ligt vooral bij de platenmaatschappijen, die de rechten hebben op de opnames van hun artiesten. Zij bepalen prijszettingen en kunnen dreigen met terugnames van muziek of weigeren bepaalde licenties

---

<sup>55</sup> Byun, Catherine. *The Economics of the Popular Music Industry: Modelling from Microeconomic Theory and Industrial Organization*. New York: Palgrave Macmillan, 2016. 45-46. Print.

<sup>56</sup> Mulligan, Mark. "Why Netflix Can Turn A Profit But Spotify Cannot (Yet)." *MIDIA*. MIDIA, 19 januari 2017. Web. 1 juni 2017. (<https://www.midiaresearch.com/blog/why-netflix-can-turn-a-profit-but-spotify-cannot-yet/>).

<sup>57</sup> Schievink, Bauke. "Spotify stelt beursgang uit vanwege licentiedeals met platenlabels." *Tweakers*. Tweakers, 2 februari 2017. Web. 1 juni 2017. (<https://tweakers.net/nieuws/120841/spotify-stelt-beursgang-uit-vanwege-licentiedeals-met-platenlabels.html>).

<sup>58</sup> "Spotify beperkt Universal-artiesten gedeeltelijk voor gratis gebruikers." *De Morgen*. De Morgen, 4 april 2017. Web. 1 juni 2017. (<http://www.demorgen.be/muziek/spotify-beperkt-universal-artiesten-gedeeltelijk-voor-gratis-gebruikers-b92a6282/>).

toe te kennen. De toenemende populariteit geeft de streaming services echter wel een troef in handen, aangezien labels hun inkomsten niet langer kunnen garanderen uit de opbrengsten van platen- en cd-verkoop, maar de digitale afzetmarkt nodig hebben. Platenmaatschappijen en services zijn dan ook constant in onderhandeling over het bijschaven van licentievoorwaarden. Zoals verder nog duidelijk zal worden, hebben ook artiesten hun zeg in de licentieovereenkomsten met streamingsdiensten. Zo weigerden Taylor Swift en Jay-Z hun muziek beschikbaar te stellen via Spotify. Adele wachtte dan weer zeven maanden na de release vooraleer ze haar nieuwste album 25 op de dienst aanbod en ook Beyonce's recentste plaat *Lemonade* is niet beschikbaar via Spotify.<sup>59</sup>

---

<sup>59</sup> Verstraete, Alexander. "Jay Z haalt bijna al zijn muziek van Spotify." *De Redactie*. VRT, 10 april 2017. Web. 1 juni 2017. (<http://deredactie.be/cm/vrtnieuws/cultuur%2Ben%2Bmedia/muziek/1.2947578>).

## Hoofdstuk 3: Consument

Een traditionele platenkast lijkt zeer beperkt tegenover de uitgestrekte muziekcollectie die streaming services vandaag aanbieden. Bovendien past al deze muziek voortaan in de broekzak van de luisteraar en aan een zeer betaalbare prijs. **Datta, Knox en Bronnenberg** onderzochten hoe muziekstreaming het persoonlijke aankoopgedrag van de consument beïnvloedt.<sup>60</sup> De algemene conclusie van hun onderzoek is dat muziekstreaming zorgt voor een grotere consumptie van muziek, leidt tot een grotere variatie in muzieksmaak en de ontdekking stimuleert van hoger gewaardeerde muziek: ‘Taken together, our results demonstrate a significant, long-term diversification of listening behavior, as consumers choose a wider set of variety and engage in less repeat listening after adopting the streaming model.’<sup>61</sup>

Voor de consument en muzikliefhebber lijkt muziekstreaming dan ook op het eerste zicht een geschenk uit de hemel. Maar is dat wel zo? Dit hoofdstuk kadert het perspectief van de consument op muziekstreaming binnen de bredere opkomst van de ‘*post-ownership economy*’ en de ‘*like-and-share society*’, om vervolgens in te zoomen op de luisterervaring van de consument. Ook het problematische gegeven van piraterij wordt aangekaart, om tot een finale conclusie te komen over de perceptie van de consument over muziekstreaming.

### Naar een *post-ownership economy*

Sinds enkele jaren is er sprake van een ‘*post-ownership*’ evolutie waarbij toegang tot content gewaardeerd wordt boven en los van het bezit ervan.<sup>62</sup> De opkomst van de ‘*post-ownership economy*’ is het gevolg van een grotere toegang tot technologie en informatie, naast een meer bewuste omgang met de huidige ecologische en economische situatie door veel consumenten.<sup>63</sup> Vooral jongeren zijn voortrekkers binnen de zogenaamde ‘*sharing economy*’, die ontstaat op plaatsen waar maatschappelijke moeilijkheden liggen zoals mobiliteit (opkomst van ‘*carshare*’, bijvoorbeeld Zipcar of Uber) of huisvesting (delen van een huis, bijvoorbeeld Airbnb). Daarnaast is er ook een opkomst van heel wat internetservices die een alternatief bieden voor

---

<sup>60</sup> Datta, Hannes, George Knox en Bart Bronnenberg. “Changing Their Tune: How consumers' adoption of online streaming affects music consumption and discovery.” *Marketing Science* 36.3 (2017): 3-63. Print.

<sup>61</sup> Datta, Knox en Bronnenberg. *Changing Their Tune*, 4.

<sup>62</sup> Byun. *The Economics of the Popular Music Industry*, 34.

<sup>63</sup> Potts, Monica. “The post-ownership society: how the “sharing economy” allows Millennials to cope with downward mobility, and also makes them poorer.” *Washington Monthly* 47.6/8 (2015): 14. Print.

de klassieke aankoopformule. Vaak door middel van een maandelijks abonnementsbedrag krijgt de consument een volledige toegang tot online content, bij films (bijvoorbeeld Netflix), nieuws (bijvoorbeeld Blendle) en ook muziek (streaming). Muziekstreaming vormt zo deel van deze post-ownership evolutie, als het ware in het verlengde van de evolutie die muziek doormaakte van haar fysieke vorm naar een digitale.<sup>64</sup>

Volgens onderzoek kan de consument desalniettemin sterke gevoelens van eigendom hebben over zowel materiële als immateriële zaken.<sup>65</sup> De psychologische eigendom (*'psychological ownership'*) binnen de bredere context van muziekconsumptie kan dus materieel (cd's, lp's) of immaterieel (download en stream) zijn, of zelfs artistiek of genregebonden. Wanneer muziekstreaming services het ontdekken van muziek aanmoedigen en opties tot controle en individualisering aanbieden, heeft de consument doorgaans het gevoel van psychologische eigendom.<sup>66</sup> Muziekstreaming is daarenboven ook niet totaal immaterieel, aangezien de consument nog wel beschikt over een laptop, smartphone, speakers of hoofdtelefoon, wat op zijn beurt bijdraagt tot de instandhouding van dat psychologische eigendom.<sup>67</sup>

Ondanks deze algemene houding van de consument tegenover eigendom, dreigden post-ownership services aanvankelijk massaal ten onder te gaan, net door de angst van de consument voor non-ownership.<sup>68</sup> Dankzij de sterke inzet van streaming services op het intensief betrekken van de consument (door *'community building'*, *'playlist experience'* en personalisering) slagen zij er in de consument toch aan zich te binden, door deze noties van psychologisch eigendom toe te passen.

---

<sup>64</sup> Sinclair, Gary en Julie Tinson. "Psychological ownership and music streaming consumption." *Journal of Business Research* 71 (2017): 1-9. Print.

<sup>65</sup> Pierce, John L., Tatiana Kostova en Kurt T. Dirks. "The state of psychological ownership: Integrating and extending a century of research." *Review of General Psychology* 7.1 (2003): 84-107. Print.

<sup>66</sup> Kirk, Colleen P., Scott D. Swain en James E. Gaskin. "I'm proud of it: Consumer technology appropriation and psychological ownership." *Journal of Marketing Theory and Practice* 23.2 (2015): 166-184. Print.

<sup>67</sup> Sinclair en Tinson. *Psychological ownership and music streaming consumption*. 1-9.

<sup>68</sup> Richardson, James H. "The Spotify Paradox: How the Creation of a Compulsory License Scheme for Streaming On Demand Music Platforms Can Save the Music Industry." *UCLA Entertainment Law Review* 22.1 (2014): 1-77. Print.

## Like-and-share society

Naast deze post-ownership economy wordt de hedendaagse maatschappij gekenmerkt door de opkomst van sociale media. Voortrekker en marktleider is Facebook, met bijna twee miljard geregistreerde gebruikers en een jaaronzet van bijna 30 miljard dollar. Sociale netwerken zijn haast niet meer weg te denken uit de hedendaagse sociale omgang en digitale leefwereld. Gebruikers kunnen informatie en interesses uitwisselen, nieuwe mensen leren kennen en media zoals foto's, video's en muziek delen. Mensen zijn nooit sterker verbonden geweest met elkaar, althans via digitale kanalen.

De opkomst van sociale media heeft ook zijn gevolgen voor de muziekindustrie, in het bijzonder bij muziekstreaming. In een recente studie onderstreepte **Hampton-Sosa** nog het belang van community building voor muziekstreaming services.<sup>69</sup> Ook uit het onderzoek van **Dewan** en **Ramaprasad** bleek dat het aanbieden van sociale media connectiviteit van cruciaal belang is voor muziekstreaming services om nieuwe consumenten te verleiden en gebruikers meer te betrekken.<sup>70</sup> Sociale media worden door de consumenten van muziekstreaming gebruikt om muziek te delen met anderen, met het oog op sociale beloning (erkenning, status, gevoel van zelfontwikkeling en zelfexpressie). Hierin schuilt eveneens het succes van Spotify, dat massaal inzet op community building en 'social media connectivity':

The ability to interact across social media platforms, post links to songs and playlists and allow other users to follow the activity of your own personal streaming platform presents a number of valuable resources in which music fans can present their ideal self through music.<sup>71</sup>

De Zuid-Koreaanse onderzoekers **Dongwon Lee**, **Jaimie Park**, **Junha Kim** en **Junghoon Moon** kwamen tot een soortgelijke conclusie. Zij stelden in hun studie het gedrag en de intentie centraal van sociale media gebruikers die muziek delen met hun omgeving.<sup>72</sup> Op basis van empirisch onderzoek ontdekten ze dat zelfexpressie de grootste factor is in het online delen van muziek via sociale netwerken. De luisteraar deelt muziek om zo zijn sociale identiteit

---

<sup>69</sup> Hampton-Sosa, William. "The impact of creativity and community facilitation on music streaming adoption and digital piracy." *Computers in Human Behavior* 69 (2017): 444-453. Print.

<sup>70</sup> Dewan, Sanjeev en Jui Ramaprasad. "Social media, traditional media, and music sales." *MIS Quarterly* 38.1 (2014): 101-121. Print.

<sup>71</sup> Sinclair en Tinson, *Psychological ownership and music streaming consumption*, 1-9.

<sup>72</sup> Dongwon, Lee, et al. "Understanding music sharing behaviour on social network services." *Online Information Review* 35.5 (2011): 716-733.

en aanwezigheid vorm te geven. Gebruiksvriendelijkheid van muziekservices en interactiviteit zijn hierbij bepalend in het share-gedrag van luisteraars.

Naast het delen van muziek via de klassieke sociale media zijn er de afgelopen jaren ook sociale muzieknetswerken ontstaan die zich uitsluitend focussen op het online delen van muziek. Populaire sociale muzieknetswerken zijn bijvoorbeeld MySpace (2003), OpenWyde (2012), plug.dj (2012) en het Belgische vi.be (2008). Last.fm (2002) is evenwel een van de bekendste online services die op muziek gebaseerde netwerking aanbiedt. Bij registratie kan de gebruiker zijn Last.fm account koppelen aan zijn muziekstreaming account en zo ‘scrobbles’, een persoonlijke lijst vol met beluisterde artiesten en nummers, verzamelen. Telkens de gebruiker luistert naar een nummer wordt de titel ervan toegevoegd aan zijn online muziekprofiel. De meeste profielen zijn openbaar en elke Last.fm gebruiker kan vrienden hebben binnen het Last.fm sociale netwerk.<sup>73</sup> **Pálovics** en **Benczúr** onderzochten in een recente studie de beïnvloedbaarheid van de smaak van Last.fm gebruikers door hun vrienden. Zij toonden aan dat consumenten significant beïnvloed worden wanneer ze blootgesteld worden aan muziek die gedeeld wordt door een andere gebruiker. Niet alleen geven de consumenten aan deze gedeelde muziek beter te vinden dan onbekende muziek, maar zijn ze ook sneller geneigd deze muziek zelf te delen. Bij verder onderzoek kwamen de onderzoekers tot de bevinding dat mensen sterker beïnvloed worden door vrienden die muziek delen, dan door willekeurige gebruikers.<sup>74</sup>

## De luisterervaring van de consument

Zoals eerder aangehaald is naast het gemeenschapsgevoel ook het persoonlijk aspect van muziekstreaming services van belang voor de consument. Op het eerste zicht lijkt de hedendaagse online muziekverzamelaar niet langer op diens fysieke voorganger, die platenzaken afliep op zoek naar cd's, lp's en cassettes, en kocht, verkocht, ruilde en verzamelde.<sup>75</sup> Toch, aldus **Kibby** in haar onderzoek, is de interactie bij muziekluisteraars die

---

<sup>73</sup> Pálovics, Róbert en Andras Benczúr. “Temporal influence over the Last.fm social network.” *Social Network Analysis and Mining* 5.1 (2015): 1-12. Print.

<sup>74</sup> Pálovics en Benczúr, *Temporal influence over the Last.fm social network*, 1-12.

<sup>75</sup> Burkart, Patrick. “Trends in Digital Music Archiving.” *The Information Society* 24.4 (2008): 246-250. Print.

actief betrokken zijn bij hun digitale collectie van dezelfde aard als bij de fysieke verzamelaars.<sup>76</sup>

Waar het bij fysieke verzamelingen draaide rond het vinden van zeldzame zaken, gaat het bij het maken van streamingverzamelingen meer om vat te krijgen op de haast eindeloze overvloed aan muziek. Het concept van online curatie en samenstellen van digitale verzamelingen kwam er als reactie op de informatie-overload die de consument online ervaart, zo stelt **Liu**.<sup>77</sup> De verschuiving van fysiek naar digitaal tot de cloud heeft ervoor gezorgd dat muziekalbums niet langer noodzakelijk zijn bij het luisteren van muziek. De luisteraar kan nummers zelf willekeurig kiezen en herordenen, ongeacht album, genre of artiest.<sup>78</sup>

In haar studie over muziekstreaming stelt de Noorse onderzoekster **Hagen** de houding van de consument tegenover afspeellijsten centraal.<sup>79</sup> In Noorwegen is muziekstreaming de mainstream technologie geworden voor het luisteren naar muziek, met 81% van de nationale muziekinkomsten een stuk groter dan cd, lp of download. Ongeveer 80% van de bevolking onder de 30 jaar streamt dagelijks muziek.<sup>80</sup> Zij stelt in haar onderzoek dat muziekstreamingdiensten hun luisteraars de optie geven om zelf muziek te cureren, samen te stellen en te verzamelen in afspeellijsten, om zo een hogere persoonlijke betrokkenheid en creativiteit te stimuleren. Hoewel de consument de muziek niet bezit en muziek zelf zijn fysieke karakter lijkt te hebben afgeworpen, demonstreert Nyland Hagen dat mensen muziek intenser beleven door het maken, onderhouden en gebruiken van persoonlijke afspeellijsten.

Tijdens haar onderzoek merkte Hagen een grote verscheidenheid aan benaderingen van afspeellijsten op. Sommige gebruikers pasten hun afspeellijsten dagelijks aan, anderen verwijderden hele ‘*playlists*’ om nieuwe te maken, terwijl nog anderen weinig tot niets aanpasten aan hun samenstelling en ze gewoon afspeelden. Die variatie in omgang geeft aan dat er een grote mate van individualiteit meespeelt in de omgang met streaming services.<sup>81</sup> Zo

---

<sup>76</sup> Kibby, Marjorie. “Collect Yourself.” *Information, Communication and Society* 12.3 (2009): 428-443. Print.

<sup>77</sup> Liu, Sophia. “The Rise of Curated Crisis Content.” *Conferentie op ISCRAM* (International Information Systems for Crisis Response and Management), Seattle, mei 2010. Web.

<sup>78</sup> Hagen, Anja N.. “The Playlist Experience: Personal Playlists in Music Streaming Services.” *Popular Music and Society* 38.5 (2015): 625-645. Print.

<sup>79</sup> Hagen, *The Playlist Experience*, 625-645.

<sup>80</sup> Hagen, Anja N.. “The metaphors we stream by: Making sense of music streaming.” *First Monday* 21.3 (2016). Web. 1 juni 2017.

<sup>81</sup> Hagen, *The Playlist Experience*, 631.

hebben 82% van de persoonlijke afspeellijsten op Spotify een eigen unieke naam, wat het individuele karakter van de *'playlist experience'* onderstreept.<sup>82</sup>

Muziekstreaming services zetten niet alleen via playlistcuratie aan tot een individuele luisterervaring. Nagenoeg alle streaming services bieden automatische afspeellijsten aan met muziek, op maat van de gebruiker.<sup>83</sup> Songsuggesties, *'daily mixes'* en persoonlijke radiostations. Allemaal toepassingen die muziek aanreiken in het verlengde van de smaak van de consument, gericht op een persoonlijke luisterervaring.<sup>84</sup> Ondanks alle inspanningen van de industrie om hun gebruikers zo goed mogelijk te accommoderen, kan echter niet worden genegeerd dat ook piraterij nog frequent voorkomt.

## Piraterij

Er is over de relatie tussen muziekstreaming en piraterij reeds heel wat onderzoek gedaan. Toch heerst er over het algemeen onduidelijkheid wat de exacte verhouding is tussen piraterij en muziekstreaming en de invloed ervan op de muziekindustrie.

Enkele onderzoekers zijn het immers oneens met de stelling dat piraterij afbreuk doet aan de legale muziekverkoop. **Gopal** et al. (2006), **Grassmuck** (2010) en **Hammond** (2013) concludeerden zelfs dat piraterij zorgt voor een toename van muziekverkoop, aangezien mensen muziek ontdekken die ze anders niet zouden luisteren. Daarnaast helpt het, zo stelden zij, relatief onbekende artiesten meer bekendheid te krijgen. Deze studies kregen echter heel wat kritiek te verwerken en aan de andere kant zijn er ook onderzoekers die dergelijke conclusies radicaal van tafel vegen. **Liebowitz** (2008), **Waldfoegel** (2010) en **Hong** (2013) besloten na onderzoek dat illegale muziek de legale verkoop wel degelijk ondermijnt.

Het is zeker wel duidelijk dat de oprichting van Napster (1999), de eerste illegale aanbieder van gratis muziek, een schokgolf veroorzaakte voor de globale muziekwereld.<sup>85</sup> In het kielzog ervan sprongen illegale downloadsites als paddenstoelen uit de grond. Hoewel het onmogelijk is een rechtstreeks correlatie vast te stellen tussen de opkomst van piraterij en de

---

<sup>82</sup> Maasø, Arnt. "Music Streaming in Norway: Four Trends, Four Years Later." *Conferentie op Larm Music Conference*, Oslo, 27 februari 2014. Web.

<sup>83</sup> Hagen, *The metaphors we stream by: Making sense of music streaming.*

<sup>84</sup> Byun, *The Economics of the Popular Music Industry*, 60.

<sup>85</sup> Liebowitz, Stan. "How much of the decline in sound recording sales is due to file-sharing?" *Journal of Cultural Economics* 40.1 (2016): 13-28. Print.



neergang van de muziekverkoop, zakte deze sinds de komst van illegale downloadsites jaar na jaar verder in elkaar. De traditionele reactie was er een van rechtszaken en processen, wat weinig indruk wist te maken bij zowel de illegale services, als de consument die naarstig verder bleef downloaden.<sup>86</sup> Het proces dat de band Metallica in 1999 aanspande tegen Napster zorgde immers voor het omgekeerde effect. De populariteit van de service groeide alleen maar verder, zodat het in 2001 zelfs meer dan vijftien miljoen gebruikers had. Ook veroordelingen tegen Limewire (2006), Piratebay (2009) en andere illegale downloadplatformen leverden slechts weinig op, aangezien dergelijke services wereldwijd verspreid waren en een simpele domeins- of naamsverandering genoeg was om de wetgeving en veroordeling te omzeilen.<sup>87</sup>

Het duurde meer dan tien jaar vooraleer de muziekindustrie begreep dat een kruistocht tegen illegale downloadplatformen weinig tot geen zin had. De muziekwereld had nood aan inwendige vernieuwing. Uiteindelijk zou de service van muziekstreaming ontstaan in een poging een oplossing te bieden op de problematische aanwezigheid van piraterij. Daniel Ek, de bovenvermelde oprichter en CEO van Spotify, belichaamt die progressieve intenties van de muziekstreaming services, in een poging een einde te maken aan illegale downloads.<sup>88</sup> Hij was immers één jaar voor de oprichting van Spotify CEO van uTorrent, op dat moment een van de meest gebruikte P2P ('peer-to-peer') programma's voor het illegaal online delen van muziek. Het was vanuit die positie dat hij, aan de vooravond van de stichting van Spotify, de noodzaak voelde die miljoenen mensen weg te trekken uit het illegale circuit door een legaal alternatief aan te bieden. Ook Sean Parker, oprichter van Napster, investeerde in 2010 ongeveer tien miljoen dollar in Spotify.<sup>89</sup>

Er zijn op zich heel wat gelijkenissen te trekken tussen streaming en piraterij. Ze zijn beide gratis (althans de kosteloze variant van streaming), geven op zeer snelle wijze toegang tot een haast onmetelijke muzikale bibliotheek en laten de gebruiker muziek delen met zijn omgeving (bij piraterij door filesharing, bij streaming door social media connectivity). Toch stellen **Borja** en **Dieringer**, professoren Economie aan de Universiteit van Tampa, dat muziekstreaming er niet in slaagt om piraterij te vervangen. In hun eerste studie tonen ze, na

---

<sup>86</sup> Swanson, Kate. "A Case Study on Spotify: Exploring Perceptions of the Music Streaming Service." *MEIEA Journal* 13.1 (2013): 207-230. Print.

<sup>87</sup> Jbs. "Belgische piratenjagers tevreden met veroordeling Pirate Bay." *De Standaard*. De Standaard, 17 april 2009. Web. 1 juni 2017. ([http://www.standaard.be/cnt/dmf17042009\\_053](http://www.standaard.be/cnt/dmf17042009_053)).

<sup>88</sup> Ek, Daniel. "Entrepreneurs Talk." *Interview Daniel Ek*, Ecorner Stanford, 16 mei 2012. Web. 1 juni 2017. (<http://ecorner.stanford.edu/videos/2964/A-Playlist-for-Entrepreneurs-Entire-Talk>).

<sup>89</sup> Lunden, Ingrid. "Sean Parker has left Spotify's board; Padmasree Warrior, Thomas Staggs join in lead up to IPO." *Techcrunch*. Techcrunch, 22 juni 2017. Web. 22 juni 2017. (<https://techcrunch.com/2017/06/22/sean-parker-has-left-spotifys-board-padmasree-warrior-thomas-staggs-join-in-lead-up-to-ipo/>).

onderzoek onder Amerikaanse universiteitsstudenten, aan dat collectieve gedragingen en meningen (*'collective attitudes and beliefs'*) een grote rol spelen in de verklaring voor het verder bestaan van piraterij.<sup>90</sup> Daarbij komt dat studenten die gebruik maken van muziekstreaming meer aan piraterij doen dan studenten die geen muziek streamen. Dat leidde in een tweede studie tot de conclusie dat muziekstreaming piraterij niet vervangt, maar aanvult.<sup>91</sup> Ondanks de gelijkenissen tussen de twee, die ook de onderzoekers erkennen in hun studie, besluiten zij dat streaming complementair is aan piraterij.

Recenter onderzocht ook **Hampton-Sosa**, professor aan het Business Department in Brooklyn College, de relatie tussen muziekstreaming en piraterij.<sup>92</sup> Hij baseert zich op cijfers van technologiebedrijf en marktonderzoeksbureau MUSO, dat jaarlijks een rapport uitbrengt met inzicht over de globale muziekmarkt.<sup>93</sup> Het resultaat van zijn onderzoek toont aan dat digitale piraterij de laatste jaren relatief statisch is gebleven. Wel is de wijze waarop piraterij uitgeoefend wordt veranderd, met een prominente rol voor illegale downloads via smartphones. Toch kaart Hampton-Sosa aan dat de komst en populariteit van muziekstreaming moet gezien worden als een goede zaak in het kader van de bestrijding van piraterij.

Een heel ander resultaat komt uit Scandinavische hoek. Uit onderzoek bleek dat de beschikbaarheid van kwaliteitsvolle muziekstreaming services correleert met een afname van piraterij.<sup>94</sup> Het Zweedse onderzoeksbureau Mediavision ontdekte dat piraterij met 25% afnam in de periode tussen 2009 en 2011, wat procentueel overeenkwam met het aantal luisteraars die overschakelden naar streaming services.<sup>95</sup>

---

<sup>90</sup> Borja, Karla, Suzanne Dieringer en Jesse Daw. "The effect of music streaming services on music piracy among college students." *Computers in Human Behavior* 45 (2015): 69–76. Print.

<sup>91</sup> Borja, Karla en Suzanne Dieringer. "Streaming or stealing? The complementary features between music streaming and music piracy." *Journal of Retailing and Consumer Services* 32 (2016): 86-95. Print.

<sup>92</sup> Hampton-Sosa, *The impact of creativity and community facilitation on music streaming adoption and digital piracy*, 444-453.

<sup>93</sup> "Global Music Piracy Insight Report 2016." MUSO. Muso, 2017. Web. 1 juni 2017. (<https://www.muso.com/market-analytics-global-music-insight-report-2016/>).

<sup>94</sup> Van der Sar, Ernesto. "Music Piracy Continues to Decline Thanks to Spotify," *Torrent Freak*. *Torrent Freak*, 28 september 2011. Web. 1 juni 2017. (<https://torrentfreak.com/music-piracycontinues-to-decline-thanks-to-spotify-110928/>).

<sup>95</sup> "Musiksverige: Fildelning & nedladdning." *Mediavision*. Scribd, 2011. Web. 1 juni 2017. (<https://www.scribd.com/document/66658516/Musiksverige-Svenskarnas-Internet-Van-Or-Q2-20111>).

## Conclusie: “Muziek is gratis”

Ondanks de gespannen verhouding tussen piraterij, muziekstreaming en muziekverkoop, kan het belang van de oprichting van Napster moeilijk overschat worden, aangezien het niet enkel de muziekindustrie veranderde, maar ook het gedrag van de consument. Voor het eerst was muziek vrij te verkrijgen, volledig gratis te downloaden door miljoenen mensen tegelijkertijd. De luisteraar werd plots geconfronteerd met een nieuwe wereld, waar muziek voor het grijpen lag. Dat laat tot vandaag de dag sporen na. Niet enkel in het verder bestaan van dergelijke illegale muziekplatformen, maar vooral in de perceptie van de consument zelf. Opeens lijkt het vanzelfsprekend te zijn geworden dat muziek gratis is, wat haaks staat op een realiteit waarin een artiest tracht geld te verdienen met zijn werk en een industrie die enkele rake klappen te verwerken kreeg. In combinatie met het huidige post-ownership klimaat, waarbij content los wordt gezien van het bezit ervan en de uitbouw van online communities, zorgt dit geheel voor een nieuwe perceptie over muziek bij de consument.

Eveneens het ‘*give away for free*’ principe, dat een groot deel van de online services (van film- en muziekservices tot kranten en nieuwssites) hanteert, draagt bij tot een nieuwe perceptie bij de consument. In de hoop zoveel mogelijk gebruikers aan te trekken, stellen services hun content gratis ter beschikking van de consument, voortgedreven door een bedrijfsmodel gebaseerd op reclame-inkomsten. Als een gevolg hiervan ontstaat er een ‘*free mentality*’ bij de consument, de gedachtegang dat alles online gratis ter beschikking zou moeten zijn. Wanneer dit gepaard gaat met tegenvallende reclame-inkomsten en toenemende onderhoudskosten, is dit systeem voor veel services problematisch en onhoudbaar.<sup>96</sup>

Bijgevolg is er bij veel internetgebruikers het geloof gegroeid dat online muziekstreamingdiensten niets mogen aanrekenen aan hun gebruikers, aangezien zij een significant inkomen verwerven uit advertisement.<sup>97</sup> Dat geloof zorgt voor onbereidheid om te betalen voor online muziek, concludeerde **Li Richard Ye**, professor Information Systems aan de California State University.<sup>98</sup> Uit een onderzoek van **Vlachos** uit 2003 bleek al dat 65% van de ondervraagden van mening was dat online muziek gratis zou moeten zijn.

---

<sup>96</sup> Lin, Tun Ching, Jack Hsu en Hui Ching Chen. “Customer Willingness to Pay for Online Music: The Role of Free Mentality.” *Journal of Electronic Commerce Research* 14.4 (2013): 315–333. Print.

<sup>97</sup> Dou, Wenyu. “Will Internet Users Pay for Online Content?” *Journal of Advertising Research* 44.4 (2004): 349–359. Print.

<sup>98</sup> Ye, L. Richard, et al. “Fee-Based Online Services: Exploring Consumers’ Willingness to Pay,” *Journal of Technology and Information Management* 13.2 (2004): 134–141. Print.

De uitdaging voor de muziekstreaming services is dus om de consument toch te laten betalen voor hun diensten.<sup>99</sup> De algemene luisterervaring via streaming mag dan wel als positief worden ervaren bij de consument, toch is het duidelijk dat er in de algemene perceptie van de consument over muziekstreaming iets schort. De overtuiging dat muziek vandaag de dag gratis ter beschikking zou moeten staan, is moeilijk te combineren in een bedrijfsmodel dat van 'free to fee' dient te evolueren. In het volgende hoofdstuk wordt dan ook dieper ingegaan op de manier waarop de industrie tracht om te gaan met deze problematische trend in het denken van de consument.

---

<sup>99</sup> Pauwels, Koenen Allen Weiss. "Moving from Free to Fee: How Online Firms Market to Change Their Business Model Successfully." *Journal of Marketing* 72.3 (2008): 14-31. Print.

## Hoofdstuk 4: Industrie

Tussen de consument en de artiest staat er een reeks van actoren die ervoor zorgen dat de muziek van een artiest tot bij de consument raakt: de industrie. Deze ietwat vage term staat voor het geheel van producers, managers, publishers, distributeurs, promotors en andere schakels in het complexe netwerk van de muziekwereld. Er wordt in dit hoofdstuk eerst en vooral ingegaan op het verval van de muziekverkoop en de klap die de muziekindustrie aan het begin van deze eeuw te verwerken kreeg. Vervolgens wordt er een doorsnede gegeven van de hedendaagse muziekindustrie en verder ingegaan op het kloppende hart ervan, namelijk de platenmaatschappijen. Hierbij wordt de nadruk vooral gelegd op de veranderingen die de industrie heeft doorgemaakt sinds de komst van digitale muziek en streaming. Als laatste punt wordt de zogenaamde ‘value gap’ - de eerder aangehaalde kloof in uitbetalingen tussen enerzijds streaming services (zoals Spotify) - en anderzijds video streaming services (zoals Youtube) – aangekaart; die zorgt voor een reëel gevaar binnen de muziekindustrie.

Dit hoofdstuk verkent de relaties tussen de muziekindustrie en streaming aan de hand van een literatuurstudie en kwalitatief onderzoek. Enkele voortrekkers binnen de Belgische muziekindustrie werden geïnterviewd over hun visie op de hedendaagse muziekwereld en de verhouding tussen industrie en streaming. Aan de hand van stellingen en citaten worden de visies van Sander Graumans (promotiemanager bij het label [PIAS]), Olivier Maeterlinck (voorzitter van BEA Music, de overkoepelende organisatie voor Belgische muziekproductie en -distributie) en Thomas de Mot (creatief manager bij de publisher Strictly Confidential) in dit hoofdstuk verweven met de bevindingen uit de meer algemene literatuuranalyse.

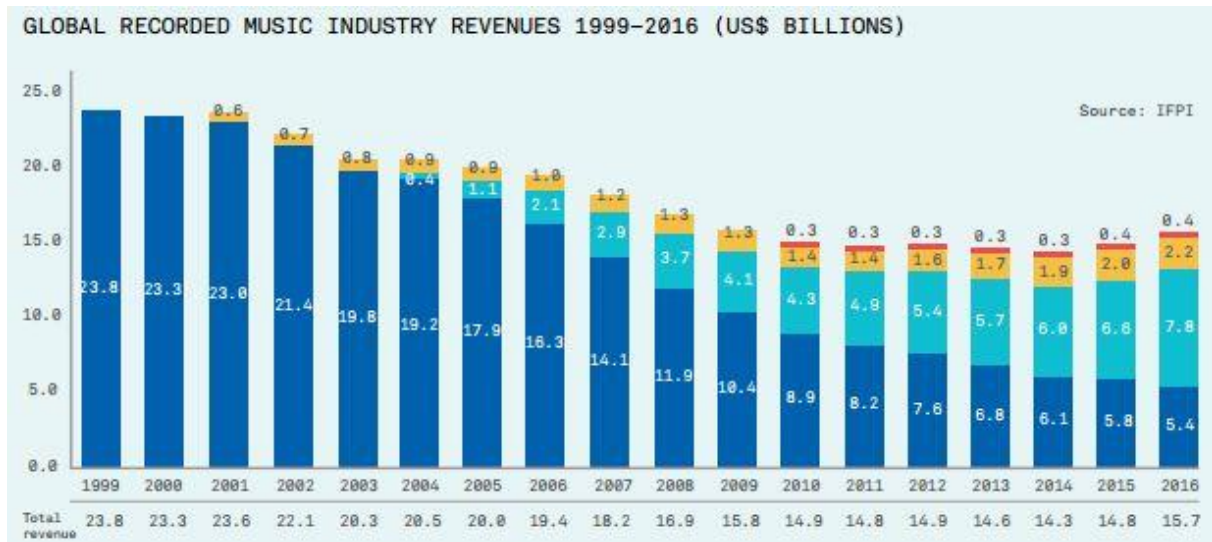
### Van verval tot stream

Zoals op het einde van het vorige hoofdstuk al duidelijk werd gemaakt, betekende de opkomst van het internet, de verschuiving van analoog naar digitaal en het verschijnen van online piraterij, een enorme verandering voor de muziekindustrie bij de millenniumwisseling.<sup>100</sup> De oprichting van Napster in 1999 gaf de gebruiker ongehinderd toegang tot gratis muziek, een

---

<sup>100</sup> Liebowitz, Stan. “How much of the decline in sound recordings sales is due to file-sharing?” *Journal of Cultural Economics* 40.1 (2016): 13-28. Print.

gegeven dat - zoals bleek uit het vorige hoofdstuk - vandaag nog nazindert in de hoofden van de consumenten. De industrie beleefde op dat moment hoogdagen waar gestaag een einde aan zou komen. Het duurde enkele jaren voordat de industrie zou wegzakken, aangezien Napster tijd nodig had om het grote publiek te bereiken.



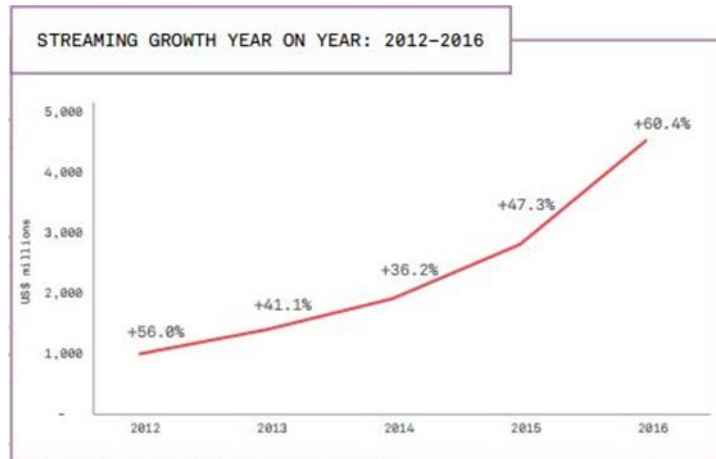
Grafiek 2 (bron: IFPI, Global Music Report 2017)

In 2001 had de globale muziekindustrie nog een laatste stuiptrekking, maar vanaf 2002 begon haar verval.<sup>101</sup> Tussen 2002 en 2014 daalden de inkomsten jaar na jaar (zie Grafiek 2). Vooral de fysieke verkoop bleef klappen incasseren, terwijl de digitale verkoop stapsgewijs een groter aandeel begon in te nemen. Initieel zorgde voornamelijk de iTunes Store (°2003) voor het legaal aanbieden van digitale muziek. Toen in 2006 Spotify en Deezer werden opgericht was het tijdperk van de stream aangebroken. Het duurde echter tot 2010 vooraleer Spotify en Deezer zich ook internationaal op de kaart konden zetten en beschikbaar werden in heel Europa.<sup>102</sup>

<sup>101</sup> “Global Music Report 2016.” *IFPI*. International Federation of the Phonographic Industry, april 2016. Web. 1 juni 2017. (<http://www.ifpi.org/news/IFPI-GLOBAL-MUSIC-REPORT-2016>).

<sup>102</sup> Bruno, Antony. “See Spotify run: why Europe’s hot streaming music service matters.” *Billboard* 121.5 (2009): 11-25. Print.

In 2015 gebeurde dan wat er al enkele jaren zat aan te komen: de digitale muziekinkomsten waren voor het eerst groter dan de opbrengsten uit de fysieke verkoop.<sup>103</sup> Het was trouwens voor het eerst in twaalf jaar dat de muziekindustrie een stijging (3,2 %) van de inkomsten kon noteren. De industrie zat terug in de lift na een

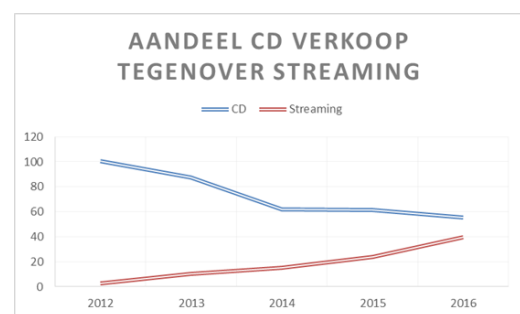


Grafiek 3 (bron: IFPI, Global Music Report 2017)

verval van ongeveer 40% over een periode van twaalf jaar. In 2016 zette de stijging zich verder met 5,9%, ondanks de verder dalende fysieke verkoop (met 7,6%). Daarnaast valt ook op dat de digitale download verder wegzakt (met 20,5%), wat duidelijk maakt dat de stijging van de industrie wordt gedragen door de alsmaar groeiende inkomsten uit streaming (zie Grafiek 3).

De toon is dus gezet: terwijl fysieke verkoop en download aan belang inboeten, kent streaming een enorme *boom* en is het de grootste bron van inkomsten voor de industrie geworden. Ook in België is deze trend vast te stellen, alleen blijft in ons land de cd-verkoop wel groter dan de inkomsten uit streaming (zie Grafiek 4).<sup>104</sup> Volgens **Olivier Maeterlinck** zijn hiervoor verschillende oorzaken:

Terwijl streaming in onze buurlanden, zoals Nederland, reeds in 2010 ingang vond, moest de Belgische markt tot 2011 wachten vooraleer streaming toegankelijk werd. Door die latere release heeft België dus meteen al een achterstand opgelopen tegenover haar buurlanden. Een ander verschil met Nederland heerst er in de koppelverkoop, waarbij streamingabonnementen worden verkocht bij een telefoonabonnement of andere diensten. Daarnaast heeft de Belgische variant van Spotify, de grootste streamingdienst in België met ongeveer 300.000 abonnees, geen Belgische ‘storefront’, maar de internationale versie. Dat veroorzaakt niet enkel een nadeel voor de Belgische artiesten, die onderbelicht blijven, maar bovendien richt de dienst zich ook minder



Grafiek 4 (bron: BEA Music, Gfk)

<sup>103</sup> “Global Music Report 2017.” IFPI. International Federation of the Phonographic Industry, april 2017. Web. 1 juni 2017. (<http://www.ifpi.org/recording-industry-in-numbers.php>).

<sup>104</sup> Cijfers van Gfk, via de Belgian Entertainment Association

specifiek tot de Belgische gebruiker. Toch zal het ook in ons land slechts een kwestie van tijd zijn vooraleer streaming de bovenhand zal nemen op de fysieke verkoop; de trend is aanwezig, enkel minder sterk.<sup>105</sup>

De Belgische muziekmarkt zit zo in de overgangsfase van fysiek naar digitaal en staat op dit vlak nog achter tegenover buurlanden Nederland en Frankrijk. Toch is België niet de laatste in het digitale peloton aangezien Duitsland voorlopig nog een stuk verder verwijderd staat van de overname van digitaal op fysieke verkoop.<sup>106</sup>

## Het platenlabel in een streaming society

Het twaalf jaar lange verval heeft de industrie sterk getekend. De dalende muziekinkomsten hebben hard ingehakt op de werking ervan. “Al het overtollige is er inmiddels lang uit”, zegt **Thomas de Mot** duidelijk. Hij zag met lede ogen aan hoe de bestaanszekerheid van Strictly Confidential in het gedrang kwam door het verval van de industrie. Volgens **Sander Graumans**, promotiemanager bij [PIAS] (het grootste Belgische platenlabel (°1983), voluit *Play It Again Sam*), was het naast de opkomst van piraterij vooral de conservatieve reactie van de industrie zelf die ervoor zorgde dat er een dermate verval kon plaatsvinden:

De reactie van de industrie op de opkomst van de digitale muziekconsumptie en piraterij was *too little, too late*. De effecten van de opkomst ervan werden sterk onderschat en er werd amper gereageerd. De muziekindustrie bleef te lang achter en vroeg lange tijd te veel geld voor muziek aan de consument.<sup>107</sup>

Ondanks de grote klap blijven ook vandaag de dag platenmaatschappijen of labels het centrum van de industrie. Het beeld van de platenbaas die met een sigaar in de mond achteroverleunend beslist over het maken of kraken van een artiest mag dan wel een cartooneske voorstelling zijn, het geeft de grote invloed en macht weer van een platenlabel in de muziekindustrie. Zij beschikken over budgetten om de productie van albums te financieren en artiesten te ondersteunen in het maken van hun muziek. Het klassieke patroon is, na het binnenhalen van een artiest, deze een bepaald bedrag te geven om de productie van de plaat te bekostigen, waarna het label de nummers uitbrengt en via de verkoop ervan de geïnvesteerde

---

<sup>105</sup> Maeterlinck, Olivier. Persoonlijk interview. 4 mei 2017.

<sup>106</sup> “Global Music Report 2017.” *IFPI*. International Federation of the Phonographic Industry, april 2017. Web. 1 juni 2017. (<http://www.ifpi.org/recording-industry-in-numbers.php>).

<sup>107</sup> Graumans, Sander. Persoonlijk interview. 9 mei 2017.



kosten terugwint.<sup>108</sup> Roger Ames, de voormalige CEO van Warner Music Group, legt de werking van het label uit met volgende metafoor: “The record company buys the horse, trains the horse, feeds the horse, runs the horse and then hopefully one day wins a race.”<sup>109</sup>

Wereldwijd zijn er drie ‘major’ platenlabels, die samen beschikken over ongeveer 80% van de wereldwijde muzieklicenties.<sup>110</sup> Universal Music is het grootste en beschikt over de helft van de licenties, Sony en Warner verdelen de overige veertig procent ongeveer gelijk onder elkaar. De overige labels vallen onder de noemer ‘independent labels’, zoals ook het grootste Belgische label [PIAS]. **Sander Graumans** is promotiemanager bij [PIAS], zit veel samen met muziekprogrammators voor radio en tv en geeft les Marketing aan de PXL Hogeschool. Bij de nauwe band tussen muzieklicenties en de major labels heeft hij enige bedenkingen:

De macht van de majors is een absolute bedreiging voor de kleinere labels en de muziekindustrie in het algemeen. Oligopolievorming op de muzieklicenties is een gevaarlijk iets, waartegen zelfs Europa al verscheidene keren heeft opgetreden. De grote spelers trachten hun greep op de industrie zo groot mogelijk te houden en hadden een groot aandeel in de conservatieve houding tegenover enige vorm van vernieuwing binnen de muziekwereld. Vandaag staan zij echter meer open voor streaming, al is ook dit niet zonder risico’s voor de industrie, gezien het feit dat bijvoorbeeld Universal een aandeelhouder is van streaming service Spotify.<sup>111</sup>

Labels trachten vandaag over het algemeen hun greep op de muziekindustrie terug te vinden. Niet enkel door aandeelhouder te worden van streamingdiensten, maar ook dankzij de ‘360° deal’, de nieuwe standaardformule in de relatie tussen artiest en label.<sup>112</sup> Hierbij staat het label niet langer enkel in voor de ondersteuning in productie en distributie van de muziek van een bepaalde artiest, maar mengt het zich ook op vlak van publishing, promotie, management, en zelfs boekingen van artiesten. Op deze manier trachten labels na de pijnlijke jaren van verval hun macht binnen de industrie te laten gelden en (opnieuw) zoveel mogelijk invloed te verwerven.

---

<sup>108</sup> Galuszka, Patryk en Katarzyna Wyrzykowska. “Running a record label when records don't sell anymore: empirical evidence from Poland.” *Popular Music* 35.1 (2016): 23-40. Print.

<sup>109</sup> Ingham, Tim. Youtube: ‘We’d Love To Tell You What We’re Paying Artists... If We Were Allowed.’, *Musicbusiness Worldwide*. MBWW, 26 april 2016. Web. 1 juni 2017. (<https://www.musicbusinessworldwide.com/youtube-wed-tell-paying-artists-allowed/>).

<sup>110</sup> Byun, *The Economics of the Popular Music Industry*, 60.

Hilmes, Michele. *Only Connect. A Cultural History of Broadcasting in the United States*. Madison: University of Wisconsin, 2014. Print.

<sup>111</sup> Graumans, Sander. Persoonlijk interview. 9 mei 2017.

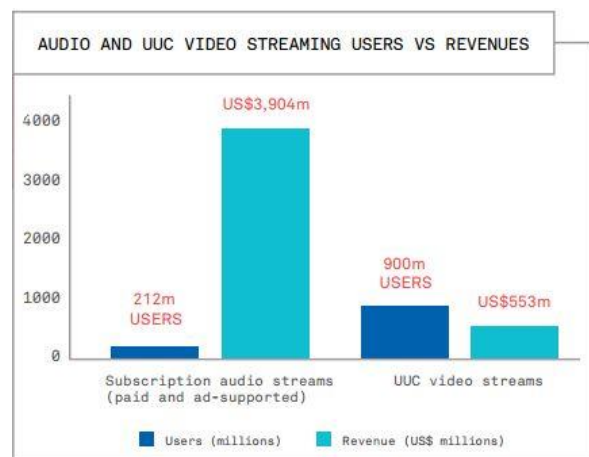
<sup>112</sup> Marshall, Lee. “The 360 deal and the ‘new’ music industry.” *European Journal of Cultural Studies* 16.1 (2013): 77-99. Print.

Er is dus sprake van een industrie die nog steeds opgedeeld is in verschillende segmenten, gaande van productie, over promotie tot publishing en distributie van muziek, al vallen deze verschillende takken steeds meer onder de werking van de verschillende labels. Tegelijkertijd zijn er ook streamingdiensten die zelf kerntaken op zich nemen en zich niet langer afhankelijk willen voelen van een label. Zo geven zij zelf voorschotten aan artiesten voor de productie van hun muziek, volgens Graumans. Daarnaast zijn zij zelf de voornaamste ‘gatekeeper’ geworden en kunnen makkelijker dan ooit bepalen welke nummers het goed doen bij hun luisteraars.<sup>113</sup> Streaming betekent daarnaast een einde aan de productie en distributie over de fysieke kanalen, die vroeger intensief werden aangesproken door de labels.

## De value gap

Eerder in hoofdstuk twee werd de ‘value gap’ kort aangehaald. Consumenten luisteren vandaag de dag meer dan ooit naar muziek, maar betaalden er nooit zo weinig voor. De value gap staat voor de kloof die is ontstaan tussen enerzijds dat toenemende luistergedrag en anderzijds de gebrekkige inkomsten die voortkomen uit al deze streams en clicks.<sup>114</sup>

Het probleem situeert zich rond online videoplatformen, zoals Youtube, waar de consument probleemloos en gratis naar muziek(video’s) kan luisteren op legale wijze.<sup>115</sup> Aangezien gebruikers zelf muziek kunnen uploaden op Youtube is er een theoretisch verschil in werking met streamingdiensten, die via muzieklicenties muziek aanbieden. Door dat verschil valt Youtube niet onder hetzelfde juridische kader



Grafiek 5 (bron: IFPI, Global Music Report 2017)

<sup>113</sup> “How Streaming, Exclusives and the Chainsmokers Made 2016 a Disruptive Year for Pop.” *New York Times*. New York Times, 17 december 2016. Web. 1 juni 2017. (<https://www.nytimes.com/2016/12/16/arts/music/popcast-streaming-exclusives-chainsmokers.html>).

<sup>114</sup> “Global Music Report 2017.” *IFPI*. International Federation of the Phonographic Industry, april 2017. Web. 1 juni 2017. (<http://www.ifpi.org/recording-industry-in-numbers.php>).

<sup>115</sup> “Free and easy listening: YouTube and copyright.” *The Economist*. The Economist, 23 juni 2016. Web. 1 juni 2017. (<https://www.economist.com/news/business/21701174-music-industry-lobbies-congress-keep-youtube-bay-free-and-easy-listening>).

als een streamingdienst en wordt dus niet geacht op eenzelfde wijze haar inkomsten te delen met de beluisterde artiesten.

Grafiek 5 maakt duidelijk waar de kloof zich situeert.<sup>116</sup> Langs de ene kant bevinden zich de muziekstreamingdiensten (ad-based en betalend) met zo'n 212 miljoen gebruikers en 3,9 miljard dollar inkomsten. De andere kant is die van de videostreamingdiensten (zoals Youtube) met 900 miljoen gebruikers en amper 553 miljoen dollar aan inkomsten. Streamingdiensten hebben dus met zo'n 700 miljoen minder gebruikers toch 3,4 miljard dollar meer opbrengsten dan de videodiensten.

De value gap is vandaag de dag een groot probleem voor de muziekindustrie. In het *Global Music Report* van IFPI wordt het omschreven als het grootste gevaar voor de houdbaarheid van de muziekindustrie in de toekomst.<sup>117</sup> Tegelijkertijd zijn artiesten, auteurs, labels, publishers en managers verenigd in hun doel iets te doen aan de value gap. Zo zegt ook **Thomas de Mot**, die creatief manager is bij publisher Strictly Confidential:

Er is nog heel wat werk te doen om de value gap te dichten, maar ik ben ervan overtuigd dat Google (de eigenaar van Youtube) zelf ook inziet dat de situatie niet langer houdbaar of wenselijk is. Er zijn gesprekken aan de gang tussen publishers en Youtube om te zien hoe de situatie het best aangepakt wordt. Er gaat namelijk een technische moeilijkheid mee gepaard, aangezien gebruikers zelf de muziek uploaden en het niet meteen duidelijk is hoe heel die muziekstroom het best kan geïdentificeerd worden. Onder andere onze CEO (Pierre Mossiat) wordt betrokken in deze gesprekken om mee te zoeken naar een oplossing.<sup>118</sup>

Een andere noodzaak is de hervorming van het bestaande juridische kader. Dat kader bestaat nu uit de *Digital Millennium Copyright Act* (1998), de Amerikaanse wet die online toegang en verspreiding van auteursrechtelijke werken regelt.<sup>119</sup> Wat problematisch is in deze wetgeving, is dat het de strafmaat voor de auteursrechtenschending over het internet verhoogt, maar tegelijkertijd de aansprakelijkheid van providers beperkt. Op Europees vlak is er daarnaast ook de wetgeving over '*Het auteursrecht en de naburige rechten in de informatiemaatschappij*' (2001), die staat voor de beveiliging van het auteursrecht op Europese schaal.<sup>120</sup> Het valt op dat

---

<sup>116</sup> "State Of The Music Business: What The Numbers Tell Us." *Medium*. RIAA, 22 maart 2016. Web. 1 juni 2017. (<https://medium.com/@RIAA/state-of-the-music-business-what-the-numbers-tell-us-63ce1524b30>).

<sup>117</sup> "Global Music Report 2017." *IFPI*. International Federation of the Phonographic Industry, april 2017. Web. 1 juni 2017. (<http://www.ifpi.org/recording-industry-in-numbers.php>).

<sup>118</sup> De Mot, Thomas. Persoonlijk interview. 9 mei 2017.

<sup>119</sup> Maxwell, Terrence. "Mapping information policy frames: the politics of the digital millennium copyright act." *Journal of the American Society for Information Science and Technology* 55.1 (2004): 3-12. Print.

<sup>120</sup> "Het auteursrecht en de naburige rechten in de informatiemaatschappij". *Eur-Lex*. Europese Unie, 4 mei 2016. Web. 1 juni 2017. (<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/NL/TXT/?uri=LEGISSUM:126053>).

deze wetgevingen inmiddels verouderd zijn en geen rekening kunnen houden met de omschakeling van analoog naar digitaal en de cloud gedurende de laatste tien tot vijftien jaar. In juni 2016 tekenden meer dan 1000 artiesten en songwriters (waaronder Sir Paul McCartney, Robin Schulz, David Guetta, Sting en Coldplay) een brief gericht aan de Europese Commissie om aandacht te vragen voor deze prangende situatie.<sup>121</sup> Met resultaat, zo zegt **Olivier Maeterlinck** die met zijn achtergrond als jurist de besluitvorming rond deze zaak bij de Europese Commissie op de voet volgt:

Het probleem zit bij het verouderde juridische kader dat stamt uit 2000, vier jaar voor de oprichting van Youtube en dus nog geen rekening houdt met dergelijke platformen, gebaseerd op het uploaden van muziek door gebruikers. Ondertussen heeft de Europese Commissie het probleem erkend en in december 2016 een eerste voorstel neergelegd om de achterpoort te dicht. Hierin wordt gesteld dat diensten die gebruikers de mogelijkheid aanbieden om auteursrechtelijk beschermde content up te loaden zelf verantwoordelijk zijn voor de inhoud ervan en aan de licentievoorwaarden moeten voldoen. Dit voorstel ligt nu in de handen van het Europese Parlement en de Europese Raad. Het standpunt van België hierin is tot mijn verbazing niet volledig positief; de verantwoordelijke ministers Peeters en De Croo (respectievelijk bevoegd voor Intellectuele Eigendom en de Digitale Agenda) zien goede elementen in het rapport, maar blijven bekommerd om mogelijke problemen voor KMO's. Daarnaast staat er ook een sterke lobby van Google klaar, die een dergelijke regeling niet meteen ziet zitten.<sup>122</sup>

De sterkte van bedrijven als Facebook en Google tegenover deze politieke besluitvorming is moeilijk te achterhalen. Zij zijn immers niet opgezet met de wijziging van het Digital Millennium Copyright Act, wat hen veiligheid biedt tegenover enige aansprakelijkheid voor inbreuken tegen het copyright.

---

<sup>121</sup> "IAO letter to European Commission on the value gap." Complete Music. Complete Music, 22 juni 2016. Web. 1 juni 2017. (<http://www.completemusicupdate.com/article/iao-letter-to-european-commission-on-the-value-gap/>).

<sup>122</sup> Maeterlinck, Olivier. Persoonlijk interview. 4 mei 2017.

Conclusie: “De juiste weg ingeslagen ... maar nog geen reden tot hoerastemming.”

Uit de literatuuranalyse en de interviews blijkt dat de industrie, na een aanvankelijke conservatieve reactie op digitale muziek en streaming, nu wel openstaat voor muziekstreaming. De bescheiden opwaartse trend in 2015 en 2016 kan het begin zijn van een nieuwe revival van de muziekindustrie. De Mot, Graumans en Maeterlinck gaven dan ook blijk van vertrouwen in de groei van de markt en de toekomst van streaming.

Tegelijkertijd zijn niet alle zorgen van de baan. Piraterij mag dan wel gecounterd zijn door de komst van streaming, het is de value gap die de industrie vandaag de dag parten speelt in het genereren van inkomsten uit digitale muziekconsumptie. De wil tot verandering is er, maar de almacht van de Google lobby en het juridisch getouwtrek zorgen ervoor dat een definitieve oplossing nog niet meteen in zicht is.

Op basis van deze bevindingen valt ook te argumenteren dat de muziekindustrie, ondanks de klap en het verval, niet veel veranderd is in vergelijking met het tijdperk voor de komst van streaming. Het zijn immers nog altijd de platenlabels die de motor zijn van muziekproductie en distributie, weliswaar op zoek naar meer macht en controle dan vroeger om de inkomstenbron zo groot mogelijk te houden. Wat wel opvallend is, is de meer autonome rol van streamingdiensten die door hun groei en populariteit zelf een meer bepalende functie krijgen in de industrie als gatekeeper, maar ook in de productie van muziek. Streaming lijkt zo de scheidingslijnen tussen de verschillende schakels in de industrie (productie – distributie – promotie – publishing) ietwat te hebben uitgewist.

## Hoofdstuk 5: Artiest

Op het eerste zicht lijkt de komst van muziekstreaming geen slechte zaak voor de artiest. Hun muziek raakt makkelijker en sneller verspreid dan ooit, fans verbinden zich online in communities en delen massaal hun favoriete nummers. Daarbij luisteren mensen naar meer artiesten dan ooit tevoren, bleek na studie van de Noorse onderzoeker **Maasø**.<sup>123</sup> Toch zijn er ook moeilijkheden voor de artiest in de streaming society.

Dit hoofdstuk verkent hoe artiesten muziekstreaming percipiëren. Er wordt onderzocht hoe de artistieke rechtsbescherming vandaag de dag functioneert, op welke wijze inkomsten uit muziekstreaming verworven worden en hoe artiesten zich positioneren ten opzichte van streamingdiensten. Enerzijds door onderzoek en analyse van de literatuur en gegevens over artiesten en streaming. Anderzijds wordt de perceptie van de artiest over muziekstreaming onderzocht aan de hand van kwalitatief onderzoek. Naast een interview met Kati Van De Velde (Redcat Artists) dienen gepubliceerde interviews met artiesten als voornaamste bronmateriaal voor het onderzoek naar de artistieke perceptie over muziekstreaming. Aan bod komen internationale sterren als Paul McCartney, Lily Allen en Thom Yorke (Radiohead), maar ook Belgische artiesten als Tom Kestens, Jonas Genard (School is Cool) en Senne Guns.

### Rechtsbeheer in de streaming industry

Alvorens in te gaan op de inkomsten die een artiest verwerft via streaming is het van belang om kort stil te staan bij het rechtsbeheer in verband met streaming, aangezien dit samenhangt met de financiële inning. Op een nummer dat opgenomen en uitgegeven wordt zijn in principe twee soorten van rechtsbescherming van toepassing. Enerzijds zijn er de auteursrechten, die toebehoren aan de componist/auteur van een bepaald nummer. Anderzijds zijn er de masterrechten of opnamerechten, die toebehoren aan de uitvoerende artiest.

De **auteursrechten** van een bepaald nummer worden beheerd door een publisher (zoals Thomas De Mot is bij Strictly Confidential, in het vorig hoofdstuk geïnterviewd). Zijn taak bestaat erin te controleren of de nummers die hij vertegenwoordigt correct worden aangegeven

---

<sup>123</sup> Maasø, Arnt. "Music Streaming in Norway: Four Trends, Four Years Later." *Conferentie op Larm Music Conference*, Oslo, 27 februari 2014. Web.

en vergoed wanneer ze gebruikt worden voor reproductie of publieke vertoning. De financiële inning van de rechten voor auteurs wordt gedaan door een auteursrechtenvennootschap, in België is dat SABAM. Tussen de acht en tien procent van de inkomsten uit streaming gaat naar de verschillende publishers, die toezien op de correcte verdeling ervan aan de auteurs.

De **masterrechten** zijn van toepassing op de opname van een bepaald nummer en komen toe aan de uitvoerende artiest, die niet noodzakelijk dezelfde is als de auteur ervan. Wanneer een artiest zijn nummers uitbrengt onder een platenlabel beheren zij de rechten en licenties van de opname. In België wordt de inning hiervoor opgedeeld in twee delen: enerzijds via Playright, dat zich ontfermt over de inningen die toebehoren aan de uitvoerende muzikant. Anderzijds via SIMIM, dat de rechten int van de ‘producent’ (“de ‘producent’ is degene die de financiële inspanningen van de oorspronkelijke opname gedragen heeft”).<sup>124</sup> De licentiecontracten tussen labels en streamingdiensten kunnen sterk verschillen, naargelang de grootte van het label, de aangeboden catalogus of eventuele exclusiviteitsovereenkomsten. Grofweg tussen de 55 en 70 procent van de inkomsten uit streaming gaat naar de verschillende platenmaatschappijen.

Opvallend hierbij is dat artiesten zelf niet beschikken over de rechten van hun muziek, maar ze overdragen aan platenlabels en publishers. Het is natuurlijk niet wenselijk dat iedere artiest zelf dient te controleren door wie, waar, wanneer en hoeveel zijn muziek wordt gespeeld, maar dat de huidige situatie soms voor vreemde situaties kan zorgen werd in januari 2017 duidelijk. **Sir Paul McCartney** spande namelijk een rechtszaak aan tegen platenmaatschappij Sony en haar zusterbedrijf ATV Publishing, waarin hij het bedrijf aanklaagt voor de rechten op 267 Beatles nummers die hij (mee) schreef.<sup>125</sup> De geschiedenis van de rechten op die nummers gaat terug tot 1985, wanneer Michael Jackson een hoger bod plaatste (47,5 miljoen dollar) dan McCartney, en deze zo onderdeel werden van zijn catalogus (ATV).<sup>126</sup> Na diens dood in 2009 kocht Sony de helft van de ATV catalogus (in totaal zo’n 4000 popnummers, niet enkel van The Beatles, maar ook van onder andere Elvis Presley, Bruce Springsteen en The Rolling Stones), waar in 2016 ook het overblijvende deel bijkwam. Het is maar zeer de vraag of McCartney de rechtszaak tegen het label zal winnen, aangezien in december 2016 de Britse

---

<sup>124</sup> *Simim*. Simim, 2017. Web. 1 juni 2017. (<http://www.simim.be/>).

<sup>125</sup> Skinner, Curtis. “Paul McCartney sues Sony/ATV for Beatles music rights.” *Reuters*. Reuters, 19 januari 2017. Web. 1 juni 2017. (<http://www.reuters.com/article/us-people-paulmccartney-idUSKBN152380>).

<sup>126</sup> Rys, Dan. “A Brief History of the Ownership of the Beatles Catalog.” *Billboard*. Billboard, 20 januari 2017. Web. 1 juni 2017. (<http://www.billboard.com/articles/columns/rock/7662519/beatles-catalog-paul-mccartney-brief-history-ownership>).

rockgroep Duran Duran een soortgelijke rechtszaak verloor tegen Sony.<sup>127</sup> Heel deze zaak brengt wel op een pijnlijke manier aan het licht hoe artiesten geconfronteerd worden met deze ietwat absurde situatie, waarbij een auteur van een bepaald nummer de rechten hierop zelf niet meer kan bezitten.

## Inkomsten uit streaming

In hoofdstuk twee werd reeds kort de complexiteit van het financiële radarwerk van een streamingdienst aangekaart. Onderzoek leert dat het niet zo eenduidig of eenvoudig is om een ‘gemiddeld cijfer’ op de inkomsten uit muziekstreaming te plakken.<sup>128</sup> Het afleiden van het bedrag dat een ‘gemiddelde artiest’ verdient via muziekstreaming is in principe zelfs niet mogelijk. De vergoedingen gebeuren immers indirect en de overeenkomsten tussen artiest–label of artiest–publisher kunnen variëren. Toch is het mogelijk aan de hand van enkele algemene gegevens een vereenvoudigde benadering van het bedrag per stream te doen.

De berekening van de uitbetaling via Spotify, de grootste streamingdienst van België, begint bij het aantal abonnees. In België zijn dat er ongeveer 300.000, die gemiddeld tien euro per maand betalen, dus in totaal drie miljoen euro aan inkomsten genereren.<sup>129</sup> Hiervan gaat, na aftrek van de interne kosten, belastingen en publishing, grofweg anderhalf miljoen euro naar de verschillende platenlabels. Hierbij dient wel de kanttekening gemaakt te worden dat de contracten tussen labels en streamingdiensten sterk verschillen, en dus de reducering van drie naar anderhalf miljoen niet volledig accuraat is. Gemiddeld waren er in België in 2016 ongeveer 250 miljoen streams per maand. 1.500.000 euro verdeeld over 250.000.000 streams geeft een gemiddelde 0,006 euro per stream in de Belgische industrie.

**Tom Kestens**, die naast muzikant ook voorzitter is van GALM (Genootschap Auteurs Lichte Muziek), uitte reeds in meerdere opiniestukken zijn onvrede over de schamele uitbetalingen van streams aan artiesten:

---

<sup>127</sup> Fisher, Daniel. “Paul McCartney Sues To Win A Battle Duran Duran Lost.” *Forbes*. Forbes, 19 januari 2017. Web. 1 juni 2017. (<https://www.forbes.com/sites/danielfisher/2017/01/19/paul-mccartney-sues-to-win-a-battle-duran-duran-lost/>).

<sup>128</sup> “How Much Does The Average Artist Earn Per Play On Spotify?” *Forbes*. Forbes, 25 oktober 2016. Web. 1 juni 2017. (<https://www.forbes.com/sites/quora/2016/10/25/how-much-does-the-average-artist-earn-per-play-on-spotify/#27dee1ce6e48>).

<sup>129</sup> Cijfers via BEA Music



Spotify betaalt een artiest per stream 0,006 eurocent. Het wettelijk minimuminkomen in ons land is vandaag: 1.501 euro per maand. Om dat bij elkaar te verdienen op bijvoorbeeld Spotify moet een Belgisch muzikant maandelijks (!) 0,5 procent bereiken van de 50 miljoen Spotify subscribers wereldwijd. Dat wil zeggen: 250.000 streams per maand. En dus 3 miljoen streams per jaar. Eigenlijk is dat totaal niet haalbaar. Om een lukraak gekozen voorbeeld te hanteren: 'Naar De Wuppe' van Het Zesde Metaal is op vandaag (10 april 2017) in totaal net geen 209.000 keer gestreamd. Rekent u zelf maar uit hoeveel Wannes Cappelle en de zijnen op vandaag aan die prachtsong hebben verdiend op Spotify. (...) Het strafste is; wij muzikanten hebben dus geleerd met die realiteit om te gaan. We slaan zelden collectief alarm. Nee, we doen gewoon lekker voort, want we overleven het wel, zo lijken we te geloven. We zijn als bakkers die urenlang brood bakken, om dat brood vervolgens zo goed als gratis weg te geven.<sup>130</sup>

## Relatie artiest – streamingdienst

Dat lage bedrag per stream veroorzaakt bij veel artiesten onvrede. Sinds de oprichting van muziekstreamingdiensten is de houding van artiesten tegenover streaming een gevoelig onderwerp geweest. Er zijn heel wat artiesten die de gebrekkige inkomsten uit streaming aankaarten en hun muziek aanvankelijk niet wilden aanbieden via streaming. Onder andere de muziek van The Beatles, AC/DC, Pink Floyd, Metallica en Prince, grote namen binnen de pop- en rock-wereld, was bij de lancering van verschillende streamingdiensten niet beschikbaar.<sup>131</sup> Het is opvallend dat momenteel al deze artiesten wel te streamen zijn. Artiesten lijken vandaag dan ook steeds meer een gematigde houding aan te nemen tegenover streaming. Dat ziet ook **Kati Van De Velde**, onafhankelijke boeker bij Redcat Artists, bij haar artiesten:

Aanvankelijk stonden veel van de artiesten die ik vertegenwoordig nogal twijfelachtig tegenover streaming. Maar de meeste van hen zijn ondertussen bijgedraaid (al haar twintig artiesten zijn momenteel streambaar via Spotify).<sup>132</sup> Hoewel de inkomsten uit streaming voor veel van mijn artiesten schrijnend zijn, moedig ik hen toch aan om volop in te zetten op dat online gegeven en

---

<sup>130</sup> Kestens, Tom. "We zijn als bakkers die urenlang brood bakken, om dat brood vervolgens zo goed als gratis weg te geven." *De Morgen*. De Morgen, 10 april 2017. Web. 1 juni 2017. (<https://www.demorgen.be/opinie/we-zijn-als-bakkers-die-urenlang-brood-bakken-om-dat-brood-vervolgens-zo-goed-als-gratis-weg-te-geven-b2a6badd/>).

<sup>131</sup> Unterberger, Andrew. "11 Artists You Still Can't Find on Any Major Streaming Service." *Billboard*. Billboard, 20 oktober 2016. Web. 1 juni 2017. (<http://www.billboard.com/articles/news/7549739/artists-streaming-services-holdout-not-available>).

<sup>132</sup> *Redcat Artists*. Redcat Artists, 2017. Web. 1 juni 2017. (<http://www.redcatartists.com/artists/>).

streaming. Het is de toekomst, artiesten kunnen er niet langer buiten, en hoe meer mensen zullen gaan streamen, hoe meer inkomsten er ook kunnen gegenereerd worden.<sup>133</sup>

Toch zijn er nog steeds heel wat artiesten die zich blijven storen aan de streamingindustrie. Zo hield Adele haar recentste plaat 25 bewust een halfjaar weg van Spotify. Ook **Thom Yorke**, frontman van de rockgroep Radiohead, haalde reeds meermaals uit naar de werking van de dienst: “I feel like as musicians we need to fight the Spotify thing. (...) What’s happening in the mainstream is the last gasp of the old industry. Once that does finally die, which it will, something else will happen.”<sup>134</sup>

Toch verdient de Canadese superster **Taylor Swift** de titel van strijdvaardigste artiest tegen de streamingdiensten. Zo liet Swift in 2014 haar muziek van Spotify weghalen na onenigheid over de uitbetalingsvoorwaarden en is ze vandaag de dag nog steeds niet beschikbaar op de service. In 2015 wist ze ook Apple Music op de knieën te krijgen. De dienst bood bij de lancering de gebruikers drie gratis proefmaanden aan, wat inhield dat het de artiesten gedurende die drie maanden geen royalties uitbetaalde. In een furieuze open brief, die massaal werd gedeeld, wist Taylor Swift haar gelijk te halen en zorgde ervoor dat Apple de artiesten wel vergoedde voor hun muziek. Recent tekende Swift samen met 200 andere muzikanten de open brief aan de beleidsmakers om Youtube en de value gap, besproken in het vorige hoofdstuk, een halt toe te roepen.<sup>135</sup>

Een relatief nieuw fenomeen in de relatie tussen artiest en streamingdienst zijn de ‘*artist exclusives*’, waarbij artiesten zich binden aan één service. In de streamingwereld woedt namelijk een hevige ‘*battle for the subscriber*’, waarbij verschillende services trachten de luisteraar voor zich te winnen.<sup>136</sup> Het zijn voornamelijk Apple Music en Tidal die het gevecht met exclusives uitvechten, om niet enkel van elkaar maar vooral van Spotify luisteraars weg te trekken. Op Tidal was zo exclusief het nieuwe album van Beyonce (*Lemonade*, april 2016) en Kanye West (*Life of Pablo* februari 2016) te beluisteren. Op Apple Music kon de luisteraar dan weer als enige de nieuwe van Frank Ocean (*Blonde*, augustus 2016) en Drake (*Views*, april

---

<sup>133</sup> Van de Velde, Kati. Persoonlijk interview. 9 mei 2017.

<sup>134</sup> Dredge, Stuart. “Thom Yorke calls Spotify 'the last desperate fart of a dying corpse'.” *The Guardian*. The Guardian, 7 oktober 2013. Web. 1 juni 2017. (<https://www.theguardian.com/technology/2013/oct/07/spotify-thom-yorke-dying-corpse>).

<sup>135</sup> “Free and easy listening: YouTube and copyright.” *The Economist*. The Economist, 23 juni 2016. Web. 1 juni 2017. (<https://www.economist.com/news/business/21701174-music-industry-lobbies-congress-keep-youtube-bay-free-and-easy-listening>).

<sup>136</sup> Hampp, Andrew. “Streaming's ad boom: from TV commercials to subway wraps, marketing spends have surged as YouTube, Apple Music, Spotify and Pandora battle for subscribers.” *Billboard* 128 (2016): 14. Print.

2016) horen.<sup>137</sup> In dat getouwtrek om de luisteraar is deze zelf de grote verliezer. Het volstaat immers niet langer om geabonneerd te zijn bij één service om te kunnen luisteren naar al de nieuwe releases. Volgens de Britse zangeres **Lily Allen** zorgt het exclusief maken van grote artiesten er zelfs voor "dat luisteraars teruggedreven worden naar piraterijsites."<sup>138</sup>

## Belgische artiesten

Hierboven werd reeds de kritiek aangehaald van Tom Kestens over de uitbetalingen van streamingdiensten. Hij krijgt heel wat bijval van andere Belgische artiesten die hetzelfde probleem aankaarten. In een interview met de VRT vertelt **Senne Guns** hoe zijn single ‘De Goudvis’ hem om en bij de vijftien euro opbracht na 14.000 streams via Spotify:

Spotify betaalt niet per keer er iemand op mijn nummer klikt, maar ze bekijken het totaal aantal keer dat bijvoorbeeld ‘De Goudvis’ gestreamd is per maand en delen dat door het wereldwijde totale aantal streams in die maand. Het argument is dat hoe meer mensen erbij komen, hoe meer mensen ook mijn nummer beluisteren. Maar dat klopt natuurlijk niet, want als er in een maand 10.000 mensen bijkomen, zullen er daarvan 500 naar ‘De Goudvis’ luisteren en 9.500 naar pakweg Lady Gaga.<sup>139</sup>

De kloof die bestaat tussen de Belgische artiesten en de internationale wereldsterren lijkt dus zeer groot. Dat is ook te merken bij Tidal, het streamingplatform “voor en door artiesten”. Aandeelhouders van de dienst zijn Jay-Z, Beyonce, Dr. Dré en een handvol andere wereldsterren. De basisidee is een duurder abonnement met betere geluidskwaliteit en een transparantere en eerlijkere uitbetaling voor de gestreamde artiesten. Althans in theorie, zegt **Jonas Genard**, frontman van de Belgische band School Is Cool:

Het is toch ironisch dat superrijke muzikanten – die geen extra inkomsten meer nodig hebben – zeggen: we moeten meer verdienen! Dan is het toch vooral op hun eigen winst gericht? Hoe kun je er zeker van zijn dat alle muzikanten ook effectief meer verdienen? Muzikanten die nu al de eindjes aan mekaar moeten knopen, hebben niets aan Tidal.<sup>140</sup>

---

<sup>137</sup> Helmore, Edward. “Universal reportedly outlaws streaming 'exclusives' after Frank Ocean release.” *The Guardian*. The Guardian, 23 augustus 2016. Web. 1 juni 2017. (<https://www.theguardian.com/business/2016/aug/23/universal-streaming-exclusives-frank-ocean-release>).

<sup>138</sup> “Muziekstreaming in een stroomversnelling.” *Focus Knack*. Knack, 3 juli 2015. Web. 1 juni 2017. (<http://focus.knack.be/entertainment/muziek/muziekstreaming-in-een-stroomversnelling-wat-u-moet-weten/article-normal-584357.html>).

<sup>139</sup> “Interview Senne Guns.” *De Redactie*. VRT, 31 maart 2015. Web. 1 juni 2017. (<http://deredactie.be/cm/vrtnieuws/videozone/nieuws/cultuurenmedia/1.2289748>).

<sup>140</sup> “Tidal: de Belgische muzieksce­ne over het nieuwe streamingplatform van Jay-Z, Kanye West en Madonna.” *Humo*. Humo, 2 april 2015. Web. 1 juni 2017. (<http://www.humo.be/muziek/328225/tidal-de-belgische-muzieksce­ne-over-het-nieuwe-streamingplatform-van-jay-z-kanye-west-en-madonna>).

## Conclusie: “Artiesten zijn als bakkers die gratis brood uitdelen”

“Dankzij Spotify hebben wij wel Mexicaanse fans, die anders nooit onze muziek hadden leren kennen. Het is gewoon verdomd frustrerend dat je er zo weinig aan overhoudt.”<sup>141</sup> **Lara Chedraoui**, frontvrouw van de Belgische band Intergalactic Lovers, vat de algemene opinie onder artiesten over streaming samen. Aan de ene kant is hun muziek toegankelijker dan ooit tevoren, maar aan de andere kant verdienen veel artiesten amper iets aan hun gestreamde muziek. De kloof die er heerst tussen de wereldsterren, met tientallen miljoenen streams per maand, en de kleine tot middelgrote (Belgische) artiest is dan ook ontzettend groot. Zeker als die eerste groep besluit om zelf een streamingsdienst op te richten “voor de artiest”, maar op het einde van de rit gewoon zelf de centen ziet binnenstromen, aldus Jonas Genard. Exclusiviteitscontracten zullen in de toekomst naar alle waarschijnlijkheid enkel meer en meer de norm worden, aangezien de strijd die er heerst tussen de streamingsdiensten onderling genadeloos doorgaat.

Tom Kestens vatte deze problematiek voor veel artiesten samen met de metafoor van bakkers die gratis brood uitdelen. “Vervolgens,” zo stelt hij, “betalen mensen dan tickets voor live bakdemonstraties, waar ze komen kijken hoe wij ons lekkere, bijna gratis brood bakken.”<sup>142</sup> Het merendeel van de (Belgische) artiesten is dan ook genoodzaakt hun inkomsten te verwerven uit livewerk. Het volgende hoofdstuk staat stil bij de live-sector en onderzoekt de link tussen de evolutie binnen de streaming society en de live-industrie.

---

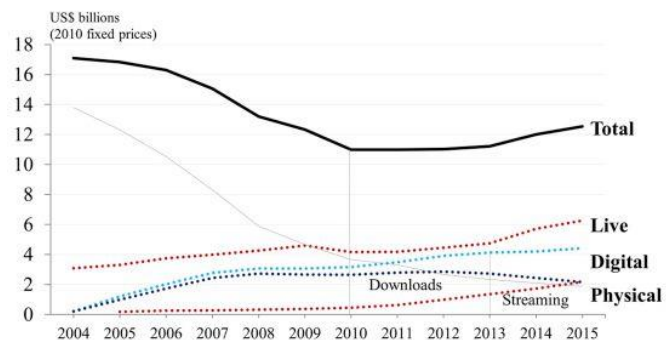
<sup>141</sup> “Tidal: de Belgische muzieksce­ne over het nieuwe streamingplatform van Jay-Z, Kanye West en Madonna.” *Humo*. Humo, 2 april 2015. Web. 1 juni 2017. (<http://www.humo.be/muziek/328225/ tidal-de-belgische-muzieksce­ne-over-het-nieuwe-streamingplatform-van-jay-z-kanye-west-en-madonna>).

<sup>142</sup> Kestens, Tom. “We zijn als bakkers die urenlang brood bakken, om dat brood vervolgens zo goed als gratis weg te geven.” *De Morgen*. De Morgen, 10 april 2017. Web. 1 juni 2017. (<https://www.demorgen.be/opinie/we-zijn-als-bakkers-die-urenlang-brood-bakken-om-dat-brood-vervolgens-zo-goed-als-gratis-weg-te-geven-b2a6badd/>).

## Hoofdstuk 6: De link tussen muziekstreaming en de huidige live-sector

Sinds 2010 is er sprake van een renaissance binnen de live muziekwereld. Inkomsten binnen de live-industrie stegen met vijftien procent tussen 2010 en 2013, tot zelfs dertig procent in 2015.<sup>143</sup> In dit hoofdstuk staat het gegeven van livemuziek centraal, een onderwerp dat nog niet aan bod kwam in deze thesis. Na de analyse van de relatie tussen muziekstreaming enerzijds en consument, industrie en artiest anderzijds, tracht dit hoofdstuk al deze zaken samen te laten komen in het kader van de live-sector. De verwantschap tussen livemuziek en artiest, industrie en consument is duidelijk; de artiest is de performer, de industrie is de organisator en de consument is het publiek. Net zoals het geval is bij de muziekindustrie voor opgenomen muziek, bestaat de live-industrie uit een ketting van actoren die samen zorgen voor het verbinden van consument en artiest. Het netwerk van bookers, programmatoren, managers, promotors, ticketeers en andere schakels zorgt ook in de live-sector voor een complex geheel van invloeden en belangen.

De verwantschap tussen livemuziek en streaming is op het eerste zicht minder helder. Toch is er wel degelijk sprake van samenhang tussen ontwikkelingen in de live-sector en de streaming industry. In hun onderzoek hebben **Naveed, Watanabe** en **Neittaanmäki** het specifiek over de co-evolutie tussen



Grafiek 6 (bron: Co-Evolution between streaming and live music)

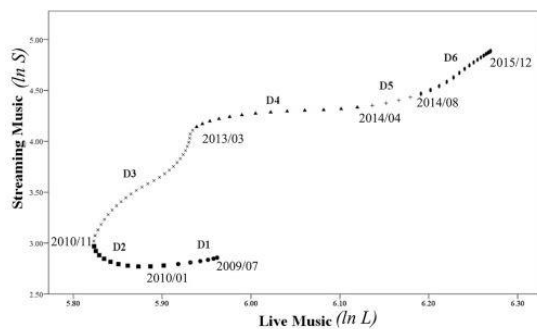
streaming en livemuziek.<sup>144</sup> Zij tonen niet enkel aan dat livemuziek en streaming beide verantwoordelijk zijn voor de recente groei van de muziekindustrie, maar spreken daarbij van een wisselwerking tussen beide. Na empirisch onderzoek van de Amerikaanse muziekindustrie bleek dat livemuziek zorgt voor meer inkomsten uit streaming en dat streaming zorgt voor een toename van de live-inkomsten (zie Grafieken 7 en 8).<sup>145</sup> Hieruit concluderen de onderzoekers

<sup>143</sup> Naveed, Kashif, Chihiro Watanabe en Pekka Neittaanmäki. "Co-evolution between streaming and live music leads a way to the sustainable growth of music industry – Lessons from the US experiences." *Technology in Society* 50 (2017): 1-19. Print.

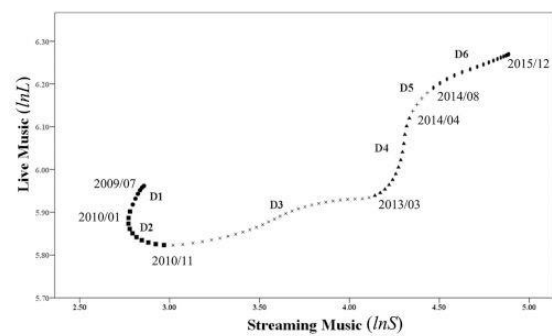
<sup>144</sup> Naveed, Watanabe en Neittaanmäki, *Co-evolution between streaming and live music*, 1-19.

<sup>145</sup> Idem. 9-10.

dan ook dat livemuziek en streaming elkaar positief stimuleren en kunnen zorgen voor een verdere, duurzame groei van de muziekindustrie.



Grafiek 7 (bron: Co-Evolution)



Grafiek 8 (bron: Co-Evolution)

Dit hoofdstuk gaat dan ook verder in op de veranderingen in de muzikale live-sector en hoe bepaalde zaken rechtstreeks gelinkt zijn aan de eerder vermelde veranderingen in de muziekindustrie. Voor dit onderzoek is er enerzijds gebruik gemaakt van literatuur, anderzijds werd Roel Vergauwen geïnterviewd die bookingsagent is bij Live Nation, de grootste concertorganisator in België. Daarnaast wordt er in een korte case study de toestand van het Vlaams-Brabantse festivalwezen geanalyseerd, waarbij Dries Vleminckx (ex-organisator van Luna Festa) werd geïnterviewd.

## Artistieke focus op concerten

The absolute transformation of everything that we ever thought about music will take place within 10 years, and nothing is going to be able to stop it. Music itself is going to become like running water or electricity. (...) You'd better be prepared for doing a lot of touring because that's really the only unique situation that's going to be left.<sup>146</sup>

David Bowie zag het al vroeger aankomen en voorspelde ietwat profetisch in 2002 hoe het muzikale klimaat er een decennium later zou uitzien.<sup>147</sup> Artiesten focussen zich vandaag steeds meer op het live-aspect van hun muziek, en daarvoor zijn verschillende redenen. Een eerste reden is wat Bowie hierboven omschrijft als de 'banalisering' van muziek. De grote mate van toegankelijkheid tot opgenomen muziek, door streaming en andere digitale toegangswegen,

<sup>146</sup> Pareles, Jon. "David Bowie, 21st-Century Entrepreneur." *New York Times*. New York Times, 6 september 2002. Web. 1 juni 2017. (<http://www.nytimes.com/2002/06/09/arts/david-bowie-21st-century-entrepreneur.html>).

<sup>147</sup> Byun, *The Economics of the Popular Music Industry*, 39.

heeft ervoor gezorgd dat consument en artiest zoekende zijn naar een uniek moment in de muziekbeleving. De live-connectie tussen artiest en luisteraar zorgt voor deze unieke luisterervaring, die via het computerscherm niet kan bereikt worden.

Een tweede factor zit er in het eerder aangehaalde feit dat mensen luisteren naar meer artiesten dan ooit tevoren, en het voor een artiest belangrijk is zich te onderscheiden van de rest door een sterke livereputatie op te bouwen.<sup>148</sup> Niet alleen om de luisteraar voor zich te winnen en bekender te worden, maar ook om hun muziekverkoop te stimuleren. Onderzoek uit 2016 door **Martens** toont daarbij aan dat een artiest die speelt op een groot festival in België een sterke toename kent van zijn of haar cd verkoop. In de maand waarin het festival doorgaat is dat een stijging met ongeveer 88 procent, de maand ervoor tussen de 55 en 80 procent.<sup>149</sup>

Een derde factor voor het toenemende belang van livemuziek voor artiesten situeert zich op financieel vlak. Door de opkomst van streaming en digitale muziekconsumptie zijn artiesten namelijk meer dan ooit afhankelijk van hun concerten om geld te kunnen verdienen met hun muziek. Zoals aangekaart in hoofdstuk vijf zijn de inkomsten uit muziekstreaming voor veel kleine en middelgrote artiesten problematisch laag. Deze financiële onderstroom wordt opgevuld met het spelen van optredens, waar artiesten naast hun gages ook inkomsten uit merchandise hebben. **Roel Vergauwen**, die boeker is bij Live Nation, ziet eveneens de link tussen de toenemende focus op het live gebeuren en de huidige digitale muziekbeleving:

De muziekbeleving vandaag de dag wordt steeds vluchtiger. Mensen denken niet langer in albums, maar in tracks. Ze ontdekken artiesten niet langer via radio, maar online via Youtube en Spotify. De platenindustrie die te laat reageerde op die digitale vernieuwing heeft de gevolgen hiervan zelf in de hand gewerkt. Het zijn immers niet enkel de artiesten die touren om hun inkomsten te verwerven, ook labels zoeken via 360° deals naar manieren om hun graantje mee te pikken.<sup>150</sup>

---

<sup>148</sup> Maasø, Arnt. "Music Streaming in Norway: Four Trends, Four Years Later." *Conferentie op Larm Music Conference*, Oslo, 27 februari 2014. Web.

<sup>149</sup> Martens, Martijn. *Record sales and music festivals: evidence from Belgium*. Leuven: KU Leuven, 2016. Print.

<sup>150</sup> Vergauwen, Roel. Persoonlijk interview via mail. 10 juni 2017.

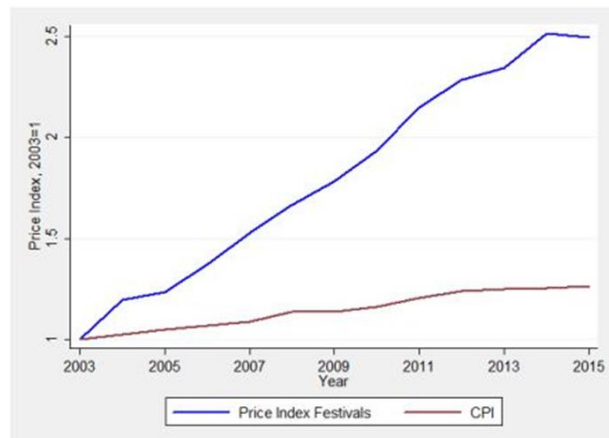
## Festivalcultuur onder stoom

Naast livemuziek in concertzalen en clubs betekenen ook muziekfestivals een belangrijke waarde binnen de live-industrie.<sup>151</sup> De festivalcultuur is net zoals de gehele live-sector bezig aan een sterke stijging, die ook voor de komende jaren zal worden aangehouden (zie Grafiek 9).<sup>152</sup> In 2016 waren de inkomsten uit festivals goed voor zo'n 2,3 miljard euro, een bedrag dat volgens internationale koepel van festivals Festicket tegen 2020 zal verdubbelen.<sup>153</sup>



Grafiek 9 (bron: Mintel)

Met ongeveer 280 muziekfestivals per jaar is er sprake van een intense festivalcultuur in Vlaanderen.<sup>154</sup> Een opvallend fenomeen binnen de festivalcultuur is een sterke stijging van de ticketprijzen de laatste jaren. Die stijging is daarbij sterker dan de inflatie, toonde **Heylen** aan in zijn onderzoek.<sup>155</sup> Dat is niet enkel een Belgische trend, maar wordt waargenomen in meerdere landen waar festivals een significant deel uitmaken van het culturele spectrum. Voor België is er een stijging van 150% tussen 2003 en 2015 waar te nemen, wat een significant verschil is met de stijging van de consumentenindex (26,1% over dezelfde tijdsperiode, zie grafiek). Ook in het Verenigd Koninkrijk stegen de prijzen van de grote festivals dubbel zo hard



Grafiek 10 (bron: Music Festivals: pulling prices apart)

<sup>151</sup> Giovarruscio Alessandra. "Why Festivals Are More Popular Than Ever." *Digital Music News*. Digital Music News, 7 augustus 2016. Web. 1 juni 2017. (<https://www.digitalmusicnews.com/2016/07/28/festivals-more-popular/>).

<sup>152</sup> "Music Tourism in 2016, and What to Expect for 2017." *Festival Insight*. Festival Insight, 21 maart 2017. Web. 1 juni 2017. (<http://www.festivalinsights.com/2017/03/infographic-music-tourism-2016-expect-2017/>).

<sup>153</sup> Idem.

<sup>154</sup> *FMiV*. Federatie van muziekfestivals in Vlaanderen, 2017. Web. 18 juli 2017. (<http://www.fmiiv.be/>).

<sup>155</sup> Heylen, Bart. *Music Festivals: pulling prices apart*. Leuven: KU Leuven, 2016. Print.



als de nationale inflatie tussen 2006 en 2015.<sup>156</sup> De populariteit van festivals en de steeds toenemende vraag naar tickets werkt deze prijsstijging in de hand. Volgens Tim Jonze, muzikjournalist bij The Guardian, is die populariteit van festivals bij consumenten een gevolg van de opkomst van streaming en de eenvoudige toegang tot opgenomen muziek:

The boom in live music was partly caused by the abundance of recorded music made available on the internet. Not only did these readily-available items work as promotion for live shows, but they also left listeners wanting a unique experience that could no longer be found through owning a piece of music. After all, everyone everywhere also owns it.<sup>157</sup>

Ook hij verwijst, net als Bowie deed, naar de nood aan een unieke luisterervaring voor de consument, een gegeven dat met de huidige digitale luisterkanalen vaak verloren gaat. Volgens onderzoekers **Naveed, Watanabe** en **Neittaanmäki** is de populariteit van muziekfestivals daarnaast te koppelen aan een verschuiving binnen het consumentengedrag.<sup>158</sup> Zoals in hoofdstuk drie reeds besproken, zijn muziekluisteraars geëvolueerd naar een post-ownership economy, waar toegang (access) primeert boven ownership. Hier voegen de onderzoekers nog een laatste stap aan toe, met het “kijkerschap” (*viewership*). Consumenten zijn volgens hen dan ook niet langer passieve luisteraars, maar zoeken naar toegang, co-creatie en participatie.<sup>159</sup>

#### Uitgelicht: festivals in Vlaams-Brabant

Om deze algemene theorie over de groei van het festivalwezen na te gaan, wordt er kort ingegaan op de festivalsector in de praktijk. Als voorbeeld dient Vlaams-Brabant, een provincie met een sterke festivalreputatie, aangevoerd door Rock Werchter dat in 2016 nogmaals aan de haal ging met de European Festival Award voor beste ‘major’ festival.<sup>160</sup> Al 32 jaar is Rock Werchter, georganiseerd door het eerder vermelde Live Nation, de vaste waarde binnen het Belgische festivalwezen. Naast deze telg kent de provincie ongeveer een veertigtal kleine en

---

<sup>156</sup> Jones, Rupert. “Out of tune: how music festival ticket prices keep moving on up.” *The Guardian*. The Guardian, 2 mei 2015. Web. 1 juni 2017. (<https://www.theguardian.com/money/2015/may/02/music-festival-ticket-prices-rising-latitudeinflation>).

<sup>157</sup> Dando, Kristian. “Why have festivals become so expensive?” Go Compare. Go Compare, 10 mei 2011. Web. 1 juni 2017. (<http://www.gocompare.com/covered/2011/05/why-have-festivals-become-so-expensive/>).

<sup>158</sup> “Viewership → Physical ownership → Digital ownership → Access → Viewership and access.”

<sup>159</sup> Naveed, Watanabe en Neittaanmäki, *Co-evolution between streaming and live music*, 11.

<sup>160</sup> *European Festival Awards*. European Festival Awards, 2017. Web. 1 juni 2017. (<http://eu.festivalawards.com/the-winners/>).

middelgrote festivals. Na grondig onderzoekwerk is een volledige lijst van Vlaams-Brabantse festivals opgesteld en staat bijgevoegd in Appendix 1.

Ondanks de groei van de festivalcultuur zoals hierboven is aangehaald verdwenen in vijf jaar tijd, in de periode 2012 tot 2017, acht festivals in Vlaams-Brabant.<sup>161</sup> Hoewel de redenen voor de stopzetting van deze verschillende festivals moeilijk te veralgemenen zijn, was Dries Vleminckx, voormalig organisator van het opgedoekte Luna Festa, bereid te vertellen waar de problemen zich in het geval van zijn festival situeerden.

Luna Festa was een festival dat op haar hoogtepunt in 2013 zo'n 7.500 toeschouwers had. Het was een dancefestival met geen vaste genrekeuzes, maar eerder meesurfte op de hype van het moment (van Drum 'n Bass tot House). De organisatie had een klassieke vzw-structuur, met alleen vrijwillige bestuursleden. Het liep mis in 2013, toen we als festival trachtten de symbolische grens van 10.000 bezoekers te halen, maar dat niet lukte. In mijn ogen woog het bedrag dat we betaalden aan onze line-up (om en bij de 100.000 euro, oftewel een derde van het totaalbudget) te hard door in de eindafrekening waardoor we financieel uitschoven. Jaar na jaar gingen de artiestengages omhoog, wat voor ons als middelgroot festival niet langer houdbaar was.<sup>162</sup>

Ook Roel Vergauwen ziet een stijging in de artiestengages de laatste jaren. Volgens hem zijn de gestegen gages het gevolg van een dalende cd-verkoop en artiesten die een oplossing zoeken voor de beperkte inkomsten die ze verwerven uit streaming. De nieuwe digitale manier van muziekconsumptie werkt dan misschien wel de artistieke push voor concerten in de hand, toch lijkt het er ook voor te zorgen dat de artiestengages de hoogte ingaan. Als nuancering dient gesteld te worden dat het niet enkel de uitbetalingen zijn aan artiesten die veel festivals in moeilijkheden brengen. Organisatoren van festivals halen ook de steeds strenger wordende veiligheidsmaatregelen en milieunormen aan als recente factoren die de organisatie van festivals in moeilijkheden brengen.<sup>163</sup> Tot slot is ook de toename van de Sabamtarieven voor veel kleine en middelgrote festivals een doorn in het oog.<sup>164</sup> Organisatoren zagen vanaf 1

---

<sup>161</sup> Het betreft Luna Festa, Eurofolies, Groove City, Leiepop, Marktrock, Popwijk, Rock Ternat en Volkin Ro.

<sup>162</sup> Vleminckx, Dries. Persoonlijk interview. 18 april 2017.

<sup>163</sup> "Concert- en Festivalsector stapt naar rechtbank uit protest tegen eenzijdige tariefverhoging Sabam." *FMiV*. Federatie van Muziekfestivals in Vlaanderen, 29 mei 2017. Web. 1 juni 2017. (<http://www.fmiv.be/concert-en-festivalsector-stapt-naar-rechtbank-uit-protest-tegen-eenzijdige-tariefverhoging-sabam/>).

<sup>164</sup> "Sabam verhoogt tarieven, festivals naar rechtbank: 'Misbruik van monopolie'." *De Morgen*. De Morgen, 29 mei 2017. Web. 1 juni 2017. (<https://www.demorgen.be/muziek/sabam-verhoogt-tarieven-festivals-naar-rechtbank-misbruik-van-monopolie-be3324c4/>).

januari 2017 de Sabamfactuur met ongeveer 30 procent toenemen, een “misbruik van het monopolie” volgens de betrokken organisatoren.

### Conclusie: “Een groeiende live-industrie onder druk?”

Het kwam eerder al naar voor in het vorige hoofdstuk, maar de link tussen de opkomst van streaming en de live-sector is duidelijk aanwezig. Artiesten zijn immers genoodzaakt zich live te onderscheiden en een uniek moment te creëren. Voor veel kleinere en middelgrote artiesten betekenen optredens daarbij hun voornaamste bron van inkomsten, nu de verkoop van muziek voor velen geen volwaardig inkomen kan bieden. De opkomst van digitale consumptie en streaming laat dus duidelijke sporen achter in de werkwijze van artiesten.

Dit hoofdstuk schetste daarnaast een live-sector waarin niet enkel artiest, maar ook consument steeds nauwer betrokken raakt. Ondanks stijgende ticketprijzen lokken festivals jaar na jaar meer bezoekers en zit de algemene festivalsector in de lift. Het gevolg is een groeiende live-industrie, die ook in de nabije toekomst zich verder lijkt te ontwikkelen. Toch dient dit beeld enige nuancering na de case van de Vlaams-Brabantse festivalsector. Daaruit bleek dat er de laatste vijf jaar acht festivals zijn opgehouden te bestaan. Redenen zijn volgens Dries Vleminckx moeilijk te veralgemenen, maar in het geval van Luna Festa ziet hij dat de artiestengages te zwaar doorwogen op het budget. Andere factoren, zoals een toenemende vraag naar veiligheid, comfort en strengere milieu-eisen, spelen kleine en middelgrote festivals eveneens parten. In mei 2017 stapten concert- en festivalorganisatoren dan ook samen naar de rechtbank om wat zij noemen de “onrechtvaardige tariefverhoging” van Sabam, een bijkomende kost, aan te vechten. Een diepgaande studie over de redenen van het verdwijnen van deze festivals zou overigens een interessante piste kunnen zijn voor verder onderzoek.

Er kan besloten worden dat de live-industrie bezig is aan een simultane groei met de bredere streaming industrie, maar net zoals deze te kampen heeft met problemen om een verdere duurzame groei te kunnen verzekeren. Er is sprake van een bloeiende festivalcultuur, hoewel die tevens onder druk staat door bovenvermelde factoren, die niet los te koppelen zijn van de veranderingen in de algemene muziekindustrie.

## Algemene conclusie

Deze masterthesis onderzocht de opkomst van streaming door de ogen van consument, industrie en artiest, om een zo breed mogelijke kijk te krijgen op de verschuiving van analoog naar digitaal tot de cloud en de hedendaagse digitale muziekconsumptie. Het is duidelijk dat streaming een complex gegeven is en niet eenduidig als positief of negatief kan bestempeld worden. Enerzijds zorgt het voor een enorme toegankelijkheid tot muziek voor de consument, een hernieuwde groei voor de industrie, en een manier om muziek verder en eenvoudiger dan ooit te verspreiden voor de artiest. Anderzijds werkt het de kwalijke perceptie bij de consument, dat “muziek gratis is”, in de hand; Er is de problematische kloof (value gap) in inkomsten voor de industrie, en er zijn de oneerlijke en niet-transparante uitbetalingen aan artiesten. Daarnaast kan de vraag gesteld worden in welke mate de industrie zich nu werkelijk heeft vernieuwd, aangezien major platenlabels de markt blijven domineren.

Toch is er sprake van enkele opmerkelijke veranderingen sinds de komst van streaming, zoals de grote macht voor de verschillende streamingdiensten, of de ‘battle for the subscriber’ die zowel artiest als consument in een houdgreep heeft. De luisterervaring bij de consument is eveneens veranderd, waar nu in tracks en playlists gedacht wordt, in plaats van albums. Daarnaast bleek uit de case study in het laatste hoofdstuk dat de opkomst van streaming en digitale muziekconsumptie ook gevolgen heeft voor de live-sector, zoals het toegenomen belang van concerten voor artiesten, en de daarmee verbonden stijging in de artiestengages, die op hun beurt druk leggen bij de organisatie van vele kleine en middelgrote festivals, een interessant gegeven dat de kern kan zijn voor verder onderzoek.

Volgens de geïnterviewden is muziekstreaming er gekomen om te blijven. Unaniem zien zij streaming als het voornaamste medium voor het luisteren naar muziek in de (nabije) toekomst. **Olivier Maeterlinck** (BEA) denkt dat het een kwestie van tijd is vooraleer streaming ook in België de cd-verkoop voorbijsnelt. Hij benadrukt het feit dat het een noodzaak is zoveel mogelijk mensen te laten abonneren op een streaming service, omdat alleen zo genoeg inkomsten kunnen verworven worden. In praktijk ziet hij vooral dat er in België nog veel ruimte is in koppelverkoop van streamingabonnementen, bij bijvoorbeeld een kranten- of telefonieabonnement, zoals ook reeds de gangbare praktijk is in onze buurlanden. **Kati van De Velde** (Redcat) ziet dan weer een toekomst in blockchain-technologie, waarbij de tussenschakels van de (kostelijke) services worden weggewerkt en muziek rechtstreeks kan

bereikt worden via open source technologie.<sup>165</sup> Volgens **Thomas De Mot** (Strictly Confidential) loopt het freemium model op zijn laatste benen en zal streaming blijven groeien “tot de volgende nieuwe technologische innovatie”. **Sander Graumans** ([PIAS]) ziet tot slot dat België nood heeft aan een eigen ‘*storefront*’ bij streamingdiensten, om de Belgische consument gericht aan te spreken en de Belgische artiesten meer in de schijnwerper te kunnen stellen.

Toch bestaat er geen eenduidig antwoord op de initiële vraag of muziekstreaming een goede zaak is voor de verdere toekomst van de muziekindustrie. Het verschil binnen de perceptie van consument, industrie en artiest toont de complexe situatie aan en maakt duidelijk waar de pijnpunten zich bevinden in de huidige streaming society. Het is dan ook de taak van de hele muziekindustrie om te focussen op deze tekortkomingen, om de hernieuwde groei van de industrie te kunnen blijven doorzetten. ‘*Fair streaming*’ en een toenemende mate van transparantie in het uitgavemodel voor de artiest en consument zouden een stap in de goede richting zijn. Daarnaast dienen er ook door de Europese beleidsmakers op juridisch vlak stappen gezet te worden; De value gap, die de grootste zorg is voor de huidige streaming industry, moet gedicht worden, om een correcte verloning op alle verschillende streamplatformen na te streven. Daarnaast pleit onderzoeker James Richardson voor een zogenaamde ‘*compulsory licensing*’, als oplossing voor de problematische uitbetaling van streams en als instrument om streamingdiensten winstgevend te maken.<sup>166</sup> Dat zou volgens hem kunnen indien beide partijen, de ‘*content holders*’ en ‘*content distributors*’, samen aan tafel gaan zitten om een model uit te werken dat een faire marktwaarde weerspiegelt voor de uitgegeven muziek, die gelinkt is aan de inkomsten van de verschillende platformen. Voorwaarde is, volgens Richardson, een transparante en open werking tussen de verschillende schakels in het streamingnetwerk.<sup>167</sup>

Tot slot dient gezegd te worden dat naast streaming en de digitale manier van muziekconsumptie er vandaag de dag een tegenbeweging opgekomen is van de zogenaamde ‘*vinyl revival*’, waarbij de verkoop van vinyl opnieuw aan het groeien is. Ook bij artiesten is er sprake van tegenwind door de traditionele manier van muziekpublishing en labelcontracten te negeren, en zelf in eigen beheer hun muziek uit te brengen. Deze voorbeelden bevinden zich

---

<sup>165</sup> Dredge, Stuart. “Could blockchain technology solve streaming music’s payment rows?” The Guardian. The Guardian, 14 juli 2015. Web. 1 juni 2017. (<https://www.theguardian.com/technology/2015/jul/14/bitcoin-blockchain-streaming-music-payment-rows>).

<sup>166</sup> Richardson, *The Spotify Paradox*, 1-77.

<sup>167</sup> Idem. 63-70.

weliswaar in de niche, maar kunnen het onderwerp zijn van verder onderzoek naar streaming en de verhouding ervan met deze '*countermovements*'.

# Bibliografie

## Persoonlijke interviews

De Mot, Thomas. Persoonlijk interview. 9 mei 2017.  
(<https://drive.google.com/open?id=0B6nV5xq8e-wCMjJpN2c0RGNGSXc>).

Graumans, Sander. Persoonlijk interview. 9 mei 2017.  
(<https://drive.google.com/open?id=0B6nV5xq8e-wCdXFjTHoxYlI2bDQ>).

Maeterlinck, Olivier. Persoonlijk interview. 4 mei 2017. Deel 1.  
(<https://drive.google.com/file/d/0B6nV5xq8e-wCMk5PR05BTUVVNYIk/view?usp=sharing>).

Maeterlinck, Olivier. Persoonlijk interview. 4 mei 2017. Deel 2.  
(<https://drive.google.com/file/d/0B6nV5xq8e-wCTWh2YjITdTBmd28/view?usp=sharing>).

Van de Velde, Kati. Persoonlijk interview. 9 mei 2017.  
(<https://drive.google.com/open?id=0B6nV5xq8e-wCT09YNzEzMVhsLVU>).

Vergauwen, Roel. Persoonlijk interview via mail. 10 juni 2017.

Vleminckx, Dries. Persoonlijk interview. 18 april 2017.  
(<https://drive.google.com/open?id=0B6nV5xq8e-wCQ3NyNGhIUVJWLVE>).

## Literatuur

Ashby, Arved. *Absolute Music. Mechanical Reproduction*. Los Angeles: University of California Press, 2010. Print.

Bruno, Antony. "See Spotify run: why Europe's hot streaming music service matters." *Billboard* 121.5 (2009): 11-25. Print.

Bull, Michael. "Investigating the culture of mobile listening: From Walkman to iPod." *Consuming music together: Social and collaborative aspects of music consumption technologies*. Ed. Kenton O'Hara en Barry Brown, Dordrecht: Springer, 2006. 131-149. Print.

Burkart, Patrick. "Trends in Digital Music Archiving." *The Information Society* 24.4 (2008): 246-250. Print.

Byun, Catherine. *The Economics of the Popular Music Industry: Modelling from Microeconomic Theory and Industrial Organization*. New York: Palgrave Macmillan, 2016. 45-46. Print.

Careless, James. "Pandora, Google Play Music & SoundCloud." *Radio World* 40.1 (2016): 20-23. Print.

Datta, Hannes, George Knox en Bart Bronnenberg. "Changing Their Tune: How consumers' adoption of online streaming affects music consumption and discovery." *Marketing Science* 36.3 (2017): 3-63. Print.

Day, Timothy. *A Century of Recorded Music. Listening to Musical History*. New Haven en Londen: Yale University Press, 2000. Print.

Dewan, Sanjeev en Jui Ramaprasad. "Social media, traditional media, and music sales." *MIS Quarterly* 38.1 (2014): 101–121. Print.

Dongwon, Lee, et al. "Understanding music sharing behaviour on social network services." *Online Information Review* 35.5 (2011): 716-733. Print.

Dou, Wenyu. "Will Internet Users Pay for Online Content?" *Journal of Advertising Research* 44.4 (2004): 349-359. Print.

Furht, Borko. *Handbook of Cloud Computing*. Dordrecht: Springer, 2010. Print.

Galuszka, Patryk en Katarzyna Wyrzykowska. "Running a record label when records don't sell anymore: empirical evidence from Poland." *Popular Music* 35.1 (2016): 23-40. Print.

Hagen, Anja N.. "The metaphors we stream by: Making sense of music streaming." *First Monday* 21.3 (2016). Web. 1 juni 2017.

Hagen, Anja N.. "The Playlist Experience: Personal Playlists in Music Streaming Services." *Popular Music and Society* 38.5 (2015): 625-645. Print.

Hampp, Andrew. "Streaming's ad boom: from TV commercials to subway wraps, marketing spends have surged as YouTube, Apple Music, Spotify and Pandora battle for subscribers." *Billboard* 128 (2016): 14. Print.

Hampton-Sosa, William. "The impact of creativity and community facilitation on music streaming adoption and digital piracy." *Computers in Human Behavior* 69 (2017): 444-453. Print.



- Heylen, Bart. *Music Festivals: pulling prices apart*. Leuven: KU Leuven, 2016. Print.
- Hilmes, Michele, en Jason Loviglio. *Radio Reader. Essays in the cultural history of radio*. New York en Londen: Routledge, 2002. Print.
- Hilmes, Michele. *Only Connect. A Cultural History of Broadcasting in the United States*. Madison: University of Wisconsin, 2014. Print.
- Huhtamo, Erkki, en Jussi Parikka, eds. *Media Archaeology. Approaches, Applications, and Implications*. Los Angeles: California Press, 2011. Print.
- Huhtamo, Erkki. Conference given about Mechanical Theaters and Media Archaeology. K.U. Leuven, Leuven. 17 Februari 2017. Lecture.
- Kahn, Douglas, *Noise Water Meat. A History of Sound in the Arts*. Cambridge: Cambridge University press, 2001. Print.
- Kibby, Marjorie. "Collect Yourself." *Information, Communication and Society* 12.3 (2009): 428-443. Print.
- Kirk, Colleen P., Scott D. Swain en James E. Gaskin. "I'm proud of it: Consumer technology appropriation and psychological ownership." *Journal of Marketing Theory and Practice* 23.2 (2015): 166–184. Print.
- Liebowitz, Stan. "How much of the decline in sound recording sales is due to file-sharing?" *Journal of Cultural Economics* 40.1 (2016): 13-28. Print.
- Liebowitz, Stan. "How much of the decline in sound recording sales is due to file-sharing?" *Journal of Cultural Economics* 40.1 (2016): 13-28. Print.
- Lin, Tun Ching, Jack Hsu en Hui Ching Chen. "Customer Willingness to Pay for Online Music: The Role of Free Mentality." *Journal of Electronic Commerce Research* 14.4 (2013): 315–333. Print.
- Liu, Sophia. "The Rise of Curated Crisis Content." *Conferentie op ISCRAM (International Information Systems for Crisis Response and Management)*, Seattle, mei 2010. Web.
- Maasø, Arnt. "Music Streaming in Norway: Four Trends, Four Years Later." *Conferentie op Larm Music Conference*, Oslo, 27 februari 2014. Web.
- Marshall, Lee. "The 360 deal and the 'new' music industry." *European Journal of Cultural Studies* 16.1 (2013): 77-99. Print.

Martens, Martijn. *Record sales and music festivals: evidence from Belgium*. Leuven: KU Leuven, 2016. Print.

Maxwell, Terrence. "Mapping information policy frames: the politics of the digital millennium copyright act." *Journal of the American Society for Information Science and Technology* 55.1 (2004): 3-12. Print.

Millard, Andre. *America on record: a history of recorded sound*. Cambridge: Cambridge University press, 1995. Print.

Naveed, Kashif, Chihiro Watanabe en Pekka Neittaanmäki. "Co-evolution between streaming and live music leads a way to the sustainable growth of music industry – Lessons from the US experiences." *Technology in Society* 50 (2017): 1-19. Print.

Pálovics, Róbert en Andras Benczúr. "Temporal influence over the Last.fm social network." *Social Network Analysis and Mining* 5.1 (2015): 1-12. Print.

Parikka, Jussi. *What is Media Archaeology?* Cambridge: Polity Press, 2012. Print.

Pauwels, Koen en Allen Weiss. "Moving from Free to Fee: How Online Firms Market to Change Their Business Model Successfully." *Journal of Marketing* 72.3 (2008): 14-31. Print.

Pierce, John L., Tatiana Kostova en Kurt T. Dirks. "The state of psychological ownership: Integrating and extending a century of research." *Review of General Psychology* 7.1 (2003): 84–107. Print.

Pinch, J. Trevor, en E. Wiebe Bijker. "The Social Construction of Facts and Artifacts: Or How the Sociology of Science and the Sociology of Technology Might Benefit Each Other." *The Social Construction of Technological Systems*. Ed. Trevor J. Pinch, Wiebe E. Bijker en Thomas P. Hughes. Cambridge: MIT Press, 1987. 22-46. Print.

Potts, Monica. "The post-ownership society: how the "sharing economy" allows Millennials to cope with downward mobility, and also makes them poorer." *Washington Monthly* 47.6/8 (2015): 14. Print.

Richardson, James H. "The Spotify Paradox: How the Creation of a Compulsory License Scheme for Streaming On Demand Music Platforms Can Save the Music Industry." *UCLA Entertainment Law Review* 22.1 (2014): 1-77. Print.

Robida, Albert, en Octave Uzanne. *La Fin Des Livres*. Parijs. 1895. Print.

Sinclair, Gary en Julie Tinson. "Psychological ownership and music streaming consumption." *Journal of Business Research* 71 (2017): 1-9. Print.

Sterne, Jonathan. *The Audible Past: Cultural origin of sound reproduction*. Durham: Duke University Press, 2003. Print.

Swanson, Kate. "A Case Study on Spotify: Exploring Perceptions of the Music Streaming Service." *MEIEA Journal* 13.1 (2013): 207-230. Print.

Weiss, S. Allen. *Breathless. Sound Recording, Disembodiment, and The Transformation of Lyrical Nostalgia*. Middletown: Wesleyan University Press, 2002. Print.

Ye, L. Richard, et al. "Fee-Based Online Services: Exploring Consumers' Willingness to Pay," *Journal of Technology and Information Management* 13.2 (2004): 134-141. Print.

## Websites

"Concert- en Festivalsector stapt naar rechtbank uit protest tegen eenzijdige tariefverhoging Sabam." *FMiV*. Federatie van Muziekfestivals in Vlaanderen, 29 mei 2017. Web. 1 juni 2017. (<http://www.fmiv.be/concert-en-festivalsector-stapt-naar-rechtbank-uit-protest-tegen-eenzijdige-tariefverhoging-sabam/>).

"Free and easy listening: YouTube and copyright." *The Economist*. The Economist, 23 juni 2016. Web. 1 juni 2017. (<https://www.economist.com/news/business/21701174-music-industry-lobbies-congress-keep-youtube-bay-free-and-easy-listening>).

"Global Music Report 2016." *IFPI*. International Federation of the Phonographic Industry, 2016 en 2017. 1 juni 2017. Web. (<http://www.ifpi.org/news/IFPI-GLOBAL-MUSIC-REPORT-2016>).

"Global Music Report 2017." *IFPI*. International Federation of the Phonographic Industry, april 2017. Web. 1 juni 2017. (<http://www.ifpi.org/recording-industry-in-numbers.php>).

"Het auteursrecht en de naburige rechten in de informatiemaatschappij". *Eur-Lex*. Europese Unie, 4 mei 2016. Web. 1 juni 2017. (<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/NL/TXT/?uri=LEGISSUM:126053>).

“How Much Does The Average Artist Earn Per Play On Spotify?” *Forbes*. Forbes, 25 oktober 2016. Web. 1 juni 2017. (<https://www.forbes.com/sites/quora/2016/10/25/how-much-does-the-average-artist-earn-per-play-on-spotify/#27dee1ce6e48>).

“How Streaming, Exclusives and the Chainsmokers Made 2016 a Disruptive Year for Pop.” *New York Times*. New York Times, 17 december 2016. Web. 1 juni 2017. (<https://www.nytimes.com/2016/12/16/arts/music/popcast-streaming-exclusives-chainsmokers.html>).

“IAO letter to European Commission on the value gap.” Complete Music. Complete Music, 22 juni 2016. Web. 1 juni 2017. (<http://www.completemusicupdate.com/article/iao-letter-to-european-commission-on-the-value-gap/>).

“Interview Senne Guns.” *De Redactie*. VRT, 31 maart 2015. Web. 1 juni 2017. (<http://deredactie.be/cm/vrtnieuws/videozone/nieuws/cultuurenmedia/1.2289748>).

“Music Tourism in 2016, and What to Expect for 2017.” *Festival Insight*. Festival Insight, 21 maart 2017. Web. 1 juni 2017. (<http://www.festivalinsights.com/2017/03/infographic-music-tourism-2016-expect-2017/>).

“Muziekstreaming in een stroomversnelling.” *Focus Knack*. Knack, 3 juli 2015. Web. 1 juni 2017. (<http://focus.knack.be/entertainment/muziek/muziekstreaming-in-een-stroomversnelling-wat-u-moet-weten/article-normal-584357.html>).

“Sabam verhoogt tarieven, festivals naar rechtbank: ‘Misbruik van monopolie’.” *De Morgen*. De Morgen, 29 mei 2017. Web. 1 juni 2017. (<https://www.demorgen.be/muziek/sabam-verhoogt-tarieven-festivals-naar-rechtbank-misbruik-van-monopolie-be3324c4/>).

“Spotify beperkt Universal-artiesten gedeeltelijk voor gratis gebruikers.” *De Morgen*. De Morgen, 4 april 2017. Web. 1 juni 2017. (<http://www.demorgen.be/muziek/spotify-beperkt-universal-artiesten-gedeeltelijk-voor-gratis-gebruikers-b92a6282/>).

“State Of The Music Business: What The Numbers Tell Us.” *Medium*. RIAA, 22 maart 2016. Web. 1 juni 2017. (<https://medium.com/@RIAA/state-of-the-music-business-what-the-numbers-tell-us-63ce1524b30>).

“Tidal: de Belgische muzieksce over het nieuwe streamingplatform van Jay-Z, Kanye West en Madonna.” *Humo*. Humo, 2 april 2015. Web. 1 juni 2017. (<http://www.humo.be/muziek/328225/tidal-de-belgische-muzieksce-over-het-nieuwe-streamingplatform-van-jay-z-kanye-west-en-madonna>).

*About RIAA*. RIAA, 2017. Web. 1 juni 2017. (<https://www.riaa.com/about-riaa/board-executives/>).

*Apple Music*. Apple, 2017. Web. 1 juni 2017. (<https://www.apple.com/benl/music/>).

Chanthadavong, Aimee. “Spotify to move to Google Cloud.” *Zdnet*. Zdnet, 24 feb. 2016. Web. 23 Mei 2017. (<http://www.zdnet.com/article/spotify-to-switch-from-aws-to-google-cloud/>).

Dando, Kristian. “Why have festivals become so expensive?” *Go Compare*. Go Compare, 10 mei 2011. Web. 1 juni 2017. (<http://www.gocompare.com/covered/2011/05/why-have-festivals-become-so-expensive/>).

*Deezer*. Deezer, 2017. Web. 1 juni 2017. (<http://www.deezer.com/nl/>).

Dredge, Stuart. “Could blockchain technology solve streaming music’s payment rows?” *The Guardian*. The Guardian, 14 juli 2015. Web. 1 juni 2017. (<https://www.theguardian.com/technology/2015/jul/14/bitcoin-blockchain-streaming-music-payment-rows>).

Dredge, Stuart. “Thom Yorke calls Spotify ‘the last desperate fart of a dying corpse’.” *The Guardian*. The Guardian, 7 oktober 2013. Web. 1 juni 2017. (<https://www.theguardian.com/technology/2013/oct/07/spotify-thom-yorke-dying-corpse>).

Ek, Daniel. “Entrepreneurs Talk.” *Interview Daniel Ek*, Ecorner Stanford, 16 mei 2012. Web. 1 juni 2017. (<http://ecorner.stanford.edu/videos/2964/A-Playlist-for-Entrepreneurs-Entire-Talk>).

*Erkki Huhtamo: Media Archaeologist, Historian, Exhibition Curator*. Erkki Huhtamo, 2014. Web. 23 Mei 2017. (<http://www.erkkihuhtamo.com/>).

*European Festival Awards*. European Festival Awards, 2017. Web. 1 juni 2017. (<http://eu.festivalawards.com/the-winners/>).

Fisher, Daniel. "Paul McCartney Sues To Win A Battle Duran Duran Lost." *Forbes*. Forbes, 19 januari 2017. Web. 1 juni 2017. (<https://www.forbes.com/sites/danielfisher/2017/01/19/paul-mccartney-sues-to-win-a-battle-duran-duran-lost/>).

*FMiV*. Federatie van muziekfestivals in Vlaanderen, 2017. Web. 18 juli 2017. (<http://www.fmiv.be/>).

Giovarruscio Alessandra. "Why Festivals Are More Popular Than Ever." *Digital Music News*. Digital Music News, 7 augustus 2016. Web. 1 juni 2017. (<https://www.digitalmusicnews.com/2016/07/28/festivals-more-popular/>).

Helmore, Edward. "Universal reportedly outlaws streaming 'exclusives' after Frank Ocean release." *The Guardian*. The Guardian, 23 augustus 2016. Web. 1 juni 2017. (<https://www.theguardian.com/business/2016/aug/23/universal-streaming-exclusives-frank-ocean-release>).

Ingham, Tim. Youtube: 'We'd Love To Tell You What We're Paying Artists... If We Were Allowed'.", *Musicbusiness Worldwide*. MBWW, 26 april 2016. Web. 1 juni 2017. (<https://www.musicbusinessworldwide.com/youtube-wed-tell-paying-artists-allowed/>).

Jbs. "Belgische piratenjagers tevreden met veroordeling Pirate Bay." *De Standaard*. De Standaard, 17 april 2009. Web. 1 juni 2017. ([http://www.standaard.be/cnt/dmf17042009\\_053](http://www.standaard.be/cnt/dmf17042009_053)).

Jones, Rupert. "Out of tune: how music festival ticket prices keep moving on up." *The Guardian*. The Guardian, 2 mei 2015. Web. 1 juni 2017. (<https://www.theguardian.com/money/2015/may/02/music-festival-ticket-prices-rising-latitudeinflation>).

Jubb, Nathan. "The Future of Music Streaming Lies in China's Small Cities." *Sixth Tone*. Sixth Tone, 19 oktober 2016. Web. 1 juni 2017. (<http://www.sixthtone.com/news/future-music-streaming-lies-china%E2%80%99s-small-cities>).

*Jussi Parikka: Bio*. Jussi Parikka, n.d. Web. 23 Mei 2017. (<https://jussiparikka.net/about/>).

Kestens, Tom. "We zijn als bakkers die urenlang brood bakken, om dat brood vervolgens zo goed als gratis weg te geven." *De Morgen*. De Morgen, 10 april 2017. Web. 1 juni 2017. (<https://www.demorgen.be/opinie/we-zijn-als-bakkers-die-urenlang-brood-bakken-om-dat-brood-vervolgens-zo-goed-als-gratis-weg-te-geven-b2a6badd/>).

Lew, Linda. "Music streaming apps upping the ante in a crowded market." *Technode*. Technode, 23 maart 2017. Web. 1 juni 2017. (<http://technode.com/2017/03/23/music-streaming-apps-upping-the-ante/>).

Lunden, Ingrid. "Sean Parker has left Spotify's board; Padmasree Warrior, Thomas Staggs join in lead up to IPO." *Techcrunch*. Techcrunch, 22 juni 2017. Web. 22 juni 2017. (<https://techcrunch.com/2017/06/22/sean-parker-has-left-spotifys-board-padmasree-warrior-thomas-staggs-join-in-lead-up-to-ipo/>).

Mulligan, Mark. "Why Netflix Can Turn A Profit But Spotify Cannot (Yet)." *MIDIA*. MIDIA, 19 januari 2017. Web. 1 juni 2017. (<https://www.midiaresearch.com/blog/why-netflix-can-turn-a-profit-but-spotify-cannot-yet/>).

Nicolaou, Anna. "How streaming saved the music industry." *Financial Times*. Financial Times, 16 januari 2017. Web. 1 juni 2017. (<https://www.ft.com/content/cd99b95e-d8ba-11e6-944b-e7eb37a6aa8e>).

Pareles, Jon. "David Bowie, 21st-Century Entrepreneur." *New York Times*. New York Times, 6 september 2002. Web. 1 juni 2017. (<http://www.nytimes.com/2002/06/09/arts/david-bowie-21st-century-entrepreneur.html>).

Pitch Book. "SoundCloud Raises Debt Round." *Valuwalk*, Valuwalk, 24 maart 2017. Web. 1 juni 2017. (<http://www.valuwalk.com/2017/03/soundcloud-raises-debt-round-adding-fuel-rumors-financial-trouble/>).

*Redcat Artists*. Redcat Artists, 2017. Web. 1 juni 2017. (<http://www.redcatartists.com/artists/>).

Rys, Dan. "A Brief History of the Ownership of the Beatles Catalog." *Billboard*. Billboard, 20 januari 2017. Web. 1 juni 2017. (<http://www.billboard.com/articles/columns/rock/7662519/beatles-catalog-paul-mccartney-brief-history-ownership>).

Schievink, Bauke. "Spotify stelt beursgang uit vanwege licentiedeals met platenlabels." *Tweakers*. Tweakers, 2 februari 2017. Web. 1 juni 2017. (<https://tweakers.net/nieuws/120841/spotify-stelt-beursgang-uit-vanwege-licentiedeals-met-platenlabels.html>).

Sherman, Cary. "State Of The Music Business: What The Numbers Tell Us." *Medium*. Medium, 22 maart 2016. Web. 1 juni 2017. (<https://medium.com/@RIAA/state-of-the-music-business-what-the-numbers-tell-us-63ce1524b30>).

*Simim*. Simim, 2017. Web. 1 juni 2017. (<http://www.simim.be/>).

Skinner, Curtis. "Paul McCartney sues Sony/ATV for Beatles music rights." *Reuters*. Reuters, 19 januari 2017. Web. 1 juni 2017. (<http://www.reuters.com/article/us-people-paulmccartney-idUSKBN15238O>).

*Spotify franchit la barre des 50 millions d'abonnés payants*. *Les Echos*, 3 maart 2017. Web. 1 juni 2017. ([https://www.lesechos.fr/03/03/2017/lesechos.fr/0211847890221\\_spotify-franchit-la-barre-des-50-millions-d-abonnes-payants.htm](https://www.lesechos.fr/03/03/2017/lesechos.fr/0211847890221_spotify-franchit-la-barre-des-50-millions-d-abonnes-payants.htm)).

*Spotify Press*. Spotify, 2017. Web. 1 juni 2017. (<https://press.spotify.com/be-nl/>).

*Tidal*. Tidal, 2017. Web. 1 juni 2017. (<http://tidal.com/soc/>).

Unterberger, Andrew. "11 Artists You Still Can't Find on Any Major Streaming Service." *Billboard*. Billboard, 20 oktober 2016. Web. 1 juni 2017. (<http://www.billboard.com/articles/news/7549739/artists-streaming-services-holdout-not-available>).

Verstraete, Alexander. "Jay Z haalt bijna al zijn muziek van Spotify." *De Redactie*. VRT, 10 april 2017. Web. 1 juni 2017. (<http://deredactie.be/cm/vrtnieuws/cultuur%2Ben%2Bmedia/-muziek/1.2947578>).



## Appendix 1: Lijst kleine en middelgrote festivals Vlaams-Brabant

Naam Festival	Gemeente	Bestaat nog?
Aarschot Volkoren	Aarschot	Ja
Boerenrock	Kortenaken	Ja
<b>Eurofolies</b>	<b>Kessel - Lo</b>	<b>Laatste editie in 2013</b>
Fespival	Kraainem	Ja
Festivhalle	Halle	Ja
Gelrock	Gelrode	Ja
Gooikoorts	Gooik	Ja
<b>Groove City</b>	<b>Groot Bijgaarden</b>	<b>Laatste editie 2012</b>
Hageland Festival	Aarschot	Ja
Hee Tervuren	Tervuren	Ja
Het Groot Verlof	Leuven	Ja
Horst	Leuven	Ja
Jospop	Schepdaal	Ja
<b>Leiepop</b>	<b>Machelen</b>	<b>Laatste editie 2015</b>
<b>Logical Choice Rockfest</b>	<b>Liedekere</b>	<b>Laatste editie 2008</b>
Lolands Scherpenheuvel	Scherpenheuvel	Ja
<b>Luna Festa</b>	<b>Diest</b>	<b>Laatste editie 2015</b>
<b>Marktrock</b>	<b>Leuven</b>	<b>Laatste editie 2015</b>
Mekitburn	Vilvoorde	Ja
Mena Open Air	Rotselaar	Ja
Mid-zomer	Leuven	Ja
Oosthoek Live	Dilbeek	Ja
Outsiderz	Opwijk	Ja
Pop@Park	Zaventem	Ja
<b>Popwijk</b>	<b>Opwijk</b>	<b>Laatste editie 2012</b>
<b>Rock Affligem</b>	<b>Affligem</b>	<b>Laatste editie 2008</b>
<b>Rock Houtem</b>	<b>Zaventem</b>	<b>Laatste editie 2007</b>
<b>Rock Ternat</b>	<b>Ternat</b>	<b>Laatste editie 2013</b>
Stage 1800	Vilvoorde	Ja
Strandfuij Glabbeek	Glabbeek	Ja
Suikerrock	Tienen	Ja
Swing Wespelaar	Wespelaar	Ja
Transitfestival	Leuven	Ja
Vijverfestival	Dilbeek	Ja
<b>Volkin Ro</b>	<b>Sint Genesius Rode</b>	<b>Laatste editie 2015</b>
Weerdse Bierfeesten	Weerd	Ja
Wild in't Park	Herent	Ja

Bron: Samengesteld na onderzoek van Vlaams-Brabantse festivals