



dialogic



Eindrapport

Verkenkend onderzoek naar knelpunten en mogelijke stimuleringsmaatregelen ten behoeve van Nederlandse muziekproducties in de online markt

In opdracht van:

Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap

Datum:

Utrecht, 11 november 2024

Auteurs:

Dialogic

Sven Maltha
Jasper Veldman
Pim Verhagen
Sophia Stone
Brigitte van der Lugt

IViR

Martin Senftleben
Etienne Valk

Inhoudsopgave

Managementsamenvatting	5
Bevindingen uit het onderzoek	6
Conclusies	8
Beleidsoverwegingen	9
1 Introductie.....	11
1.1 Aanleiding.....	11
1.2 Doelstelling onderzoek	11
1.3 Onderzoeksvragen	12
1.4 Aanpak.....	12
1.5 Leeswijzer	13
2 Context van het onderzoek	15
2.1 Inleiding	15
2.2 Achtergrond beleid.....	15
2.3 Makers van muziekproducties.....	17
2.4 Afbakening van Nederlandse muziekproductie en makers	18
2.5 Inkomstenbronnen voor muziekopnames.....	19
2.6 Aandeel van muziekopnames in inkomsten makers	23
2.7 Conclusie.....	25
3 Markt voor online muziekdiensten	26
3.1 Inleiding	26
3.2 Verschillende online muziekdiensten en hun businessmodellen	26
3.3 Marktaandelen online muziekdiensten	29
3.4 Omzet en fee per stream	31
3.5 Technologische ontwikkelingen.....	36
3.6 Positie van de maker op de markt voor online muziekdiensten	37
3.7 Conclusie.....	38
4 Financiële stromen online muziekdiensten	39
4.1 Inleiding	39
4.2 Omzet online muziekdiensten	40
4.3 Fee voor de online muziekdienst.....	40
4.4 Afdracht aan platenmaatschappijen en -labels (naburige rechten).....	42
4.5 Afdracht aan BumaStemra (auteursrechten)	42
4.6 Conclusie.....	44
5 Internationale vergelijking	45
5.1 Inleiding	45
5.2 Frankrijk.....	45
5.3 Canada.....	53
5.4 Inventarisatie overige landen	57
5.5 Conclusie.....	60

6	Stimuleringsmaatregelen voor Nederlandse muziekproducties.....	62
6.1	Inleiding	62
6.2	Ervaren knelpunten in de markt voor online muziekdiensten	62
6.3	Stimuleringsmaatregelen en beleidsdoelen.....	64
6.4	Juridische implicaties en haalbaarheid beleidsmaatregelen	72
6.5	Conclusie.....	78
7	Uitkomst, maatregelen en conclusies.....	80
7.1	Inleiding	80
7.2	Belangrijkste uitkomsten en beantwoording onderzoeksvragen.....	80
7.3	Conclusies	83
7.4	Beleidsoverwegingen.....	85
Bijlage 1.	Overzicht gesprekspartners.....	86

Managementsamenvatting

In deze samenvatting presenteren wij de belangrijkste uitkomsten van een verkennend onderzoek naar knelpunten en mogelijke stimuleringsmaatregelen ten behoeve van Nederlandse muziekproducties in de online markt. Het onderzoek komt voort uit de aangenomen motie van de leden Kwint en Wuite (22 maart 2023) om onderzoek te doen naar een investeringsverplichting of heffing gericht op audiostreamingpartijen ter ondersteuning van de Nederlandse audiosector. Het onderzoek is uitgevoerd door onderzoeksbureau Dialogic in samenwerking met het Instituut voor Informatierecht (IViR), in opdracht van het ministerie van Onderwijs Cultuur en Wetenschap (OCW). Het onderzoek is uitgevoerd in de periode medio juni tot en met begin november 2024.

De centrale vraagstelling van dit onderzoek is als volgt samen te vatten:

1. Welke knelpunten er bestaan in de markt voor online muziekdiensten die mogelijk leiden tot een disbalans tussen inkomsten voor enerzijds Nederlandse muzikmakers en anderzijds inkomsten voor online-muziekdiensten?
2. In hoeverre zijn Nederlandse muziekproducten (on)voldoende vindbaar, zichtbaar t.o.v. buitenlandse muziekproducties?
3. Wat zijn daaruit voortkomend potentiële (al dan niet wettelijke) maatregelen die – gegeven het Europese juridische kader – kunnen worden opgelegd aan aanbieders van online (audiostreaming)diensten om Nederlandse muziekproducties te stimuleren?
4. Hoe kunnen deze maatregelen (potentieel) doorwerken op de bredere markt van audiodiensten binnen Nederland?

Om tot een antwoord op deze vragen te komen is een combinatie van onderzoeksmethoden ingezet, namelijk deskstudie, diepte-interviews met onder andere brancheverenigingen op het gebied van muziek en naburig- en auteursrecht, streamingsdiensten, platenmaatschappijen en labels, muziekuitgeverijen en experts en een internationale vergelijking (Frankrijk en Canada in meer detail en een korte inventarisatie voor de landen VS, VK, Duitsland, Zweden, België, Spanje en Denemarken).

Afbakening

Bij de totstandkoming van muziekwerken wordt in de muziekindustrie onder meer onderscheid gemaakt tussen auteurs (componisten en tekstschrijvers), uitvoerende artiesten (zangers en zangeressen, (sessie)musici) en producenten. Als *overkoepelde aanduiding* van deze groep creatieve vakmensen hanteren wij de term **makers**.

Verder maken we in dit onderzoek onderscheid tussen (audio) **streamingsplatforms** en **social media platforms**. De streamingplatforms stellen gebruikers in staat om muziek, podcasts, audioboeken en andere geluidscontent via het internet te beluisteren (zoals bijvoorbeeld Spotify, Apple Music en YouTube Music), veelal tegen een maandelijks vergoeding. Social media platforms zijn online diensten die gebruikers in staat stellen om (eigen) content te creëren, te delen, en met anderen te communiceren via tekst, video's, muziek en andere media. Deze diensten zijn veelal advertentiegebaseerd. Binnen de scope van dit onderzoek gaat het dus naast de audio streamingplatforms in het bijzonder om social media platforms waarbij muziek een grote rol speelt. Populaire voorbeelden hiervan zijn YouTube, TikTok, Instagram, Facebook en Snapchat.

Bevindingen uit het onderzoek

Markt voor online muziekdiensten

Onder de markt voor online muziekdiensten (in detail beschreven in hoofdstuk 3) verstaan we (1) online audiostreamingsdiensten zoals Spotify, YouTube Music, Apple Music, Deezer en SoundCloud, maar ook (2) online diensten waarbij audio een relevante component is, zoals YouTube, TikTok, Instagram, Facebook en Snapchat. Waar online audiostreamingsplatforms hun inkomsten halen uit abonnementen, advertenties en eventuele aanvullende inkomsten, is het businessmodel van (social) media platforms voornamelijk gebaseerd op advertenties.

Spotify is momenteel veruit de grootste online muziekdienst in Nederland in termen van marktaandeel en gebruik, gevolgd door YouTube Music en Apple Music. Spotify kent ook de meeste betalende abonnees in vergelijking met andere diensten. Wat betreft (social) media platforms kennen YouTube en Facebook de meeste gebruikers.

De omzet van Nederlandse platenmaatschappijen uit streaming bedroeg €239,6 miljoen (excl. btw) in 2023 volgens gegevens van NVPI. Dit bedrag omvat royalties afkomstig van zowel online audiostreamingsdiensten als (social) media platforms voor zowel Nederlandse als internationale artiesten. Op basis van deze gegevens schatten we dat de omzet van online muziekdiensten in Nederland in 2023 zo'n €436 miljoen (excl. btw) bedroeg. Deze schatting is gebaseerd op de omzetcijfers van de NVPI, gedeeld door 55% (het percentage dat streamingdiensten afdragen aan platenmaatschappijen).

Financiële stromen

Van de netto-omzet (exclusief btw) die online audiodiensten zoals Spotify genereren, houden de platforms ongeveer 30% zelf. De resterende 70% wordt uitbetaald aan royalties. Van dit deel wordt gemiddeld zo'n 55 procentpunt uitgekeerd voor de vergoeding van naburige rechten aan platenmaatschappijen en -labels. Het exacte percentage hangt af van de afspraken tussen hen en platformen als Spotify. Hoeveel een uitvoerend artiest uiteindelijk ontvangt van de platenmaatschappij of het label is sterk contractafhankelijk, maar lijkt zo'n 15-60% te zijn van het bedrag dat de platenmaatschappij ontvangt, met een zwaartepunt rond de 20-30%. De resterende 15 procentpunt van de royalties wordt uitgekeerd via Buma Stemra aan muzikanten (componisten en tekstdschrijvers) en muziekuitgevers. Ook is gekeken naar de vergoedingen die online muziekdiensten uitbetalen qua 'fee per stream'. Hieruit komt naar voren dat Spotify zo'n 3 tot 4 eurocent per stream uitbetaalt aan rechthebbenden, vaak indirect via hun platenmaatschappij. Omgerekend is dit € 3.500 per 1 miljoen streams. Andere diensten, zoals YouTube Music, Apple Music en Deezer kennen een vergelijkbare of hogere vergoeding. Voor wat betreft (social) media platformen is weinig zicht op de royaltyvergoedingen die zij uitbetalen. Voor in ieder geval YouTube constateren we dat de vergoedingen een stuk lager liggen dan van online audiostreamingdiensten.

Knelpunten in de markt voor online muziekdiensten

De belangrijkste knelpunten in de markt voor online muziekdiensten zijn als volgt (in meer detail beschreven in hoofdstuk 6):

1. Het meest genoemde knelpunt in de markt voor online muziekdiensten betreft de **onevenwichtige inkomstenverdeling** van de opbrengsten van een muziekstuk, specifiek de disbalans tussen de makers en de platenmaatschappij.
2. Vaak is **niet duidelijk hoe afspeellijsten door platforms zijn samengesteld**, terwijl deze lijsten wel van groot belang zijn voor de **zichtbaarheid** van de artiest.

3. De **afdracht van licentievergoedingen door social mediaplatforms** aan CBO's en/of platenmaatschappijen is veelal veel geringer dan van de streamingplatforms of zelfs geheel afwezig.
4. Een vierde knelpunt is de **opkomst van AI-gegenereerde muziek**. Hierbij spelen diverse aspecten een rol zoals de mate waarin AI-gegenereerde muziek op streamingdiensten muziek van 'echte' artiesten belemmert. Daarnaast is er ook een gebrek aan transparantie rondom de manier waarop AI wordt getraind.

In de centrale vraagstelling van het onderzoek wordt gefocust op de disbalans tussen online muziekdiensten en makers en de vindbaarheid en zichtbaarheid van Nederlandse makers ten opzichte van internationale makers. Wij vragen ons af of er, gegeven de cijfers uit het onderzoek, wel echt sprake is van een disbalans tussen online muziekdiensten en makers. Het lijkt zoals het knelpunt hiervoor ook al aangeeft, eerder te gaan om een disbalans tussen de makers en de platenmaatschappijen. Bij de zichtbaarheid is het goed om te benoemen dat alle Nederlandse muziekproducties vindbaar zijn op de online muziekdiensten. De zichtbaarheid is lastiger maar dat heeft te maken met de forse concurrentie. Er staan op Spotify 100 miljoen nummers waardoor het lastig is om op te vallen, zeker omdat het ook om een internationale markt gaat. Bovendien is de zichtbaarheid van Nederlandse muziekproducties in afspeellijsten en aanbevelingen ook (deels) afhankelijk van de voorkeuren van de consumenten. Op het moment dat die veel naar Nederlandse muziekproducties luisteren zal dat waarschijnlijk ook veel terugkomen in hun aanbevelingen en afspeellijsten. Alleen is omgekeerd ook het geval: als men er niet naar luistert komt het niet terug in de aanbevelingen. Het is de vraag of daar ingegrepen op moet worden door het Nederlandse muziekproduct meer te pushen.

Mogelijke beleidsmaatregelen

In het onderzoek hebben wij vier type beleidsmaatregelen nader bestudeerd. Voor elk van de beleidsmaatregelen hebben we meerdere concrete instrumenten uitgelicht. Vervolgens hebben wij voor deze instrumenten de juridische haalbaarheid en de te verwachten effecten in kaart gebracht (zie Hoofdstukken 6 en 7).

1. Verbetering inkomenspositie Nederlandse makers

Voor de verbetering van de inkomenspositie zijn verschillende instrumenten denkbaar: (1) een heffing op streamingplatforms, (2) een minimumpercentage van inkomsten uit muziekproducties voor de uitvoerende artiest, (3) verhoging afdrachten aan CBO's of platenmaatschappijen door social mediaplatforms, (4) Steunpunt artiesten bij contractonderhandelingen.

2. Verbeteren zichtbaarheid en vindbaarheid van Nederlandse makers

Voor het verbeteren van de zichtbaarheid en vindbaarheid van Nederlandse makers zijn verschillende instrumenten denkbaar: (1) Prominentieverplichting Nederlands muziekproduct bij online muziekdiensten en (2) Minimum of maximum quota voor binnenlandse/buitenlandse muziekproducties op de radio

3. Het verhogen van de transparantie en meer grip krijgen op de rol van AI

Voor het verhogen van de transparantie en meer grip krijgen op de rol van AI zijn verschillende instrumenten denkbaar: (1) Subsidie voor kennis, kunde, toezicht en handhaving t.a.v. AI-gerelateerde vraagstukken, (2) Onafhankelijke audits van aanbevelingssystemen en toezicht en handhaving op AI-misbruik, (3) Verplichting voor AI-diensten om toestemming te vragen aan de rechthebbende artiest/label voor gebruik muziek om hun systemen te trainen.

4. Versterken van de Nederlandse muziekinfrastructuur

Voor het versterken van de Nederlandse muziekinfrastructuur zijn verschillende instrumenten denkbaar: (1) Extra subsidies voor (jonge) artiesten (talentontwikkeling en doorgroei), (2) Subsidies voor professionalisering en internationalisering (bv internationale tournees en festivals), (3) Investerings in kwaliteit (en evt. toegangseisen) muziekkopleidingen en -scholen, ook buiten de steden en (4) Subsidies voor (jonge) NL-makers voor toegang tot NL poppodia.

Conclusies

Onder invloed van verdergaande digitalisering is de markt voor online muziek de afgelopen vijftien jaar sterk ontwikkeld. De opkomst van de platformen voor audiostreaming en bijbehorende muziekdiensten heeft sterk bijgedragen aan het terugdringen van illegale downloads en piraterij. De opkomst van online muziekdiensten heeft ook geleid tot een grotere omzet van de Nederlandse muziekmarkt (zie 3.4.1). Daarbij is de diversiteit van het aanbod toegenomen. Opvallend daarbij is de relatief grote aandacht voor lokaal muziekproduct en de sterke positie van Nederlands muziekproduct op zowel de nationaal georiënteerde afspeellijsten als ook die op export gericht zijn; dit beeld kwam naar voren uit de interviews.

Digitale opnames en productie, distributie en marketing hebben de toegang tot de consument aanzienlijk verruimd. Ondanks het grotere aanbod van (internationale) muziek op de streamingplatformen, evenals de toegenomen concurrentie tussen de makers, blijft Nederlands(talig) muziekproduct goed vindbaar en toegankelijk (zie 3.6). Wat betreft de zichtbaarheid en marketing van songs en artiesten, vormen de social media (denk aan TikTok en Instagram) inmiddels een belangrijk extra vertoningskanaal. In die zin is de afhankelijkheid van de makers van de grote platenmaatschappijen voor toegang tot een groot publiek iets afgenomen in vergelijking met voorgaande periodes.

Zoals beschreven in 6.2 wijst het onderzoek verder uit dat er feitelijk meer disbalans bestaat in de verdeling van royalties tussen de makers van Nederlandse muziekwerken en de platenmaatschappijen, dan tussen de makers en online muziekdiensten op de Nederlandse muziekmarkt. Een andere disbalans bestaat uit het grote inkomensverschil tussen een zeer kleine groep uiterst succesvolle artiesten en het overgrote deel minder succesvolle (te vergelijken met topsport). De eerste groep verdient soms miljoenen aan royalties uit online muziekdiensten en de tweede groep (het overgrote deel) heeft andere inkomsten nodig om van muziek te kunnen leven (vaak ook buiten de muziekindustrie). Deze disbalans wordt vooral veroorzaakt door de voorkeuren van de consument en versterkt door netwerkeffecten van digitale streaming platforms ('trending' zijn / 'viral' gaan van songs en/of artiesten). Tot slot merken we op de uitvoerende artiesten over het algemeen meer inkomsten verwerven dan de auteurs (componisten en tekstschrijvers) van muziekwerken (zie 4.6).

Heffingen opleggen aan enkel online muziekdiensten blijkt geen doeltreffende en doelmatige maatregel om de inkomenspositie van de makers direct te verbeteren. Dit instrument werkt vooral als een vorm van belasting voor een specifieke groep, waarvan de opbrengst vervolgens een doel 'zoekt' voor nadere besteding. In de Franse variant is het bestedingsdoel zeer breed gebleken, en niet specifiek gericht op de inkomensverbetering van makers van muziekwerken. Bovendien werkt het opleggen van dit instrument aan enkel de online muziekdiensten discriminatoir en marktverstoring. Het is vooral de consument die de heffing zal moeten betalen via verhoogde abonnementsprijzen voor de muziekstreaming platforms.

Het *opleggen van prominentieverplichtingen* bij online muziekdiensten heeft een marktverstoring effect door publieke inmenging in de inhoudelijke keuze van het muziekaanbod van streamingdiensten. Omdat de export van Nederlands product goed floreert en

Nederlandstalige afspeellijsten goed zijn vertegenwoordigd op de streamingplatformen, is hier onvoldoende sprake van marktfalen dat een dergelijke maatregel legitimeert.

Op het gebied van AI treffen we de grootste uitdagingen aan voor de toekomst. Bescherming van rechthebbenden en voorkomen en tegengaan van misbruik op verschillende fronten verdient veel aandacht. De impact van AI op de online muziekindustrie en in het bijzonder de financiële stromen, wordt door een groot deel van de sector onderschat, zoals beschreven in 6.2.

Een economisch meer efficiënte en juridisch haalbare route vormt de brede versterking van de muziekinfrastructuur in Nederland. De effecten hiervan zijn vooral gericht op kwaliteitsverbetering, professionalisering en internationalisering, veelal langs de lijn van educatie en talentontwikkeling. Deze route is het minst marktversturend en kan bijdragen aan het verruimen van de muziekmarkt op de langere termijn.

Beleidsoverwegingen

Als belangrijke uitkomst uit de conclusies van de deze studie zien wij weinig of geen economische redenen om middels nieuwe wetgeving zwaar in te grijpen in de inkomensstromen tussen de makers en online platforms voor muziekdiensten zoals Spotify, middels het opleggen van heffingen, investeringsverplichtingen of zichtbaarheidsverplichtingen zoals quota.

Dat neemt niet weg dat wij in de (online) muziekketen wel degelijk onevenwichtigheden hebben aangetroffen die aandacht vragen van beleidsmakers en politiek. Ook zien wij mogelijkheden tot gerichte versterking van de Nederlandse muziekindustrie en export van het Nederlands muziekproduct. Wij noemen hierna de belangrijkste beleidsoverwegingen.

1. Om de inkomenspositie te verbeteren zou meer ingezet kunnen worden op het **verhogen van de afdrachten door social mediaplatformen** aan rechthebbende voor het gebruik van muziekwerken. Overheid en CBO's dienen hier bij voorkeur gezamenlijk aan te werken. (werkt marktverruimend, in tegenstelling tot heffingen)
2. **Versterking van de onderhandelingspositie van de makers en uitvoerende artiesten.** Hiervoor zou een juridisch steunpunt kunnen worden ingericht, bijvoorbeeld bij een van de al bestaande ondersteuningsorganisaties (bijvoorbeeld Platform ACCT).
3. **Verbetering van muziekonderwijs en -educatie alsook voorlichting** voor jong talent op het terrein van contractonderhandelingen en de werking van financiële stromen in de muziekketen.
4. Om de **zorgen** in de sector met betrekking tot de **inzet van AI** te **verminderen**, is het noodzakelijk om kennis, kunde evenals toezicht en handhaving t.a.v. AI-gerelateerde vraagstukken te verbeteren. Dit geldt specifiek voor het **ongevraagd en onrechtmatig gebruik van bekende stemmen en muziek in met AI-gegenereerde muziek** of het **ongevraagd en onrechtmatig gebruik van muziek voor het trainen van AI.**
5. Om de potentie van muzikaal talent te **vergroten** in termen van **doorgroei, kwaliteitsverbetering, professionalisering en internationalisering** kan het ministerie middels subsidies en/of bijdragen vanuit de sector gericht stimuleren.
6. **Sectorinitiatieven aanwakkeren** onder marktpartijen (onder meer online muziekdiensten) om gewenste stimuleringsmaatregelen en inkomensverbetering (mede) te financieren, **zodat** het **opleggen van heffingen of andere verplichtingen niet nodig is.** In Frankrijk waren marktpartijen bereid jaarlijks substantieel bij te dragen om dit te voorkomen.

1 Introductie

Op verzoek van het ministerie van Onderwijs Cultuur en Wetenschap, directie Erfgoed en Kunsten (hierna: ministerie van OCW), heeft Dialogic in samenwerking met het Instituut voor Informatierecht (IViR) een verkennend onderzoek uitgevoerd naar knelpunten en mogelijke stimuleringsmaatregelen ten behoeve van Nederlandse muziekproducties in de online markt.

1.1 Aanleiding

Op 22 maart 2023 is de motie 'onderzoek naar een investeringsverplichting of heffing gericht op audiostreamingpartijen ter ondersteuning van de Nederlandse audiosector'¹ van de leden Kwint en Wuite aangenomen in de Tweede Kamer. Deze motie is ingediend tijdens de behandeling van het wetsvoorstel investeringsverplichting voor audiovisuele streamingdiensten ten behoeve van Nederlands cultureel audiovisueel aanbod. De motie kan worden gelezen tegen de achtergrond van de structureel zwakke onderhandelingspositie van muzikmakers versus grote online-spelers als audiostreamingdiensten. Tegelijkertijd zijn de inkomsten voor audiostreamingdiensten over de afgelopen jaren explosief gestegen (tussen 2012 en 2019 van ruim 30 miljoen euro naar 160 miljoen euro).

Het ministerie van OCW ziet dat de audiovisuele sector zowel in de werking, de financiële keten en de juridische context verschillend van aard is ten opzichte van de audiosector. Daarom is het niet mogelijk de aannames en uitgangspunten die ten grondslag liggen aan de in de Mediawet opgenomen investeringsverplichting voor culturele audiovisuele producties te hanteren voor de uitvoering van onderhavige motie. Om die reden vraagt het ministerie om een apart verkennend onderzoek naar potentiële stimuleringsmaatregelen van online- muziekdiensten ten behoeve van Nederlandse muziekproducties.

1.2 Doelstelling onderzoek

Middels dit onderzoek beoogt het ministerie de vraag van de motie te beantwoorden, waarbij het doel "het ondersteunen van Nederlandse muziekproducties" voorop staat. Hoewel de motie spreekt van een heffing of investeringsverplichting heeft het ministerie het onderzoek breder ingestoken.

Allereerst gaat het onderzoek in op de vraag of, en zo ja, welke knelpunten er bestaan in de markt van online muziekdiensten die mogelijk leiden tot (i) een disbalans tussen inkomsten voor Nederlandse muzikmakers enerzijds en online muziekdiensten anderzijds, en (2) onvoldoende vindbaarheid, zichtbaarheid of aanbod van Nederlandse muziekproducties ten opzichte van buitenlandse muziekproducties.

Vervolgens volgt een brede verkenning naar alle mogelijke stimuleringsmaatregelen ten behoeve van Nederlandse muziekproducties. Daarbij kan worden gedacht aan ondersteuning door middel van stimulering van de (digitale) vindbaarheid en zichtbaarheid van Nederlandse muziekproducties. Het onderzoek verkent opties waarin zowel de uitvoerbaarheid als (juridische) haalbaarheid van potentiële (al dan niet wettelijk opgelegde) stimuleringsmaatregelen uiteen worden gezet.

¹ Zie: [\[www.tweedekamer.nl\]](http://www.tweedekamer.nl)

1.3 Onderzoeksvragen

Tegen deze achtergrond heeft opdrachtgever de volgende **hoofdonderzoeksvragen** geformuleerd:

1. Zijn er knelpunten in de online markt die leiden tot (i) een disbalans aan inkomsten voor Nederlandse muziekproducten, en/of (ii) onvoldoende vindbaarheid, zichtbaarheid of aanbod van Nederlandse muziekproducties t.o.v. buitenlandse muziekproducties?
2. Wat zijn daaruit voortkomend potentiële (al dan niet wettelijke) maatregelen die – gegeven het Europese juridische kader – kunnen worden opgelegd aan aanbieders van online (audiostreaming)diensten om Nederlandse muziekproducties te stimuleren?
3. Hoe kunnen deze maatregelen (potentieel) doorwerken op de bredere markt van audiodiensten binnen Nederland?

Voor het onderzoek zijn de volgende **deelvragen** geformuleerd:

1. Welke (relevante) online muziekdiensten zijn actief op de Nederlandse markt en hoe groot is hun marktaandeel? (Uitgesplitst naar o.a. luisteraars, marktaandeel, omzet, winst en het (gemiddeld) uitgekeerd bedrag per keer dat een audioproduct wordt afgespeeld)
2. Hoe verhoudt het aanbod, de vindbaarheid en de toename of afname van Nederlandse muziekproducties op voornoemde online-muziekdiensten zich ten opzichte van het aanbod, vindbaarheid en toename of afname van buitenlandse muziekproducties?
 - a. Wat is daarin een mogelijke (juridische) afbakening tussen Nederlandse en buitenlandse muziekproducties?
 - b. In hoeverre is het relevant om Nederlandse muziekproducties (juridisch) af te bakenen op taal?
3. Welke partijen zijn aan te merken als belanghebbenden binnen de Nederlandse markt die wordt bediend door online-muziekdiensten? Breng middels een stroomschema de geldstromen tussen de belanghebbenden in kaart. Zit er een disbalans in deze geldstroom? Zo ja, waar zit het knelpunt?
4. Welke doelmatige stimuleringsmaatregelen kunnen worden overwogen om (eventuele) knelpunten in de online markt aan te pakken? Denk aan: vergroten vindbaarheid Nederlands product, talentontwikkeling, innovatieopgaven, duurzaamheid, en overige 'specifieke noden' van de verschillende betrokken partijen in de sector.
5. Zijn er bepaalde best/worst practices inzake (al dan niet wettelijk opgelegde) maatregelen voor online muziekdiensten om nationale muziekproducties te stimuleren in andere (Europese) landen?

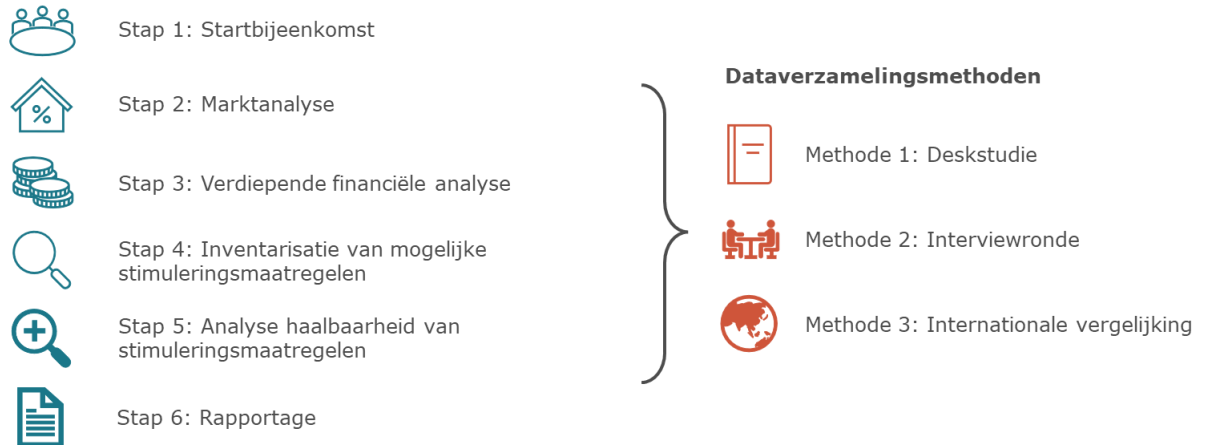
1.4 Aanpak

In ons plan van aanpak hebben wij onderscheid gemaakt tussen zes onderzoekstappen en drie dataverzamelmethode, namelijk deskstudie, een interviewronde en een internationale vergelijking. De dataverzamelmethode dienden als input voor de verdere uitwerking van de vier inhoudelijke onderzoekstappen (stap 3 tot en met stap 6 in de figuur hieronder). De overige stappen waren meer procesmatig van aard.

De deskstudie bestond uit het analyseren van diverse bronnen, waaronder onderzoeksrapporten, markt cijfers, webpagina's, beleidsdocumenten en kamerstukken. In de interviewronde hebben wij een brede set aan stakeholders in de muzieksector bevroegd. Een overzicht van gesprekspartners is opgenomen in Bijlage 1. Tot slot is een internationale

vergelijking uitgevoerd waarbij is onderzocht welke maatregelen in andere landen zijn ingevoerd. Hierbij zijn de landen Frankrijk en Canada uitvoerig bestudeerd en een aantal overige landen in minder detail.

Onderzoekstappen



Figuur 1. Onderzoekstappen en bijbehorende dataverzamelmethode(n)

1.5 Leeswijzer

In het volgende hoofdstuk (2) volgt de (beleids)context van het onderzoek. In hoofdstuk 3 volgt een beschrijving van de markt voor online muziekdiensten en analyse van de werking van deze markt. In hoofdstuk 4 presenteren we een nadere verdieping van de financiële stromen vanuit online muziekdiensten, inclusief de afdrachten aan de verschillende stakeholders in de waardeketen van platenlabels en centrale beheerorganisaties (CBO's) tot aan componisten, tektschrijvers, muziekuitgevers en artiesten. In hoofdstuk 5 volgt een internationale vergelijking van op de inzet van stimuleringsinstrumentarium gericht op streamingplatforms ten behoeve van de nationale muziekproductie. Daarbij bestaat bijzondere aandacht voor implementatie van een streamingsheffing in Frankrijk en plannen daartoe in Canada. In hoofdstuk 6 geven we een overzicht van ervaren knelpunten in de (online) muziekindustrie, een reflectie op de noodzaak tot overheidsinterventie en een overzicht en analyse van mogelijke stimuleringsinstrumenten gekoppeld aan specifieke beleidsdoelen. Tot slot sluiten we in hoofdstuk 7 af met een korte terugblik op de onderzoeksvragen, een overzicht van mogelijke beleidsmaatregelen inclusief duiding van verwachte effecten en eindigen we met de belangrijkste conclusies en beleidsoverwegingen uit dit onderzoek.

2 Context van het onderzoek

2.1 Inleiding

In dit hoofdstuk wordt de context van het onderzoek beschreven, voor zowel Nederland als Europa. Vervolgens wordt ingegaan op de makers van muziekproducties en de inkomsten voor muziekopnames. Tenslotte wordt het aandeel van muziekopnames in inkomstenbronnen behandeld.

2.2 Achtergrond beleid

2.2.1 Nederland

Tijdens een notaoverleg in 2021 vraagt Kamerlid Kwint aan de Kamer om uit te zoeken welke mogelijkheden er zijn om een investeringsfonds op te zetten of een investeringsverplichting- of heffing in te stellen voor de audiosector.² Naar aanleiding van deze vraag reageert minister Van Engelshoven, voormalig minister van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap, op dit verzoek in de kamerbrief 'Nieuwe visie cultuurbeleid'.³ In de brief legt de minister het verschil uit tussen de audiovisuele sector en de audiosector. Het grootste verschil zijn de productiekosten: de producties in de audiovisuele sector zijn in veel gevallen duurder dan audioproducties. Daarnaast produceren audiovisuele aanbieders – zoals Netflix – ook hun eigen producties, terwijl een audiostreamingsdienst als Spotify geen muziek produceert maar enkel een platform biedt. De minister concludeert dat een heffing beter past dan een investeringsverplichting.⁴ Een complicerende factor is het kunnen opleggen van een heffing aan aanbieders die zijn gevestigd in andere EU-lidstaten. Daarvoor is Europese wetgeving nodig. In het geval van audiovisuele producties, wordt dit geregeld in de herziene richtlijn audiovisuele mediadiensten.⁵ Dit geldt echter niet voor de audiosector.

Op 1 januari 2024 is een investeringsverplichting voor grote streamingdiensten ten behoeve van het Nederlands cultureel audiovisueel product, die is opgenomen in de Mediawet, in werking getreden.⁶ Het doel van deze wet is om het Nederlands cultureel audiovisueel product te stimuleren. De investeringsverplichting geldt voor streamingdiensten met een jaarlijkse omzet in Nederland van meer dan 10 miljoen euro. Deze streamingdiensten, zoals Netflix, Disney+ en Videoland, moeten minimaal 5 procent van hun relevante in Nederland gegenereerde omzet investeren in Nederlandse AV-producties.⁷ De Mediawet wordt bij invoering ook gewijzigd.

² Tweede Kamer (2021, 12 augustus). Initiatiefnota van lid Kwint over "Naar vore! Plannen voor een gezonde popsector". Kamerstuk 35813 nr. 4

³ Tweede Kamer, december 2, 2021. Nieuwe visie cultuurbeleid. Kamerstuk 32820 nr. 452

⁴ Bij een heffing dient een aanbieder een percentage van zijn omzet die is gegenereerd in een land af te dragen aan de overheid van dat land.

⁵ RICHTLIJN (EU) 2018/1808 VAN HET EUROPEES PARLEMENT EN DE RAAD

⁶ Staatsblad 2023, 393. <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/stb-2023-393.html>

⁷ Minimaal de helft (2,5 procent) moet worden geïnvesteerd in Nederlandse films, series en documentaires omdat juist deze categorieën moeten worden gestimuleerd om te kunnen concurreren met het grote internationale aanbod. Een investering houdt in dat streamingdiensten zelf een Nederlandse titel (co)produceren, of een bestaande, recente Nederlandse productie aankopen. Een productie die

De Kamerleden Kwint, Westerveld en Akerboom sturen op 14 november 2022 een motie naar de Kamer waarin ze het kabinet verzoeken er zorg voor te dragen dat techreuzen en audiostreamingdiensten een eerlijke bijdrage leveren aan de inkomenspositie van makers.⁸ Deze motie komt voort uit het feit dat ze constateren dat techreuzen zoals Google, YouTube en Facebook nauwelijks bijdragen aan de inkomens van de makers.

Kwint vraagt voormalig staatssecretaris Uslu (OCW) daarom wederom een streamingheffing te overwegen voor audio- en techplatforms.⁹ Voormalig staatssecretaris Uslu geeft hierop aan dat ze geen aanleiding voor een investeringsverplichting of heffing voor de audiosector ziet, wijzende op het kostenverschil tussen audiovisuele- en audioproducties. Daarnaast wordt de vraag opgeworpen of het een wenselijke maatregel is om een dergelijke investeringsverplichting- of heffing in te voeren voor aanbieders in andere (EU)landen. Ook wordt nogmaals gewezen op het ontbreken van benodigde EU-regelgeving.¹⁰ Of degelijke wetgeving daadwerkelijk vereist is wordt besproken in 5.2.4.

Lid Kwint dient vervolgens enkele maanden later op 22 maart 2023 een motie in die wordt aangenomen. Hierin wordt de regering verzocht om "spoedig te onderzoeken hoe er gekomen kan worden tot een investeringsverplichting of een heffing gericht op audiostreamingpartijen, met als doel het ondersteunen van de Nederlandse audiosector".¹¹ Kwint geeft aan dat er kan worden gekozen voor een apart investeringsfonds voor de Nederlandse livemuziek of voor een aansluiting bij een van de regelingen die specifiek in het leven zijn geroepen ter ondersteuning van muzikanten, zoals Upstream.¹²

2.2.2 Europees Parlement

Op 17 januari 2024 is een resolutie over culturele diversiteit en de omstandigheden van auteurs op de Europese markt voor muziekstreaming aangenomen, ingediend door Europees Parlementslid Ibán García Del Blanco.¹³ De resolutie richt zich op het aanpakken van uitdagingen en disbalansen binnen de muzieksector, vooral met betrekking tot auteurs en performers, binnen de context van digitale muziek streamingdiensten. In de resolutie wordt opgemerkt dat auteurs en uitvoerende artiesten vaak onvoldoende worden vergoed voor hun werk, terwijl de inkomsten geconcentreerd zijn bij grote labels en populaire artiesten. Er is een gebrek aan transparantie bij streamingplatforms, die vaak algoritmen gebruiken die de zichtbaarheid van muziek beïnvloeden, wat leidt tot een ongelijke verdeling van inkomsten en een risico van streamingfraude.

De resolutie stelt verschillende aanbevelingen voor om deze problemen aan te pakken. Er wordt gepleit voor een eerlijker model voor de verdeling van streaminginkomsten en meer transparantie over de algoritmen en aanbevelingssystemen van streamingplatforms. Bovendien wordt er een grotere nadruk gelegd op het bevorderen van culturele diversiteit door

meetelt voor de investeringsverplichting dient voor ten minste 75 procent Nederlands- of Friestalig te zijn. De streamingsdiensten die onder de investeringsverplichting vallen moeten minimaal 60 procent van het te investeren bedrag gebruiken voor producties van onafhankelijke producenten (Kamerstuk 36176 nr. 38).

⁸ Tweede Kamer, vergaderjaar 2022–2023, 36 200 VIII, nr. 21

⁹ Tweede Kamer, vergaderjaar 2022–2023, 714. Aanhangsel

¹⁰ Tweede Kamer, vergaderjaar 2022–2023, 36 200 VIII, nr. 163

¹¹ Tweede Kamer, vergaderjaar 2022–2023, 36 176, nr. 24

¹² Tweede Kamer, vergaderjaar 2022–2023, 36 176, nr. 14

¹³ Europees Parlement (2024). Culturele diversiteit en de omstandigheden van auteurs op de Europese markt voor muziekstreaming, 2023/2054(INI) [www.europarl.europa.eu]

ervoor te zorgen dat Europese muzikale werken beter zichtbaar zijn en dat diverse artiesten een eerlijker podium krijgen.

Daarnaast wordt het belang van ethisch gebruik van AI-technologieën besproken, waarbij transparantie over het gebruik van AI in de muzieksector wordt geëist. De Europese Commissie wordt aangemoedigd om juridische maatregelen te overwegen om de zichtbaarheid en toegankelijkheid van Europese muzikale werken te verbeteren, en om een Europees muziekobservatorium op te richten voor gegevensverzameling en juridische analyse. Verder wordt een Europese exportstrategie voor muziek voorgesteld om Europese artiesten beter te promoten in andere landen.

2.3 Makers van muziekproducties

Voordat nader wordt ingegaan op de markt is het van belang om de makers van muziekproducties nader te omschrijven. In eerder onderzoek naar de Nederlandse popsector is onderscheid gemaakt tussen uitvoerende muzikant(en), auteur(s) (zowel componisten als tekstdschrijvers) en producenten.¹⁴

Veel mensen kennen waarschijnlijk de uitvoerende muzikant. Dit zijn de makers die te horen zijn op een muziekopname en degenen die optreden op de radio, televisie en/of een podium. Deze persoon (of personen) hoeft niet degene te zijn die ook daadwerkelijk het nummer 'gemaakt' heeft. Bij het maken wordt hiermee degene bedoeld die het nummer heeft gecomponeerd (componist) en die de eventuele tekst heeft geschreven (tekstdschrijver), of wel de auteurs. Beide rollen kunnen in één en dezelfde persoon (of personen) zijn verenigd maar dat hoeft niet altijd zo te zijn. Neem bijvoorbeeld het nummer Gaan We Weg van Roxy Dekker en Ronnie Flex. Naast Roxy Dekker en Ronnie Flex waren er nog drie andere auteurs betrokken bij het nummer, namelijk Ucahzo Hoogdorp, Julian Vahle en Renske te Buck.

Naast de auteurs en uitvoerende muzikant is er ook nog de rol van producer. Ook deze rol is beschreven in het eerdere onderzoek naar de Nederlandse popsector.¹⁵ De producer is degene die een belangrijke bijdrage levert aan de totstandkoming van muziekopnamen. Hij of zij is verantwoordelijk voor het geluid(slandschap) en werkt in de opnamestudio. Net als bij de uitvoerende muzikanten en auteurs geldt dat hier sprake kan zijn van een convergentie van rollen, in dit geval van uitvoerende muzikant en producer. Door het beschikbaar komen van software(pakketten) waarmee uitvoerende muzikanten hun eigen opnames kunnen maken, bekwamen ze zich steeds meer in het vak van producer en vullen die rol ook zelf in bij het maken van muziekopnames.

Voor sommige genres geldt overigens dat makers zelfs alle rollen op zich kunnen opnemen. Een concreet voorbeeld hiervan zijn de DJ's in het *dance* genre. De Nederlandse DJ Thomas Helsloot (artiestennaam: *Helsloot*) was bij acht van de veertien nummers van zijn nieuwe album *Never Tried* in zijn eentje verantwoordelijk voor het schrijven, de productie en de uitvoering.

In het onderzoek wordt getracht aan te geven over welke specifieke groep het gaat; de uitvoerende artiest(en), tekstdschrijver(s), componist(en) en/of producer(s). Indien het over de gehele groep mensen gaat die actief zijn in de muziek dan wordt de term makers gebruikt.

¹⁴ Dialogic (2020) *Stand van zaken Nederlandse popmuzieksector*.

¹⁵ Dialogic (2020) *Stand van zaken Nederlandse popmuzieksector*.

2.4 Afbakening van Nederlandse muziekproductie en makers

In dit onderzoek wordt gekeken naar stimuleringsmaatregelen ten behoeve van Nederlandse muziekproducties en Nederlandse makers. Het afbakenen daarvan is dus ook nog een punt van aandacht. In deze paragraaf wordt daar nader op ingegaan.

2.4.1 Nederlandse muziekproducties

In het onderzoek, en in het bijzonder in de interviews, zijn diverse afbakeningen voor Nederlandse producties de revue gepasseerd. Een afbakening die direct als niet-haalbaar werd gezien was een afbakening op basis van taal. Bij de investeringsverplichting voor Nederlands cultureel audiovisueel product is de taal van het scenario wel een van de criteria. Zo dient minimaal (1) het scenario voor tenminste 75 procent te zijn geschreven in de Nederlandse of Friese taal of (2) de hoofdpersonages zich voor ten minste 75 procent uit te drukken in de Nederlandse of Friese taal. Echter, voor muziekproducties is dit minder voor de hand liggend omdat er ook Nederlandse makers zijn die in het Engels zingen en er ook instrumentale nummers zonder zang worden gemaakt. Deze laatste zouden dan buiten de boot vallen.

Een afbakening op basis van de nationaliteit/binding van de makers lijkt in eerste instantie logischer dan taal. Als er dan sprake is van een Nederlandse nationaliteit bij de maker dan is er sprake van een Nederlandse muziekopname. Echter, hier kan ook al snel een grijs gebied ontstaan. Wat als de componist de Nederlandse nationaliteit heeft maar de uitvoerende artiest een andere nationaliteit heeft? Of wat als de maker in Nederland woont en dus een binding heeft met Nederland maar niet de Nederlandse nationaliteit heeft? Een dergelijke afbakening levert ook al direct weer discussie op. Bovendien kunnen bands of muziekgezelschappen bestaan uit meerdere nationaliteiten.

Een derde en laatste afbakening wordt bepaald door de International Standard Recording Code (ISRC) van de muziekopname. Deze ISRC is de International Standard Recording Code die in Nederland onder meer wordt uitgegeven door Sena.¹⁶ Het is een uniek identificatienummer voor een opname en wordt aangevraagd door de mastereigenaar/producent van een muziekopname. Onderdeel van de ISRC is de landencode die aangeeft in welk land de code is toegewezen. Hiermee kunnen Nederlandse muziekproducties worden geïdentificeerd. Het kan zorgen voor een eenduidige afbakening, al toont nog lopend EU-onderzoek¹⁷ aan dat de code lang niet altijd waarheidsgetrouw is wat betreft het land en jaartal van uitgave van opnamen. Bovendien is de kennis over de ISRC-systematiek beperkt binnen de muziekindustrie.

2.4.2 Nederlandse makers

Voor het afbakenen van Nederlandse makers geldt dat nationaliteit wel een voor de hand liggende afbakening is, of zelfs de woonplaats van de maker (is dat in Nederland?). Een mogelijk voorbeeld dat gebruikt kan worden is de subsidieregeling Upstream: Music. Deze regeling biedt artiesten in de popmuziek de kans om te investeren in de ontwikkeling van hun carrière.¹⁸ Wij spreken hierbij bewust over artiesten, en niet over makers, omdat het zo vermeld staat op de website van het Fonds Podiumkunsten. In de voorwaarden wordt

¹⁶ Sena (2024) ISRC. De digitale vingerafdruk voor producenten. Geraadpleegd op 16 augustus 2024. [sena.nl]

¹⁷ Het gaat hier om het Horizon-project "OpenMuse" waarin IViR participeert. Verdere informatie is online te vinden: [openmuse.eu]

¹⁸ Fonds Podiumkunsten (2024) *Upstream: Music*. Geraadpleegd op 16 augustus 2024. [fondspodiumkunsten.nl]

aangegeven dat de artiest die subsidie aanvraagt NL-based moet zijn. Hierbij is niet de woonplaats bepalend maar de financiële en artistieke banden met Nederland. Indien uit het onderzoek naar voren komt dat Nederlandse makers gestimuleerd dienen te worden, lijkt het logisch om voor de afbakening van de Nederlandse makers aan te sluiten bij bestaande afbakeningen (zoals die van Upstream: Music).

De voorgaande discussie is wel afhankelijk van de gekozen maatregel. Als gekozen wordt voor een heffingsmaatregel, moet er in het kader van het Europees anti-discriminatiebeginsel worden verduidelijkt dat de begunstigden van deze maatregel niet enkel mogen worden beperkt tot uitsluitend Nederlandse makers.

2.5 Inkomstenbronnen voor muziekopnames

Voor makers geldt dat er verschillende inkomstenbronnen zijn. In het eerdere onderzoek¹⁹ naar de Nederlandse popmuzieksector zijn de volgende inkomstenbronnen gedefinieerd:

- Inkomsten uit de verkoop of streaming van muziekopnames;
- Inkomsten uit muziekrechten, zowel het auteursrecht als het naburige recht;
- Gages voor liveoptredens in het binnen- en buitenland;
- Merchandise en partnerschappen;
- Subsidies.

Voor dit onderzoek wordt gekeken naar de eerste twee onderdelen: de royalty's uit de verkoop of streaming van muziekopnames en de exploitatie van muziekrechten. Deze richten zich namelijk expliciet op de muziekopnames, terwijl die overige drie gaan over makers in het algemeen.

2.5.1 Inkomsten uit de verkoop en streaming van muziekopnames

Voor de inkomsten uit verkoop en streaming geldt dat de hoogte ervan niet alleen afhankelijk is van de populariteit van een nummer maar ook van de manier waarop een maker de muziekopname uitbrengt. Er zijn hierbij diverse varianten mogelijk.

Allereerst kan een maker ervoor kiezen om alles (of zoveel mogelijk) in eigen beheer te doen. Dit omvat onder andere het zelf regelen van een studio, het masteren van een opname, het maken van geluidsdragers, et cetera. De enige hulp die een artiest nodig heeft is die van een *aggregator*. Dit is een online distributieplatform dat ervoor zorgt dat de muziekopname op de streamingsdiensten wordt geplaatst.²⁰ Afhankelijk van de overeenkomst die een maker sluit met een *aggregator* moet hiervoor een vast bedrag worden betaald of een percentage van de opbrengst.

Er kan ook een contract worden afgesloten met een platenmaatschappij. De platenmaatschappij fungeert als schakel tussen de maker en het publiek. De manier waarop dit gebeurt is afhankelijk van de overeenkomst die is gesloten tussen een maker en een platenmaatschappij. Er zijn verschillende overeenkomsten mogelijk, waaronder een distributieovereenkomst, licentieovereenkomst en artiestenovereenkomst (zie ook Box 1). Bij een distributieovereenkomst levert een maker een kant-en-klaar product aan (zowel fysiek als digitaal) en *distribueert* de platenmaatschappij het verder. In het geval van een artiestenovereenkomst is er een veel nauwere samenwerking tussen de maker en de platenmaatschappij. Bij deze overeenkomst verleent een artiest het exclusieve recht aan een

¹⁹ Dialogic (2020) *Stand van zaken Nederlandse popmuzieksector*.

²⁰ Vi.be (2024) *Aggregators & online releases*. Geraadpleegd op 15 juli 2024. [[vi.be](#)]

platenmaatschappij om muziekopnames te maken en deze te exploiteren. De platenmaatschappij speelt hierbij ook een veel grotere rol dan bij de vorige overeenkomsten. Zij zijn ook verantwoordelijk voor het maken van de opnames en de mixing/mastering.

Box 1. Keuze voor type overeenkomst

De manier waarop een muziekopname wordt gedistribueerd is per maker afhankelijk. In het eerdere onderzoek naar de popsector werden verschillende voorbeelden genoemd.²¹ Voor een maker die alleen een uitvoerende muzikant is, werd gesteld dat een artiestenovereenkomst of een 360 gradenovereenkomst beter lijkt te passen. In dat geval worden zij door de platenmaatschappij ondersteunt bij het maken van muziekopnames. De platenmaatschappij kan hen dan bijvoorbeeld in contact brengen met verschillende componisten en tekstschrijvers. Een platenmaatschappij kan daarnaast het opnemen van een muziekopname faciliteren (bijv. het regelen van opnamestudio's) en er voor zorgen dat de muziekopname ook wordt geëxploiteerd (bijvoorbeeld via streamingplatforms).

Voor een uitvoerende muzikant die ook een auteur is, is het afsluiten van een distributie- of licentieovereenkomst gangbaar. Zeker bij DJ's, die hun eigen muziekopnames componeren en produceren, is het niet ongebruikelijk dat zij per opname kijken bij welke platenmaatschappij zij hun muziekopname uitbrengen. De keuze voor de platenmaatschappij kan daarbij afhankelijk zijn van verschillende factoren, zoals de grootte van de platenmaatschappij (groter bereik) en het type muziek dat wordt uitgebracht (aansluiting van de muziekopname bij het publiek van de platenmaatschappij).

Er zijn geen cijfers beschikbaar over welke manier van distribueren (zowel eigen beheer versus platenmaatschappij als type overeenkomst) het vaakst wordt afgesloten.

Bij de inkomsten draait het uiteindelijk om de (verdeling van de) opbrengsten van de muziekopname. De daadwerkelijke opbrengsten die ten goede komen aan de maker zijn afhankelijk van het type overeenkomst dat zij individueel aangaan. In het geval van eigen beheer ontvangt een maker nagenoeg alle inkomsten (minus de *fee* voor de *aggregator*). Bij de andere overeenkomsten is het sterk afhankelijk van het type overeenkomst. Bij een distributieovereenkomst houdt een maker een hoger percentage van de royalty's over dan bij een artiestenovereenkomsten. Echter, het risico is voor een platenmaatschappij hoger bij een artiestenovereenkomst dan bij een distributieovereenkomst.

In het eerdere onderzoek²² kwam naar voren dat de maker van de muziekopname uiteindelijk zo'n 10 tot 50 procent van de royalty's overhoudt, waarbij het vaker naar de 10 procent tendeert dan naar de 50 procent. De verdeling van de royalty's staat nog los van de grootte van de groep aan makers die aan de muziekopnamen heeft meegewerkt.

2.5.2 Inkomsten uit auteurs- en naburige rechten

Naast de inkomsten uit verkoop en streaming zijn er nog inkomsten uit rechten, meer specifiek de auteursrechten en naburige rechten. Op beide rechten wordt in deze paragraaf ingegaan.

Auteursrechten

Met het auteursrecht wordt gewaarborgd dat een creatie van een maker niet zonder meer geëxploiteerd kan worden door een andere partij. In het kader van muziekrechten ziet het auteursrecht toe op de compositie van een muziekopname, hetgeen is gemaakt door een

²¹ Dialogic (2020) *Stand van zaken Nederlandse popmuzieksector*.

²² Dialogic (2020) *Stand van zaken Nederlandse popmuzieksector*.

componist en (eventueel) een tekstschrijver. Bij het waarborgen van de auteursrechten spelen twee partijen een belangrijke rol: Buma en Stemra. Buma en Stemra kunnen omschreven worden als collectieve beheersorganisaties (CBO's). Ze zijn actief onder de organisatie BumaStemra, maar kennen beiden wel andere rollen.²³

- **Buma**: Vereniging Buma verstrekt licenties en ontvangt vergoedingen voor 'het openbaar maken van muziek'. Denk hierbij aan het draaien van muziek op radio, tv of in openbare gelegenheden, zoals cafés of poppodia.
- **Stemra**: Stichting Stemra richt zich daarmee op het zogeheten mechanische reproductierecht: het vermenigvuldigen van muziekwerk, bijvoorbeeld op dvd of vinyl. Stemra ontvangt daarvoor een vergoeding van muziekgebruikers en keert die uit aan componisten, tekstschrijvers en muziekuitgevers.

BumaStemra vat het op hun eigen website als volgt samen²⁴: *Vereniging Buma incasseert voor het openbaar maken van muziek, ook wel de uitvoeringsrechten. Stichting Stemra incasseert voor de verveelvoudigingsrechten, of anders gezegd voor het maken van kopieën, beter bekend als de mechanische rechten.*

Voor beiden geldt dat zij op verschillende manieren auteursrechten incasseren. *Buma* maakt in het jaarverslag²⁵ onderscheid naar de volgende gebruikers van muziekopnamen:

- Radio, televisie en aanbieders van kabelnetwerken;
- Podia;
- Horeca;
- Werkruimten;
- Verkooppunten;
- **Online** (openbaarmaking van muziek via digitale kanalen, zoals streamingdiensten).

Het gaat hier om verschillende vormen van openbaarmaking van muziek. Als een muziekopname op de radio wordt gedraaid krijgt de maker van de muziekopname nog auteursrechtgelden. Hetzelfde geldt als er muziek wordt gedraaid in een winkel om de winkelbeleving te vergroten. Het laat zien dat bij een muziekopname ook inkomsten te generen zijn buiten de royalty's om.

Stemra incasseert uit de volgende categorieën auteursrechtgelden:

- Phono-Mechanisch recht BIEM / Central Licensing;
- PIEB (loonpersing)/Special Licensing;
- Radio & TV;
- **Online** (verveelvoudiging van muziek, zoals het digitaal aanbieden van muziekdownloads of streams);
- Thuiskopie / Leenrecht;
- Grafisch Reproductierecht.

Bij Stemra gaat het dus onder andere om een vergoeding die betaald dient te worden als er een CD/Vinyl van een muziekopname wordt verkocht.

Voor dit onderzoek is de *Online* component relevant. Er zijn namelijk door Buma en Stemra aparte afspraken gemaakt met online streamingsdiensten voor het betalen van een

²³ BumaStemra (2024) *Geschiedenis van BumaStemra*. Geraadpleegd op 15 juli 2024. [bumastemra.nl]

²⁴ BumaStemra (2024) *Hoe keert BumaStemra uit voor online muziekgebruik? Van Play tot Pay*. Geraadpleegd op 25 september 2024. [bumastemra.nl]

²⁵ Vereniging Buma (2024) *Jaarverslag Vereniging Buma 2023*. [jaarverslag.bumastemra.nl]

vergoeding voor het gebruik van muziek.²⁶ Deze inkomsten komen dus bovenop de reguliere inkomsten die worden uitbetaald via de platenmaatschappijen/*aggregators*. In 2023 werd er bij Buma een bedrag van bijna 40 miljoen euro geïncasseerd aan auteursrechtgelden in de categorie *Online*.²⁷ Bij Stemra ging het voor 2023 om een bedrag van iets meer dan 18,5 miljoen euro. Er gaat hier nog wel een beheersvergoeding vanaf.

Box 2. Muziekuitgeverijen

Binnen het domein van de auteursrechten, en de daarbij behorende gelden, spelen de muziekuitgeverijen (publishers) een rol. Een muziekuitgeverij richt zich op componisten en tekstdschrijvers. De muziekuitgeverijen sluiten over het algemeen een overeenkomst (*publishing deal*) af met de auteurs en krijgen hiervoor een deel van de inkomsten uit auteursrechten.

Binnen dit domein is de rol van de muziekuitgeverij het beschermen van het auteursrecht. De uitgeverij zorgt ervoor²⁸ dat de gemaakte muziekopnamen wereldwijd goed geregistreerd zijn bij de diverse beheersorganisaties, zodat er een afdracht plaatsvindt op het moment dat de muziekopname waar ook ter wereld gedraaid wordt. Een onderdeel daarvan is dat ze namens zichzelf en de auteurs die zij vertegenwoordigen ook BumaStemra en andere buitenlandse CBO's controleren. Zij kijken daarbij of alle inkomsten uit het binnen- en buitenland kloppen.

Verdeling van de auteursrechtgelden

Nadat het geld is geïnd, dient te worden uitbetaald aan de betrokken partijen. De uitbetaling hangt af van de partijen die betrokken zijn. Uit het repartitiereglement²⁹ van Buma wordt ook duidelijk dat er verschillende scenario's mogelijk zijn. In het geval van muziekwerken waarbij zowel een componist, tekstdichter als uitgever betrokken zijn geldt de volgende verdeling:

- Componist: 33,33%
- Tekstdichter: 33,33%
- Uitgeverij: 33,34%

Op het moment dat er geen tekstdichter bij is betrokken geldt de volgende verdeling:

- Componist: 66,66%
- Uitgever: 33,34%

Voor de verdeling van de gelden van Stemra geldt dezelfde verdeling indien zowel een componist, tekstdichter als uitgever betrokken zijn. Als er alleen een componist en uitgever of tekstdichter en uitgever betrokken zijn geldt dat de verdeling afhankelijk is van de datum van aanmelding.³⁰ Indien de werken voor 1 januari 2019 (componisten) of 1 januari 2021 (tekstdichters) aangemeld zijn geldt een 50/50 verdeling met de uitgever. Indien het werk na die datum is aangemeld geldt een verdeling van 66,66% en 33,34%.

²⁶ BumaStemra (2024) *Hoe keert BumaStemra uit voor online muziekgebruik? Van Play tot Pay*. Geraadpleegd op 15 juli 2024. [bumastemra.nl]

²⁷ Vereniging Buma (2024) *Jaarverslag Vereniging Buma 2023*. [jaarverslag.bumastemra.nl]

²⁸ NMUV (2024) *Bescherming, administratie & Samples*. Geraadpleegd op 15 juli 2024. [www.nmuv.nl]

²⁹ Buma (2023) *Repartitiereglement Buma*. [bumastemra.nl]

³⁰ Stemra (2023) *Repartitiereglement Stemra*. [bumastemra.nl]

Naburige rechten

Naast het auteursrecht is er het naburige recht. Het naburige recht bepaalt dat de uitvoerende muzikant beslist over wat er met zijn of haar opnames gebeurt.³¹ Op het moment dat een opname openbaar wordt gemaakt heeft een uitvoerende muzikant ook recht op een vergoeding. Net als bij de auteursrechten zijn er ook voor de naburige rechten partijen die zorgen voor de waarborging van de rechten. Het gaat om NORMA en Sena. NORMA richt zich op de naburige rechten die voortkomen uit (1) het inspelen van soundtracks/leaders voor films/serie en (2) liveoptredens van een act in een televisieprogramma. Sena houdt zich bezig met de overige naburige rechten, zoals het draaien van een muziekopname op de radio.

Voor streaming via platforms als YouTube en Spotify ontvangt Sena geen geld omdat Sena geen mandaat heeft om naburige rechten bij deze partijen te innen. Sena geeft op haar website aan dat producenten van muziek hiervoor direct afspraken maken met deze platforms.

Verdeling van de gelden uit naburige rechten

Van de gelden uit naburige rechten gaat 50% naar de uitvoerende muzikant(en) en 50% naar de producent(en).³² Dit is opgenomen in artikel 7 lid 4 van de Wet op de naburige rechten. Een artiest is onder andere een zanger(es), lid van een band, orkest of koor, studiomuzikant, DJ/producer of dirigent. De producent is degene die de opname betaalt, financieel eindverantwoordelijk is en eigenaar van de mastertape is. De situatie hierbij is dus afhankelijk van het contract dat is afgesloten voor het uitbrengen van de muziekopname (zie ook paragraaf 2.3). Indien er één maker betrokken is, die ook alles in eigen beheer uitbrengt, dan heeft deze recht op 100% van de gelden uit naburige rechten. Zodra er een platenmaatschappij betrokken is kan deze, afhankelijk van de overeenkomst, ook recht hebben op 50% van de inkomsten. Indien er meerdere uitvoerende muzikanten betrokken zijn bij de opname dienen de inkomsten onder hen verdeeld te worden. De verdeling is afhankelijk van de hoeveelheid uitvoerende muzikanten maar ook de rol binnen de muziekopname. De hoofdartiest³³ telt daarbij voor 5 punten mee terwijl een sessiemuzikant maar voor 1 punt meetelt.

2.6 Aandeel van muziekopnames in inkomsten makers

In het onderzoek wordt voor de volledigheid ook gekeken naar het aandeel van muziekopnames binnen de inkomsten van makers. De uitdaging is dat informatie hierover beperkt beschikbaar is. Dit komt mede doordat er weinig onderzoek is gedaan naar de inkomenspositie van musici.

Een oudere bron is het onderzoek "*Pop, wat levert het op?*"³⁴ dat in 2016 is uitgevoerd. Er is voor dit onderzoek een internetenquête gehouden onder personen die als popmusicus zijn aangesloten bij de vakbond Ntb en/of als popmusicus in de administratie zitten van de rechtenorganisatie SENA. Op basis van die informatie is in Tabel 1 weergegeven wat het aandeel van de verschillende inkomstenbronnen is binnen het totale *muziekinkomen* van popmusici.

³¹ Dialogic (2020) *Stand van zaken Nederlandse popmuzieksector*.

³² Sena (2024) *Waarom en hoe meld ik mij aan?* Geraadpleegd op 16 juli 2024. [[sena.nl](https://www.sena.nl)]

³³ Bandlid (ieder vast lid van de band) en/of solist met een artiestencontract en/of exploitatieovereenkomst.

³⁴ Cubiss & Saskia von der Fuhr (2016). *Pop, wat levert het op? Onderzoek naar de inkomsten van popmusici in Nederland*.

Tabel 1. Hoogte en samenstelling muziekinkomen van popmusici

Inkomen uit	Bedrag	Aandeel
Optreden	€ 8.500	50%
Sessiewerk	€ 500	3%
Compositie-opdrachten	€ 500	3%
Muzieklessen/workshops	€ 4.000	24%
Auteursrecht	€ 1.000	6%
Naburig recht	€ 500	3%
Royalty's	€ 500	3%
Sponsoring/reclame	€ -	0%
Merchandising	€ -	0%
Overig	€ 1.000	6%
Totaal	€ 17.000	100%

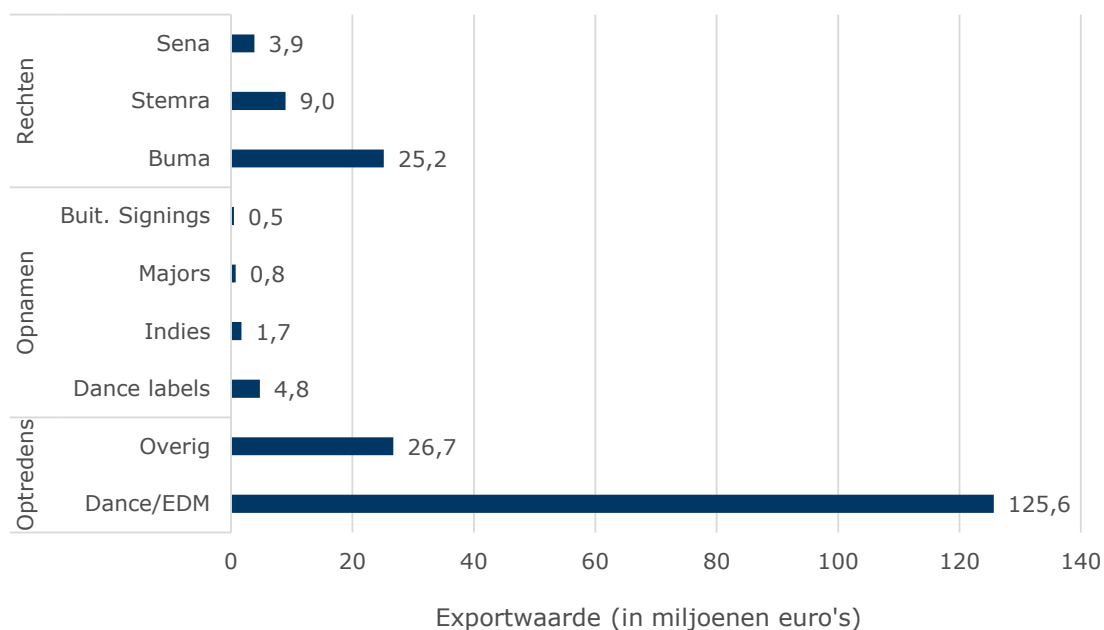
Uit de bovenstaande informatie blijkt dat de royalty's (de hiervoor genoemde inkomsten uit de verkoop en streaming van muziekopnames) maar voor slechts 3% bijdragen aan het inkomen van popmusici. Tegelijkertijd kunnen er wel vraagtekens worden gesteld bij de representativiteit van dit onderzoek. Er is al eerder geconcludeerd dat in dit onderzoek een specifieke groep respondenten is bevraagd. Bovendien is er sinds 2016 ook het nodige veranderd in de muziekindustrie. Zo is de omvang van de Nederlandse muziekindustrie sinds 2016 gegroeid van €154,8 miljoen³⁵ naar €299 miljoen in 2023.³⁶

Echter, ook op basis van andere informatie lijkt het aandeel van muziekopnames binnen de inkomenspositie beperkt te zijn. Buma Cultuur heeft over het jaar 2023 onderzoek³⁷ laten doen naar de exportwaarde van Nederlandse populaire muziek in het buitenland. Van de inkomsten die verdiend werden in het buitenland (€198 miljoen) kwam slechts 3,9 procent (€7,7 miljoen) uit de exploitatie van opnames (de zogenaamde royalty's). Veruit het grootste gedeelte van de inkomsten in het buitenland werden verdiend met optredens, namelijk €152 miljoen (77 procent van de totale inkomsten). Daarnaast werd er ook nog €38 miljoen verdient met de inkomsten uit auteurs- en naburige rechten (19 procent van de totale inkomsten). In Figuur 2 zijn de inkomsten in meer detail terug te zien.

³⁵ NVPI (2017) *Omzet Nederlandse muziekindustrie stijgt door in 2016*. Geraadpleegd op 16 juli 2024. [[nvpi.nl](https://www.nvpi.nl)]

³⁶ NVPI (2024) *Nederlandse muziekindustrie zette bijna 300 miljoen euro om in 2023*. Geraadpleegd op 16 juli 2024. [[nvpi.nl](https://www.nvpi.nl)]

³⁷ Buma Cultuur (2024) *Exportwaarde Nederlandse Populaire Muziek richting recordwaarde*. [[bumacultuur.nl](https://www.bumacultuur.nl)]



Figuur 2. Exportwaarde Nederlandse populaire muziek in 2023. Bron: Buma Cultuur

Het maken van een analyse op basis van de Nederlandse cijfers is niet goed te doen. Het grootste probleem is dat het niet voor iedere inkomstenbron goed mogelijk is om een uitsplitsing te maken naar Nederlandse en niet-Nederlandse artiesten. Tegelijkertijd is in de interviews gezegd dat de inkomsten uit muziekopnames, zoals royalties, een klein deel vormen van de totale inkomsten voor artiesten in Nederland. Makers verdienen doorgaans het meeste geld met optredens. Inkomsten uit muziekopnames zijn over het algemeen relatief klein, maar kunnen wel oplopen, afhankelijk van de populariteit van de maker.

2.7 Conclusie

Binnen de muzieksector zijn voor de maker verschillende rollen te onderscheiden, namelijk die van uitvoerende muzikant, auteur (zowel componist als tekstschrijver) en producent. Een persoon kan daarbij één rol hebben, maar ook meerdere rollen (en zelfs alle rollen). Voor de makers geldt dat zij verschillende inkomstenbronnen (gerelateerd aan hun muziekproducties) kunnen hebben: (1) inkomsten uit de verkoop of streaming van muziekopnames; (2) inkomsten uit muziekrechten, zowel het auteursrecht als het naburige recht; (3) gages voor liveoptredens in het binnen- en buitenland (4) merchandise en partnerschappen en (5) subsidies. Uit het onderzoek komt naar voren dat gemiddeld genomen de inkomsten uit verkoop of streaming van muziekopnames een beperkte rol spelen in het totale inkomen van artiesten. Dat neemt niet weg dat ze in bepaalde gevallen wel kunnen oplopen, zeker bij populaire artiesten. De makers verdienen doorgaans het meeste geld met optredens.

3 Markt voor online muziekdiensten

3.1 Inleiding

In dit hoofdstuk gaan we in op de markt voor online muziekdiensten. Het hoofdstuk begint met een karakterisering van wat wij verstaan onder de markt voor online muziekdiensten. Hierna geven we een beschrijving van verschillende online muziekdiensten en hun businessmodellen. Vervolgens gaan we dieper in op enkele economische cijfers, waaronder marktaandeel, omzet en fee per stream. Tot slot bespreken we de vindbaarheid en zichtbaarheid van Nederlandse muziekproducties in de markt voor online muziekdiensten, specifiek in relatie tot buitenlandse producties.

In dit rapport hanteren we een brede definitie van 'online muziekdiensten'. Het gaat hierbij hoofdzakelijk om **(1) online audiostreamingsdiensten** (bijvoorbeeld Spotify, YouTube Music, Apple Music, Deezer en SoundCloud), maar ook om **(2) online diensten waarbij audio een relevante component is** (bijvoorbeeld YouTube, TikTok, Instagram en Facebook). In de praktijk zullen dit vooral enkele (social) media platforms zijn, vandaar dat we in het resterende deel van dit rapport naar deze platforms zullen verwijzen met '(social) media platforms'. Daarnaast kan het ook gaan om **(3) online platforms waar je muziek (in de vorm van een digitale download) kunt kopen**. Uit data van de NVPI blijkt echter dat de online verkoop van muziek (via downloads), met 1 procent van de totale marktomzet in 2023, beperkt is in vergelijking met inkomsten uit streaming (80 procent) en fysieke verkoop³⁸ (19 procent). Vandaar dat we in dit onderzoek beperkt aandacht aan deze derde categorie besteden.

De motie van het lid Kwint van 22 maart 2023 die mede aan dit onderzoek ten grondslag licht, richt zich specifiek op categorie (1), namelijk online audiostreamingdiensten. Dat is dan ook de categorie online muziekdiensten die centraal zal staan in dit onderzoek. Echter, door de scope te verbreden, bijvoorbeeld ook naar online diensten waarbij audio een relevant component is, houden we ruimte om de bredere markt in beeld te krijgen, inclusief de grijze gebieden. Online audiostreamingdiensten behoren binnen onze definitie dus tot een specifieke categorie van online muziekdiensten.

Voor wat betreft de geografische scope van online muziekdiensten richten we ons in dit onderzoek specifiek op de *Nederlandse* markt van online muziekdiensten. Dat betekent dat we grote wereldwijde spelers zonder aanbod in Nederland, zoals Tencent Music, NetEase Music en Yandex Music, niet nader onderzoeken.³⁹

3.2 Verschillende online muziekdiensten en hun businessmodellen

In deze paragraaf geven we een beschrijving van (1) online audiostreamingdiensten en (2) (social) media platforms. We lichten de werking van deze diensten toe, geven voorbeelden van bekende diensten, en beschrijven de businessmodellen van deze diensten.

³⁸ Fysieke verkoop van muziek is geen onderdeel van het onderzoek, maar desalniettemin is het goed om te weten dat de fysieke verkoop van muziek nog 19% van de totale marktomzet bedroeg in 2023. [[NVPI.nl](https://www.nvpi.nl)]

³⁹ Mulligan, M. (2024) *Music subscriber market shares 2023: New momentum*. Geraadpleegd op 7 mei 2024. [www.midiaresearch.com]

3.2.1 Online audiostreamingdiensten

Online audiostreamingsdiensten zijn online platforms die gebruikers in staat stellen om muziek, podcasts, audioboeken en andere geluidscontent via het internet te beluisteren. Gebruikers kunnen vaak via een app of webbrowser toegang krijgen tot het aanbod op deze diensten nadat zij een account hebben aangemaakt op het platform.

In Nederland zijn er verschillende populaire online audiostreamingsdiensten beschikbaar met ieder hun eigen unieke propositie. Bekende voorbeelden zijn onder andere:

- Spotify: Een van de grootste muziekstreamingsdiensten wereldwijd, biedt miljoenen nummers, afspeellijsten en podcasts.
- YouTube Music: Biedt een breed scala aan muziekvideo's en nummers, vaak met unieke uitvoeringen en remixes.
- Apple Music: De muziekstreamingsdienst van Apple, met een uitgebreide bibliotheek en exclusieve content.
- Deezer: Een Franse muziekstreamingsdienst met een breed scala aan nummers en gepersonaliseerde aanbevelingen.
- SoundCloud: Een platform dat naast bekende nummers ook veel onafhankelijke artiesten en remixes aanbiedt.
- Amazon Music: De muziekstreamingsdienst van Amazon, met verschillende abonnementsopties en integratie met andere Amazon-diensten.
- Tidal: Bekend om zijn hoge geluidskwaliteit en exclusieve content van artiesten.

Online audiostreamingsdiensten verdienen hun geld hoofdzakelijk met (1) abonnementen en (2) advertenties en hebben daarnaast soms nog (3) aanvullende inkomstenbronnen. We behandelen elke inkomstenbron hieronder.

(1) Abonnementen. Doorgaans hanteren online audiostreamingsdiensten twee typen abonnementen:

- Freemium abonnementen:** gebruikers kunnen de basisdienst gratis gebruiken, maar krijgen regelmatig advertenties te horen of te zien en ervaren beperkingen zoals beperkte skip-mogelijkheden, niet kunnen shuffelen en een lagere geluidskwaliteit.
- Premium abonnementen:** tegen een maandelijkse vergoeding krijgen gebruikers toegang tot extra functies zoals advertentievrije muziek, hogere geluidskwaliteit, onbeperkte skips, wachtrijen ordenen, en de mogelijkheid om muziek offline te luisteren. Vaak bieden online audiostreamingsdiensten verschillende premium abonnementen aan, waaronder individu, duo (twee personen binnen hetzelfde huishouden), familie/gezin (personen binnen hetzelfde huishouden, vaak max. 5-6) en studenten (gereduceerd tarief voor studenten).

Tabel 2 toont een overzicht van de verschillende abonnementsvormen die enkele van de meest bekende online audiostreamingsdiensten aanbieden.

Tabel 2. Overzicht van verschillende abonnementsvormen per online audiostreamingsdienst

Online audio-streamingsdienst	Gratis versie	Premium abonnementen				Anders
		Individu	Duo	Familie/gezin	Student	
Spotify	✓	✓	✓	✓	✓	-
YouTube Music	✓	✓		✓	✓	-
Apple Music	✓	✓		✓	✓	-

Online audio-streamingsdienst	Gratis versie	Premium abonnementen				Anders
		Individu	Duo	Familie/gezin	Student	
SoundCloud*	✓	-	-	-	-	Go en Go+
Deezer	✓	✓		✓	✓	-
Amazon Music	✓	-	-	-	-	Amazon Prime en Amazon Unlimited

* SoundCloud hanteert het Go en Go+ abonnement.

(2) Advertenties. In veel gevallen krijgen gebruikers van de gratis (freemium) versie van een online streamingsdienst advertenties te zien. Hierbij zijn er verschillende opties. Zo kunnen gebruikers audio- en visuele advertenties in de app of webbrowser te zien krijgen. Ook komt het voor dat gebruikers korte advertenties kunnen bekijken om bepaalde voordelen te ontgrendelen, zoals 30 minuten advertentievrij luisteren. Verder kunnen merken betalen om hun advertenties in populaire afspeellijsten op te nemen. Het voordeel van een premium abonnement is dat de gebruiker tegen een vergoeding geen advertenties te zien krijgt.

(3) Aanvullende inkomstenbronnen. Sommige platforms, zoals Spotify, faciliteren de verkoop van concertkaarten en merchandise. Spotify ontvangt hiervoor een commissie. Voor de artiest is het een extra verkoopkanaal en biedt het de mogelijkheid tot het genereren van extra inkomsten. Daarnaast komt het voor dat online audiostreamingsdiensten partnerdeals sluiten met bedrijven voor gezamenlijke promotie. Denk bijvoorbeeld aan de partnership tussen Odido en Deezer, waarbij gebruikers korting krijgen op hun abonnement bij Deezer als zij een abonnement hebben bij Odido.⁴⁰ Voorheen was er ook een dergelijk partnership tussen KPN en Spotify, waarbij men korting ontving. Die partnership is er nog steeds, maar nu niet meer met korting.⁴¹ Tot slot kunnen platforms exclusieve content aanbieden om meer gebruikers aan te trekken. Denk bijvoorbeeld aan exclusieve releases van artiesten of podcasts die alleen op Spotify beschikbaar zijn.

3.2.2 (Social) media platforms

Social media platforms zijn online diensten die gebruikers in staat stellen om content te creëren, te delen, en met anderen te communiceren via tekst, video's, muziek en andere media. Binnen de scope van dit onderzoek gaat het in het bijzonder om social media platforms waarbij muziek een grote rol speelt. Populaire voorbeelden hiervan zijn YouTube, TikTok, Instagram, Facebook en Snapchat. Daarbij merken we op dat YouTube en TikTok wat anders van aard zijn doordat deze platforms alleen video's aanbieden en muziek hierbij van relatief groot belang is, en de overige platforms ook andere creatieve content aanbieden, zoals tekst en foto's (waarbij muziek een minder nadrukkelijke rol heeft).

(Social) media platforms verdienen hun geld hoofdzakelijk met advertenties en in mindere mate met abonnementen. Advertenties kunnen op verschillende manieren weergegeven worden, bijvoorbeeld voorafgaand aan, tijdens of na het afspelen van een video, of op de webpagina naast de video (display ads). Diverse (social) media platforms bieden ook abonnementen aan waarmee gebruikers advertentievrij kunnen browsen, zoals YouTube Premium en betaalde versies van Facebook en Instagram van Meta. Daarnaast verzamelen deze platforms gegevens van gebruikers om content te promoten die afkomstig is van betalende accounts. Hierdoor krijgen marktpartijen die bereid zijn te betalen voor promotie een grotere

⁴⁰ [odido.nl]

⁴¹ [kpn.nl]

zichtbaarheid, wat een sturende werking heeft op de inhoud die gebruikers te zien krijgen en bevoordeelt het bereik van grotere, kapitaalcrachtige spelers.

3.3 Marktaandelen online muziekdiensten

3.3.1 Online audiostreamingsdiensten

Spotify is momenteel veruit de grootste online muziekdienst in Nederland. Vandaar dat we in dit rapport ook de meeste aandacht besteden aan deze casus. In 2022 had Spotify volgens Telecompaper een *marktaandeel* van 42%, gevolgd door YouTube Music met 10% en Apple Music met 4%.⁴² De bron noemt niet waartoe de resterende 44% behoort. In aanvulling op deze cijfers doet het Nationaal Media Onderzoek (NMO) ook onderzoek naar het gebruik van online muziekdiensten. Uit hun rapportage Mediatrends 2023 volgt dat Spotify (56,6 procent), YouTube Music (14,8%) en Apple Music (3,9%) qua *gebruik* de drie grootste streamingdiensten zijn in Nederland (zie Tabel 6).⁴³ Hierbij dient opgemerkt te worden dat het nadrukkelijk niet gaat om marktaandelen (in omzettermen), maar om gebruikscijfers (op basis van steekproeven). Desondanks bevestigen de cijfers van NMO wel de volgorde in populariteit van online muziekdiensten zoals ook door Telecompaper is vastgesteld. Aanvullend blijkt dat Spotify van alle online muziekdiensten ook het grootste bereik heeft; in mei 2024 had Spotify ruim 9 miljoen bezoekers.⁴⁴

Tabel 3. Gebruik online audiostreamingsdiensten 2022-2024 (door leden NMO-panel). Bronnen: NMO Mediatrends 2023 en NMO AudioMonitor 2024.

Online audiostreamingsdienst	2022	2023	2024
Spotify	57,5%	56,6%	56%
YouTube Music	19,0%	14,8%	-
Apple Music	3,5%	3,9%	3%
SoundCloud*	-	3,3%	4%
Deezer	2,1%	1,7%	2%
Amazon Music	-	-	<1%

* Deze diensten zijn per 2023 toegevoegd aan NMO Mediatrends.

Verder maakte 68% van de NMO-panelleden die gebruik maken van Spotify in 2024 gebruik van de betaalde versie (Spotify premium). Voor Apple Music was dit 56%, voor Deezer 45%, voor Qobuz 46%, voor Amazon Music 30% en voor SoundCloud slechts 6%.⁴⁵ Voor YouTube Music zijn deze cijfers niet bekend.

⁴² Telecompaper (2022) *Spotify in Nederland marktleider*. Geraadpleegd op 7 mei 2024. [www.telecompaper.com]

⁴³ Nationaal Mediaonderzoek, NMO (2024) *NMO Mediatrends 2023*. Geraadpleegd op 7 mei 2024. [www.nationaalmediaonderzoek.nl]

⁴⁴ Telecompaper (2024) *Meer dan 9 mln Spotify-bezoekers in mei; een-op-de-vijf luistert naar podcasts*. Geraadpleegd op 23 juli 2024. [www.telecompaper.com]

⁴⁵ Nationaal Mediaonderzoek, NMO (2024) *NMO AudioMonitor 2024*. Geraadpleegd op 25 juni 2024. [www.nationaalmediaonderzoek.nl]

Tabel 4. Aandeel gratis en betaalde versie van online audiostreamingsdiensten (door leden NMO-panel).
Bron: NMO AudioMonitor 2024.

Online audiostreamingsdienst	Gratis versie	Betaalde versie
Spotify	32%	68% ⁴⁶
YouTube Music	n.b.	n.b.
Apple Music	44%	56%
SoundCloud	94%	6%
Deezer	55%	45%
Amazon Music	70%	30%

3.3.2 (Social) media platforms

We beschikken nauwelijks over gegevens over de marktaandelen van social media platforms. Van YouTube zijn wel cijfers bekend. Van YouTube video's waarin auteursrechtelijk beschermde muziek voorkomt (YouTube Content ID⁴⁷) is bekend dat het wereldwijd een marktaandeel in termen van het totaal aantal streams op online muziekdiensten heeft van 51 procent. Voor muziekvideo's op YouTube die geplaatst zijn door artiesten of platenmaatschappijen met een officieel artiestenaccount (YouTube Official Artist Channel⁴⁸) is dit slechts een kleine 2 procent.⁴⁹ Het is echter sowieso lastig om over marktaandelen te spreken; het is de verwachting dat consumenten namelijk meerdere platforms naast elkaar gebruiken.

Er is wel de beschikking over cijfers van het aantal gebruikers van deze platforms. Uit het Nationale Social Media Onderzoek blijkt dat YouTube en Facebook de grootste social media platforms zijn in Nederland in 2024, met beide ruim 10 miljoen gebruikers. Op de derde plek staat Instagram met 8 miljoen gebruikers, gevolgd door TikTok en Snapchat met respectievelijk 3,3 miljoen en 3,8 miljoen gebruikers in 2024. TikTok groeit van alle social media platforms het hardst in het aantal gebruikers.

Tabel 5. Aantal gebruikers (social) media platforms in Nederland in de periode 2022-2024 (in miljoenen).
Bron: Nationale Social Media Onderzoek, via Coosto⁵⁰ en Newcom⁵¹.

Social media platform	2022	2023	2024
YouTube	9,3	9,9	10,1

⁴⁶ Mogelijk ligt het werkelijke percentage lager. Volgens het financiële overzicht van Spotify zijn er van de 626 miljoen maandelijkse actieve gebruikers (MAU's) in Q2 2024 wereldwijd 246 miljoen Premium abonnees en 393 miljoen Ad-supported MAU's (63%). Echter, dit gaat om een wereldwijd gemiddelde. In Nederland kan er sprake zijn van een relatief hoger aandeel betaalde gebruikers [investors.spotify.com]

⁴⁷ YouTube Content ID is een systeem dat geüploade content automatisch scant op auteursrechtelijk beschermde inhoud door deze te vergelijken met de Content ID database. Als er een match is, kunnen er inkomsten gegenereerd worden door middel van advertenties en kan de opbrengst gedeeld worden met de uploader. Het gaat in dit geval dus om muziek die wordt afgespeeld in video's van andere makers.

⁴⁸ Hierbij gaat het om officiële muziekvideo's die op YouTube worden geüpload door platenmaatschappijen of individuele artiesten die beschikken over een Official Artist Channel.

⁴⁹ [thetrichordist.com]

⁵⁰ Coosto (2024) *Social media gebruik & trends in Nederland in 2024* [coosto.com] Gebaseerd op cijfers van het Nationale Social Media Onderzoek van Newcom Research & Consultancy.

⁵¹ Newcom (2023) *Nationale Social Media Onderzoek 2023* [newcom.nl]

Social media platform	2022	2023	2024
Facebook	10,3	9,9	10,1
Instagram	6,6	7,8	8,0
TikTok	3,0	4,0	4,3
Snapchat	3,2	3,9	3,8

Van de YouTube-gebruikers in het panel van NMO maakt 6% gebruik van de betaalde dienst van YouTube Premium.⁵² Instagram en Facebook (beide van Meta) bieden ook betaalde accounts aan waarmee gebruikers advertentievrij kunnen browsen. Ook Snapchat heeft een betaalde versie, namelijk SnapChat+, die gebruikers toegang tot exclusieve, experimentele en pre-release functies biedt. TikTok heeft geen betaalde variant.

Tabel 6. Aandeel gratis en betaalde versie van online muziekdiensten (door leden NMO-panel). Bron: NMO AudioMonitor 2024.

Social media platform	Gratis versie	Betaalde versie
YouTube	94%	6%
Facebook	n.b.	n.b.
Instagram	n.b.	n.b.
TikTok	n.v.t.	n.v.t.
Snapchat	n.b.	n.b.

3.4 Omzet en fee per stream

Het vaststellen van de omzet en fee per stream van online muziekdiensten wordt bemoeilijkt doordat de partijen hier, buiten enkele gevallen om, niet zelf over rapporteren. Desalniettemin kunnen we op basis van diverse secundaire bronnen wel schattingen maken en ordegrottes aangeven.

3.4.1 Omzet Nederlandse muziekindustrie

De basis voor de omzet van online muziekdiensten is de data die de NVPI rapporteert over de omzet van streaming in de Nederlandse muziekindustrie. Deze data heeft betrekking op de omzet die *Nederlandse platenmaatschappijen* hebben gerapporteerd aan de NVPI en omvatten de inkomsten die zijn gegenereerd voor zowel Nederlandse als internationale artiesten. In het bedrag is de btw-afdracht van streamingsdiensten niet meegenomen. Ook is de afdracht aan rechtenorganisaties (zie ook later in dit rapport) en de marge voor streamingsdiensten hierin niet meegenomen. Het bedrag bevat eveneens ook de inkomsten van de majors uit de video's op YouTube en TikTok. Het is dus niet het bedrag dat consumenten uitgeven aan streaming. In Figuur 3 is de ontwikkeling hiervan te zien over de afgelopen zes jaar.

⁵² Nationaal Mediaonderzoek, NMO (2024) *NMO AudioMonitor 2024*. Geraadpleegd op 25 juni 2024. [www.nationaalmediaonderzoek.nl]



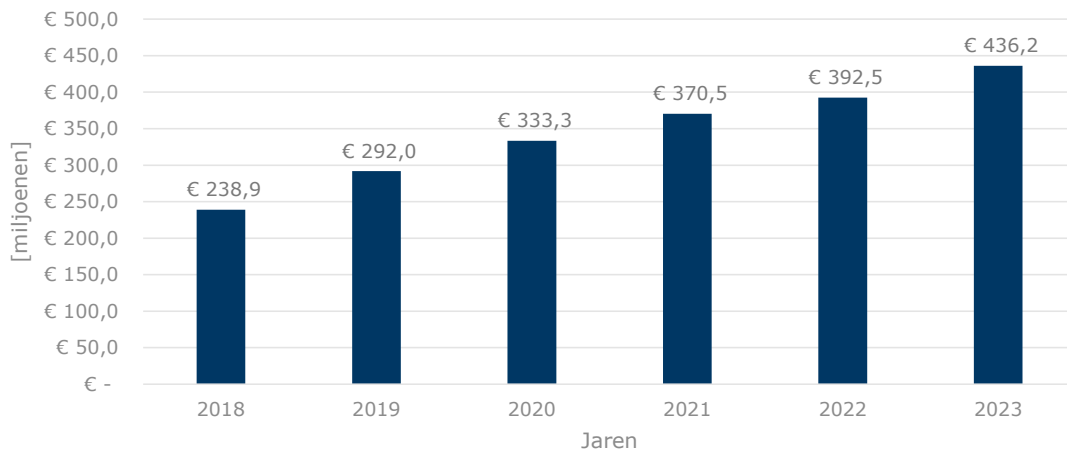
Figuur 3. Omzet Nederlandse platenmaatschappijen uit streaming, bedragen excl. btw (Bron: NVPI⁵³)

Uit het figuur wordt duidelijk dat er al jaren een stijgende lijn zit in de omzet van de Nederlandse muziekindustrie. Tussen 2018 en 2023 is de omzet uit streaming met meer dan €100 miljoen toegenomen tot €239,6 miljoen. Er is met de NVPI contact geweest over gedetailleerdere gegevens, zoals een uitsplitsing naar Nederlandse en internationale artiesten, maar dat bleek niet mogelijk. Een punt van aandacht bij de cijfers is de vergelijking in de laatste jaren. Er is vanaf 2023 een nieuwe berekeningswijze gehanteerd⁵⁴. Deze is ook doorgevoerd op het jaar 2022 waardoor de omzet in dit jaar met €8 miljoen lager uitviel dan bij de oude berekeningswijze. In de figuur is voor 2022 het aangepaste bedrag meegenomen. Echter, er zijn geen aangepaste cijfers gerapporteerd over 2021 en eerder.

De vertaling naar de daadwerkelijke omzet van online muziekdiensten in Nederland is een uitdaging, omdat zij zelf hierover niet op dit niveau rapporteren. Volgens onderzoek van Multiscope zou de omzet van Spotify in Nederland in 2019 €350 miljoen bedragen. Uit onderzoek van Goldmedia GmbH uit 2022 blijkt dat streamingsdiensten 55% van hun netto-omzet (dus exclusief btw) afdragen aan de platenmaatschappijen. Het is bij de cijfers van Multiscope niet duidelijk of de omzet inclusief of exclusief btw is. Afgaande van het percentage van 55% zou de afdracht van Spotify €152 miljoen tot €193 miljoen zijn. Het tweede bedrag ligt al hoger dan de cijfers die de NVPI rapporteert (€160,6 miljoen), dus (1) het lijkt waarschijnlijk dat het bij Multiscope gaat om de omzet inclusief btw en/of (2) dat het percentage van 55% in werkelijkheid nog lager ligt. Echter, er is weinig aanvullende informatie beschikbaar om hierover een sluitende uitspraak te doen. Op basis van het percentage van 55% komen we uit tot een omzet van online muziekdiensten in 2023 van €436,2 miljoen (excl. btw).

⁵³ Voor het maken van deze figuren zijn de persberichten van de NVPI over de Nederlandse muzieksector geraadpleegd. Hierbij is gebruik gemaakt van de gecorrigeerde data (waar mogelijk). Zo is in februari 2024 een gecorrigeerd cijfer voor het jaar 2022 gepubliceerd (naast het nieuwe cijfer van 2023).

⁵⁴ De NVPI heeft op haar website niet duidelijk gemaakt waar het verschil precies in zit. Zij geven het volgende aan: "De berekening voor de inkomsten van streaming is dit jaar nauwkeuriger gemaakt". Bron: [\[nvpi.nl\]](https://www.nvpi.nl)



Figuur 4. Omzet Nederlandse muziekindustrie: Online muziekdiensten (Bron: NVPI + eigen berekening⁵⁵)

3.4.2 Fee per stream

Wat wordt verstaan onder een 'stream'?

Voordat we ingaan op de vergoeding per stream is het eerst belangrijk om te begrijpen wat wordt verstaan onder een 'stream'. De meeste grote online audiodiensten, zoals Spotify en Apple Music, tellen een stream wanneer **minimaal 30 seconden** naar een nummer is geluisterd. Dit om misbruik te voorkomen en onbedoelde plays eruit te filteren. Alleen wanneer minimaal 30 seconden is geluisterd komt de stream in aanmerking voor *streamshare* (uitleg volgt hieronder). Als de luisteraar na die 30 seconden het nummer opnieuw start (of hem op repeat heeft staan), telt dat als een nieuwe stream.⁵⁶ Daarbij komt dat een nummer hoger in de zoekresultaten kan verschijnen als deze langer wordt geluisterd.

Bij (social) media platforms werkt het anders. Deze partijen maken direct afspraken met platenmaatschappijen voor de vergoeding van naburige rechten en BumaStemra voor de vergoeding van auteursrechten. Rechthebbenden ontvangen vervolgens een vergoeding voor de video's waarin hun muziek wordt verwerkt. Op basis waarvan die vergoeding wordt uitgekeerd is in veel gevallen niet bekend. (Social) media platforms zijn hier niet transparant over. Alleen van TikTok blijkt uit bronnen dat het werkt met een vaste vergoeding per video.

Fee per stream van verschillende online muziekdiensten

Online audiostreamingsdiensten verstrekken zelf geen informatie over de fee per stream die zij uitbetalen aan platenmaatschappijen of aggregators. Dat komt ook doordat zij de vergoedingen die zij verstrekken niet baseren op een fee per stream, zoals soms wordt gedacht, maar op de *streamshare*. De streamshare van een artiest is het percentage streams dat een artiest heeft gehad van alle streams op één platform binnen een bepaalde periode. Als een artiest verantwoordelijk is voor 2 procent van het totaal aantal streams op de online audiostreamingsdiensten, krijgt de rechthebbende van de muziek van die artiest – vaak een platenmaatschappij – 2 procent van de netto omzet van de streamingsdienst als vergoeding voor de naburige rechten (exclusief de omzet die Spotify zelf houdt). Aangezien deze opbrengsten maandelijks kunnen verschillen, is het lastig te zeggen wat een artiest precies per

⁵⁵ Voor het bepalen van de cijfers hebben we de omzetcijfers van de NVPI genomen en die gedeeld door 55% (het percentage wat streamingdiensten afdragen aan platenmaatschappijen).

⁵⁶ Indepentia (oktober 14, 2021). Hoeveel betaalt Spotify per stream? Geraadpleegd van [\[indepentia.nl\]](https://www.indepentia.nl)

stream verdient. Echter, om de vergoedingen die online muziekdiensten betalen toch met elkaar te kunnen vergelijken wordt er in de praktijk vaak gesproken over een *fee per stream*. Deze bedragen zijn in dat geval gebaseerd op het aandeel streams binnen de catalogi van een platenmaatschappij, label, distributeur of uitgever, in combinatie met hun respectievelijke afspraken over het delen van inkomsten met elke individuele streamingdienst.

Voor informatie over de fee per stream wordt vaak, zowel op het internet als door gesprekspartners, gerefereerd aan één en dezelfde bron: The Trichordist. Dit is een online blog voor mensen die geïnteresseerd zijn in bijdragen aan de ontwikkeling van een duurzaam en ethisch internet door de bescherming van de rechten van artiesten in het digitale tijdperk.⁵⁷ The Trichordist publiceert op regelmatige basis informatie over de fee per stream die wordt uitbetaald door online muziekdiensten (zowel de online audiostreamingplatforms als media platforms). Daarnaast is voor dit onderzoek nog naar aanvullende (openbare) databronnen gezocht en in de interviews navraag gedaan. In de onderstaande tabel is de fee per stream opgenomen voor de online muziekdiensten die het grootst zijn in Nederland. Het gaat hierbij nadrukkelijk om de vergoedingen voor *naburige rechten* die uitbetaald worden aan rechthebbenden. In de meeste gevallen zijn dit platenmaatschappijen. In gevallen waarin een uitvoerend artiest geen gebruik maakt van een platenmaatschappij gaat het om vergoedingen uitgekeerd aan aggregators. De vergoedingen voor *auteursrechten* zijn niet opgenomen in de fee per stream zoals weergegeven in onderstaande tabel. BumaStemra heeft hierover aparte afspraken gemaakt met de online audiostreamingsdiensten. De hoogte van deze vergoeding hangt niet direct af van het aantal streams, maar van de omzet van de dienst en het aantal abonnees (zie paragraaf 4.5).

Tabel 7. Fee per stream van online audiostreamingsplatform en (social) media platforms uitbetaald aan rechthebbenden, gebaseerd op diverse bronnen.⁵⁸

Online muziekdiensten	Type	Fee per stream (€)	Bronnen
Spotify	Online audiostreamingsdienst	0,003 - 0,004	[thetrichordist.com]; [nos.nl]; [www.funx.nl]; [indepentia.nl]
YouTube Music	Online audiostreamingsdienst	0,002 - 0,007	[thetrichordist.com]; [virpp.com]; [linkedin.com]; [info.xposuremusic.com]
Apple Music	Online audiostreamingsdienst	0,006 - 0,01	[wsj.com]; [thetrichordist.com]; [indepentia.nl]
SoundCloud	Online audiostreamingsdienst	0,002 - 0,004	[charlescley.com]; [sugomusic.com]
Deezer	Online audiostreamingsdienst	0,005 - 0,006	[thetrichordist.com]; [indepentia.nl]; [routenote.com]
Amazon Music	Online audiostreamingsdienst	0,0034 - 0,0036	[indepentia.nl]; [routenote.com];

⁵⁷ Zie ook: [thetrichordist.com]

⁵⁸ Het overzicht in de tabel is een poging om de fees per stream van online muziekdiensten in kaart te brengen. De getoonde cijfers dienen uitsluitend ter indicatie. Hoewel hiervoor gebruik is gemaakt van verschillende bronnen, varieert de genoemde fee per stream soms sterk per bron en kan daarom dus ook niet gegarandeerd worden dat de cijfers daadwerkelijk overeenstemmen met de fees die online muziekdiensten in de praktijk uitbetalen aan rechthebbenden.

Online muziekdiensten	Type	Fee per stream (€)	Bronnen
			[virpp.com]; [charlescley.com]
YouTube - Official Artist Channel	(Social) media platform	0,0014 - 0,0016	[virpp.com]; [linkedin.com]
YouTube - Content ID	(Social) media platform	0,0002 - 0,0008	[thetrichordist.com]; [linkedin.com]
Facebook	(Social) media platform	n.b.	[facebook.com]
Instagram	(Social) media platform	n.b.	
TikTok	(Social) media platform	0,03 per video	[soundcamps.com]; [info.xposuremusic.com]
Snapchat	(Social) media platform	n.b.	

Duiding van de cijfers

Om bovenstaande cijfers beter te kunnen duiden gaan we uit van het voorbeeld van Spotify. Spotify keert gemiddeld zo'n 0,35 eurocent voor naburige rechten uit aan rechthebbenden per stream. Omgerekend is dit € 3.500 per 1 miljoen streams. Een uitvoerend artiest ontvangt hier een bepaald percentage van (zie paragraaf 0). Een uitvoerend artiest zal dus meerdere miljoenen streams nodig hebben om hiervan rond te kunnen komen. In vergelijking met inkomsten uit optredens en merchandise zijn de inkomsten uit streaming voor een gemiddelde artiest – uiteraard afhankelijk van het contract met de platenmaatschappij – beperkt.

Hoeveel een platform als Spotify aan royalty's betaalt staat niet vast omdat dit afhankelijk is van meerdere factoren. Een van de belangrijkste factoren is het *type abonnement* dat een luisteraar heeft. Een betalende gebruiker levert namelijk meer omzet op dan een gebruiker van de gratis versie van een online muziekdienst. Dat betekent dat als je muziek vooral gestreamd wordt door betalende abonnees, de gemiddelde betaling per stream relatief hoog zal zijn. Als je muziek vooral door gratis gebruikers wordt beluisterd, zal de betaling per stream vaak lager zijn. Ook de *locatie van de luisteraar* heeft invloed op hoeveel wordt uitbetaald. Zo kunnen abonnementsprijzen en advertentie-inkomsten per land verschillen, wat weer invloed heeft op de omzet van een online muziekdienst. Tot slot heeft de *lengte van een nummer* invloed op hoeveel aan royalty's wordt uitbetaald. Een stream wordt doorgaans geteld wanneer een nummer 30 seconden wordt geluisterd. Hoe korter het nummer, hoe eerder het als stream wordt geteld en hoe meer streams er zullen zijn. De 'taart' waaruit een artiest zijn royalty's ontvangt wordt daarmee groter.

Verder valt een aantal conclusies af te leiden op basis van de fee per stream van online muziekdiensten. Zo keert Apple Music van de top drie diensten qua marktaandeel het meeste uit, gevolgd door YouTube Music. Spotify keert relatief gezien het minste uit. Dit is echter ook niet onverwacht, aangezien de gemiddelde Spotify-abonnee per maand naar meer muziek luistert dan luisteraars op andere diensten.⁵⁹

Ook kan op basis van gesprekken en secundaire bronnen geconstateerd worden dat online audiostreamingsdiensten beduidend meer uitbetalen dan (social) media platforms. Voor YouTube Content ID ligt de fee per stream bijvoorbeeld een factor tien lager ten opzichte van YouTube Music. Verder betaalt TikTok een vast bedrag uit aan de hand van het *aantal video's* waarin bepaalde auteursrechtelijk beschermde muziek voorkomt. Voor beginnende

⁵⁹ Steele, A (2021) *Apple Music Reveals How Much It Pays When You Stream a Song*. Gepubliceerd in Wall Street Journal [wsj.com]

artiesten kan het daarom lastig zijn om hier inkomsten mee te genereren. Daarentegen staat echter weer een zeer ruime vergoeding wanneer een nummer viraal gaat, zeker in landen met een hoog aantal TikTok-gebruikers.

Voor de social media platforms zoals TikTok en Facebook/Instagram geldt dat er de laatste tijd de nodige discussie is geweest over de afdracht. Zo mislukten in het begin van 2024 de contractonderhandelingen tussen Universal Music Group (UMG) en TikTok.⁶⁰ UMG vond dat TikTok 'geen eerlijke vergoeding' wilde betalen voor de muziek die via de app toegankelijk was. Ook vond UMG dat Spotify onvoldoende deed tegen AI-fraude. UMG haalde daarop zijn muziek van de app. Het duurde uiteindelijk zo'n vier maanden voordat er een nieuwe overeenkomst werd bereikt en de muziek van UMG weer op TikTok beschikbaar kwam.⁶¹ Het is niet duidelijk of de vergoeding voor de artiesten door de nieuwe overeenkomst omhooggaat. Wel werd bekend dat de overeenkomst muzikanten bescherming moet bieden tegen kunstmatige intelligentie. In augustus 2024 bereikte UMG eveneens een nieuwe overeenkomst met Meta over het gebruik van muziek op Meta's platforms Facebook en Instagram.⁶² Er was al sinds 2017 een overeenkomst tussen de partijen maar die is dus vernieuwd. Het is onduidelijk wat de nieuwe overeenkomst precies betekent voor de artiesten.

3.5 Technologische ontwikkelingen

Voor de positie van makers binnen online muziekdiensten is het ook noodzakelijk om in te gaan op de rol van algoritmes en kunstmatige intelligentie. Zoals hiervoor aangegeven worden de afspeellijsten ook mede op basis van data en algoritmes vastgesteld. Zo is er bijvoorbeeld op Spotify de afspeellijst Top 50 – Nederland waar de recent meest afgespeelde nummers uit Nederland in staan. Bij het bepalen van de zichtbaarheid is dat ook van belang om mee te nemen. In Slowakije is zelfs een project opgezet om AI-applicaties te ontwikkelen die relevante lokale muziek online en offline zichtbaar maken.⁶³ Zij zijn gestart met het project om te begrijpen waarom bepaalde Slowaakse muziek niet op de radio en streamingplatforms werd gedraaid en om een database en applicatie te ontwikkelen om die muziek te ontdekken te maken.

Naast dat algoritmes invloed hebben op de zichtbaarheid van muziekproducties op online muziekdiensten, doen algoritmes op basis van gebruikerspatronen ook gepersonaliseerde aanbevelingen, wat de gebruikerservaring verbetert en gebruikers langer op het platform houdt. Dit stimuleert dan weer de inkomsten uit abonnementen en advertenties.

Verder geldt dat er zich in de laatste jaren grote ontwikkelingen hebben voorgedaan op het gebied van kunstmatige intelligentie, specifiek generatieve AI, waardoor er nu applicaties zijn ontwikkeld waarmee gebruikers nagenoeg met één druk op de knop hun 'eigen' muziek kunnen maken. Voorbeelden van dergelijke applicaties zijn Udio en Suno AI. Het is de vraag wat dergelijke applicaties betekenen voor het verdienmodel voor makers van Nederlandse muziekproducties. Zo was er rond Udio veel ophef toen bleek dat het onrechtmatig de *vocals* van Stef Bos en Paskal Jakobsen (BLØF) gebruikte binnen hun applicatie.⁶⁴ Een aantal dagen later werd bekend dat de app de artiesten een 'commerciële samenwerking' aanbood als zij

⁶⁰ FD (2024) *Universal Music Group en TikTok sluiten deal, muziek keert terug op app*. [fd.nl]

⁶¹ FD (2024) *Univerisal Music Group en TikTok sluiten deal, muziek keert terug op de app*. [fd.nl]

⁶² Daniëlle Kastermans (2024) *Meta-platforms mogen muziek van Universal Music gebruiken*. [fd.nl]

⁶³ Zie: [listen-local.net]

⁶⁴ Sebastiaan Quekel (2024) *Baanbrekende AI-tool slaat in als bom bij Nederlandse artiesten: 'Deze shitzooi gaat muzikanten hun baan kosten'*. Geraadpleegd op 2 mei 2024. [www.ad.nl]

bereid waren hun beschermende werk over te dragen.⁶⁵ Dit kan weer leiden tot een extra (of een ander) verdienmodel voor de makers van Nederlandse muziekproducties. Het is dan wel de vraag wat het betekent voor de inkomsten van de Nederlandse muziekproducties.

Verder wordt kunstmatige intelligentie door online muziekdiensten ingezet om kunstmatige streaming (streaming door middel van geautomatiseerde processen zoals bots of scripts) of zogenaamde ruisopnames (een apart genre met bijv. walvisgeluiden, ASMR, white noise, etc.) te detecteren zodat hier actie op ondernomen kan worden.⁶⁶

3.6 Positie van de maker op de markt voor online muziekdiensten

Voor het onderzoek is ook gekeken naar de positie van de maker op van de markt voor online muziekdiensten. In eerder onderzoek is als een van de knelpunten van de Nederlandse popmuzieksector genoemd dat er sprake is van een structurele afhankelijkheid en machtsongelijkheid van makers ten opzichte van andere spelers.⁶⁷ Binnen de markt voor online muziekdiensten is daar niet direct een eenduidig antwoord op te geven.

In principe kan iedere maker zijn eigen muziekproducties op online muziekdiensten krijgen (zie ook paragraaf 2.3). Daarmee zijn alle muziekproducties in theorie ook vindbaar. Het probleem is echter de zichtbaarheid. Er staan in totaal meer dan 100 miljoen nummers op een platform als Spotify⁶⁸, het is lastig om daarbij op te vallen. In de interviews kwam naar voren dat het belangrijk *kan zijn* om in veel beluisterde afspeellijsten te komen. Bij een deel van deze afspeellijsten spelen curatoren een belangrijke rol,⁶⁹ en voor een deel is het ook gebaseerd op data en algoritmes⁷⁰ (zie ook paragraaf 3.5). De curatoren kunnen in ieder geval meebepalen of een bepaald nummer wordt opgenomen in de afspeellijst. Hierbij speelt dat als je muziekopname wordt opgenomen in een populaire afspeellijst je zichtbaarheid ook wordt vergroot. Overigens kunnen consumenten ook zelf afspeellijsten aanmaken. In de NRC stond in 2017 een artikel van één van de Nederlandse grootste particuliere afspeellijsten van Meester Jesper. Hij gaf ook aan dat hij soms een vergoeding kreeg aangeboden om een nummer op te nemen in de lijst (maar dat is door Spotify verboden).

Het is overigens niet direct een gegeven dat opgenomen worden in een veel beluisterde afspeellijst direct betekent dat je als maker (veel) meer inkomsten genereert. Dat gebeurt pas als het nummer ook leidt tot meer boekingen voor liveoptredens en/of dat het nummer vaker gedraaid wordt op de radio (wat via auteursrechten en naburige rechten ook leidt tot meer inkomsten). Bovendien zijn er ook artiesten die door de opkomst van (nieuwe) sociale media eigen manieren hebben gecreëerd om hun zichtbaarheid te vergroten. Binnen Nederland is dat bijvoorbeeld te zien met zangeres Roxy Dekker, die meer dan 300.000 volgers heeft op TikTok en zo haar eigen muziek veel beter kan promoten. Hetzelfde geldt voor de Bankzitters, een groep content creators, die op YouTube bijna een miljoen volgers heeft en via dat kanaal ook hun muziek promoot. (Social) media platformen vormen hiermee dus een

⁶⁵ Sebastiaan Quekel (2024) *AI-app Udio verwijder aantal liedjes: Nederlandse artiesten krijgen aanbod voor samenwerking*. Geraadpleegd op 2 mei 2024. [www.ad.nl]

⁶⁶ Spotify (2023) *Modernizing Our Royalty System to Drive an Additional \$1 Billion toward Emerging and Professional Artists* [artists.spotify.com]

⁶⁷ Dialogic (2020) *Stand van zaken Nederlandse popmuzieksector*.

⁶⁸ Spotify (2024) *About Spotify*. Geraadpleegd op 16 augustus 2024. [newsroom.spotify.com]

⁶⁹ Spotify (2020) *A Spotify editor explains how they discover songs to include in their curated lists*. Geraadpleegd op 2 mei 2024. [artists.spotify.com]

⁷⁰ Spotify (2020). *Achter de playlists: je vragen beantwoord door onze playlist-editors*. Geraadpleegd op 2 mei 2024. [artists.spotify.com]

belangrijke onbetaalde marketingfunctie, die direct kan leiden tot verhoging van het aantal streams via de online muziekdiensten, met bijbehorende inkomsten voor alle rechthebbenden. Hier zou gesproken kunnen worden van indirecte vergoedingen door de rechthebbenden.

3.7 Conclusie

In dit hoofdstuk zijn verschillende aspecten van de markt voor online muziekdiensten beschreven. Onder de markt voor online muziekdiensten verstaan we (1) online audiostreamingsdiensten zoals Spotify, YouTube Music en Apple Music, maar ook (2) online diensten waarbij audio een relevant component is, c.q. (social) media platforms zoals YouTube, TikTok, Instagram, Facebook en Snapchat. Waar online audiostreamingsplatforms hun inkomsten halen uit abonnementen, advertenties en eventuele aanvullende inkomsten (bijv. verkoop van concertkaarten), is het businessmodel van (social) media platforms voornamelijk gebaseerd op advertenties.

Spotify is momenteel veruit de grootste online muziekdienst in Nederland in termen van marktaandeel en gebruik, gevolgd door YouTube Music en Apple Music. Spotify kent ook de meeste betaalde abonnees in vergelijking met andere diensten. Wat betreft (social) media platforms kennen YouTube en Facebook de meeste gebruikers, gevolgd door Instagram, TikTok en Snapchat. Tik Tok is wel de grootste groeier.

De omzet van Nederlandse platenmaatschappijen uit streaming bedroeg €239,6 miljoen (ex. btw) in 2023 volgens NVPI. Dit bedrag omvat royalties afkomstig van zowel online audiostreamingsdiensten als (social) media platforms en voor zowel Nederlandse als internationale artiesten. Op basis hiervan wordt de omzet van online muziekdiensten in Nederland in 2023 geschat op €436 miljoen (excl. btw). Ook is gekeken naar de vergoedingen die online muziekdiensten uitbetalen aan de hand van een 'fee per stream'. Hieruit komt naar voren dat Spotify zo'n 3 tot 4 eurocent per stream uitbetaalt aan rechthebbenden, vaak indirect via hun platenmaatschappij; omgerekend € 3.500 per 1 miljoen streams. Andere diensten, zoals YouTube Music, Apple Music en Deezer kennen een vergelijkbare of hogere vergoeding. Voor wat betreft (social) media platformen is de hoogte van de royaltyvergoedingen onduidelijk. Van in ieder geval YouTube liggen de vergoedingen een stuk lager dan van online audiostreamingdiensten.

AI en algoritmes vormen momenteel een van de belangrijkste technologische ontwikkelingen binnen de markt van online muziekdiensten. Aan de hand van algoritmes worden bijv. afspeellijsten samengesteld en gepersonaliseerde aanbevelingen gedaan, wat invloed heeft op de zichtbaarheid van Nederlandse muziekproducties. Verder heeft generatieve AI ervoor gezorgd dat zeer eenvoudig nummers geproduceerd kunnen worden. Dergelijke producties vormen op online audiostreamingsdiensten een bedreiging voor het verdienvermogen van makers in de muzieksector. Daarom ondernemen online muziekdiensten actie tegen deze zogenaamde 'AI-fraude'. AI kan hierbij ook juist een positieve rol spelen, doordat AI-algoritmes kunstmatig-gegenereerde muziek kunnen herkennen.

Er is tot slot geen eenduidig antwoord te geven op de vraag of de positie van de maker door de opkomst van online muziekdiensten is verbeterd of verslechterd. Het kan voor makers lastig zijn op te vallen in het grote aanbod aan muziek. Verder kan het belangrijk zijn om in afspeellijsten opgenomen te worden om je zichtbaarheid als artiest te vergroten. Dit leidt echter pas tot hogere inkomsten wanneer een artiest ook daadwerkelijk meer gestreamd wordt of men kaartjes verkoopt voor zijn/haar concert. Tot slot heeft de opkomst van (social) media platforms ervoor gezorgd dat artiesten eigen manieren hebben gevonden om zichzelf te promoten. Dergelijke platforms kunnen gezien worden als een 'springplank' voor meer streams en uiteindelijk dus meer inkomsten.

4 Financiële stromen online muziekdiensten

4.1 Inleiding

Om te bepalen of er mogelijke knelpunten zitten in de inkomsten tussen Nederlandse makers enerzijds en online muziekdiensten anderzijds, en om duidelijk te maken op welk niveau mogelijke stimuleringsmaatregelen kunnen neerslaan, is het belangrijk om te weten welk deel van de omzet van een online muziekdienst uiteindelijk terecht komt bij de verschillende partijen in de keten. Om dit inzichtelijk te maken nemen we het voorbeeld van online audiostreamingsdiensten als uitgangspunt. Bij (social) media platforms is het minder voordehandliggend om de financiële stromen in kaart te brengen omdat de platforms, in tegenstelling tot online audiostreamingsdiensten, niet primair gericht zijn op het aanbieden van muziek, maar een platform bieden waarop allerlei user generated content (UGC) gedeeld kan worden. Daarbij komt dat er beperkt informatie beschikbaar is die inzicht geeft in de hoogte van royalties die (social) media platforms uitkeren aan rechthebbenden van muziek.

Voor het verschaffen van inzicht in de financiële stromen van online audiostreamingsdiensten maken we gebruik van een stroomschema uit het rapport van Gema, dat onderzoek deed naar de streamingsmarkt in Duitsland, zie onderstaand figuur.⁷¹ We gebruiken deze figuur omdat de gegevens zeer sterk overeenkomen met inzichten uit andere secundaire bronnen⁷² en de interviews die in het kader van dit onderzoek zijn uitgevoerd. De figuur neemt de bruto abonnementsprijs van een online audiostreamingsdienst als uitgangspunt en laat zien welk deel daarvan terecht komt bij welke partij. Hoewel de figuur heel inzichtelijk zijn er een aantal disclaimers van toepassing:

- De figuur gaat uit van een gemiddelde bruto abonnementsprijs van € 9,99. In de praktijk is echter sprake van verschillende abonnementen met verschillende prijzen, die ook sterk per land kunnen verschillen.
- De figuur gaat uit van een btw-tarief (VAT) van 16%. In Nederland geldt echter een btw-tarief van 21%.
- De figuur gaat uit van gemiddelde percentages. Uiteraard kunnen percentages tussen online muziekdiensten onderling verschillen.
- De figuur houdt geen rekening met de administratievergoeding van 9%⁷³ die Bu-maStemra inhoudt op de totale ontvangen auteursrechtgelden vanuit online muziekdiensten.
- De figuur maakt geen onderscheid tussen inkomsten uit streaming vanuit het binnenland ten opzichte van inkomsten uit streaming vanuit het buitenland.

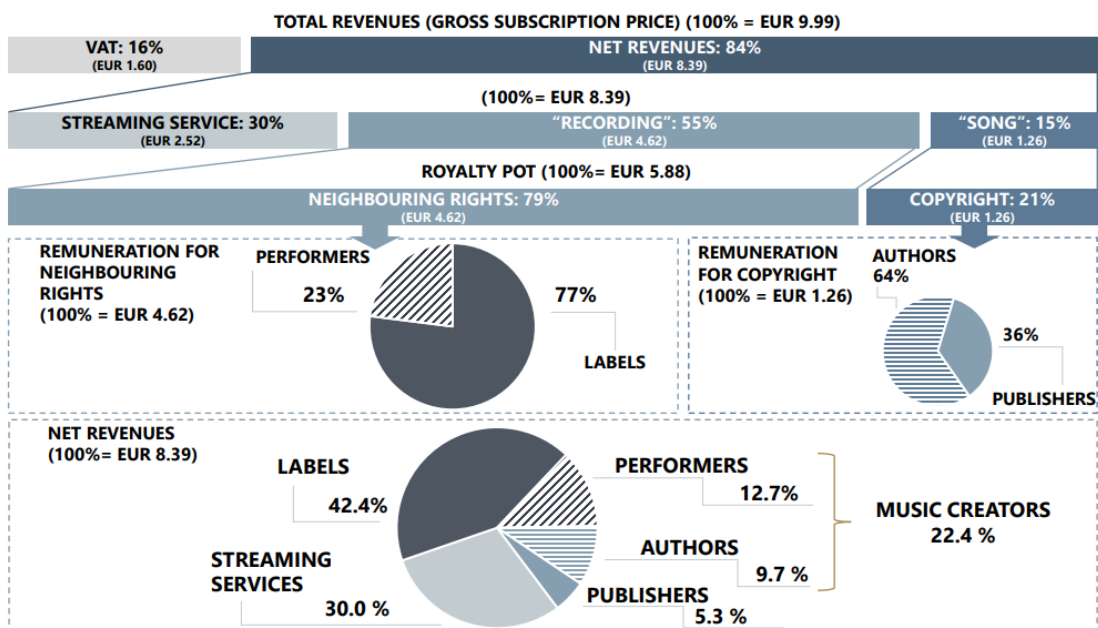
In de volgende parafen lopen we de figuur stapsgewijs af.

⁷¹ GEMA (2022). *Music streaming in Germany* [gema.de]

⁷² Zie bijvoorbeeld: Music Managers Forum (2024) *The \$ong Royalties Guide* [themmf.net]

⁷³ Zie: <https://bumastemra.nl/alles-voor-muziekmakers/bumastemra-en-jouw-auteursrecht/jouw-inkomsten/>

SUMMARY: MUSIC STREAMING REMUNERATION



Figuur 5. Vergoedingen uit muziekstreaming. Bron: Gema

4.2 Omzet online muziekdiensten

De inkomsten voor rechthebbenden van auteursrechtelijk beschermde muziek vinden hun oorsprong bij de omzet die een online muziekdienst maakt. Dit bepaalt namelijk grotendeels de hoogte van de vergoeding voor naburige- en auteursrechten. Vandaar dat we hiermee starten. Zoals in paragraaf 3.2.1 aangegeven verdienen online muziekdiensten hun geld hoofdzakelijk met (1) abonnementen en (2) advertenties en hebben daarnaast soms nog (3) aanvullende inkomstenbronnen (zoals commissies op de verkoop van concertkaarten en merchandise en partnerships). De drie inkomstenbronnen samen vormen de bruto omzet van de muziekdienst. De netto omzet is de bruto omzet minus het geldende btw-tarief.

4.3 Fee voor de online muziekdienst

Van de netto-omzet (exclusief btw) die online audiodiensten zoals Spotify genereren, houden de platforms ongeveer **30%** zelf. Dit bedrag dekt hun eigen operationele kosten, zoals investeringen in technologie, digitale infrastructuur, marketing, en personeelskosten. De overige 70% van de netto-omzet wordt uitgekeerd in de vorm van royalty's. Deze royalty's worden niet gezien als kosten voor Spotify, maar als contractuele betalingen aan rechthebbenden, zoals platenmaatschappijen en collectieve beheersorganisaties (bijvoorbeeld BumaStemra). Deze organisaties verdelen – na inhouding van (beheer)kosten – de royalty's vervolgens onder artiesten, componisten en tekstdschrijvers. Spotify's hoge uitgaven bestaan dus uit zowel interne kosten voor het platform zelf (de 30%) als de doorbetaling van de royalty's (de 70%) die voortvloeien uit afspraken met de muziekrechthebbenden.

De 30% die wordt genoemd kunnen we ook bevestigen aan de hand van financiële gegevens van Spotify. Hieruit blijkt namelijk dat de gemiddelde totale bruto marge van Spotify-abonnementen rond de 26% ligt in de periode 2020-2024. Daarbij zit er een groot verschil tussen

de bruto marge voor ad-supported en premium abonnementen.⁷⁴ Waar de bruto marge voor premium gebruikers rond de 29% ligt en vrij constant is over tijd, ligt de bruto marge voor freemium gebruikers rond de 7% en fluctueert deze erg.

Tabel 8. Bruto marge Spotify, 2020-2024. Bron: Financial Statements Spotify⁷⁵

	2020	2021	2022	2023	2024
Premium	28%	29%	28%	28%	31%
Ad-supported (freemium)	1%	10%	2%	(6)%	13%
Totaal	26%	27%	25%	24%	29%

Voordat we in de volgende paragrafen ingaan op de afdracht van royalty's, is het belangrijk om te begrijpen dat er verschillende systemen bestaan voor het uitkeren van royalty's. In onderstaande box beschrijven we welke systemen er bestaan en welke effecten zij hebben.

Box 3. Systemen voor de uitkering van royalties

Om te begrijpen welk deel van de omzet van online muziekdiensten uiteindelijk terecht komt bij artiesten en andere rechthebbenden, zoals componisten en tekstdichters, is het belangrijk om te weten dat er globaal twee verschillende systemen bestaan voor het uitkeren van royalty's, namelijk: (1) het pro-rata systeem en het (2) user-centric systeem. In het 'pro-rata' systeem krijgt een artiest uitbetaald naar gelang het aantal beluisterde streams van zijn muziekopnames. Het uitkeren van royalty's aan de hand van streamshare, zoals beschreven in paragraaf 3.4.2, is een voorbeeld van een pro-rata systeem. Bij het 'user-centric' systeem wordt het geld alleen uitgekeerd aan de artiesten die door een gebruiker zijn gedraaid. Op 3voor12 wordt nader ingegaan op deze systemen.⁷⁶ Stel dat de ene gebruiker 1.000 keer Lil Kleine afspeelt, en de andere gebruiker 100 keer De Staat. In het 'pro-rata' systeem krijgt Lil Kleine tien keer zoveel uitbetaald als De Staat. In het 'user-centric' systeem krijgen Lil Kleine en De Staat evenveel uitgekeerd. Het 'user-centric' systeem kan rechtvaardiger aanvoelen dan het 'pro-rata' systeem.

Er is door diverse online muziekdiensten geëxperimenteerd met een user-centric systeem. SoundCloud is een van de eerste partijen die hiermee heeft geëxperimenteerd en dit ook daadwerkelijk in 2021 heeft geïmplementeerd. Op basis van een onderzoek dat SoundCloud samen met MIDiA Research uitvoerde werd, op basis van een steekproef van 118.000 makers, geconcludeerd dat 56% van de makers beter af was met het user-centric systeem en ervoor zorgden dat meer makers meer gingen verdienen.⁷⁷ Na SoundCloud volgden ook Deezer en Tidal. In 2023 kondigde Deezer aan dat het samen met Universal Music Group een user-centric systeem ging lanceren.⁷⁸ Hierna zijn ook Warner Music en Merlin, de digitale muzieklicentie-organisatie voor indie-platenlabels, bij dit initiatief aangehaakt.⁷⁹ Tidal heeft geëxperimenteerd met eenzelfde model, maar is hiermee gestopt omdat het bedrag dat werd uitgekeerd aan artiesten onvoldoende in lijn was met wat Tidal initieel voor ogen had.⁸⁰

⁷⁴ [investors.spotify.com]

⁷⁵ [investors.spotify.com]

⁷⁶ Atze de Vrieze (2020) *De Spotify paradox: het eeuwige gemor over de grote moneymaker*. Geradpleegd op 29-07-2024, van [3voor12.vpro.nl].

⁷⁷ Soundcloud & MIDiA Research (2022) *Building a fan economy with Fan-Powered Royalties* [vi.be]

⁷⁸ Wendel, J. (2023) *Universal Music Group and Deezer to launch the first comprehensive artist centric music streaming model* [newsroom-deezer.com]

⁷⁹ Music Business Worldwide (2024) *Indie artists shift to artist-centric payments on Deezer, as streaming service signs new deal with Merlin* [musicbusinessworldwide.com]

⁸⁰ Amos, M. (2023) *TIDAL axes music streaming payout system Direct Artist Payouts* [routenote.com]

4.4 Afdracht aan platenmaatschappijen en -labels (naburige rechten)

Van de 70% die een online muziekdienst uitbetaalt aan royalties, wordt gemiddeld zo'n **55 procentpunt**⁸¹ uitgekeerd voor de vergoeding van naburige rechten aan platenmaatschappijen en -labels. Platenmaatschappijen maken hiervoor direct afspraken met platformen als Spotify. Een platenmaatschappij of -label houdt een deel van deze inkomsten zelf en betaalt een deel uit aan de uitvoerende artiest(en).

4.4.1 Afdracht aan de uitvoerend artiest(en)

Welk bedrag een platenmaatschappij afdraagt aan een uitvoerend artiest hangt af van het contract dat beide partijen zijn overeengekomen. Daarbij is het type contract een bepalende factor voor de hoogte van het bedrag dat de uitvoerend artiest ontvangt. Dat kan variëren van enkel distributie, een combinatie van distributie en promotie, en meer, zoals besproken in 2.5.1. Hoe meer een platenmaatschappij investeert in de carrière van de artiest, hoe kleiner het aandeel royalties dat deze doorgaans zal ontvangen.

Verder geldt in de regel dat een beginnende artiest een kleiner aandeel van de royalties ontvangt dan een zeer succesvolle artiest. In eerder onderzoek werd benoemd dat een uitvoerend artiest die een contract heeft met een platenmaatschappij zo'n 10-50% van de royalties ontvangt vanuit de platenmaatschappij, waarbij het vaker naar de 10 procent tendert dan naar de 50 procent.⁸² Op basis van gesprekken die in het kader van dit onderzoek zijn gevoerd met stakeholders in het veld, lijkt deze range en het zwaartepunt aan de lage kant. In plaats daarvan wordt aangegeven dat een uitvoerend artiest zo'n 15-60% van de royalties ontvangt, met een zwaartepunt rond de **20-30%**.

Box 4. Royalty-uitkeringen door Spotify in 2023

Om een indruk te krijgen hoe de royalties die Spotify uitbetaalt zijn verdeeld over de artiesten die actief zijn op het platform kunnen cijfers van Spotify Loud&Clear worden gebruikt. In 2023:

- keerde Spotify 9 miljard dollar aan royalty's uit aan artiesten,
- ontvingen 66.000 artiesten (max. 0,66%) minstens \$10.000 aan royalty's,
- ontvingen 11.600 artiesten (max. 0,116%) minstens \$100.000 aan royalty's,
- ontvingen 1.250 artiesten (max. 0,0125%) minstens \$1 miljoen aan royalty's (460 meer dan in 2017).

Percentages zijn illustratief en zijn gebaseerd op een aantal van ruim 10 miljoen uploaders met minimaal één track op Spotify.⁸³ Ondanks dat een deel van deze uploaders waarschijnlijk niet gecategoriseerd kan worden als professionele artiest (maar eerder als hobbyist die eens wat uitprobeert), laten de percentages wel zien dat slechts een hele kleine groep artiesten redelijke inkomsten verdient met Spotify.

4.5 Afdracht aan BumaStemra (auteursrechten)

Online muziekdiensten zoals Spotify maken aparte afspraken met auteursrechtenorganisaties wereldwijd voor de afdracht van auteursrechtgelden. In Nederland maakt Spotify hiervoor afspraken met BumaStemra. Van de 70% die een online muziekdienst uitbetaalt aan royalties, wordt gemiddeld zo'n **13-15 procentpunt** uitgekeerd voor de vergoeding van auteursrechten aan BumaStemra. Op dit bedrag houdt BumaStemra zelf zo'n 10% in voor

⁸¹ In gesprekken wordt soms de bandbreedte 55-60% genoemd.

⁸² Dialogic (2020). *Keten in de popsector*.

⁸³ Spotify (2023) *Loud&Clear* [loudandclear.byspotify.com]

beheerkosten. Feitelijk gaat er dan dus 11,7-13,5 procentpunt naar de muziekuitleverij (indien daar sprake van is) en de rechthebbende auteur(s).

4.5.1 Afdracht aan muziekuitleverij, componisten en tekstschrijvers

De auteursrechtenvergoeding die een rechthebbende uiteindelijk ontvangt wordt bepaald aan de hand van drie stappen, zie onderstaande box voor een nadere toelichting. Het is hierbij belangrijk om aan te geven dat uitgever, componist en tekstschrijvers alleen een vergoeding voor auteursrechten kunnen ontvangen wanneer zij aangesloten zijn bij BumaStemra. Welk bedrag een uitgever, componist of tekstschrijver uiteindelijk van BumaStemra ontvangt hangt grofweg af van de maandomzet van de streamingsdienst, de streamshare, het percentage dat een muziekuitleverij inhoudt en het aantal componisten en tekstschrijvers die aan een muziekproductie hebben meegewerkt.

Box 5. Vergoeding van auteursrechtgelden door BumaStemra (voorbeeld Spotify)⁸⁴

De auteursrechtenvergoeding die een auteur ontvangt wordt bepaald aan de hand van drie stappen:

- 1. Royaltyberekening:** elke maand geeft Spotify aan BumaStemra door wat er verdiend is aan abonnees en advertenties. BumaStemra berekent over deze omzet een percentage (15% in 2024)⁸⁵. Ook geeft Spotify door hoeveel abonnees er waren. Per abonnee geldt een minimum bedrag van € 1,24.⁸⁶ Het hoogste bedrag geldt. Voorbeeld: € 1.000.000 aan abonnees en advertenties * 0,15 = € 150.000 óf 100.000 abonnees * 1,24 = € 124.000. Hierbij komt de royaltyberekening dus uit op € 150.000 (hoogte bedrag) voor een bepaalde maand. BumaStemra maakt voor elk land, voor elke abonnementsvorm, een aparte royaltyberekening.
- 2. Verdeling:** BumaStemra matcht de data met gestreamde nummers die Spotify aanlevert met data uit hun eigen database met daarin meta-informatie die de artiest/uitgever (die lid is van BumaStemra) tijdens het uploaden op Spotify meegeeft (o.a. titel, artiest, componist en ISRC-code). Via deze matching kan BumaStemra bepalen aan wie de auteursrechtgelden moeten worden uitgekeerd. Om te bepalen hoeveel de rechthebbende auteurs gezamenlijk krijgen wordt wederom de 'streamshare' methode gebruikt. Als een 'werk' verantwoordelijk is voor 10% van alle streams in maand X, dan krijgt dat werk 10% van het beschikbare bedrag uit de royaltyberekening. Het bedrag wordt vervolgens verdeeld onder alle rechthebbenden van dat werk aan de hand van een verdeelsleutel. Afhankelijk van de samenstelling van de auteurs gelden hiervoor andere verdeelsleutels.⁸⁷
- 3. Uitbetaling:** Voorbeeld: Stel de royaltyberekening komt uit op € 150.000 en een werk is verantwoordelijk voor 10% van alle streams in maand X, dan ontvangt het werk € 150.000 * 0,10 = € 15.000. Een partij ontvangt van dit bedrag het aandeel waarvoor hij verantwoordelijk is. Van dit bedrag gaan nog administratiekosten af.

De wijze waarop een platform als Spotify auteursrechtgelden afdraagt aan BumaStemra is vergelijkbaar voor andere online audiostreamingsplatforms zoals YouTube Music en Apple Music.

⁸⁴ BumaStemra (2024) *Van Play tot Pay* [bumastemra.nl]

⁸⁵ [bumastemra.nl]

⁸⁶ [bumastemra.nl]

⁸⁷ Zie de Repartitierelementen van Buma en Stemra.

4.6 Conclusie

In dit hoofdstuk hebben we in kaart gebracht welk deel van de omzet van een online muziekdienst uiteindelijk terecht komt bij verschillende partijen in de keten. Hiermee is het mogelijk om te bepalen of er mogelijke knelpunten zitten in de inkomsten tussen Nederlandse makers en online muziekdiensten, en om duidelijk te maken op welk niveau mogelijke stimuleringsmaatregelen kunnen neerslaan. We hebben hiervoor online audiostreamingsdiensten als casus gebruikt omdat deze, in tegenstelling tot (social media platforms), primair gericht zijn op het aanbieden van muziek. Aan de hand van een studie van Gema hebben we het stroomschema inzichtelijk gemaakt. De cijfers zijn bevestigd door gesprekspartners.

Kortgezegd ziet het stroomschema er als volgt uit. Van de netto-omzet (exclusief btw) die online audiodiensten zoals Spotify genereren, houden de platforms ongeveer 30% zelf. De resterende 70% wordt uitbetaald aan royalties. Van dit deel wordt gemiddeld zo'n 55 procentpunt uitgekeerd voor de vergoeding van naburige rechten aan platenmaatschappijen en -labels. Het exacte percentage hangt af van de afspraken tussen hen en platformen als Spotify. Hoeveel een uitvoerend artiest uiteindelijk ontvangt van de platenmaatschappij of het label is sterk contractafhankelijk, maar lijkt zo'n 15-60% te zijn van het bedrag dat de platenmaatschappij ontvangt, met een zwaartepunt rond de 20-30%. Van de 70% die wordt uitbetaald aan royalties wordt zo'n 15 procentpunt uitgekeerd aan Buma Stemra voor de vergoeding van auteursrechten. Van dit bedrag houdt BumaStemra zo'n 10% in voor beheerkosten en wordt het resterende deel uitgekeerd aan componisten, tekstschrijvers en eventueel muziekuitgeverijen. Aan de hand van de 'streamshare' wordt bepaald hoeveel royalty's uitgekeerd worden aan de auteurs van een muziekwerk. Voor de verdeling van de royalty's onder meerdere auteurs gelden verschillende verdeelsleutels.

Al met al zijn de financiële stromen in de keten, beginnend bij een online audiostreamingsdienst tot uiteindelijk de uitvoerend artiest en de auteurs, redelijk transparant. Bestaande bronnen in combinatie met bevestiging door stakeholders maken het mogelijk om redelijk harde uitspraken te doen. Een uitzondering hierop vormen echter de vergoedingen die uitvoerend artiesten ontvangen vanuit platenmaatschappijen en labels. De hoogte van deze vergoeding is sterk afhankelijk van het contract tussen beide partijen en hierover is ook weinig informatie voorhanden.

5 Internationale vergelijking

5.1 Inleiding

In dit hoofdstuk bespreken we de resultaten van de internationale vergelijking. We hebben hierbij gekeken naar Frankrijk, Canada, de Verenigde Staten, het Verenigd Koninkrijk, Duitsland, Zweden, België, Spanje en Denemarken. Frankrijk en Canada hebben allebei een heffing ingevoerd voor online muziek streamingdiensten. Deze twee landen worden uitgebreider behandeld, waarbij we kijken naar 1) de inhoud van de maatregel, 2) de bestemming van de belastinginkomsten, 3) reacties op en gevolgen van de streamingheffing, en 4) naar andere maatregelen die landen nemen met betrekking tot het bevorderen van hun nationale muziek. Bij Frankrijk gaan we daarnaast nader in op de grondslag voor de streamingheffing in het licht van bestaande Europese wetgeving. Bij de overige landen behandelen we kort welke maatregelen zij treffen en ook wanneer ze helemaal geen aanpalende maatregelen treffen. Tot slot zullen we in de overkoepelende analyse kijken naar welke lessen we uit de andere landen kunnen halen met betrekking tot Nederland.

5.2 Frankrijk

5.2.1 Inhoud van de maatregel

Frankrijk heeft op 1 januari 2024 een streamingbelasting ingevoerd. Het doel van de ingevoerde streamingbelasting is de opbrengst ervan te investeren in de Franse muziekindustrie. De maatregel houdt in dat platforms die opgenomen muziek aanbieden, belasting moeten betalen. Belastingplichtig zijn rechtspersonen, al dan niet gevestigd in Frankrijk, die zich bezighouden met verhuur van en inkomsten ontvangen uit muziekopnames of muziekvideo's die eigendom zijn van in Frankrijk gevestigde rechtspersonen. De term "verhuur van opnames of muziekvideo's" verwijst naar het aanbieden aan het publiek van een dienst die, in de kern, tegen betaling of gratis, toegang biedt tot muziekopnames of muziekvideo's. Diensten die voornamelijk zijn gericht op het verstrekken van informatie over muziekwerken en de promotie daarvan vallen hier niet onder.⁸⁸

De belasting wordt berekend op basis van het bedrag (exclusief btw) op twee zaken:

- 1) De prijs die mensen betalen voor een abonnement;
- 2) 34% van de bedragen die adverteerders en sponsors betalen voor het uitzenden van hun reclame een muziekstreamingdienst.⁸⁹

Het belastingtarief is 1,2% en wordt aan het einde van het kalenderjaar berekend over de ontvangen bedragen.⁹⁰ De grondslag wordt voor elk kalenderjaar bepaald als de fractie van de som van deze bedragen boven de drempel van 20 miljoen euro. De belasting is verschuldigd wanneer de bovengenoemde bedragen de drempel van 20 miljoen euro overschrijden.⁹¹

⁸⁸ Wet nr. 2023-1322 van 29 december 2023 betreffende de financiën voor 2024.

[www.legifrance.gouv.fr]; CNM - Streaming tax summary note

⁸⁹ Wet nr. 2023-1322 van 29 december 2023 betreffende de financiën voor 2024.

[www.legifrance.gouv.fr]; CNM - Streaming tax summary note

⁹⁰ Wet nr. 2023-1322 van 29 december 2023 betreffende de financiën voor 2024.

[www.legifrance.gouv.fr]; CNM - Streaming tax summary note

⁹¹ Wet nr. 2023-1322 van 29 december 2023 betreffende de financiën voor 2024.

[www.legifrance.gouv.fr]; CNM - Streaming tax summary note

Kleine streamingplatforms worden door de belasting dus niet geraakt. De verdere totstandkoming en ratio achter de ingevoerde belasting wordt nader besproken in 5.2.2.

5.2.2 Bestemming belastinginkomsten

CNM - National Centre for Music

De investering in de Franse muziekindustrie met het geld dat de belasting oplevert, vindt plaats via (financiële of andersoortige) steunprogramma's die de CNM (National Centre for Music) inzet voor projecten van artiesten en muziekmaatschappijen ter ondersteuning van de opkomst, diversiteit en internationale ontwikkeling van de Franse muziek.⁹²

De CNM is op 1 januari 2020 opgericht.⁹³ De CNM is belast met vier taken: (i) toezicht op de muziekindustrie, (ii) informatie, opleiding, advies en ondersteuning voor professionals (iii) economische steun voor actoren in de muziekindustrie en (iv) internationale ontwikkeling van de Franse muziekindustrie.⁹⁴ De CNM leidt financiële steunprogramma's met beurzen en subsidies voor actoren in de verschillende lagen van de Franse muziekindustrie.⁹⁵ Daarnaast beheert de CNM een afdeling voor onderzoek, prognoses en innovatie, wat zich onder meer uit in het publiceren van onderzoeken over thema's binnen de muziekindustrie.⁹⁶ Verder opereert de CNM als netwerk en intermediair tussen internationale professionals en actoren in de Franse muziekindustrie.⁹⁷

De steunprogramma's van de CNM zijn bedoeld om alle belanghebbenden in de platenindustrie, de live-industrie, muziekuitgeverijen en platenwinkels te helpen door middel van gespecialiseerde bijstand – dus niet louter financiële steun – die is afgestemd op de specifieke behoeften van deze sectoren. Slechts uitgesloten zijn de creatie- en distributiestructuren die rechtstreeks worden ondersteund door de overheid, namelijk de gesubsidieerde opera's en klassieke en jazzensembles. Dergelijke gespecialiseerde ondersteuning via een openbaar lichaam of andersoortig hulpprogramma ontbreekt (tot nu toe) in de Nederlandse plannen.

In de oprichtingsstukken van de CNM wordt vermeld dat de sector voor opgenomen muziek historisch gezien minder steun heeft gekregen dan de sector voor liveoptredens of films.⁹⁸ Het doel van de oprichting van CNM was om dat gat op te vullen. De coronacrisis leidde er echter in 2020 en 2021 toe dat de collectieve beheerorganisaties de afgesproken bijdragen aan CNM schrapten. Ook de RAAP-uitspraak⁹⁹ had tot gevolg dat de CNM minder opbrengsten ontving. Vervolgens is het Franse ministerie van Cultuur op zoek gegaan naar alternatieve

⁹² Complete Music Update (8 maart 2024). The Centre national de la musique reacts to Spotify's open letter to its French subscribers. [completemusicupdate.com]

⁹³ Centre national de la musique (10 oktober 2023). Règlement intérieur des instances et des commissions du Centre national de la musique. [preprod.cnm.fr]

⁹⁴ Projet de loi de finances pour 2024 : Médias, livre et industries culturelles. [www.senat.fr]

⁹⁵ Centre national de la musique. Aides financières. [cnm.fr]

⁹⁶ Centre national de la musique. Our missions. [cnm.fr].

⁹⁷ Centre national de la musique. Our international services. [cnm.fr].

⁹⁸ Centre national de la musique (10 oktober 2023). Centre national de la musique. [preprod.cnm.fr].

⁹⁹ In het RAAP-PPI arrest heeft het Europese Hof van Justitie op 8 september 2020 in een uitspraak geoordeeld dat er geen beperkingen mogen worden toegepast ten aanzien van welke rechthebbenden in aanmerking komen voor een naburige vergoeding. Rechthebbenden uit staten die niet tot de EER behoren mogen dus niet worden uitgesloten van het recht op een billijke vergoeding. Bron: [curia.europa.eu]

financieringsmogelijkheden om de tekortschietende middelen aan te vullen.¹⁰⁰ Het Franse ministerie is vervolgens uitgekomen bij de streamingbelasting c.q. een heffing, waarmee deze inkomsten de voornaamste bron van financiering is voor de te verdelen middelen van CNM.¹⁰¹ Uiteindelijk is de Franse regering dus overgegaan tot de streamingtaks, waarbij de initieel geplande 1,75% is teruggebracht tot 1,2%.¹⁰² Belangrijk is te vermelden dat de beheerskosten van het CNM worden gefinancierd door een subsidie voor openbare dienstverlening van het Franse ministerie van Cultuur, deze kosten worden dus niet betaald via de opbrengsten streamingbelasting.¹⁰³

Afbakening Franse muziek door CNM

De CNM baseert de criteria voor het toebedelen van de financiële steun niet op het muziekproduct, maar op de ontvanger; dat kan zowel een bedrijf/organisatie als een natuurlijke persoon zijn. Dit volgt uit het uitgebreide – enkel in het Frans beschikbare – document “Règlement général des aides” (Algemene voorschriften voor steun) van de CNM.¹⁰⁴ Voor zowel natuurlijke personen (liedschrijvers, componisten) als verschillende soorten organisaties (muziekuitgeverijen, producenten, platenwinkels, etc.) geldt dat de belangrijkste vereiste is dat deze entiteiten aangesloten moeten zijn bij de CNM. Lidmaatschap moet worden aangevraagd, waarbij de volgende vereisten gelden:

1° In Frankrijk gevestigd zijn, waarbij natuurlijke personen geacht worden in Frankrijk gevestigd te zijn als zij het bewijs kunnen leveren van een fiscale woonplaats en regelmatige beroepsactiviteit in Frankrijk, en rechtspersonen geacht worden in Frankrijk gevestigd te zijn als zij het bewijs kunnen leveren van een permanente vestiging in Frankrijk, in de zin van de belastingwetgeving, en hun statutaire zetel in Frankrijk of in een lidstaat van de Europese Economische Ruimte gevestigd is;

2° Nakoming van diens sociale, fiscale en intellectuele eigendomsverplichtingen, in het bijzonder: de arbeidswet, collectieve arbeidsovereenkomsten, aangifte en betaling van sociale zekerheidsbijdragen, vennootschapsbelasting, btw, belasting op variétévoorstellingen, de wet op de intellectuele eigendom en betaling van auteursrechten en naburige rechten;

3° voor rechtspersonen, naleving van het protocol ter voorkoming van seksistisch en seksueel geweld en intimidatie dat als bijlage bij deze Algemene steunregeling is gevoegd;¹⁰⁵

Vereiste 4 en 5 zijn korthedshalve hierboven niet opgenomen, maar zien op het hebben van een vergunning en gelden slechts voor ondernemers van podiumkunsten en ondernemers van liveoptredens, respectievelijk.¹⁰⁶

¹⁰⁰ Projet de loi de finances pour 2024 : Médias, livre et industries culturelles. [www.senat.fr]

¹⁰¹ Projet de loi de finances pour 2024 : Médias, livre et industries culturelles [www.senat.fr].

¹⁰² Projet de loi de finances pour 2024 : Médias, livre et industries culturelles [www.senat.fr].

¹⁰³ Complete Music Update (8 maart 2024). The Centre national de la musique reacts to Spotify's open letter to its French subscribers. [completemusicupdate.com].

¹⁰⁴ Centre national de la musique (15 maart 2021). Règlement general des aides de Centre national de la musique [cnm.fr].

¹⁰⁵ Centre national de la musique (15 maart 2021). Règlement general des aides de Centre national de la musique [cnm.fr] - ARTICLE 1.

¹⁰⁶ Centre national de la musique (15 maart 2021). Règlement general des aides de Centre national de la musique [cnm.fr] - ARTICLE 1.

In het vervolg van het document worden per type ontvanger aanvullende vereisten gegeven, die overigens in geen geval direct verband houden met kenmerken van het muziekproduct. Voor bijvoorbeeld muziekgroepen geldt dat zij moeten aantonen een bepaald minimumbedrag aan royalty's te hebben ontvangen uit de exploitatie van de werken (SACEM-, SEAM-rechten en/of directe rechten uit het buitenland) waarvoor zij de oorspronkelijke uitgever zijn gedurende een gegeven periode. Auteurs moeten om in aanmerking te komen voor het hulpprogramma aantoonbaar uit hun activiteit als auteur van muziekwerken een bepaald minimumhoofdkomen hebben ontvangen. Voorts staan in de bijlage een aantal bepalingen over de mogelijkheid belastingvoordeel te genieten.¹⁰⁷ Interessant is dat daarvoor een vereiste is opgenomen dat erop neerkomt dat voordeel van het belastingkrediet voorbehouden is aan "albums van nieuw talent, waarvan ten minste de helft in het Frans [is] of in een regionale taal die in Frankrijk wordt gebruikt".¹⁰⁸ Deze afbakening sluit aan bij de definitie die gehanteerd wordt in de wet voor quota voor Franstalige muziek op radiostations. Voorzittende quotaregeling komt nader aan bod onder 5.2.5.

5.2.3 Reacties op en gevolgen van de streamingtaks

Reacties voor invoering van de streamingtaks

Nadat de Franse overheid in de loop van 2023 het voornemen bekend maakte over te gaan tot een taks van 1,75% werd er door de meerdere streamingplatforms (Apple, Deezer, Spotify, YouTube, Meta and TikTok) en SNEP (een organisatie waar de drie *major labels* in vertegenwoordigd worden)¹⁰⁹ een gezamenlijk statement gedeeld. In de verklaring vermeldden de partijen dat ze hadden ingestemd met een vrijwillig financieringsinitiatief dat in 2025 ongeveer 14 miljoen euro zou opbrengen ten behoeve van de CNM, waarbij dit bedrag vervolgens jaarlijks "mee zou groeien met de markt".¹¹⁰ De inmiddels ingevoerde streamingtaks zou jaarlijks zo'n 15 à 16 miljoen euro moeten opleveren; relatief geen enorm verschil vergeleken met de vrijwillige 14 miljoen, al biedt een dergelijke vrijwillige basis natuurlijk geen enkele garantie.¹¹¹

Reacties na invoering van de streamingtaks

Twee van de streamingsplatforms die bij bekendmaking van de plannen kritiek uitten, namelijk Spotify en Deezer, deden dat opnieuw nadat de plannen definitief ingevoerd werden in december 2023. Deezer CEO Jeronimo Folgueira verklaarde teleurgesteld te zijn en noemde het "de slechtst mogelijke uitkomst die averechts zal werken en negatieve gevolgen zal hebben voor de hele muziekindustrie in Frankrijk." Ook claimde hij dat onafhankelijke Europese muziekstreamingbedrijven zoals Deezer en Spotify meer geraakt worden, terwijl "de Amerikaanse techgiganten de belasting gemakkelijk kunnen absorberen, met als gevolg dat de Europese en Franse techsoevereiniteit wordt geschaad." Tot slot vermeldde CEO

¹⁰⁷ Centre national de la musique (15 maart 2021). Règlement general des aides de Centre national de la musique [cnm.fr] - ANNEXE 1 : DISPOSITIONS RELATIVES AUX CREDITS D'IMPOT.

¹⁰⁸ Centre national de la musique (15 maart 2021). Règlement general des aides de Centre national de la musique [cnm.fr] - ANNEXE 1 : DISPOSITIONS RELATIVES AUX CREDITS D'IMPOT - article 220 octies I b.

¹⁰⁹ Snep. L'organisation [snepmusique.com]

¹¹⁰ FICDC (februari 2024). Transformations in cultural governance: fairness, transparency, and digital platforms. [ficdc.org]; De volledige verklaring is online niet meer vindbaar, enkel de screenshots op de volgende LinkedIn- en X-pagina's: [www.linkedin.com] & [x.com]

¹¹¹ Techradar (8 maart 2024). Spotify is planning to hike up its prices in France – could Deezer and Apple Music be next? [www.techradar.com]

Folgueira dat Deezer minder geld zal hebben om de Franse artiesten en muziekconsumptie te stimuleren, terwijl er binnen de industrie consensus was voor een vrijwillige bijdrage.¹¹²

De belangrijkste Franse belangenvertegenwoordiger van onafhankelijke producenten en distributeurs, UPFI, noemde een heffing daarentegen "veiliger dan het vrijwillige bijdragemechanisme".¹¹³

Op 7 maart 2024 reageert Spotify met een zeer kritische open brief publiekelijk op de ingevoerde streamingtaks door de Franse overheid. Spotify beweert dat 20,2 miljoen van het budget van CNM gebruikt wordt voor beheerskosten van de organisatie van CNM. Ook zegt Spotify dat de nieuwe belasting geen rendabele onderneming toestaat.¹¹⁴ Het CNM reageert een dag later op de open brief van Spotify en weerlegt de claim dat 20,2 miljoen het budget van CNM zou zijn.¹¹⁵ De beheerskosten van het CNM worden gefinancierd door een subsidie voor openbare dienstverlening van het Franse ministerie van Cultuur en worden dus niet betaald met de opbrengsten van de streamingbelasting. Ook trok Spotify zich terug uit twee muziekfestivals in Frankrijk die Spotify financieel en met andere middelen ter plaatse ondersteunde.¹¹⁶

Er lijken geen twijfels te bestaan over de juridische legitimiteit van de ingevoerde maatregel. In de reacties op de maatregel worden geen vragen gesteld over de geldigheid van het heffen van belasting op de inkomsten van streamingdiensten, om deze vervolgens aan het CNM toe te wijzen.

Gevolgen na invoering taks

Hoewel de streamingtaks nog niet lang in werking is, is er een aantal eerste gevolgen zichtbaar. Zo heeft Spotify de abonnementsprijzen verhoogt voor gebruikers in Frankrijk.¹¹⁷ Daarmee verhaalt in ieder geval Spotify de extra kosten die het Zweedse bedrijf maakt ten gevolge van de belasting op de gebruiker. Het is nog niet bekend welke gevolgen de verhoging van de abonnementsprijzen heeft op de gebruikersaantallen van Spotify. In Tabel 9 staat het overzicht van de abonnementsprijzen van Spotify, voor en na de invoering van de streamingbelasting.

Tabel 9. Overzicht Spotify abonnementsprijzen

	Oude prijs	Nieuwe prijs	Absolute verhoging	Relatieve verhoging
Standaard abonnement	€10,99	€11,12	13 cent	1,18 %
Student abonnement	€5,99	€6,06	7 cent	1,17 %
Abonnement voor twee personen	€14,99	€15,17	18 cent	1,20 %
Familie abonnement	€17,99	€18,21	22 cent	1,22%

¹¹² Music business Worldwide (18 december 2023). Spotify and Deezer slam French government's plans to introduce a 'music streaming tax' in the market. [www.musicbusinessworldwide.com]

¹¹³ Euractive (19 december 2023). France to present 'streaming tax' for music industry in 2024 [www.euractiv.com]

¹¹⁴ Spotify (7 maart 2024). Spotify To Adjust Its Prices Over New Tax in France [newsroom.spotify.com]

¹¹⁵ Complete Music Update (8 maart 2024) The Centre national de la musique reacts to Spotify's open letter to its French subscribers [completemusicupdate.com]

¹¹⁶ FICDC (februari 2024). Transformations in cultural governance: fairness, transparency, and digital platforms. [ficdc.org]

¹¹⁷ Reuters (7 maart 2024). Spotify to increase prices in France over new tax. [www.reuters.com].

Het standaard betaalde abonnement voor één persoon kost na de verhoging €11,12 per maand (een verhoging van 13 cent), het equivalente abonnement voor studenten kost nu €6,06 per maand (een verhoging van 7 cent), het betaalde abonnement voor twee personen kost nu €15,17 per maand (een verhoging van 18 cent) en het betaalde familieabonnement kost nu €18,21 per maand (een verhoging van 22 cent).¹¹⁸ Het moet nog blijken of voornoemde verhogingen leiden tot lagere gebruikers aantallen. Belangrijk is nog te vermelden dat Spotify in een e-mail aan haar gebruikers aangeeft dat de abonnementsprijs zal meestijgen met de belasting - hoe hoger de belasting, hoe hoger de abonnementsprijs.¹¹⁹ Van Deezer en andere streamingdiensten is niet bekend dat zij tot dusverre de abonnementsprijzen hebben verhoogd in Frankrijk.

5.2.4 Grondslag voor (Franse) wet streamingtaks

Zoals eerder kort benoemd in 2.2.1, heeft voormalig staatssecretaris Uslu in een wetgevingsoverleg in 2022 gezegd dat er Europese wetgeving nodig is om een heffing of investeringsverplichting op te leggen aan streamingplatforms voor muziek die gevestigd zijn in andere EU-lidstaten:

***"Indien men een heffing of een investeringsverplichting wil opleggen aan aanbieders zoals Spotify die zijn gevestigd in andere EU-lidstaten, is daar EU-regelgeving voor nodig."*¹²⁰**

Mede op basis van bovenstaande is het de vraag of het wel Europeesrechtelijk is om een heffing op te leggen aan streamingdiensten om daarmee een specifieke groep (Nederlandse muzikmakers) te stimuleren. Hieronder worden de verschillende juridische aspecten van die vraag behandeld, met de wet voor de Franse streamingtaks als leidend voorbeeld. Belangrijk is op te merken dat er in Frankrijk geen kritische vragen zijn gesteld over de vraag of de heffing wel is toegestaan onder EU-recht. Spotify of een andere muziekstreaming platform heeft hier geen rechtszaak over aangespannen.

In beginsel geen Europese grondslag vereist

Binnen de Europese wetgeving zijn muziekstreamingdiensten niet gereguleerd als audiovisuele mediadienst (hierna: AVMD) omdat muziek alleen audio is en dus niet als AVMD kan worden beschouwd. Dat betekent dat de regels van de AVMD-richtlijn over de mogelijkheid voor lidstaten om een financiële bijdrage/investeringsverplichting in te voeren, niet gelden voor muziekstreaming.¹²¹ Er bestaat momenteel ook geen andere Europese wetgeving die een wettelijke basis biedt voor een grensoverschrijdende toepassing op audiodiensten.

Dat betekent niet dat een EU-lidstaat geen streamingtaks voor muziek zou kunnen invoeren als de lidstaat daarvoor kiest. Op een gebied waar de EU de voorwaarden van de interne markt nog niet heeft geharmoniseerd, staat het de Europese lidstaten vrij om nationale regelgeving aan te nemen.

¹¹⁸ Rushou, Mathilde (2024, 29 mei). Taxe streaming : pourquoi l'abonnement Spotify en France devient le plus cher de la zone euro. *La Provence*. [www.laprovence.com]

¹¹⁹ Trinel, Sylvain & Gay, Willem (2024, 28 mei). Spotify augmente ses prix pour contrer une taxe "imposée par le gouvernement français". *BFM Tech&co*. [www.bfmtv.com]

¹²⁰ Kamerstuk, 2022-2023, 3600-VII, nr. 163 [www.tweedekamer.nl]

¹²¹ Richtlijn 2010/13/EU audiovisuele mediadiensten. [eur-lex.europa.eu]

De algemene vrijheid van dienstverrichting van de EU is van toepassing, die een negatieve verplichting inhoudt om de toegang tot de markt niet te verhinderen of te bemoeilijken en om niet te discrimineren tussen binnenlandse dienstverleners enerzijds en andere EU-dienstverleners anderzijds. Als de streamingtaks niet direct of indirect discrimineert tussen dienstverleners uit Nederland en een andere EU-lidstaat, dan zou dit in overeenstemming zijn met het EU-recht.¹²² In het geval van Frankrijk wordt bijvoorbeeld streamingdienst Deezer evenveel geraakt als een niet-Franse streamingdienst zoals Spotify, voor zover bekend. Op die grond zou er dus geen strijd zijn met de algemene vrijheid van dienstverrichting naar EU-recht.

In dit kader is het nog relevant kort de TRIS procedure te bespreken ten aanzien van de Vlaamse regelgeving inzake videosharing platforms.¹²³ De TRIS procedure is in 2015 ingevoerd om de Europese Commissie en andere lidstaten in staat te stellen het ontwerp van technische voorschriften van een bepaalde lidstaat te beoordelen. In de onderhavige TRIS procedure redeneert de Europese Commissie dat videosharing platformen niet vallen onder de reikwijdte van de AVMD-richtlijn (net als audiodiensten), waardoor er voor een heffing/investeringsverplichting voor deze aanbieders geen directe EU-rechtelijke grondslag is voor grensoverschrijdende werking. De Europese Commissie geeft vervolgens aan dat dat niet betekent dat grensoverschrijdende werking bij een stimuleringsmaatregel voor dat soort diensten (die niet onder een richtlijn vallen) niet opgelegd mag worden. Voorwaarden zijn de beginselen van evenredigheid en non-discriminatie. Daarbij gaat het omzets inziens niet alleen om non-discriminatie t.a.v. jegens wie de stimuleringsmaatregel wordt opgelegd, maar ook jegens wie daarvan kan profiteren.

Kortom, het Europees recht biedt geen wettelijk kader voor het invoeren van een streamingtaks voor muziekstreamingdiensten. Dat hoeft echter geen beletsel voor een Europese lidstaat te zijn om te overwegen een muziekbelasting in te voeren die in overeenstemming is met het primaire EU-recht, dat wil zeggen de verdeling van bevoegdheden tussen de Europese Unie en de lidstaten.

De vervolgvraag is dan of de streamingtaks naar het Franse voorbeeld op andere gronden mogelijk niet in overeenstemming is met het verder geldende EU-recht, zoals dat is vastgelegd in onder meer richtlijnen en uitspraken van het Hof van Justitie van de Europese Unie (hierna: HvJEU). Een auteursrechtelijke uitspraak van het HvJEU bevat een aantal aanknopingspunten die ondanks de specifieke auteursrechtelijke achtergrond relevant lijken te zijn.

Amazon-arrest

Het *Amazon*-arrest van HvJEU uit 2013 heeft betrekking op de betaling en herverdeling van heffingen voor het kopiëren voor privégebruik in Oostenrijk.¹²⁴ De feiten die aan deze uitspraak ten grondslag lagen verschillen dus aanzienlijk van de Franse streamingtaks: een fiscale maatregel die middels *top slicing* 1,2% van de omzet van streamingplatforms afroemt om dit vervolgens te gebruiken voor nationale cultuurbevorderingsdoeleinden. Ondanks deze aanzienlijke verschillen is het belangrijk om erop te wijzen dat het HvJEU in *Amazon* benadrukt dat een systeem ter ondersteuning van makers en uitvoerende kunstenaars via sociale en culturele instellingen niet discriminerend mag zijn. De gedetailleerde regelingen voor de werking van de sociale en culturele instellingen specifiek mogen evenmin discriminerend zijn. Het systeem moet openstaan voor zowel staatsburgers als burgers met een andere

¹²² *Cassis de Dijon* (HvJEU, C-120/78, ECLI:EU:C:1979:42).

¹²³ Kennisgeving 2023/136-137/B. [beslissingenvlaamseregering.vlaanderen.be]

¹²⁴ *Amazon v Austro-Mechana* (HvJEU, C-521/11, 11 juli 2013).

nationaliteit.¹²⁵ In de context van potentiële maatregelen op het terrein van muziek lijken deze overwegingen van het HvJEU bijzonder belangrijk. Voor audiovisuele diensten bestaat een specifieke EU-rechtelijke grondslag, namelijk de AVMD-richtlijn die als *lex specialis* een heffing/investeringsverplichting ten behoeve van Europese en nationale culturele audiovisuele producties direct kan rechtvaardigen. Voor audiodiensten ontbreekt een dergelijke EU-rechtelijke grondslag echter tot op heden. Zoals gezegd hoeft dat in beginsel geen belemmering te vormen, maar moeten daarbij mogelijk wel aanvullende aspecten in ogenschouw genomen worden, zoals de bijzondere nadruk die het HvJEU zou kunnen leggen op evenredigheid en non-discriminatie. In het Franse voorbeeld waarbij het CNM de opbrengsten van de recent ingevoerde streamingtaks herverdeelt, geldt dat er geen nationaliteitsvereiste is opgenomen in de regeling voor de ontvanger van de subsidies. Wel is een belangrijk vereiste steeds dat de natuurlijke persoon of rechtspersoon gevestigd moet zijn in Frankrijk, wil deze in aanmerking komen voor subsidies van het CNM. Mogelijk kan dat een indirecte vorm van discriminatie opleveren voor niet-Franse auteursrechthebbenden, nu dat binnen EU-recht eerder is geoordeeld over woonplaatsvereisten.¹²⁶

5.2.5 Andere maatregelen die worden genomen in Frankrijk

Quotum van Franse muziek op de radio

Ter promotie van Franstalige muziek legt een Franse wet, oorspronkelijk uit 1986, voor particuliere radiostations minimumverplichtingen vast met betrekking tot de uitzending van Franstalige liedjes. De vertaalde bepaling luidt: "Het substantiële aandeel van muziekwerken met Franse expressie of uitgevoerd in een regionale taal die in Frankrijk wordt gebruikt, moet minimaal 40% van de liedjes met Franse expressie bedragen, waarvan minstens de helft afkomstig is van nieuwe talenten of nieuwe producties, uitgezonden tijdens significante luisteruren door elk van de door 'le Conseil supérieur de l'audiovisuel' (nu Arcom) goedgekeurde radio-omroepdiensten, voor het deel van zijn programma's dat bestaat uit gevarieerde muziek."¹²⁷

Afbakening definitie Franse muziek

Interessant is hoe toezichthouder Arcom in haar beraad van 8 december 2021 Franse liederen precies definieert: een lied wordt Franstalig genoemd als meer dan de helft van de duur ervan uit tekst bestaat en teksten bevat die zijn uitgevoerd in het Frans of in een regionale taal die in Frankrijk wordt gebruikt".¹²⁸ De nadruk ligt aldus op de taal die gebruikt wordt in de liederen. Zoals vermeld in paragraaf 5.2.2 komt deze afbakening op basis van taal niet voor bij de beoordeling van ontvankelijkheid voor financiële steun door CNM, enkel voor een bepaald type belasting voordeel.

¹²⁵ Ibid r.o. 53 & 54.

¹²⁶ Maliszewska-Nienartowicz, J. (2014). Direct and indirect discrimination in European Union law—how to draw a dividing line. *International Journal of Social Sciences*, 3(1), 41-55; Collins (HvJEU, C-138/02, 2004).

¹²⁷ Loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication (Loi Létard) [www.legifrance.gouv.fr]

¹²⁸ Conseil supérieur de l'audiovisuel (2021, 16 december). Délibération n° 2021-103 du 8 décembre 2021 relative aux engagements des services de radio pour l'application du 2o bis de l'article 28 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 relative à la liberté de communication. [www.csa.fr]

5.3 Canada

5.3.1 Inhoud van de maatregel

Waar omroepen gereguleerd worden en gebonden zijn aan bepaalde regels om Canadese producties te laten zien, zijn online streaming diensten dit niet. Met het doel om lokale Canadese content en creatief talent te ondersteunen, is op 27 april de Online Streaming Act¹²⁹ (Bill C-11) door de Canadese regering aangenomen, waarmee de Broadcasting Act¹³⁰ wordt gewijzigd. Het gaat in de wet zowel om audio- als audiovisuele producties- en diensten. Het doel van de wetswijziging is om de verhalen en muziek van Canadese makers een sterkere positie te geven op streaming platforms, door:

- 1) Meer Canadese verhalen en muziek te vertonen;
- 2) Bij te dragen aan de productie van Canadese verhalen en muziek in het Engels, Frans en inheemse talen;
- 3) Het omroepenstelsel te ondersteunen die de Canadese diversiteit weerspiegelt;
- 4) De toegankelijkheid van programma's te waarborgen voor personen met een beperking.¹³¹

De wet heeft tot gevolg dat online streaming diensten die jaarlijks 25 miljoen dollar of meer inkomsten hebben, 5% van die inkomsten aan verschillende fondsen moeten afstaan middels een heffing. De 5% heffing wordt afzonderlijk berekend voor audiostreamingdiensten en audiovisuele streaming diensten. De verwachting is dat deze maatregel ongeveer 200 miljoen dollar per jaar opbrengt, afkomstig van zowel de audio- als audiovisuele diensten. Er zijn geen verwachte opbrengsten bekend van alleen de audiosector.¹³² De maatregel hoort op 1 september 2024 in te gaan.

De Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (CRTC) heeft van de Canadese overheid de opdracht gekregen om een beleidskader op te stellen om de wet uit te voeren.¹³³ Daarbij houden ze vier publieke consultatierondes en roepen online streaming diensten op om zich te registreren, om daarmee te inventariseren welke partijen onder de regeling vallen, en welke niet. De CRTC heeft verder ook de opdracht om te onderzoeken hoe ze de zichtbaarheid en vindbaarheid van Canadese producties kunnen vergroten. Daarbij geeft het CRTC aan dat het hierbij nadrukkelijk niet de bedoeling is om de keuzevrijheid van Canadezen te beïnvloeden in relatie tot wat ze kunnen beluisteren of kiezen, maar dat het doel is om meer lokale opties te bieden zodat Canadezen zelf die keuze kunnen maken.¹³⁴

De Online Streaming Act is van toepassing op online streaming diensten zoals Spotify, Apple, Netflix, Disney, en anderen.¹³⁵ De Broadcasting Act was voorheen alleen gericht op televisie- en radiostations. De CRTC geeft aan dat de heffing uit de Online Streaming Act niet gericht

¹²⁹ Parliament of Canada (2023, 27 april). Bill C-11. [www.parl.ca]

¹³⁰ Government of Canada (1991). Broadcasting Act. [laws.justice.gc.ca]

¹³¹ Government of Canada (2023, 27 november). Online Streaming Act. [www.canada.ca]

¹³² Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (2024, 4 juni). Broadcasting Regulatory Policy CRTC 024-121. [crtc.gc.ca]

¹³³ Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (2024, 25 september). Regulatory plan to modernize Canada's broadcasting framework. [crtc.gc.ca]

¹³⁴ Government of Canada (2023, 21 maart). Questions & Answers on the Online Streaming Act. [www.canada.ca]

¹³⁵ Parliament of Canada (2023, 27 april). Bill C-11. [www.parl.ca]

is op individuele digitale en content makers, waaronder influencers, YouTubers, podcasts makers, producenten die content verkopen aan online streaming diensten of video games.¹³⁶

5.3.2 Bestemming belastinginkomsten

De heffingen komen via de geselecteerde fondsen rechtstreeks terecht op de plekken die bijdragen aan de doelstellingen van de Online Streaming Act. De fondsen van de audio streaming sector verschillen van de audiovisuele streaming sector. Canada maakt zoveel mogelijk gebruik van al bestaande fondsen, zodat daarmee het geld snel bij hen terecht kan komen. Daarnaast zijn de fondsen ook zeer specifiek gericht op een bepaalde doelgroep of op een bepaald doel. In de box hieronder staan de fondsen en welk percentage zij van de opbrengsten krijgen.

Box 6. Verdeling opbrengsten fondsen Online Streaming Act¹³⁷

Audio streamingdiensten (5%)

- **2%** naar FACTOR and Musicaction (waarvan 60% FACTOR, 40% Musicaction);
- **1.5%** naar een nieuw tijdelijk fonds dat lokale nieuws producties door commerciële radio stations buiten de aangewezen markten ondersteunt;
- **0.5%** naar Canadian Starmaker Fund en Fonds RadioStar (waarvan 60% Canadian Starmaker Fund, 40% Fonds RadioStar);
- **0.5%** to the Community Radio Fund of Canada;
- **0.35%** to direct expenditures targeting the development of Canadian and Indigenous content and/or a variety of selected funds; and
- **0.15%** to the Indigenous Music Office and a new fund to support Indigenous music.

Audiovisuele streamingdiensten (5%)

- **2%** naar het Canada Media Fund en/of directe uitgaven voor gecertificeerde Canadese inhoud;
- **1.5%** naar de Independent Local News Fund;
- **0.5%** naar de Black Screen Office Fund, de Canadian Independent Screen Fund voor BPOC creators, en/of de Broadcasting Accessibility Fund;
- **0.5%** naar de Certified Independent Production Funds dat OLMC producenten en producenten van diverse gemeenschappen ondersteunt; en
- **0.5%** naar het Indigenous Screen Office Fund.

We zullen kort toelichten welk doel elk fonds in de audiosector inhoudt:¹³⁸

1) FACTOR en Musication (2%)

- a. *FACTOR (Foundation Assisting Canadian Talent on Recordings)*: Biedt financiële ondersteuning aan de Canadese muziekindustrie, inclusief financiering voor de productie, distributie en marketing van Canadese muziek. Het helpt Canadese artiesten, labels en muziekbedrijven om hun muziek zowel nationaal als internationaal te ontwikkelen en te promoten.
- b. *Musicaction*: Vergelijkbaar met FACTOR, ondersteunt Musicaction de ontwikkeling en promotie van Franstalige muziek in Canada. Het biedt financiering

¹³⁶ Canadian Radio-television and Telecommunications Commission (2023, 12 augustus). Myths and Facts about Bill C-11, the Online Streaming Act. [[crtc.gc.ca](https://www.crtc.gc.ca)]

¹³⁷ Canadian Radio-television and Telecommunications Commissions (2024, 4 juni). Broadcasting Regulatory Policy CRTC 2024-121. [[crtc.gc.ca](https://www.crtc.gc.ca)]

¹³⁸ Canadian Radio-television and Telecommunications Commissions (2024, 4 juni). Broadcasting Regulatory Policy CRTC 2024-121. [[crtc.gc.ca](https://www.crtc.gc.ca)]

voor de productie, marketing en export van Franstalige muziek, en helpt om de Franstalige muziekindustrie te ondersteunen en te laten groeien.

2) Een nieuw tijdelijk fonds ter ondersteuning van de productie van lokaal nieuws door commerciële radiostations buiten de aangewezen markten (1.5%)

- a. Dit fonds is bedoeld om financiële steun te bieden aan commerciële radiostations die zich buiten de grote stedelijke markten (Montréal, Toronto, Vancouver, Calgary, Edmonton en Ottawa-Gatineau) bevinden. Het doel is om de productie van lokaal nieuws in kleinere gemeenschappen te behouden en te verbeteren, zodat deze gebieden belangrijke lokale nieuwsvoorziening blijven ontvangen.

3) Canadian Starmaker Fund en Fonds RadioStar (0.5%):

- a. *Canadian Starmaker Fund*: Biedt financiële steun aan Canadese artiesten om hun muziekcarrières te promoten. Het helpt bij het dekken van kosten die verband houden met tournees, marketing en promotie, met als doel artiesten te helpen een breder publiek te bereiken.
- b. *Fonds RadioStar*: Vergelijkbaar met het Canadian Starmaker Fund, ondersteunt Fonds RadioStar de promotie en marketing van Franstalige muzikartiesten in Canada. Het helpt artiesten met de kosten die gepaard gaan met het promoten van hun muziek en het bereiken van nieuwe markten.

4) Community Radio Fund of Canada (CRFC) (0.5%):

- a. *CRFC*: Ondersteunt de campus- en gemeenschapsradiosectoren in Canada. Het biedt financiering voor programmering, operaties en ontwikkelingsinitiatieven die de capaciteit en duurzaamheid van gemeenschapsradiostations verbeteren. De CRFC richt zich ook op inhoud die lokale gemeenschappen, inheemse stemmen en diverse culturele uitingen weerspiegelt.

5) Directe uitgaven gericht op de ontwikkeling van Canadese en inheemse inhoud en/of een verscheidenheid aan geselecteerde fondsen (0.35%):

- a. Deze toewijzing is flexibel en maakt directe investeringen mogelijk in de ontwikkeling en productie van Canadese en inheemse inhoud. Het kan ook worden gericht op specifieke initiatieven zoals songwritingkampen, productie van geluidsopnamen en ondersteuning van Canadese evenementen (awardshows en festivals) die Canadese en inheemse artiesten presenteren. Bovendien kunnen deze fondsen worden toegewezen aan andere geselecteerde fondsen ter ondersteuning van Canadese muziek- en media inhoud.

6) Indigenous Music Office en een nieuw fonds ter ondersteuning van inheemse muziek (0.15%):

- a. *Indigenous Music Office (IMO)*: Werkt om de groei en ontwikkeling van de inheemse muziekindustrie in Canada te ondersteunen. De IMO biedt middelen, financiering en ondersteuning aan inheemse muzikmakers, en helpt hen bij het produceren, marketen en distribueren van hun muziek.
- b. *Nieuw fonds ter ondersteuning van inheemse muziek*: Dit fonds is bedoeld om de groei van inheemse muziek te bevorderen door financiële steun te bieden aan inheemse muzikmakers. Het doel is om financieringskloven aan te pakken en ervoor te zorgen dat inheemse stemmen worden vertegenwoordigd en ondersteund binnen de Canadese muziekindustrie.

De inkomsten afkomstig uit heffingen gaan naar veel verschillende partijen en fondsen, en dienen deze fondsen om de doelstellingen van de Online Streaming Act te behalen. In de wet wordt vaak gerefereerd naar "Canadese muziek". In de Online Streaming Act is dit begrip niet afgebakend. De CRTC heeft daarentegen wel een definitie vastgesteld van wat een

Canadees lied is middels het MAPL-systeem. Een Canadees nummer moet aan minimaal twee van de vier definities voldoen:

*"M (music): the music is composed entirely by a Canadian
A (artist): the music is, or the lyrics are, performed principally by a Canadian
P (performance): the musical selection consists of a live performance that is
recorded wholly in Canada, or
performed wholly in Canada and broadcast live in Canada
L (lyrics): the lyrics are written entirely by a Canadian"*¹³⁹

Een 'Canadees' wordt in de wet gedefinieerd als een staatsburger, een permanente inwoner, iemand wiens 'gewone woonplaats' in Canada was voorafgaand aan zijn bijdrage aan de muziekselectie, of iemand die een CRTC-licentiehouders is. Het MAPL-systeem staat vastgelegd in Radio Regulations 1986, en valt onder de algehele Broadcasting Act. Hoewel het onduidelijk wordt of deze definitie ook van toepassing is in de Online Streaming Act met betrekking tot de afbakening van Canadese muziekproducties, is dit wel aannemelijk. Dit biedt een kader voor de fondsen om te weten wat onder Canadese muziek wordt verstaan.

Hoewel het MAPL-systeem een kader beidt, blijven er ook grijze gebieden bestaan. Zo worden veel nummers geschreven met mensen van meerdere nationaliteiten. Wanneer we kijken naar A (artist), staat er dat het nummer 'principally' uitgevoerd moet worden door een Canadees. 'Principally' biedt ruimte, want wat betekent dit concreet? Daar tegenover is M (music) duidelijker, waarbij er staat dat muziek 'entirely' (volledig) gemaakt moet zijn door een Canadees. Het MAPL-systeem is daarmee niet volledig dekkend.

5.3.3 Reacties op en gevolgen van de streamingtaks

Omdat de Online Streaming Act wel is aangenomen, maar nog niet daadwerkelijk is ingevoerd, kunnen er lastig uitspraken worden gedaan over de effecten van de wet. Wel kunnen we kijken naar de reacties op de invoering van de wet.

Spotify wijst er in een reactie op een consultatieronde van de CRTC op dat muziekdiensten in 2022 bijna 80 procent van de inkomsten uit opgenomen muziek in Canada genereerden, wat de algehele groei van de industrie stimuleerde. Spotify waarschuwt dat, zoals in andere nationale markten, regelgevende veranderingen in Canada het kan leiden tot aanpassing van het bedrijfsmodel, wat kan leiden tot hogere prijzen of verminderde uitgaven ter ondersteuning van de muziekindustrie. Ditzelfde argument zagen we ook in de Franse casus als kritiek op de wet.¹⁴⁰ Verder bestond er de angst dat de CRTC algoritmes van de streamingdiensten wilde beïnvloeden om invloed te hebben op de zichtbaarheid en vindbaarheid van Canadese content, en daarmee ingrijpend zou optreden bij de bedrijfsvoering van streamingdiensten. Ook hier heeft de CRTC duidelijk gemaakt dat ze zich niet zullen mengen in de manier waarop streamingdiensten hun algoritmes instellen.¹⁴¹ De CRTC suggereert dat er andere manieren zijn om inhoud makkelijker zichtbaar te maken, zoals promotiecampagnes of het tonen van de inhoud op de startpagina van de dienst. Deze opties worden tijdens de consultatierondes besproken.

¹³⁹ Canadian Radio-television and Telecommunications Commissions (2022, 7 december). The MAPL system - defining a Canadian song. [[crtc.gc.ca](https://www.crtc.gc.ca)]

¹⁴⁰ Benchetrit, Jenna (2024, 4 juni). Foreign streamers must pay into fund to boost Canadian content, CRTC says. [www.cbc.ca]

¹⁴¹ Pugh, Joseph (2023, 3 maart). A new streaming bill is close to becoming law in Canada. Here's how it works. [www.cbc.ca]

5.3.4 Andere maatregelen die worden genomen in Canada

De Canadese regering heeft voor de online streaming diensten ervoor gekozen om een belasting in te voeren, in tegenstelling tot de quota's die worden gehanteerd voor de radio- en televisieomroepen. Ter vergelijking: de radio omroepen die onder de Broadcasting Act vallen moeten zorgen dat 35% van de muziek die ze draaien Canadees is, conform de MAPL-definitie.¹⁴²

5.4 Inventarisatie overige landen

Concreet zijn er twee landen die een heffing opleggen aan online muziek streamingdiensten: Frankrijk en Canada. We hebben daarnaast naar Duitsland, België, Spanje, het Verenigd Koninkrijk, Denemarken, Zweden en de VS gekeken. Deze landen hebben geen aanvullende belasting opgelegd aan muziekstreaming diensten zoals in Frankrijk en Canada, maar ondersteunen hun lokale muzikartiesten op verschillende manieren. De meeste landen hebben mechanismen om lokale artiesten te ondersteunen door het innen en verdelen van royalty's via organisaties voor uitvoeringsrechten, bijvoorbeeld GEMA in Duitsland of SABAM in België. Daarnaast spelen publieke omroepssystemen en verschillende culturele financieringsprogramma's een rol in het stimuleren van lokale content. Hoewel deze landen in onze inventarisatie niet een streamingheffing hebben, kunnen we wel iets zeggen over gerelateerde wetgeving omtrent online muziekstreamingdiensten en over de lopende discussies over dit onderwerp in deze landen.

In de Verenigde Staten, het Verenigd Koninkrijk, Zweden en Duitsland is een discussie gaande over de positie van online muziekstreaming diensten. België en Spanje kennen aanvullende regels met betrekking tot vergoedingen voor artiesten afkomstig uit streamingplatforms. In Denemarken lijkt op dit moment geen actieve discussie te zijn over maatregelen voor online streamingdiensten. We zullen hieronder toelichten wat er per land speelt.

5.4.1 Verenigde Staten

In de Verenigde Staten heeft congresslid Rashida Tlaib een wetsvoorstel ingediend genaamd 'Living Wage for Musicians Act'.¹⁴³ Het doel van de Act is dat artiesten minimaal 1 cent per stream verdienen op online muziekstreaming diensten. Het plan is om een apart fonds op te richten, dat wordt gevuld met een toeslag op het bedrag dat een abonnee betaalt en een heffing van 10% op de opbrengsten van reclames. Het fonds zal het geld vervolgens verdelen onder de artiesten op basis van het aantal streams, maar zodra een track meer dan een miljoen streams heeft bereikt worden tellen de streams daarboven niet meer mee. Dit zou als gevolg hebben dat gebruikers meer moeten betalen. Van de geselecteerde landen komt dit voorstel voor een muziekstreamingdiensten heffing het meeste in de buurt van de wetgeving in Canada en Frankrijk.

¹⁴² Canadian Radio-television and Telecommunications Commissions (2022, 7 december). Canadian content requirements for music on Canadian radio. [[crtc.gc.ca](https://www.crtc.gc.ca)]

¹⁴³ Tlaib, Rashida (2024, 6 maart). Tlaib Introduces Living Wage for Musicians Act. [committees.parliament.uk]

5.4.2 Verenigd Koninkrijk

In juli 2021 publiceerde het Britse ministerie voor Culture, Media & Sports (CMS) een rapport over de "Economics of Music Streaming"¹⁴⁴ met aanbevelingen om problemen in de muziekindustrie aan te pakken, zoals de verbetering van de inkomenspositie van uitvoerend artiesten, tekstschrijvers en componisten. In reactie daarop kondigde de Britse overheid in september 2021 een werkprogramma aan onder leiding van de Competition and Markets Authority (CMA) en het Intellectual Property Office (IPO). De CMA besloot geen verder marktonderzoek te doen omdat de problemen van artiesten niet voortkomen uit de marktsamenstelling. Het IPO richtte zich op auteursrechtelijke kwesties zoals het verbeteren van metadata¹⁴⁵ en transparantie in de muziekindustrie. Dit leidde tot een sectorovereenkomst in mei 2023 om metadata te verbeteren en in januari 2024 tot een vrijwillige gedragscode voor betere communicatie en transparantie in muziekstreaming. Daarnaast onderzocht het IPO de effecten van mogelijke wetgevende maatregelen zoals billijke vergoeding, contractuele aanpassingsmechanismen en herroepingsrechten. Deze onderzoeken werden in februari 2023 en 2024 gepubliceerd.

Samengevat heeft het VK verschillende maatregelen genomen om diverse problemen in de muzieksector te verbeteren, onder andere door het sluiten van sectorovereenkomsten en door gedragscodes in te stellen. Verdere wetwijzigingen en hervormingen van auteursrechten worden overwogen, maar een heffing op grote streamingplatforms is niet genoemd.

5.4.3 Duitsland

In Duitsland is vanuit Duitse artiesten en vanuit GEMA een roep om eerlijkere compensatie voor artiesten uit streamingopbrengsten. Zo richtten in 2020 prominente Duitse artiesten het "Fair Share"¹⁴⁶ initiatief op, uit onvrede over de uitbetalingen van streamingdiensten. Ze pleiten voor een 'user-centric model', waarbij abonnementsgelden direct naar de beluisterde artiesten gaan, wat eerlijker zou zijn en minder vatbaar voor manipulatie.

Een GEMA-studie uit 2022 toont aan dat Spotify de grootste streamingdienst in Duitsland is, gevolgd door Amazon Music en Apple Music. Muzikanten en componisten verdienen samen 22% van de netto-inkomsten uit abonnementen, terwijl streamingdiensten 30% en muzieklabels 42% krijgen.¹⁴⁷ 89% van de artiesten vindt de vergoeding uit streams onvoldoende.

Ondanks de discussie over de verdiensten van Duitse artiesten via muziekstreamingdiensten, lijkt er op nationaal niveau geen initiatief te zijn om extra verplichtingen aan online muziekstreaming diensten op te leggen.

5.4.4 Zweden

Spotify heeft zich in 2016 voor het eerst uitgesproken voor lagere belasting op de uitbetaling van aandelen van werknemers van Zweedse bedrijven. In een open brief uitten de oprichters van Spotify kritiek daarnaast op het gebrek aan betaalbare, beschikbare huisvesting voor werknemers en het tekort aan programmeurs dat het Zweedse schoolsysteem

¹⁴⁴ House of Commons Digital, Culture, Media and Sport Committee (2021). Economics of music streaming. [committees.parliament.uk]

¹⁴⁵ In metadata staat wie op welke manier heeft bijgedragen aan de creatie van een track. Dit is belangrijk om ervoor te zorgen dat muzikmakers correct worden gecrediteerd en betaald. [www.gov.uk]

¹⁴⁶ Fair Share (z.d.). Our goals and demands. [fairshare-music.com]

¹⁴⁷ GEMA (2022). Music streaming in Germany. [www.gema.de]

voortbracht.¹⁴⁸ In mei 2024 uitte de HR-directeur van Spotify opnieuw dezelfde kritiek op de Zweedse belastingregeling, scholen en huisvesting. Hoge belastingen op de uitbetaling van aandelen, een lage kwaliteit van scholen en de woningnood in Stockholm zijn de belangrijkste factoren die het voor Spotify moeilijker maken om buitenlandse werknemers naar Zweden te halen.¹⁴⁹ Het hoofdkantoor van Spotify is nog altijd gevestigd in Stockholm, maar tegenwoordig heeft het bedrijf in New York een groter gedeelte van de werknemers in dienst omdat daar meer geschoolde ingenieurs beschikbaar zijn.

Hoewel het hierboven niet gaat om plannen van de Zweedse overheid om grote streamingplatforms zoals Spotify direct extra te belasten, geeft het wel aan hoe Spotify zich in een dergelijke situatie vermoedelijk zou kunnen opstellen tegenover de Zweedse overheid.

5.4.5 België

België heeft in 2022 de Europese Copyright Directive (2019) omgezet naar nationale wetgeving. In artikel 18 van de Europese richtlijn staat dat lidstaten verplicht moeten zorgen voor een "passende en evenredige vergoeding" aan artiesten voor online gebruik van hun opnames.¹⁵⁰ Artiesten krijgen al een vergoeding als hun muziek gestreamd wordt via platformen zoals Spotify of Apple Music. Dit is gebaseerd op de deals die zij hebben met platenfirma's of distributeurs, waarbij een deel van de inkomsten uit streaming naar de artiest gaat. Naast die bestaande vergoeding, komt er nu een *extra vergoeding*. Dit is een recht dat artiesten voortaan krijgen als hun muziek wordt gebruikt op platformen die user-generated content aanbieden, zoals YouTube of TikTok, maar ook op streamingplatformen zoals Spotify. Dit geldt voor zowel artiesten die een platencontract hebben als voor sessiemuzikanten. Sessiemuzikanten, die vaak geen contract hebben en eerder eenmalig betaald worden, hebben nu ook recht op deze extra vergoeding.¹⁵¹ Beheervenootschap PlayRight voert de onderhandelingen met de platforms over de inning en verdeling van deze vergoeding.

Buiten deze aanvullende vergoeding voor artiesten middels artikel 18, wordt er in België verder niet gesproken over het invoeren van een aanvullende streaming heffing voor de muziekdiensten.

5.4.6 Spanje

Spanje heeft een vergelijkbare regelgeving omtrent vergoedingen vanuit muziekstreaming als België. In Spanje hebben artiesten een wettelijk recht op een "eerlijke vergoeding" voor het gebruik van hun muziek op streamingplatforms, geregeld onder artikel 108 van de Spaanse auteursrechtwet. Dit recht is onafhankelijk van de contractuele afspraken die artiesten met hun platenlabels hebben. Streamingdiensten betalen een bedrag aan AIE, de Spaanse collectieve beheersorganisatie voor muzikanten, die dit vervolgens onder de artiesten verdeelt. AIE onderhandelt over de tarieven en zorgt voor een eerlijke verdeling, na aftrek van administratiekosten. Dit systeem biedt een aanvullende inkomstenbron voor artiesten, zonder verdere lopende discussies over een extra heffing voor streamingplatforms.

¹⁴⁸ Verbergt, Matthias & Duxbury, Charles (2016, 12 april). Spotify Founders Blast Sweden's Business Environment in Open Letter. *The Wall Street Journal*. ([\[www.wsj.com\]](http://www.wsj.com)).

¹⁴⁹ The Local Sweden (2024, 10 mei). Taxes, schools and housing: Three reasons Spotify staff may reject Sweden. ([\[www.thelocal.se\]](http://www.thelocal.se)).

¹⁵⁰ Directive (EU) 2019/790, artikel 18(1). ([\[eur-lex.europa.eu\]](http://eur-lex.europa.eu))

¹⁵¹ VI.BE (2022, 17 juni). België voert nieuwe vergoeding voor artiesten in uit streaming. ([\[vi.be\]](http://vi.be))

¹⁵² Het belangrijkste verschil is dat België recent user-generated content heeft toegevoegd aan hun regeling, terwijl Spanje zich vooral richt op audio-streamingdiensten.

Spanje heeft buiten deze aanvullende inkomstenbron voor artiesten geen plannen om een streaming heffing voor streamingplatforms in te voeren.

5.4.7 Denemarken

In Denemarken is er geen quota, heffing of belasting voor de online muziek streamingdiensten. Er lijkt geen discussie te zijn waar dit overwogen wordt.

5.5 Conclusie

De landenvergelijking toont aan dat er meer opties bestaan om het nationale muziekproduct te stimuleren. Frankrijk en Canada hebben heldere doelen met wat ze willen bereiken met de stimuleringsheffing. Voor Frankrijk geldt dat ze de opbrengsten uit de heffing in brede zin in de Franse muziekindustrie willen investeren, waarbij de CNM bepalend is voor waar de gelden terecht komen. In Canada zijn de doelen van de heffing specifiek, bijvoorbeeld het doel om meer Canadese muziek te vertonen. De manier waarop opbrengsten uit de Canadese heffing worden ingezet maakt dat zij transparanter zijn dan in Canada dan in Frankrijk. Omdat Canada echter niet een Europees land is, kan de manier waarop de heffing is opgezet mogelijke juridische hordes opwerken wanneer dit op een vergelijkbare manier in Nederland geïmplementeerd zou worden, zoals besproken in 5.3.

Daarnaast verschilt de afbakening van wat een Frans of Canadees muziekproduct is ook. Canada gebruikt het MAPL-systeem, terwijl Frankrijk het grootste belang hecht aan muziek in de Franse taal. Voor het toedelen van financiële steun wordt het muziekproduct in Frankrijk overigens niet centraal gesteld, maar is onder meer de vestigingsplaats van de natuurlijke persoon of organisatie doorslaggevend – zie [paragraaf 5.2.2](#). Beide landen hanteren wel een quotum voor Franse en Canadese muziek op de radio – hier is de Franse taal wel doorslaggevend in het geval van Frankrijk. De zichtbaarheid van lokale artiesten wordt op deze manier gewaarborgd, of in ieder geval ondersteund, middels een minimale verplichting aan radiozenders om lokale artiesten te laten horen. De streaming heffing is daarmee een aanvulling op al bestaande maatregelen op de minimale vereiste van het vertonen van nationale muziek.

In andere landen speelt er ook discussie over het stimuleren van de nationale muzieksector, en zijn er lopende discussies over eerlijke verdiensten van artiesten. Zo hebben Spanje en België wetgeving waarbij een collectieve beheersorganisatie een aanvullend bedrag ontvangt van streamingplatforms, die zij onder hun aangesloten leden verdelen. Duitsland, het Verenigd Koninkrijk, en de Verenigde Staten werken daarnaast met verschillende (niet allemaal ingevoerde) maatregelen.

Het wordt duidelijk uit de landenvergelijking dat de landen gedefinieerde problemen hebben in de muziekindustrie die ze willen aanpakken. Daarbij worden er doelen gedefinieerd, zoals het stimuleren van het nationale muziekproduct, bepaalde groepen en/of talen meer kansen te geven hun muziek te laten horen, of om de inkomenspositie van auteurs, muzikanten en componisten te verbeteren. Wanneer er nagedacht wordt over mogelijke stimuleringsmaatregelen voor de Nederlandse muziekindustrie, is het belangrijk om te definiëren welke problemen en doelen er zijn die aangepakt moeten worden, om op basis daarvan te bepalen

¹⁵² UK Parliament (z.d.) Impact of streaming on future of the music industry. AIE observations on DCMS Committee inquiry. [committees.parliament.uk]

welke maatregelen er nodig zijn. Vervolgens, indien er wordt gekozen voor een heffing, moet er worden nagedacht op welke manier dit geld bij de partijen terecht komt waar het voor bedoeld is, bijvoorbeeld via één of meerdere fondsen. Deze overwegingen bespreken we uitgebreider in hoofdstuk 6, waarbij we allereerst ervaren knelpunten in de muziekindustrie identificeren en vervolgens welke mogelijke (beleids)maatregelen er zijn.

6 Stimuleringsmaatregelen voor Nederlandse muziekproducties

6.1 Inleiding

In dit hoofdstuk staan we allereerst stil bij de belangrijkste ervaren knelpunten in de markt voor online muziekdiensten. Daarna wordt nader ingegaan op mogelijke stimuleringsmaatregelen voor Nederlandse muziekproducties, de financiering hiervan en mogelijke effecten van deze maatregelen aan de hand van vier beleidsdoelen. Vervolgens wordt specifiek ingegaan op de juridische implicaties en haalbaarheid van de beschreven stimuleringsmaatregelen. Daarna volgt een beschrijving van de afbakening van Nederlandse muziekproducties, dat relevant is in het kader van stimuleringsmaatregelen. Het hoofdstuk eindigt met een conclusieparagraaf.

6.2 Ervaren knelpunten in de markt voor online muziekdiensten

Voordat er naar mogelijke stimuleringsmaatregelen voor Nederlandse muziekproducties kan worden gekeken, is het van belang om scherp te krijgen welke knelpunten er spelen in de markt voor online muziekdiensten. We identificeren vier overkoepelende knelpunten: een onevenwichtige inkomstenverdeling van de opbrengsten van een muziekstuk; gebrek aan transparantie met betrekking tot het gebruik van algoritmes en het opstellen van afspeellijsten; de geringe afdracht van licentievergoedingen aan CBO's of platenmaatschappijen door social mediaplatforms in vergelijking tot streaming platforms; en de opkomst en inzet van AI-gegenereerde muziek.

Het meest genoemde knelpunt in de markt voor online muziekdiensten betreft de **onevenwichtige inkomstenverdeling van de opbrengsten van een muziekstuk**. In een rapport van ESCA staat dat 77,3% van de muziekmakers onvoldoende verdient om te kunnen leven van muziek, en daarom vaak een of meerdere banen ernaast moeten hebben.¹⁵³ Gesprekspartners geven in interviews aan dat het voor startende en mid-career artiesten bijzonder lastig is om zich met enkel streaminginkomsten van voldoende inkomsten te voorzien. Zoals eerder benoemd gaat een groot deel van de opbrengsten van een muziekstuk naar andere partijen dan de uitvoerend artiest, componist of tekstschrijver. Veel van de opbrengsten komen namelijk terecht bij de platenmaatschappij of het label, waarbij het specifieke percentage voor de artiest of makers afhankelijk is van de contractafspraken die zijn gemaakt. Anderzijds staan daar ook veel grotere kosten tegenover die grotendeels ten goede komen aan de makers. De vermeende disbalans tussen makers en labels geldt niet specifiek voor de online muziekmarkt, maar stamt uit een verder verleden waar nog veel meer dan vandaag de dag artiesten voor succes afhankelijk waren van de grote platenmaatschappijen. De opkomst van internet, digitalisering en online muziekdiensten heeft juist gezorgd voor meer alternatieven in productie en distributie van muziek en de afhankelijkheid van de grote labels iets verminderd, mede onder invloed van de sterk opgekomen sociale media platforms.

Uit de interviews blijkt dat **vaak niet duidelijk is hoe afspeellijsten door platforms zijn samengesteld**, terwijl deze lijsten wel van groot belang zijn voor de zichtbaarheid van de artiest. Wanneer een artiest op een door Spotify of anders samengestelde afspeellijst staat, is dit van aanzienlijke invloed op de mate waarin de artiest wordt beluisterd, of in ieder geval

¹⁵³ ESCA (2023). Music Streaming and its impact on music authors. Geraadpleegd op 30 augustus 2024. [composeralliance.org]

de kans krijgt om zijn of haar nummer onder een groot publiek onder de aandacht te brengen. Het gebrek aan transparantie betreft enerzijds de werking en toegepaste criteria van gebruikte algoritmes en aanbevelingssystemen wat maakt dat het onduidelijk blijft hoe de afspeellijsten zijn samengesteld en anderzijds de inzet van (al of niet) Nederlandse curatoren bij de streamingplatformen.¹⁵⁴

Een derde knelpunt betreft de **afdracht van licentievergoedingen door social media-platforms aan CBO's of platenmaatschappijen**. Deze afdrachten zijn veelal veel geringer dan van de streamingplatforms of zelfs geheel afwezig. Ook de wijze waarop transparantie kan worden gegarandeerd als het gaat om de inzet van AI blijft een punt van zorg voor CBO's, makers en platenmaatschappijen. Een voordeel van de social mediaplatforms is dat het voor makers een directere manier is om te communiceren met hun fans en dat zo een extra kanaal ontstaat om hun muziek onder de aandacht te brengen. Een trending song of artiest kan snel stijgen op de online hitlijsten, waarmee extra inkomsten voor alle betrokken partijen uit de muziekketen toenemen. In zekere zin kan dit beschouwd worden als een indirecte vorm van vergoeding voor het gebruik van muziekwerken. Maar dat geldt vooral voor een kleine groep populaire artiesten. Andere minder succesvolle rechthebbenden vallen in dit model onterecht buiten de boot. Sociale media verdienen veel geld met muziek waarvoor geen of slechts zeer geringe vergoedingen aan rechthebbenden worden afgedragen. Dit knelpunt verdient voldoende aandacht. Het verbeteren van het verdienvermogen van makers vereist echter ook duidelijkheid over de contractuele afspraken tussen social mediaplatforms, platenmaatschappijen en rechthebbenden.

Een vierde knelpunt betreft de **opkomst van AI-gegenereerde muziek**. Een eerste aspect betreft de mate waarin AI-gegenereerde muziek op streamingdiensten muziek van 'echte' artiesten belemmert. Het Europees Parlement waarschuwt in hun recente motie dan ook dat de toename van AI-gegenereerde content op muziekstreamingplatforms de zichtbaarheid van Europese muziek bedreigt.¹⁵⁵ Sommige streamingplatforms promoten AI-gecreëerde muziek om kosten te besparen, wat ertoe leidt dat afspeellijsten worden gevuld met AI-gegenereerde nummers in plaats van muziek van echte artiesten. Dit beperkt de kansen van echte artiesten om beluisterd te worden en vermindert hun mogelijkheden om inkomsten te genereren. Het gaat hier om muziek die is gegenereerd door algoritmes, zonder dat er componisten of auteurs aan te pas komen, waardoor streamingdiensten deze nummers kunnen aanbieden zonder makers te hoeven belonen. Dit zou een oneerlijke concurrentiepositie kunnen creëren, waarin 'echte' artiesten worden verdrongen door AI-content die zonder compensatie voor creatieve inspanningen op de platforms verschijnt.

Een tweede aspect van dit knelpunt is het **gebrek aan transparantie rondom de manier waarop AI wordt getraind**. AI-modellen worden vaak gevoed met bestaande muziek, waarbij niet duidelijk is of de originele makers toestemming hebben gegeven voor het gebruik van hun werk. Er zijn zorgen dat artiesten wiens muziek wordt gebruikt om AI-modellen te trainen, niet eerlijk worden gecompenseerd. Een interviewrespondent pleitte dan ook voor meer transparantie over welke muziek wordt gebruikt voor AI-training, en benadrukte dat dit in overeenstemming moet zijn met EU-wetgeving en auteurs expliciet toestemming moeten geven voor het gebruik van hun muziek in dit proces. Een aanverwante zorg is de mogelijkheid tot **ongewenst gebruik van AI**, of zelfs **fraude met AI in relatie tot**

¹⁵⁴ Legrand Network (2022). Study on the place and role of authors and composers in the European music streaming market. Geraadpleegd op 30 augustus 2024. <https://authorsocieties.eu/content/uploads/2022/09/music-streaming-study-28-9-2022.pdf>

¹⁵⁵ Europees Parlement (2024). Culturele diversiteit en de omstandigheden van auteurs op de Europese markt voor muziekstreaming, 2023/2054(INI) [www.europarl.europa.eu]

zoekalgoritmes, waarbij het beluisteren van streams wordt beïnvloed via met AI gemanipuleerde voorkeurlijsten (in plaats van die berusten op de voorkeuren van consumenten) en er op oneigenlijke manier inkomsten worden gegeneerd.

Naast concreet ervaren knelpunten die middels gericht beleid aangepakt zouden kunnen worden, bestaan er mogelijk ook redenen om het Nederlandse muziekproduct en de muzieksector in brede zin te stimuleren, denk hierbij vooral aan educatie, innovatie en doorstroming van talent naar internationaal niveau. Deels worden deze taken overigens ook opgepakt door de sector zelf. Hierbij staat niet zozeer herverdeling als meer het vergroten van de taart centraal.

6.3 Stimuleringsmaatregelen en beleidsdoelen

6.3.1 Inleiding

Bij het identificeren van geschikte stimuleringsmaatregelen is er een aantal belangrijke aspecten en uitgangspunten die wij hierna ter introductie verder toelichten:

- **Doel van de maatregel.** Het is een voor de hand liggend punt, maar er dient goed in kaart te worden gebracht wat het doel is van de maatregel. Wij willen er hier expliciet voor waken dat er bij de verkenning van stimuleringsinstrumenten een doelredenering gaat ontstaan: "*middelen op zoek naar een probleem!*". Een aspect dat hier nauw mee samenhangt is op welke partijen binnen de muzieksector de maatregel zich richt. Gaat het puur en alleen om de makers, of ook om de bredere muziekinfrastructuur zoals opleidingen en muziekpodia? En gaat het om alle makers of alleen specifieke groepen zoals de talenten of juist de *mid-career* artiesten?
- **Financiële versus niet-financiële maatregelen.** Binnen de type maatregelen kan onderscheid gemaakt worden tussen financiële en niet-financiële maatregelen. Bij financiële maatregelen valt bijvoorbeeld te denken aan een subsidie ten behoeve van de Nederlandse muziekindustrie. Bij een niet-financiële maatregel kan gedacht worden aan zichtbaarheidsverplichtingen van Nederlandse nummers op online muziekdiensten of een quotum van Nederlandse muziek op de radio. Daarnaast kunnen maatregelen een bredere werking hebben, bijvoorbeeld gericht op versterking van Nederlandse muziekinfrastructuur.
- **De rol van online muziekdiensten.** Het onderzoek richt zich op de online muziekdiensten. Bij het inventariseren van stimuleringsmaatregelen spelen die immers een belangrijke rol. Zo zijn in Frankrijk en Canada heffingen op de inkomsten van online muziekdiensten opgelegd om met die middelen de nationale muzieksector te stimuleren. Ook als het gaat om het vergroten van de zichtbaarheid van Nederlandse artiesten op online muziekdiensten is er vanuit hen medewerking noodzakelijk. Tegelijkertijd zijn er binnen de keten van de muzieksector (zie ook eerder in dit onderzoek) veel verschillende partijen actief. Binnen de inventarisatie van de maatregelen is daarom breed gekeken.

6.3.2 Beleidsdoelen

Op basis van dit onderzoek en vooral de voorgaande beschreven knelpunten valt een aantal logische beleidsdoelen af te leiden. Vanuit deze doelen kunnen nadere beleidsopties worden uitgewerkt waar de politiek zich vervolgens over zal moeten uitspreken. In de onderstaande tabel zijn de belangrijkste doelen weergegeven, die bereikt kunnen worden en kunnen bestaan uit een mix van financiële en andere ondersteunende maatregelen.

Tabel 10. Overzicht van doelen en instrumenten

Beleidsdoelen	Financiële maatregelen	Andere ondersteunende maatregelen
<p>1. Verbetering inkomenspositie Nederlandse makers</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Heffing op streamingplatforms - Maker heeft directe vergoedingsaanspraak tegen social mediaplatforms (zie Duitsland) en streamingsplatforms (zoals in België, Spanje en Zwitserland) die los staat van individueel exploitatiecontract en verplicht collectief moet worden geïnd via CBO. - Minimumpercentage van inkomsten uit muziekproducties voor uitvoerend artiest - Subsidie voor (beginnende) makers - Contractuele minimumvergoedingen voor optredens - Fiscale voordelen voor artiesten (bv belastingvrijstellingen of aftrekken van muziekgerelateerde inkomsten) - Bestseller vergoeding voor sessiemusici 	<ul style="list-style-type: none"> - Opzetten organisatie/steunpunt om artiesten te ondersteunen bij contractonderhandelingen - User-centric payment systeem bij muziekstreamingdiensten - Afspraken over een minimum percentage van inkomsten van muziekproducties naar uitvoerend artiest, met een duidelijke richtlijn voor eerlijke contracten
<p>2. Verbeteren zichtbaarheid en vindbaarheid van Nederlandse makers</p>	<p>Geen</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Prominentieverplichting op online muziekdiensten (verplichtingen m.b.t. zichtbaarheid & vindbaarheid, eisen aan recommender systems) - Minimum of maximum quota voor binnenlandse/buitenlandse muziekproducties op de radio
<p>3. Transparantie verhogen en meer grip krijgen op de rol van AI</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Subsidie voor kennis, kunde, toezicht en handhaving t.a.v. AI-gerelateerde vraagstukken in de muzieksector en specifiek inbreuk van intellectueel eigendom. 	<ul style="list-style-type: none"> - Onafhankelijke audits van aanbevelingssystemen en de verdeling van inkomsten onder artiesten - Zorg ervoor dat AI-diensten verplicht worden toestemming te vragen aan de rechthebbende (artiest/label voordat ze muziek mogen gebruiken om hun systemen te trainen. - Vergroten van toezicht en handhaving op AI-misbruik.
<p>4. Versterken van de Nederlandse muziekinfrastructuur</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Subsidies voor jonge artiesten (talentontwikkeling) - Subsidies voor professionele ontwikkeling - Subsidies voor internationale tournees en festivals - Investerings in kwaliteit muziekopleidingen en -scholen, eventueel strengere toegang maken - Subsidies voor (jonge) NL-makers voor NL poppodia 	<ul style="list-style-type: none"> - Coaching programma's en netwerk-evenementen voor artiesten - Workshops en trainingen in ondernemerschap en contractonderhandelingen - Betere selectie op talent bij toegang tot opleiding - Stellen normen m.b.t. muzikles in het basis- en voortgezet onderwijs - Normen stellen m.b.t. aandeel jonge NL-makers bij de NL poppodia

6.3.3 Financiering van de maatregelen

Een aandachtspunt bij uitwerking van de beleidsopties is de herkomst van financiële middelen, hoewel die er ook gedeeltelijk los van staat. Voor een aantal van de hiervoor genoemde maatregelen is financiering op verschillende wijze denkbaar:

- **Middelen vanuit de Rijksoverheid:** een van de mogelijkheden is dat er vanuit de Rijksoverheid middelen worden verstrekt voor specifieke maatregelen. Dit is bijvoorbeeld het geval wanneer er fiscale regelingen voor makers worden opgezet. In die gevallen kan de Rijksoverheid belastinginkomsten mislopen. Op dit moment is financiering vanuit algemene middelen politiek gezien geen populair vertrekpunt.
- **Middelen vanuit muziekstreamingsdiensten:** een andere optie is dat er vanuit muziekstreamingsdiensten middelen beschikbaar worden gesteld. Dit kan via een heffing. In Frankrijk en Canada wordt dit instrument al toegepast. Deze landen gaan uit van een heffing van respectievelijk 1,2% (Frankrijk) en 5% (Canada) op online muziekstreamingsplatforms. Op de Nederlandse markt is een vergelijkbare maatregel denkbaar, onder voorbehoud dat er daarbij de kanttkening(en) t.a.v. Europees recht, in het bijzonder het discriminatieverbod, in acht moeten worden genomen.¹⁵⁶ Dit vergt nader onderzoek. De hoogte van het heffingspercentage is daarbij een politieke keuze. Uitgaande van de omzet van de online muziekdiensten uit paragraaf 3.4.1 en vergelijkbare heffingspercentages als in Frankrijk (1,2%) en Canada (5%) zouden de inkomsten in Nederland uitkomen op respectievelijk ca. €5 miljoen tot €22 miljoen. Dit onder de aanname dat er geen gedragseffecten optreden (zoals het afsluiten van minder abonnementen). Er kan overigens ook worden overwogen om sectorafspraken te maken. Zo waren de muziekstreamingsdiensten in Frankrijk bereid om zelf middelen vrij te maken voor investeringen in de Franse muzieksector in plaats van een opgelegde heffing.
- **Middelen vanuit platenmaatschappijen en muziekwitgeverijen:** er kan ook gekeken worden naar extra middelen vanuit platenmaatschappijen en muziekwitgeverijen. Het is hierbij wel de vraag hoe dat dan vorm gegeven kan worden.

Dit is geen uitputtende lijst aan partijen. Middelen zouden ook bij andere partijen vandaan kunnen komen, zoals social mediapartijen, omroepen, adverteerders en indirect bij de consument. Vooralnog liggen deze partijen minder voor de hand om verschillende redenen en laten we die daarom hier buiten beschouwing.

6.3.4 Verwachte effecten van maatregelen en beleidsopties

Wanneer we de verschillende mogelijke maatregelen en beleidsopties willen beoordelen kunnen we nader kijken naar de mogelijk verwachte effecten die zij teweegbrengen. In onderstaande tabel volgt een overzicht van instrumenten en mogelijke effecten per beleidsdoel.

Tabel 11. Overzicht van instrumenten en mogelijke effecten per beleidsdoel.

Beleidsdoel	Instrument	Mogelijke effecten
1. Verbetering inkomenspositie Nederlandse makers	Heffing op streamingplatforms (bv 1.2% [Fr] of 5% [Can])	Prijsverhoging abonnement streamingdienst voor de consument (vgl. Spotify in Frankrijk). Onduidelijk is in

¹⁵⁶ Zie de juridische kantttekeningen zoals eerder in het rapport geschetst m.b.t. EU-regelgeving (p. 46 e.v.).

		hoeverre hierdoor vraaguitval en/of substitutie-effecten optreden. Verwachte opbrengst bij 1,2% (Fr) en 5% (Can) is resp. €5 en €22 mln. Effecten op makers afhankelijk van manier waarop heffing wordt ingezet.
	Minimumpercentage van inkomsten uit muziekproducties voor uitvoerend artiest	Meer evenwichtige inkomensverdeling, inkomensverbetering afhankelijk van uitkomst minimum prijs. Mogelijke gedragseffecten, bijv., omdat platenmaatschappijen meer voor zekerheden zullen zoeken en mogelijk ook minder gaan investeren in artiesten.
	Verhoging afdrachten aan CBO's of platenmaatschappijen door social mediaplatforms	Versterking onderhandelingspositie (CBO en overheid), directe inkomenseffecten op middellange termijn; wel moeilijk realiseerbaar in de praktijk.
	Steunpunt artiesten bij contract-onderhandelingen	Verwachte impact inkomensverbetering is reëel; relatief geringe initiële kosten.
2. Verbeteren zichtbaarheid en vindbaarheid van Nederlandse makers	Prominentieverplichting NL-muziekproduct bij online muziekdiensten	Marktverstoring door publieke inmenging in de inhoudelijke keuze van het muziek-aanbod van streamingdiensten.
	Minimum of maximum quota voor binnenlandse/buitenlandse muziekproducties op de radio	Kan leiden tot strategisch gedrag door gepushte muziek op minder populaire tijdstippen of kanalen te plaatsen. Extra inkomsten uit afdrachten door RTV kan extra inkomen verschaffen. Toch lijkt de verwachte impact op inkomen relatief beperkt, omdat NL-(talig) muziekproduct al relatief goed scoort op Spotify.
3. Transparantie verhogen en meer grip krijgen op rol AI	Subsidie voor kennis, kunde, toezicht en handhaving t.a.v. AI-gerelateerde vraagstukken	Betere onderhandelingspositie CBO's, makers, uitgevers en platenlabels. Beter toezicht en handhaving op AI-misbruik.
	Onafhankelijke audits van aanbevelingssystemen en toezicht en handhaving op AI-misbruik	Verhoogt transparantie, minder manipulatie van preferentiesystemen, mogelijk verruiming inkomens voor makers op de langere termijn door toenemende licentieafdrachten.
	Verplichting voor AI-diensten om toestemming te vragen aan de rechthebbende artiest/label voor gebruik muziek om hun systemen te trainen	Toename aantal licenties en verhoging inkomens makers op LT te verwachten (Betere bescherming van het auteursrecht van de makers; marktvergroting).
4. Versterken van de Nederlandse muziekinfrastructuur	Extra subsidies voor jonge artiesten (talentontwikkeling en doorgroei)	Verbetering kwaliteit, innovatie en commercialisatie van NL muziekproduct.
	Subsidies voor professionalisering en internationalisering (bv internationale tournees en festivals)	Exporttoename, meer live-optredens en daarmee directe inkomensverhoging bij makers.
	Investerings in kwaliteit (en evt. toegangseisen) muziekopleidingen en -scholen, ook buiten de steden	Verruiming van talent en verhoging kwaliteit NL muziekproduct; indirect verruiming van de muziekmarkt.
	Extra subsidies voor (jonge) NL-makers voor toegang tot NL poppodia, bv via Upstream: Music	Versnelling doorgroei talent, directe inkomensverbetering voor artiesten, die relatief veel overhouden van vergoedingen voor live-optredens. Ook componisten en tekstschrijvers profiteren hiervan.

Hierna bespreken we de belangrijkste instrumenten en verwachte effecten per beleidsdoel uit de tabel. Sommige instrumenten zijn daarbij minder direct dan andere en ook de te verwachte mate van effect kunnen (mede daardoor) verschillen. Sommige instrumenten zijn financieel van aard, andere stimuleringsinstrumenten zijn meer inhoudelijke en gericht op het verbeteren van voorwaarden en condities.

1. Verbetering inkomenspositie Nederlandse makers

Naar aanleiding van de geconstateerde onevenwichtige inkomensverdeling in de muzieketen, is op verscheidene manieren de inkomensposities van de makers van muziekwerken (componisten, tekstschrijvers en artiesten) te beïnvloeden, c.q. te verbeteren. We bespreken achtereenvolgens de belangrijkste instrumenten.

Specifieke *heffingen op inkomsten van online muziekdiensten* is een maatregel die ook al in Frankrijk en Canada wordt toegepast. Daar wordt uitgegaan van een heffing van respectievelijk 1,2% (Frankrijk) en 5% (Canada) op de door online muziekstreamingsplatforms gegenereerde omzet afkomstig van consumenten uit de genoemde landen. In Frankrijk gaat de opbrengst van de heffing naar de steunprogramma's van het *Centre National de la Musique (CNM)*. Deze programma's zijn gericht op projecten van artiesten ter ondersteuning van de opkomst, diversiteit en internationale ontwikkeling van de Franse muziek. Voor Canada geldt dat de opbrengsten van de heffing worden verdeeld onder meerdere fondsen die gericht zijn op het stimuleren van de Canadese muziekindustrie. Verbetering van de inkomenspositie van de makers is hierbij dus niet het expliciete doel.

Op de Nederlandse markt is een vergelijkbare maatregel denkbaar. De hoogte van het heffingspercentage is daarbij een politieke keuze. Uitgaande van de omzet van de online muziekdiensten uit paragraaf 3.4.1 en vergelijkbare heffingspercentages als in Frankrijk (1,2%) en Canada (5%) zouden de inkomsten in Nederland uitkomen op resp. circa €5 miljoen tot €22 miljoen. Dit is onder de aanname dat er geen gedragseffecten optreden (zoals het afsluiten van minder abonnementen).

Een belangrijk effect dat in Frankrijk plaatsvond, is dat Spotify de heffing in de vorm van prijsverhoging van het abonnement heeft doorbelast naar de luisteraar. Het is aannemelijk dat deze reactie zich ook in Nederland herhaald na invoering van een heffing op streamingplatformen. Nog onduidelijk is of en in welke mate dit leidt tot vraaguitval en/of substitutie-effecten. Het is waarschijnlijk dat de consument (grotendeels) de prijs zal moeten betalen van een dergelijke heffing en dat van inkomensherverdeling binnen de muzieketen nauwelijks sprake zal zijn. Daarbij is het de vraag of het belasten van enkel streamingpartijen recht doet aan de geconstateerde inkomensonevenwichtigheid, omdat deze tussen makers en platenmaatschappijen waarschijnlijk groter is vergeleken met de online muziekdiensten (streamingplatformen). Een ander bezwaar van een heffing is de efficiënte besteding daarvan. In Frankrijk is immers gekozen voor een vrij brede inzet van deze middelen via het CNM, waarmee een directe inkomensverbetering voor makers niet is geborgd.

Andere instrumenten zijn een *minimumpercentage van inkomsten uit muziekproducties voor makers, verhoging van afdrachten* aan CBO's, uitgevers en platenmaatschappijen en gerichte *ondersteuning van contractonderhandelingen* door de makers met o.a. platenmaatschappijen. Waarbij heffingen en een minimumpercentage vooral een kostenverhogende werking hebben, waarop marktpartijen in de keten reageren met resp. prijsverhogingen door streamingplatformen (a.g.v. heffingen) of minder investeringen in of promotie van artiesten door platenmaatschappijen (a.g.v. minimum inkomen). In beide voorbeelden zal er geen sprake zijn van marktvergroting. Bij verhoging van afdrachten door social mediaplatforms is er naar verwachting wel sprake van marktverruiming, waar dat bij de andere genoemde instrumenten niet het geval is.

Het inrichten van een *juridisch ondersteuningspunt* voor (jonge) makers *gericht op contract-onderhandelingen* met platenmaatschappijen kan de inkomenspositie van de makers direct verbeteren. Uit literatuuronderzoek en gesprekken in de muzieksector kwam naar voren dat de exacte inkomsten (uit streaming) voor makers uit online muziekdiensten sterk afhankelijk zijn van het afgesloten contract over te ontvangen royalty's. Uit ons eerdere onderzoek kwam naar voren dat het aandeel voor de makers binnen de royalty's tussen de 10% en 50% bedraagt waarbij het vaker naar de 10% tendeert dan naar de 50%. De afgelopen jaren zijn er ook diverse geschillen tussen artiesten en hun platenmaatschappij in het nieuws gekomen, zoals Martin Garrix versus Spinnin'¹⁵⁷, Ronnie Flex versus Top Notch¹⁵⁸ en onlangs Henk Westbroek e.a. artiesten versus Universal Music.¹⁵⁹ Dit illustreert de onvrede onder makers over de door hen afgesloten contracten met platenlabels. Er kan voor deze maatregel mogelijk ook de aansluiting worden gezocht bij het Platform Arbeidsmarkt Culturele en Creatieve Toekomst (Platform ACCT). Dit is een netwerkorganisatie die is opgericht voor het blijvend versterken van de arbeidsmarkt van de culturele en creatieve sector en het verbeteren van de (inkomens)positie van werkenden die daarin actief zijn.¹⁶⁰ Het is opgericht met steun van de Kunstenbond en Federatie Cultuur. Het wordt gefinancierd door het ministerie van OCW en gedragen door de belangrijkste culturele organisaties in Nederland.

Een bijkomend aspect in geval van (juridisch) steunpunt voor contractonderhandeling is dat dit een relatief geringe investering vergt. Bestaande stimuleringsorganisaties zouden deze taak bijvoorbeeld sterker dan voorheen kunnen oppakken, bij voorkeur met bredere steun vanuit de sector.

Tot slot merken we op dat voor artiesten liveoptredens een veel belangrijkere bron van inkomsten is dan die uit streaming. Toegang van talent tot de grotere podia, live-acts en festivals is dan ook een belangrijke conditie voor inkomensverbetering van de makers, in het bijzonder van de artiesten.

2. Verbeteren zichtbaarheid en vindbaarheid van Nederlandse makers

Naast de financiële stimuleringsmaatregelen kunnen ook zichtbaarheidsverplichtingen voor online muziekdiensten gericht op Nederlandse muziekproducties als mogelijke maatregel ingezet worden. De vraag is dan wel hoe een dergelijke maatregel geïmplementeerd moet worden. Er zou bijvoorbeeld gedacht kunnen worden aan (1) een minimaal aandeel Nederlandse muziekproducties binnen gecureerde afspeellijsten en/of (2) het aanpassen van algoritmes zodat gebruikers meer Nederlandse muziekproducties krijgen voorgeschoteld. Voor bijvoorbeeld de afspeellijst Top 50 – Nederland geldt dat deze gebaseerd is op de recent meest afgespeelde nummers in Nederland. Het lijkt dan niet logisch om in een dergelijke afspeellijst bepaalde nummers te *pushen* (dit zou immers afwijken van de voorkeuren van de luisteraar). Het *opleggen van prominentieverplichtingen* bij online muziekdiensten heeft een marktverstoring effect door publieke inmenging in de inhoudelijke keuze van het muziek aanbod van streamingdiensten. Omdat de export van Nederlands product goed floreert en Nederlandstalige afspeellijsten goed zijn vertegenwoordigd op de streamingplatformen, is hier onvoldoende sprake van marktfalen dat een dergelijke maatregel legitimeert.

In het onderzoek zijn ook andere type stimuleringsmaatregelen naar voren gekomen die niet gericht zijn op online muziekdiensten. Een voorbeeld hiervan is een *quotum* voor

¹⁵⁷ Martijn Zeven (2021) *Langdurig juridisch gevecht tussen Martin Garrix en Spinnin' duurt voort; Garrix wel eigenaar van eigen tracks*. [www.quotenet.nl]

¹⁵⁸ NOS (2024) *Ronnie Flex roept volgers op tot protest tegen platenlabel Top Notch*. [nos.nl]

¹⁵⁹ *Artiesten spannen rechtszaak aan om oneerlijke streaminginkomsten* (rtl.nl)

¹⁶⁰ Platform ACCT (2024) *Over ons*. [platformacct.nl]

Nederlandse muziekproducties op de radio. Frankrijk kent al een vergelijkbare maatregel, daar geldt dat tijdens significante luisteruren 40% van de muziekwerken liedjes met Franse expressie bedraagt waarvan minstens de helft afkomstig is van nieuwe talenten of producties. Ook voor het instellen van een quotum voor radio gelden in Nederland vergelijkbare bezwaren, zoals hiervoor genoemd bij beïnvloeding van het opstellen van afspeellijsten voor streamingdiensten. Verder kent Nederland radiostations zoals 100%NL, dat zich expliciet richt op nationaal product.

3. Transparantie verhogen en meer grip krijgen op de rol van AI voor de Nederlandse muzieksector

De positieve en negatieve invloeden van AI op de muzieksector worden steeds beter zichtbaar. Hoe je het wendt of keert, de impact hiervan is enorm en vraagt dat er goed wordt nagedacht over de rol die AI heeft in de muzieksector. Op basis van de ontwikkelingen die wij gesignaleerd hebben volgen hier enkele mogelijke maatregelen.

Een eerste maatregel is een *subsidie voor kennis, kunde, toezicht en handhaving ten aanzien van AI-gerelateerde vraagstukken*. Het gaat nadrukkelijk om een generieke subsidie die voor verschillende AI-gerelateerde vraagstukken kan worden ingezet. Voor welke doelgroepen en doeleinden deze subsidie exact zou moeten worden ingezet dient nog nader onderzocht en bepaald te worden. De subsidie zou bijvoorbeeld ingezet kunnen worden om de kennisbasis over AI-vraagstukken te vergroten, bijvoorbeeld door het uitvoeren van onderzoek of pilot-programma's. Ook zou de subsidie ingezet kunnen worden voor training van personeel op het gebied van AI. Een andere mogelijkheid is het inzetten van de subsidie voor het verbeteren van de toezicht en handhaving in relatie tot bijv. kunstmatige streaming.

Daarnaast zien we *onafhankelijke audits van aanbevelingssystemen* als mogelijke maatregel. Tot op heden zijn de aanbevelingssystemen van online muziekdiensten volledig intransparant. Zoals besproken in 6.2, is het vaak niet duidelijk hoe afspeellijsten door platforms zijn samengesteld, terwijl deze lijsten wel van groot belang zijn voor de zichtbaarheid van de artiest. Wanneer een artiest op een door Spotify of anders samengestelde afspeellijst staat, is dit van aanzienlijke invloed op de mate waarin de artiest wordt beluisterd, of in ieder geval de kans krijgt om zijn of haar nummer onder een groot publiek onder de aandacht te brengen. Hetzelfde geldt voor gepersonaliseerde aanbevelingen die door de platforms worden gedaan op basis van luistergedrag. Het gebrek aan transparantie betreft enerzijds de werking en toegepaste criteria van gebruikte algoritmes en aanbevelingssystemen wat maakt dat het onduidelijk blijft hoe de afspeellijsten en voorgeschotelde muziek zijn samengesteld en anderzijds de inzet van (al of niet) Nederlandse curatoren bij de streamingplatformen.

Hiermee samenhangend is een andere mogelijke maatregel om het *toezicht en handhaving op AI-misbruik verder* aan te scherpen. Onder AI-misbruik verstaan we het uploaden van door AI-gegenereerde muzikale content op online muziekdiensten met als doel om hier inkomsten mee te genereren. Ook de inzet van AI met als doel het realiseren van kunstmatige streams (streams door middel van scripts of bots) valt hieronder. Spotify heeft recent al nieuw beleid aangekondigd om AI-misbruik tegen te gaan, bijvoorbeeld door boetes op te leggen aan labels en distributeurs voor nummers waarvoor gebruik is gemaakt van kunstmatige streaming.¹⁶¹ Ook tracht Spotify de groeiende collectie aan ruiscontent tegen te gaan, omdat de inkomsten die hiermee worden gegenereerd niet in verhouding staan met hun bijdrage aan luisteraars. Door deze maatregel is de verwachting dat de transparantie

¹⁶¹ Spotify for Artists (2024). Door de modernisering van ons royaltysysteem komt er een extra bedrag van \$ 1 miljoen beschikbaar voor opkomende en professionele artiesten. [<https://artists.spotify.com>]

toeneemt, aanbevelingssystemen minder gemanipuleerd worden en de inkomsten voor artiesten verruimd worden op de langere termijn door toenemende royalty vergoedingen.

Een laatste maatregel is een *effectieve implementatie en handhaving van de mogelijkheid om het auteursrecht voor te behouden ten opzichte van gebruik voor AI-training (zogenoemde "opt-out" volgens artikel 15o Auteurswet)*. Voor AI-diensten brengt het rechtenvoorbehoud de verplichting met zich mee om toestemming te vragen aan de rechtshabende artiest/label voor het gebruik van muziek om hun systemen te trainen. AI-diensten als Udio en Suno AI, waarmee gebruikers in één druk op de knop muziek kunnen genereren, hebben hun systemen getraind met een grote hoeveelheid aan muzikale content. Echter, er ontstond veel ophef over de wijze waarop zij dit hebben gedaan. Zo bleek bijvoorbeeld dat Udio onrechtmatig de vocals van Stef Bos en Paskal Jakobsen (BLØF) had gebruikt om hun systeem te trainen. Hier was echter geen expliciete toestemming voor gevraagd. Een aantal dagen later werd bekend dat de app de artiesten een 'commerciële samenwerking' aanbood als zij bereid waren hun beschermende werk over te dragen. Een dergelijke licentie-constructie kan voor bestaande artiesten dan leiden tot extra (of andersoortige) inkomsten. Effectievere handhaving op de verplichting die in het geval van een opt-out al geldt voor AI-diensten om toestemming te vragen aan rechthebbenden om hun muziek te gebruiken om AI-modellen te trainen, kan op deze wijze mogelijk leiden tot een toename van het aantal licenties en een verhoging van de inkomsten van makers op de lange termijn. Ook worden de auteursrechten van de makers hierdoor beter beschermd. Naast effectievere handhaving is ook hier het eerdergenoemde stimuleren van kennis en kunde van belang, zoals nader wordt besproken onder paragraaf 6.4, onderdeel 3. Transparantie verhogen en meer grip krijgen op rol AI.

4. Versterken van de Nederlandse muziekinfrastructuur

Het versterken van de Nederlandse muziekinfrastructuur is door meerdere respondenten genoemd als belangrijke voorwaarde om de gehele Nederlandse muziekindustrie te ondersteunen. Dit kan bereikt worden door te investeren in educatie, talentontwikkeling, professionalisering, internationalisering en het verbeteren van exportmogelijkheden.

Een eerste maatregel om de Nederlandse muziekinfrastructuur te ondersteunen is door in te zetten op *educatie en talentontwikkeling*. Subsidies voor jonge artiesten kunnen helpen om de kwaliteit en diversiteit van de Nederlandse muziek te vergroten. Door talentvolle muzikanten te ondersteunen, ontstaat er ruimte voor nieuwe stijlen en creaties. Ook componisten en tekstschrijvers kunnen hiervan profiteren. Daarbij moet er naast beginnende artiesten ook aandacht voor mogelijkheden zijn voor bestaande talenten om door te groeien. Dit kan bijvoorbeeld door coaching programma's en netwerkevenementen, waar artiesten hun kennis en ervaring kunnen delen. Degelijke evenementen bieden ook een mogelijkheid om andere subsidieprogramma's onder de aandacht te brengen, zoals Upstream of het Sena Performers Fonds.

Naast talentontwikkeling is het *professionaliseren en internationaliseren* van de muziekindustrie belangrijk. Subsidies voor de professionalisering en internationalisering van artiesten kunnen leiden tot meer liveoptredens en een grotere aanwezigheid op internationale festivals. Dit biedt kansen voor Nederlandse artiesten om hun muziek wereldwijd te presenteren. Financiële steun voor internationale tournees kan bijdragen aan de *export* van Nederlandse muziek en de zichtbaarheid van artiesten vergroten. Dit sluit aan bij initiatieven zoals Dutch

Export Music, die zich richt op het bevorderen van de internationale positie van de Nederlandse popmuziek binnen de wereldwijde muzieksector.¹⁶²

Een deel van de Nederlandse musici en artiesten hebben een opleiding gevolgd aan een muziekschool. De *kwaliteit van het onderwijs* verbeteren speelt mee in het versterken van de muziekinfrastructuur. Investerings in muziekopleidingen en -scholen, met strengere toegangseisen, kunnen zorgen voor beter opgeleide muzikanten. Het onderwijs moet niet alleen gericht zijn op technische vaardigheden, maar ook aandacht besteden aan de werking van de muziekindustrie. Programma's die inzicht geven in contractonderhandelingen, marketingstrategieën en de rol van verschillende actoren in de sector zijn waardevol. Een sterke basis in zowel muzikale als zakelijke vaardigheden bereidt toekomstige artiesten en professionals beter voor op de uitdagingen in de sector.

Een *combinatie* van verschillende beleidsdoelen en instrumenten is ook goed mogelijk. Subsidies voor talentontwikkeling kunnen bijvoorbeeld worden samengebracht met onderwijsinitiatieven om een samenhangende aanpak van de muziekinfrastructuur te maken. Het verbeteren van de infrastructuur kan ook samengaan met het vergroten van de zichtbaarheid van Nederlandse muziek, bijvoorbeeld door een quotum voor Nederlandse artiesten op poppodia en festivals in te voeren. Dit versterkt de positie van artiesten en draagt bij aan de ontwikkeling van een gezonde muziekindustrie die (inter)nationaal aantrekkelijk is.

6.4 Juridische implicaties en haalbaarheid beleidsmaatregelen

In deze paragraaf bespreken we de juridische implicaties en haalbaarheid van de instrumenten, zoals weergegeven in Tabel 12. Met juridische implicaties wordt verwezen naar wat het zou betekenen om in de praktijk degelijk instrument in te zetten. Vervolgens wordt per instrument gekeken in hoeverre de juridische implicaties haalbaar uit zijn te voeren. Dit bespreken we per beleidsdoel.

Tabel 12. Juridische implicaties en haalbaarheid per instrument

Beleidsdoel	Instrument	Juridische implicaties	Juridische haalbaarheid
1. Verbetering inkomenspositie Nederlandse makers	Heffing op streamingplatforms (bv 1.2% [Fr] of 5% [Can])	Vereist een Nederlandse wet die evenredig en non-discriminatoir is, naar Franse voorbeeld	Weinig aanleiding te vermoeden dat dit niet kan (mits Europese voorwaarden (waaronder discriminatieverbod) in acht worden genomen, Franse wetgever heeft geen evidente fouten gemaakt, overigens met kanttekeningen zoals gemaakt onder 5.2.4
	Minimum percentage van inkomsten uit muziekproducties voor uitvoerend artiest	Met de Wet Auteurscontractenrecht is het mogelijk collectieve onderhandelingen te voeren om zo via	Deze route bestaat dus, hoe effectief die zal zijn is een tweede, want het zijn slechts sectorbrede

¹⁶² Dutch Music Export (z.d.). *Wat doet Dutch Music Export?* Geraadpleegd op <https://www.dutchmusicexport.nl/wat-doet-dme>

		sectorafspraken tot een dergelijk minimumpercentage te komen	afspraken, niet gedwongen volgens wet
	Verhoging afdrachten aan CBO's of platenmaatschappijen door social mediaplatforms	Om dit te bereiken hebben zowel de Duitse als de Belgische wetgever bij de implementatie van artikel 17 DSM-richtlijn vergoedingsrechten gecreëerd voor auteurs en uitvoerend muzikanten die platforms verplichten tot afdrachten aan CBO's	De juridische haalbaarheid voor de Nederlandse wetgever tot soortgelijke verplichtingen over te gaan, hangt af van het aanstaande oordeel van het HvJEU hieromtrent
	Steunpunt artiesten bij contractonderhandelingen (bv een lijst van dergelijke steunpunten in het VK)	Juridisch neutrale maatregel	Juridisch haalbaar omdat er geen juridische belemmeringen bestaan
2. Verbeteren zichtbaarheid en vindbaarheid van Nederlandse makers	Prominentieverplichting NL-muziekproduct bij online muziekdiensten (bv Canada: Online Streaming Act zet in op zichtbaarheid van lokale content)	Leidt tot vragen hoe online muziekdiensten dienen te worden gekwalificeerd. Er zijn in de juridische literatuur enige aanknopingspunten om gedeelten van online streamingdiensten als radio-omroep(achtige) diensten te kwalificeren.	Voor gedeelten van online muziekdiensten zou kunnen worden beargumenteerd dat deze onderworpen kunnen worden aan eenzelfde regulering van het aanbod als mogelijk is bij radio-omroepen. Dit is overigens juridisch grotendeels onontgonnen terrein.
	Minimum of maximum quota voor binnenlandse/buitenlandse muziekproducties op de radio (bv Frankrijk: 40% quota voor Franstalige muziek)	Juridisch mogelijk, zou nieuwe nationale wetgeving vereisen	Eerdere poging vanuit de Tweede Kamer stuitte op veel verzet vanuit de sector, het is de vraag tot hoeveel (effectieve) naleving het nu zou leiden
3. Transparantie verhogen en meer grip krijgen op rol AI	Subsidie voor kennis, kunde, toezicht en handhaving t.a.v. AI-gerelateerde vraagstukken (bv EU: Creative Europe-programma biedt subsidies voor AI-gerelateerde muziekprojecten)	Juridisch neutrale maatregel	Juridisch haalbaar omdat er geen juridische belemmeringen bestaan
	Onafhankelijke audits van aanbevelingssystemen en toezicht en	Artikel 27 DSA bevat al regels ten opzichte van aanbevelingssystemen van hostingdiensten, zoals YouTube. De Nederlandse	Juridisch haalbaar, zoals blijkt uit artikel 27 DSA. Deze bepaling zou als template kunnen dienen om een vergelijkbare

	handhaving op AI-misbruik	wetgever zou over uitbreiding naar licentiegebaseerde platforms, zoals Spotify, kunnen nadenken. Nieuwe wetgeving lijkt hiervoor noodzakelijk.	<p>transparantieverplichting voor licentie-gebaseerde platforms te ontwikkelen.</p> <p>Auditverplichtingen betreffen volgens de DSA slechts aanbieders van zeer grote onlineplatforms (artikel 37). Dit doet de vraag rijzen of een auditverplichting te zware en disproportionele lasten met zich zou brengen voor kleinere aanbieders.</p> <p>De Nederlandse wetgever zou als alternatief kunnen nadenken over de invoering van een heffingssysteem voor AI-output waarmee menselijke muziek wordt vervangen. Geïnde heffingen zouden vervolgens gebruikt kunnen worden om menselijke producties te bevorderen.</p>
	Verplichting voor AI-diensten om toestemming te vragen aan de rechthebbende artiest/label voor gebruik van muziek om hun systemen te trainen	Deze verplichting heeft al gestalte gekregen in artikel 4 lid 3 DSM-richtlijn en artikel 15o lid 1 Aw. Artikel 53 van de AI Act bevat bovendien een transparantieverplichting die aanbieders van AI-modellen verplicht om een samenvatting van gebruikte werkrepertoires bij het AI-bureau in te dienen.	Juridisch haalbaar. Desbetreffende wetgeving bestaat al.
4. Versterken van de Nederlandse muziekinfrastructuur	Extra subsidies voor jonge artiesten (talentontwikkeling en doorgroei) (bv Denemarken: Danish Arts Foundation ondersteunt internationale tournees en zichtbaarheid van Deense muziek, talentontwikkelings-subsidie in <u>België</u> , algemene muzieksubsidies in <u>Duitsland</u>)	Lijkt geen nieuwe wetgeving voor nodig. Meer de vraag of er op beleidsniveau voldoende middelen beschikbaar gesteld worden. Mocht streamingtaks hiervoor ingezet worden, dan dient non-discriminatie gewaarborgd te worden.	-

	Subsidies voor professionalisering en internationalisering (bv internationale tournees en festivals) (bv Canada: FACTOR-subsidies voor (inter)nationale promotie, en internationalisering is een van de doelen in het <u>Franse CNM model</u> , zie ook <u>hier</u> voor een overzicht van CNM en andere Franse muzieksubsidies)	Lijkt geen nieuwe wetgeving voor nodig. Meer de vraag of er op beleidsniveau voldoende middelen beschikbaar gesteld worden.	-
	Investerings in kwaliteit (en evt. toegangseisen) muziekopleidingen en -scholen, ook buiten de steden (bv Duitsland: fondsen via GEMA, of subsidies met een nadruk op muziekstudie in <u>Spanje</u> , het <u>VK</u>)	Lijkt geen nieuwe wetgeving voor nodig. Meer de vraag of er op beleidsniveau voldoende middelen beschikbaar gesteld worden.	-
	Subsidies voor (jonge) NL-makers voor toegang tot NL poppodia	Lijkt geen nieuwe wetgeving voor nodig. Meer de vraag of er op beleidsniveau voldoende middelen beschikbaar gesteld worden. Mocht streamingtaks hiervoor ingezet worden, dan dient non-discriminatie gewaarborgd te worden.	-

1. Verbetering inkomenspositie Nederlandse makers

Voor het invoeren van een heffing op streamingplatforms ter verbetering van de inkomenspositie van Nederlandse makers dient er een Nederlandse wettelijke grondslag te komen. Een EU-rechtelijke grondslag ontbreekt voor audiodiensten (i.t.t. AV-diensten o.g.v. de AVMD-richtlijn), wat overigens niet in de weg hoeft te staan een nationale maatregel in te voeren. Wel moet deze maatregel evenredig en non-discriminatoire zijn. De volledige juridische implicaties en de juridische haalbaarheid van een dergelijke heffingsmaatregel worden besproken onder paragraaf 5.2.1 t/m 5.2.4.

Een andere - of aanvullende - mogelijkheid is gelegen in een minimumpercentage van inkomsten uit muziekproducties voor uitvoerend artiesten. De schakelbepaling in artikel 2b van de Wet op naburige rechten (WNR) bepaalt dat de Wet Auteurscontractenrecht ook van toepassing is op uitvoerend kunstenaars. Met de Wet Auteurscontractenrecht is het mogelijk collectieve onderhandelingen te voeren om zo via sectorafspraken tot een dergelijk minimumpercentage te komen. Deze route bestaat dus, al is het de vraag hoe effectief die route zal zijn. Het gaat immers slechts om vrijwillige afspraken tussen betrokken partijen, welke geen wettelijke plicht schept voor niet-betrokken partijen, veelal de sterkste marktpartijen.

De in april 2024 voorgestelde Wet versterking auteurscontractenrecht lijkt dit niet op te lossen.¹⁶³

De Duitse wetgever heeft met de implementatie van artikel 17 DSM-richtlijn een verplichting ingevoerd tot afdrachten aan CBO's door user generated content (UGC) platforms, zoals YouTube en TikTok. Dit roept voor auteurs en uitvoerend kunstenaars een niet-overdraagbaar vergoedingsrecht in het leven waar bovendien geen afstand van kan worden gedaan. In Duitsland loopt onderzoek naar de effectiviteit en implicaties van de maatregel. Resultaten worden in de eerste helft van 2025 verwacht. De Nederlandse wetgever heeft in verband met de omzetting van de DSM-bepaling in artikel 29c Auteurswet niet ervoor gekozen om een vergelijkbaar vergoedingsrecht in Nederland te introduceren. Het Duitse model was ten tijde van de Nederlandse implementatie van artikel 17 DSM-richtlijn nog niet bekend. Mocht de Nederlandse wetgever alsnog de rol van CBO's op de UGC-streamingmarkt willen versterken, dan zou het Duitse model als een uitgangspunt kunnen dienen. De Belgische wetgever is nog een stap verder gegaan dan de Duitse, door naast UGC-platforms ook licentie-gebaseerde streamingdiensten (zoals Spotify) te verplichten tot betaling van een dergelijke vergoeding. Deze benadering werd vóór de DSM-richtlijn reeds toegepast in Spanje. Zoals vermeld in paragraaf 5.4.5 zijn er in september 2024 door het Belgisch Constitutioneel Hof prejudiciële vragen gesteld aan het HvJEU over de geldigheid van de door CBO's geïnde aanvullende vergoedingen.¹⁶⁴ De juridische haalbaarheid voor de Nederlandse wetgever tot soortgelijke verplichtingen over te gaan, zal dus afhangen van het oordeel van het HvJEU hieromtrent.

2. Verbeteren zichtbaarheid en vindbaarheid van Nederlandse makers

Het zou mogelijk zijn door invoering van een nieuwe wet een quota op te leggen aan radio-omroepen voor binnenlandse dan wel buitenlandse muziekproducties. Nuttig is een eerdere aanzet tot soortgelijke wetgeving kort uit te lichten. In 2011 stemde een meerderheid van de Tweede Kamer voor een motie die inhield dat Radio 2 minimaal 35% Nederlandstalige muziek moest draaien.¹⁶⁵ Onder zowel de commerciële als publieke omroep ontstond er veel protest tegen dat plan, waarbij de bestuursvoorzitter van de NPO verklaarde geen gevolg te geven aan het plan mocht de wet worden doorgevoerd.¹⁶⁶ Ook de toenmalige minister van OCW ontraadde de motie. Voor mediadiensten gelden inmiddels meer quota's als gevolg van de AVMD-richtlijn. Radio-omroepen hebben met dergelijke quota's tot op heden niet te maken gekregen. Het blijft dus de vraag hoe er daarbinnen gereageerd zou worden op nieuwe (nationale) quotaplannen. Een quota voor radio-omroepen bestaat wel op nationaal niveau bij andere EU-landen, zoals in Frankrijk. In ieder geval in Frankrijk gelden op basis van nationale wetgeving wel minimumverplichtingen voor particuliere radiostations ter stimulering van Franstalige liedjes, zoals besproken in [paragraaf 5.2.5](#).

In de rechtsliteratuur is gesignaleerd dat hedendaagse onlinemuziekstreamingdiensten zowel kenmerken vertonen van traditionele radio-omroepen als van pure *on-demand* diensten.¹⁶⁷ De standaard-afspeellijsten van bijvoorbeeld Spotify kunnen vanuit functioneel en economisch oogpunt bijvoorbeeld vergelijkbaar worden geacht met genre-specifieke

¹⁶³ Brief aan de fracties Tweede Kamer inzake wet versterking auteurscontractenrecht [platformmakers.nl]; 36536 Verslag inzake Wet versterking auteurscontractenrecht.

¹⁶⁴ E. Izyumenko (2024, 30 september), Additional Remuneration Rights for Online Streaming on Reference to the CJEU [copyrightblog.kluweriplaw.com].

¹⁶⁵ A. de Vrieze, 100% NL: "Quotum Nederlandstalige muziek in strijd met mediawet" [3voor12.vpro.nl]

¹⁶⁶ Radio 2 gooit kont tegen de krib [nos.nl]

¹⁶⁷ B. Hugenholtz, De playlists van Spotify. *Auteursrecht* 2022.

radiokanalen.¹⁶⁸ Dat geldt in zekere mate ook voor het aanbod van die diensten dat zonder tussenkomst van de gebruiker wordt afgespeeld nadat een afspeellijst of album is afgelopen en dat wordt bepaald door algoritmen. Voor deze gedeelten van zulke diensten zou kunnen worden beargumenteerd dat deze dan ook onderworpen kunnen worden aan eenzelfde regulering van het aanbod als mogelijk is bij radio-omroepen. Dit is overigens juridisch grotendeels onontgonnen terrein. Op zo'n wijze een prominentieverplichting voor het Nederlandse muziekproduct wettelijk opleggen aan online muziekdiensten leidt zoals besproken onder paragraaf 6.3 tot een marktverstoring door publieke inmenging en stuit naar verwachting (ook) bij streamingdiensten op weerstand en rechtszaken tot aan het HvJEU.

3. Transparantie verhogen en meer grip krijgen op rol AI

De aanbevelingen ten opzichte van AI omvatten onder meer het voorstel om AI-ontwikkelaars te verplichten voorafgaand aan het gebruik van auteursrechtelijk beschermde muziekwerken voor AI-training de toestemming van de rechthebbende te verkrijgen. Hiervoor zijn geen aanvullende juridische maatregelen noodzakelijk. Volgens artikel 4 lid 3 DSM-richtlijn hebben auteursrechthebbenden reeds de mogelijkheid om hun rechten voor te behouden en AI-training uit te sluiten. In Nederland is deze Europese regel geïmplementeerd in artikel 15o lid 1 Auteurswet. Een uitzondering bestaat voor AI-training in het kader van wetenschappelijke onderzoeksprojecten (artikel 3 lid 1 DSM-richtlijn; artikel 15n lid 1 Auteurswet). Ten aanzien van commerciële trainingsactiviteiten kunnen rechthebbenden echter een beroep doen op artikel 15o lid 1 Auteurswet (zogenaamde 'opt out') om AI training te verbieden of afhankelijk te maken van de betaling van een vergoeding.

Juridische haalbaarheid betekent in dit geval echter niet dat de gewenste effecten in de praktijk zonder problemen bereikt kunnen worden. Volgens artikel 15o lid 1 Auteurswet is – in overeenstemming met artikel 4 lid 3 DSM-richtlijn – een rechtenvoorbehoud 'op passende wijze' vereist. In het geval van muziek die online beschikbaar is, komt dit neer op het gebruik van 'machinaal leesbare middelen'. Deze voorwaarden werpen verschillende vragen op.¹⁶⁹ Welke machinaal leesbare vormen van opt-outs zijn geldig? Is één rechtenvoorbehoud, bijvoorbeeld op de persoonlijke website van een rechthebbende, voldoende? Of moet de rechthebbende zijn rechten op elke website voorbehouden waar zijn muziek verkrijgbaar is? Hebben collectieve beheersorganisaties de mogelijkheid om de rechten van alle aangesloten rechthebbenden collectief – met één centrale opt out – voor te behouden?

Deze vragen bevestigen de noodzaak om kennis, kunde, toezicht en handhaving t.a.v. AI-gerelateerde vraagstukken te verbeteren. Vanuit juridisch oogpunt lijkt de beschikbaarstelling van financiële middelen voor deze doeleinden niet problematisch. Wat kennis en kunde ten opzichte van het gebruik van werkrepertoires voor AI-training betreft, bestaat al een wettelijke transparantieverplichting op Europees niveau. Artikel 53 lid 1 sub d van de AI Act legt aanbieders van AI-modellen de verplichting op om een voldoende gedetailleerde samenvatting op te stellen en openbaar te maken die inzicht geeft in voor het trainen van het AI-model gebruikte content. Volgens Overweging 107 omvat deze verplichting uitdrukkelijk 'door het auteursrecht beschermde tekst en data'. Het nieuwe AI-bureau zal in de komende tijd een sjabloon voor deze samenvattingen uitwerken. Aangezien de AI Act een EU-verordening is hoeft de Nederlandse wetgever deze transparantieverplichting niet in nationaal recht te implementeren. Het is direct toepasselijk recht. De uit de AI Act voortvloeiende transparantieverplichting is per 2 augustus 2025 van toepassing (artikel 113).

¹⁶⁸ B. Hugenholtz, *De playlists van Spotify. Auteursrecht* 2022.

¹⁶⁹ Vgl. Arnoud Engelfriet en Dirk Visser, 'Werkt de mijnwerk opt-out voor mijn werk?', *Tijdschrift voor auteursrecht* 2024, 8-14.

Wat tenslotte onafhankelijke audits van aanbevelingssystemen en toezicht en handhaving op AI-misbruik betreft, dient ten eerste rekening te worden gehouden met de bestaande regels inzake aanbevelingssystemen in de Digital Services Act (DSA). Artikel 27 lid 1 DSA verplicht aanbieders van onlineplatforms die gebruikmaken van aanbevelingssystemen om in hun algemene voorwaarden in duidelijke en begrijpelijke taal uit te leggen wat de belangrijkste parameters voor aanbevelingen zijn. Volgens lid 2 moet de aanbieder in dit verband toelichten waarom bepaalde informatie aan de afnemer van de dienst wordt voorgesteld. De parameters moeten bovendien minimaal de voornaamste criteria voor het bepalen van de aan de afnemer van de dienst voorgestelde informatie omvatten. Aangezien de DSA een verordening is, zijn deze regels in Nederland direct toepasselijk. Zoals vermeld betreft deze transparantieplichting echter alleen onlineplatforms: hostingdiensten die door gebruikers geüploade muziek beschikbaar stellen, zoals YouTube (artikel 3 sub i DSA). Mocht de Nederlandse wetgever overwegen om vergelijkbare transparantieplichtingen ten opzichte van aanbevelingen op licentie-gebaseerde platformen, zoals Spotify, te introduceren, dan zou dit doel op basis van nieuwe wetgeving bereikt moeten worden.

Als een tweede, alternatieve mogelijkheid zou de wetgever kunnen nadenken over de invoering van vergoedingsverplichtingen voor AI-gegenereerde output waarmee menselijke muziek wordt vervangen. Zoals uitgelegd heeft de Europese wetgever in de DSM-richtlijn en de AI Act regels opgenomen die rechthebbenden in staat stellen om AI-training middels een opt out te verbieden en het gebruik van muziekwerken voor AI-training op basis van samenvattingen van training datasets bij het AI-bureau te controleren. De Europese wetgever heeft echter nog geen maatregelen genomen om componisten en uitvoerende kunstenaars een compensatie te bieden voor AI-gegenereerde muziekproducties die menselijke creaties vervangen en de markt voor menselijke muziek verstoren. In dat opzicht zou bijvoorbeeld een heffingssysteem ingevoerd kunnen worden dat een algemene betalingsverplichting oplegt aan alle aanbieders van AI-gegenereerde muziek en vervolgens – op basis van verplicht collectief rechtenbeheer – ervoor zorgt dat geïnde heffingen op doelmatige wijze in de muzieksector worden verdeeld.¹⁷⁰

4. Versterken van de Nederlandse muziekinfrastructuur

Er lijkt geen nieuwe wetgeving nodig voor het stimuleren van talentontwikkeling en doorgroei van jonge artiesten door extra subsidies. Het is voornamelijk de vraag of er op beleidsniveau voldoende ondersteuning gevonden kan worden voor dergelijke maatregelen en of er voldoende financiële middelen beschikbaar gesteld worden. Mocht de hierboven besproken streamingtaks ingezet worden om dergelijke financiële middelen te creëren, dan moet bij de verdeling van die middelen non-discriminatie gewaarborgd worden. Een eventuele benadering om bijvoorbeeld leeftijdsdiscriminatie te voorkomen is om in plaats van de subsidie te richten op 'jong talent', deze te richten op 'beginnend talent'.

6.5 Conclusie

In dit hoofdstuk hebben we allereerst de belangrijkste knelpunten in de muziekindustrie weergegeven zoals die internationaal en veelal ook nationaal worden ervaren. Deze knelpunten vormen het vertrekpunt voor mogelijke beleidsdoelen en bijbehorende maatregelen, die zowel financieel of niet-financieel van aard kunnen zijn. Waar de sommige knelpunten vrij specifiek zijn en vragen om gerichte (financiële of juridische) maatregelen, zijn andere knelpunten meer specifiek van aard en vraagt meer om generieke stimuleringen en

¹⁷⁰ Vgl. Martin Senftleben, 'Generatieve AI – Is de tijd rijp voor een AI-heffing die inkomsten oplevert voor menselijke makers?', Tijdschrift voor auteursrecht 2023, 103-114.

investering in de muziekinfrastructuur of muzieksector, met name op het gebied van educatie, talentontwikkeling en belangenbehartiging.

In dit hoofdstuk is tevens voor een viertal beleidsdoelen, die nauw aansluiten bij de in dit hoofdstuk genoemde knelpunten, de belangrijkste te verwachten economische effecten en juridische implicaties en haalbaarheid systematisch in kaart is gebracht.

In het volgende afsluitende hoofdstuk bespreken we de nadere duiding van in dit hoofdstuk gepresenteerde mogelijke beleidsmaatregelen die ingezet kunnen worden om de geïdentificeerde knelpunten aan te pakken. Op basis van de te verwachten effecten en (juridische) implicaties van de voorgestelde beleidsmaatregelen (7.2.4), maken we een nadere afweging over de geschiktheid van de in te zetten instrumenten.

7 Uitkomst, maatregelen en conclusies

7.1 Inleiding

In dit slothoofdstuk bespreken we de belangrijkste uitkomsten uit onderzoek en geven we antwoord op de (hoofd)onderzoeksvragen. Daarna volgen een viertal beleidsmaatregelen met verwachte effecten en (juridische) implicaties. Daarna geven we een toelichting op de belangrijkste conclusies en sluiten we af met een aantal beleidsoverwegingen.

De centrale vraagstelling van dit onderzoek is als volgt samen te vatten:

1. Welke knelpunten er bestaan in de markt voor online muziekdiensten die mogelijk leiden tot een disbalans tussen inkomsten voor enerzijds Nederlandse muzikmakers en anderzijds inkomsten voor online-muziekdiensten?
2. In hoeverre zijn Nederlandse muziekproducten (on)voldoende vindbaar, zichtbaar t.o.v. buitenlandse muziekproducties?
3. Wat zijn daaruit voortkomend potentiële (al dan niet wettelijke) maatregelen die – gegeven het Europese juridische kader – kunnen worden opgelegd aan aanbieders van online (audiostreaming)diensten om Nederlandse muziekproducties te stimuleren?
4. Hoe kunnen deze maatregelen (potentieel) doorwerken op de bredere markt van audiodiensten binnen Nederland?

7.2 Belangrijkste uitkomsten en beantwoording onderzoeksvragen

7.2.1 Markt voor online muziekdiensten

Onder de markt voor online muziekdiensten verstaan we (1) online audiostreamingsdiensten zoals Spotify, YouTube Music, Apple Music, Deezer en SoundCloud, maar ook (2) online diensten waarbij audio een relevante component is, zoals YouTube, TikTok, Instagram, Facebook en Snapchat. Waar online audiostreamingsplatforms hun inkomsten halen uit abonnementen, advertenties en eventuele aanvullende inkomsten, is het businessmodel van (social) media platforms voornamelijk gebaseerd op advertenties.

Spotify is momenteel veruit de grootste online muziekdienst in Nederland in termen van marktaandeel en gebruik, gevolgd door YouTube Music en Apple Music. Spotify kent ook de meeste betalende abonnees in vergelijking met andere diensten. Wat betreft (social) media platforms kennen YouTube en Facebook de meeste gebruikers.

De omzet van Nederlandse platenmaatschappijen uit streaming bedroeg €239,6 miljoen (excl. btw) in 2023 volgens gegevens van NVPI. Dit bedrag omvat royalties afkomstig van zowel online audiostreamingsdiensten als (social) media platforms voor zowel Nederlandse als internationale artiesten. Op basis van deze gegevens schatten we dat de omzet van online muziekdiensten in Nederland in 2023 zo'n €436 miljoen (excl. btw) bedroeg. Deze schatting is gebaseerd op de omzetcijfers van de NVPI, gedeeld door 55% (het percentage dat streamingdiensten afdragen aan platenmaatschappijen).

7.2.2 Financiële stromen

Van de netto-omzet (exclusief btw) die online audiodiensten zoals Spotify genereren, houden de platforms ongeveer 30% zelf. De resterende 70% wordt uitbetaald aan royalties. Van dit deel wordt gemiddeld zo'n 55 procentpunt uitgekeerd voor de vergoeding van naburige rechten aan platenmaatschappijen en -labels. Het exacte percentage hangt af van de afspraken

tussen hen en platformen als Spotify. Hoeveel een uitvoerend artiest uiteindelijk ontvangt van de platenmaatschappij of het label is sterk contractafhankelijk, maar lijkt zo'n 15-60% te zijn van het bedrag dat de platenmaatschappij ontvangt, met een zwaartepunt rond de 20-30%. De resterende 15 procentpunt van de royalties wordt uitgekeerd via Buma Stemra aan muzikauteurs (componisten en tekstschrijvers) en muziekuitgevers. Ook is gekeken naar de vergoedingen die online muziekdiensten uitbetalen qua 'fee per stream'. Hieruit komt naar voren dat Spotify zo'n 3 tot 4 eurocent per stream uitbetaalt aan rechthebbenden, vaak indirect via hun platenmaatschappij. Omgerekend is dit € 3.500 per 1 miljoen streams. Andere diensten, zoals YouTube Music, Apple Music en Deezer kennen een vergelijkbare of hogere vergoeding. Voor wat betreft (social) media platformen is weinig zicht op de exacte royaltyvergoedingen die zij uitbetalen. Voor in ieder geval YouTube constateren we dat de vergoedingen een stuk lager liggen dan van de andere online audiostreamingdiensten.

7.2.3 Knelpunten in de markt voor online muziekdiensten

In hoofdstuk 6 hebben we diverse knelpunten in de online markt voor muziekdiensten in kaart gebracht. Daarbij kwamen de volgende knelpunten als belangrijkste naar voren:

5. Het meest genoemde knelpunt in de markt voor online muziekdiensten betreft de **onevenwichtige inkomstenverdeling** van de opbrengsten van een muziekstuk, specifiek de disbalans tussen de makers en de platenmaatschappij.
6. Vaak is **niet duidelijk hoe afspeellijsten door platforms zijn samengesteld**, terwijl deze lijsten wel van groot belang zijn voor de **zichtbaarheid** van de artiest.
7. De **afdracht van licentievergoedingen door social mediaplatforms** aan CBO's en/of platenmaatschappijen is veelal veel geringer dan van de streamingplatforms of zelfs geheel afwezig.
8. Een vierde knelpunt is de **opkomst van AI-gegenereerde muziek**. Hierbij spelen diverse aspecten een rol zoals de mate waarin AI-gegenereerde muziek op streamingdiensten muziek van 'echte' artiesten belemmert. Daarnaast is er ook een gebrek aan transparantie rondom de manier waarop AI wordt getraind.

In de centrale vraagstelling van het onderzoek wordt gefocust op de disbalans tussen online muziekdiensten en makers en de vindbaarheid en zichtbaarheid van Nederlandse makers ten opzichte van internationale makers. Hieronder geven wij daar nog een korte reflectie op.

Wij vragen ons af of er, mede gegeven de cijfers uit de vorige paragraaf, überhaupt wel sprake is van een disbalans tussen online muziekdiensten en makers. Het lijkt zoals het knelpunt hierboven ook al aangeeft, eerder te gaan om een disbalans tussen de makers en de platenmaatschappijen. Bij de zichtbaarheid is het goed om te benoemen dat alle Nederlandse muziekproducties vindbaar zijn op de online muziekdiensten. De zichtbaarheid is lastiger maar dat heeft te maken met de forse concurrentie. Er staan op Spotify 100 miljoen nummers waardoor het lastig is om op te vallen, zeker omdat het ook om een internationale markt gaat. Bovendien is de zichtbaarheid van Nederlandse muziekproducties in afspeellijsten en aanbevelingen ook (deels) afhankelijk van de voorkeuren van de consumenten. Op het moment dat die veel naar Nederlandse muziekproducties luisteren zal dat ook veel terugkomen in hun aanbevelingen en afspeellijsten. Alleen is omgekeerd ook het geval: als men er niet naar luistert komt het niet terug in de aanbevelingen. Het is de vraag of daar ingegrepen op moet worden door het Nederlandse muziekproduct meer te pushen.

7.2.4 Mogelijke beleidsmaatregelen, verwachte effecten en implicaties

In het onderzoek hebben wij vier mogelijke beleidsmaatregelen geïdentificeerd:

1. Verbetering inkomenspositie Nederlandse makers

2. Verbeteren zichtbaarheid en vindbaarheid van Nederlandse makers
3. Transparantie verhogen en meer grip krijgen op de rol van AI
4. Versterken van de Nederlandse muziekinfrastructuur

Voor elk van de beleidsmaatregelen hebben we meerdere concrete instrumenten uitgelicht. Wij hebben vervolgens voor deze instrumenten de juridische haalbaarheid en de te verwachten effecten in kaart gebracht.

1. Verbetering inkomenspositie Nederlandse makers

Voor de verbetering van de inkomenspositie zijn verschillende instrumenten denkbaar: (1) een heffing op streamingplatforms, (2) een minimumpercentage van inkomsten uit muziekproducties voor de uitvoerende artiest, (3) verhoging afdrachten aan CBO's of platenmaatschappijen door social mediaplatforms, (4) Steunpunt artiesten bij contractonderhandelingen.

Voor de heffing geldt dat er vooralsnog weinig aanleiding is dat dit juridisch niet kan mits de Europese voorwaarden, in het bijzonder het discriminatieverbod in acht worden genomen. De huidige toepassing in Frankrijk kan als een voorbeeld dienen (het betreft hier overigens een belastingmaatregel en geen wettelijk vergoedingsrecht van de maker). De effecten zijn wel onzeker. Er kan mogelijk vraaguitval optreden indien online streamingdiensten de prijzen van hun abonnement verhogen, zoals in Frankrijk is gebeurd (dit is ook afhankelijk van de hoogte van de heffing). De impact op Nederlandse makers is afhankelijk van de manier waarop de opbrengsten van de heffing worden ingezet.

Met de Wet Auteurscontractenrecht is het mogelijk collectieve onderhandelingen te voeren om zo via sectorafspraken tot een dergelijk minimumpercentage te komen. Het is de vraag hoe effectief dit gaat zijn. Het gaat immers slechts om vrijwillige afspraken tussen betrokken partijen, welke geen wettelijke plicht schept voor niet-betrokken partijen, veelal de sterkste marktpartijen. Dit zou desondanks kunnen leiden tot een meer evenwichtige inkomensverdeling. Een risico kan wel zijn dat platenmaatschappijen meer voor zekerheden gaan en minder gaan investeren in hun artiesten.

De juridische haalbaarheid van de verhoging van afdrachten aan CBO's door social mediaplatforms op basis van een directe vergoedingsaanspraak van auteurs en uitvoerende kunstenaars (die vervolgens door een CBO wordt geïnd) is nog niet duidelijk, dit is nog afhankelijk van een oordeel van het HvJEU hieromtrent. Het kan de inkomenspositie van makers mogelijk wel versterken. De invoering van een steunpunt voor artiesten bij contractonderhandelingen is juridisch ook haalbaar en kan ook een doelmatige maatregel zijn omdat er relatief weinig kosten mee gemoeid zijn. Het kan voor de lange termijn de inkomenspositie van makers versterken. Er kan voor deze maatregel mogelijk ook de aansluiting worden gezocht bij het Platform ACCT, een netwerkorganisatie die is opgericht voor het blijvend versterken van de arbeidsmarkt van de culturele en creatieve sector en het verbeteren van de (inkomens)positie van werkenden die daarin actief zijn.

2. Verbeteren zichtbaarheid en vindbaarheid van Nederlandse makers

Voor het verbeteren van de zichtbaarheid en vindbaarheid van Nederlandse makers zijn verschillende instrumenten denkbaar: (1) Prominentieverplichting NL-muziekproduct bij online muziekdiensten en (2) Minimum of maximum quota voor binnenlandse/buitenlandse muziekproducties op de radio

Voor de prominentieverplichting van NL-muziekproductie bij online muziekdiensten geldt dat het juridisch nog onzeker is. Er zijn mogelijke aanknopingspunten in te literatuur maar tegelijkertijd is het wel onontgonnen terrein. Qua effecten is het ook lastig in te schatten maar

het leidt in ieder geval tot marktverstoring door publieke inmengingen in de inhoudelijke keuze van het muziekaanbod van streamingdiensten.

Voor de minimum of maximum quota voor binnenlandse/buitenlandse muziekproducties op de radio geldt dat het juridisch mogelijk is, maar het zou nieuwe nationale wetgeving vereisen. Het kan bovendien leiden tot strategisch gedrag door gepushte muziek op minder populaire tijdstippen of kanalen te plaatsen. De verwachte impact op inkomsten is beperkt.

3. Het verhogen van de transparantie en meer grip krijgen op de rol van AI

Voor het verhogen van de transparantie en meer grip krijgen op de rol van AI zijn verschillende instrumenten denkbaar: (1) Subsidie voor kennis, kunde, toezicht en handhaving t.a.v. AI-gerelateerde vraagstukken, (2) Onafhankelijke audits van aanbevelingssystemen en toezicht en handhaving op AI-misbruik, (3) Verplichting voor AI-diensten om toestemming te vragen aan de rechthebbende artiest/label voor gebruik muziek om hun systemen te trainen.

De invoering van een subsidie is een juridisch neutrale maatregel en is haalbaar. Qua effecten levert het in ieder geval een betere onderhandelingspositie op voor CBO's, makers, uitgevers en platenlabels. Het leidt mogelijk tot beter toezicht en handhaving op AI-misbruik.

Het instrument onafhankelijke audits van aanbevelingssystemen en toezicht en handhaving op AI-misbruik is juridisch gecompliceerder. Er zijn in de DSA wel aanknopingspunten voor regelgeving maar het is de vraag of het één op één vertaald kan worden naar licentiegebaseerde platforms zoals online muziekdiensten. Hierbij speelt ook mee dat een auditverplichting mogelijk te zware lasten met zich meebrengt voor kleinere aanbieders. De invoering van dergelijke instrumenten verhoogt in ieder geval de transparantie en kan op de lange termijn zorgen voor een verruiming van de inkomsten door makers.

Voor de verplichting voor AI-diensten om toestemming te vragen aan de rechthebbende artiest/label voor gebruik van muziek om hun systemen te trainen geldt dat de wetgeving al bestaat. Betere naleving en handhaving van de verplichting kunnen positief bijdragen aan de inkomenspositie van makers doordat er een extra inkomstenbron ontstaat.

4. Versterken van de Nederlandse muziekinfrastructuur

Voor het versterken van de Nederlandse muziekinfrastructuur zijn verschillende instrumenten denkbaar: (1) Extra subsidies voor jonge artiesten (talentontwikkeling en doorgroei), (2) Subsidies voor professionalisering en internationalisering (bv internationale tournees en festivals), (3) Investerings in kwaliteit (en evt. toegangseisen) muziekkolleges en -scholen, ook buiten de steden en (4) Subsidies voor (jonge) NL-makers voor toegang tot NL poppodia.

Voor elk van de instrumenten geldt dat geen nieuwe wetgeving nodig lijkt te zijn. Het is vooral de vraag of voldoende middelen voor beschikbaar worden gesteld. Bij de subsidies voor de jonge artiesten (1) en jonge NL-makers (4) geldt nog wel dat mocht de heffing voor streamingdiensten hiervoor worden ingezet non-discriminatie gewaarborgd dient te worden. Wij verwachten voor elk van de instrumenten positieve effecten, waarbij de precieze effecten afhankelijk zijn van het gekozen instrument. Dit kan variëren van een verbetering van de kwaliteit, innovatie en commercialisatie van het NL-muziekproduct tot aan een versnelling van de doorgroei van talent en een directe inkomensverbetering voor makers.

7.3 Conclusies

Onder invloed van verdergaande digitalisering is de markt voor online muziek de afgelopen vijftien jaar sterk ontwikkeld. De opkomst van de platformen voor audiostreaming en bijbehorende muziekdiensten heeft sterk bijgedragen aan het terugdringen van illegale downloads en piraterij. De opkomst van online muziekdiensten heeft ook geleid tot een grotere omzet

van de Nederlandse muziekmarkt (zie 3.4.1). Daarbij is de diversiteit van het aanbod toegenomen. Opvallend daarbij is de relatief grote aandacht voor lokaal muziekproduct en de sterke positie van Nederlands muziekproduct op zowel de nationaal georiënteerde afspeellijsten als ook die op export gericht zijn; dit beeld kwam naar voren uit de interviews.

Digitale opnames en productie, distributie en marketing hebben de toegang tot de consument aanzienlijk verruimd. Ondanks het grotere aanbod van (internationale) muziek op de streamingplatformen, evenals de toegenomen concurrentie tussen de makers, blijft Nederlands(talig) muziekproduct goed vindbaar en toegankelijk (zie 3.6). Wat betreft de zichtbaarheid en marketing van songs en artiesten, vormen de social media (denk aan TikTok en Instagram) inmiddels een belangrijk extra vertoningskanaal. In die zin is de afhankelijkheid van de makers van de grote platenmaatschappijen voor toegang tot een groot publiek iets afgenomen in vergelijking met voorgaande periodes.

Zoals beschreven in 6.2 wijst het onderzoek verder uit dat er feitelijk meer disbalans bestaat in de verdeling van royalties tussen de makers van Nederlandse muziekwerken en de platenmaatschappijen, dan tussen de makers en online muziekdiensten op de Nederlandse muziekmarkt. Een andere disbalans bestaat uit het grote inkomensverschil tussen een zeer kleine groep uiterst succesvolle artiesten en het overgrote deel minder succesvolle (te vergelijken met topsport). De eerste groep verdient soms miljoenen aan royalties uit online muziekdiensten en de tweede groep (het overgrote deel) heeft andere inkomsten nodig om van muziek te kunnen leven (vaak ook buiten de muziekindustrie). Deze disbalans wordt vooral veroorzaakt door de voorkeuren van de consument en versterkt door netwerkeffecten van digitale streaming platforms ('trending' zijn / 'viral' gaan van songs en/of artiesten). Tot slot merken we op de uitvoerende artiesten over het algemeen meer inkomsten verwerven dan de auteurs (componisten en tekstschrijvers) van muziekwerken (zie 4.6).

Heffingen opleggen aan enkel online muziekdiensten blijkt geen doeltreffende en doelmatige maatregel om de inkomenspositie van de makers direct te verbeteren. Dit instrument werkt vooral als een vorm van belasting voor een specifieke groep, waarvan de opbrengst vervolgens een doel 'zoekt' voor nadere besteding. In de Franse variant is het bestedingsdoel zeer breed gebleken, en niet specifiek gericht op de makers van muziekwerken. Bovendien werkt het opleggen van dit instrument aan enkel de online muziekdiensten discriminatoir en marktverstoring. Het is vooral de consument die de heffing zal moeten betalen via verhoogde abonnementsprijzen voor de muziekstreaming platforms.

Het *opleggen van prominentieverplichtingen* bij online muziekdiensten heeft een marktverstoring effect door publieke inmenging in de inhoudelijke keuze van het muzikaanbod van streamingdiensten. Omdat de export van Nederlands product goed floreert en Nederlandstalige afspeellijsten goed zijn vertegenwoordigd op de streamingplatformen, is hier onvoldoende sprake van marktfalen dat een dergelijke maatregel legitimeert.

Op het gebied van AI treffen we de grootste uitdagingen aan voor de toekomst. Bescherming van rechthebbenden en voorkomen en tegengaan van misbruik op verschillende fronten verdient veel aandacht. De impact van AI op de online muziekindustrie en in het bijzonder de financiële stromen, wordt door een groot deel van de sector onderschat, zoals beschreven in 6.2.

Een economisch meer efficiënte en juridisch haalbare route vormt de brede versterking van de muziekinfrastructuur in Nederland. De effecten hiervan zijn vooral gericht op kwaliteitsverbetering, professionalisering en internationalisering, veelal langs de lijn van educatie en talentontwikkeling. Deze route is het minst marktverstoring en kan bijdragen aan het verruimen van de muziekmarkt op de langere termijn.

7.4 Beleidsoverwegingen

Als belangrijke uitkomst uit de conclusies van de deze studie zien wij weinig of geen economische redenen om middels nieuwe wetgeving zwaar in te grijpen in de inkomensstromen tussen de makers en online platforms voor muziekdiensten zoals Spotify, middels het opleggen van heffingen, investeringsverplichtingen of zichtbaarheidsverplichtingen zoals quota.

Dat neemt niet weg dat wij in de (online) muziekketen wel degelijk onevenwichtigheden hebben aangetroffen die aandacht vragen van beleidsmakers en politiek. Ook zien wij mogelijkheden tot gerichte versterking van de Nederlandse muziekindustrie en export van het Nederlands muziekproduct. Wij noemen hierna de belangrijkste beleidsoverwegingen.

1. Om de inkomenspositie te verbeteren zou meer ingezet kunnen worden op het **verhogen van de afdrachten door social mediaplatformen** aan rechthebbende voor het gebruik van muziekwerken. Overheid en CBO's dienen hier bij voorkeur gezamenlijk aan te werken. (werkt marktverruimend, in tegenstelling tot heffingen)
2. **Versterking van de onderhandelingspositie van de makers en uitvoerende artiesten.** Hiervoor zou een juridisch steunpunt kunnen worden ingericht, bijvoorbeeld bij een van de al bestaande ondersteuningsorganisaties (bijvoorbeeld Platform ACCT).
3. **Verbetering van muziekonderwijs en -educatie alsook voorlichting** voor jong talent op het terrein van contractonderhandelingen en de werking van financiële stromen in de muziekketen.
4. Om de **zorgen** in de sector met betrekking tot de **inzet van AI te verminderen**, is het noodzakelijk om kennis, kunde evenals toezicht en handhaving t.a.v. AI-gerelateerde vraagstukken te verbeteren. Dit geldt specifiek voor het **ongevraagd en onrechtmatig gebruik van bekende stemmen en muziek in met AI-gegenereerde muziek** of het **ongevraagd en onrechtmatig gebruik van muziek voor het trainen van AI.**
5. Om de potentie van muzikaal talent te **vergroten** in termen van **doorgroei, kwaliteitsverbetering, professionalisering en internationalisering** kan het ministerie middels subsidies en/of bijdragen vanuit de sector gericht stimuleren.
6. **Sectorinitiatieven aanwakkeren** onder marktpartijen (onder meer online muziekdiensten) om gewenste stimuleringsmaatregelen en inkomensverbetering (mede) te financieren, **zodat** het **opleggen van heffingen of andere verplichtingen niet nodig is.** In Frankrijk waren marktpartijen bereid jaarlijks substantieel bij te dragen om dit te voorkomen.

Bijlage 1. Overzicht gesprekspartners

Organisatie	Naam
BAM! Popauteurs	Arriën Molema
BumaStemra	Michiel Laan
Cloud 9 Music	Raymond van Vliet
Federatie Auteursrechtbelangen	Paul Solleveld
Fonds Podiumkunsten	Floris Vermeulen
Hogeschool Inholland	Koos Zwaan
IMPALA	Kees van Weijen
Nederlandse Muziek Uitgevers Vereniging (NMUV)	Davo van Peursen
Nederlandse Toonkunstenaarsbond (Ntb)	Erwin Angad-Gaur
Noah's Ark / Top Notch	Vincent Patty
NVPI	Anne de Jong, Eva de Vroome, Martijn Schok
Phonic / Excited About Music	Marcel Duzink
REBIS	Nahuel Blaton
Rijksuniversiteit Groningen	Jim Kroezen
Sena	Markus Bos
Spotify	Olivia Regnier, Milena Taieb
Universal Music Group	Robbert Baruch



Contact:

Dialogic innovatie & interactie
Hooghiemstraplein 33-36
3514 AX Utrecht
Tel. +31 (0)30 215 05 80
www.dialogic.nl

