



KICK BACK VAN MUZIEKUITGEVERS



**BELANG EN GEDRAG VAN
EEN VERBORGEN DEEL VAN DE
CREATIEVE INDUSTRIE**



Wes Wierda

KICK BACK VAN MUZIEKUITGEVERS

**BELANG EN GEDRAG VAN
EEN VERBORGEN DEEL VAN DE
CREATIEVE INDUSTRIE**

Wes Wierda



KICK BACK VAN MUZIEKUITGEVERS

Belang en gedrag van een verborgen deel van de creatieve industrie

KICK BACK OF MUSIC PUBLISHERS

Significance and behaviour of a hidden part of the creative industry

Proefschrift ter verkrijging van de graad van doctor aan
de Erasmus Universiteit Rotterdam op gezag van
de Rector Magnificus prof. dr. H.G. Schmidt en
volgens het besluit van het College voor Promoties

De openbare verdediging zal plaatsvinden op
donderdag 23 mei 2013 om 15.30
door

Jan Wessel Wierda
geboren 5 januari 1965 te Enschede

© 2013 - Wes Wierda
ERMeCC Doctoral Dissertations series - 8
ISBN 978-90-76665-25-2

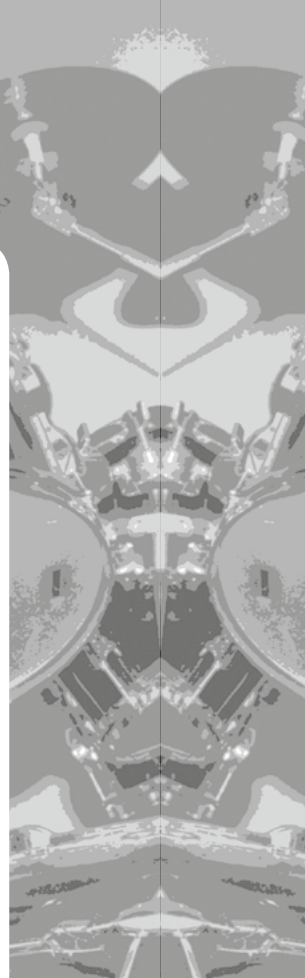
Niets uit deze uitgave mag zonder schriftelijke toestemming van de auteur
worden gereproduceerd of vermenigvuldigd op welke wijze dan ook.

Ontwerp en Lay-out - MSTUDIOOS (Mimi Sugarman)



Promotiecommissie

Promotor	Prof. Dr. M.S.S.E. Janssen
Co-promotor	Dr. E. Hitters
Overige leden	Prof. Dr. A.M. Bevers Prof. Dr. W.A. Dolfma Dr. F.R.R. Vermeylen



Dankwoord

Vele mensen zijn betrokken geweest bij de totstandkoming van dit proefschrift. Als mede-initiator van het begintraject ben ik Paul Rutten erkentelijk voor zijn gesteld vertrouwen en enthousiasme. Mijn dank gaat uit naar de voorzitter van de Vereniging voor Muziekhandelaren en -uitgevers in Nederland Frans de Wit die mij de unieke toegang bood tot het honderd jaar oude en complete archief, waardoor ik weken ondergedoken in Amsterdam kon vorsen in de bunker achter het AMC. Vele personen waar ik mee heb mogen schermen op verschillende gebieden ben ik erkentelijkheid verschuldigd zoals Kick Klimbie, Marien van den Boom, Hennie van Kuijeren, Cor Witbraad, Daan Andriessen, Rudy Snippe, Fons Merkies, Joost Scholten, Eric Beall, Erik de Zwart, Don Gorder, Joke Hermes, Skylla Janssen, Michèle Hamelink, William Urrichio en alle overige die hun medewerking hebben verleend. Echter cruciaal voor de totstandkoming van dit onderzoek zijn mijn gewaardeerde co-promotor Erik Hitters en promotor Susanne Janssen die mijn wetenschappelijke leven hebben gered.

Mede door het gestelde vertrouwen en de inspirerende gesprekken met mijn ouders Miek en Hielke verloor ik nimmer de moed. Promoveren is een intensieve ervaring waarbij het uithoudings- en zelf generatieve vermogen tot het uiterste getest wordt en niet in de eerste plaats voor de promovendus zelf. Voordat de eerste bladzijde van dit boek wordt omgeslagen wil ik dit werk opdragen aan mijn vrouw Linda en onze helden Hylke-Paul en Tjeard: een diepe buiging voor alle gestolen studie-uurtjes die jullie door de vingers zagen. Lin je bent inderdaad de koningin van het schaakbord die hem beschermt die maar een stap tegelijk kan zetten. Dit boek is van jullie.

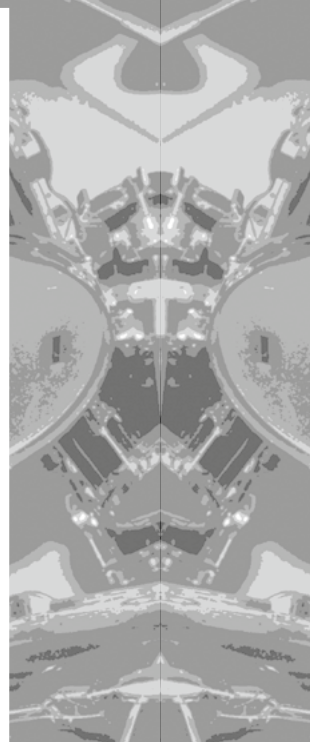


Inhoudsopgave

	VOORWOORD	13
1.	TERRA INCOGNITA	15
1.1	Rechtenuitbaters	15
1.2	Raison d'être	16
1.3	Doel van onderzoek	18
1.4	Kick Back	19
1.5	Conclusie	19
2.	DUIDING EN WERKING VAN DE MUZIEKUITGAVEINDUSTRIE	21
2.1	Inleiding	21
2.2	Muziekuitgevers binnen de context van de muziekindustrie	21
2.3	Muziekuitgevers in de culturele waardeketen	27
2.4	Value creating ecologies	31
2.5	Achterliggende juridische waarde	33
2.6	Exploitatievormen	36
2.7	Rol en functie van de muziekuitgever	42
2.8	Conclusie	45
3.	TRANSFORMATIE VAN DE MUZIEKUITGEVER INDUSTRIE	47
3.1	Inleiding	47
3.2	Conjunctuur cycli	47
3.3	Culturele beweging	52
3.4	Technologie: context of innovatie	54
3.5	Juridisering	58
3.6	Intrinsiek entrepreneurship	60
3.7	Het CIMT-model	61
3.8	Conclusie	64
4.	METHODOLOGIE	65
4.1	Inleiding	65
4.2	Longitudinale processen	65
4.3	Applicatie en omgeving	66
4.4	Dataverzameling uit deskresearch	68
4.5	Dataverzameling uit fieldresearch	68
4.6	Het onderzoekontwerp	70
4.7	Conclusie	72
5.	EDITION PAPIER	73
5.1	Inleiding	73
5.2	Vroege muziekcultuur in de Europese samenleving	73
5.3	Boekdrukkunst	76
5.4	Beginnend auteursrecht	78
5.5	Muziekuitgevers in de Gouden Eeuw	81
5.6	Conclusie	85



6.	RECHT VOORUIT	89
6.1	Inleiding	89
6.2	Economisch imperialisme	89
6.3	Experimentele muziekcultuur	90
6.4	Amerikaanse innovaties	92
6.5	Uitvoerend recht wordt hard	96
6.6	L'Union fait la force	97
6.7	Conclusie	104
7.	CRISIS, OORLOG EN HERSTEL	107
7.1	Inleiding	107
7.2	De crisisjaren	107
7.3	Schlagers en Jazz	112
7.4	Radio en geluidsfilm	115
7.5	Artikel 30a en oprichting Stemra	119
7.6	Kannibalisatie en mobilisatie	120
7.7	Conclusie	126
8.	GENRE REVOLUTIE	129
8.1	Inleiding	129
8.2	Een Nederlands Wirtschaftwunder	129
8.3	Muziek voor de rebellerende jeugd	132
8.4	Technologie van en voor de media	137
8.5	Wetgeving tegen het kopieermonster	139
8.6	De entrepreneurs sluiten het web	142
8.7	Conclusie	148
9.	MACHT VAN DE CATALOGUS	151
9.1	Inleiding	151
9.2	Neo-Amerikanisme	151
9.3	Mondialisering versus lokalisering	154
9.4	Digital sound and vision	157
9.5	Juridische beteugeling	161
9.6	Waarde van de backcatalogue	163
9.7	Conclusie	167
10.	RENAISSANCE VAN DE MUZIEKUITGEVER	171
10.1	Inleiding	171
10.2	Globalisering	172
10.3	Nederland exporteert muziekcultuur	173
10.4	Digitalisering 1.0 en 2.0	175
10.5	Juridische factor; strikt of flexibel?	180
10.6	Renaissance van de muziekuitgever	183
10.7	Conclusie	189



11.	PRINCIPALE BEVINDINGEN, DISCUSSIE EN CONCLUSIE	193
11.1	Inleiding	193
11.2	Principale bevindingen	193
11.3	CIMT model-analyse	197
11.4	Implicatie en conclusie	202
11.5	Additioneel onderzoek	205
	BIJLAGE	207
	BIBLIOGRAFIE	215
	BRONNEN	223
	SUMMARY	231



Voorwoord

Als economiestudent had ik een diepgewortelde wens om later na mijn studie mijn brood als artiest te verdienen. Mijn studentenappartement in de Amsterdamse Pijp was permanent voorzien van een drumstel, piano en een gitaar, dit tot verdriet van mijn onderburen. Menig spontane jamsessie barstte los op onbarmhartige tijden. Ik was actief in allerlei bandjes en de drang tot zelf componeren van muziek werd sterker. Ik speelde drum en leerde mijzelf enigszins pianospelen, net genoeg om met een begenadigde vriend, die medicijnen studeerde, muzikaal van gedachten te wisselen. Zo ontstonden snode plannen om zelf liedjes uit te brengen. Met enkele akkoorden en obligate teksten gingen we langzaam geloven in een eigen repertoire en al snel hadden we drie liedjes op de plank. Schoorvoetend lieten we deze aan familie en vrienden beluisteren, live of op krakerige cassettebandjes, waarbij zij zich verbaasden over de zoetgevooidheid van de heren.

Ondanks de voltooiing van ons beider studies liet de muzikantendroom ons niet los. We solliciteerden voor een heuse artsen- en economenbaan, maar bleven er lustig op los componeren. Een bevriende familierelatie met contacten in de platenindustrie merkte ons op. Een manager zag wel brood in het duo dat spoedig gedoopt werd met de naam 'Vigilante'. Na de vorming van een complete band, werden de songs aangeboden aan Polygram (het huidige Universal Music). Ook een bevriende toetsenist van de band Lois Lane had de bewuste platenbaas op onze muziek geattendeerd. En zo volgde een spannend onderhoud in het Hilversumse Wisseloord, waar ons te kennen gegeven werd dat men geïnteresseerd was en dat men wenste Vigilante een platencontract aan te bieden. Wij sprongen een gat in de lucht, wat een doorbraak! Wij hadden geen idee van wat dit zogenaamde contract inhield, maar het geloof in succes was geboren. De manager zou alles naar behoren contractueel regelen: "Maken jullie je geen zorgen, mijn belang is jullie belang". En dat nam hij wat letterlijk op. Wij kregen bij Polygram simultaan een platen- en muziekuitgeverovereenkomst aangeboden en tekenden beide blind uit puur enthousiasme. Voor twee welopgeleide muzikanten op zijn minst opmerkelijk. De reconstructie van de gebeurtenis leert dat dit een bekende en gangbare praktijk was (en wellicht is) bij beginnende componisten en artiesten binnen de muziekindustrie. In artikel 14 van het artiestencontract staat bij het kopje muziekuitgeverrechten: "Indien de artiest (of een van de leden daarvan) zelf de muziek componeert of van tekst voorziet van de werken die ingevolge het contract voor Polygram zijn gemaakt dan is de artiest (of een van de leden daarvan) verplicht deze werken bij een door Polygram aan te wijzen muziekuitgeverij uit te geven op voorwaarde zoals in de branche gebruikelijk" (Artiestenkontraakt, 31 maart 1990, p. 7). Het was helaas ook een gangbare praktijk dat de manager met "al zijn goede bedoelingen" mee tekende op beide contracten en daarmee onrechtmatig rechten opeiste. Hij componeerde zelf geen noot, maar registreerde zich wel als medecomponist. Dit was mijn eerste kennismaking met het begrip 'muziekuitgeverij'.

Pas jaren later heb ik de twee overeenkomsten minutieus doorgenomen en kwam ik er geleidelijk achter wat nu het verschil is tussen een platenmaatschappij en een muziekuitgeverij. Wat me verder verbaasde was de eenzijdigheid van de overeenkomst ten opzichte van de artiest, ten voordele van de muziekuitgever en de platenmaatschappij. Zoals opties die ingewilligd konden wor-



den door de contractanten, waarbij bij mislukking van het muziekproject er geen enkele continuïteit voor de componist of artiest gewaarborgd werd, terwijl bij succes de artiesten tot 3 albums compleet vast zaten. De gekoppelde uitgave-overeenkomst sloot af met artikel 21: "De auteur verklaart deze overeenkomst te hebben ondertekend na juridisch advies te hebben ingewonnen bij een ter zake kundig adviseur" (Uitgave-overeenkomst, 30 september 1990, p. 6). Achteraf gezien niet geheel geruststellend omdat de manager zich als zodanig opstelde, de artiestenfocus anders lag en het budget schijnbaar ontbrak om een advocaat te raadplegen. Wat me destijds ook bevreemdde was dat wij als artiesten met twee verschillende overeenkomsten van doen hadden. Wat was de achterliggende reden hiervan?

In de daaropvolgende jaren ben ik met wisselend succes actief geweest als artiest, componist en producent en toch bleef de rol en functie van de muziekuitgever met een mystiek waas omgeven. De behoefte om de sluier rond muziekuitgeverijen op te lichten nam in de loop der jaren toe naarmate muziekuitgevers zich in meerdere takken van de entertainmentindustrie bleken te manifesteren. Uiteindelijk ben ik in 2007 zelf actief geworden binnen een muziekuitgeverij om het vak te doorgronden. Binnen mijn academische werkzaamheden ontspan zich gelijktijdig een zoektocht naar relevante artikelen en de drang tot de vorming van een wetenschappelijk kader waarin de dynamiek van de bedrijfstak van de muziekuitgevers te plaatsen is, met het voorliggende onderzoek als resultaat.

Terra incognita

Rechtenuitbaters

Muziekuitgevers zijn de initiators van de muziekindustrie, met een rijke bestaans-geschiedenis die lang voor de introductie van de geluidsdrager is ontstaan. Tot op de dag van vandaag hebben zij een positie weten te behouden binnen en zelfs buiten de muziekindustrie. Het bijzondere is dat uitgevers zich door de eeuwen heen betrekkelijk vrij lijken te bewegen binnen de gehele media- en entertainmentindustrie, wanneer er sprake is van muziekgebruik. Zij maken, knap genoeg, steeds weer als slimme intermediairs deel uit van een verdienmodel. Of het nu bladmuziek, film, televisie of radio betreft of de uitbating van fysieke geluidsdragers zoals bakeliet, vinyl of cd's; steeds eisen de muziekuitgevers hun rechten op. Dit onderzoek duidt het belang en het gedrag van de muziekuitgave-industrie in het afgelopen millennium in Nederland.

Hoewel muziekuitgevers door Rasch (2004) beschouwd worden als de grondleggers van de moderne muziekindustrie, zijn deze binnen de wetenschappelijke literatuur betrekkelijk weinig het object van studie geweest. Onderzoekers zoals Kretschmer, Klimis, en Wallis (1999), maar ook Mol, Wijnberg, & Carroll (2005) cirkelen wel om de specifieke functie van muziekuitgevers heen, maar duiden deze bedrijfstak vrijwel uitsluitend binnen de context van de platenindustrie, zelden als solitair fenomeen. Recent onderzoek betreft muziekuitgevers wel in observatie en analyse van de muziekindustrie, maar behandelt de dynamiek van deze bedrijfstak niet in specifieke zin (Leyshon et al., 2005; Leurdijk & Nieuwenhuis, 2012, pp. 75-80; Wikström, 2010). Niet voor niets spreekt de Italiaanse wetenschapper en componist Franco Fabbri in de jaren negentig van de vorige eeuw over de muziekuitgeverij als de "dark side of the music industry", de muziekuitgeverij als terra incognita (Fabbri, 1991, pp. 109-114).

De zichtbaarheid van de muziekuitgevers als cluster is dus vrij matig en de beschrijving en duiding ervan is bovendien een complexe aangelegenheid. De muziekindustrie, als onderdeel van de creatieve industrie, kenmerkt zich volgens Rutten en Van Bockxmeer (2003) als een "content-industrie", waarbij de complexiteit onder andere schuilt in de jarenlange preoccupatie met fysieke producten, terwijl de waarde van muziek in essentie immaterieel is. De uitgevers blijven hierdoor buiten zicht, ondanks het feit dat de muziekcontent in de vorm van een geluidsoptname waarde aan de drager geeft en niet andersom. Zoals Nicholas Negroponte, medeoprichter van het MIT Media Lab te Boston, stelt in zijn boek *Being Digital: "content is king"* (Negroponte, 1995). Maar misschien is juist de distributievorm van een media- en entertainmentproduct wel dominant. Het recht op het gebruik van populaire vormen van amusement heet een 'asset' in de hedendaagse media- en entertainmentindustrie. Een asset is niet alleen het recht om deze zogenaamde content zelf uit te baten, maar vooral ook om tegen vergoeding de exploitatie door anderen toe te staan. De lange ontstaans-geschiedenis van de muziekindustrie heeft geleid tot een wirwar aan rechten op het gebruik van composities en geluidsoptnames. Vandaag de dag is het bezit van rechten, meer dan ooit, een wezenlijke bron van inkomsten in de digitaliserende muziekindustrie. In de huidige tijd nemen de exploitatievarianten toe en dit verhoogt wederom de complexiteit. De partijen die zich in het bijzonder ontpoppen als stille uitbaters van rechten zijn de muziekuitgevers, die dat voor een belangrijk deel doen namens de muzikanten en daarbij tegelijkertijd voor zichzelf ook waarde creëren en opeisen. Het beschermen en efficiënt exploiteren



van intellectueel eigendom is in toenemende mate van levensbelang. Voor de muziekuitgevers betekent dit een geheel nieuw speelveld waarin zij zich opnieuw dienen te positioneren:

“Clearly, with the Internet, geography, device type and household location are no longer relevant and the weakening of the traditional rights defined ‘fences’ allows all content to be distributed and played on numerous devices not only at anytime and anywhere, but also at much lower unit price.” (Vogel, 1998, p. 49)

1.2 Raison d’être

De muziekeconomie, gedefinieerd als het gehele spectrum van exploiterende en consumerende muziekgerelateerde activiteiten, is pas sinds de jaren zeventig van de vorige eeuw een serieus object van studie (Hirsch & Fiss, 2000). De muziekindustrie omvat de producerende en exploiterende muziekinstanties zoals platenmaatschappijen, belangenorganisaties, cd-fabrieken, concertzalen, musici, agenten, promotors, muziekuitgevers en overige gelieerde personen, bedrijven en organisaties. Deze industrie bestaat uit een aantal deelgebieden die, ondanks een verregaande vervlechting, tot op bepaalde hoogte onafhankelijk opereren.¹ De meeste actoren zijn actief in meerdere domeinen en hebben horizontale en verticale belangen alsmede vele economische verbindingen (Wallis, 2004). Er heerst een blijvende academische discussie over de omvang en definitie van de muziekindustrie (Wikström, 2006, p. 28). Hesmondhalgh (2002) bijvoorbeeld splitst de muziekindustrie op in de drie delen “recording”, “live- music performance” en “publishing” en hanteert de visie dat de drie deelactiviteiten apart te onderscheiden zijn en ieder onafhankelijk waarde toevoegen. In essentie zijn de drie sub-industrieën echter sterk vervlochten. Frith en Marshall spreken daarom over de werking van de muziekindustrie als “creating a basket of rights” waarbij een sterke mate van onderlinge afhankelijkheid wordt gedemonstreerd (Frith & Marshall, 2004).

Exploitant van composities

Het muzikale werk ontspringt bij het componeren van muziek (eventueel met tekst) door een auteur.² Indien de muziekuitgever het werk waardevol acht, kan de componist een deel van zijn auteursrecht ter exploitatie verpanden aan de muziekuitgever. De auteur en de muziekuitgever verkrijgen op deze wijze beiden inkomsten indien het werk op plaat of op blad verkocht wordt. Hoe meer stuks van het werk verkocht worden, des te groter de opbrengst voor beide partijen. Tevens ontvangen uitgevers en auteurs inkomsten indien uitvoerende musici de compositie tot leven wekken door middel van het ten gehore brengen van het werk. Hierbij geldt: hoe groter het luisterende publiek, des te groter de opbrengst. De muziekuitgever handelt in het auteursrecht van de componist.

Bij het vervaardigen van een geluidsdrager contracteren platenmaatschappijen artiesten en investeren zij in de geluidsoptname. Zij verwerven het recht om de compositie van de auteur en de muziekuitgever te exploiteren. Een platenmaatschappij vergoedt op haar beurt de muziekuitgeverij voor het gebruik en daarmee indirect de componist, door middel van een percentage van de bruto-opbrengst van de verkoop toe te kennen. De muziekuitgever sluist op haar beurt

weer een deel van deze opbrengsten door naar de componist. De platenmaatschappij wordt door Wallis gekenmerkt als een “rights-user” en de muziekuitgever als een “rights owner” (Wallis, 2004, p. 110). Dit is niet geheel terecht, want de platenmaatschappij is bij uitgave van het werk ook een *rights owner*, namelijk van het *master right*. Hierin schuilt de essentie van het verschil tussen de platenmaatschappij en de muziekuitgever. De eerste investeert in het maken van de opname (de master) en heeft baat bij het verkopen van zo veel mogelijk eenheden. De tweede, de muziekuitgever, investeert in het vervaardigen van de compositie en heeft baat bij zowel de verkoop van eenheden via het mechanische recht, als het vergroten van het mediabereik van de compositie via het uitvoerende recht. De muziekuitgevers stellen zich ten doel om de composities via zo veel mogelijk mediavormen ten gehore te brengen en te licenseren.³ Voorbeelden van het muziekbereik naar het publiek zijn, naast live-uitvoeringen, het ten gehore brengen van de werken op bijvoorbeeld radio, televisie, film of internet (Wikström, 2006). Wanneer de uitvoerende musici concerten geven, verwerven daarnaast ook de promotors, agenten en de zaalexploitanten inkomsten.

Als composities publiekelijk ten gehore worden gebracht, is er sprake van het uitvoerend recht (zie hoofdstuk 2). De muziekuitgever en de componist verkrijgen inkomsten uit het auteursrecht via de collectieve auteursrechtenorganisaties. In de pop- en rockmuziek komt het dikwijls voor dat uitvoerende muzikanten zelf ook auteur zijn van de composities die door de platenmaatschappij op een geluidsdrager worden uitgebracht. In dat geval verkrijgen artiesten zowel inkomsten uit de composities bij uitvoering als uit de reproductie van de muziekwerken van zowel de platenmaatschappij als de muziekuitgever; dit ter illustratie van de complexiteit van de rechten in de muziekindustrie.

Componist en de muziekuitgever

“A music publisher’s business concept is to control an intellectual property portfolio, and to license songs from this portfolio to several clients.” (Leyshon, 2001, p. 21).

Daar waar muziekcomposities een toegevoegde waarde leveren aan de ontwikkeling of het bestaan van een cultuurproduct, bieden muziekuitgevers de werken aan. Het aanbieden van composities gebeurt aan bijvoorbeeld platenmaatschappijen, filmbedrijven, reclamebureaus, internet en radio- en televisie bedrijven, maar ook door bladmuziek te leveren aan orkesten, muziekscholen en artiesten. De overeenkomsten tussen auteurs en muziekuitgevers zijn er in vele vormen. Dit kan variëren van gedeeltelijke overeenkomsten van een deel van een titel (één liedje) tot het vastleggen van eeuwigdurende overeenkomsten die het gehele oeuvre van een componist behelzen. Indien de auteur zijn werken bij een muziekuitgeverij onderbrengt, wordt het inkomen op het auteursrecht verdeeld tussen beide partijen.

De relatie tussen componisten en muziekuitgevers is menigmaal precair. Vaak hebben uitgever en componist bij een gedeeld auteursrecht dezelfde economische belangen. “The publisher’s share of music royalties has turned into a freely traded cash flow” (Caves, 2000, p. 311). Caves duidt hiermee op het onzekere karakter van de onderlinge overeenkomst en spreekt over een “speculative asset” mede ingegeven door de onzekere inschatting over het economische effect van de overeenkomst. Zelfs bij

1 Hoewel mediavormen (radio, televisie, internet, etc.) in vele gevallen afhankelijk zijn van de geproduceerde content van de muziekindustrie, laten we deze sector binnen dit paradigma buiten beschouwing.

2 Gemakshalve spreken we van één auteur, in werkelijkheid kunnen dit per compositie meerdere zijn. Tevens vatten we de componist en de tekstdichter samen binnen het begrip auteur.

3 Hoewel in aanzienlijk mindere mate dan muziekuitgevers hebben ook platenmaatschappijen baat bij een groter bereik van hun opnames, dit ter promotie van de verkoop van de geluidsdragers en later verkregen inkomsten op het masterrecht (zie hoofdstuk 2).

4 Caves geeft als voorbeeld Happy Birthday van Stevie Wonder, dat in 1988 voor 28 miljoen dollar verkocht werd aan Warner Communications en waarvan de toekomstige opbrengsten moeilijk in te schatten zijn.



evergreens is het moeilijk in te schatten wat de verwachte opbrengst is.⁴ Er dient in de basis tussen de uitgever en de componist/tekstdichter een wederzijds vertrouwen te zijn in elkaars activiteiten en capaciteiten. Dit komt tot uiting in voldoende opdrachten voor de componist tegen de juiste condities, wat kan leiden tot een mogelijk voorschot op toekomstige inkomsten. Dit vertrouwen wordt geformaliseerd in het muziekuutgevercontract, wat de relatie reflecteert tussen beide partijen, waarbij de uitgever menigmaal als de eenzijdige en baatzuchtig heersende partij te boek staat.

Een kritisch artikel van Limperg (1980) over muziekuutgevercontracten kan ter illustratie dienen. De contracten geven nieuwe inhoud aan het begrip 'onereus'; vrijwel iedere bepaling is onevenredig eenzijdig ten voordele van de muziekuutgever (Limperg, 1980, p. 53). De auteur moet alle rechten op bestaand en toekomstig werk overdragen. Hij cedeert al zijn vergoedingen tot het aan de componist betaalde voorschot is ingelopen en moet akkoord gaan met openbaarmaking van muziekwerken die hij zelf minder geslaagd vindt. De auteur kan het contract niet opzeggen; daar is alleen de uitgever toe gemachtigd. De muziekuutgever opereert als rechtenspeculant, "lean and mean" (Kusek & Leonhard, 2005).

De ethische normen van de uitgever staan menig keer ter discussie. Toch dient dit beeld genuanceerd te worden. De intermediaire rol en functie van uitgevers kan zeker van toegevoegde waarde zijn voor de auteur. "They can make marketing initiatives and licensing deals happen" (Wikström, 2006, p. 124). De raison d'être van de muziekuutgeverij is het leveren van op maat gemaakte muziekcomposities ten behoeve van het media- en entertainmentdomein, zodat deze door een zo groot mogelijk publiek gehoord kunnen worden en de verkoop van opnames van composities zo hoog mogelijk is.

1.3 Doel van onderzoek

Muziekuutgevers opereren ruim buiten de wereld van de fysieke geluidsdragers (platenmaatschappijen), waardoor het onderzoeksdomein groot is. Meerdere media- en entertainmentbedrijfstacken hebben van doen met inkomsten uit muziekgebruik. Ontwikkelingen binnen televisie-, radio-, film-, en internetindustrie zijn bovendien van invloed op de inkomsten en de rol van de muziekuutgevers. Het feit dat muziekuutgevers inkomsten uit het reproductierecht en meerdere vormen van het uitvoerende recht genieten, levert een andere invalshoek op de exploitatieontwikkelingen dan die van de platenmaatschappijen. Allerlei factoren hebben bijgedragen tot de veranderingen in de rol en functie van muziekuutgevers vanaf het begin van de vorige eeuw: zowel interne marktontwikkelingen zoals prijsafspraken, onderlinge concurrentie en internationale dynamiek, als externe marktontwikkelingen zoals veranderde wetgeving en technologische innovaties. Ook macro-economische en culturele invloeden hebben invloed op de bedrijfstack. Voor de muziekuutgevers manifesteert de strijd zich meestal om de vergoeding, erkenning en handhaving van het auteursrecht ten behoeve van het behoud van de verdienmodellen en de daarbij behorende inkomstenbronnen. Deze strijd wordt langdurig gevoerd, is complex en duurt nog steeds voort. Er is sprake van een continu krachtenspel, maar er bestaat slechts oppervlakkig begrip en inzicht in de dynamiek van dit spel rond de muziekuutgevers in Nederland. De volgende deelvragen rijzen per direct op: op welke wijze is het gedrag te verklaren van de muziekuutgave-industrie in de afgelopen eeuw? Is er sprake van gelijkvormigheid? Welke factoren en ontwikkelingen zijn dominant voor het gedrag en het belang van de branche?

Het doel van dit onderzoek is om in een analyse te duiden hoe en waardoor de rol en de positie van de muziekuutgevers in Nederland is geëvolueerd vanaf het ontstaan van de muziekindustrie. Het onderzoek concentreert zich voornamelijk

op de periode vanaf het begin van de 20^e eeuw tot de nieuwe tijd. Aan de hand van zowel empirische bevindingen als op basis van schaars voorgaand onderzoek zal een conceptueel model geconstrueerd worden om deze dynamiek van de branche te duiden. Aan de hand hiervan kan het gedrag van de bedrijfstack op inzichtelijke wijze tot een periodisering leiden, waarbij een conceptueel model inzicht geeft in de werking van deze verborgen creatieve industrie. De analyse van de rol en positie van de muziekuutgevers binnen de muziekindustrie in de afgelopen eeuw voltrekt zich binnen verschillende ontwikkelingsstadia en levert belangrijke aanknopingspunten voor een beter begrip van het belang en het gedrag van deze bedrijfstack in de toekomst. Om deze dynamiek nauwkeurig te definiëren dient echter eerst de rol, de werking en de positie van muziekuutgeverijen in de muziekeconomie te worden bepaald.

Gezien het publieke gebrek aan kennis over de werkwijze, rol en positie van muziekuutgever en daarbij het toenemende belang van de exploitatie van rechten in het digitale tijdperk, stelt dit onderzoek zich ten doel het belang en gedrag van de muziekuutgave-industrie in Nederland inzichtelijk te maken.

1.4 Kickback

Volgens Kusek en Leonhard (2005) wordt er tegenwoordig meer muziek geconsumeerd dan ooit, wat zich manifesteert in live performances of muziekgebruik in openbare gelegenheden via radio, tv, of downloads of streams via internet en "mobile devices". Muziekuutgevers verkrijgen, indien er muziek ten gehore wordt gebracht, inkomsten uit al deze gebruik- en mediavormen. Vandaag de dag staat de muziekindustrie als geheel echter sterk onder druk door de transitie van het fysieke naar het digitale product. Rechten spelen hierin een belangrijke rol. Zoals Frith en Marshall stellen: "Long before it was a record business, the music industry was a rights business.... The new music industry was thus as dependent on legal structures as on market demand," (Frith et al., 2004, p. 30). Muziekuutgevers waren al actief als rechtenuitbaters voordat de platenindustrie haar intrede deed. Na honderd jaar lijken deze rechtenbeheerders door de afname van de verkoop van het fysieke muziekproduct zelfs in belang toe te nemen. De comeback van de uitgevers genereert een historische kickback op inkomsten uit muziekexploitatie. "Kickback" is een veelgebruikte term bij muziekuutgavecontracten en geldt als metafoor voor de lange adem van muziekuutgevers, hetgeen bij uitstek van toepassing lijkt op huidige ontwikkelingen in de muziekindustrie.

1.5 Conclusie

Binnen de wetenschappelijke literatuur in de muziekindustrie is de muziekuutgeverij altijd een onderbelicht object van onderzoek gebleven. In essentie stelt de uitgever zich ten doel om composities uit te baten en heeft hij een economisch belang bij zowel de verkoop van geluidsopnames en bladmuziek als het vergroten van het mediabereik van de compositie. Het centraal stellen van de uitgever impliceert in de basis een auteursrechtelijk georiënteerde invalshoek. Het is evident dat technologische en juridische ontwikkelingen invloed hebben op de rol en positie van de muziekuutgevers, zo ook het culturele en conjuncturele klimaat. De vraag is wanneer en in hoeverre dit zo is en wat de gevolgen zijn voor de ontwikkeling van de bedrijfstack. Om inzicht te verkrijgen in dit proces waarbij de rol en de specifieke functie van de muziekuutgevers centraal staan, focust dit onderzoek zich op de veranderende dynamiek rond verdienmodellen en de daaraan gekoppelde inkomstenbronnen van de muziekuutgevers. Zoals eerder geschetst, verkrijgt een muziekuutgever inkomsten uit het mechanische recht



bij reproductie van composities op geluidsdragers of blad. Een muziekuitgever vergaart tevens inkomsten bij uitvoering van muziekwerken indien er sprake is van openbaarmaking. Gezien het voorafgaande leidt dit tot de vraag waardoor de muziekuitgave-industrie schijnbaar verborgen blijft en wat de gevolgen daarvan uiteindelijk zijn. Welke ontwikkelingen en factoren hebben het gedrag, het belang en de verdienmodellen van de muziekuitgave-industrie vanaf het begin van de 20^e eeuw tot op heden significant beïnvloed? Gaat het om externe of interne krachten, en hoe verhouden deze zich? Dit onderzoek markeert, definieert en analyseert de omslagpunten van te markeren periodes vanuit een nader ontwikkeld conceptueel model. Het uiteindelijke doel is om een dynamisch verband te leggen tussen ontwikkelingen van het verleden en de verwachtingen van het toekomstige belang en het gedrag van de muziekuitgave-industrie in Nederland. Hiermee wordt in het volgende hoofdstuk een begin gemaakt door de context, omvang en werking van de bedrijfstak te schetsen.

Hoofdstuk 2

Duiding en werking van de muziekuitgave-industrie

2.1 Inleiding

“Music publishing is where the copyright creator (songwriter) allows the business person (music publisher) to take on the responsibility of maximizing the earning potential of the creator’s endeavors. Johnny Lappin, Secretary MPAA.” (Music Publishers Association, USA)

Voor een goede duiding van de rol en functie van de muziekuitgevers in de culturele waardeketen, is het noodzakelijk in dit hoofdstuk eerst de context te schetsen van de muziekindustrie waarbinnen de muziekuitgevers zich bewegen. De analyse van de positie van de uitgevers, die zich schijnbaar vrij bewegen in allerlei allianties binnen de creatieve industrie, is gestoeld op de waardeketen van Porter (1985). De intermediaire functie van muziekuitgevers wordt in dit hoofdstuk geëxpliciteerd, waarbij de waarde binnen, maar ook buiten de waardeketen van de muziekindustrie in ogenschouw wordt genomen.

Het auteursrecht uit 1912 dat op diverse wijze door muziekuitgevers geëxploiteerd wordt, vormt de grondslag van de huidige exploitatie. De achterliggende juridische waarde van het auteurswerk wordt gedeeld met de maker (componist) die een exclusief exploitatierecht verstrekt aan de muziekuitgever. Uit de exploitatiemogelijkheden vormen zich rollen en functies van de muziekuitgever die in dit hoofdstuk nader expliciet worden gemaakt. Daarbij wordt onder andere de “ecology of the gatekeeper” (Caves, 2000, p. 311) nader uitgewerkt. De gedefinieerde rollen en functies zijn van belang voor de duiding van de dynamiek van de muziekuitgeverbranche in de afgelopen honderd jaar.

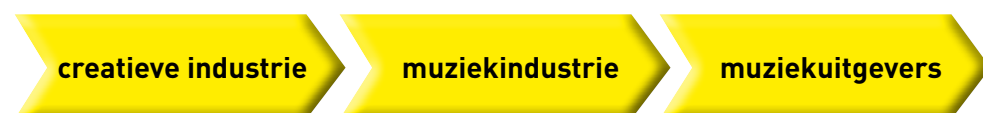
2.2 Muziekuitgevers binnen de context van de muziekindustrie

Volgens de klassieke economische leer van Fourastié valt de cultuursector binnen de dienstverleningssector. Deze leer bezigt de drie-sector hypothese waarbij economieën worden verdeeld in drie bedrijfssectoren: extractie van grondstoffen (primaire), productie (secundaire) en de diensten (tertiaire) (Fourastié, 1947). De hypothese veronderstelt verschuivingen van ontwikkelingsstadia in economieën, waarbij de economische activiteit zich op termijn van de primaire, via de secundaire, naar de tertiaire sector beweegt. Als gevolg hiervan ontstaat levenskwaliteit, culturele bloei, onderwijsverrijking en humanisering van werk en wordt bovendien werkeloosheid vermeden. De niet-commerciële dienstverlening wordt toegevoegd als quartaire sector; het betreft hier zoals de collectieve sector als de sectoren die middels premies en subsidies gefinancierd worden (gezondheidszorg, onderwijs, bejaardenzorg,



welzijnswerk, bibliotheken). Foote (1953) voegde hier later nog vanuit zijn visie op industriële evolutie de quintaire sector aan toe, gedefinieerd als cultuur en onderzoek. Latere onderzoekers plaatsen deze twee entiteiten toch nog onder de quartaire sector.

De muziekindustrie zweeft enigszins tussen de tertiaire sector (commerciële dienstverlening) en de quintaire sector (cultuur⁵ en onderzoek) in. In de afgelopen decennia is het begrip cultuursector verruimd met bedrijfstypen die zich richten op exploitatie van kunstvormen en intellectueel eigendom, overkoepelend gedefinieerd als de creatieve industrie. Het begrip verwijst volgens Ernste en Boekema (2005) naar de bedrijvigheid op het kruispunt van economie en cultuur waar op basis van menselijke creativiteit waarde wordt gecreëerd. Zij onderstrepen de betekenisgevende waarde van producten en evenals Rutten en Bockxmeer (2003) duiden zij op het belang ervan voor consumenten ten behoeve van de uitdrukking van hun eigen identiteit. De creatieve industrie wordt ook aangeduid als een auteursrechtgerelateerde industrie en dit vormt de context waarbinnen muziekuitgevers zich bewegen.



Figuur 2.1 Volgorde van beschouwing

De World Intellectual Property Organisation introduceert in 2004 een methodologie die de omvang en bijdrage van de aan auteursrecht gerelateerde industrie kan bepalen (WIPO, 2004). Het zogenaamde WIPO-model definieert grenzen en bepaalt de reikwijdte van de auteursrechtgerelateerde industrie, gedestilleerd uit uiteenlopende nationale en regionale omschrijvingen van de heersende juridische en economische domeinen. Essentieel voor dit model is het onderscheid in de volgende vier niveaus:

- 1 Kernsectoren die primair zijn gericht op het creëren, produceren, uitzenden, communiceren en uitvoeren van auteursrechtelijk werk; bijvoorbeeld film, televisie, muziek, etc.
- 2 Deelsectoren die zich richten op het creëren, produceren, uitzenden, communiceren en uitvoeren van auteursrechtelijk werk; bijvoorbeeld designmeubelen, mode, etc.
- 3 Afhankelijke sectoren die de producenten, de creatieven en de uitvoerenden van auteursrechtelijke producten faciliteren; bijvoorbeeld producenten, zaalverhuur, etc.
- 4 De niet toegewijde sectoren, deze groep houdt zich maar gedeeltelijk bezig met het faciliteren van auteursrechtelijke producten; bijvoorbeeld telecom, transport, catering, etc.

5 Volgens sociaal psycholoog Hofstede geeft het begrip 'cultuur' het belang aan van patronen van menselijke activiteit en haar gecreëerde symbolische structuur (Hofstede, Pedersen & Hofstede, 2002)

6 Vereniging Nederlandse Poppodia en -Festivals

7 Buma Stemra is een collectieve auteursrechtenorganisatie

8 Stichting iMMovator Cross Media Network te Hilversum is een netwerkorganisatie die zich richt op versterking van de crossmediasector met de nadruk op innovatie en economisch rendement. Onder de 'crossmediasector' verstaan we de toenemende integratie van radio, televisie, internet, mobiel, print en events.

In navolging van het WIPO- model publiceren de VNPF⁶, Buma Stemra⁷ en de Cross Media Monitor⁸ in 2011 een uitvoerig cijfermatig beeld van het grootste deel van de culturele sector in Nederland; de muziekindustrie. Kenmerkend voor de muzieksector is het hoge aantal bezoekers dat veruit de andere vormen van podiumkunsten overtreft, wat mede blijkt uit het jaarlijkse podiumonderzoek Benchmark Analyse Muziekpodia 2010 (BeAM). De 510 podia en 174 festivals organiseren in 2010 ruim 15.000 voorstellingen. Er zijn ongeveer 10.000 mensen werkzaam in deze industrie. De 48 poppodia die in 2010 lid zijn van de VNPF zijn goed voor 1,5 miljoen verkochte tickets (Berg, 2011). Daarnaast bezoeken 2,4 miljoen mensen de schouwburgen, festivals, concertzalen en overige podia om naar klassieke muziek te luisteren. Verder trokken jazzconcerten nog een half miljoen bezoekers en openluchttheaters ongeveer 130.000. Het werkelijke aantal bezoekers ligt echter nog hoger; te denken valt aan café-optredens en vele niet gemeten festivals en andere podia.

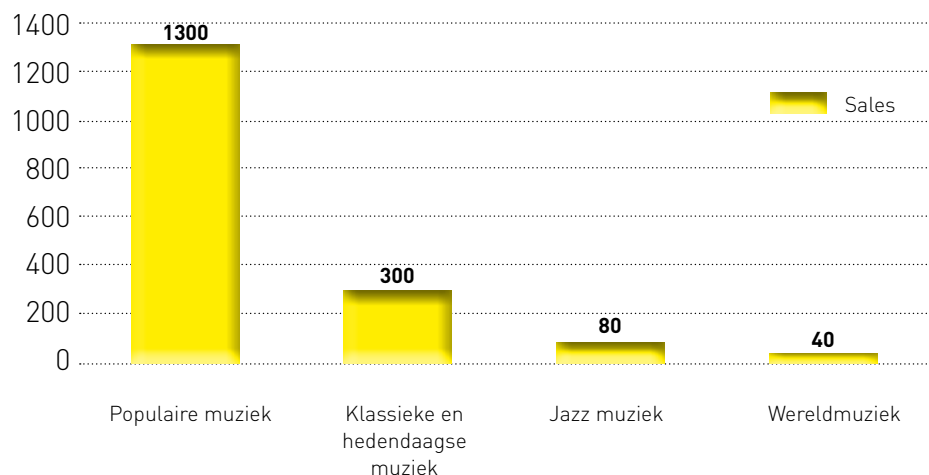
In Nederland heerst een rijke en complexe muziekcultuur die zich lokaal en regionaal manifesteert. De complexiteit van de duiding van de omvang en organisatie schuilt in de diversiteit van de muzieksector. De aard van de totale professionele sector is zeer divers en varieert van creërend tot uitsluitend zakelijk ondersteunend en van lokaal tot internationaal georiënteerd. Als voorbeeld gelden partijen als componisten, muziekonderwijs, musici, dj's, programmeurs, studiomangers, boekers, organisatoren, agenten, technici, webdienstbeheerders, collectieve auteursrechtenorganisaties, platenmaatschappijen, muziekuitgevers, pop- en concertpodia, etc. Daarnaast zijn er vele partijen die zich niet direct uitsluitend op muziek richten maar er een sterke betrokkenheid en verwantschap mee hebben en een belangrijke bijdrage leveren aan de sector. Voorbeelden zijn de verschillende mediavormen, zakelijke dienstverlening en horecagelegenheden. De MCN typeert twee dimensies binnen de muziekeconomie: functies en muziekgenres. In functie zijn te onderscheiden: muziekscholen en conservatoria, componisten en musici (tevens dj's, orkesten, ensembles en artistiek leiders), podia en festivals (tevens managers, boekers en zakelijk leiders), platenmaatschappijen, muziekuitgevers en muziekwinkels (ook online). Overige gerelateerde partijen zoals auteursrechtenorganisaties, media, instrumentbouwers, muziek-oefenruimtes, muziekmerchandising, evenementenbureaus, muziektechnici, opnamestudio's en reclamebureaus zitten niet direct in het productieproces, maar hebben een duidelijke rol in de huidige muziekeconomie. Qua indeling in genres verdeelt de MCN deze in de volgende (soms overlappende) hoofdgenres: popmuziek (hieronder vallen rock, dance en overige lichte muziek), hedendaagse muziek, Jazz en improvisatie, wereldmuziek (niet-westers georiënteerde muziek) en klassieke muziek.

Totale omzet van de Nederlandse muzieksector

Het totale omzetbedrag van € 1,96 miljard in 2009 bestaat uit een gesubsidieerde bijdrage van de overheid (ongeveer € 261 miljoen) en de behaalde omzet van de muziek voor zover bekend. De verdeling van de € 1,7 miljard (ex-overheids subsidie) in genres is als volgt:



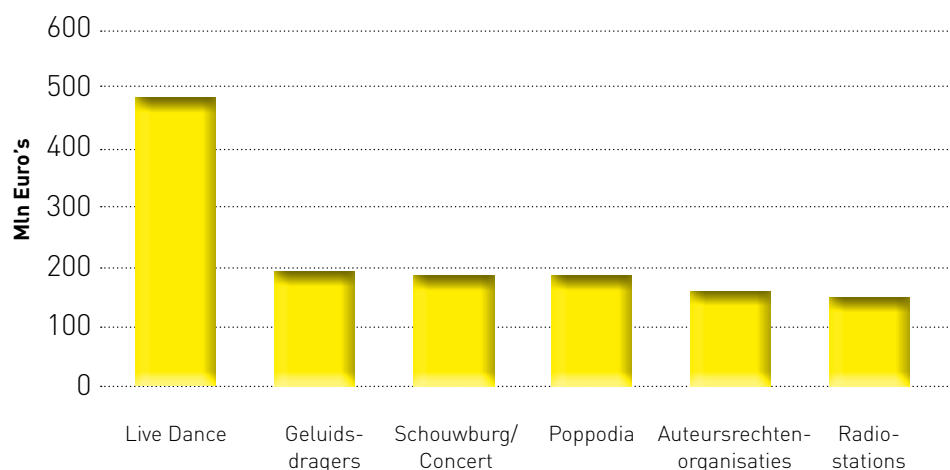
Omzet naar genre Nederlandse muzieksector 2009



Figuur 2.2 Omzet muzieksector 2009 naar genre

Hieronder volgt een specificatie van de omzet voor de totale muzieksector in Nederland.

Omzet Nederlandse muzieksector 2009



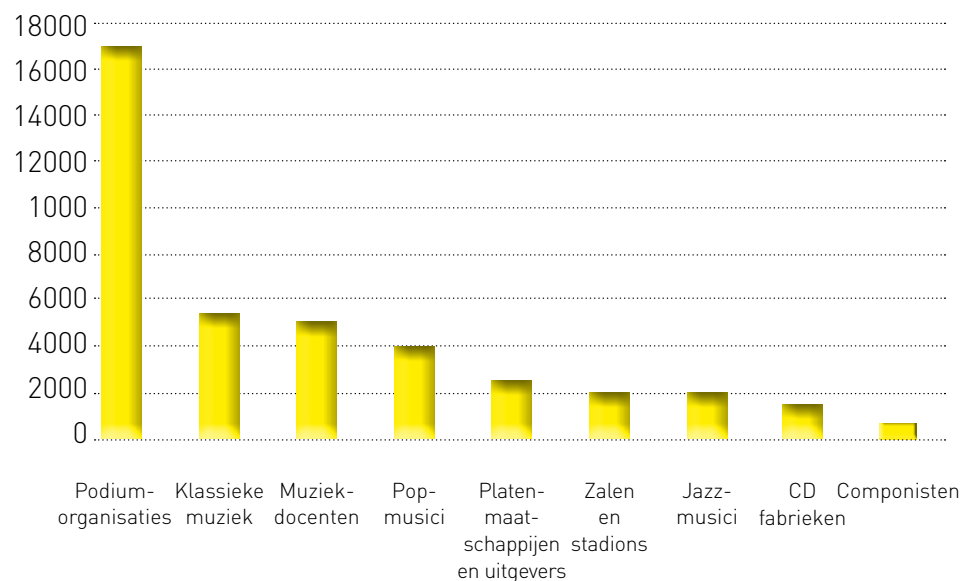
Figuur 2.3 Omzet Nederlandse muzieksector per product

Onder geluidsdragers benoemen we zowel de fysieke geluidsdragers, omzet € 243 miljoen, als de digitale geluidsdragers, omzet € 15 miljoen (Berg, 2011). De kolom auteursrechtenorganisaties wordt gevormd door zowel Sena, Buma Stemra, Norma en de Stichting Thuis kopie Vergoeding (zie hoofdstuk 9). Op basis van de gegevens van de MCN en Mojo⁹ hebben de grote poppodia, festivals en stadions een omzet van € 90 miljoen. De middelgrote en kleinere poppodia zijn goed voor € 85 miljoen (VNPF¹⁰). Kleinere klassieke podia en jazzpodia genereren € 42 miljoen (MCN, 2011). Orkesten en operagezelschappen: € 30 miljoen. Muziekuitgeverijen vergaren, al dan niet indirect, inkomsten uit alle bovenstaande kolommen.

Aantal personen werkzaam in de muzieksector in Nederland

Het totaal aantal mensen dat voor een wezenlijk deel van hun inkomsten afhankelijk is van werkzaamheden in de muzieksector wordt in 2009 geraamd op circa 40.000.¹¹ Er werkt binnen de muzieksector nog een onbekend aantal componisten en musici voor bijvoorbeeld gamebedrijven, reclamebureaus, horeca, filmmaatschappijen en muziekfestivals en podiumorganisaties voor zover niet bekend bij VNPF, VSCD, en MCN. Maar ook zijn er mensen werkzaam bij evenementenorganisatoren, boekings-/managementbureaus, de toeleverende industrie zoals geluidstechniek, media, internet en game-industrie, die al dan niet faciliterend betrokken zijn bij de muzieksector (Koops, Roso, Rutten & Visser, 2010).

Aantal personen werkzaam in de Nederlandse muzieksector



Figuur 2.4 Aantal mensen werkzaam in de muzieksector. Bron 2009 (MCN, 2011)

Cultuurinstellingen in de muzieksector

Volgens de gegevens van het MCN en de BeAM zijn er in 2009 in Nederland 560 podiumorganisaties. Rond de 200 hiervan zijn schouwburgen/concertzalen, rond de 60 zijn poppodia en dan zijn er nog zo'n 300 kleinere concertorganisaties (MCN, 2011). In de muzieksector-typering staan verschillende instellingen, bedrijven en samenwerkingsverbanden genoemd die men kan definiëren als een cultuurinstelling. Naast de podiumorganisaties spelen hierbij festivals een belangrijke rol. Nederland telt minimaal 160 pop- en rockmuziekfestivals, 50 festivals die voornamelijk klassieke muziek programmeren, 60 jazz- en bluesfestivals, 30 dancefestivals en ongeveer 150 festivals waarbij muziek een essentieel bestanddeel vormt.

⁹ De grootste popconcertorganisator van Nederland

¹⁰ VNPF: De Vereniging Nederlandse Poppodia en -Festivals (VNPF) behartigt de collectieve belangen van de poppodia en popfestivals van Nederland. Daarnaast streeft het naar bevordering van popmuziek als podiumkunst, professionalisering van de popsector en de ontwikkeling van de programmering van poppodia en popfestivals.

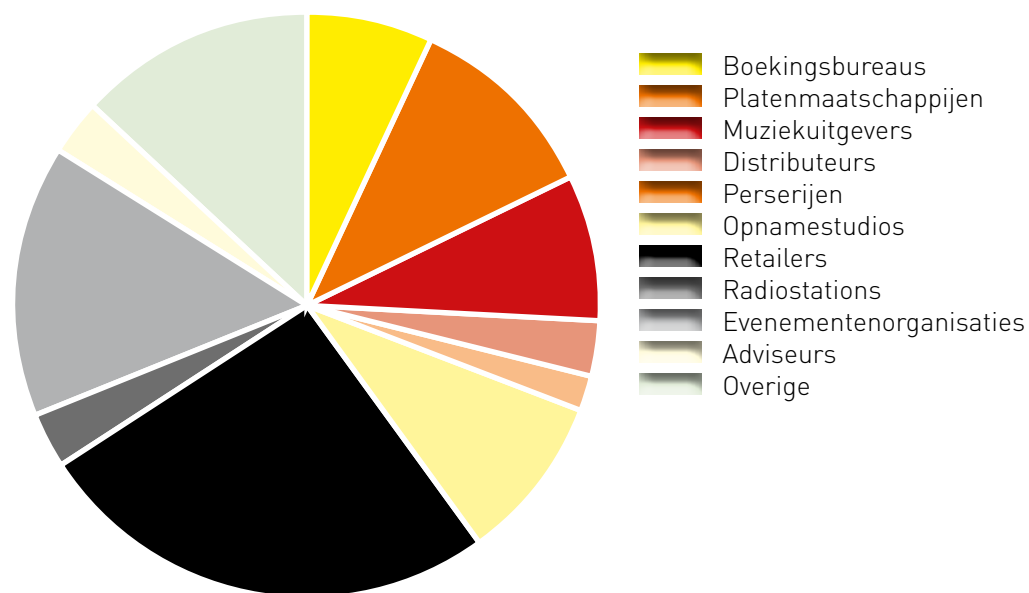
¹¹ Gegevens VNPF, VSCD, de BaAM, kunstconnectie: kunstzinnige vorming (2009 en 2010).



Bedrijven in de muzieksector

In totaal zijn er 2701 commerciële instellingen waar het merendeel van de omzet voortkomt uit het uitbaten van professionele muziek (MCN, 2011). Het aantal platenmaatschappijen bedraagt 302 en het aantal muziekuitgevers 211. Minimaal 54 muziekuitgevers met een sterke bladmuziekoriëntatie zijn lid van de Vereniging van Muziekhandelaren en -Uitgevers in Nederland (Secretariaat VMN, 2012) en 26 uitgevers, waaronder de grote internationale muziekuitgevers (genaamd de 'majors'), zijn verenigd in de Nederlandse Muziekuitgevers Vereniging (Secretariaat NMUV, 2012).

Verdeling naar soort bedrijven Nederlandse muzieksector



Figuur 2.5 Soorten bedrijven binnen de muzieksector. Bron: rapport MCN 2010 (MCN, 2011)

Soorten muziekuitgevers

De 'major' muziekuitgeverijen zijn gelieerd aan de grote historische platenmaatschappijen Sony ATV Publishing, Universal Music Publishing, Warner/Chappell Publishing en EMI Music Publishing. Deze marktconcentratie¹² is een geleidelijk proces dat is ontstaan vanaf de jaren '20 en waarbij grote conglomeraten de zeggenschap hebben verworven over een aanzienlijk deel van de wereldwijde composities en opnames. Dit impliceert een bijzondere marktdynamiek (Mol, Wijnberg & Carroll, 2005), waar dit onderzoek nader op in gaat. In 2011 neemt de marktconcentratie verder toe als de Vivendi groep, eigenaar van Universal Music, de platenmaatschappij EMI Music overneemt en het muziekuitgavedeel aan Sony ATV toekomt (Taylor, 2012).

¹² De verklaring van marktconcentratie volgt in de hoofdstukken 9 en 10.

Marktaandeel Majors muziekuitgevers 2008-2010

in %	2008	2009	2010
FMI MP	18,3	19,3	19,7
Sony/ATV	11,7	12,3	12,5
UMPG	23,2	22,9	22,6
Warner Chappell	14,9	14,4	13,9
Independents	31,9	31,2	31,4

Figuur 2.6 Wereldwijde marktaandelen in de major muziekuitgave-industrie (Music & Copyright, 2011).

De top vier muziekuitgevers zijn volgen het jaarlijkse Warner-rapport samen goed voor ongeveer 69% van de markt. De geplande verkoop van EMI publishing kan in de toekomst invloed hebben op de competitieve dynamiek en het relatieve marktaandeel van de grootste muziekuitgevers (Warner Music Group, 2011). Er zijn ook veel uitgeverijen actief die niet aan een major zijn gelieerd, genaamd "independents". Voorbeelden hiervan in Nederland zijn Strengholt, Copy Right Control, Talpa Music, Chrysalis en Cloud 9. In figuur 3.7 is te zien dat de independents in 2010 een gezamenlijk wereldwijd marktaandeel hebben van 31.4%. Er is ook een aanzienlijk aantal auteurs met een eigen muziekuitgeverij. Dikwijls sluiten de onafhankelijke (succesvolle) auteurs met een eigen muziekuitgeverij een overeenkomst met een major of een independent. Men spreekt dan ook wel van een co-publishing deal of co-editie. Ook independent uitgeverijen kunnen een gelijksoortige overeenkomst aangaan met een major, waarbij deze bijvoorbeeld alleen de administratie en eventuele andere diensten ter hand neemt, in ruil voor een onderling afgesproken commissie of aandeel.

2.3 Muziekuitgevers in de culturele waardeketen

De econoom Porter (1985) introduceerde het begrip waardeketen; een model dat wordt omschreven als een serie van gekoppelde aanbieders en vragers. De waardeketen deelt het productieproces op in schakels waarin economische waarde wordt gecreëerd. Tussen de verschillende schakels van de waardeketen is sprake van markten. Op die markten vinden activiteiten plaats waarbij waarde wordt uitgewisseld. Deze structuur is lineair. De aanbieder levert stroomopwaarts input, waarbij toegevoegde waarde wordt geleverd aan de volgende schakel in de keten. "Supply chains can be described as a series of linked suppliers and customers" (Graham et al., 2004, p. 1089). Handfield en Nichols beschrijven de waardeketen als "all activities associated with the flow and transformation of goods and services from the raw material stage through to the end user, as well as the related information flows" (1998, p. 78). Publicaties van Mol et al. (2005) en Kretschmer, Klimis, en Wallis (1999) gebruiken de culturele waardeketen geënt op Porter (1985) als uitgangspunt voor onderzoek. Een kanttekening kan geplaatst worden over de geldigheid van deze systematiek, die aan verandering onderhevig is. In werkelijkheid is de waardestroom niet uitsluitend opwaarts gericht. Een supplier kan in de praktijk bijvoorbeeld waarde creëren door kennis uit te wisselen met de voorgaande schakel in de keten. Vooralsnog echter houdt dit onderzoek vast aan de systematiek van Porter. Figuur 2.7 illustreert de waardeketen van de fysieke muziekindustrie voor 'recorded music'.





Figuur 2.7 Value chain voor de muziekindustrie (Kretschmer, Klimis & Wallis, 1999; Handfield & Nichols, 1998)

Binnen de 'recorded music' industrie (voorheen platenindustrie) hebben muziekuitgevers een bijzondere positie in de waardeketen. Echter, de plaats in de waardeketen voor de uitgevers is niet alleen gepositioneerd in het begin van de keten, zoals Kretschmer et al. aangeeft. Uitgevers kunnen ook een rol spelen bij het marketen en promoten van een opname. Hieruit volgt een aparte waardeketen voor het licenseren van liedjes, geïntegreerd in de waardeketen van 'recorded music':



Figuur 2.8 Waardeketen muziekuitgevers licenties



Figuur 2.9 Waardeketen muziekuitgevers bladmuziek

De muziekuitgever van bladmuziek kan zelfs qua activiteiten de gehele waardeketen innemen, mits de uitgever zelf een filiaal heeft. Waardeketens leggen de positie van een bedrijfstak bloot. Mol et al. (2005) demonstreert dit met een voorbeeld en beschrijven de huidige positie van de grote muziekuitgevers. Bij iedere volgende fase in de waardeketen vindt al belangselectie plaats en zij spreken daarom van 'relevant selectors' (Mol, Wijnberg & Carroll, 2005). Zij betwisten de waardecreatie van muziekuitgevers binnen de keten ten nadele van de auteurs. Bij distributie van muziek definieert Mol et al. de radio- en televisie-industrie als een uitgelezen selector, ook aan te duiden als gatekeeper. De majors zijn dominant door allianties aan te gaan met dj's van omroepen en radiostations om hun muziek te promoten (Peterson & Berger, 1975). Het selectiemechanisme wordt volgens Mol et al. verstoord door een ongelijke machtsstructuur, geëffectueerd in de huidige positie van de muziekuitgevers, waar de majors zeggenschap hebben over de internationale industrie. Toch is de werkelijkheid weerbarstiger, want ook de onafhankelijke spelers binnen de waardeketen hebben een belangrijke rol en functie binnen het selectiemechanisme en dat geldt juist voor de muziekuitgevers (waarover later meer in hoofdstuk 8).

Het waardeketenmodel leent zich overigens ook voor een nadere analyse van de organisatiestructuur van de cultuursector. Daartoe worden volgens Rutten (2003) de volgende schakels onderscheiden: creatie, productie, uitgave, distributie en consumptie.

In de verschillende stadia die een werk doorloopt, vanaf het eerste idee van de maker tot de kennisname van het werk door het publiek, wordt zowel culturele als economische waarde gecreëerd. De specifieke momenten van waarde creatie en de rol die verschillende actoren en instituties daarin spelen kunnen geïdentificeerd worden met behulp van de culturele waardeketen. (Rutten & Bockxmeer, 2003, p. 31)

De culturele waardeketen lijkt vrij nauwkeurig de plaats van de muziekuitgeverij binnen de waardeketen van de muzieksector te bepalen, maar schijn bedriegt. De muziekuitgever is namelijk bij de oorsprong van de compositie betrokken als gatekeeper. Indien het de productie van bladmuziek betreft, geldt de rol als uitgever binnen de waardeketen van Porter echter wel.



Figuur 2.10 Bron: Caves, 2000; Rutten & Bockxmeer, 2003

Creatie en concepting

Creatie betreft het bedenken, scheppen en ontwerpen van creatieve producten. Kenmerkend voor deze fase in de waardeketen is de overvloed van composities waarvan slechts een deel werkelijk gerealiseerd wordt (Negus, 2002 ; Peterson & Berger, 1975). Zij staan aan het begin van productontwikkelingen in de cultuurproductie. Auteurs van de composities zijn componisten, tekstdichters, arrangeurs en producers. Juridisch gezien zijn zij allen te kenmerken als de auteurs en leggen zij bij creatie van een werk de basis waarop het auteursrecht rust. Volgens Rutten en Van Bockxmeer (2003) is het auteursrecht voor de scheppers van meervoudig belang. Het is er niet alleen om inkomsten te vergaren, maar ook om exploitatie te kunnen verbieden en een reputatie op te bouwen, zodat de toekomstige positie bij exploitatie van nieuwe werken steviger is door het opgebouwde artistiek-inhoudelijke prestige (Rutten & Bockxmeer, 2003).

Muziekuitgevers bepalen of zij exploitatiemogelijkheden zien en voorzien wel of niet in het verdere ontwikkelingstraject van ideeën en concepten. Zij vormen daarmee de eerste te slechten barrière voor de auteur indien deze de producent nodig heeft voor verdere exploitatie en zijn daarmee gedefinieerd als gatekeeper (Mol, Wijnberg, & Carroll, 2005). Bij een investeringsbeslissing van hetzij tijd of geld, wensen producent en auteur een overeenkomst aan te gaan, zodat als er sprake is van werkelijke productie, beide partijen verzekerd zijn van exploitatie-inkomsten. De vergoeding kan zijn een royalty (procentuele opbrengst ten behoeve van de auteur), een afkoopsom of fee (eenmalige vergoeding) of een combinatie van beide. Er zijn vele varianten van overeenkomsten mogelijk, waaronder de vorm waarbij producenten of uitgevers creatief talent financieren door het verstrekken van een voorschot (wel of niet terugvorderbaar) (muziekuitgever, 2010). Hoe gerenommeerder het creatief talent, des te hoger de mogelijke voorschotten, royalty's en/of afkoopsommen. Dit impliceert volgens Rutten en



Van Bockxmeer (2003) de keerzijde dat onbekende auteurs onder ondermaatse voorwaarden bereid zijn diensten en producten aan te bieden. De producent dicteert in dat geval de voorwaarden. Collectieve beheersorganisaties van rechthebbenden zijn mede opgericht om de auteurs te beschermen tegen misbruik van hun positie in de cultuurwaardeketen en voorzien in collectieve contracten. Overigens vormt de hier gekenschetste keerzijde een vrij algemene bedreiging voor auteurs, ontwerpers en formatdesigners in de creatieve industrie.

Productie

Op het moment dat de producent besluit dat een creatief muziekwerk gerealiseerd wordt, spreekt men over de productiefase met als resultaat de 'master'. Indien er sprake is van productie, rust er binnen de muziekindustrie nog een ander recht op het werk: het naburige recht dat toevalt aan de producent en de uitvoerende artiesten (zie ook § 2.5). De producent verkrijgt het naburige recht doordat hij doorgaans investeert in de opname; de uitvoerende artiesten verkrijgen het voor het realiseren van de productie. Voor de uitoefening van het naburig recht en daarmee het gebruik van de master geldt tevens dat er toestemming nodig is van de rechthebbenden (Rutten et al., 2004). Producenten verkrijgen controle over hun product, zodat zij op deze wijze revenuen vergaren waarmee de gedane investeringen kunnen worden terugverdiend. Uitvoerende muzikanten verkrijgen een recht op vergoeding bij openbaarmaking van het werk bij registratie via een collectieve rechtenorganisatie. Ook bij een live-uitvoering van een compositie of een podiumkunstuitering van een muziekwerk spreekt men van productie. Volgens Rutten en Van Bockxmeer (2003) gaat het in feite om de reproductie van het originele werk, waarbij een informatiedrager kan worden gebruikt maar ook internet of openbare uitvoeringen van een voorstelling.

Uitgave

Uitgevers zijn ook primaire exploitanten van het auteursrecht. Het naburige recht van de producenten is secundair. De toegevoegde waarde van een uitgever ligt in het toegankelijk maken van het werk voor het publiek en de kennis van de verschillende distributiekanaalen. Daarvoor dienen uitgevers de specifieke branche te kennen en bewegen zij in de breedte door de mediakolommen heen. De muziekuitgever van licenties wijkt in zoverre af van dit model in dat deze betrokken is bij het creatieve proces en niet primair voorziet in het juiste distributiekanaal. De term 'uitgeven' is enigszins misleidend binnen de culturele waardeketen, want als een platenmaatschappij een product op de markt brengt valt dit ook onder de noemer uitgeven. In de praktijk lopen de functies van productie, uitgave en distributie in elkaar over (Graham et al., 2004). Dat is overigens slechts gedeeltelijk waar, voor muziekuitgevers die handelen in bladmuziek geldt dit niet.

Distributie

Distributie vormt de schakel tussen de uitgever en de consument en zorgt voor verspreiding van muziekwerken langs verschillende kanalen. Dit kan hetzij door openbaarmaking, hetzij door het beschikbaar stellen door uitgave. Bij podiumkunsten vallen de functies van uitgave en distributie samen bij het programmeren van voorstellingen en concerten en zijn de twee functies verbonden met de exploitatie van de distributie-infrastructuur en die van een concertzaal of een theater (Rutten & Bockxmeer, 2003, p. 34).

Consumptie

De consument schaft het eindproduct aan in haar definitieve gedaante. De economische waarde wordt op dat moment gerealiseerd. Dit is bij koop van een download, cd of concertkaartje of het moment van beluisteren een radio-uitzending. Er zijn vele dispuuten gaande binnen juist deze fase van de culturele

waardeketen (Rutten & Bockxmeer, 2003). De discussie spitst zich met name toe op het illegaal consumeren van content, waardoor revenuen voor de muziekuitgevers onder druk staan.

2.4 Value creating ecologies

Deze studie tracht een beter begrip te krijgen van het functioneren van waardecreatie, ofwel het opkomen en verdwijnen van waarde, in de keten van muziekuitgevers, om meer inzicht te verwerven in de economische aard en dynamiek van de bedrijfstak. Een vraag die in dit licht ook opportuun is betreft de rol van ontwikkelingsprocessen in de totstandkoming van nieuwe fenomenen en standaarden (nieuwe producten, services en/of waardecreatiesystemen). Terwijl de oorzakelijke dimensie suggereert dat voor verandering creatieve handelingen significant zijn, blijkt de nadruk in vele gevallen op de context te liggen. Om als muziekuitgave-industrie te overleven in een dynamisch en beweeglijk landschap, zijn samenwerkingsverbanden met uiteenlopende gremia binnen en buiten het domein gewenst, waardoor nieuwe netwerken en businessmodellen ontstaan. Deze behoefte lijkt te worden gevoed door de beweging van spelers in de creatieve industrie van buiten naar binnen, of vanuit de vruchtbare grenzen van het domein naar het 'mainstream' centrum (Sarasvathy, 2001). De herhaaldelijke beweging van creatieve diversiteit aan de randen is een herkenbaar cyclisch fenomeen binnen deze industrie en vertoont in vele gevallen tegenovergesteld herkenbaar gedrag, zoals het behalen van kortetermijnwinsten (Jones, 1999). Er is daarmee sprake van een hoge mate van toeval zodat managementstrategieën moeilijk te effectueren zijn en grillige co-evolutie onvoorspelbaar is. Veranderingen met diverse spelers in complexe samenwerkingsverbanden versterken dit beeld zelfs naarmate de transparantie van het proces vordert.

In toenemende mate participeren branchevreemde spelers in het domein van de creatieve industrie (Fuller et al., 2009). Apple is daar als dominante distributeur een uitstekend voorbeeld van. Als gevolg hiervan vervagen lineaire historische verbanden binnen de waardeketen, waardoor het bestuderen van systeembrede dynamische verhoudingen een schier ondoenlijke uitdaging vormt (Fuller et al., 2009). De ecologie van waardecreatie verandert, doordat de muziekuitgavebranche zich aanpast aan een nieuwe context, "as the process can span long periods of time and many modes of activity take place in and across many contexts" (Low & MacMillan, 1988, p. 154). Een gangbare benadering om deze veranderlijkheid uit te sluiten is volgens Fuller et al. om het onderzoeksontwerp te simplificeren door te focussen op één analyseniveau, dat kan zijn een individueel-, bedrijfs- of industrielniveau. Dit leidt echter tot een verarming van het beeld van de creatieve dynamiek binnen een levendige omgeving. Binnen dit onderzoek naar de dynamiek van muziekuitgeverijen beschouwen we daarom meerdere analyseniveaus en wordt de grilligheid afgevlakt door het longitudinale gedrag van de gehele bedrijfstak te bestuderen.

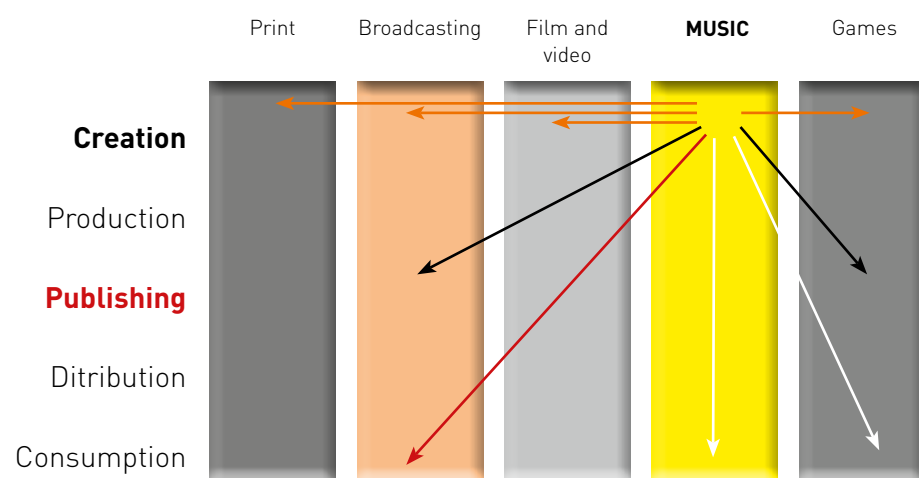
Intrinsiek lijkt de muziekuitgever meestal niet de innoverende partij binnen de creatieve industrie. Een uitgever is gebaat bij een statische en stevige juridische positie in de verschillende bedrijfskolommen van de muziekindustrie en de aanleunende industrieën. Als intermediair is zij wel proactief in het opeisen van haar aandeel. Natuurlijk dienen toonaangevende innovaties houdbaar te zijn. Niet alleen moet de ondernemersinspanning tot vernieuwing leiden, de innovatie moet ook als een toegevoegde waarde worden gewaardeerd door de branche: "Novel and appropriate, useful, correct or a valuable response to the task at hand" (Lepak et al., 2007, p. 35). Dit is vooral gevoelig in de creatieve industrie, gezien de onvoorspelbare waarden van creatieve producten en inspanningen. Hearn en Pace (2006) stellen daarom ook dat zij het onverstandig vinden om analysemodellen van andere, zelfs parallellen industrieën, te adopteren om de dynamiek van de muziekindustrie te bestuderen. Zij spreken ook van specifieke "value creating ecologies",



waar waardecreatie geen duidelijk traceerbaar eenrichtingsverkeer vormt zoals de waardeketen van Porter voorschrijft, maar een systematisch proces van herhaling, feedback en co-creatie bij zowel consumenten als producenten. Met andere woorden, de scheidslijn tussen consumptie en productie vervaagt en het gehele 'milieu' participeert actief mee. De definitie van milieu beperkt zich overigens niet tot de creatieve industrie; alle gelieerde en verwante spelers die invloed hebben op de traditionele bedrijfskolom worden hiertoe gerekend (Hearn & Pace, 2006).

Als er één beroepsgroep binnen een waardenetwerk avant la lettre opereert dan is het die van muziekuitgevers. Zodra er muziek geproduceerd en geconsumeerd wordt, zijn de uitgevers actief om de composities uit te baten. Zij vervullen een intermediaire rol en dienen waarde toe te voegen aan de volgende schakel in de keten. In een actief waardecreatiesysteem vindt een continue transformatie en conversie plaats van investeringen die leiden tot waardecreatie.

Beweging van muziekuitgevers binnen het waardenetwerk van de creatieve industrie



Figuur 2.11 bron: beweging muziekuitgevers binnen de cultural value chain,

Hoe kan men waardecreatie monitoren en is er wel sprake van een duidende functie binnen de ketens? Fuller et al. (2009) definieert het waardecreatiesysteem als volgt:

“The interrelationships between agents, consolidated by trust grounded in shared creative practice, which in turn motivates the anticipation of mutual recognized value, can be theorized as the ‘Value creating system’. Activity therefore involves some form of conversion process involving interaction between agents.” (p. 89)

Als innovaties leiden tot een blijvende waarde, worden de gewoontes, het gedrag, de onderlinge verhoudingen en de stakeholders in een industrie beïnvloed. De aard en het effect van de structurele verandering is echter onvoorspelbaar. Waardecreatie kan liggen in veranderingen in het uitbaten van het verworven intellectueel eigendom. Nieuwe businessmodellen dienen zich aan en marktverschuivingen zijn mogelijk. In dit licht kunnen ook economische, sociale en culturele patronen en gewoontes een verregaande invloed hebben op innovatieve initiatieven.

2.5 Achterliggende juridische waarde

Grondslag van de huidige positie van de auteur én de muziekuitgever is de Nederlandse Auteurswet van 1912. Deze wet is nog steeds van kracht, zij het met talrijke aanpassingen. Een nadere ontleding van de implicaties van de huidige auteurswet leidt tot inzicht in de werkwijze en het vermogen van muziekuitgevers. Auteursbescherming is noodzakelijk om voor de componist en muziekuitgever een billijke vergoeding te verkrijgen bij massaproductie van bladmuziek en geluidsdragers. Een muziekwerk (een compositie alleen of met tekstdicht) dient vanaf dat moment een wettelijke bescherming te genieten om niet aan groot-schalig gebruik zonder vergoeding bloot te staan. Onder auteursrecht verstaat men: het exclusieve recht van de maker tot openbaarmaking, verveelvoudiging en bewerking van originele en vastgelegde werken (Jonge, 1991, pp. 4-7). De auteurswet stelt dat de auteur toestemming moet geven voor gebruik van zijn werk.

Met de adoptie van de auteurswet in 1912 werd Nederland onderdeel van de Berner Conventie¹³. Deze organisatie stelde en stelt zich ten doel om zorg te dragen voor de internationale harmonisatie van auteursrecht en auteurswetgeving. Vastgelegde muziekwerken genieten bij toetreding op grote lijnen een uniforme bescherming.

Een opvallend element in het auteursrecht is de beperkende termijn. Die lijkt namelijk haaks te staan op het recht van eigendom, dat in principe eeuwigdurend is. (Koedooder et al., 2009; Hamelink, 2011) suggereren daarom de benadering van een ‘tijdelijke bescherming’ van de maker van het werk, die gegund wordt aan een exclusieve kunstzinnige prestatie. Vanuit dat oogpunt is een tijdsbeperking niet onlogisch. Het werk blijft in eigendom maar de bescherming vervalt na het verstrijken van een termijn. Indien een muziekwerk na 70 jaar aan het publiek domein vervalt, kan het werk in aangepaste vorm opnieuw de auteursrechtelijke status verwerven als een nieuwe auteur het oorspronkelijke werk op een onderscheidende wijze bewerkt. Dit kan bijvoorbeeld door een nieuw arrangement of een afwijkende tekst of vertaling.

Als Nederland op 1 november 1912 toetreedt tot de Berner Conventie wordt de destijds heersende auteurswet aangepast (Witbraad, 2007, p. 41). De oorspronkelijke Auteurswet 1912 voorziet in het beginsel dat de auteur de volledige zeggenschap heeft over zijn werken. “Krachtens zijn auteursrecht heeft de maker, en hij alleen, de beslissing over wat er met zijn werk gebeurt, en daarmee het middel in handen om het te exploiteren.” (Lingen, 2007, p. 15). Deze frase illustreert dat de auteur datgene toe dient te komen waar hij recht op heeft, namelijk de mogelijkheid om zijn brood te kunnen verdienen met het werk dat hij scheidt. Wat nu volgt is een toelichting op de belangrijkste termen in artikel 1 van de Auteurswet:

“Het auteursrecht is het uitsluitend recht van den maker van een werk van letterkunde, wetenschap of kunst, of van diens rechtverkrijgenden, om dit openbaar te maken en te verveelvoudigen, behoudens de beperkingen, bij de wet gesteld.” (Lingen, 2007)

Het uitsluitend recht

De maker dient toestemming te geven alvorens het werk openbaar gemaakt wordt of verveelvoudigd. Dit kan de maker zelf zijn, of zijn rechtverkrijgenden aan wie hij/zij het auteursrecht heeft overgedragen, zoals een muziekuitgever. Spoor, Verkade, en Visser (2005) stellen dat het auteursrecht een uitsluitend

¹³ Formeel onder de naam ‘Convention concernant la création d’une Union internationale pour la protection des œuvres littéraires et artistiques’



recht is en niet een recht van betaling. Doorgaans zal de maker zijn toestemming tot gebruik verlenen ten aanzien van vooropgestelde voorwaarden, bijvoorbeeld in de vorm van een financiële vergoeding. De maker is echter gemachtigd om de toestemming te weigeren. Het auteursrecht wordt daarom ook wel gezien als een vorm van verbodsrecht: "binnen de grenzen van het recht is alles waarvoor de maker geen toestemming voor heeft verleend, verboden" (Spoor et al., 2005, p. 2; Hamelink, 2011, p. 15). De maker van een werk heeft, conform artikel 1 van de Auteurswet, twee uitsluitende exploitatierechten: het recht tot openbaar maken en het recht tot verveelvoudigen. Spoor et al. oordeelt dat dit artikel niet geheel volledig is. Naast de twee exploitatierechten kent het auteursrecht de maker namelijk ook nog een persoonlijkheidsrecht toe. Er is immers sprake van een persoonlijke relatie tussen de auteur en zijn werken (Lingen, 2007). De auteur van de werken bepaalt daarmee ook wanneer en hoe zijn werk geëxploiteerd mag worden. Met het persoonlijkheidsrecht kan de auteur zich verzetten tegen het openbaar maken zonder naamsvermelding, wijzigingen die zonder toestemming van de maker worden aangebracht in het werk en het misvormen of aantasten van het werk. Het persoonlijkheidsrecht wordt aangeduid als "droit moral", zedelijke of morele rechten. Indien de auteur zijn auteursrecht/exploitatierechten heeft overgedragen aan bijvoorbeeld een muziekuitgever kan hij zich voor zijn auteursrechtendeel nog altijd beroepen op zijn persoonlijkheidsrecht als het werk door een van de bovengestelde conflicten wordt aangetast of als er sprake is van ideële belangen van de auteur (Hamelink, 2011, p. 18). Het persoonlijkheidsrecht is binnen het Nederlandse recht te allen tijde verbonden aan de maker. "Dit recht is dan ook niet overdraagbaar, en blijft bij de auteur, ook als deze zijn exploitatierecht (auteursrecht) heeft overgedragen" (Lingen, 2007, p. 111). Overigens is dit een belangrijk verschil met het Angelsaksische rechtssysteem waar overdracht wel mogelijk is. Daar geldt dat indien de auteur van het werk overlijdt, deze de morele rechten expliciet dient te hebben overgedragen aan een persoon.

De maker van een werk

Met de 'maker' wordt de auteur, de 'schepper' ofwel de geestelijke vader van het werk bedoeld en niet per se de vervaardiger van het werk. Zo zijn componisten en tekstschrijvers (hierna te noemen: de auteurs) de schepper van het werk en hoeven zij niet tegelijkertijd drukker of uitvoerend artiest te zijn om als schepper te worden aangemerkt (Lingen, 2007). Tevens kan er onderscheid worden gemaakt tussen de verschillende makers. In het geval van het gezamenlijk creëren van een muziekwerk is er sprake van co-auteurschap. Een muziekwerk kan ook uit twee werkvormen bestaan: tekst en muziek. De tekstdichter en de componist verkrijgen ieder afzonderlijk auteursrecht voor hun aandeel in het werk. Als iemand anders bijvoorbeeld een bewerking wil maken van de tekst van een muziekwerk, kan de tekstdichter hier eventueel tegen optreden, niet de componist (Lingen, 2007; Hamelink, 2011). Het komt voor dat de twee auteurs ieder afzonderlijk hun exploitatierechten hebben overgedragen aan verschillende muziekuitgevers. Op het moment dat het werk wordt uitgegeven spreekt men in muziekuitgeverjargon van een co-editie of split-copyright (Koedooder et al., 2009; Hamelink 2011). Indien een werk is gecreëerd in dienstverband is de werkgever de maker en komt het auteursrecht en de eventuele inkomsten uit exploitatie toe aan de werkgever (Lingen, 2007). In andere gevallen kan ook een rechtspersoon (vennootschap, stichting, vereniging) als maker worden aangemerkt. Met de rechtverkrigenden worden degenen bedoeld aan wie de maker zijn auteursrecht ter exploitatie gedeeltelijk heeft overgedragen, bijvoorbeeld aan muziekuitgevers, maar dit kunnen ook erfgenamen zijn.

Het werk

De auteurswet stelt twee eisen aan het werk van letterkunde, kunst of wetenschap, namelijk: de oorspronkelijkheid van het werk en de zintuiglijke waar-

neembaarheid van het werk. Een media-advocaat (2010) vat de twee eisen die gesteld worden aan een werk samen als: "Het auteursrechtelijk beschermde werk is de in een zintuiglijk waarneembare vorm tot uiting gebrachte geestelijke creatie met een mate van uniciteit en een persoonlijk karakter en de oorspronkelijke persoonlijke stempel van de maker". In art. 10, lid 1, geeft de Auteurswet voorbeelden van de vorm waarin een werk zich kan voordoen. Van Lingen (2007) stelt hierbij dat het om voorbeelden gaat en dat de opsomming niet uitputtend is. De eis voor wat betreft de oorspronkelijkheid houdt in dat het werk een persoonlijke stempel of karakter van de maker moet dragen. Van Lingen benadrukt dat het werk dat geen 'vorm' heeft zich ook moeilijk laat beschermen, waaruit de eis van zintuiglijke waarneembaarheid voortvloeit. Een muzikale improvisatie of uitvoering is zintuiglijk waarneembaar. Ook ontwerpen, ideeën, schetsen en onvoltooide geschreven muziekteksten kunnen als werk beschermd worden.

In het geval van vertalingen en bewerkingen van een bestaand muziekstuk, aangeduid als "oeuvres de seconde main" (Lingen, 2007, p. 33), is er sprake van een dubbel auteursrecht. Dat houdt in dat indien een vertaling of bewerking van een bestaand muziekstuk wordt geëxploiteerd, er niet alleen toestemming nodig is van de vertaler of bewerker, maar ook van de oorspronkelijke auteur. Beide auteursrechthebbers maken dan aanspraak op eventuele vergoedingen voor het gebruik van het werk.

De bevoegdheden en beperkingen

Artikel 1 van de Auteurswet noemt twee bevoegdheden, het openbaar maken en het verveelvoudigen. Dit zijn de exploitatierechten van de auteur waar in beginsel het hele auteursrecht om draait. Het is immers de bedoeling dat de auteur en zijn werk beschermd worden tegen roefdrukken bij verveelvoudiging en tegen illegale uitgave bij openbaarmaking. Onder openbaar maken van muziekwerken wordt verstaan: het openbaar beschikbaar stellen van een werk aan het publiek. Dit kan bijvoorbeeld door het muziekwerk te laten afspelen of live ten gehore brengen op een locatie of via media zoals radio, televisie en internet. Op grond van art. 13 wordt met verveelvoudiging mede verstaan: "iedere gehele of gedeeltelijke bewerking of nabootsing in gewijzigde vorm, welke niet als een nieuw, oorspronkelijk werk moet worden aangemerkt" (Lingen, 2007, p. 85). Dit kunnen bijvoorbeeld vertalingen of bewerkingen van een muziekwerk zijn, maar ook het gebruik van samples valt hieronder. Zonder toestemming van de rechthebbenden mag het openbaar maken of het vastleggen van een muziekwerk op een beeld- of geluidsdrager niet plaatsvinden. Het vastleggen van auteursrechtelijke beschermde werken op beeld- of geluidsdragers staat bekend als het mechanische¹⁴ reproductierecht (Koedooder et al., 2009; Hamelink, 2011 p. 22).

Met deze exploitatierechten kan een auteur vergoedingen vragen voor het gebruik van zijn werk. Exploitatierechten zijn middels een contract overdraagbaar aan collectieve beheersorganisaties (zie hoofdstuk 6) en/of aan muziekuitgevers die gelden uit het muziekgebruik kunnen innen en verdelen. Aan alle rechten die een auteur toekomen zijn ook een aantal beperkingen gesteld, zoals de duur van het auteursrecht. In Nederland geldt thans: de periode gedurende het leven van de maker plus 70 jaar na zijn overlijden.

Wet op de naburige Rechten

Het auteursrecht ligt bij de maker van een origineel werk en komt niet toe aan uitvoerende kunstenaars en vervaardigers. Zij zijn niet scheppend, maar herscheppend bezig. Omdat zij niet auteursrechtelijk beschermd worden, is de wet

¹⁴ De term mechanische rechten stamt nog uit de tijd dat pianola's mechanisch aangedreven werden om muziek te genereren. In de praktijk komt het er op neer dat elke vorm van verveelvoudiging bedoeld wordt (Koedooder et al., 2009, p.329).



op de naburige rechten (WNR¹⁵, 1993) tot stand gekomen. Filmproducenten en omroepen worden bijvoorbeeld door deze wet beschermd. De wet op de naburige rechten ligt dicht tegen de auteurswet aan, vandaar ook de term 'naburige rechten' (Koedooder et al., 2009; Hamelink, 2011 p. 21). Deze wet is tot stand gekomen door twee internationale verdragen, de Conventie van Rome, 1961, en het Fonogrammenverdrag van Genève, 1971.

De WNR houdt in dat de rechten van de fonogrammenproducenten van opnamen¹⁶ en uitvoerende artiesten die een compositie vertolken beschermd worden. De rechten die zij hebben zijn vergelijkbaar met de rechten van de auteurs. Fonogrammenproducenten en uitvoerende artiesten hebben het uitsluitend recht om uitvoeringen op te nemen, opnamen te reproducen, deze in het verkeer te brengen, uit te zenden en openbaar te maken (Hamelink, 2011, p. 22). Zij hebben hiervoor dan ook het uitsluitend recht om voor deze handelingen toestemming te verlenen (meestal onder voorwaarden) of te verbieden. Een verschil met de auteurswet is het hierboven besproken verbodsrecht voor openbaarmaking van commerciële geluidsdragers of een reproductie daarvan, wat bij de naburige rechten vervangen is door een vergoedingsrecht (Spoor et al., 2005). Commerciële geluidsdragers mogen zonder toestemming van de fonogrammenproducent of uitvoerende artiest openbaar worden gemaakt of worden uitgezonden, mits de gebruikers (bijvoorbeeld horeca en omroepen) een billijke vergoeding betalen. Deze vergoedingen worden door de collectieve auteursrechtenorganisatie SENA geïncasseerd en verdeeld onder de rechthebbenden. Platenproducenten en uitvoerende artiesten dienen zichzelf en hun repertoire aan te melden bij SENA om vergoedingen uit het naburig recht te kunnen incasseren.

Net zoals auteurs hebben ook platenproducenten en uitvoerende artiesten recht op een thuiskopie- en leenvergoeding. NORMA incasseert de vergoedingen en verdeelt deze onder de rechthebbenden (Koedooder et al., 2009; Hamelink, 2011 p. 22). De beschermingsduur van de naburige rechten voor rechthebbenden is 70 jaar na het vervaardigen van de uitvoering of de opname (interview media-advocaat, 2010). De verlenging van de termijn van 20 jaar zal de artiesten, maar met name de platenmaatschappijen (producenten) meer inkomsten gaan opleveren.

2.6 Exploitatievormen

De algemene reden van de totstandkoming van het auteursrecht is dat bij vermenigvuldiging en gebruiksgenot van de werken de uitgevers en de auteurs naar billijkheid vergoed worden. In eerste instantie richten de rechthebbenden (componisten en muzikuitgevers) zich op het recht op een opbrengst bij vermenigvuldiging van de werken in de vorm van bladmuziek. De muzikuitgeverindustrie kenmerkt zich door vele aanbiedingen van composities waarvan slechts enkele de productiefase bereiken. De kosten gemaakt in het creatie-

¹⁵ De WNR verstaat onder fonogrammenproducent: "de natuurlijke of rechtspersoon die een fonogram voor de eerste maal vervaardigt of doet vervaardigen op een geluidsdrager, ofwel 'fonogram'.... De producent is echter niet degene die het fonogram feitelijk tot stand brengt. Producent in de zin van de WNR is blijkens de wetsgeschiedenis en rechtspraak degene die de organisatie van de uitvoering op zich neemt én de financiële verantwoordelijkheid voor de geluidsopnamen draagt." In veel gevallen is de muziekmaatschappij de producent, omdat zij de opnamen financieren, maar dit hoeft niet (Koedooder et al., 2009, p. 481).

¹⁶ De producent is de eigenaar van de 'master'; de originele opname waarvan de kopieën ('slaves') gemaakt worden. Met master kunnen ook de originele opnamen van individuele tracks bedoeld worden (Passman, 2010).

proces zijn relatief hoog, terwijl de kans op succes gering is. Men spreekt hier van "fixed costs" die niet meer ongedaan gemaakt kunnen worden (sunk costs) en die terugverdiend dienen te worden, meestal door meerdere concepten en ideeën uit te werken alvorens tot definitieve productie over te gaan (Rutten & Bockxmeer, 2003). De promotiekosten zijn ook relatief hoog. De strategieën om onderscheidend te zijn binnen een competitieve muziekmarkt zijn kostbaar. Zie bijvoorbeeld hoe nieuwe artiesten geïntroduceerd worden of albums van bekende performers gelanceerd worden. De kracht van het exploitatiemodel zijn de relatief lage kosten van kopieën en reproducties. Hier is de wet van de afnemende meeropbrengst van toepassing. Schaalvergroting werkt dit in de hand, zeker gezien de huidige cultuur van digitale globalisering. Wanneer de initiële kosten zijn terugverdiend, neemt de marge op de overige reproductie voor muzikuitgevers zienderogen toe, zodat de muzikuitgever de initiële investering kan recupereren, met als voorwaarde de eerder gestelde wettelijke bescherming van het auteurs- en naburige recht. De keerzijde van het klassieke exploitatiemodel bij licentieverstreking is het risico van volledige afschrijving van alle kosten bij een misser, die over het algemeen talrijker zijn dan hits.

Overdracht van exploitatierechten

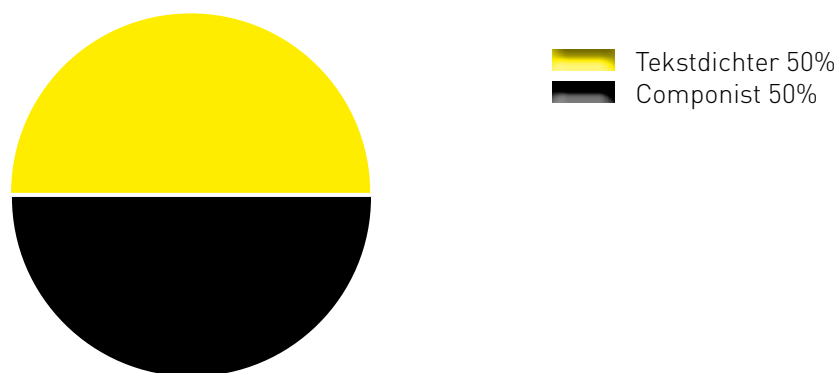
Het is aan de individuele auteur om te beslissen of hij zijn exploitatierechten wil overdragen aan muzikuitgevers, indien deze dit wensen. De overdracht van het auteursrecht kan uitsluitend bij geschrifte plaatsvinden. Het opgemaakte stuk heet dan een contract (Lingen, 2007). Auteurs kunnen ervoor kiezen om vervolgens een exploitatiecontract te sluiten met Buma/Stemra. Zij sluiten vervolgens een contract voor hun hele repertoire dat wereldwijd geëxploiteerd kan worden:

"Door het sluiten van dit contract draagt de auteur aan Buma/Stemra met uitsluiting van ieder ander en van zichzelf het muzikauteursrecht van eerder gemaakt en nog te maken repertoire in eigendom over aan Buma/Stemra." (Koedooder, Molenaar & Beltman, 2009, p. 309)

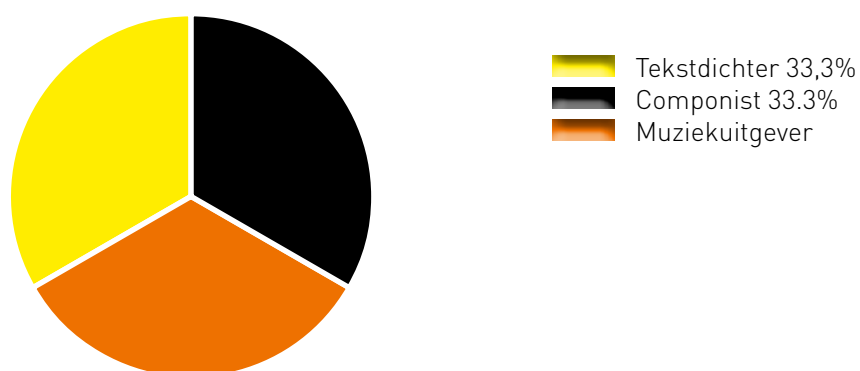
Indien de auteur tekent bij een muzikuitgever sluit deze vervolgens een overeenkomst met Buma/Stemra en zorgt deze er voor dat de werken verplicht worden aangemeld bij de respectievelijke stichting en vereniging. Het doel van het sluiten van een dergelijke overeenkomst is om belangenbehartiging mogelijk te maken. Dit wordt aangeduid als fiduciaire overdracht (fiducia cum amico): overdracht ter exploitatie (Lingen, 2007). Koedooder et al. (2009) stellen dat een overdracht van de exploitatierechten volgens de Auteurswet beperkt moet worden uitgelegd ten gunste van de auteur. Hierdoor moet in het overdrachtscontract uitgebreid omschreven worden welke deelrechten aan de muzikuitgeverij zijn overgedragen (Hamelink 2011, p. 24). Zonder uitgever heeft de auteur recht op 100% (exclusief administratiekosten) van de vergoedingen die Buma/Stemra incasseert voor muziekgebruik van derden. Als er meerdere partijen (tekstdichters, componisten) betrokken zijn bij het creëren van een werk wordt naar belang van het aandeel die 100% gesplitst in gelijke delen (Plas, 2007). Door het sluiten van een overeenkomst met een uitgever wordt deze ook rechthebbende van de muziekwerken en heeft hij recht op een deel van de geïncasseerde vergoedingen door de "collecting societies." In Nederland is de verdeelsleutel van de opbrengsten uit muziekgebruik als volgt:



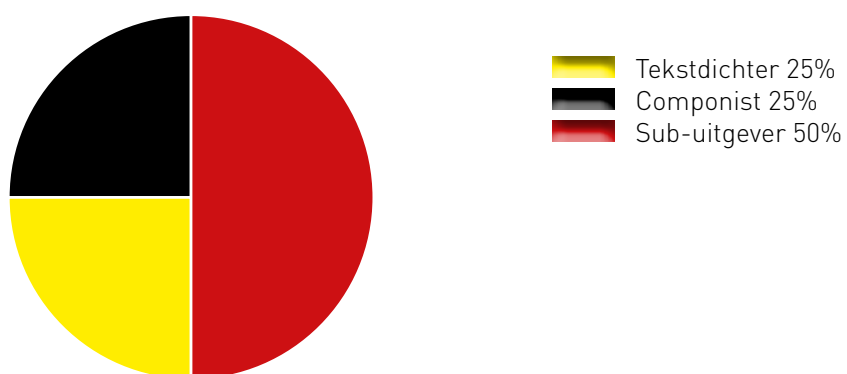
Verdeling auteursrechten zonder muzikuitgever



Verdeling auteursrechten met muzikuitgever



Als er sprake is van een buitenlandse muzikuitgever



Figuur 2.12 Verdeelsleutel. Bron: Van der Plas, 2007, p. 239

In het geval van co-auteurschap ontvangen de componist en tekstdichter ieder 33,3% van de inkomsten. Indien één auteur zowel de compositie als de tekst voor zijn rekening heeft genomen, verkrijgt hij de volle 66,6%. Van der Plas (2007) geeft aan dat als het werk ook in het buitenland wordt uitgegeven, de tekstdichter en componist samen in ieder geval de helft van de auteursvergoeding krijgen.

Het aandeel van de auteur wordt dan verlaagd naar 50% en dat van de uitgever verhoogd naar 50% (Koedooder, Molenaar, & Beltman, 2009).

Mechanisch recht

Bij het produceren van bladmuziek is er sprake van het mechanische recht dat voorziet in een royalty voor de auteurs per verkocht item. Elke vorm van fysieke reproductie van geluidsdragers valt ook onder dit recht. Over het algemeen exploiteren platenmaatschappijen muziekwerken op geluidsdragers terwijl de composities geëxploiteerd worden door muzikuitgevers. De producent stelt zich ten doel om van de composities succesvolle opnamen te maken en deze vervolgens te exploiteren. Voor de platenmaatschappij is de relatie met de uitvoerende artiest als vormgever en vertolker van muziekwerken essentieel. De hoogte van de inkomsten uit reproductie voor de muzikuitgeverij en de auteur is afhankelijk van het aantal gemaakte kopieën van de composities. De inning van de gelden uit mechanische rechten op geluidsdragers geschiedt in Nederland door de collectieve auteursrechtenorganisatie Stemra¹⁷ (hierover uitvoerig in Hoofdstuk 6).

De producent (meestal de platenmaatschappij) draagt per opname een bedrag af aan Stemra,¹⁸ voor het gebruik van de compositie. Deze zorgt vervolgens voor doorbetaling van de ontvangen gelden (na aftrek van kosten) aan de rechthebbenden (muzikuitgever en auteurs). Stemra heft bij de platenindustrie een percentage (circa 9%) dat wordt uitgedrukt in de verkoopprijs van de geluidsdragers door de dealers (PPD¹⁹ genaamd) en heft dit ook bij organisaties die in eigen huis kopieën van geluidsdragers maken. Indien de werken worden uitgegeven op geluidsdragers, ontwikkelt zich een ander recht: het naburige recht dat toevalt aan de uitvoerende en de producent.

Uitvoerend recht

De muzikauteur krijgt ook een vergoeding wanneer zijn werk in een openbare gelegenheid wordt gespeeld. Men spreekt in dit geval van het uitvoerend recht. Het was indertijd lastig voor componisten om dit exploitatierecht om te zetten in een economisch voordeel. Kretschmer et al. (1999) halen het voorbeeld aan hoe een populaire componist in de negentiende eeuw, genaamd Bourget, zijn uitvoeringsrechten probeerde te claimen. Het verhaal vertelt dat Bourget in een café in Parijs een muziekstuk ter ore kwam dat hij zelf gecomponeerd had. Hij sprak daarop de eigenaar aan, maar die weigerde te betalen voor het gebruik van de muziek. Bourget weigerde op zijn beurt om zijn drankrekening te betalen met de volgende woorden: " Vous consommez ma musique, j'ai consommé vos boissons" (Kretschmer, Klimis & Wallis, 1999, p. 169). Het kwam uiteindelijk tot een rechtzaak waar de rechter Bourget gelijk gaf.

Muzikuitgevers en auteurs organiseren zich in een collectieve auteursrechtenorganisatie, Buma²⁰. Met gezamenlijke kracht tracht Buma het auteursrecht op het gebied van openbare uitvoering uit te baten. Dit behelst onder andere het exclusieve recht tot openbaarmaking. Onder openbaarmaking wordt verstaan het publiekelijk ten gehore brengen van het muziekwerk door middel van concerten en geluidsdragers, met als distributeurs bijvoorbeeld radio, film, televisie

17 Stemra; Stichting tot Exploitatie van Mechanisch reproductierechten der Auteurs, oprichting 12 augustus 1936.

18 Stemra heeft overigens geen wettelijk monopolie op inning. Naast Stemra zou een concurrerende bemiddelaar kunnen opereren, die zich toelegt op het incasseren van auteursroyalty's op reproductie van geluidsdragers.

19 PPD is published price to dealer

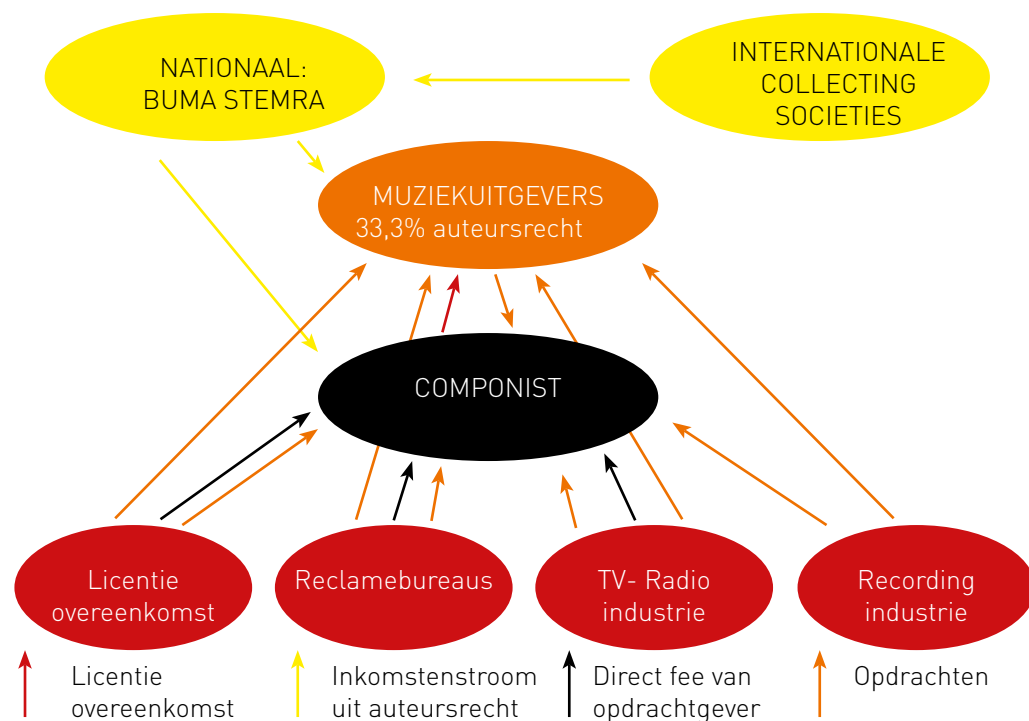
20 Buma; Bureau voor Muziek Auteurswet, oprichting 14 december 1913.



en internet. Men noemt deze vorm primaire openbaarmaking. Hiervan is bijvoorbeeld sprake als een radiozender of omroep toestemming nodig heeft van de auteur voor uitzending van het muziekwerk. Indien een openbare gelegenheid (zoals een restaurant) vervolgens een radio-uitzending door laat dringen tot het aanwezige publiek, dan is wederom toestemming nodig van de auteur. Deze vorm heet secundaire openbaarmaking. Uitvoering in besloten kring valt buiten het begrip openbaarmaking. Waar werken van aangeslotenen ten gehore worden gebracht en openbaar gemaakt worden, int Buma hiervoor gelden. Buma beperkt zich tot het 'klein recht,' wat inhoudt dat alles wat onder het 'groot recht' valt, zoals opera, operette, ballet, musical, is uitgesloten, terwijl de overige muziekwerken (met of zonder tekst) beschermd zijn (interview bestuurder auteursrechtenorganisatie, 2007).

Een aanzienlijk deel van de Buma-inkomsten komen van zendgemachtigden zoals radio en televisie, een ander fors deel komt van de podia die muziek uitvoeren en van secundaire openbaarmaking (bijvoorbeeld de radio die aanstaat in een kantine of winkel, muziek in een restaurant). Buma's heffingssysteem kent verschillende achterliggende berekeningsmethoden. Uitgangspunten zoals uitgezonden tijdsduur (radio, televisie, bioscoop), de frequentie waarmee de werken ten gehore worden gebracht, oppervlakte van de winkelruimte waarin de muziek openbaar wordt gemaakt en de hoogte van entreegelden zijn hierbij leidend. Buma verdeelt alle inkomsten (na aftrek van 15% kosten) over de rechthebbers aan de hand van een toegekende puntwaarde per medium en per aard (ernstig, middenggenre, verpozingaard). Buma bepaalt in onderling overleg met de aangesloten leden, per kalenderjaar, de puntwaardes alvorens tot uitkering aan de leden over te gaan. De puntwaarde geeft de mate van beloning per seconde aan voor openbaarmaking van muziekwerken, gerangschikt naar muzieksoort. Ernstige muziek heeft een hogere waardering dan lichte muziek.

Klassieke exploitatiemodel uitgevers



Figuur 2.13 Klassiek exploitatiemodel muziklicenties voor muziekuitgevers, (Wierda, 2011).

Synchronisatierecht

De laatste bron van auteursrechtelijke inkomsten komt mede voort uit het uitvoeringsrecht: de synchronisatie royalty. Deze royalty wordt erkend door de gebruiker als een auteursrechtelijk beschermd werk gebruikt wordt ter ondersteuning van een visuele productie, zoals een televisieopname, een film of een commercial. Voorafgaand aan de openbaarmaking van het werk dat verbonden is aan het visuele product, dient de gebruiker volgens de volgende procedure toestemming te verkrijgen.

De beoogde gebruiker doet een aanvraag bij de muziekuitgeverij die als vertegenwoordiger optreedt voor de auteurs en de mastereigenaar²¹ zodat het werk gecleared²² kan worden. De muziekuitgeverij taxeert de kosten voor het gebruik, die afhankelijk zijn van de uniciteit van de compositie, de tijdsduur (bijvoorbeeld het aantal seconden in een reclame), de frequentie, het gebruik en de plaats. Formeel vindt er overleg plaats met de auteur over de hoogte van de vergoeding en er dient consensus te zijn over de combinatie van compositie en context/ boodschap van het beeldmateriaal; dit mag het imago van het werk niet schaden. Als de auteur en de uitgever zich in het voorstel kunnen vinden, geven zij toestemming voor het gebruik van de compositie. Op het moment dat de commercial, de film of het televisieprogramma vertoond worden, ontstaan er voor de muziekuitgeverij en de auteur inkomsten uit het uitvoerend recht via Buma. Voor het clearen van de master geldt dezelfde procedure, met dien verstande dat de compositie overwegend in het bezit is van producerende partijen zoals de platenmaatschappij die de opname gefinancierd heeft. De volgorde van onderhandelen met de muziekuitgever of de platenmaatschappij is willekeurig. Bij de onderhandelingen tussen de beoogde gebruiker, de mastereigenaar en de compositie-eigenaar geldt het principe van 'most favoured nation'. Dit houdt in dat er een gelijke vergoeding (meestal een fixed fee) wordt voorgesteld voor zowel het gebruik van de compositie (aan de muziekuitgever) als voor de master (de platenmaatschappij).

Soorten muziekuitgever overeenkomsten

Er bestaan diverse contracten met ook weer verschillende bepalingen die hierin zijn opgenomen. Omdat de overdracht van auteursrechten volgens de Auteurswet beperkt moet worden uitgelegd, worden de deelrechten die aan de uitgever zijn overgedragen in de contracten vrij uitvoerig omschreven. Zo kan er bijvoorbeeld ook in het contract zijn opgenomen dat de uitgever het recht krijgt om muziekwerken te veranderen door er bijvoorbeeld een andere tekst bij te laten maken, of de composities te gebruiken voor vertalingen. De auteur kan hier uiteraard over onderhandelen (net als over vele andere elementen in het contract), waardoor ieder contract voor iedere auteur weer anders is (Koedooder et al., 2009; Hamelink, 2011). In ruil voor het overdragen van de exploitatierechten en een deel van de opbrengsten heeft de muziekuitgever belangrijke taken: de muziekwerken administreren en een inspanningsverplichting om deze veel mogelijk te exploiteren, te promoten en te verveelvoudigen. Beide partijen zijn gebaat bij de samenwerking: hoe meer de uitgever exploiteert, hoe groter de opbrengst voor beiden zal zijn. De drie contractvormen zijn als volgt te onderscheiden:

Het muziekuitgavecontract

De auteur draagt hierbij schriftelijk zijn exploitatierechten geheel over. Dit kan ook in de vorm van een titelcontract bij een enkel muziekwerk (Hamelink, 2011, p. 32). Meestal geldt dit voor de duur van het auteursrecht voor de hele wereld, maar het kan ook voor een beperkte periode in een bepaald territorium zijn. In

21 Mastereigenaar: rechtmatig eigenaar van het originele werk

22 Clearance: het recht verkrijgen voor gebruik van het muziekwerk



dergelijke contracten wordt gesproken van een overdracht van auteursrechten, maar die benaming is feitelijk niet juist omdat die rechten immers al zijn overgedragen aan Buma/Stemra. Er kan beter gesproken worden van een exclusieve licentie verleend aan de muziekuitgever.

De administratiedeal

Bij een administratiedeal staat de auteur zijn rechten niet af. De bevoegdheid over het auteursrecht blijft bij de independent partijen. Indien er sprake is van overdracht van rechten met gezamenlijke uitgevers wordt dat een sub-uitgave genoemd. Daarbij spreken de onderlinge partijen af hoe ze het uitgeversdeel verdelen. Omdat de muziekuitgever bij dit soort overeenkomsten in de regel niet meer doet dan de administratieve verrichtingen, zal de auteur in een administratiecontract vaak een klein percentage afstaan aan de uitgever (bijvoorbeeld 10 – 15%) of om een kickback²³ vragen (Hamelink, 2011, p. 32).

Het fondscontract

Muziekuitgeverijen bieden auteurs een “onderfonds” aan. Bij een fondscontract beheert de auteur binnen de uitgever zijn eigen fonds, waar beide partijen een aandeel in hebben. Hierbij is meestal sprake van een “kickback” regeling, waarbij het fonds het uitgeversdeel ontvangt. Het is van belang om bij dergelijke fondsovereenkomsten de afspraken over het eigendom van rechten, de geldstromen en bevoegdheid te definiëren (Koedooder et al., 2009; Hamelink, 2011, p. 33). Naast reguliere muziekwerken wordt er ook vormgevingsmuziek gecomponeerd zoals jingles, bumpers, leaders en geluidseffecten ten behoeve van film of radio- en televisieprogramma's, in vele gevallen geplaatst in daarvoor speciaal opgerichte muziekuitgavefondsen (zie hoofdstuk 9).

2.7 Rol en functie van de muziekuitgever

Om de rol en functie van de muziekuitgeverij binnen de media- entertainmentindustrie te duiden, zijn enkele gangbare vergelijkbare functies interessant. Van der Plas noemt de uitgever “een makelaar in liedjes met een uitgebreid netwerk” (2007, p. 238). De vergelijking gaat maar deels op: een makelaar stelt zich weliswaar op als intermediair, net als de muziekuitgever, maar de makelaar bezit het goed of de dienst meestal niet, terwijl de muziekuitgeverij zich een deel van het eigendom van de compositie heeft toegeëigend. Ook als we de muziekuitgever vergelijken met de boekuitgever zijn er duidelijke verschillen. De boekuitgever verkrijgt het recht tot publicatie en financiert de productiekosten en verkoopt vervolgens de boeken uit voorraad. Voor zover het bladmuziek betreft geldt hetzelfde, maar in het geval dat de muziekuitgever voor een geluidsopname het auteursrecht licenseert aan derden, bezit hij wel een deel van het auteursrecht maar is hij geen eigenaar van de voorraad. Met andere woorden, de functie van de muziekuitgever is te splitsten in twee functies; muziekuitgevers die licenties van composities verhandelen in allerlei vormen op verschillende cultuurmarkten; en muziekuitgevers die bladmuziek verkopen.

Het is voor de uitgevers en auteurs van belang dat de compositie zoveel mogelijk geëxploiteerd en uitgevoerd wordt en het bereik door uitgave maximaal is. Het is de taak van de muziekuitgever om de werken onder de aandacht van potentiële gebruikers (licentienemers) te brengen en deze partijen te bewegen om de werken openbaar te maken en te verveelvoudigen (Koedooder, Molenaar, & Beltman, 2009). Dit kan via verschillende mediavormen zoals radio, televisie, internet, films

²³ Kickback is een financiële vergoeding wanneer het succes achteraf groter blijkt dan vooraf ingeschat, waardoor een nabetaling volgt.

en commercials, maar ook door verveelvoudiging op bladmuziek en geluidsdragers. Wat betreft het verveelvoudigen op geluidsdragers bemiddelt de uitgever veelal tussen de A&R-manager²⁴ van een platenmaatschappij en de componist.

De toegevoegde waarde van de uitgever als exploitant van muziekwerken is belangrijk en tegelijkertijd ook het meest complex (Beall, 2004). Hoe de muziekuitgeverij zich precies manifesteert binnen de bedrijfskolom(men) van de muziekindustrie wordt duidelijker als de rollen nader worden bepaald. De hieronder gedestilleerde rollen zijn van toepassing op de verschillende exploitatievormen. Deze rollen zijn zowel opwaarts als neergaand gericht binnen de bedrijfskolom en, als we spreken over een waardenetwerk, ook diagonaal of horizontaal.

Gatekeeper: het beheren van kwaliteit van composities

Van oudsher zijn het de muziekuitgevers die besluiten of de compositie voldoende kwaliteit heeft om te exploiteren of zelf uit te geven op blad. Het is van belang dat de muziekuitgever de kwaliteit van de muziekwerken waarborgt alvorens hij deze aanbiedt aan de producent, meestal de A&R manager. Deze bepaalt uiteindelijk of hij ook daadwerkelijk gebruik maakt van de aangeboden muziekwerken en fungeert in wezen als de tweede gatekeeper binnen het proces. Een uitgever volgt de trends om zodoende nieuwe rechten van liedjes van auteurs te verwerven. Beall (2004) beschrijft dat er diverse vaardigheden nodig zijn om effectieve acquisitie te plegen: het inschatten van de creatieve ontwikkeling en het talent van een auteur, het inschatten van potentiële commerciële waarde van een bepaald muziekwerk, het tegen een goede prijs verwerven van een werk en de overtuiging tot overdracht. Vergelijkbaar is de rol van de literaire uitgeverij. Janssen (2000) kenmerkt de selectie van auteurs en teksten als misschien wel de voornaamste activiteit van uitgeverijen en benadrukt het belang van de intermediaire rol tussen auteur en markt. Binnen de bedrijfskolom is de intermediaire rol neerwaarts naar de auteur, waarbij de uitgever fungeert als gatekeeper. De acquisitie van nieuwe muziekwerken is waarschijnlijk de meest tijdrovende maar tegelijkertijd ook de interessantste taak van de muziekuitgever (interview muziekuitgever, 2010). De voornaamste reden dat muziekuitgevers met plezier hun vak uitoefenen is volgens een muziekuitgever (interview, 2009) het enthousiasme dat voortkomt uit de ontdekking van een hit voordat dat anderen dat doen.

Financier van talent

In vele gevallen binden muziekuitgevers componisten en tekstdichters aan zich door middel van het verstrekken van een financieel voorschot, indien de betreffende componist zich al in de markt bewezen heeft of muziekuitgevers potentieel succes vermoeden. De auteur tekent dan een contract dat is gebonden aan een akte van cessie. Deze tekst is vastgesteld door Buma/Stemra (Koedooder, Molenaar, & Beltman, 2009). Indien de auteur akkoord gaat, mag de uitgever het auteursaandeel van Buma/Stemra recoupen²⁵ op het (rentevrije) voorschot. In ruil voor dit voorschot dragen de auteurs over huidige en/of toekomstige composities een deel van hun auteursrecht af aan de muziekuitgever. Indien een compositie bij exploitatie inkomsten vergaart, komen deze ten laste van het voorschot totdat dit volledig is ingelopen (Beall, 2004). De auteur ontvangt inkomsten over zijn aandeel weer direct via Buma/Stemra als het voorschot is ingelopen (Koedooder, Molenaar, & Beltman, 2009, p. 221). De muziekuitgever is op deze wijze gebaat bij het exploiteren van de werken (ook als het voorschot al is ingelopen). De rol van muziekuitgevers als financier van talent maakt de auteur afhankelijk en is binnen de waardeketen neerwaarts gericht alvorens opwaarts de werken te exploiteren.

²⁴ A & R betekent artist & repertoire bij een platenmaatschappij of een muziekuitgeverij.

²⁵ Door muziekuitgever gebruikte term voor het inlopen van een betaald voorschot (Koedooder, Molenaar, & Beltman, 2009, p. 231)



Creative Matchmaker

Een goede muzikuitgever heeft een brede kennis van muziek en weet welke muziekstukken passen en een bepaald gevoel kunnen oproepen (interview muzikuitgever, 2010). De beschrijving van de rol "creative matchmaker" verwijst naar het zoeken naar de juiste compositie bij een opdracht. De muzikuitgever faciliteert samenwerkingsverbanden tussen componisten en tekstschrijvers (Passman, 2010). Indien de muzikuitgever de samenwerking heeft geïnitieerd verwacht hij doorgaans ook een percentage van de inkomsten voor alles wat er is geschreven gedurende die sessies (Beall, 2004). Ook deze creatieve rol is neerwaarts gericht binnen de bedrijfskolom.

Netwerker & Dealmaker

De rol van netwerker en dealmaker is binnen het waardenetwerk opwaarts gericht binnen en buiten de bedrijfskolom van de muziekindustrie, soms horizontaal of diagonaal. Het netwerk van een muzikuitgever bestaat immers niet alleen uit muzikmaatschappijen, ook reclamebureaus, game- en filmproducenten, omroepen en bedrijven die handelen in vormgevingsmuziek, behoren hier doorgaans toe in verschillende fasen van de waardeketen. De acquirerende rol van de uitgever is voor de auteur een van de voornaamste redenen om zijn auteursaandeel af te staan. Zelf komt hij meestal niet toe aan de verkoop van zijn werken. De kennis van contracten is bij de dealmaking van essentiële waarde. In deze juridische rol verleent de uitgever ten behoeve van de royaltyinkomsten toestemming om een muziekwerk te gebruiken in commercials, stelt contracten op of controleert deze.

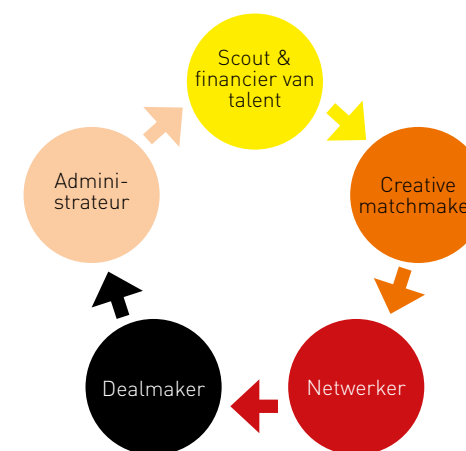
Administrateur en bewaker van auteursrechtelijke inkomsten

De laatste rol van de muzikuitgever is het voeren van administratie en controle aangaande de inkomsten vanuit de auteursrechtenorganisaties. De statements van royalty's worden door de uitgevers nagelopen op onregelmatigheden. Indien er sprake is van disputen, behandelt de uitgever deze. Complexe exploitatie zoals in landen waar geen auteursrechtenorganisaties gevestigd zijn, nemen de uitgevers ter hand. Voor de auteur geldt dat een goede uitgever zichzelf alleen al terugverdient door de administratie op de juiste wijze te behartigen (interview componist, 2008). De rol van de muzikuitgever als administrateur is neerwaarts dienend gericht naar de auteur. Indien er sprake is van een fondscontract of administratiedeal kan deze rol ook horizontaal of opwaarts gericht zijn binnen het gehele waardenetwerk.

Functie en onderlinge werking

De functie van de muzikuitgever is in wezen: op de meest efficiënte wijze de te exploiteren auteurswerken verspreiden en het bereik vergroten. Wanneer de uitgever zijn rollen consequent uitvoert, leidt dit tot de meest effectieve exploitatie van de muziekwerken. Per rol dient er waarde te worden toegevoegd aan het proces van het exploiteren van de muziekwerken, wat leidt dit tot optimalisatie van inkomsten voor zowel de auteur als de muzikuitgever. Binnen de bedrijfsvoering vindt een cyclisch proces plaats.

Werkwijze muzikuitgevers



Figuur 2.14 Onderlinge werking van de rollen van de muzikuitgever²⁶

2.8 Conclusie

Binnen de context van de gehele muziekindustrie leveren muzikuitgevers een betrekkelijk kleine bijdrage qua omzet en het aantal arbeidskrachten. Echter, de groep is van wezenlijk belang voor de exploitatie van muziekwerken. Binnen de culturele waardeketen hebben muzikuitgevers een functie bij creatie van nieuwe muziekwerken, waarin zij zorg dragen voor de compositie. Zij produceren de werken bij licentie niet fysiek, tenzij er bladmuziek wordt uitgegeven. Grondslag van exploitatie is het auteursrecht uit 1912 dat op diverse wijze door muzikuitgevers geëxploiteerd wordt. De achterliggende juridische waarde van het werk wordt gedeeld met de componist die een exclusief exploitatierecht verstrekt aan de muzikuitgever. De opbrengsten voor zowel de auteur als de uitgever zijn bij fysieke productie afhankelijk van het aantal verkochte stuks. Door het erkende auteursrecht in 1912 is het mogelijk om ook voor de uitvoering van een werk door derden een vergoeding op te eisen. De auteursrechtenorganisatie Buma collecteert de auteursgelden en keert de royalty's uit aan de auteurs en uitgevers. Als muzikuitgevers licenties vergeven aan muziekproducenten die de opname financieren en een geluidsdrager vervaardigen, verkrijgt de producent een naburig recht ter exploitatie. Ook hieruit vloeien inkomsten voort via de collectieve beheersorganisaties aan de hand van het mechanische recht. Als laatste belangrijke exploitatievorm van de uitgevers geldt het synchronisatierecht, waarbij muziekwerken aan audiovisuele dragers of uitingen worden gekoppeld.

Binnen de culturele waardeketen vervult de uitgever verschillende rollen. Deze zijn zowel opwaarts in de keten als neergaand gericht en binnen een waardenetwerk ook diagonaal of horizontaal binnen de creatieve industrie. Interessant genoeg blijken de muzikuitgevers al avant la lettre in een waardenetwerk te opereren. Door de digitaliseringsdynamiek ontstaat een systematisch proces van herhaling, feedback en co-creatie bij zowel consumenten als producenten, waardoor de scheidslijn tussen consumptie en productie vervaagt. De muzikuitgave-industrie vormt vandaag de dag een onderdeel van een "value creating ecology". De verschillende rollen van muzikuitgevers zijn hybride binnen dit netwerk en worden dan ook gedefinieerd als die van gatekeeper, financier van talent, creative

²⁶ De samenstelling en de onderlinge werking van de rollen is ontwikkeld in samenwerking met Hamelink, 2011.



matchmaker, netwerker/dealmaker en administrateur die voor de inning van de royalty's zorg draagt. Deze volgorde bepaalt in grote lijnen de werkwijze van uitgevers. Hoe de rol en functie van muzikuitgevers binnen en buiten de muziekindustrie zich heeft ontwikkeld in de afgelopen honderd jaar, binnen welke context en door welke factoren vraagt om een nader te definiëren conceptueel model.

Hoofdstuk 3

Transformatie van de muzikuitgever industrie

3.1 Inleiding

Na de uitvoerige analyse van de rol en functie van de muzikuitgevers in het vorige hoofdstuk, komt nu de vraag welke factoren de uitgevers vanuit historisch perspectief beïnvloeden aan bod. Om meer inzicht te krijgen in de kennis die nodig is om de doelstellingen van deze studie te bereiken, wordt de situatie geanalyseerd aan de hand van een conceptueel model. Daartoe wordt een conceptueel kader geconstrueerd dat de interpretatie van de te onderzoeken data bepaalt, de bevindingen ordent en het beschrijvende karakter van het onderzoek inzichtelijk maakt. Er worden vijf factoren gedefinieerd, die per factor worden voorzien van relevante theoretische inzichten. Het model geeft bovendien de afbakening van het onderzoek weer en presenteert de selectie van de eigenschappen (variabelen) en suggereert verbanden tussen de relaties.

De bedrijfstak van de muzikuitgeverij beweegt zich door de tijd heen in de conjuncturele en politieke omgeving van de Nederlandse economie en staat in deze studie centraal in de culturele context van de muzieksector. Aan de basis van de muzikuitgeverij staat het verworven recht op exploitatie van het verkregen intellectueel eigendom, dat beïnvloed wordt door zowel technologische en juridische ontwikkelingen als de gedragingen van de ondernemers van de branche zelf. Wat is er in deze contextuele omstandigheden veranderd in de afgelopen honderd jaar, en hoe heeft de rol van muzikuitgevers zich ontwikkeld binnen de creatieve industrie? Met behulp van het hier gepresenteerde conceptuele model kan bepaald worden welke van de gedefinieerde factoren binnen de dynamiek rond muzikuitgevers dominant zijn voor een bepaalde tijdsperiode. Een nieuw periode, regime genaamd, dient zich aan op het moment dat het exploitatiemodel van de muzikuitgevers een rigoureuze verandering ondergaat. In deze studie wordt beoogd bloot te leggen welke factoren dit proces, onder welke condities, bepalen.

3.2 Conjunctuurcycli

'Demand for recorded music appears to be extremely sensitive to general economic demand' (Vogel, 1998, p. 135). De muzieksector als onderdeel van de culturele sector wordt beïnvloed door de conjuncturele dynamiek. Wellicht geldt er zelfs een overmatige gevoeligheid voor deze dynamiek. Bij de piramide van Abraham Maslow (1908-1970) die een hiërarchische ordening van behoeften weergeeft, valt de cultuurbehoefte onder de tertiaire levensbehoefte (Kaplan & Norton, 1998). Maslow koppelt de cultuurbehoefte aan het begrip "self-actualisation", wat verwijst naar het verschijnsel dat consumenten de drang hebben om zich verder te ontwikkelen dan hun benodigde basisbehoeften (Hoffman, 1998). De cultuurbehoefte heeft een relatief lage prioriteit binnen de consumentenbesteding en is daarmee conjunctuurgevoelig.



Conjunctuur beweging

Het begrip conjunctuur geeft de verandering weer van het groeipercentage en de productie van een economie op korte termijn. Dit is een macro-economische benadering, die een beweging aangeeft gerelateerd aan een tijdsgewricht en de groei of krimp van een binnenlandse nationaal product. Dit product geeft de totale waarde aan van alle in één jaar in een land geproduceerde diensten en goederen. Conjunctuurbewegingen duiden op versnellingen en vertragingen (of afname) van het groeitempo van het nationale product en de daarmee gepaarde schommelingen in de werkloosheid. Bij laagconjunctuur is de groei laag en zijn de werkloosheidscijfers over het algemeen hoog. Bij kortstondige laagconjunctuur spreekt men van een recessie; bij langdurige van een depressie. Indien de groei van de productie accelereert, is er sprake van hoogconjunctuur. Bij langdurige economische hoogconjunctuur spreekt men van een overspanning of hausse, waarbij er zelfs een tekort aan arbeidskrachten kan optreden. De macrovraag neemt dan sneller toe dan het door de productiecapaciteit bepaalde aanbod. Op het moment dat hoogconjunctuur omslaat en de neergang zich aandient volgt het omslagpunt en dient zich een economische crisis aan. De empirische definitie van het begrip conjunctuur, zoals geformuleerd door Burns en Mitchell, luidt als volgt: "Business cycles are a type of fluctuation found in the aggregate economic activity of nations that organize their work mainly in business enterprises: a cycle consists of expansions occurring at about the same time in many economic activities, followed by similarly general recessions, contractions, and revivals which merge into the expansion phase of the next cycle" (1946, p. 3).

Burns en Mitchell (1946) onderscheiden twee hoofdkenmerken. De eerste geeft de onderlinge verhoudingen tussen economische variabelen weer, "the comovement among series". Variabelen zoals inkomen, rentestand, banktransacties, goederen output, export, transport etc., zijn harmonisch aan elkaar verbonden zodat er op termijn een patroon of beweging te ontdekken valt. De complexiteit van de samenhang van variabelen wordt door Shishkin als volgt samengevat: "The early emphasis on the consistent pattern of comovement among various variables over the business cycle led directly to the creation of composite leading, coincident, and lagging indexes" (1961, p. 11). Het tweede prominente element van de definitie van een business cycle volgens Burns en Mitchell is het onderscheid in fasen of regimes; een geaggregeerde benadering van een macro-economische ontwikkeling.

Business cycles

Het fenomeen 'business cycle' en de klassieke economische leer van marktontwikkeling gedreven door innovaties, is in 1934 nauwkeurig uiteengezet door Joseph Schumpeter (1883-1953) (Rostow, 1960, pp. 4-16). Hoewel de publicatie van zijn werk *Business Cycles* baanbrekend is, zit de tijdgeest hem niet mee. John Maynard Keynes (1883-1946) introduceert twee jaar later zijn vermaarde werk *General Theory* (Keynes, 1936), dat wel de handvatten lijkt aan te reiken om de economische problemen ontstaan door het uitbreken van de tweede Wereld Oorlog het hoofd te bieden (Clemance & Doody, 1950). Schumpeters theorie voorziet daar niet direct in en raakt enigszins uit zwang. Na 1945 kan de theorievorming van Schumpeter echter profiteren van een groeiende wetenschappelijke interesse in economische ontwikkeling. Hij tracht met de thema's innovatie en ondernemerschap een verklaring te geven voor de macro-economische dynamiek van grote economieën, maar ziet ook de complexiteit van dit onderzoek en zegt daarover tegen de bevriende econoom Wesley C. Mitchell: "In order to carry out so detailed work on an investigation as would be necessary, I would have to have a whole research staff working for me" (Hedtke & Swedberg, 2000, p. 301).

Schumpeters werk is vernieuwend vanwege zijn verklaring van conjunctuurbewegingen. Hij ziet industriële innovatie als de drijvende kracht hierin, terwijl

andere onderzoekers van zijn tijd die conjunctuurcycli bestuderen (zoals tijdgenoot Ludwig von Mises (1881-1973)), voornamelijk de nadruk leggen op monetaire bewegingen en inflatie alsmede de verschillen tussen vrije markt- en staatsgeleide economieën. Von Mises wordt gezien als een klassieke liberale denker die in *Economic Calculation in the Socialist Commonwealth* het socialistische economische model ontmaskert (Mises von, 1920). Schumpeter staat aan de linkerzijde van het economische spectrum en gelooft in de sturende rol van overheden in een kapitalistische markteconomie. Met betrekking tot de markt-bewegingen in opgaande lijn stelt hij het volgende in zijn publicatie *The Explanation of Business Cycles*:

These booms consist in the carrying out of innovations in the industrial and commercial organisms. By innovations I understand such changes in the combinations of the factors of production as cannot be effected by infinitesimal steps or variations on the margin. They consist primarily in changes of methods of production and transportation, or in changes of industrial organization, or in the production of a new article, or in the opening up of new markets or of new sources of material. The recurring periods of prosperity of the cyclical movements are the form progress takes in a capitalist society. (Schumpeter, 1927, p. 286)

Schumpeter onderzoekt in het bijzonder hoe micro-economische factoren bijdragen aan de conjuncturele golven in de economie. "Nieuwe combinaties" zijn de drijfveren tot economische vooruitgang. In zijn vroege werk benadrukt Schumpeter vooral de rol van de kleine innovatieve onderneming, die in een combinatie van eerdere uitvindingen een nieuwe toepassing vindt. Een dergelijke "entrepreneurial view" is de katalysator van macro-economische groei. Innovaties zijn van exogene aard en de scheppende ondernemer neemt risico deze te exploiteren in een commerciële omgeving. Industriële groei en ontwikkeling zijn echter een direct gevolg is van het competitieve proces van ondernemen, volgens Schumpeter (Kleinknecht, 1990). Het is een "force from within". Bij succesvolle exploitatie van innovaties ontstaat door toenemende concurrentie een cluster van ondernemingen waardoor de prijzen onder druk komen te staan en de winsten gaan dalen. De kapitaalintensiteit zal veranderen en de vraag naar arbeid stagneert door de hogere efficiency en automatiseringsprocessen; er ontstaat een oligopolistische marktstructuur. Dit proces is herkenbaar als de machtsconcentratie van de majors in de muziekindustrie die sinds eind jaren '70 van de vorige eeuw in de muziekguitgave-industrie zijn beslag krijgt (Peterson & Berger, 1975).

Schumpeter concentreert zich in dit het verband op regionale innovaties en economische groei. Zijn theorie voorziet in de rol die innovaties spelen bij economische hausse of recessie en gaat er gevoelig van uit dat er sprake is van meerdere golfbewegingen die zich onderscheiden in tijd en bandbreedte. Op micro-economisch niveau volgt Schumpeter de productlevenscyclus in de verschillende fasen: introductie, groei-, rijpheid-, verzadiging- en neergangfase. Zodra een product in de neergangfase geraakt, is de markt wederom gevoelig voor de implementatie van innovaties, want de opbrengsten zijn dan zodanig laag dat er verliesgevendheid dreigt. Dit proces duidt men aan als een proces van "creative destruction". Schumpeter (1939) maakt voorts een onderscheid tussen continue en discontinue veranderingen die plaatsvinden als marktwerking verstoord wordt door entrepreneurs. Onderliggende innovaties waarmee de economische structuurcyclus (business cycles) gedomineerd worden, veroorzaken economische groei. Hierbij zijn autonome investeringen van belang voor de aanbodzijde van de economie. Hij verklaart de opwaartse trends van investeringen, consumptie, werkgelegenheid en het bruto nationaal product door de toename van innovaties. Neergaande trends relateert hij aan de afname hiervan. Schumpeter



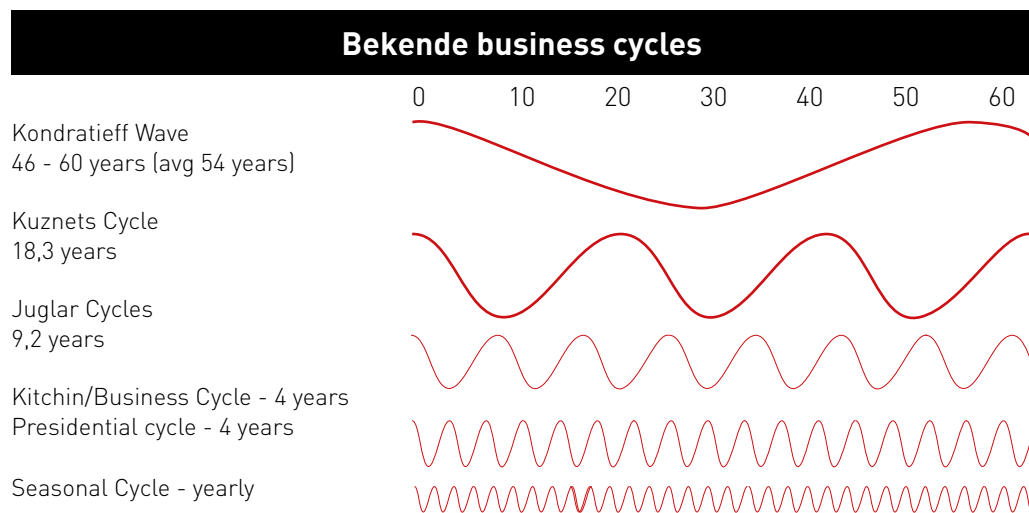
onderscheidt drie soorten conjunctuurgolven, en vermeldt over het longitudinale perspectief:

“The reader needs only to make the experiment. If he comes to survey industrial history from, say, 1760 onwards, he will discover two things; he will find that very many booms are unmistakably characterised by revolutionary changes in some branch of industry which, in consequence, leads the boom, railways, for instance in the forties, or steel in the eighties, or electricity in the nineties.... Booms and consequently depressions are not the work of banks: their cause is a non-monetary one and entrepreneurs’ demand is the initialing cause.” (Clemence & Swedberg, 2009, p. 30).

Zijn onderzoekagenda beslaat niet alleen de economische evolutie maar ook de co-evolutie van sociaal-politieke bewegingen in een economische context.

Variatie in business cycles

Eerdere wetenschappers hadden zich ook al gebogen over het fenomeen business cycles. Longitudinale economische studies wijzen op deterministische of stochastische patronen. Trendontwikkelingen volgen een golfbeweging waarvan de meest herkenbare de Kondratieff-golf is (of lange golf), een sinusoïde²⁷ cyclus in de kapitalistische wereldeconomie. De econoom Kondratieff constateert in de jaren twintig dat er in de Westerse kapitalistische economie naast een korte golfbeweging van vier tot zeven jaar ook een lange golfbeweging bestaat met een gemiddelde lengte van vijftig jaar. De cyclus is gebaseerd op grootse innovaties zoals de stoommachine, transport via treinen en staal, elektriciteit en chemie, petrochemie, persoonlijke mobiliteit (auto’s) en informatietechnologie. De Kondratieff-cyclus is echter wel een omstreden conjunctuurbeweging, mede doordat de lengte van de golf op vele manieren interpreteerbaar is (Kleinknecht, 1990). Conjunctuurcycli komen voor in een breed scala van economische variabelen. Denk aan indexcijfers van consumptieprijzen, arbeidsparticipatie, rente, grondstofprijzen, Bruto Binnenlands Product en vele andere zaken. Daarnaast is er een ruime diversiteit aan onderliggende onderzoeksmethodieken, variërend van geavanceerde econometrische instrumenten tot eenvoudige grafische analyses. Toch bestaat er, met accentverschillen, consensus over de periodes van economische neergang en voorspoed. Er zijn enkele toonaangevende cycli die zich regelmatig tot elkaar verhouden, waarvan de meest bekende zijn: de Kondratieff-cyclus met een duur van 45 tot 60 jaar, de Kuznets-cyclus met een duur van 14 tot 20 jaar, de Juglar-cyclus met een duur van 7 tot 11 jaar en de Kitchen-cyclus met een gemiddelde duur van 40 maanden.



Figuur 3.1 Leading business cycles, Krostisch (2004).

De trendontwikkeling van de cycli is een golfbeweging en markeert de sinusoïde cyclus van de westerse kapitalistische economie. De cycli staan in een bepaalde verhouding tot elkaar; twaalf Kitchens vormen één Kondratieff-golf en ditzelfde geldt voor zes Juglars. De Fransman Clément Juglar (1810 -1905) toonde een verband aan tussen de lange en de korte golfbewegingen. Hij ontdekte een cyclus die samenhangt met de vertragingen en versnellingen van investeringsdynamiek. Deze Juglar-golfbeweging is onlosmakelijk verbonden met het kapitalistisch systeem en onafhankelijk van klimatologische of politieke omstandigheden. Wanneer er wordt gesproken over ‘de conjunctuur’ wordt meestal geduid op de Juglarcyclus. In 1923 ontdekt de Britse statisticus Joseph Kitchen (1861-1932) in de Verenigde Staten een nog kortere golfbeweging. Deze wordt veroorzaakt door veranderingen in investeringen in de industriële voorraad (Lucas Jr, 1995, pp. 306-326). Een laatste opmerkelijke conjunctuurcyclus werd ontdekt door Simon Kuznets (1901-1985). Hij zag een expansiefase van tien jaar en een contractiefase van zes jaar. De totale cyclus beslaat ongeveer vijftien tot vijfentwintig jaar en is gebaseerd op waarnemingen in de Amerikaanse economie alsook op demografische dynamiek, waarbij er voldoende massa dient te zijn voor conjuncturele maar ook culturele dynamiek. Voor zijn onderzoek gebruikte Kuznets tijdreeksen en gegevens over het nationale inkomen en de beroepsbevolking van 18 westerse landen. Zijn bewegingen worden geïnterpreteerd als infrastructuurle investeringsgolven (Nielsen & Alderson, 1997). Van belang is ook zijn erkenning van het bestaan van variatie tussen landen en staten alsook van culturele verschillen die leiden tot een afwijkende economische groei.

Overheid beïnvloedt de conjunctuur

Rond 1870 zorgt het opkomende industrieel kapitalisme ervoor dat de Europese economie afhankelijker wordt van de Amerikaanse conjunctuurbewegingen (Langlois, 2003). Naast de economische conjunctuurcyclus ontwikkelt zich vanaf de industrialisatieperiode een toenemend politiek bewustzijn, zich uitend in de wens economische ontwikkelingen te beïnvloeden. Centraal staan daarbij de investeringsimpulsen gegenereerd door overheden. Tijdens het industrialisatieproces in Nederland (periode van 1815 tot 1914) stijgen de investeringen in dit land van 5% naar 10% van het nationale inkomen (Kooij, 1988).

Zeker na de Tweede Wereldoorlog, als de Keynesiaanse visie op het overheidsbeleid haar intrede doet, neemt de politieke invloed op de economie toe. Men streeft naar een bestedingsevenwicht door middel van begrotingsbeleid, waardoor de maximale productiecapaciteit en volledige werkgelegenheid wordt benut. De overheid beïnvloedt de conjunctuur om het bestedingsevenwicht te bereiken door de belastingen te verlagen of te verhogen. Keynes ziet een investeringsrol weggelegd voor de overheid bij een laagconjunctuur (de bestedingen zijn lager dan de productiecapaciteit). Investerings creëren een sneeuwbaaleffect; de inkomsten voor bedrijven stijgen, de inkomens gaan omhoog en de consumptie stijgt onevenredig hoog mee. Deze beweging wordt samengevat ‘het multiplier-effect’ genoemd. Voor Nederland geldt dit overigens in mindere mate omdat de bestedingstoename voor een groot deel leidt tot exportverhoging, waardoor de investeringen naar het buitenland weglekken. Keynes is een voorstander van anticyclisch beleid (Keynes, 1920). Een bezwaar tegen de Keynesiaanse visie is het gevaar dat investeringen en budgettaire maatregelen langer of later in een economie doorwerken, waardoor het effect nihil kan zijn of zelfs averechts. In de jaren zestig werd daarom besloten om het overheidsbeleid niet meer aan elke verandering in de conjunctuur aan te passen. In plaats daarvan trachtte men het beleid te plannen over een langere periode, gedefinieerd als structuurbeleid (Hayes, 2006). Politieke beslissingen kunnen vergaande invloed uitoefenen op

²⁷ De sinus is een goniometrische functie die een golfbeweging weergeeft.



sectoren in de economie, zo ook op de cultuursector. Cycli zijn echter karakteristiek persistent en alomtegenwoordig en hebben betrekking op lange-termijn groeiontwikkelingen. Ze tonen regelmaat en een relatieve timing. Conjunctuurcycli hebben een voorspellende functie en men kan de relatieve amplitude van de verschillende economische variabelen voorspellen. Maar indien men een beroep doet op de stochastische aanpak, loopt men het gevaar te veronderstellen dat conjunctuurcycli alleen worden beïnvloed door externe storingen waaraan weinig of niets gedaan kan worden. Het is belangrijk om op te merken dat hoe korter de golfbeweging, des te sterker deze te beïnvloeden is (Alexander, 2004).

3.3 Culturele beweging

Pierre Bourdieu meent dat de culturele productie in de loop van de 19e eeuw vercommercialiseert wanneer de feodale maatschappij omslaat in een kapitalistische vorm, wat doorzet in de twintigste eeuw (Bourdieu, 1996). Volgens Hesmondhalgh en Pratt (2005) accelereert de culturele industrie in de tweede helft van de twintigste eeuw, waardoor de economische waarde ervan binnen het maatschappelijk bestel erkend wordt. Het veranderde denken legitimeert de idee dat culturele industrieën een bijdrage leveren aan de lokale en nationale economieën: "For the cultural industries raise questions about shifting boundaries between culture and economics" (Hesmondhalgh & Pratt, 2005, p. 2). Hij constateert een "boom time" in de culturele politiek in West Europa, met overheden die investeren in de culturele en creatieve industrie in de periode vanaf 1990 tot 2000. Politici verlaten de conventionele taxonomie waarin alleen de traditionele 'maakindustrie' van belang is voor economische groei. Volgens Pratt (1997) is context en het handelen van politici bepalend voor de mate en de vorm van investeren in de creatieve industrie (Pratt, 1997). Context is mede conjunctureel bepaald. Economische groei geeft de cultuursector over het algemeen meer ontwikkelingsruimte, terwijl recessie leidt tot het korten op cultuurbestedingen. Er circuleren talrijke definities van het begrip cultuur. De muziekindustrie geldt als een onderdeel van de cultuursector en hanteert de secundaire betekenis van het begrip cultuur. De industrie exploiteert de uitingsvorm 'muziek' die een culturele waarde vertegenwoordigt. Economen hanteren voor culturele waarde het begrip prijs: het bedrag dat mensen bereid zijn te betalen voor culturele producten zoals muziek. Bij culturele waarde gaat het om aspecten als esthetiek, vernieuwing en authenticiteit. Deze waarde is volgens Arjo Klamer niet autonoom en wordt gedeeld door een specifiek geïnteresseerde groep (Klamer, 1996).

Muziekuitgevers hebben een rol binnen de culturele sector als leverancier van composities en voegen in die zin culturele waarde toe. Met de toename van de culturele groei binnen een economie als geheel, neemt het muziekgebruik navenant toe en daarmee de rol van de muziekuitgevers. De aanverwante industrieën zoals reclame, film, radio, televisie en internet stimuleren het muziekgebruik. In direct verband is de ticketverkoop voor optredens en de omzet van downloads en geluiddragere signficant. Klamer (1996) merkt op dat cultuur zich kenmerkt door krachtig te inspireren, los van sociale economische invloeden. Economen trachten waarde te objectiveren en methodes te ontwikkelen om waarde te bepalen. Klamer concludeert dat cultuurgoederen een uitzondering vormen, omdat hun waarden onder invloed van tal van factoren sterk aan verandering onderhevig zijn. Cultuurgoederen staan onder invloed van trends, nieuw overheidsbeleid en financieringsvormen. De waardering hiervan duidt Klamer aan als 'valorisatie'. Economisch kapitaal erodeert, maar cultureel kapitaal kan in waarde juist toenemen. Denk aan catalogi van het werk van muzikanten bij het overlijden van een beroemde artiest/auteur. De vraag is of er een verband is tussen de conjunctuur en het bloeien en vergaan van muziekculturen.

Marktconcentratie

In hun studie *Cycles of Symbol Production: the Case of Popular Music* gaan Peterson en Berger (1975) uit van het cyclisch gedrag van cultuur. Zij bestuderen data over de structuurverandering van de muziekindustrie en muziekgenres over een periode van 26 jaar en tonen aan dat periodes van marktconcentratie corresponderen met de homogeniteit van het cultuurproduct muziek, afgewisseld door regimes van competitieve periodes met culturele diversiteit. Het centrale uitgangspunt is dat veranderingen in de marktstructuur van de muziekindustrie en de mate van concentratie van ondernemingen leiden tot veranderingen in de muziekcultuur. De marktdynamiek wordt bepaald door enerzijds de mate van verticale integratie op drie punten (creatieve factoren, merchandising en distributie) en anderzijds de diverse entrepreneurmechanismen van de industrie (Peterson & Berger, 1975). Echter, wanneer Burnett (1990) en Lopes (1992) de analyse van dezelfde data van de jaren '80 opnieuw uitvoeren, worden de uitkomsten van Peterson en Berger weerlegd. De hypothese dient te worden verworpen (Burnett, 1990). Lopes stelt dat de innovatieve kracht van de industrie zelf vooral afhankelijk is van organisatie en marktstructuur, en niet van marktconcentratie (Lopes, 1992, p. 56). Als voorbeeld geeft hij strategische allianties van majors in de jaren '70 en '80 met film en radio- en televisiestations die het aanbod bepalen en machtsposities innemen binnen de muziekindustrie.

De culturele industrie bestaat volgens Hesmondhalgh uit "large multinational corporations and many small and medium-sized companies" (2002, p. 43). Qua marktconcentratie lopen muziekuitgevers in deze analyse ongeveer parallel aan de platenmaatschappijen, zij het dat de concentratiegraad lager is rond de jaren '80. Als men diversiteit identificeert als cultuurinnovatie en men industrieel gedrag dominant acht voor de mate van ontwikkeling van nieuwe genres, dan sluit men de wederzijdse invloed uit. Wellicht leidt culturele innovatie wel tot marktconcentratie. Christianen (1995) heeft onderzocht welke van de twee hypothesen van toepassing is op zijn data over de Nederlandse platenindustrie voor albums uitgeven in de periode van 1975 tot 1992. Zijn model geeft de diversiteit en innovatiekracht van de muziekindustrie weer en verklaart de marktdynamiek vanuit drie dominante invalshoeken: basiscondities, gedrag en de organisatiestructuur van de industrie. In de muziekuitgave-industrie kan, parallel aan de platenmaatschappijen, eenzelfde marktconcentratie van spelers als factor worden waargenomen. Dit leidt tot de vraag of een hoge mate van independents tot culturele vernieuwing kan leiden, of dat er eerder sprake is van een omgekeerd proces.

Amerikaanse culturele hegemonie

De marktconcentratie wordt geleid door de Angelsaksische spelers in de muziekindustrie. Met name de Amerikaanse hegemonie is volgens cultuurgeschiedkundige Todd Gitlin al geruime tijd dominant. Dit machtsspel van de 'majors' start al voor de Tweede Wereldoorlog en is voor een groot deel vandaag nog opportuun. Gitlin volgt de Italiaanse filosoof en marxist Antonio Gramsci (1891-1937) en zijn visie op de dominante ideologie van het neo-liberaal kapitalisme (Gitlin, 2003). De controle over de maatschappij wordt niet alleen verkregen en behouden door politieke en economische dwang, maar ook op een ideologische wijze. Deze culturele 'hegemonie' is gebaseerd op het vermogen om het eigen belang als algemeen maatschappelijke belang te definiëren en vervolgens af te dwingen (Gramsci, 1935). Op deze wijze worden de waarden van de macht de vanzelfsprekende waarden van de gehele maatschappij. De strijd om de hegemonie speelt zich af op alle sociale lagen en vlakken van de cultuur (Gramsci, 1930). Deze manifesteert zich in de media en de politiek, maar ook in alledaagse culturele verschijnselen zoals muziek. Het gevolg is het ontstaan van een 'consensus-cultuur' van algemene ideologische en culturele waarden.



Gramsci geeft een typisch socialistisch signaal dat kenmerkend is voor de tijdgeest, maar het uniform volgen van een enkele culturele stroming speelt wel degelijk een rol bij de ontwikkeling van muziekculturen en is daarmee indirect van belang voor de uitgevers. Het verklaart ook een dominantie van de door Gramsci gevreesde Amerikaanse kapitalistische cultuur. Thompson heeft het zelfs over cultureel imperialisme als hij stelt dat de westerse mediaproducten, vooral die van Verenigde Staten, domineren (Thompson, 1995).

3.4 Technologie: context of innovatie

Hoe veranderen cultuurmarkten en onder welke invloed? Wat zijn de dominante factoren die de muziekindustrie en de muziekkuitgave-industrie vorm hebben gegeven? Leidt economische voorspoed tot meer economische activiteit bij muziekkuitgevers? Bij een toename van de muziekconsumptie is het logisch te veronderstellen dat muziekkuitgevers hiervan profiteren. Immers, het exploitatiemodel van muziekkuitgevers steelt op de exploitatie van kopieën of reproducties van het zogenaamde origineel of op toename van het mediabereik. De meeste muziekindustrieonderzoeken leggen de nadruk op het begrip technologie bij de verklaring van de transformatie van markten (Nelson, 1994), hoewel er verdeeldheid heerst over hoe technologie hiertoe bijdraagt. Nelson meent dat de invloed van technologie op schoksgewijze manier plaats vindt, terwijl anderen eerder spreken van een continue en geleidelijke invloed op markten: technologie als evolutionaire factor in de muziekindustrie.

Disruptive Innovations

Christensen, Horn, en Johnson (2005) onderscheiden vier soorten innovaties die schoksgewijs ("disruptive") plaatsvinden. Ten eerste zijn er "disruptive technologies" waarvan sprake is wanneer de ene technologie de andere vervangt. In de meeste gevallen vindt vervanging plaats omdat dit tot een verhoogde functionaliteit leidt. Ten tweede duidt de term "disruptive products" op de vervanging van een product, waarbij de attributen superieur zijn en de prijs vaak lager. Voorbeelden zijn de iPod van Apple en de CD-Sony Walkman. Als derde is er het "disruptive proces" als veranderingselement in een branche. Dell kan bij voorbeeld computers just-in-time leveren voor een scherpe prijs. Het supply chain proces is slimmer, sneller en efficiënter. Ten slotte noemen de auteurs nog "disruptive business models" als vierde soort innovatie die tot een schoksgewijze verandering leiden. Apple met zijn apps op de iPhone, easyJet als lowcost flights carrier; het zijn nieuwe verdienmodellen die de betreffende industrie op hun kop zetten (Christensen, Horn, & Johnson, 2005).

De benadering van Handke (2010) is meer Schumpetriaans gestoeld. In *The Creative Destruction of Copyright* geeft hij verschillende ontwikkelingsniveaus aan die elkaar onderling beïnvloeden. Er is het ontwikkelingsniveau van de primaire opnametechnologie (evolution of the recording) met als voorbeeld het gebruik van meerdere 'tracks' zodat muziek mixbaar wordt en waardoor de kwaliteit en mogelijkheden toenemen. Dit beïnvloedt de gehele muziekindustrie, zowel de producten van de platenmaatschappijen als de muziekkuitgevers en de 'live performance' tak. Een ander ontwikkelingsniveau vindt plaats op het gebied van geluidsdragers (evolution of the market) (Handke, 2010). Voor beide industrieën geldt dat ook innovatie van mediavormen de exploitatiemogelijkheden van muziek sterk beïnvloeden. Voor de uitgevers betekent dit dat als technologische ontwikkelingen leiden tot een groter bereik van de composities, dit een positieve uitwerking heeft op de inkomsten van de branche.

Verspreiding van technologie

De invloed van de context op markttransformatie wordt verschillende benaderd. De ene school spreekt over "atomized despicions" (Adams, 1991). Het uitgangspunt hierbij is dat individuele marktspelers (dit kunnen zowel bedrijven als individuen zijn) relatief geïsoleerd zijn door universele wetten van efficiëntie en het eigen belang en daardoor weinig gericht technologische ontwikkelingen sturen. Contextuele factoren zoals politieke en juridische ontwikkelingen, maar ook concurrerende firma's onderling, spelen volgens deze theorie een minimale rol in marktontwikkelingen. Adams (1991) ziet dat technologische innovatie gedreven wordt door universele wetten die weinig beïnvloed worden door contextuele factoren. Technologische innovatie voorziet in het oplossen van problemen (niet alleen t.b.v. kostenreductie), voorziet zelf in verspreiding van innovatie, en draagt bij tot het transformeren van markten.

"Technologies develop according to an inner logic....and are therefore more or less impervious to human influence. On this view you can't hurry technology, but neither can you constrain it once its time has come." (Disco & Meulen, 1998, p. 12)

Technologie als extern marktbepalend mechanisme is zeer toepasbaar op de muzieksector en geldt in ruime mate voor de muziekkuitgevers.

"It has also been claimed that radical innovations were introduced by outsiders in line with predictions of economic theories of innovation." (Handke, 2010, p. 171)

De andere school ageert tegen deze manier van redeneren en stelt dat de context wel degelijk sturend kan zijn voor marktontwikkelingen. Deze stroming hanteert de term "embedded depictions" (Adams, 1991; Dowd, 2005; Bijker & Law, 1992) waarbij technologie van de context een bijdrage levert in het veranderingsproces van de markt. Succesvolle strategieën waarbij technologische ontwikkelingen geïncorporeerd zijn, leiden tot beheerste en directe marktveranderingen (Disco & Meulen, 1998). Deze theorie wordt empirisch aangetoond door Timothy Dowd (2005). Hij stelt in navolging van Uzzi (1997) dat bedrijven onderling markten creëren, prijsbeleid bepalen en economische bronnen alloceren. Politieke en juridische ontwikkelingen zijn wel degelijk van invloed op de marktstructuur en bepalend voor ontwikkelingen. Bedrijven kiezen bewust uit strategisch oogpunt voor het omarmen van technologieën en veranderen eigenhandig de marktstructuur. Andere firma's zijn weer bewust volgers. Wetgeving op patenten of auteursrechten limiteert de verspreiding van technologieën. De ene firma kan op deze wijze een voorsprong verkrijgen ten opzichte van de andere en de marktstructuur wijzigen. Als voorbeeld geldt: eenmaal verkregen auteursrechten geven muziekkuitgevers die de toekomstig populaire genres goed weten te voorspellen een voorsprong.

Henderson en Mitchell (1997) menen daarentegen dat het de organisatorische vaardigheden zijn die een competitieve omgeving bepalen waardoor vervolgens de vaardigheden van ondernemingen zich weer aanpassen. De invloed en ontwikkeling van vaardigheden op bedrijfsniveau bepalen uiteindelijk de competitieve dynamiek en context. Het begrip kleine context kan worden uitgelegd als de competitieve omgeving van bedrijven in een markt die onderling concurrerend is binnen de grote conjuncturele en culturele context waar een bedrijfstak zich in bevindt:

"Firms develop organizational capabilities as they act in competitive, institutional, and cognitive environments, where capabilities arise both by design and as the unexpected by-products of firm actions. The capabilities and the historical context that surrounds them then condition firms' reactions to changes in their environment." (Henderson & Mitchell, 1997, p. 38)

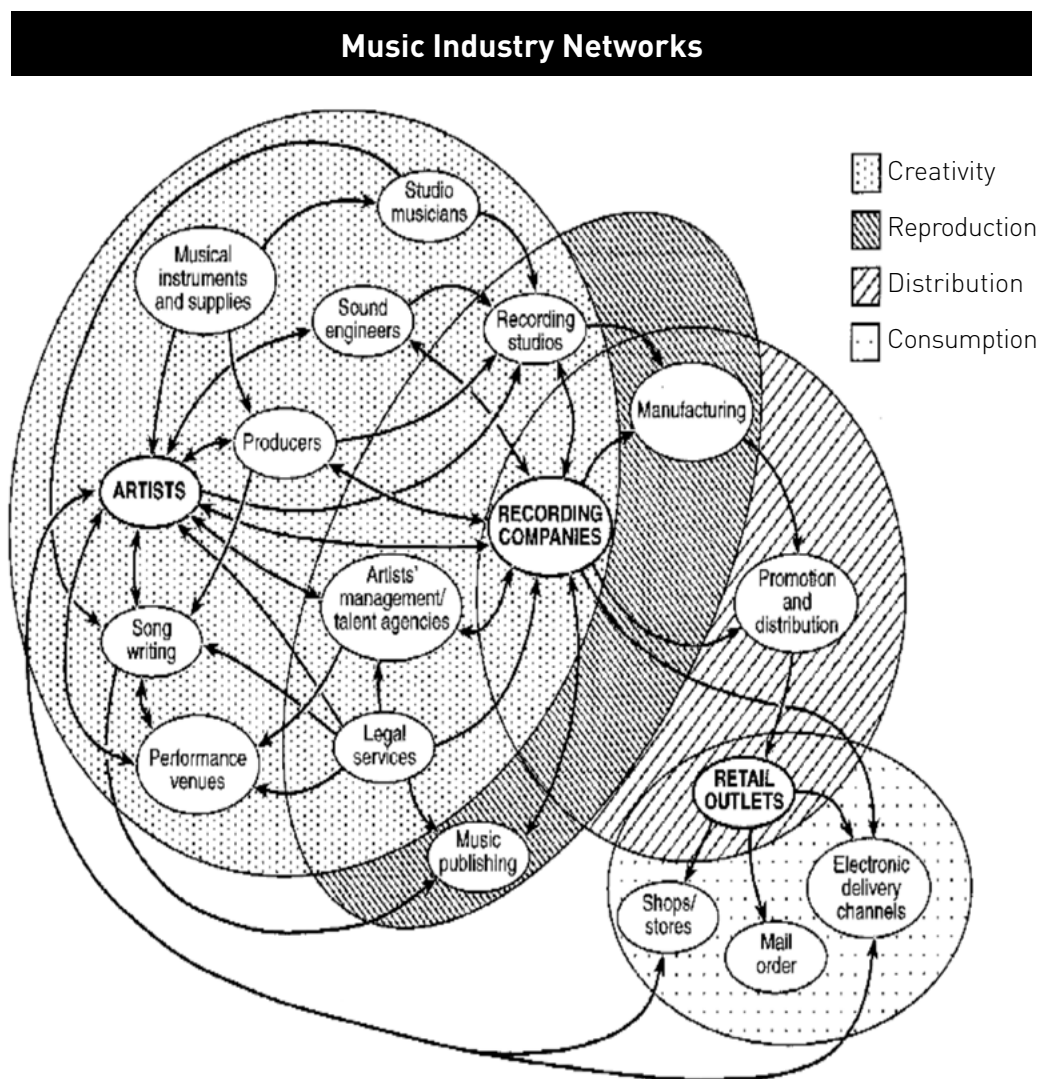


Digitalisering

In de digitale economie vindt een gigantische technologieshift plaats, waardoor binnen de creatieve industrie dynamische, innovatieve en vaak onorthodoxe samenwerkingsverbanden ontstaan:

“Meanwhile, new business models, such as those instituted by On-line Music and MusicBroker, seek to reformulate the networks of the musical economy by re-intermediating musical value chains. This includes attempts to radically reconfigure expectations within the industry.” (Leyshon et al., 2005, p. 200).

Er zijn zowel kleine als grote bedrijven betrokken bij het aanwenden van vernieuwende projecten. Door digitalisering verandert de context waarbinnen de muzikuitgevers werken sterk. Leyshon et al. (2005) plaatst de muzikuitgever nog in een ondergeschikte rol aan de platenindustrie: “Record companies are dominant through these networks, as they act to foster” (p. 187). Echter, het belang van muzikuitgevers kan toenemen naarmate het belang van het fysieke product verdwijnt en de rechten centraal komen te staan binnen de “musical economy”. Verder onderschat hij de creatieve functie van uitgevers, onder andere ook op het vlak van verdienmodellen met juridische componenten.



Figuur 3.2 Netwerk music industry (Leyshon, 2001)

De muzikuitgave-industrie geïsoleerd benaderen in modellen van de muziek-economie is niet eenvoudig. Onderzoekontwerpen zijn gebaat bij meervoudige context analyses en niveaus om de dynamiek te duiden (McKelvey, 2004). De productie van innovaties in creatieve interacties wordt in onderzoekstermen meestal weergegeven als een normatief gedragspatroon; dat wil zeggen, creatief zijn. Nieuwe exploitatiemodellen en nieuwe producten zijn daar uitvloeisels van. Ondernemers binnen en buiten de branche zijn de drijvende krachten. Zij zorgen voor de opkomst van noviteiten en stellen processen in werking die leiden tot nieuwe producten, services, business modellen en gedragspatronen (Fuller, Warren, & Norman, 2001). Fuller et al. (2001) onderzoekt de herkomst en opkomst van noviteiten bij ondernemers in de creatieve industrie. Het resultaat is een conceptueel model waarmee het proces van waardecreatie bepaald kan worden, opgesteld aan de hand van empirische bevindingen zoals observaties, workshops, interviews, en de bestudering van waardesystemen en business modellen.

L'histoire se répète

Fuller et al. (2009) wijst ook op obstructies en aversie tegen innovaties binnen de muzikindustrie. Kusek en Leonhard (2005) stellen als voorbeeld daarvan het “track selling” paradigma. Traditioneel is de muzikindustrie vanaf het ontstaan van de geluidsdragers na Edisons uitvinding huiverig voor technologische innovaties. Innovaties generen niet alleen verandering in consumentengedrag, hetgeen bedreigend kan zijn, zij beïnvloeden meestal vele spelers in de bedrijfskolom. Alleen het voorraadrisico is al evident voor ondernemers. Leonhard stelt dat er een patroon te ontdekken is in de reactie van de muzikindustrie op technologische innovaties die op een vernieuwende wijze het werk (the track) aan de consument ten gehore kunnen brengen. Bij de introductie van de nieuwe technologie voelt de muzikindustrie zich bedreigd en procedeert er zelfs meestal tegen. Vervolgens capituleert en accepteert zij de innovaties. In de volgende fase adopteert en implementeert ze deze binnen de gehele bedrijfstak. Als laatste fase van de vicieuze naar opgaande cirkel pretendeert de industrie uiteindelijk dat de uitvinding, van bijvoorbeeld een nieuwe drager, al van af het begin met open armen door de industrie tegemoet is getreden en dat zij zelf aan de basis stond van haar introductie. Het proces begint weer van voren af aan bij het aandienen van een nieuwe innovatie. Binnen de bedrijfskolom van de muzikindustrie en zelfs daarbuiten reageert de bedrijfsvoering en missie van muzikuitgeverijen op deze dynamiek. Muzikuitgevers zijn tevens huiverig voor verandering ondanks dat zij bij licensering geen voorraadprobleem hebben (wel bij bladmuziek overigens). Leyshon et al. (2005) concludeert over bedrijven in de muziekeconomie: “The ways in which these companies responded to new competition were by intensifying and adjusting existing modes of operation, rather than seeking to move over to an entirely different business model” (Leyshon et al, 2005).

Ondanks ingrijpende “technology shifts” is de flexibiliteit gering en houdt men krampachtig vast aan oude verdienmodellen. Frith stelt zelfs dat “the music business is intensely conservative, more concerned with avoiding risking profit, confirming tastes than disrupting them” (1987, p. 71). De algemene verklaring voor wezenlijke veranderingen in de muzikindustrie wordt afgeleid van theorieën over ondernemersstrategie en controle van de afzetmarkt. Technologie speelt daarbij vervolgens een sterke rol in de cyclus van competitie en consolidatie. Frith bestrijdt dit en geeft aan dat er meer factoren zijn die de structuur en dynamiek van de muzikindustrie bepalen. Hij illustreert dat met de opkomst van de “1960 rock desillusion”. Hier stuurt hij eerder aan op een sociologische verklaring. Tevens beschrijft Frith het effect van technologieverandering in een macro-economisch verband. De geschiedenis van het ontstaan van de platenindustrie ziet hij in het licht van een “general history of electrical goods” waarbij



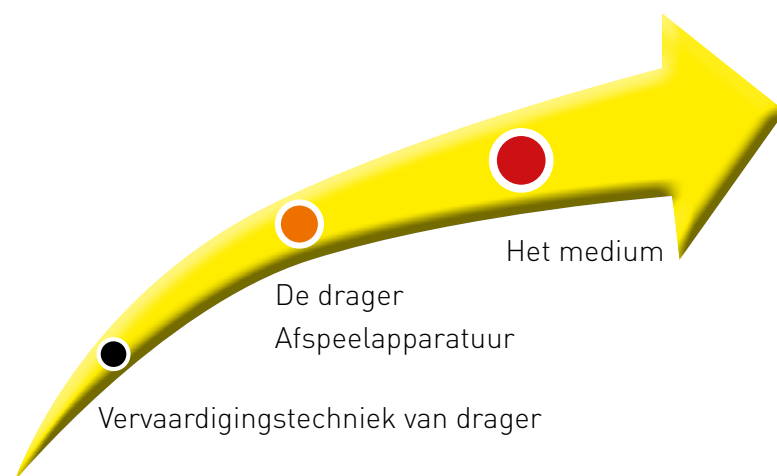
in de jaren twintig van de vorige eeuw creatieve destructie plaatsvindt ten koste van onder andere de muziekuitgevers (Frith, 1987, p. 55). Hij plaatst nadrukkelijk technologie en nieuwe mediavormen als “drivers” voor het ontstaan van “a new music culture”. De immer complexer wordende auteursrechtwesties in de muziekuitgave-industrie leiden daarentegen in vele gevallen tot een nieuwe juridisch kader of tenminste tot het oprekken van de grenzen van het oude kader.

Vergroting van muziekbereik

Handke (2010) zegt over technologische veranderingen dat deze in de eerste plaats gedreven zijn door het streven naar de efficiency van het productieproces, waardoor er competitie ontstaat tussen de bedrijven in een branche: “Falling costs due to process innovation could boost the productivity and thus the competitiveness of the more innovative firms” (Handke, 2010, p. 315). Handke centreert zich voorts op productinnovatie waardoor er nieuwe markten ontstaan. Door technologische ontwikkelingen neemt het bereik van de muziekuitgevers toe, hetgeen het primaire doel is van de bedrijfstak.

Het bereik van muziekconsumptie wordt vergroot door productinnovaties in drie technologische stappen, respectievelijk de vervaardigingstechniek van de drager (bijvoorbeeld studio-opnametechniek), de drager en afspeelmogelijkheid, en tenslotte het medium waarmee het muziekbereik vergroot wordt. Deze stappen, hierna te noemen het Technology Music and Media Range- model (TMMR-model), worden weergegeven in fig. 3.4.

Technology Music and Media Range model (TMMR-model)



Figuur 3.3 Bereikvergroting van muziek voor uitgevers door technologie en media ontwikkeling.

3.5 Juridisering

Er zijn weinig industrieën waarbij de juridische status van een product zo overduidelijk van belang is als in de muziekuitgave-industrie. De rechten op de content vormen de hoeksteen van de exploitatiemodellen van uitgevers. In de loop der tijden heeft het belang van auteursrechten en zeker ook de naburige rechten zich ontwikkeld tot een niet geringe economische factor binnen de creatieve sector (Handke, 2010; Frith, 1987). Met de toename van de mondiale export van

cultuur zijn de revenuen die op basis van de exploitatie van auteurs- en naburige rechten worden verworven navenant toegenomen.

De rol en de betekenis van auteursrechten en naburige rechten zijn vanuit verschillende tradities ontstaan, de Angelsaksische en de continentaal Europese traditie. De verschillende benamingen van de rechtsgebieden: ‘copyright’ versus ‘droit d’auteur’, geven blijk van het verschil in invalshoek. In de continentaal Europese auteursrechttraditie wordt de nadruk gelegd op de rechten van de auteurs en het grotere culturele belang. Bij de bescherming van een werk worden aan de auteur een aantal exclusieve rechten (droit d’auteur) toegekend met betrekking tot het gebruik en het voorkomen van misbruik van het werk. In de Angelsaksische traditie is het auteursrecht een copyright, een bron van economische waarde die tevens verhandelbaar is.

Wat legitimeert de bescherming van muziekwerken uit het oogpunt van de producenten en auteurs? Het grootste deel van de kosten in de cultuursector wordt gemaakt in de creatiefase. Het creatieve proces is tijdrovend en intensief met een niet onaanzienlijk economisch risico. Niet alleen zijn de initiële kosten hoog, ze zijn ook onherroepelijk (sunk costs) (Rutten & Bockxmeer, 2003). Voor muziekuitgevers geldt dat de compositie op verschillende wijze geëxploiteerd kan worden. Wanneer een platenmaatschappij investeert in de productie van een muziekstuk, dan kan zij de volledige gemaakte kosten slechts terugverdienen door de exploitatie van juist die specifieke opname in verschillende gremia.

Caves spreekt in dit verband over de “speculative asset” en de onzekerheid over de terugverdientijd of het moment van investering (Caves, 2000, p. 311). Voor producenten geldt een eenmalige afschrijving indien succes uitblijft; uitgevers hebben nog meerdere kansen. De risico’s voor producenten en uitgevers worden sterk verhoogd indien zij fors investeren in promotieactiviteiten, een vorm van initiële kosten. “De specifieke verhouding tussen hoge initiële en verzonken kosten en lage variabele kosten heeft vergaande repercussies voor het exploitatiemodel van de muzieksector en bepaalt voor een belangrijk deel de strategie van uitgevers en exploitanten van cultuur.” (Rutten & Bockxmeer, 2003, p. 17). Een van de gevolgen is de drang tot schaalvergroting, wat zich mede vertaalt in culturele globalisering (Hesmondhalgh, 2002). Wanneer de initiële investering is terugverdiend en de distributiekosten marginaal zijn, neemt de winst per verkocht liedje exponentieel toe. Lage marginale kosten en de reeds terugverdiende vaste kosten impliceren hoge marginale opbrengsten.

Muziekcomponisten en -uitgevers bewerkstelligen hun reputatie op een oeuvre of op een reeks van uitgegeven werken. Deze reputatie zorgt voor een culturele waarde omgezet in publieke belangstelling en culturele erkenning. Cruciaal in dit ‘sunk costs’-exploitatiemodel is de wettelijke bescherming van de werken tegen ongeautoriseerd gebruik door derden: het auteurs- en naburig recht. Het gaat volgens Rutten en Bockxmeer (2003) echter niet eens primair om het economisch belang. Het morele recht of persoonlijkheidsrecht speelt ook een rol. De bescherming daarvan op grond van het auteursrecht is daarom van groot belang voor componisten en muziekuitgevers. De kans op succes bij productontwikkeling van uitgevers en platenmaatschappijen is opvallend laag. Bij het uitbrengen van een plaatopname in de jaren negentig, bijvoorbeeld, verdient één op de zeven releases de kosten terug voor de andere zes flops en geldt het ‘winner takes it all’ principe (Hirsch & Fiss, 2000). Dit onderbouwt de noodzaak voor de muziekuitgevers om de auteursrechten op de exploitatie van successen te kunnen beschermen. Juridische bescherming is dus essentieel, juist omdat de handel in illegale kopieën en downloads primair de succesvolle uitgaven betreft waarvan de muziekuitgevers hun grootste revenuen verwachten.

Muziekuitgevers exploiteren cultuurproducten die vrijwel geheel gestoeld zijn op de exclusieve rechten van auteurs die hen in staat stellen de exploitatie van de werken waar zij de rechten over bezitten, te controleren. In een groter verband



duiden Landes en Posner (2003) op het maatschappelijke en culturele belang van auteursrechten. Cultuurproductie dient een continue factor te zijn voor de verrijking en geeft een economische prikkel aan de samenleving als geheel (Landes & Posner, 2003). Auteurs en producenten dienen dus juridische bescherming te genieten als basisvoorwaarden ter exploitatie voor de private culturele industrie en het voortbestaan voor de publieke culturele sector als geheel.

3.6 Intrinsiek entrepreneurship

De muziekuitgave-industrie evolueert naar nieuwe vormen door onderlinge competitie en wendt hiervoor het eigen creatieve vermogen en commerciële vaardigheden aan. Het handelen van muziekuitgevers is in het vorige hoofdstuk verdeeld in de rollen die de uitgevers bezigen. De gedestilleerde rollen zijn van toepassing op de verschillende exploitatievormen en zijn binnen de bedrijfskolom van de muziekindustrie zowel opwaarts als neergaand gericht. Naast de interpretatie van de uitkomsten per regime zijn daarom de ontwikkelingen van gelieerde bedrijfstakken zoals de live-entertainment industrie, de media-industrie en de platenmaatschappijen van belang. Zij gelden als invloedrijke actoren als het gaat om de rol en functie van de uitgevers binnen de muziekindustrie.

In hun ontstaansgeschiedenis hebben muziekuitgevers zich verschillende rollen aangemeten. De gatekeeper rol bijvoorbeeld, door Eric Beall (2004) omschreven als één van de meest complexe. Deze is als gevolg van digitale transparantie geëvolueerd van kleinschalig tot een mondiale aanbodsituatie (Beall, 2004). In principe geldt echter hetzelfde criterium als weleer: is de compositie kansrijk? De faciliterende rol van financier van talent heeft eenzelfde evolutie ondergaan en hetzelfde geldt voor de creative matchmaker. De complexiteit van de neerwaarts gerichte rollen binnen de bedrijfskolom is sterk toegenomen, maar is in essentie niet veranderd.

Het handelen van muziekuitgevers en de organisatiestructuur van de muziekuitgave-industrie heeft invloed op de ontwikkeling van de bedrijfstak. Een deel hiervan is autonoom bepaald. De rol van netwerker en/of administrateur kan actief of passief bedreven worden. Hoe de uitgevers zich positioneren binnen het speelveld van de creatieve industrie is wel degelijk van belang voor de positie van de branche. Welke ondernemingen nemen in dit licht belangrijke initiatieven en wat is de invloed hiervan? Kunnen we spreken van een gelijkvormigheid in groepsgedrag, zodat algemene uitspraken over de beroepsgroep te rechtvaardigen zijn? De gedefinieerde rollen veronderstellen dit.

Isomorphism

De sociologische institutionele benadering van DiMaggio en Powell (1983) is erop gericht om oorzaken voor de gelijkvormigheid van gedrag van meerdere organisaties te verklaren, waarbij zij de nadruk leggen op drie analytisch te onderscheiden mechanismen die de keuze voor een beheersinstrument van gedrag bepalen. De drie mechanismen kunnen niet per definitie empirisch van elkaar worden onderscheiden, maar onderstrepen de neiging en aanname van gelijkvormigheid. Het eerste mechanisme heet "coercive isomorphism" hetgeen duidt op de gelijkvormigheid van gedrag dat wordt afgedwongen door een mate van externe dwang. Voorbeelden hiervan zijn wetgeving die de branche herstructureert, beschermingsafspraken zoals Digital Rights Management of voorgeschreven kwaliteitssystemen. Op grond van dwang wordt het beheersinstrument door een bedrijfstak bewust geadopteerd, terwijl dit de efficiency van de organisaties niet bevordert, misschien zelfs kan schaden. Het tweede mechanisme is "mimetic isomorphism". De gelijkvormigheid van gedrag wordt hierbij gevoed door imitatie van wat succesvol is gebleken: meestal concurrenten of buitenlandse "best

practices". Het imiteren van succesvolle organisaties kan een manier zijn een grote mate van onzekerheid te reduceren. Bedrijven neigen zich te modelleren naar vergelijkbare organisaties in hun beroepsgroep waarvan gemeend wordt dat zij succesvoller zijn (Ven, 2002). Powell en DiMaggio (1991) geven daarbij nadrukkelijk aan dat imitatief gedrag niet kan worden verklaard door het streven naar efficiëntie. Het laatste gelijkvormigheidsmechanisme wordt gekenmerkt als "normative isomorphism" en komt voort uit de neiging om als branche te professionaliseren (Powell & DiMaggio, 1991). De Nederlandse Vereniging van Muziekuitgevers heeft al decennia een kleinschalig specialistisch opleidingsinstituut en zorgt daarmee voor een legitimatie door specialisten, wat bijdraagt aan de gelijkvormigheid. Ook draagt het proces van personeelswerving en selectie bij tot "normative isomorphism" (Van der Ven, 2002).

Waardecreatie

Met isomorphisme als uitgangspunt wordt de vraag van waardecreatie in de muziekuitgeverindustrie nader onderzocht. De theoretische ondergrond daarvoor wordt gevormd door een aantal concepten en benaderingen uit de bedrijfskunde, in het bijzonder het concept van strategisch management. Dit kennisgebied richt zich specifiek op ondernemingsgedrag op de lange termijn, waarin onder meer gesteld wordt dat succes en gedrag van ondernemingen afhankelijk is van verschillende factoren. Meestal gaat het om specifieke vaardigheden van bedrijven of om de mate waarin bedrijven anticiperen op de acties van concurrenten. Indien een bedrijf unieke en tevens superieure vaardigheden bezit, zal men weinig te duchten hebben van andere spelers in de markt. Gezien het lange-termijn karakter van strategie draagt dit onderzoek bij aan de vorming van een dynamische kijk op de rol en betekenis van de muziekuitgevers in de culturele industrie.

De bestaande theoretische inzichten over vaardigheden en concurrentie verdienen allereerst een nadere analyse. Penrose (1958) stelt dat een zeker mate van heterogeniteit binnen een groep van ondernemingen kan leiden tot een duurzaam concurrentievoordeel bij één van hen. Bedrijven kunnen door de tijd heen competenties en vaardigheden ontwikkelen die moeilijk te doorgronden en te kopiëren zijn voor concurrenten. Schumpeter (1939) daarentegen beweert dat concurrentievoordeel slechts tijdelijk van aard is, vanwege het onvermijdelijke imitatiegedrag van concurrenten. Er is sprake van de eerder besproken creatieve destructie: het fenomeen dat innovaties en de daaruit voortkomende exploitatiemodellen worden gekopieerd door concurrenten, waardoor de marge op de diensten of producten zienderogen afneemt. Porter (1985) is met zijn "competitive force" paradigma één van de grondleggers van het concept van strategisch management, maar de theorievorming heeft wel een sterk industrieel karakter. De muziekuitgeverij positioneert zich meestal als intermediair binnen de creatie fase van de culturele waardeketen. Muziekuitgevers dienen, teneinde hun economische bestaan te legitimeren, waarde te creëren. De bedrijfskolom waarin muziekuitgevers zich manifesteren betreft niet alleen de muziekindustrie. Muziekuitgevers zijn tevens actief in de live-entertainment-, film-, televisie-, radio- en internetindustrie. Voor de muziekuitgevers geldt dat de competenties van ondernemingen, talenten en vermogens alsmede het intellectuele eigendom de strategische positie in de markt bepalen.

3.7 Het CIMT-model

Er zijn vijf factoren te onderscheiden die de industrie permanent beïnvloeden: conjunctuur, cultuur, technologie, juridisering en entrepreneurship. De factoren domineren in bepaalde periodes; we spreken dan van een regime. Huygens (1999) hanteert eerder de term regime bij zijn onderzoek naar de invloed van de



onderlinge competitie van platenmaatschappijen in de muziekindustrie. Hij duidt zijn data echter vooral in een technologische context (Huygens, 1999). Binnen het voorliggende onderzoek worden ook andere factoren in ogenschouw genomen. Inzoomend vanuit een grotere naar een kleinere orde, zijn enkele dominante factoren te herkennen die voor de afgelopen honderd jaar de werking van de muziekuitgever-branche bepalen en haar gedragingen verklaren.

Grote context

Het grootste construct van het spectrum van het conceptuele model (op macro-niveau) vormt de conjuncturele en maatschappelijke context. Het begrip "mondialisering" is hiervan een essentieel onderdeel, maar ook nationale politieke elementen kunnen het economische klimaat in Nederland verschillend kleuren. Internationaal georiënteerde business cycles zijn bepalend voor marktkansen van bedrijfstakken in de Nederlandse economie. Zoals besproken in 3.2, stellen economen zoals Keynes, Schumpeter, Friedman of Hayes dat door de conjunctuurbewegingen te analyseren politici geadviseerd kunnen worden over het positief beïnvloeden van de business cycles.

De conjunctuurgevoelige culturele industrie, waarvan de muziekuitgeverijbranche een onderdeel van uitmaakt, voelt deze bewegingen. De conjuncturele situatie is van invloed op cultuurmaatschappelijke ontwikkelingen en daarmee op de heersende muziekcultuur, hetgeen weer invloed heeft op de ontwikkeling van muziekgenres (zie 3.3). De demografische factoren zijn daarbij van belang, maar ook de internationale cultuurstromingen die de Nederlandse muziekindustrie beïnvloeden. Zeker voor Nederland geldt dit omdat het een betrekkelijk kleine lokale markt heeft. De invloed van de conjunctuur op het culturele domein of vice versa is een aandachtspunt van deze studie. Binnen de grote context wordt een mechaniek geplaatst om de culturele industrie, in dit geval de muziekuitgevers, te bestuderen. Het onderscheid zit in de mate van invloed door de bedrijfsvoering van de uitgevers. Conjunctuur en in minder mate cultuur zijn eerder trage determinanten en hebben geen direct verband met de handelspraktijk. Nederlandse muziekuitgevers hebben wel invloed op cultuur en genreontwikkeling, zij het beperkt, zeker in het licht van de toenemende internationale invloed op de muziekcultuur na de geldende Auteurswet van 1912. Voor de conjunctuur geldt de directe invloed van de muziekindustrie in nog mindere mate.

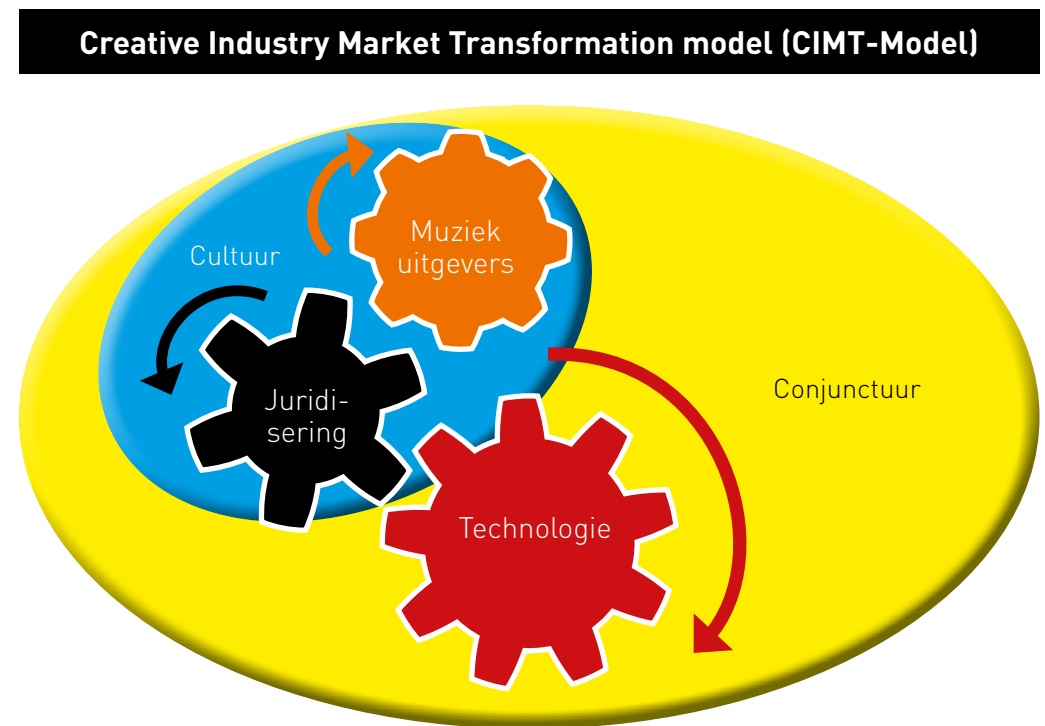
Mechaniek van de kleine context

Rond de muziekuitgevers is een mechaniek geconstrueerd dat aangeeft welke essentiële factoren de rol en functie van de uitgever op een dynamische wijze beïnvloeden. De bepalende factoren hebben een sterke onderlinge invloed, grafisch weergegeven als bewegelijke tandraden die de kleine context vormen (zie fig. 3.5).

Als eerste factor geldt de technologische ontwikkeling. Dit betreft in vele gevallen externe technologische innovaties die de branchedynamiek bepalen. Dit tandrad is dan ook weergegeven buiten de muziekcultuur (zie 3.4). Technologische ontwikkelingen creëren in vele gevallen een nieuwe economische orde die verband houdt met de tweede factor van belang: de juridische (zie 3.5). Innovatieve ontwikkelingen impliceren menigmaal een veranderende juridische bescherming van het eigendom, maar het kan ook andersom. Een zich wijzigende juridische context wordt soms mede bepaald door nieuwe technologie. Als laatste factor geldt het intrinsieke ondernemerschap van de spelers in de branche zelf (zie §3.4). Innoveren muziekuitgevers? Zijn er dominante partijen of zijn die invloeden te verwaarlozen? Is er sprake van oligopolie of zelfs monopolistisch gedrag? Bevordert of remt de organisatie van muziekuitgevers het ondernemerschap van de branche? Het is evident dat uitgevers het juridische kader trachten te beïnvloeden met hun focus op inkomsten uit het auteursrecht. Zij draaien me-

nig keer zelf aan het juridische rad, wat vervolgens weer technologisch vertaald wordt.

Het conceptuele model is toepasbaar voor meerdere bedrijfstakken van de creatieve industrie waarbij de auteursrechtelijke component zo evident aanwezig is. Het verband wordt aangetoond door het theoretische kader en het empirische onderzoek op elkaar aan te sluiten en vindt zijn beslag in het hier volgende Creative Industry Market Transformation model (het CIMT-model genaamd) dat ik zal toepassen op de muziekuitgeverindustrie.



Figuur 3.4 Bron: Wierda & Hitters, 2013

Grenzen van een regime

Doel van de werking van het CIMT-model is de analyse van de vijf factoren (conjunctuur/politiek, cultuur, technologie, juridisering en ondernemerschap) om vervolgens tot een periodisering te komen. De grenzen van de periodes (ook wel aangeduid als regimes) worden bepaald door een sterke verandering van de economische dynamiek van de muziekuitgevers. Met andere woorden: als het verdienmodel van de muziekuitgevers sterk aan verandering onderhevig is of wordt beïnvloed, verandert het regime. Van belang voor dit onderzoek is welke van de vijf factoren nu dominant is in dit veranderingsproces in de betreffende periode. Drie van de factoren hebben een sterk mechanisch verband. Bij actie beïnvloedt de ene factor direct de andere. Indien dit mechaniek van de kleine context vol beweegt, is er sprake van de vorming van een nieuw regime, hetgeen ook veroorzaakt kan worden door de invloed van de grote context. Uit de analyse van de werking van het CIMT-model volgt een historische regimestructuur van de muziekuitgevers, gebaseerd op de vijf factoren met daaraan gekoppeld de invloed van de exploitatiemodellen van de muziekuitgevers.

Zoals vermeld is een eerdere indeling binnen de muziekindustrie gemaakt in het onderzoek van Marc Huygens in zijn *Coevolution of capabilities and competition 1888-1997* (Huygens, 1999). Volgens zijn studie beslaat de muziekindustrie vanaf de vorige eeuw een zestal opeenvolgende regimes van concurrentie. Elk regime



onderscheidt zich van het voorgaande door een verandering in de regels van het concurrentiespel die technologisch van aard is. Het model van dit onderzoek bevat een aangepast kader waarin de muziekuitgeverij centraal staat. Waar Huygens de regimes van concurrentie duidt op ondernemersniveau, ligt de nadruk in dit model op een analyse van de bedrijfstak als geheel. Zowel interne als externe krachten bepalen de aard en gedragingen van de muziekuitgevers, waarbij onderlinge competitie wel wordt meegenomen. Voor dit onderzoek worden niet alleen de criteria ten opzichte van het conceptuele Huygensmodel gewijzigd, maar ook de ontwikkelingsstadia onderverdeeld in voor de muziekuitgeverij dominante exploitatievormen die anders zijn dan bij platenmaatschappijen.

3.8 Conclusie

Binnen deze studie staan de redenen tot markttransformatie van de muziekuitgave-industrie van de afgelopen honderd jaar centraal, waarbij de ontwikkeling en analyse van de rol en functie van de uitgevers belicht wordt. De aandacht wordt gericht op de conjuncturele en culturele dynamiek (gedefinieerd als de grote context) en binnen de muziekcultuur zelf (gedefinieerd als de kleine context) op technologische en juridische factoren en de invloed van de ondernemers zelf. De inventarisatie van inzichten en opinies over de theoretische ontwikkeling van de vijf factoren op de sub-sector muziekuitgeverijen geeft inzicht in de werking van de creatieve industrie door de tijd heen en wordt geplaatst in het CIMT-model. Dit dynamische model heeft binnen de kleine context een mechanisch verband. De ene factor heeft direct invloed op de andere.

Als er sprake is van een sterke activiteit binnen de factoren van het CIMT-model, wordt een nieuw regime gevormd. De dominante factoren worden geanalyseerd. De verklaring tot de volgende begrenzing in de tijd vormt het onderwerp van deze studie. Duidelijk moet worden hoe de verschillende regimes ontstaan zijn, hoe ze functioneren, hoe deze worden afgebakend en hoe ze weer verdwijnen. Door de opkomst en ondergang van regimes te kennen is het mogelijk om lering te trekken uit gedragingen van de muziekuitgevers in hun huidige rol en positie.

Methodologie

4.1 Inleiding

In de voorgaande hoofdstukken zijn het onderzoeksdoel en de onderzoekcontext gepreciseerd en is het theoretisch kader uiteengezet. Data voor het geconstrueerde en geïntegreerde raamwerk van regimestructuren in de muziekuitgeverbranche in de afgelopen honderd jaar – waarin de rol en functie van de muziekuitgevers centraal staan – worden samengesteld aan de hand van een kwalitatief historisch onderzoek, uitgebreid met een kwantitatief deel voor wat betreft de recente ontwikkelingen en de nabije toekomst. De hiernavolgende explicitering van de toegepaste methodologie zal duidelijk maken hoe de onderzoeksresultaten te legitimeren en te valideren zijn (zie ook Verhoeven (2007)). Deze studie kenmerkt zich voorts door een explorerend en verkennend karakter met narratieve elementen:

“Verkennend onderzoek is een waardevolle methode om uit te vinden wat er gebeurt; om nieuw inzicht proberen te verkrijgen; om vragen te stellen en verschijnen in een nieuw licht te beoordelen.” (Saunders, Lewis, & Thornhill, 2006, p. 101).

Het gaat hierbij om het verwerven van informatie en het uiteenzetten van betekenissen. Het onderzoek is dus zowel kwantitatief als kwalitatief van karakter. Er wordt gebruik gemaakt van een bijzonder historisch archief. Een literatuuronderzoek (deskresearch) vormt een tweede component. Daarnaast zijn er interviews met experts en een enquête over recente ontwikkelingen en verwachtingen over de nabije toekomst. De empirische componenten verschaffen valide data, die geborgd worden door het triangulatiemodel. De combinatie van uitkomsten van deskresearch en kwalitatief en kwantitatief fieldresearch zijn longitudinaal van karakter en zullen samen inzicht geven in de centrale onderzoeksvraag.

4.2 Longitudinale processen

De transformatie van markten geeft een continue staat van onevenwichtigheid aan. Als markten permanent aan het veranderen zijn, dan beschouwen we een dergelijke beweging als een proces op zich en niet als een stadium. Dit is de reden dat de thesis een procesbeschrijving met markeringspunten betreft. Er is ook een verband met het eerder genoemde endogene perspectief: concurrenten binnen een markt zijn op zoek naar unieke vaardigheden teneinde een voorsprong te verkrijgen. Deze spelers openbaren zich meestal als organisaties in de vorm van ondernemingen, al dan niet gedefinieerd als nieuwkomers op een markt. Het is belangrijk te veronderstellen dat er sprake is van herkenbaar collectief gedrag van organisatorische beroepsgroepen in een branche, om onderscheid te kunnen ontdekken in de dynamiek (Pettigrew, 1992). Het veronderstelde isomorfisme (zie hoofdstuk 3) is in dit licht zeer bruikbaar (DiMaggio & Powell, 1983). Omdat de rollen van uitgevers en daarmee de betrokken bedrijven voortdurend evolueren, kan dit proces beschouwd worden als een cumulatieve opvolging van gebeurtenissen. Daarin speelt het begrip ‘tijdsdimensie’ een belangrijke rol. Anders gezegd, de procesmatige benadering behoeft een empirische onderzoeksmethodiek waarin de tijdsdimensie geïncorporeerd is.



Volgens Montgomery (1995, pp. 261-268) is een uitgestrekt tijdsbeeld imperatief in het duiden van de dynamiek van transformatie in een bedrijfstak. Ook D'Aveni (1994, p. 17) stelt dat "strategy requires a theory that pays attention to the sequential moves and countermoves of competitors over long periods of time". Pettigrew geeft aan dat een longitudinale studie vereist is om het heden en de toekomstige dynamiek te duiden; "Allows the present to be explored in relation to the past and the emerging future" (Pettigrew, 1990, p. 297). Deze uitspraak vat het uitgangspunt van deze studie uitstekend samen.

Procesgericht

Volgens Van der Ven (1992) worden er drie gangbare benaderingen gebezigd voor het begrip 'proces'. De eerste vereist een logica die verklaart dat er een causaal verband is tussen onafhankelijke en afhankelijke variabelen. De tweede spitst zich toe op het operationaliseren van een categorisatie van concepten of vaste variabelen. Als derde benadering noemt hij een opeenvolging van gebeurtenissen waarin beschreven wordt hoe zaken veranderen door de tijd. In dit onderzoek wordt met name de derde benadering van het begrip 'proces' gehanteerd. De aandacht richt zich op de historische ontwikkeling, met een focus op gebeurtenissen en stadia (Van der Ven, 1992).

Hoe het proces verloopt van de ontwikkeling van de rol en functie van uitgevers is cruciaal voor de uitkomst. In procesonderzoek is de verklaring waarom en hoe processen in de loop der tijd veranderen van belang. Dit betreft vragen die elementair zijn bij de bestudering van evoluerende interacties tussen competitie en innovatie bij uitgevers onderling en in de bedrijfstak als geheel. Bovendien geeft de derde benadering ruimte om een bedrijfstak op meerdere niveaus te analyseren (Pettigrew, 1992). Henderson and Cockburn merken bijvoorbeeld op dat:

"Studies of the evolution of capability at individual firms have greatly enriched our understanding of the nature of particular competencies [...] but by and large these insights have been incorporated into studies of aggregated firm behavior or systematic studies of competition." (2004, p. 7).

De door hen gesignaleerde eenzijdige benadering laat de impact op vaardigheden door onderlinge rivaliteit van bedrijven buiten beschouwing. Deze impact geeft een markt echter karakteristieken die het proces wederzijds beïnvloeden. In navolging hiervan stellen Levinthal en March (1993, p. 97) dat "research into capabilities must link firm and industry levels of analysis". Muziekuitgevers zoeken nieuwe vaardigheden om goed te presteren binnen een competitieve omgeving. Dit is een proces van continue beweging, in de loop der tijd vormgegeven door de muziekuitgever. Om deze propositie longitudinaal te onderzoeken, is een tweeledige methodologisch onderzoek gewenst.

4.3 Applicatie en omgeving

Het eerste deel van het onderzoek naar de procesgerichte ontwikkeling vindt plaats op brancheniveau, middels een longitudinale historische studie die zich richt op de competitieve en innovatieve dynamiek in de branche. De te onderzoeken periode loopt van 1910 tot 2010. Marktbewegingen in deze periode zijn bepaald door zowel exogene als endogene factoren. Naast de toonaangevende conjuncturele en culturele dominante ontwikkelingen worden de belangrijkste bronnen van inkomsten van de muziekuitgevers bestudeerd, om zo ook de economische dynamiek te duiden. Daarnaast zijn zowel de ontwikkelingen op het gebied van het mechanische recht van belang als de inkomsten uit het uitvoerend recht. Wat dat laatste betreft worden enerzijds data verzameld en ontwik-

kelingen geduid binnen de Live-entertainment wereld; terwijl anderzijds ontwikkelingen op het gebied van mediavormen geanalyseerd worden die direct of indirect invloed op de inkomsten van muziekuitgevers hebben. Specifiek kijken we daarbij ook naar de initiatieven en het onderling handelen van de uitgevers zelf.

De historische context is onontbeerlijk bij het bestuderen van strategische dynamiek (Porter, 1991). De rol en functie van muziekuitgevers in de waardeketen van de muziekindustrie is daarbij bepalend. Hierbij wordt deels geleund op eerdere publicaties van Chandler (1962) die een van de grondleggers is van de historische brancheanalyse. Hij concentreert zich op de bestudering van groot-schalige ondernemingen en daarbij specifiek het professioneel management. Echter, de meeste Nederlandse bedrijven zijn van een volstrekt ander formaat dan de firma's in Chandlers studie; zijn multidivisionele structuur gaat zeker niet op voor de muziekuitgave-industrie in de 20e eeuw. Pas in de jaren zestig en zeventig richten economische historici zich meer op processen van economische groei, zoals de stadia van Rostow, waarbij de investering als katalyserend wapen geldt met als basistheorie de innovatieve doorbraken van Schumpeter (zie hoofdstuk 3). Binnen het economisch historisch onderzoek zijn daarom relatief veel verwijzingen naar de 'creatieve destructie theorie' van Schumpeter.

Data van bedrijven

Bij bestudering van de spelers in de branche wijst Ferry de Goey op een onderscheid tussen de bedrijfsgeschiedenis en de ondernemersgeschiedenis (1996). In de praktijk vallen de twee moeilijk te onderscheiden. Galambos stelt dat er sprake is van een ruime mate van overeenkomsten:

"We also noticed that at the points of intersection between business history and studies of culture, gender, ideology, race, work, the environment, and of course, technology, scholars (few of whom described themselves as business historians) were accomplishing intriguing and innovative research on the activities of businesses." (Galambos, 1996, p. 15)

Casson en Rose vragen ter gelegenheid van een themanummer van Business History zelfs om bij bestudering van de ontwikkeling van het moderne bedrijfsleven tot een nauwere samenwerking tussen de verschillende sociale wetenschappen te komen en zij moedigen de bedrijfshistorici aan "to build their own conceptual models to make sense of the complexities of the past and the present" (1997, p. 8). Volgens Huygens (1999) hebben historici over het algemeen de neiging om een gebeurtenis nauwgezet te beschrijven, terwijl beoefenaars van sociale wetenschappen de neiging hebben om het generale en repetitieve karakter van een gebeurtenis te omschrijven. Eerder suggereerde Berkhofer (1969) al dat er een gedragsbenadering mogelijk is voor historische analyse waarbij ruimte is voor zowel beschrijving en betekenis van het onderwerp. Terwijl beschrijving traditioneel wordt gezien als een neutrale exercitie voorafgaand aan de verklaring van data, mag dit nu verondersteld worden als een activiteit die tevens de processen en onderlinge verbanden verklaart. In plaats van het begrip 'verandering' te definiëren als een aantal successieve gebeurtenissen op een lineaire tijdsbalk, mag dit begrip gezien worden als een proces dat afhankelijk is van bepaalde gebeurtenissen (Berkhofer, 1969).

Een historische beschrijving kan dus goed samengaan met een beschouwende analyse van de gebeurtenissen. Binnen dit onderzoek zal dit simultaan plaatsvinden. De gekozen beperking tot Nederland als overzichtelijke afgrenzing heeft als reden dat ondanks de vele internationale invloeden op de muziekuitgave-industrie, deze zich in Nederland op unieke wijze heeft ontwikkeld. Daarnaast is de mogelijkheid van gegevensverzameling moeizaam doch doenlijk.



4.4 Data verzameling uit deskresearch

Ondanks het feit dat het moeilijker is om patronen te ontdekken binnen kwalitatieve data dan in kwantitatieve data, is de eerste soort rijker van informatie en geeft daardoor meer gelegenheid om betekenis toe te kennen aan de gegevens als de patronen eenmaal ontdekt zijn. Natuurlijk is de historische studie van de muziekuitgave-industrie hier ook onderbouwd door kwantitatieve data die verzameld zijn uit tijdschriftartikelen en boeken over de muziekindustrie. Echter, de beschikbaarheid van gegevens bleek gelimiteerd, wat te maken heeft met de gesloten aard van de industrie.

Deskresearch

Een bronnen- en literatuuronderzoek is onontbeerlijk om de historische en de huidige rol en functie van muziekuitgevers in kaart te brengen. De juridische en economische context is daarbij cruciaal gezien het onbekende karakter van het vak van de muziekuitgever. Bij het deskresearch is gelet op de validiteit van de bronnen. Niet alleen de auteur van de bron is gecontroleerd, ook zijn structureel de data met elkaar vergeleken. De deskresearch informatie wordt verkregen uit ruwweg drie types bronnen. Ten eerste zijn er onderzoekspublicaties die een interne kijk bieden op de culturele industrie, met name de muziekindustrie, en daarmee al dan niet indirect ook op de muziekuitgave-industrie. Onderwerpen zoals de organisatie van de industrie, innovatie- en digitaliseringvraagstukken alsmede structurele markt- en industrieveranderingen komen hierin aan bod. Ten tweede wordt de deskresearch informatie betrokken uit bedrijfspublicaties van instituties zoals Buma Stemra, waarbij activiteiten, organisatie- en innovatievraagstukken centraal staan. Ten slotte zijn ook bronnen over de relatie van de muziekuitgave-industrie en de media-industrie bestudeerd.

Archiefonderzoek

Het meest waardevolle en onderscheidende deel is het archiefonderzoek bij de VNM. Het betreft hier een compleet archief vanaf 1913 tot het jaar 2000, dat de ruggengraat van het onderzoek vormt. De rijkdom van de informatie is ongekend. Bijzonder zijn de notulen van de maandelijkse vergaderingen, die vanaf 1913 nagenoeg compleet zijn en een accuraat beeld geven van de kansen en bedreigingen van de branche in het bewuste tijdsgewricht. In dit onderzoek worden data gepubliceerd die nog niet eerder openbaar zijn gemaakt.

4.5 Dataverzameling uit veldonderzoek

Het veldonderzoek binnen dit onderzoek is opgedeeld in verschillende onderzoeksmethodieken die zowel een kwalitatief als een kwantitatief karakter dragen. Voor het kwalitatieve deel is er gebruik gemaakt van semigestructureerde interviews met experts en historische sleutelfiguren voornamelijk binnen de muziekindustrie, met name uitgevers en auteursrechtsspecialisten. Naast de interviews met de experts is er een enquête afgenomen bij de leden van de VMN en de NMUV.

Semigestructureerde interviews

De geïnterviewde personen zijn zowel werkzaam bij de major muziekuitgevers (interviews in samenwerking met Michèle Hamelink), als onafhankelijke muziekuitgevers (independents). Tevens zijn er interviews afgenomen met experts op aangrenzende terreinen zowel nationaal als internationaal.

Er zijn enkele componisten bevraagd over de veranderende rol en functie van uitgevers, maar de focus ligt niet specifiek op deze onderzoekspopulatie.

Alle verwijzingen in de voorliggende tekst naar interviewbronnen zijn op verzoek van de respondenten anoniem.

Binnen de semigestructureerde interviews met experts lag de focus zowel op de historische rol en functie van de muziekuitgevers als de toekomstige. Voor het verkrijgen van informatie over de houding en mening van muziekuitgevers zijn in totaal een twintigtal interviews afgenomen. Hierbij is in de meeste gevallen gebruik gemaakt van een topiclijst waarbij in eerste instantie de volgorde overeenkomt. Vervolgens werd verder uitgeweid op deelgebieden. In het theoretische kader is nader gedefinieerd wat de functie en rol is van de muziekuitgever; dit vormde de basis van de onderwerpenlijst. Door te werken met een prioriteitenlijst was er ruimte voor verandering van volgorde of onderwerp, zodat een eigen invulling of toevoeging mogelijk was. Dit leidde tot een informele manier van interviewen, waardoor de kans op sociaal wenselijke antwoorden was verkleind. Indien respondenten over de begrippen nadere toelichting wensten, was dit mogelijk. Saunders et al. (2006) beschrijft dat de interviewer die relevante informatie aan de respondenten aanreikt, daarmee de betrouwbaarheid en de validiteit van het interview vergroot, omdat de respondenten hiermee de mogelijkheid krijgen om na te denken over de informatie die wordt verlangd.

Registratie vond plaats op zowel via aantekeningen, een laptop, als een voicerecorder. De gemiddelde duur van een interview was 60 minuten. De interviews zijn verwerkt in een gestileerde vorm in de derde persoon enkelvoud, waarbij belangrijke citaten letterlijk zijn weergegeven. De uitgewerkte interviews zijn geverifieerd met de respondenten. Pas nadat deze op juistheid zijn gecontroleerd, konden de interviews als data gebruikt worden in het onderzoek. Aan de respondent is niet alleen een mening gevraagd over de toekomstige rol en functie van muziekuitgevers, ook werden vragen beantwoord met betrekking tot de meest opvallende veranderingen over het afgelopen decennium binnen de muziekuitgave-industrie alsmede naar de mogelijke omslagpunten in de regimes. Op deze wijze bieden de onderzoeksresultaten ondersteuning van de geraadpleegde literatuur en overige data om uiteindelijk accuraat antwoord te kunnen geven op de deelvragen.

Enquête

Naast de interviews met de experts werd er een enquête opgesteld in samenwerking met medewerkster Michèle Hamelink, waarmee leden van twee brancheverenigingen, de VMN en de NMUV, bevraagd zijn over rol en functie van de uitgevers in het huidige tijdsgewricht en de nabije toekomst. De VMN telt meer dan 60 muziekuitgevers, voornamelijk bladmuziekuitgevers en independent muziekuitgevers. De NMUV telt 16 leden die zich kenmerken als uitgevers van 'lichte muziek' waaronder de majors. Bij de NMUV komt ongeveer zeventig tot tachtig procent van de voor uitgevers bestemde gelden van Buma/Stemra terecht (Koedooder, Molenaar, & Beltman, 2009). De enquête werd als link in een e-mail digitaal verstuurd naar de leden van beide verenigingen, met behulp van het programma Limesurvey. Er werd bij de structuur van de antwoorden frequent gebruik gemaakt van de likert scale vanwege de aan te brengen nuances. De enquête was opgedeeld in drie verschillende onderdelen, te weten:

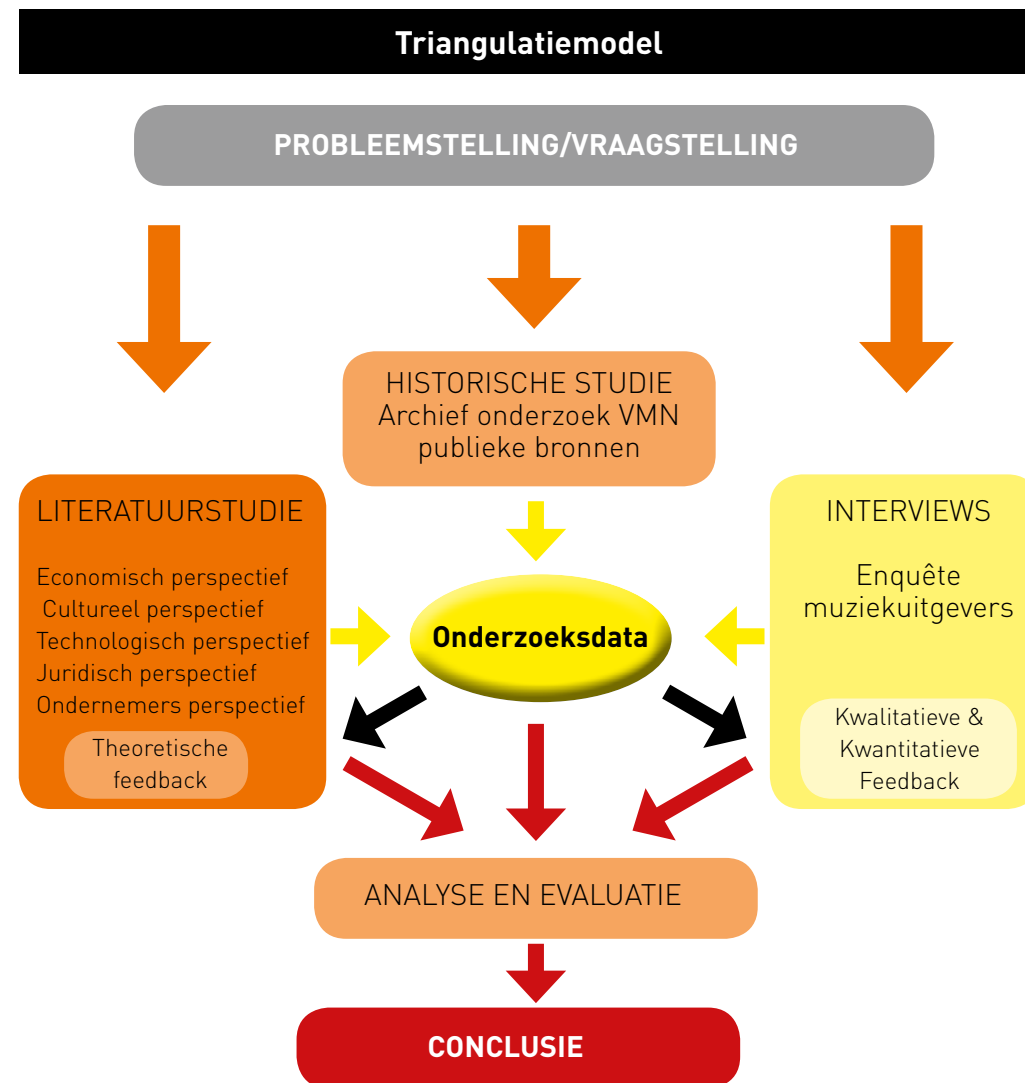
- *Basisinformatie*: geslacht, leeftijd en hoe lang de respondent al in het vak zit als muziekuitgever of een aangrenzend metier.
- *Het afgelopen decennium*: de respondent wordt gevraagd om de mate van belang aan te geven van zijn activiteiten (functie) en rollen als muziekuitgever. Gevraagd wordt in hoeverre de verschillende activiteiten en rollen in het afgelopen decennium aan veranderingen onderhevig zijn geweest. Ook worden er vragen gesteld over de huidige exploitatievormen van de muziekuitgever.
- *Het huidige tijdsgewricht en de nabije toekomst*: In hoeverre denkt de respondent dat zijn activiteiten (functie) en rollen in de toekomst veranderen en waardoor.



Er wordt gevraagd om een mening te geven op verschillende stellingen over het fenomeen downloaden en het streamen.²⁸

4.6 Het onderzoekontwerp

Vanuit het oogpunt van validiteit is het wenselijk om meerdere informatiedragers te raadplegen over een bepaald object of onderwerp. Leunen op slechts een type bron herbergt een gevaar in zich (Abernethy & Brownell, 1999). Het triangulatiemodel kan een dynamische waarde en positie bepalen gedurende de verschillende periodes. Triangulatie impliceert dat eenzelfde onderzoekstechniek, zoals interviews, toegepast wordt op meerdere personen wanneer hen over eenzelfde onderwerp naar hun visie of mening wordt gevraagd (Abernethy & Brownell, 1999). De informatiedragers kunnen verschillen, zoals personen versus documenten, wat weer meerdere onderzoekstechnieken als consequentie kan rechtvaardigen. Hierbij staat de procesdimensie centraal, waarin gezocht wordt naar opeenvolgende patronen van gebeurtenissen en de oorzaken daarvan. Beschrijving en analyse worden gecombineerd om zodoende de essentie van de aanwezige processen beter te kunnen begrijpen. Deskresearch en veldonderzoek leiden samen tot een congruent geheel, waarbij de mate van generaliseerbaarheid belangrijk is. De enquête vormt een aanvulling op de eerder gehouden semigestructureerde interviews en het bronnenonderzoek, zodat de onderlinge antwoorden gevalideerd kunnen worden (Saunders, Lewis, & Thornhill, 2006). De uitkomsten van de vragenlijsten en interviews zijn gebruikt om de gevonden literatuur in de deskresearch te ondersteunen en uiteindelijk antwoorden en inzichten op deelvragen aangaande het huidige tijdsgewricht te kunnen beantwoorden.²⁹



Figuur 4.1 Onderzoekontwerp naar het triangulatiemodel

Onderzoeksperspectief: betrouwbaarheid en validiteit

Gedurende deze studie is getracht om valide en betrouwbare gegevens te verzamelen. De opzet van een onderzoek via het triangulatiemodel en de theoretische en kwalitatieve feedback verhogen de validiteit (Snippe, 2012, pp. 8-9). De data uit het archief van de VNM zijn daarvan een goed voorbeeld. Notulen van vergaderingen zijn hoogst accuraat en uitvoerig. Als respondenten geïnterviewd worden over zaken die in een vergadering van 20 jaar geleden besproken waren, dan zijn de notulen desgevraagd nauwkeuriger en betrouwbaarder. Verder voorziet het archief in uitgebreide aanvullende informatie die de grote lijnen van dit onderzoek ondersteunen. Andere archiefgegevens van bijvoorbeeld bedrijven en de collectieve beheersorganisaties zijn hooguit additioneel. De interviews geven een goed beeld van de ontwikkelingen van de muzikuitgeverbranche en volgen een duidelijk datapatroon.

Binnen het kwantitatieve deel van het onderzoek zijn in totaal 76 muzikuitgevers benaderd over de verwachting van de rol en functie van de muzikuit-

28 'Streaming' betekent het on-line legaal muziekgebruik 'on demand'

29 Geïnterviewden hebben diverse documenten als onderzoeksmateriaal ter beschikking gesteld, zoals brieven van Buma/Stemra, de VMN en de NMUV en een reactie op een consultatiedocument van het ministerie van justitie



gever in de nieuwe tijd en het afgelopen decennium. In het totaal kwamen 32 enquêtes retour, waarvan er 16 onvolledig. Om de validiteit van het kwantitatieve deel van de studie te waarborgen, zouden er meer volledig ingevulde enquêtes moeten zijn. Hoewel de interviews met de experts ondersteuning bieden aan de resultaten van de enquêtes en deze als valide beschouwd kunnen worden, kunnen de resultaten van het kwantitatieve onderzoek niet gebruikt worden om generalisaties te maken over de gehele onderzoekspopulatie, hetgeen de basis is van betrouwbaarheid. Daarvoor is het kwantitatieve onderzoek gebaseerd op een te klein aantal respondenten (Saunders, Lewis, & Thornhill, 2006). Dit hoeft volgens Verhoeven (2007) niet te betekenen dat de kwantitatieve onderzoeksresultaten niet gebruikt kunnen worden. Dit onderzoek heeft een explorerend karakter en derhalve kunnen de desk- en fieldresearch resultaten gebruikt worden om een perspectief op te bouwen, zodat de kennisontwikkeling gevoed wordt met de laatste inzichten.

4.7 Conclusie

Om een analyse te bewerkstelligen worden de geaccumuleerde gegevens gestructureerd volgens vier basisdimensies. Allereerst stoelt dit onderzoek op de dimensie tijd, waarbij er sprake is van chronologie. Ten tweede worden de verzamelde data gerangschikt naar de verschillende gebeurtenissen in de muziekuitgave-industrie, waarbij de rol en functie binnen de muziekindustrie centraal staat. Daarbij wordt er een onderscheid gemaakt naar de inkomstenbronnen van de muziekuitgevers. Een derde dimensie is de rangschikking naar entrepreneuriaal gedrag binnen de muziekuitgave-industrie zelf, waardoor bijvoorbeeld prominente spelers door oligopolistische concurrentie veranderingen in het waardesysteem bewerkstelligen. Daarbij dienen technologie en juridisering in ogenschouw te worden genomen binnen de grotere context van cultuur- en conjunctuurdynamiek.

In deze studie wordt meer dan honderd jaar van evolutie, competitie en strategische positionering van de muziekuitgeverijen bestudeerd. Gezamenlijk verschaffen de onderzoeksdata dimensies hetgeen leidt tot een structurele en longitudinale beschrijving. Volgens Pettigrew (1990) volgt ten slotte de analyse van de gerangschikte data volgens twee gerelateerde activiteiten. Op de eerste plaats volgt dit uit een grondig onderzoek naar patronen in processen uit een opeenvolging van gebeurtenissen en ten tweede uit een onderzoek naar onderliggende mechanismen die deze gebeurtenissen vormgeven. Vanuit deze activiteiten wordt de regimestructuur vastgesteld in termen van conjuncturele, culturele, technologische, juridische en entrepreneuriale ontwikkelingen. Uiteindelijk wordt de proces-gerelateerde visie verbonden aan een verklaring, reflecterend aan het onderzoek naar de gevonden patronen en mechanismen. De muziekuitgeverijen vormen het empirische kader waarin voorgaande proposities en raamwerk getoetst worden op validiteit. Zoals eerder vermeld, worden de secundaire gegevens in ruwweg drie categorieën verdeeld. De diversiteit aan onderzoeksgegevens maakt het mogelijk om de data vanuit verschillende perspectieven te verifiëren. Tevens geldt volgens het triangulatiemodel dat kwantitatieve data met kwalitatieve data geconfronteerd moeten worden, teneinde de validiteit te borgen (Denzin, 1978). Kwalitatieve borging van validiteit vindt plaats door de interviews met sleutelfiguren te toetsen aan de gevonden data.

Hoofdstuk 5

Edition papier

5.1 Inleiding

In de aanloop naar het ontstaan van de muziekkuitgeverbranche in Nederland wordt in dit hoofdstuk de internationale geschiedenis van muziekculturen in licht conjunctureel perspectief geschetst, in de grote context van het CIMT-model. Als technologisch fenomeen markeert de boekdrukkunst het beginpunt van een nieuw metier: de muziekkuitgever. De roep om het auteursrecht is daarmee tevens geboren. Na eeuwen van strijd om de erkenning van de muzikanteur wijzigt het juridische klimaat langzaam ten voordele van de uitgevers. Specifiek bestuderen we vervolgens het ondernemerschap van de Nederlandse muziekkuitgevers. Zo schetst dit hoofdstuk de ontwikkeling van een bedrijfstak die de industriële tijd in gaat met een aarzelend operationeel auteursrecht. Er ontspint zich een beroepsgroep met een eigen rol en functie binnen de muziekeconomie.

5.2 Vroege muziekcultuur in de Europese samenleving

Musiceren is van alle tijden. Zo is het noteren van muziekschrift te herleiden tot de Griekse Oudheid. Pythagoras³⁰ construeerde als eerste bekende muziektheoreticus een diatonische toonladder met zuiver reine kwinten. En de overlevering vertelt dat Aristoxenos als eerste een onderscheid maakte tussen de verschillende toonladders. In principe gold ook destijds al de regel: "Wie de werken van een muzikanteur dient te gebruiken, dient daarvoor de auteur naar redelijkheid te vergoeden". In het Romeinse Rijk zijn het voornamelijk de zogeheten bibliopola (Witbraad, 2007, p. 15) die muziekgeschriften door slaven lieten overschrijven en ze vervolgens lieten verspreiden; in wezen waren zij de eerste vervaardigers van bladmuziek. De aantallen zijn gezien de overgebleven werken nog relatief aanzienlijk.

Muziek en notatie

Pas halverwege de Middeleeuwen³¹ zijn verfijndere vormen van muzieknotatie te vinden. Het belang van het christendom zorgt ervoor dat de kerk als centrum van de kunsten fungeert, zo ook voor muziek. De Gregoriaanse kerkmuziek (circa 850 na Chr.) wordt unisono uitgevoerd: eenstemmig gezang van een uniforme tekst met beperkt verschil in toonhoogte. De combinatie tekst/compositie heeft een sterk docerende theologische functie. De klerikale macht wordt centraal aangestuurd vanuit Rome en de machthebbers bepalen de inhoud van de in het Latijn gezongen liederen. De muzieknotatie duidt men aan als het neumenschrift. Componisten zijn veelal tegen een vast inkomen in dienst bij de klerikale macht, een mecenas of koning. Daarnaast zijn er componisten³² bekend die van vrije opdrachten leven, waarvoor bij oplevering van het muziekwerk betaald wordt (Bruyne, 1955).

30 J. L. Davies, D. J. Vaughan, vert.; vgl. G. Lowes Dickinson, *The Greek View of Life*, blz. 220

31 J. Bronowski, *The Ascent of Man*, blz. 156-7

32 Neumenschrift duidt op een stelsel van tekens waarbij aan wordt gegeven of een noot lang of kort wordt gezongen, of de melodie omlaag of omhoog gaat, hoe een lettergreep van de tekst geïntoneerd wordt.



Twee eeuwen later ontstaat de kwadraatnotatie waarbij het muziekschrift meerdere lijnen bevat. Het zijn wederom de geestelijken die zich beijveren om misalen en cantoralen uit te schrijven voor praktisch gebruik in de kerk. Vaak zijn deze middeleeuwse handschriften geïllustreerd. De boeken zijn meer getekend dan geschreven, met prachtig gekalligrafeerde hoofdletters. Met recht zou men de middeleeuwse monniken de eerste muziekgraveurs kunnen noemen. Guido van Arezzo (950-1050), een benedictijner monnik werkzaam in de abdij van Pomposa (Italië) en later in Arezzo, geldt in de muziekgeschiedenis als de grondlegger van het huidige notenschrift (Fétis, 1881-89). Dit gegeven wordt overigens wel bestreden. Arezzo is wel een belangrijke schakel in het ontwikkelingsproces van de bladmuziek, maar eigenlijk begint al tegen het einde van de 9e eeuw de Vlaamse muziektheoreticus, componist, en hagiograaf Hucbald met een soortgelijke notatie (Zuiderlaan, 1967). Voor de 15e eeuw kopieert men de notaties met de hand; de kloosterlingen fungeren als interne muziekverspreiders binnen een klerikaal domein.

Renaissance

Rond het jaar 1450 breekt de renaissance aan in Italië. Een rijke culturele periode met talrijke ontwikkelingen op het gebied van beeldende kunst, godsdienst, literatuur, wetenschap en muziek breekt aan; Da Vinci, Michelangelo, Copernicus en Columbus zijn aansprekende figuren uit deze periode. De mens als individu neemt een centrale rol in onder invloed van uitvindingen, cultuuruitingen en ontdekkingen (Lenaertz & Robijns, 1969). De middenklasse is maatschappelijk in opkomst en de steden groeien; het bestuur is echter nog feodaal van aard. Muziek is als cultuuruiting een belangrijk educatieve katalysator en mensen besteden aandacht aan concertbezoek. De Venetiaanse school vormt het centrum van de toonkunst; maar ook Florence, Rome, Antwerpen, Gent en Brugge ontwikkelen zich snel tot culturele centra van de vernieuwde stroming in de muziek. In de middeleeuwse kerkelijk muziek was muziek gevormd door stemmen; in de vroege renaissance vormt één enkele melodie de hoofdzaak en dienen de overige zangers als begeleiding. Er ontstaan madrigalen³³ voor de hogere sociale klassen. Het tonale kenmerk binnen het muzikale spectrum is de introductie van de tertsen³⁴, waardoor een meer uitgewerkte polyfonie (meerstemmigheid) mogelijk is. In de Middeleeuwen werd de tertsen nog als dissonant gezien (Lenaertz & Robijns, 1969).

Basso Continuo

Aan het einde van de 16e eeuw ontstaat volgens muziekhistoricus Buelow een stroom van experimentele composities en nieuwe benaderingen van solfège met als doel een grotere expressieve muziekstijl te ontwikkelen (Buelow, 2004). Barok vormt de nieuwe muziekstijl, die haar wortels heeft in de Venetiaanse school. Rond 1600 wordt de eerste opera uitgevoerd, wat het begin van de periode markeert. Bastonen zijn belangrijk in de barok (Rieman, 1922). De lange traditie van polyfonie gaat over in de 'basso continuo'. Deze muziekstijl omvat zang die op een enkele melodische lijn of op een stem berust, ondersteund door een instrumentale baspartij. De componisten blijven werkzaam voor de kerk en de heersende bovenklasse. Dit wordt aangeduid als het 'patronage systeem'³⁵. De opdrachtgever bepaalt in grote mate de inhoud en de structuur van de com-

positie, wat belemmerend werkt op de creativiteit. De kerk fungeert daarmee als muzikale gate-keeper.

Als het humanisme als filosofische stroming terrein wint, heeft deze ook invloed op de composities. Wetenschappers zoals Galileo Galilei (1564-1642), Johannes Kepler (1571-1630) en Isaac Newton (1643-1727) geven sterke impulsen. De mens komt centraal te staan in het universum. Waar in de Renaissance de tekst ondergeschikt is aan de muziek, draait dit in de barokperiode om: er ontstaat een nieuw tonaliteitsbesef. In plaats van de acht kerktoonsoorten wordt de majeur en mineur geïntroduceerd (Buelow, 2004).

Classicisme

Het classicisme volgt op de barokperiode en zal ongeveer een eeuw omvatten. De periode wordt aan het begin gemarkeerd door het overlijden van Bach en loopt door tot het einde van de Napoleontische oorlogen. De Franse revolutie (1789) is bepalend voor de Europese dynamiek. De invloed van de burgerij neemt verder toe en publieke concerten winnen aan populariteit. De adellijke macht zwakt af. De 'Galante stijl' en de 'Empfindsame stijl' doen haar intrede. Kenmerkend is het gevoel en sentiment dat men laat spreken in de composities; aangeduid als muzikale rococo. Cultureel gezien wordt dit tijdperk geschaard onder de stromingen van het rationalisme en de Verlichting. Symmetrische vormen in de bouwkunst genieten de voorkeur en de klassieke oudheid dient als voorbeeld. Muzikaal gezien wordt er gestreefd naar vormvaste muziek, waarbij emotionaliteit vermeden wordt. Het klassieke drama raakt weer in zwang. Voor het klassieke symfonieorkest staat een dirigent en het orkest bevat qua bezetting, naast het strijkorkest, ook pauken en blaasinstrumenten zoals hoorn, trombone, fagot, fluit, hobo, klarinet en trompet. Joseph Haydn (1732-1809) bekwaamt zich in de muziekstijl 'Sturm und Drang' waarbij de natuur en de driften van de mens als inspiratie dienen. Spannende wendingen, passie en bravoure vormen de muziekstroming. Contrapuntische³⁶ techniek en homofone³⁷ zettingen worden toegepast. De sonate³⁸ doet haar intrede in de muziekwereld met Haydn en het genie Mozart (1756-1791) (Treitler, 1982), en de symfonie wordt tot volledig wasdom gebracht.

Romantiek

De 19e eeuw wordt sterk bepaald door de opkomst van de industriële revolutie. Ingrijpende maatschappelijke veranderingen vinden plaats, met name op sociaaleconomisch gebied. Men vervreemdt van de natuur, en als reactie hierop probeert de mens te ontsnappen aan de werkelijkheid. Men zoekt zijn toevlucht in fantasieën, legendes, mythologieën, religie, idealisme en occultisme³⁹. De 19e eeuw kenmerkt zich ook door een periode van kolonisatie en handel en een toenemend nationaal bewustzijn. Dit leidt tot nationale bewegingen en aandacht voor folkloristische muziek. De Muzieksalon wordt een trefpunt voor professionele muziekbeoefening naast operatheaters, concertzalen en kerken, en de amateuristische muziekbeoefening neemt een vlucht. De vraag naar bladmuziek neemt toe. Mede door de aanzienlijke invloed van de literatuur op de toonkunst, breekt er een muzikale bloeiperiode aan (Buelow, 2004). De kern is het innerlijke gevoelsleven, 'der Sehnsucht' die de scheppende kunstenaar beroert. Voor de romantische componist⁴⁰

33 Een madrigaal is een vier- tot zesstemmige polyfone a capella compositie met een wereldlijke lyriek.

34 Een tertsen is een interval tussen twee tonen die twee plaatsen op de notenbalk verschillen en meet de afstand van drie diatonische stappen

35 Patronage is een sociaal ongelijke informele betrekking waarbij de hogergeplaatste of patroon gunsten verleent aan een lager geplaatste in ruil voor eerbetoen, trouw of diensten.

36 Punctus contra punctum : noot tegen noot, waarbij belang is de samenklank.

37 Homofoon duidt op meerstemmige muziek waarbij de melodie door akkoorden begeleidt wordt.

38 Een sonate handelt over van een thema waarbij men spreekt van een verwerking en een reprise

39 Occultisme: het bestuderen van en het geloven aan bovenzinnelijke, verborgen verschijnselen

40 Componisten zoals Ludwig van Beethoven (1770-1827), Frans Schubert (1797-1828), Felix Mendelssohn-Bartholdy (1809-1847), Robert Schumann (1810-1856) en Frédéric Chopin (1810-1849) (Mason, 1906).



staat de inhoud van de compositie centraal, dit in tegenstelling tot de klassieke componist waarbij de vorm geperfectioneerd wordt (Rieman, 1922; Mason, 1906).

Na de tweede Franse revolutie van 1848 is er sprake van internationalisering van het muziekleven, met Parijs als centrum. De tweede periode binnen de romantiek breekt aan. De vorm en omvang van de werken worden sterk uitgebreid met blaas- en slagwerkgroepen en een evenwichtige bezetting van de strijkersgroep binnen de composities. De Hoog-Romantiek⁴¹ laat ook het moderne concertleven bloeien.

Aan het einde van de 19e eeuw verandert het culturele spectrum wederom. Idealen afkomstig uit de Franse Revolutie zoals Liberté, Égalité, en Fraternité zijn thema's. De nieuwe Europese volken wensen zich cultureel te onderscheiden. Voorbeeld hiervan zijn de Tjech Anton Dvořak, de Noor Edward Grieg en de Pool Frédéric Chopin.

5.3 Boekdrukkunst

De eerste geregistreerde muziekkuitgave is een Psalterium, gedrukt door Fust en Schoeffer te Mainz in 1457. De vorm van de muziekkuitgave is nog zeer primitief. De muziekbalken worden volgens Gutenbergs systeem⁴² gedrukt, de muzieknoten worden later ingetekend. Een andere Duitse drukker past de omgekeerde methode toe; de noten werden gedrukt, de lijnen met de hand getrokken. Er wordt naarstig gezocht naar een methode om notenbalken en tekens gelijktijdig te drukken (Zuiderlaan, 1967). Dat lukte enigszins in een werk dat te Augsburg wordt gedrukt en in 1476 bij een Missale Romanum van Ulrich Han. De druk wordt vervaardigd met een cliché⁴³ van hout waarin de muzieknoten zijn uitgesneden in afzonderlijke gedrukte houtsnijwerken. Men kan in dit geval eigenlijk niet spreken van een muziekgravure, maar wel van een muziekhouwsnijwerk. Verschillende muziekschriftdrukkers in Europa in de 15e en 16e eeuw werken volgens dit principe, zoals Octavianus Scotus in Venetië, Georg Stuchs in Neurenberg, Michel Toulouse in Parijs en Stephanus Planck in Rome (Lenaertz & Robijns, 1969). In 1487 lukt het de drukker Ugo de Rugeriis notenbalken, muzieknoten, tekens en ook tekst in een houten blok (houwsnijkunst staat dan op een hoog peil) te snijden. Hiermee vermijdt hij de grote moeilijkheid die bestaat uit het precies op elkaar laten vallen van de afzonderlijke gedrukte blokken met balken en tekens. De eerste uitgave met deze techniek met één cliché is *Musicus opusculum* van Nicolaus Burtius. In Venetië is ondertussen de muziekdrukker Ottaviano Petrucci (1466-1539) werkzaam (Scott, 2007). Hij drukt balken en noten afzonderlijk af uit metalen typen en weet beide nauwkeurig op elkaar te plaatsen. Hij blijft aan het begin van de 16e eeuw in de toepassing van deze methodiek ogenschijnlijk een eenling. Petrucci is succesvol met veelal Vlaamse muziekwerken die grote populariteit genieten in de Renaissance en drukt het oeuvre van Isaac Obrecht en Josquin des Prez. Belangrijke muziekkuitgevers in die dagen zijn verder John Rastell in Engeland en Pierre Haultin in Frankrijk (Knighton, 1992).

41 Beroemde voorbeelden zijn Franz Liszt (1811-1886) als pianist/componist, Nicolo Paganini (1782-1840) als violist/componist en de invloedrijke Franse componist Hector Berlioz (1803-1869); ook Richard Wagner (1813-1883) en symfonicus Johannes Brahms (1883-1897) passen in deze traditie.

42 J.G. Gutenberg is geboren te Mainz rond 1394. Hij leefde tot 3 februari 1468 en geldt als de uitvinder van de boekdrukkunst rond 1450. Dit is wellicht discutabel omdat Laurens Jansz. Coster rond 1440 te Haarlem een soortgelijke techniek uitvindt.

43 De plaat waarop door afgieten, stempelen, graveren of langs scheikundige weg het negatief beeld van iets is aangebracht, zodat daarvan afdrucken kunnen worden gemaakt



Illustratie 5.1 Ontwikkeling van muzieknnotatie: Handgemaakt bladmuziekmanuscript laat 14e eeuw naast een gedrukt manuscript van Petrucci. Motetti A, numero trentatre uit Venetië, 1502.

De uitvinding van de boekdrukkunst markeert het begin van de verspreiding van het polyfone repertoire op blad, door muziekkuitgevers aangeduid als 'edition papier'. Het drukken van muziekwerken blijkt een gecompliceerd procedé, een technologisch hoogstandje, en demonstreert daarmee de eerste 'tour de force' die de muziekdrukkers een bestaansrecht geven. Een ander gevolg van de uitvinding van de boekdrukkunst is de verfijning en uniformering van muzieknnotatie. Vierkante en ruitvormige noten worden rond en tempobenaamingen vervangen de mensuurtekens. Door de groei van de geünificeerde muzieknnotatie en de mogelijkheid deze in druk te laten verschijnen, kan muziek op grotere schaal gereproduceerd worden voor musici.

Uitgevers zijn gatekeepers

Door de komst van de boekdrukkunst ontstaat in de Renaissance de eerste vorm van exploitatie van bladmuziek en het eerste distributiemedium voor muziek. Een andere bijkomstigheid is de politieke positie van deze beroepsgroep. Boekdrukkers staan in vele gevallen onder directe auspiciën van vorsten en overige autoriteiten. Als inzet van de strijd geldt met name de interpretatie van christelijke werken die nu in ruime mate verspreid kunnen worden. Dit verstevigt en bedreigt tegelijkertijd de politieke positie van muziekdrukkers. Werken worden geselecteerd en de muziekdrukkers fungeren als gatekeepers van kwaliteit (Treitler, 1982). Het verspreidingsgebied van muziekwerken houdt mogelijk gelijke tred met het verspreidingsgebied van drukwerk in het algemeen. Sterker nog, men slaagt erin om een soort Esperanto voor muzieknnotatie af te dwingen, waardoor het verspreidingsgebied zelfs taaloverschrijdend is. De componist en tekstdichter hoeven niet langer alleen pro deo gratia als kloosterling de beloning in het hiernamaals te verkrijgen of afhankelijk te zijn van een cultuurminnende weldoener (interview bestuurder auteursrechtenorganisatie, 2007). Er ontstaat geleidelijk de mogelijkheid om een druk uit te geven en daarbij een beloning



te bedingen die afhankelijk is van de hoeveelheid gedrukte of zelfs verkochte exemplaren (Jonge, 1991). In de late middeleeuwen en de Renaissance ontstaat aldus het instituut van muziekuitgever en daarmee een culturele waardeketen. In zowel de primaire als secundaire waardeketen van muziekuitgeverijen wordt de componist eenmalig betaald (direct fee) voor zijn werkzaamheden.



Figuur 5.1 Ontwikkeling van de eerste waardeketen van de muziekuitgeverij

5.4 Beginnend auteursrecht

Door de boekdrukkunst en nieuwe distributietechnieken wordt het gebruik van bladmuziek grootschaliger. De afstand tussen de maker en de uitvoerder wordt groter en door de ruimere aantallen afdrucken neemt ook het belang ervan toe. Voor de uitvoerder van het muziekwerk is het niet langer vanzelfsprekend om een vergoeding overeen te komen voor de muzikant. Hieruit ontstaat de roep om wettelijke bescherming van het muziekwerk. Dit houdt overigens gelijke tred met de literaire werken. De boekdrukkunst genereert overproductie en voorraadrisico van onverkoopte werken alsook het risico dat andere drukkers/uitgevers ongeautoriseerde werken in omloop brengen, waaronder populaire werken het meest lijden (Witbraad, 2007, p. 15). De drukkers/uitgevers zoeken mogelijkheden om dit herdrukken door collega-uitgevers tegen te gaan en creëren het kopierecht, wat nauw verband houdt met het octrooirecht. Dit werkt als volgt: een muziekwerk wordt aangemeld bij de autoriteiten die vervolgens een octrooi of privilege verstrekken. Er wordt daarbij een regeling met de auteurs getroffen over verschillende zaken: het verspreidingsgebied, de tijdsduur en een eventuele vergoeding. Zo ontstaat een soort 'drukkersrecht'. Overigens betaalt de auteur voor veel muziekwerken zelf om deze in druk te laten verschijnen. Indien er sprake is van vergoeding, ontvangt de auteur dit door het verkrijgen van enkele exemplaren (Beaufort, 1909).

Queen Anne Act

Het kopierecht maakt in de klassieke periode geleidelijk plaats voor een prille vorm van auteursrecht. In de regeringsperiode van Queen Anne of England (1702-1714) komt een nieuwe wet door het Engelse parlement waarin de uitgevers het drukkersrecht wordt ontnomen en dit in handen van de auteurs wordt gelegd (Sanjek, 1988). De achterliggende reden is niet de erkenning van de artistieke en intellectuele waarde van de auteurswerken, maar het breken van de macht van de uitgevers, die feitelijk te sterk worden en een politieke bedreiging kunnen vormen. De Queen Anne Act (1710) zette het drukrecht voor uitgevers om in een drukrecht voor auteurs, maar voorziet niet in het uitvoeringsrecht. Gebaseerd op deze Engelse wet passeert in 1790 de eerste auteurswet in de Verenigde Staten het Amerikaanse Congres, met als onderstaande verklaring door George Washington: "the encouragement of learning, by securing the copies of maps, charts and books, to the authors and proprietors of such copies" (Maher, 2002, p. 28). In november van dat jaar registreert Andrew Adgate (een borstelfabriek

mecanicien) het eerste muzikale werk. Zijn reden hiervoor is het verspreiden van kennis van vocale muziek en de registratiekosten te Philadelphia zijn 60 dollarcent. Als gevolg hiervan kan het muziekwerk zonder toestemming van de maker na registratie en deponering niet gedrukt worden gedurende een periode van 14 jaar (Sanjek, 1988). Dit markeert het beginpunt van de rol van de muziekuitgever als administrateur.

In Europa vindt een soortgelijke dynamiek plaats aan het einde van de 18e eeuw. Kort na de Franse Revolutie erkennen twee decreten in 1791 en 1793 dat aan alle soorten auteurs verschillende rechten worden toegekend, waaronder het recht op openbare uitvoeringen. Het Franse voorbeeld vindt navolging, ook in de Nederlanden in de Franse tijd (1795 - 1814). Met het vertrek van de Fransen is echter wederom een soort kopierecht van kracht. Wel voert men in 1817 een wet in die uitgaat van de auteur. Deze wet kent aan auteurs het recht toe om de werken in druk uit te brengen, maar sluit het uitvoeringsrecht uit.

Uitvoeringsrecht

In 1877 maakt de Nederlandse regering⁴⁴ aanstalten om zich te buigen over een nieuw in te voeren auteurswet, die uiteindelijk onder de naam Wet van den 28sten Juli 1881 bekend zou worden. De wet voorziet in een recht voor het uitvoeren van werken. Toenmalige Kamerleden uit het parlement vinden de wet onnodig en stellen dat het een schadelijk privilege is waarmee componisten een dubbel loon voor hun arbeid verkrijgen.⁴⁵ De verantwoordelijke ministers beargumenteren dat indien een werk zich tot verschillende soorten van reproductie leent, er op alle soorten wordt acht geslagen, zo ook het recht op uit- en opvoering van werken (Witbraad, 2007, p. 18). Het Liberale kamerlid Mr L. Oldenhuis Gratama dient de minister van repliek en stelt: "Ik erken wel het recht van de schrijver op de voortbrengselen van zijn geest, talent en ontwikkeling, maar zoodra hij die heeft medegedeeld, hetzij mondeling, hetzij publiekelijk, is het publiek eigendom" (Müller, 1886). De Auteurswet van 1881 regelt naast het uitgaverecht ook het recht op uit- en opvoeringen, maar beperkt zich daarbij tot dramatisch-muzikale werken en toneelwerken. Muziekwerken met een lichte statuur vallen buiten de wetgeving en componisten en tekstdichters van deze werken moeten met lede ogen toezien hoe werken volledig buiten hen om worden uitgevoerd (zonder toestemming en zonder verdiensten).

Internationale borging

In het tijdperk van de romantiek neemt de rol van muziekuitgevers als zakelijke katalysator van de toonkunst exponentieel toe. Er ontstaat langzamerhand wetgeving op het gebied van kopierecht. Muziek- en tekstschrijvers en muziekuitgeverijen gaan gericht samenwerken. In 1885 ontstaat in de Verenigde Staten te New York de 'Tin Pan Alley'⁴⁶ een aantal muziekuitgevers, componisten en tekstschrijvers zetten in een steeg in New York een bladmuziekwinkel op, gevestigd op West 28th Street, tussen Broadway en Sixth Avenue in Manhattan. Al snel wordt Tin Pan Alley een cluster van muziekuitgeverijen. Zij bieden actief de composities aan bij theaters op Broadway en geven artiesten exclusieve rechten om als eerste op te treden met een bepaald muziekwerk (Sanjek, 1988). Om een voorbeeld te geven van de toenmalige successen: in 1892 verkoopt men 6 miljoen kopietjes van de bladmuziek van het nummer 'After the Ball' van Charles Harris.

⁴⁴ Memorie van Toelichting bij 'Ontwerp van wet tot regeling van het auteursrecht' d.d. 13 juli 1877 (Nationaal Archief)

⁴⁵ Algemene beraadslagingen over het 'Wetsontwerp tot regeling van het auteursrecht' d.d. 1 juni 1881, p.1628 (Nationaal Archief)

⁴⁶ 'Tin Pan Alley' duidt op de kakofonie van geluiden die binnen de bewuste steeg heerste ontstaan door de componisten.



Bladmuziek uitgeven blijkt 'big business'. Vanuit het oogpunt dat toonkunst in toenemende mate grensoverschrijdend is, vormen zich al spoedig internationale allianties om het auteursrecht te handhaven. Het wederkerigheidsprincipe is hier van toepassing. Landen vertegenwoordigen hierbij elkaars wederzijdse repertoire.

Berner conventie

De meeste landen beperken eind 19e eeuw de auteursrechtelijke bescherming tot hun nationale auteurs. In eerste instantie ontstaan verdragen tussen onderlinge staten en landen. Nederland heeft bijvoorbeeld met Frankrijk (1855), België (1858) en Spanje (1862) auteursrechtverdragen. Zo ontspint zich geleidelijk een internationaal netwerk van verdragen, maar sluitend is dit niet. Daar komt nog bij dat het auteursrecht moeizaam te handhaven is en het afsluiten van verdragen omslachtig blijkt. Een internationale auteursrechtenunie is gewenst en het initiatief tot de Berner Conventie wordt genomen. Het centrale uitgangspunt van de Berner Conventie is dat het repertoire van de unielanden 'automatisch' in alle aangesloten landen volgens gelijkende juridische basiscondities beschermd is. Toetreding tot de conventie staat in principe alle landen vrij. Toetredende landen kunnen zelf auteurswetgeving regelen, maar deze is aan conventieregels gebonden. Voorbeelden zijn het non-discriminatie principe (wat bepaalt dat alle ingezetenen van de unielanden gelijk behandeld dienen te worden), een beschermingsduur van de werken en de onvoorwaardelijke bescherming van het oeuvre 'littéraire et artistique'⁴⁷. Het aantal aangesloten landen breidt snel uit, echter het auteursrecht wederzijds erkennen blijkt nog niet de garantie tot handhaven en uitbaten ervan. In feite moet iedere auteur individueel afspraken maken met de uitvoerders over een beloning en dit is ondoenlijk. Auteurs organiseren zich in auteursrechtorganisaties, ten einde de invordering centraal te regelen, en dit vindt in nagenoeg alle landen plaats die het auteursrecht omarmen. Het initiatief ligt bij zowel de auteurs als de muziekuitgeverijen. Frankrijk is het eerste land die zich op deze wijze organiseert; al in 1851 richtten muziekauteurs en -uitgevers Sacem op. Oostenrijk volgt in 1897 met AKM en Duitsland richt het latere GEMA⁴⁸ op in 1902.

Nederland sluit zich laat aan

Nederland committeert zich pas na 25 jaar aan de Berner Conventie. Een van de politieke redenen daarvoor was dat Nederland een vrij domein wilde blijven voor alle soorten publicaties uit vele (internationale) politieke stromingen van vrijdenkers. Een andere oorzaak is dat men vreesde dat het de 'volksontwikkeling' zou stagneren wegens het ontbreken van vertalingen van wetenschappelijke buitenlandse werken (Alsbach, 1959). De werken en de vertalingen hiervan zijn niet alleen kostbaar, maar zijn ook beperkt beschikbaar als het auteursrecht gehandhaafd wordt volgens de Berner Conventie. De werkelijke reden is van economische aard. De geldende auteurswet van 1881 beschermt de buitenlandse auteurs niet, behalve voor de landen waar een auteursrechtverdrag mee is afgesloten. Het vreemde geval doet zich voor dat wel de vertalers in vele gevallen erkend en vergoed worden, maar niet de oorspronkelijke buitenlandse auteurs van het werk. Al spoedig tekenen de oorspronkelijke auteurs protest aan en ook de buitenlandse autoriteiten ageren tegen deze gang van zaken, echter zonder resultaat. Volgens Douwes heeft Nederland op dit terrein in die dagen een imago gelijk aan "de roofstaat die ligt tussen den Dollard en Schelde" (Douwes, 1953, p.

47 Nadat de Berner Conventie in 1886 is aangenomen treden België, Duitsland, Engeland, Frankrijk, Haïti, Italië, Spanje, Tunesië en Zwitserland direct toe (Witbraad, 2007, p. 22)

48 Staatlich genehmigte Gesellschaft der Autoren, Komponisten und Musikverleger registrierte Genossenschaft mit beschränkter Haftung (AKM)

78). Met name de boekuitgevers kunnen zonder de beperkingen van de Berner Conventie roefdrukken fabriceren die worden uitgegeven zonder toestemming van de bewuste auteur en/of uitgever en zonder een compenserende vergoeding.

5.5 Muziekuitgevers in de Gouden Eeuw

In de Lage Landen is musiceren in de 17e eeuw in cultureel opzicht belangrijk, wat onder meer blijkt uit de muzikale onderwerpen op schilderijen van bijvoorbeeld Gerard Dou, A. van Ostade, Jan Steen en Judith Leyster. Muziek staat in de Gouden Eeuw als cultuuruiting in de belangstelling. Het is ook niet vreemd dat in deze periode zich in Nederland de eerste muziekuitgevers vestigen. Echter, de werkelijke bloeitijd van muziekuitgevers begint aan het einde van de 17e eeuw en heeft praktisch de gehele 18e eeuw geduurd. Grote componisten zoals Sweelinck, Lully, Scarlatti en Vivaldi (17e eeuw) regeren in de barokmuziek, waarbij orkestrale uitvoeringen plaatsvinden. In de 18e eeuw volgen componisten zoals Johann Sebastian Bach, Wolfgang Amadeus Mozart, Joseph Haydn en Ludwig van Beethoven deze traditie op.



Illustratie 5.2 De muzikles, Johannes Vermeer 1662 - 1665

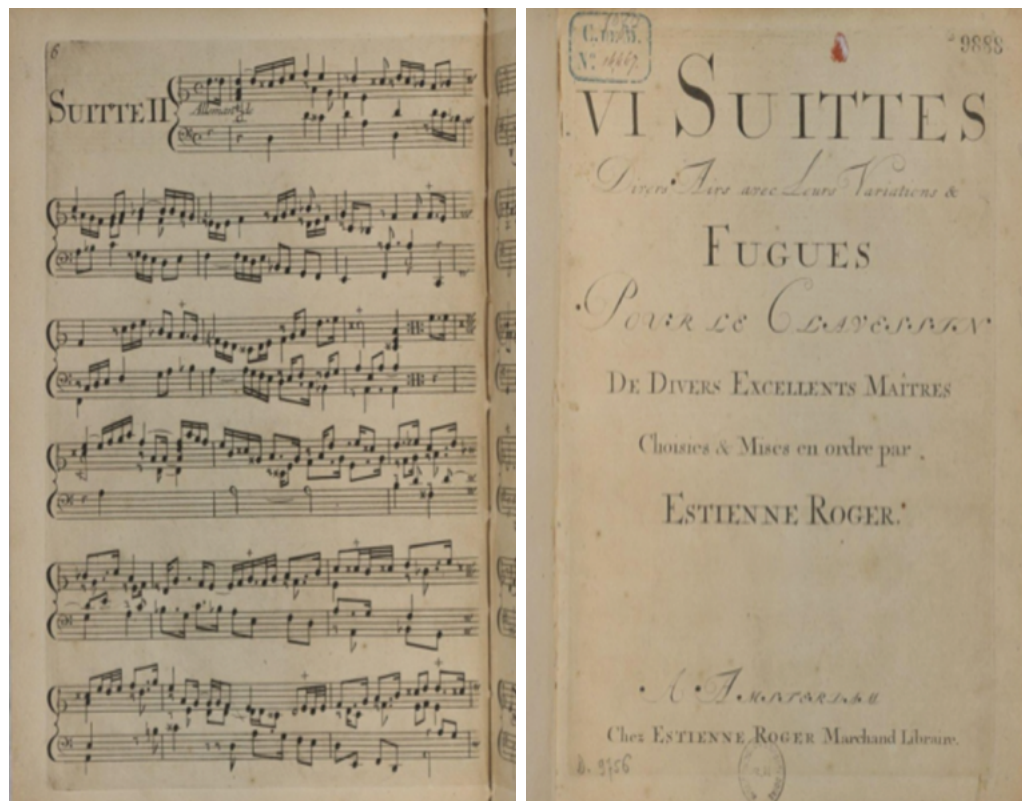
Uit een historische verhandeling van Joh. A. Alsbach (Alsbach, 1959) en uit het Nederlands Muziekarchief⁴⁹ blijkt dat de eerste Nederlandse muziekhandel en -uitgeverij gevestigd was in Amsterdam. Aan het begin van de 17e eeuw was het met de muziekdruk technisch gezien nog niet zo best gesteld, dit in tegenstelling tot de boekdrukkunst. Reden hiervan was dat de toepassing van het type druk een arbeidsintensief en kostbaar procedé vormde. Een ander nadeel was de mate van accuraatheid en flexibiliteit. De muziekuitgever diende als muziekdrukker technisch bekwaam te zijn. John Walsh te London en de gevluchte Franse Hugonoot Estienne Roger (1665-1722) te Amsterdam, brachten innova-

49 Deze verzameling is ondergebracht bij Donemus, Jacob Obrechtstraat 51 te Amsterdam



ties aan in de technieken van het muziek drukken. Zij gebruiken ieder op hun eigen wijze een koperen plaat als mal (Veerman, 1912), waarmee ze sneller en accurater konden opereren.

Walsh en Roger zijn bovendien actief als uitgevers en distributeurs. In 1711 laat Antonio Vivaldi zijn derde *L'estro armonico* bij Roger drukken. Andere Italiaanse componisten volgen al snel. Roger verfijnt de druktechniek verder en slaat de muzieknoden met stempels in koper. De matrijzen ontwerpt hij zelf. Een beroemde uitgave is de "Sonate à tres pour due Violini e Violine col Basso per l'organo" van Arcangelo Corelli welke vermeld staat in de *Biographie Universelle des Musiciens* (Fétis, 1881-89).



Illustratie 5.3: VI suites : divers airs avec leurs variations & fugues pour le clavecin / de divers excellents maîtres. Estienne Roger (Amsterdam)- 1698

Roger⁵¹ bouwt een imposante catalogus op en is zelf een verdienstelijk arrangeur. Hij vertaalt theoretische werken en maakt transcripties. Eveneens corrigeert hij zelf zijn uitgaven. Op veel van zijn fondswerken staat vermeld: "Edition tres Exactement Corrigée par Estienne Roger". Zijn titels en gravures staan op een hoog artistiek niveau en het papier dat door hem gebruikt wordt, verkeert tot op de dag van vandaag in prima staat. Ook voert hij handige formaten in die later ook door zijn navolgers in praktijk worden gebracht.

51 De catalogus van Roger uit 1716 vermeldt meer dan 400 genummerde uitgaven en 200 ongenummerde uitgaven; opgebouwd in een periode van nauwelijks 20 jaar. Beroemde werken van componisten zoals Corelli, Bassani, Croft, Loeillet, Lully, Scarlatti, Vivaldi en Mattheson worden in koperen platen verwerkt. Maar ook prominente Nederlandse componisten uit die periode zijn vertegenwoordigd zoals Serveas de Konink, van Noordt, Jan Snep, Buns en Oevering de Popma

De werken die hij drukt hebben een opmerkelijk onderschrift: "*Marchand libraire qui vend la Musique du monde la plus correcte et qui s'engage de la donner à meilleur marché qui que ce soit, quand même il devoit la donner pour rien*" (Veerman, 1912, p. 34). Roger stelt zich hiermee op als een betrouwbare, precieze en efficiënte muziekuitgever en onderstreept het internationale karakter van de welvarende late Gouden Eeuw. Zijn werken worden verhandeld in verschillende toonaangevende steden in Europa. De ondernemer Roger combineert de unieke eigenschappen van technicus en muzikaal genie (Alsbach, 1959). Hij fungeert voor de componisten als gate-keeper en kan als creatieve matchmaker composities arrangeren en commerciële mogelijkheden exploiteren in een imposant internationaal netwerk. Volgens zijn testament blijkt Roger met zijn uitgaven een aanzienlijke waarde te hebben opgebouwd. De koperen gegraveerde platen worden in 1723 volgens zijn erfrecht geschat op fl 21.000, wat in die tijd een fors vermogen is (Veerman, 1912). Helaas zijn de gegraveerde platen nooit meer teruggevonden zodat aangenomen mag worden dat deze versmolten zijn voor andere doeleinden. Verder liet Roger indertijd aan muziek, platen, boeken en goederen een waarde van fl 60.000 na.

De firma wordt voortgezet door Michel Charles le Cène die op 31 mei 1716 met Rogers dochter Françoise in het huwelijk treedt en gelijktijdig vennoot wordt in firma Roger. De samenwerking is van korte duur, omdat Roger in 1722 overlijdt. Le Cène zet de muziekuitgeverij alleen voort. Hij toont zich ook een voortvarend ondernemer. De bestaande fondsen van zijn schoonvader Roger worden uitgebreid en hij onderhoudt vruchtbare banden met zijn componisten, uitvoerders en/of andere muziekuitgevers.

De uitgever Arnoldus Olofsen, die zijn activiteiten omstreeks het midden van de 18e eeuw ontplooit, is eveneens een belangrijk figuur in de Amsterdamse muziekuitgeverswereld. De uitgeverij vestigt zich in de Gravenstraat te Amsterdam, achter de Nieuwe Kerk (Alsbach, 1959). Olofsen is een discutabel figuur, die onder andere gedetineerd is geweest voor het verkopen van lasterschriften. Dit illustreert de eerder genoemde politieke gevoeligheid van uitgevers, ook in deze tijd. Verder zijn binnen Amsterdam meer nieuwe muziekuitgevers bekend⁵². Als oudste Rotterdamse bekende muziekhandel en -uitgeverij vindt men de naam Nicolaas Barth gevestigd in 1795, op het Hang, de Vischersdijk en de Noortblaak. In de Haagse contreien staat een pianowerkje geregistreerd uit 1739 uitgegeven door Laurens Berraske, muziekuitgever (Alsbach, 1949). In de Zuidelijke Nederlanden zijn Tielman, Susato en Hubert Waelrant als muziekuitgevers werkzaam, de beide laatste zijn naast drukker ook componist.

Expansie van de bedrijfstak

In Nederland ontkomt men niet aan de culturele invloed van de romantiekstroming en in de tweede helft van de 19e eeuw trachten componisten de Nederlandse muziekcultuur nieuw leven in te blazen. Sinds Jan Pieterszoon Sweelinck, die overleed in 1621, is er geen componist met internationale faam opgestaan. Maar er ontstaat in de laatromantische periode een eigen identiteit met als exponent een symfonie, *Aan mijn vaderland* van Bernard Zweers (1854- 1924). Cornelis Dopper (1879-1939) maakt furore met de *Zuiderzeesymfonie*. Zo ook Dr. Johan Wagenaar (1862- 1941), componist en organist, met zijn humorvolle opera *De Doge* van Venetië als parodie op de bombastische Italiaanse opera's. Als laatste dient eervol vermeld te worden de autodidact Dr. Alphons Diepenbrock (1868-1921) met de imposante stukken *Missa*, *Te Deum* en *Vondels vaart naar Agrippine*. Op oude uitgaven uit die dagen verschijnen nieuwe muziekuitgevers A. Schrieverbus (1820) te Am-

52 S. Markordt boven de Beurs op de Printekamer (1774) en V. Markordt op het Rokin tegenover het schip Den Haag, A.E. Munnikhuizer (1781) en Joh. Wessing Willemz (1774) en de Firma J. Schmitt gevestigd in de Warmoestraat te Amsterdam (1790)



sterdam en in 1840 M. Westerman Zonen. Opvallend genoeg zijn veel muziekuitgavefirma's gecentreerd rond de Amsterdamse Kalverstraat (Alsbach, 1959)⁵³. In de Haagse contreien vestigt zich de firma Weijganden co (J. Lefèbre) en vele uitgaven verschijnen van Hummel et fils en Boshart en Osthoff (1870). In de Rotterdamse regio vestigen zich de muziekuitgevers; Louis Coenen (1832) en W.F. Lichtenauer (1843) en later G. Alsbach & co (1866) in Hoofdsteege 2. In Utrecht registreert men ook nieuwe muziekuitgevers; R. Natan (1839), L.S. Bosch en Zn (1851), D.J. Boom & Co (1872) en C. Van Tal (1877). In 1834 noteert de firma C. Coenen op zijn muziekuitgaven: "Fabricant de piano's, Pianist du Roi, Marchant des musique et d' Instruments" (Alsbach, 1949). Dit opschrift illustreert de rol van de toenmalige uitgevers: zij zijn muziekhandelaren- en uitgevers in de brede zin van het woord. Alle muziek en aanverwante artikelen zijn in deze muziekfirma te koop. Koopman in muziek en aanverwanten: de 'dealmaker' als rol. Als uitgever blijven ze een gatekeeper, netwerker, administrateur en creatieve matchmaker. De algehele zakelijke component wordt complexer. Muziekuitgeverijen kennen ook in Nederland in die dagen een bloeiperiode, en musiceren is een populaire vorm van cultuuruiting. Vele nieuwe uitgaven en firma's verschijnen ten tonele. Blijkbaar is het uitgeven van bladmuziek lucratief. Vele firma's zijn al meer dan een eeuw actief gebleven of bestaan nog steeds (soms onder andere namen).

Uitgevers nemen het initiatief

Johan A. Alsbach, een alom geroemde muziekuitgever, bezoekt in 1909 een internationaal congres met als doel om afspraken te maken over hoe men de nadrukken (roofdrukken) van muziek zal tegen gaan. Dat er een Nederlandse delegatie aanwezig is wordt niet door een ieder in dank afgenomen. De heer R. Ricordi (een vooraanstaand Italiaanse muziekuitgever) toont zich in het verslag van Alsbach verbaasd dat: "een vertegenwoordiger (...) van Holland, het land van den nadruk" vertegenwoordigd is (Alsbach, 1909). Alsbach stelt echter leden van het congres gerust door te vragen om zijn aanwezigheid als bewijs te aanvaarden dat ook hij niets liever ziet dan dat de 'nadruk' geheel wordt uitgebannen. Om twee redenen is men uiteindelijk toch voor de aansluiting met de internationale auteursrechtenunie. Ten eerste lijdt het internationale isolement tot uitsluiting van het uitgeven van populaire werken; en ten tweede ziet men ook het gewin voor zich van extra inkomsten uit het auteursrecht volgens de Berner Conventie. Het heikele punt van de vertalingen blijft echter omstreden. Toetreding tot de Berner Conventie staat niet meer ter discussie, maar op het punt van vertaalrecht is men strijdbaar. Uit het commissieverslag van de 'Vereeniging ter Bevoordering van de Belangen des Boekhandels' blijkt dat een minderheid geen afstand wil doen van de toenmalige praktijk (Alsbach, 1959). Een eerbiediging van het volledige auteursrecht zagen de commissieleden voornamelijk als een bedreiging. Immers, een vertaler moet zich zodanig diepgaand in een werk verplaatsen dat er een nieuwe versie ontstaat. Zeggenschap over die vertaling is daarbij ongepast. Deze commissieleden wijzen nadrukkelijk op het culturele belang van buitenlandse vertalingen voor ons land. Er verschijnen in het buitenland interessante boeken die, indien er toestemming voor vertaling nodig is, wellicht niet op de markt verschijnen. Dit wil overigens niet zeggen dat er geen geldelijke vergoeding wordt afgesproken, want bij belangrijke werken wordt wel betaald: "prioriteit van der vertaling aan den oorspronkelijken auteur vergoeding betalen" (Schinkel, 1894, p. 1) Wel wordt deze vergoeding beperkt en mag deze nimmer de uitgave in de weg staan.

⁵³ P. den Hengst en Zn (1819) Kalverstraat 210, G.M. Graffner (1824) Heiligenweg E. 31, J.J. Henning (1832) op het Rokin, D. Quido (1831) Kalverstraat 148, A. Kuntze (1837) Kalverstraat 205, J.B. Nolting en Weduwe (1847) Kalverstraat 80, F. Gunst (1855) Kalverstraat 88 en er tegenover in de st Luciënsteeg, de firma A. Olofsen (geveild in 1879)

Een minderheid van de commissie voorziet bij toetreding tot de Berner Conventie een gevaar voor de bedrijfstak als geheel, maar ook de aanverwante beroepen lopen een economisch gevaar zoals vertalers, papierfabrikanten, boek- en steendrukkers, lettergieters etc. De reactie van de uitgevers is negatief en men vreest economische schade, in plaats van kansen voor de industrie en potentiële groei. De meerderheid van de commissie heeft een andere visie en roept op om te stoppen met de huidige praktijk om onbelemmerd het buitenlandse talent te exploiteren. Zij stellen: "Door die toetreding niet langer tegen te houden, zullen wij een schoone bladzijde toevoegen aan de beschavingsgeschiedenis van ons land" (Schinkel, 1894, p. 1). Het advies van de commissie is uiteindelijk positief en gestoeld op het billijkheidsgevoel. Vanaf de eeuwwisseling komt er meer druk uit de kringen van de auteursrechthebbenden. In 1907 wordt de Vereeniging van Muziekhandelaren en -Uitgevers in Nederland opgericht (VMN). Alsbach is de voorzitter en een warm voorstander van een betere auteursregeling en -handhaving in Nederland. In 1911 wordt het Genootschap van Nederlandsche Componisten opgericht met het zelfde doel: het exploiteren van het auteursrecht.

5.7 Conclusie

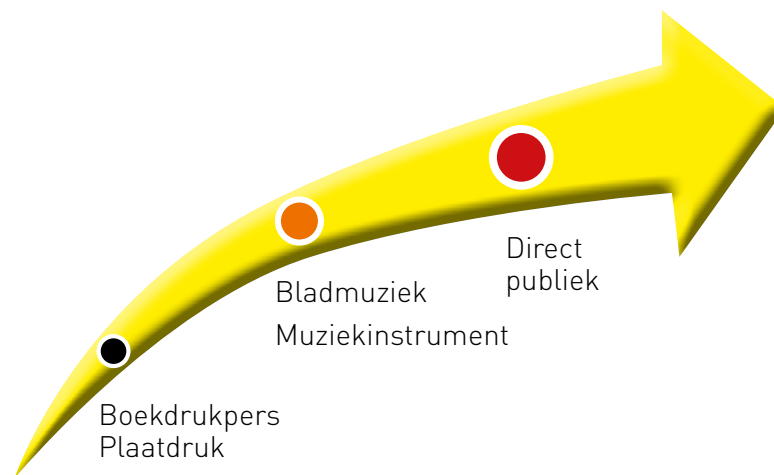
De cultureel maatschappelijke positie van muziekuitgevers is binnen de renaissance al snel duidelijk. Muziek en tekst gelden als een politiek wapen om de verlichting te prediken en de geestelijke muziekuitgave is dominant. Het sociaaleconomische klimaat leidt tot het vestigen van vele muziekuitgevers in de barokperiode en geeft de eerste bloeiperiode voor muziekuitgevers aan die duurt tot in de klassieke periode in de 18^e eeuw. Vanaf het begin van de 19^e eeuw geeft de romantiek een nieuwe impuls aan de muziekcultuur. Nieuwe muziekuitgeverijen vestigen zich in Nederland en vormen de tweede bloeiperiode.

Onder bladmuziekgraveurs brengt de boekdrukkunst een technologische revolutie teweeg. De beroepsgroep ontwikkelt zich van graveur tot drukker. Het metier van muziekuitgeverij is geboren en daarmee de rol van gatekeeper van de kwaliteit van de te drukken composities. De muziekuitgevers kenmerken zich over het algemeen als arrangeurs en bevlogen musici, die zelf sleutelen aan de ingebrachte werken en met vernuftig ondernemerschap zelf nieuwe druktechnieken ontwikkelen. Met andere woorden, technologie als aanjager in het ontstaan van de industrie, waarbij nieuwe markten zich openbaren (Handke, 2010, p. 313).

De technologische fase van dit regime behelst een vergroot bereik door productinnovaties in drie technologische lagen. De opbouw zit in de vervaardigingstechniek van de drager, de drager zelf en het medium waardoor het muziekbereik vergroot wordt.



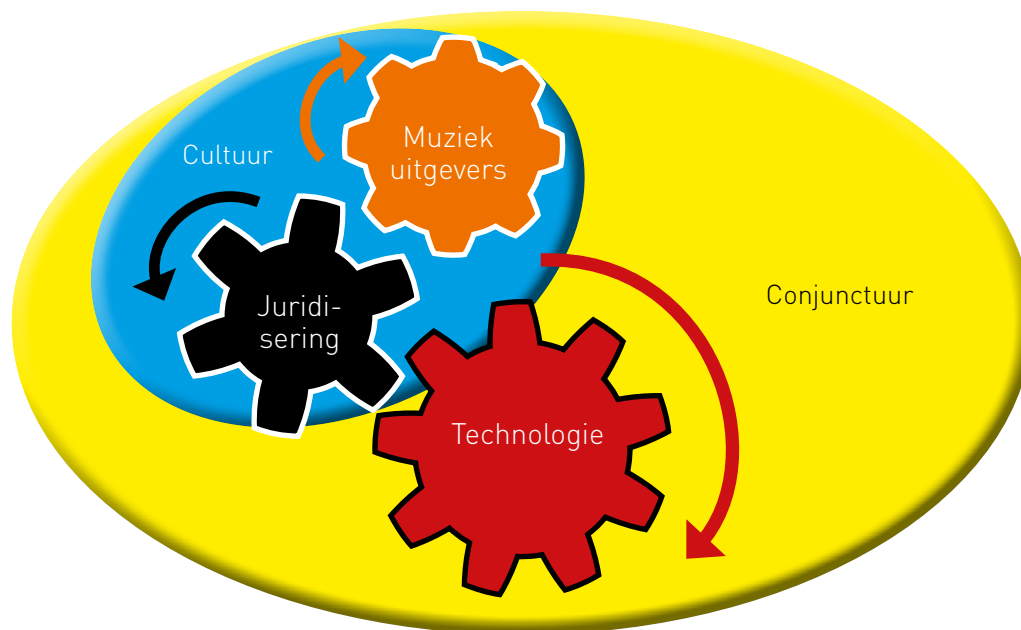
Technology Music and Media Range model (TMMR-model)



Figuur 5.2 Bereikvergroting van muziek voor uitgevers door technologie- en media-ontwikkeling.

Binnen het CIMT-model geldt de dominantie van technologie (hieronder rood aangegeven), waarbij de boekdrukkunst met al zijn innovaties zoals de plaatdruk, de belangrijkste instigator van de muziekuitgeverbranche is.

Creative Industry Market Transformation model (CIMT-Model)



Figuur 5.3 Bron: Wierda & Hitters 2013

Naarmate men het verspreidingsgebied van bladmuziek vergroot, wordt de roep om het auteursrecht ter bescherming van de componist ook luider. Er ontstaat in Engeland en Frankrijk wetgeving aan het begin van de 18^e eeuw die het ko-

pierecht borgt, waarbij de auteur en uitgever toestemming moeten verlenen om muziekwerken in druk uit te brengen. Het uitvoeringsrecht (het recht op openbare uitvoeringen) blijft nagenoeg onaangeroerd. Voor componisten en muziekuitgevers is dit recht van essentieel belang, immers juist muziekwerken kennen een lange uitvoeringstraditie, zeker gezien de opkomst van de klassieke muziek en haar orkesten. Een roep om internationale borging wordt luider om het auteursrecht na te leven. Als reactie hierop wordt een internationale auteursrechtenunie een feit. Nederland staat ambivalent tegenover de buitenlandse druk om het uitvoeringsrecht te erkennen wegens de bloeiende handel in roefdrukken. Pas in 1881 regelt de toenmalige Auteurswet in Nederland naast het uitgaverecht ook het recht op uit- en opvoeringen. Echter, de wederkerige internationale erkenning van het auteursrecht geeft nog geen garantie om dit ook uit te baten. Een nieuw regime breekt aan wanneer dit in 1912 werkelijk mogelijk is.



Recht vooruit

6.1 Inleiding

Aan het einde van de 19^e eeuw is er sprake van een verregaand geïndustrialiseerde samenleving. Treinen stomen door de landerijen en fabrieken geven het landschap een ander gezicht. Binnen de grote context vergroot de economische druk de vraag naar grondstoffen en afzetgebieden. Vele landen voeren een imperialistische politiek en nieuwe mogelijkheden vormen zich in rap tempo. De traditionele grenzen worden overschreden en culturele invloeden uit de gehele wereld dringen de westerse wereld binnen. Sociaal gezien beginnen verschillende groepen zich in de samenleving te roeren. Achtergestelde groepen komen op voor hun eigen belangen. Verder waait de Amerikaanse amusementsindustrie langzaam de West-Europese kant op en laat hier haar invloeden gelden. Deze periode kenmerkt zich door een overvloed aan technologische innovaties: experimentele vliegtuigen, de eerste automobielen verschijnen op de weg, telefonie doet haar intrede. Met de uitvinding en ontwikkeling van de grammofoon ontstaan er nieuwe exploitatiemogelijkheden voor muziekuitgevers. De meeste firma's die muziekgerichte commerciële activiteiten exploiteren zijn zowel uitgeverijen van bladmuziek als handelaren in muziekinstrumenten. Bladmuziek is steeds minder een exclusiviteit voor de happy few en wordt geleidelijk een gangbaar consumentenartikel. Muziekuitgeverijen én auteurs exploiteren gezamenlijk het mechanische reproductierecht en het bewustzijn groeit om het vermogen van het uitvoerend recht uit te baten. Binnen de auteurswet uit 1881 wordt de componist al beperkt beschermd wanneer er sprake is van uitvoering. Als het huidige auteursrecht van kracht wordt, richten componisten en muziekuitgevers collectief auteursrechtenorganisaties op, zodat de nieuwe wetgeving ook daadwerkelijk tot inkomsten kan leiden. Kenmerkend voor die tijd is de sociale betrokkenheid van de muziekuitgevers met de auteurs.

6.2 Economisch imperialisme

De fin de siècle toont voor de West-Europese economieën een toenemende afhankelijkheid van de Amerikaanse conjunctuurbewegingen (Langlois, 2003). Langzaam tekent zich een Amerikaanse hegemonie af die zich manifesteert in gebruiksgoederen en nieuwe economische werkelijkheid (Gitlin, 2003). Het kapitalisme met de daarmee gepaard gaande consumptiezucht wint steeds meer terrein in de westerse wereld (in de jaren '30 verfijnder geformuleerd door Antonio Gramsci's socialistische visie (Gramsci; edited and translated by J.A. Buttigieg, 2007)). De VS is de voortvarende geïndustrialiseerde natie waar de overheid ondernemerschap en technische vooruitgang propageert; terwijl het 'oude' Europa zich verder ontwikkelt uit een rijke klassieke traditie. Maar vanaf de industrialisatieperiode ontwikkelt zich ook in Europa een toenemend politiek bewustzijn dat de economische werkelijkheid door overheden beïnvloed kunnen worden. Overheidsinvesteringen kunnen voor de nodige impulsen zorgen. In Nederland vindt tijdens het industrialisatieproces (1815 tot 1914) een investeringsstijging plaats van 5% naar 10% van het nationale inkomen, wat aanzienlijk is (Kooij, 1988).



Eerste Wereldoorlog

Als de westerse landen in toenemende mate het militarisme, kolonialisme en nationalisme omarmen, pakken zich donkere wolken samen boven het oude Europa. Grootschalige bondgenootschappen en intriges leiden tot het uitbreken van de Eerste Wereldoorlog in 1914, een Europese oorlog die zich uiteindelijk mondiaal vertakt. Aanvankelijk is men enthousiast voor de strijd en vindt men veel vrijwilligers. De realiteit is echter gruwelijk. Het moderne wapentuig eist miljoenen slachtoffers en leidt tot eindeloze patstellingen in loopgravenoorlogen die voornamelijk gecentreerd zijn in Noord-Frankrijk en België. De Duitsers, Oostenrijkers en Hongaren strijden tegen de geallieerden: Frankrijk, Groot-Brittannië, Rusland (tot het uitbreken van de Russische Revolutie in 1917) en de Verenigde Staten (vanaf 1917) (Koch, 2011). Nederland mobiliseert, maar blijft neutraal. Er gelden echter aanzienlijke handelsbelemmeringen en er heerst schaarste op vele gebieden. De stemming in Nederland is aan het begin van de Eerste Wereldoorlog sterk pro-Duits en anti-Engels. Dit is de erfenis van het sentiment dat heerste over het optreden van de Britten in de Eerste (1880-1881) en later Tweede Boerenoorlog (1899-1902) in Zuid-Afrika. De opperbevelhebber generaal C.J. Snijders is zelfs voorstander van het opheffen van de neutraliteit en kiest openbaar voor de Duitse zijde (Koch, 2011).

Het interbellum

Het Interbellum markeert de periode tussen het einde van de Eerste Wereldoorlog en begin van de Tweede Wereldoorlog. Duitsland erkent schuld in het verdrag van Versailles en verbindt zich aan verregaande herstelbetalingen, demilitarisatie en gebiedsafstand. De Volkenbond wordt opgericht om een herhaling van deze periode te voorkomen. Het eerste deel van het interbellum (1922-1930) kenmerkt zich als een periode van relatief stijgende welvaart. De internationale concurrentiepositie van Nederland ontwikkelt zich in de jaren '20 relatief gunstig. Terwijl de buurlanden België, Frankrijk en Duitsland zich na 1918 moeilijk herstellen, draait de Nederlandse economie op volle toeren. Tussen 1918 en 1923 stijgen de lonen (Zanden & Griffith, 1989, p. 41). Een economische crisis treft in het bijzonder Duitsland, qua bladmuziek de belangrijkste leverancier voor de Nederlandse markt. Er is sprake van hyperinflatie, waardoor inkooprijzen van bladmuziek exponentieel variëren, wat onder de inkopers tot onrust leidt.

6.3 Experimentele muziekcultuur

Als reactie op de zware Duitse Romantiek volgt het impressionisme, dat zich uit in verschillende vormen. De muzikale vernieuwing zit in het verdwijnen van de tonaliteit en de verwerping van klassieke muziekvormen. Arnold Schönberg (1874-1951) vormt de Tweede Weense School⁵⁴. Het eeuwenlang vigerende principe van tonica en dominant wordt in deze 'school' verlaten en alle twaalf tonen van een octaaf hebben een gelijk gewicht binnen een muziekwerk⁵⁵ (Zuiderlaan, 1967). Allerlei componisten zoeken met behulp van traditionele orkestinstrumenten naar een gedifferentieerd klankkleurgebruik. Men gebruikt speeltechnieken zoals arpeggio en glissando. De instrumenten worden geraffineerder ingezet als het gaat om timbres, met als doel om een gezamenlijke klankkleur te bewerkstelligen, die structuurbepalend is binnen een muziekwerk. Ritme komt losser van metrum te staan. Akkoorden vormen zelfstandige klankeenheden en zijn niet meer functioneel aan elkaar verbonden. Claude Debussy (1862-1918) is uiteindelijk de meest invloedrijke componist van deze impressionistische muziekstroming (Opstal & Hoest, 2011).

⁵⁴ De Eerste Weense School betreft de componisten Haydn, Mozart en Beethoven

⁵⁵ Deze muziek wordt ook wel 'dodecafonie' genoemd

Expressionisme

In Duitsland en Oostenrijk ontwikkelt zich simultaan een verwante emotionele muziekstroming: het expressionisme. Extreme emoties zoals bij histerie, geweld, frustraties en liefdesverdriet worden muzikaal vertaald. Denkbeelden van de schrijver J. Kafka (1883-1924), die de thema's geweld, vervolging en absolutisme vormgeven, inspireren. De inspiratie geldt ook vice versa; Kandinsky's schilderijen bijvoorbeeld zijn weer beïnvloed door Schönbergs atonale muziekbenadering (Leeuw, 1977). Vreemde combinaties van instrumenten, veel slagwerk en blaasinstrumenten met syncopische maatwisselingen en onregelmatige maatsoorten in polyritmisch verband kenmerken deze composities.

Volksmuziek

Naast de kunstzinnige muziekkuitingen ontstaat een andere muzikale tendens (Ruiter, 1993). Het imperialistische denken en een nieuw nationalistisch bewustzijn vertaalt zich in het begrip 'volksmuziek'. Geleidelijk aan worden grenzen tussen de onderlinge landen belangrijker dan de grenzen tussen de sociale standen. De nationale trots is een feit. Om dit gemeenschapsgevoel te binden blijken volksliederen een krachtig middel. Muziek voor het volk, de eerste vorm van populaire muziek, doet haar intrede.

Populaire muziek

Een goed voorbeeld van de overwaaiende Amerikaanse populaire muziek naar Nederland is het *'Tarara Boom der E'* van de zangeres Lotti Collins (Klösters, 2001). De compositie is geclaimd in 1891 door H.J. Sayers, die deze bij een New Yorkse uitgeverij deponert, waarna het liedje via de Londense muziekuitgever Francis, Day & Hunter naar Europa komt. Het nummer verspreidt zich als een epidemie via de Engelse 'Music Halls' naar Nederland. Het is een hit in de jaren negentig van de 19^e eeuw voor het vrolijke uitgaanspubliek. Aangezien het internationale auteursrechtunieoverdrag, de Berner Conventie, nog niet is ondertekend door Nederland, verschijnen ongeautoriseerde uitgaven. Muziekuitgever F. de Boer uit Middelburg brengt een Nederlandse vertaling op de markt met op de omslag een dansende artieste genaamd Lotti Collins. Een uitgave van de muziekuitgevers Abrahamson & van Straaten leidt uiteindelijk tot een ware verkoop-hausse: vanaf 1893 worden er duizenden exemplaren van het bladmuziekwerkje verkocht. Een gelijktijdige actuele gebeurtenis is de moord van een dominee op een huisnaaister in Harlingen (1894), die tot een spotlied op de bewuste melodie leidt en de hit 'verrijkt' met het knallende refrein: 'Taraarboemdije,/die blikken dominee', etc.

Jacques Klöters stelt: "Populair repertoire wordt in Nederland meestal zelf door feestwinkeltjes uitgegeven. De uitgeverij Brix von Wahlberg (Kalverstraat Amsterdam) is hierop een uitzondering" (Klösters, 2001, p. 506). Von Wahlberg voorziet in een ruim aanbod van de meest gezochte liederen en komische muziekscènes. Het betreft hier meestal vertalingen van vaudevilles die gemakkelijk gezongen kunnen worden. De bladmuziekwerkjes worden in de pauze bij varié-tévoorstellingen verkocht.

Oorlogsmuziek

Door de overwinning van de geallieerden verandert de muziekcultuur in Nederland geleidelijk. Liedjes van de geallieerden over liefdes in den vreemde en over de strijd dringen langzaam Nederland binnen. De liedjes ontstaan niet zomaar en hebben niet zelden een propagandistisch doel; ze spreken de emoties aan. Gedurende de strijd schrijven Amerikaanse muzikauteurs ruim 35.000 patriotische liedjes, waarvan er 7.000 worden uitgebracht (Hubbard, 1924). Gedurende de eerste jaren zijn de Amerikaanse liedjes gericht tegen oorlogsdeelname. Als voorbeeld hiervan geldt het lied 'Our hats off to you Mr President' waarbij de



tekst de slogan “Hij hield ons uit de oorlog” ondersteunt, doelend op President Wilson. De toon en de tekst veranderen rigoureus in 1917 wanneer de Verenigde Staten zich gaan mengen in het oorlogsgeweld. Het doel van de liederen wordt dan het rekruteren van troepen en het verhogen van het moreel met teksten zoals “Over There: Johnnie get your gun, get your gun, get your gun, Take it on the run, on the run, on the run; hear them calling you and me; Every son of liberty. Hurry right away, no delay, go today, Make your daddy glad, to have had such a lad, Tell your sweetheart not to pine, To be proud her boy’s in line....” (Hubbard, 1924, p. 79). Ook tijdens de strijd ontstaan liederen zoals ‘Keep your head down, Fritzie boy’, geschreven gedurende de Slag om Ieper in 1918. De populaire liedjes uit dat tijdperk in het neutrale Nederland zijn doorspekt van oorlogsthematiek.

Blues, Ragtime and Jazz

In het interbellum klinken de eerste klanken van de overwinning van de geallieerden; blues en ragtime, de voorlopers zijn van de jazz, vergezelden de ‘roaring twenties’. Ondanks dat Jazz al tot bloei komt in New Orleans begin jaren twintig, vindt de stroming pas aan het einde van dat decennium een groot publiek in de Nederlandse muziekcultuur (Esso, 1929).

6.2 Amerikaanse innovaties

Aan het einde van de 19^e eeuw zijn muziekguitgaven door de technologische vindingen van A. Senefelder (1771-1843) betaalbaar geworden. Senefelder staat te boek als de uitvinder van de lithografie (steendruk) (Zuiderlaan, 1967, pp. 19-24). Hij gebruikte als eerste het materiaal kalksteen, dat, nadat de tekening klaar is, vochtig wordt gehouden. Na het toepassen van technische procedés wordt het tekenmateriaal door inkt vervangen en met een drukpers wordt vervolgens de geïnkte tekening op papier geperst. Reproductie wordt met deze methode sneller en goedkoper, waardoor massaproductie mogelijk is. Zodoende kunnen welgestelde, maar ook mindere gefortuneerde huishoudens muziekwerken verwerven, waardoor de verkoop van bladmuziek een vlucht neemt. Muziekguitgevers verschaffen het recht tot reproductie door het manuscript van de makers aan te kopen. Heruitgaven worden in vele gevallen echter zonder de auteurs te vergoeden gewoon gedrukt. Componisten in die dagen zijn dus tot de aanvaarding van een deugdelijke auteurswet in Nederland tamelijk onbeschermd.

Automatic piano als hardware

Een drijvende kracht achter de opkomst van nieuwe muziekguitgeverijen aan het einde van de 19^e eeuw is de uitvinding van de pianola⁵⁶. Er zijn twee voorlopers van de ‘automatische piano’: de cilinderpiano, ontwikkeld aan het einde van de 18^e eeuw, en in de voorzetpiano in de tweede helft van de 19^e eeuw. De pianola⁵⁷ wordt voor eerst getoond op de Philadelphia Expositie van 1876. Dit staaltje van technisch vernuft leidt tot een explosieve omzetsijging bij de muziekguitgevers. De pianola koppelt een apparaat aan een pianovleugel en kan daarmee het spel van een pianist vastleggen op een papieren rol. De ‘masterrol’ heeft een patroon van strepen en puntjes en wordt met de hand gedrukt. De pianolarol wordt door een systeem van slangen en buizen gevoerd waarmee het instrument wordt be-

56 ‘Pianola’ is oorspronkelijk een merknaam in de Angelsaksische literatuur spreekt men van ‘player piano’.

57 Officieel staat deze uitvinding geregistreerd op de naam van de pianoreparateur John McTammany (1845-1915). Zowel Amerikaanse als Duitse pianobouwers hebben een aandeel in de ontwikkeling van het instrument. Maar de eerste licentie staat op naam van E. Welte (1841-1923) te Freiburg (US-Patent 287.599) (Arthur, 1984, pp. 47-49).

speeld. Tal van bekende concertpianisten en pianocomponisten maken opnames. De pianola, tevens genoemd phonola, maakt het mogelijk de piano zelfstandig te laten spelen. Veruit het grootste deel van het repertoire van pianola’s bestaat uit bewerkingen. De omzetting van een partituur naar een automatisch instrument vergt een hoge mate van nauwkeurigheid voor de uitgevers (Rasch, 2007).

De pianorol dient als geluidsdrager. Het instrument is een doorslaand succes en vele consumenten schaffen een pianola aan voor huiselijk gebruik. Tevens bestormt de firma Wurlitzer de Amerikaanse markt met een succesvolle variant van de automatische piano. Door een muntje in te hebben werpen wordt er een muziekstuk naar voorkeur afgespeeld.

De pianola vergroot de populariteit van piano’s zodanig dat rond de eeuwwisseling ongeveer 800.000 huishoudens in de VS een piano hebben staan. Alleen al in de Verenigde Staten hebben meer dan een half miljoen mensen pianoles. In 1902 vermeldt de *Economic US Review* dat er 92.000 artiesten en muzikleraren geregistreerd staan. In 1921 staan van de 341.652 verkochte piano’s er 208.541 geregistreerd als pianola (Mattfield, 1971, pp. 22-31). Ter illustratie: pianofabrikanten verkopen in 1925 94 miljoen instrumenten (Hoogwater, 1933). In de VS is in 1925 meer dan de helft van de nieuw gebouwde instrumenten voorzien van een automatisch speelapparaat. De populaire muziek in die dagen speelt men voornamelijk af op ‘Victrolas’ (afspeelapparatuur van de firma Victor) die spelen op pianorollen.

Payola

De meeste leveranciers van de rollen zijn gevestigd in de Tin Pan Alley (zie hoofdstuk 5). In het belang van de muziekguitgevers ontwikkelt men vernieuwende promotiemethodieken teneinde zoveel mogelijk stuks bladmuziek en pianorollen te verkopen. Populaire artiesten worden onder druk gezet om hun bladmuziek (met hun eigen foto op de cover) te promoten in ruil voor een financiële vergoeding. Men noemt deze methode ‘Payola’ oftewel ‘Pay for Play’. Dealmaking en netwerken krijgen een subversief kantje. Artiesten op hun beurt bedingen exclusiviteit voor het uitbrengen van bepaalde composities. Een andere strategie is het aannemen van ‘song pluggers’ (meestal de schrijvers zelf) die de composities bij artiesten, theatermanagers en impresario’s ten gehore brengen (Sanjek & Sanjek, 1988). Orkesten en dansgelegenheden krijgen gratis de bladmuziek geleverd met daaraan gekoppeld levensgrote folders met de andere uitvoerders en composities van de bewuste muziekguitgeverij. Niet alleen zijn de Amerikaanse muziekguitgevers innovatief op marketinggebied, zij anticiperen zelf op nieuwe technologieën. Voorbeeld is de stereoptican, een medium dat beelden geeft waarbij de liedteksten simultaan worden weergegeven bij theatervoorstellingen: een soort karaoke avant la lettre (Pearsall, 1976).

De kosten die muziekguitgevers voor promotie maken, stijgen snel. In 1890 zijn de geschatte kosten om een liedje te lanceren \$1300. De drukkosten zijn \$250 voor 10.000 kopieën, \$50 voor een foto van de artiest op de omslag, \$500 om te adverteren in groothandelsblaadjes en kranten en een initiële \$500 om een professionele uitvoerder het lied te laten zingen. Gevolg van deze structuur is dat slechts 1 op de 200 werken winstgevend is en minder dan de helft de investering terugverdient (Sanjek & Sanjek, 1988): het ‘winner takes it all’ principe (Arthur, 1984).

Pianola’s in Nederland

Vrijwel alle grote pianocomponisten van het klassieke repertoire zijn in de periode 1900 tot 1928 vastgelegd op de pianola. Voorbeelden zijn Debussy, Rachmaninoff, Ravel en Strauss. Door een klein aantal componisten zoals Stravinsky (Etude Opera 7/1 uit 1917) is er zelfs oorspronkelijke muziek voor gecomponeerd en vervaardigd. Parallel aan de pianola ontwikkelt men het ‘orchestron’ waarin de-



zelfde techniek voor meerdere instrumenten gelijktijdig wordt toegepast. Veelal Duitse fabrikanten leveren de instrumenten: Welte Mignon, Duca Philips en Dea Hupfeld. Later volgen Amerikaanse fabrikanten met concurrerende systemen. Zij bouwen pianola's die gebruik maken van het (standaard) 88-tonige scala: Duo Art van de Aeolian Company en Ampico (88) van The American Piano Company. Het 88-tonige scala wordt na de Eerste Wereldoorlog ook de standaard bij de Duitse instrumentbouwers, Voorbeelden zijn: Triphonola van Hupfeld, Ducartist/Ducaliszt en de Welte Mignon van Welte. Uiteindelijk ontstaan er wereldwijd meer dan tien reproductiesystemen, die elk hun eigen muziekrepertoire vertolken. Dit leidt tot een bloeiperiode van ongeveer 1875 tot ongeveer 1930.

Een groot deel van de Nederlandse samenleving heeft het muzikaal repertoire in die periode vooral leren kennen via de uitvoering op automatische pianola's (Sitsky, 1990, p. 124). Het repertoire wordt meegeleverd met de pianola's uit de producerende landen (voornamelijk Duitsland en de Verenigde Staten). De pianola's staan opgesteld in uitgaansgelegenheden en in de huiskamer. In de bloeitijd van dit instrument is Amsterdam een belangrijk centrum in Nederland voor deze handel. Grote pianozaken als Bender, Duwaer en Naessens, Goldschmeding en Kettner beleven qua omzet pieken dankzij de verkoop van de pianola, ook wel genaamd kunstspel-piano. De bedrijven creëren een eigen muziekrollenbibliotheek. De Firma Goldschmeding⁵⁸ bezit bijvoorbeeld een bibliotheek van 880 titels. Goldschmeding adverteert: "Een kunstspel-piano brengt der hoogste kunst in uw woning. Zonder voorafgaande studie en zonder notenkennis door een ieder te bespelen" (Wageningen, 1987, p. 8). De overige rollenbibliotheken van de firma's zijn uitgebreid en de afnemers zijn over het algemeen abonnees, verspreid over het gehele land. In hiervoor speciaal bestemde trommels en kisten worden de rollen per bode door de uitgevers bezorgd, binnen steden meestal per bakfiets.

In de twintiger jaren bereikt de pianola-industrie haar hoogtepunt. (Arthur, 1984). Naast de vele rollenfabrieken in het buitenland vestigen zich in Amsterdam ook firma's. De Eerste Hollandsche Muziekrollenfabriek op de Keizersgracht en Hollandia op de Lijnbaansgracht beginnen beide met de fabricage van 88-toons (standaard) rollen. Het succes voor de firma Hollandia is van korte duur en een werknemer, Carl Hubert, zet de zaak in 1923 voort onder de naam Euterpe⁵⁹. De firma specialiseert zich in het fabriceren van rollen voor pianola's en orchestrons geplaatst in uitgaansgelegenheden. Al spoedig is Euterpe de enige overgebleven fabrikant in Nederland die tophits en meezingers voor het uitgaanspubliek levert.

Grammofoon

De meest aansprekende uitvinding voor de muziekindustrie is uiteindelijk de Grammofoon. Thomas Edison patenteert in 1877⁶⁰ de fonograaf. Deze is bedacht voor het maken van een stemopname, en specifiek voor een telegraafopname. De opname wordt vastgelegd op papier met een waslaagje; een wasrol (Mattfield, 1971). Rond 1880 verschijnen wasrollen als commercieel artikel, echter de slijtage na enkele keren afspelen is groot. Als de groeven versleten zijn kan men de wasrol laten schuren zodat nieuwe opnames mogelijk zijn (interview algemeen directeur platenmaatschappij, 2011). Het eerste product flopt echter hopeloos, de kantoormarkt waarvoor de rollen bedoeld zijn als telegraafopname, omarmt

58 Dirk Goldschmeding (1860-1935) ontwerpt in 1899 een vermaard harmonium cursus.

59 De firma Euterpe vestigt zich in 1928 op het adres Prinsengracht 263, nu bekend als het Anne Frank Huis.

60 Edison was de eerste wetenschapper met een onderzoekslaboratorium gevestigd in Menlo Park, New Jersey waar hij vele vindingen deed en op zijn naam heeft geëtrooneerd, wat niet betekent dat Edison ook werkelijk de vindingen zoals de gloeilamp en de fonograaf zelf bedacht heeft.

het product onvoldoende. De techniek verfijnt zich door de introductie van slijtvaste types, maar inmiddels blijkt non-compatibility een groot probleem: Edison Records en Columbia Phonograph voerden verschillende rolmaten.

De komst van de platenspeler, uitgevonden door Emile Berliner, betekent het einde van de fonograaf. Berliner vervangt de fonograafrol voor een platte plaat met groeven in spiraalvorm, zodat de geluidsgolven niet meer verticaal, maar horizontaal in het zogenoemde 'Berlinerschrift' worden geregistreerd. Hij voorziet een toekomst voor muzikale toepassingen: "Prominent singers, speakers, or performers may derive an income from royalties on the scale of their phonograms" (Galatt, 1977, p. 13). Een duidelijke Schumpeteriaanse vorm van creatieve destructie vindt plaats bij de transitie van de wasrol naar de platenspeler als geluidsdrager. De werkelijke reden is niet technisch, maar commercieel en praktisch van aard. Rond 1910 blijken grammofoonplaten goedkoper te produceren en ze zijn makkelijker op te bergen (Hubbard, 1924).

Split industries

Binnen de zich verder ontvouwende muziekindustrie blijft de intermediaire functie van de muziekuutgeverij gehandhaafd, ook als de mechanische reproductie van geluidsdragers haar intrede doet naar aanleiding van Edison's uitvinding van de fonograaf in 1877. De transformatie naar een grootscheepse 'recording industry' markeert een heel andere beleving van muziekproductie en -gebruik en Berliner ziet de toepassing voor zich. In de jaren twintig ontstaan nieuwe beroepen zoals popzangers, sessiemuzikanten, platenmaatschappijen, A&R mensen, platenproducenten en zo verder (Frith, 1987, p. 55). Muziekuutgevers zien parallel aan hun eigen activiteiten een geheel nieuwe industrie ontstaan. De muziekuutgave-industrie vertakt zich vanuit het oogpunt dat het produceren, opnemen en exploiteren van geluidsoptnames een branchevreemde activiteit blijkt te zijn. De vaklieden die platen maken hebben een technische ondergrond, waartegenover het de uitgevers zijn die verstand hebben van muziek. Ter illustratie hiervan is de uitspraak van Fred Gaisberg⁶¹ uit 1946: "For many years Berliner was the only one of the many people I knew connected with the gramophone who was genuinely musical" (Frith, 1997, p. 58). De muziekuutgevers positioneren zich in het licht van deze ontwikkeling binnen de reproducerende fonografische industrie als beheerder en exploitant van de composities. Het verdienmodel van de muziekuutgever wijzigt zich geleidelijk en de rol wordt dienend aan een andere industrie. Aanvankelijk zijn de uitgevers nog dominant in de smaak en keuze van muziek. Op termijn echter is de rol van gatekeeper niet meer toebehouden aan de muziekuutgever alleen. De muziekuutgever moet een ander gatekeeper naast zich te dulden, namelijk de partij die verstand heeft van het maken van een opname van de uitvoerende artiest.

Vanaf de jaren twintig tot de economische crisis van 1929 in de Verenigde Staten ontvouwt zich een nieuwe culturele waardeketen die zich succesvol en actief naast de waardeketen van bladmuziek manifesteert (Kretschmer, Klimis, & Wallis, 1999, p. 166). De platenmaatschappijen wensen dat naast de 'édition papier' ook de 'édition sonore' geaccepteerd wordt als officiële uitgave, waardoor zij ook als uitgevers te boek kunnen staan. Dat wordt tegengehouden door de goed georganiseerde muziekuutgevers. De scheiding is pas duidelijk naarmate het Anglo-Amerikaanse repertoire in populariteit toeneemt. Men bestrijdt in het begin het feit dat de 'édition sonore' een volwaardige muziekuutgave is. Echter, de populariteit van de plaat geeft uiteindelijk de doorslag voor de volwaardige erkenning (interview bestuurder auteursrechtenorganisatie, 2007). In 1927 worden, alleen al in de vooruitlopende Verenigde Staten, 22 miljoen bakelieten platen verkocht. Eu-

61 Fred Gaisberg staat binnen de muziekindustrie in de Verenigde Staten te boek als de eerste A&R manager. Hij reisde in die rol naar Groot-Brittannië, Duitsland, Frankrijk maar ook naar Azië



ropa volgt maar loopt enkele jaren achter in deze ontwikkeling, mede doordat de 'electric goods industry' in de VS explosief groeit en platenspelers betaalbaarder worden (Hoogwater, 1933; Frith S, 1997).

Nikelodeon en Cinema

Een andere eminente Amerikaanse innovatie die uiteindelijk invloed heeft op de muziekkuitgeverijen is de uitvinding van de kinotoscoop. Wederom deponiert Edisons firma het patent in 1888. De eerste 'viewing machines' zijn een feit in 1894 en worden met succes geïnstalleerd in New York. Edison is in 1894 tevens de uitvinder van de eerste bruikbare filmcamera en filmprojector: de kinematograph. Het apparaat valt het beste te omschrijven als een soort eenpersoons kijkdoos. Op 27 december 1894 is het in Amsterdam mogelijk om voor 10 cent één filmpje van zo'n 20 seconden te bekijken; spectaculair!

De filmindustrie begint schoorvoetend tot in 1903 *The Great Train Robbery* uitkomt. Het eerste filmtheater opent haar deuren in 1905, in McKeesport te Pennsylvania. De gelegenheid wordt opgericht door twee ondernemers die in een winkelruimte een piano neerzetten en daarbij een filmpje van 20 minuten vertonen van acht uur 's ochtends tot middernacht. Men noemt dit een 'Nikelodeon' en het succes blijkt groots (Sanjek & Sanjek, 1988). Binnen 2 jaar openen in de Verenigde Staten vijfduizend soortgelijke zaaltjes.

In Frankrijk is men ook met bewegende beelden aan het experimenteren. De eerste geregistreerde filmmuziek is uit 1907 en gecomponeerd door Camille Saint-Saëns. *L'Assassinat du Duc de Guise* wordt simultaan bij de beelden op de piano uitgevoerd. De vraag om bladmuziek stijgt hierdoor enigszins en er dient zich geleidelijk een nieuw promotieplatform aan voor nieuwe composities (Witbraad, 2007). De firma Lumière is enkele maanden later verantwoordelijk voor de allereerste filmvertoning in Amsterdam. In het prille begin zijn bioscopen mobiel en trekken ze als curiositeit langs jaarmarkten en kermissen. De bloei-periode van de reisbioscopen in Nederland is van 1903 tot 1908. De eerste vaste Nederlandse bioscoop is The Royal American Bioscoop, die op 10 oktober 1903 haar deuren opent aan de Coolsingel 25 te Rotterdam in het voormalige variététheater Tivoli Wintertuin. Tussen 1906 en 1910 worden in rap tempo overal in het land bioscopen geopend. De eerste films zijn stom, ze worden aangeduid als zwijgende films, hetgeen echter niet betekent dat ze zonder muziek worden vertoond. Al snel worden pianisten en organisten ingeschakeld om de voorstelling te begeleiden. Bladmuziek is dan weliswaar van belang, maar de roep van muziekkuitgevers en auteurs om een vergoeding van het uitvoerend recht wordt in die periode niet beantwoord (Witbraad, 2007, p. 77).

6.5 Uitvoerend recht wordt hard

Ondertussen zijn voor 1891 de buitenlandse auteurs in de VS zelfs geheel auteursrechtelijk onbeschermd en ook de Europese muziekauteurs en -uitgevers vissen regelmatig achter het net (Pearsall, 1976). Amerikaanse muziekkuitgevers zijn dan nog vrij om buitenlands werk uit te geven zonder royalty's aan de auteurs te geven. Internationaal ontstaat bij de componisten de roep om bescherming (Fétis, 1881-89). In Frankrijk neemt de Société des Auteurs, Compositeurs et Editeurs des Musique (Sacem) het eerste initiatief tot internationale bescherming. Dit initiatief tot het oprichten van collectieve auteursrechtenorganisaties vindt navolging in andere landen onder de vlag van de Berner Conventie. Deze bescherming van muziekwerken leidt in de VS tot de oprichting van The American Publisher Copyright League in 1887. Een van de doelstellingen van de vereniging is het moderniseren van de Copyright Act van 1790. In 1891 lukt het om de eerste grote revisie door te voeren. Deze wet staat bekend als de Chace

Act. Deze voorziet in een uitbreiding van de toenmalige auteurswet waarbij ingezetenen en niet-ingezetenen van de VS met de betrokken landen het auteursrecht wederzijds voor 28 jaar erkennen.

Ondanks de wetwijziging komen de muziekkuitgevers in de VS pas volledig tot wasdom als de nieuwe Music Publishers Association of the United States wordt opgericht. De zeventien leden zorgen voor een intensieve naleving van de huidige wet, wat in 1897 resulteert in de tweede grote revisie van de auteurswet die voorziet in zwaardere straffen bij overtreding. Een belangrijke toevoeging is 'and musical', waardoor de gehele wet ook betrekking heeft op alle muziekkuitvoeringen van die dagen. (Sanjek & Sanjek, 1988) Populair repertoire wordt in Nederland meestal zelf door feestwinkeltjes uitgegeven

Mechanisch recht

In 1906 leidt de uitvinding van de pianola tot een verdere revisie van de auteurswet. De centrale vraag van de muziekkuitgevers is of het ongeautoriseerde gebruik van pianorollen een inbreuk is. De regering van de VS concludeert dat het gebruik binnen de toenmalige auteurswet valt. Daarbij wordt er toegevoegd dat er bijgaand aan de wettelijke uitspraak een additionele provisie van 2 dollarcent royalty fee op alle bladmuziek en dragers wordt toegekend om de componist en muziekkuitgever te vergoeden. Een rechtszaak uit 1908 van White, Smith versus Apollo leidt uiteindelijk tot de beslissing dat het recht wordt uitgebreid met "mechanically recorded music" en provisie moet worden afgedragen aan de auteurs. De uiteindelijke auteurswet van 1909 in de VS beschermt de uitvoering en de nieuwe technologische vormen van reproductie (Sanjek & Sanjek, 1988).

Nederlandse situatie

De heer J.A. Alsbach is een prominent lid van de Vereniging voor Muziekhandelaren en -uitgevers in Nederland. Hij voorziet een belangrijke bron van inkomsten voor muziekkuitgevers uit het handhaafbare auteursrecht. Er wordt vanuit de VMN een commissie samengesteld die zich concentreert op de vraag hoe men het auteursrecht verder kan uitbaten voor haar leden (Witbraad, 2007). Uit *het Orgaan* (Seyffardt, 1920) over de oprichtingsperiode van de VMN:

Overtuigt uw vakgenooten in de plaats uwer inwoning van het belang dat zij hebben lid te worden. Gij zaagt toch zelf dit belang in? Welnu verklaart hun de redenen, waarom gij lid werdt. Het hangt van uwe overredingskracht af, de stijfhoofdigen te bewegen hun isolatie standpunt te verlaten. Alleen in vereeniging is kracht, de wereld staat in het teeken van vakorganisatie. Het aantal leden groeit al snel van 125 naar de ruim 475 firma's die zich bezighouden met de muziekhandel in Nederland (Alsbach, 1925).

6.6 L'Union fait la force

Rond de omslag van de 19^e naar de 20^e eeuw komt in Nederland de arbeidersbeweging tot wasdom. De emancipatie van arbeiders, de eerste feministische golf, de opkomst van het algemeen kiesrecht en de schoolstrijd illustreren deze beweging. Kenmerkende figuren zijn P.J. Troelstra, Aletta Jacobs en Abraham Kuyper (Jong, 2002). Men verenigt zich in collectieve belangenorganisaties. Zo ontstaat in 1907 in Nederland de Vereniging van Muziekhandelaren en -Uitgevers (VMN) die ten doel hebben gesteld om een betere auteursrechtregeling en -handhaving te bewerkstelligen in de muziekkuitgave, naast de handel in muziekinstrumenten en aanverwante artikelen. Dit geldt met name voor de muziekkuitgevers onder hen, maar dikwijls zijn dit gecombineerde handelsactiviteiten in dezelfde firma's. Wellicht is dit vanwege de neiging van branchegenoten om vanuit coercive en normative isomorfistische kracht meer grip te krijgen op de



sterk veranderende economische werkelijkheid (DiMaggio & Powell, 1983). Ongeveer gelijktijdig ontluikt zich binnen de jonge vakorganisaties van zowel muzikuitgevers als componisten ook in Nederland de roep naar een andere vakorganisatie: een auteursrechtenorganisatie. Echter, voordat deze in Nederland zijn beslag krijgt, is de Franse Auteursrechtenorganisatie al actief op de Nederlandse markt. Amusementauteurs zijn veelal aangesloten bij de Franse collectieve auteursrechtenorganisatie Sacem. Een prominent componist van 'ernstige muziek' is Jan van Gilse die al voor de aansluiting met de Berner Conventie een vergadering belegt met twintig medecomponisten (voornamelijk componisten van klassieke muziek) op 5 februari 1911 in het American Hotel te Amsterdam. Na bestudering van de Duitse en Franse auteursrechtpraktijk (Van Gilse is zelf lid van de Duitse organisatie van componisten G.D.T (Genossenschaft Deutscher Tonsetzer)) is hij er van overtuigd dat individuele auteurs zich moeten roeren en er wordt vanaf dit initiatief rekening gehouden met een samenwerking met de muzikuitgevers. Van Gilse erkent het belang van de muzikuitgever en voorziet deze bij operationalisering in een aandeel van de uit te keren tantièmes.

In vervolg hierop wordt in 1911 het Genootschap van Nederlandsche Componisten (Geneco⁶²) opgericht, dat tevens het doel heeft om het auteursrecht voor haar leden te borgen, te exploiteren en te verankeren. Als prominent lid van dit Genootschap is de eerste secretaris A.D. Loman jr. belast met een aansluitende opdracht. Vanwege het feit dat de Duitse en Franse auteursrechtorganisatie het meest aansprekend zijn, fungeren deze wederom als object van studie voor beide verenigingen. Na een individuele studiereis naar Duitsland van de heren, vertrekken Loman en Alsbach gezamenlijk naar Frankrijk. Zij besluiten op de terugreis dat zij bij terugkeer in Nederland een auteursrechtenorganisatie voor het uitvoerend recht oprichten en dat zowel de componisten als de muzikuitgevers een stem in de nieuwe organisatie moeten hebben.

Oprichting Buma

Bij de Duitse auteursrechtorganisatie blijken de auteurs dominant en bij de Franse wordt meer gewicht toegekend aan de muzikuitgevers. Alsbach citeert het toenmalige besluit als volgt: "Het Hollandsche Bureau zoo in te richten, dat componisten en uitgevers evenveel in de leiding zouden te zeggen hebben" (Alsbach, 1925, p. 203). De VMN en het Genootschap besluiten gezamenlijk de Nederlandse auteursrechtenorganisatie op te richten, ter uitbating van het uitvoerend recht. Na eerst uitvoerig de organisatiestructuur, de verdeling van de incassobedragen (repartitiesysteem) en inningmethodieken te hebben besproken, wordt op 14 december 1913 besloten om het Bureau voor Muziekauteursrecht (Buma) op te richten.

De oprichting wordt beklonken in een acte van samenwerking tussen de VMN en Buma. In de acte staat de onderlinge inkomstenverdeling tussen de recht-hebbenden van een werk. Sindsdien valt het auteursrecht in Nederland op een muziekwerk in drie gelijke delen uiteen, 1/3 voor de muziekschrijver, 1/3 voor de tekstdichter en 1/3 voor de muzikuitgever. Indien het werk uitgegeven wordt door een muzikuitgever en het een componist betreft zonder tekstdichter, verkrijgt ieder de helft van het auteursrecht. Het bestuur kent tien leden, waarvan vijf uit het Genootschap van Nederlandsche Componisten en de overige vijf uit de Vereeniging van Muziekhandelaren en Uitgevers. De eerste deelnemers komen daarbij automatisch uit deze verenigingen voort, daarnaast kunnen ook aspirant-leden (zowel auteurs als uitgevers) zich aanmelden om lid te worden met instemming van de directeur. Bij lidmaatschap wordt het Bureau gemachtigd om namens hen op te treden ter inning en handhaving van het mechanische reproductierecht⁶³ en het uitvoeringsrecht.

62 later te noemen het Genootschap van 'ernstige' componisten

Een opvallende passage uit de acte bepaalt dat 1/10 van de inkomsten in de pensioenkas wordt gestort, alvorens tot verdeling van de gelden wordt overgegaan. Dit onderstreept de sociale kant van de vereniging en de band tussen de componisten en de muzikuitgevers. Later wordt in dat licht het fonds voor sociale en culturele doeleinden opgericht. Deze sociale houding is niet alleen te wijten aan economische afhankelijkheid en de tijdsgeest, maar toont ook respect en affectie voor elkaars wederzijdse metiers (interview bestuurder auteursrechtenorganisatie, 2008). De kleinschalige constellatie in die periode werkt dit ook in de hand. In vele gevallen hebben de uitgevers immers zelf de distributiepunten (winkels) in handen. In de pioniersfase van Buma treden uitgevers en componisten dan ook schouder aan schouder met elkaar op. Er heerst een grote mate van solidariteit, waarbij zowel de kleine als grote componisten worden gesteund. Ook literaire auteurs die zijn aangesloten bij de Vereniging van Letterkundigen kunnen zich tegen voordelige voorwaarden bij Buma aansluiten, teneinde te profiteren van het uitvoeringsrecht. Bij de oprichting van Buma zijn de klassieke componisten en uitgevers in de meerderheid in het bestuur en zij kennen een groter gewicht toe aan 'ernstige muziek'.

In 1913 verschijnt in december in het Buma blad 'De Harp' een artikel ter overtuiging van de muziekgebruikers dat stelt: "Een lied koopt ge om te zingen, maar als ge het nu spelen wilt, moet ge een zeker recht betalen, als ge het zingen wilt evenzeer. Dat wil de wet op het auteursrecht thans". Binnen de oprichtingsakte van Buma behoort ook de handhaving van het mechanische reproductierecht, maar in de praktijk is daar in die periode amper sprake van. Men importeert geleidelijk aan, simultaan met de apparatuur uit de Verenigde Staten, meer en meer platen, pianola's en pianolarollen. Het belang neemt toe maar is aanvankelijk qua auteursrechtelijke inkomsten voor de muzikuitgevers nog onbeduidend (Witbraad, 2007, p. 77). Voor haar aangesloten leden treedt Buma ook op ten behoeve van het mechanische reproductierecht. Wie een werk op de plaat wenst, heeft toestemming van Buma nodig. Na de verkregen toestemming en betaling van het verschuldigde bedrag worden de gereproduceerde geluidsdragers voorzien van een zegel. Deze auteursrechtzettel worden vervolgens door Buma zelf op de platen en rollen voor pianola's geplakt en bestempeld. De methode is in het begin weinig succesvol en de eerste inkomsten uit het mechanische reproductierecht in 1915 bedragen dan ook een schamele fl. 39,45 (Uerlingen, 1912, p. 10).

Het 'Orgaan' van de muzikuitgevers

De Nederlandse muzikuitgevers hebben het in het interbellum zwaar en verenigen zich om aan de geboden problemen rond de hyperinflatie het hoofd te bieden. Zij tonen de bestuursdynamiek in een nieuw op te richten vakblad van de Muzikuitgevers:

Bij de geboorte van onze eersteling rest ons eene kleine inleiding. Het verlangen overal in den lande gevoeld, heeft ten slotte den doorslag gegeven. (...) Laat ons blad een vraagbaak worden, opdat wij ons zoodoende onze kennis in het vak kunnen verrijken, laat het onze grieven uiten, dat leidt tot een betere verstandhouding van de leden onder elkaar.

Zo opent in september 1919 de eerste editie van de uitgave *Orgaan Voor Den Nederlandschen Muziekhandel* van de Vereeniging van Muziekhandelaren en -Uitgevers in Nederland (VMU). Voorzitter Joh. A. Alsbach wijst fijntjes op de toenemende problematiek rond de devaluatie van de Duitse valuta. De muziekhandelaren en -uitgevers zijn in hoge mate afhankelijk van de import van Duitse artikelen. Vrijwel direct na de Eerste Wereldoorlog is de geldontwaarding dramatisch. De relatie met de Duitse zustervereniging de Verein der Deutsche Musikalienhändler is wegens de neutraliteit van Nederland verwaarloosd. De VMU

63 Uitgesloten zijn opera's, operettes en andere muzikaal dramatische werken



heeft een sterk protectionistische houding ten aanzien van haar leden en tracht het prijsniveau van haar waar op een constant hoog peil te houden. Men voorziet in een oligopolie. De leden dienen zich te conformeren aan de prijsafspraken, op straffe van roeyement en een leveringsverbod van titels van werken. Door lidmaatschap genieten leden privileges, zoals zichtbaarheid in de jaarlijkse catalogus van de Nederlandsche Muziekuitgave, waarbij zij zich tevens committeren aan prijsafspraken.

Er verschijnt in 1919 met veel moeite een catalogus waarvan vijfhonderd exemplaren worden gedrukt ter promotie van de muziekwerken van de leden van de vereniging. Uit de notulen van de algemene vergadering van oktober 1919 blijkt dat de drukkosten Fl 2.500,- en de redactiekosten Fl 1.500,- bedragen, wat een aanzienlijk deel van de verenigingskas uitput. De catalogi wordt verkocht aan de betreffende detailhandelaren (debitanten genaamd) en zijn niet alleen bestemd voor Nederland, maar ook voor handelaren uit Duitsland, Zuid-Afrika en Nederlands-Indië.

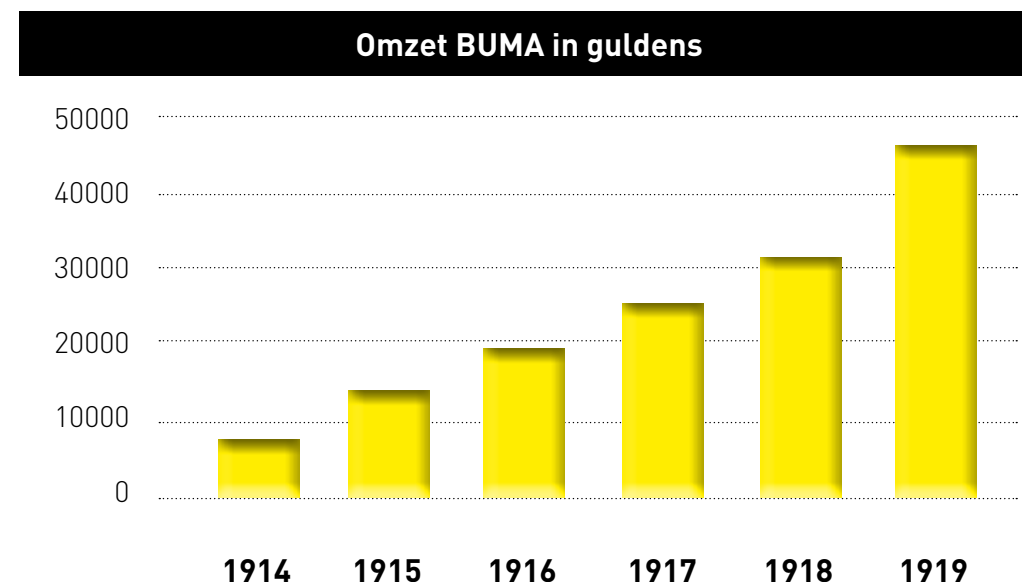
Directe afname van bladmuziek vanuit het buitenland geldt als een serieuze bedreiging. Het grootste deel van de bladmuziek bestellende clientèle bestaat uit muziekonderwijzers die de uitgegeven bladmuziek bestellen voor muziekeducatie en dit geregeld in het buitenland doen. Dit geldt met name voor muziekdocenten woonachtig in de grensstreken bij Duitsland, waar het prijsniveau van bladmuziek beduidend lager ligt. Het bestuur stelt in het *Organ* van oktober 1919 herhaaldelijk voor om zich te verbinden met buitenlandse genootschappen van muziekuitgevers (zusterverenigingen), zodat de gelederen gesloten blijven. Tevens waakt het bestuur voor verschillen in het prijsniveau. De Duitse valuta is een terugkerend thema van zorg. In oktober 1919 vermeldt voorzitter Alsbach dat: "Nog meer dan ooit verlangt de huidige lage markenkoers al onze aandacht. Werkte deze lage koers reeds sedert geruimen tijd prikkelend voor menig particulier en muziekonderwijzer om de muziek rechtstreeks uit het buitenland te bestellen". Hij gaat verder in zijn vakbondsretoriek: "Zoo is het van het grootste belang voor Duitschland dat de koers omhoog gaat. Om dit te bereiken hebben vele Duitse fabrikanten, grossiers e.a. besloten om een valuta-zuschlag te heffen, zoo ook zijn enkele uitgevers tot deze maatregel overgegaan" (Seyffardt, 1920, p. 2). Ter voorkoming van de ontduiking besluit de vereniging om de muziekonderwijzer te verleiden door een korting te verlenen, dit tot ongenoegen van veel leden (besluit bestuur maart 1920). De secretaris J.L.W. Seyffardt spreekt namens de VMN in haar notulen (juni 1920) schande van de 'woekerwinsten der Duitse uitgevers'. De Duitse uitgevers verdedigen zich: "door de schaarste van het drukpapier, door de steeds stijgende papierprijzen, door de steeds hoger wordende eischen van drukkers, zoowel als van het personeel alsook het mindere werk geleverd sedert den ingevoerden werktijd van acht uur per dag, waren de Duitse uitgevers niet meer in staat de voor den oorlog geldende prijzen te handhaven" (Seyffardt, 1920, p. 2). Zij vormen zodoende een blok naar de consument en buitenlandse leverancier. Het achterliggend probleem behelst de aanzwellende inflatie in Duitsland: een economische crisis is op til.

Buma vooruit

Ondanks de gespannen internationale dynamiek tijdens de Eerste Wereldoorlog manifesteert Buma zich stevig. Allereerst worden er in Nederland documentatie-, incasso- en repartitiesystemen ter handhaving van het uitvoeringsrecht opgezet. Vervolgens wordt de aandacht op het reproductierecht gericht. Veelvuldig contact met het buitenland is gewenst, zodat het wederkerigheidprincipe wordt nageleefd. Dit blijkt in oorlogstijd echter zeer complex, mede omdat het te vertegenwoordigen 'ernstige repertoire' van strijdende landen afkomt. Zeventig procent is afkomstig van Duitse componisten en vijftien procent van Franse componisten. Buma moet contracten afsluiten met Sacem en G.D.T alvorens de

muziekgebruikers te overtuigen van de redelijkheid van het innen van geld voor muziekuitvoeringen ten behoeve van de componist (en indirect de muziekuitgevers) (Alsbach, 1959).

Aan de andere zijde van het auteursrechtelijke spectrum zien de uitgevers langzamerhand inkomsten ontstaan vanuit de auteursrechtenorganisatie Buma. De heer Loman doet verslag van de toenemende ontvangsten in de Algemene jaarvergadering van VMN in 1920.



Figuur 6.1 Bron: Tijdschrift Auteursrechtbelangen, editie augustus 1921, p. 18.

Naast deze positieve ontwikkeling is er kritiek op de handhaving van het auteursrecht door Buma. Verbonden muziekuitgevers spreken over te weinig agenten. Buma heeft zelf bevoegde agenten in dienst die controleren op opdracht en het invullen van gegevens van gebruikte composities door uitvoerende musici, meestal verstrekt door verschillende podia (Witbraad, 2007). De heer Loman stelt volgens de vergadering notulen uit maart 1921 dat de kosten der agenten hoog zijn. Ieder jaar wordt er in verhouding met de ontvangsten een bedrag aan kosten gebudgetteerd, in 1918 is dat 46% (fl 14.500,-), waarmee ongeveer (40%) van het restant fl 8.000,- toevallen aan de muziekuitgevers, nationaal en internationaal. Het afsluiten van contracten met uitvoerenden, podia en componisten moet voor de aangetrokken agenten hoofdzaak zijn, zeker uit concurrentieoogpunt met Sacem. In de mededelingen aangaande Buma deelt de voorzitter Alsbach in 1921 mee "dat niettegenstaande de vele moeilijkheden, waarmede het Bureau te kampen heeft en alle mogelijke verdachtmakingen, kwaadsprekerij en boycotten de ontvangsten steeds stijgende zijn", waarna hij het bedrag van fl 61.000,- presenteert.

De repartitiewerkzaamheden behoeven een goede documentatie zodat samen met de opgave van de uitgevoerde werken en de programma's men de gegevens kan verwerken. Alleen ontvangen is niet genoeg, een opgave van de componisten geeft de rechthebbenden weer. In het maandblad van Buma worden de muziekgebruikers regelmatig op het belang van programmaverstrekking gewezen.

Buma munt uit in haar precisie, want via een nauwkeurig samengesteld puntenwaardesysteem verdeelt zij haar inkomsten (na aftrek van de kosten) onder de bij haar aangesloten componisten en muziekuitgevers. De belangstelling van buitenlandse organisaties voor dit systeem is dan ook groot. Het incassosysteem wordt centraal, vanuit het kantoor in Amsterdam, geregeld. Nederland is onderverdeeld in een groep van zestien inspecties die de buitendienst vormen.



De inspecteurs zijn niet in loondienst bij Buma, meestal zijn dit zelfstandigen die werkzaam zijn in het verzekeringswezen. Als vergoeding ontvangen de inspecteurs 10% van de geïncasseerde bedragen. De lokale benadering van Buma heeft als doel om met de muziekgebruiker een band op te bouwen. Ondanks dit streven is het aantal weigeraars aanzienlijk; zij worden desnoods met de rechterlijke macht tot betaling gedwongen. Samenvattend: muzikuitgevers dienen te excelleren in de rol van administrateur teneinde alle baten te innen.

Machtsstrijd met de Société

De tegenkrachten van Buma zitten meer bij de vertegenwoordigers van de populaire auteurs, die overigens meestal aansloten zijn bij het Franse Sacem. Muzikuitgevers van populaire auteurs zijn een stuk minder betrokken bij hun componisten. De partituren vergen minder samenwerking bij uitgave. Als gevolg hiervan is de eenheid van deze muziekstroming met haar vertegenwoordigers zwakker, wat ten nadele werkt van haar onderhandelingspositie binnen de verenigingen. Door de strijd tussen uitgevers van lichte muziek en klassieke muziek ontstaat binnen de Buma een waar stijlverschil in ondernemen.

De Vereniging van Muziekhandelaren en -Uitgevers (VMN) en het Genootschap van Nederlandse Componisten (Geneco) treffen in 1914 een regeling met Buma ter vertegenwoordiging van het Nederlandse repertoire. Door de regeling dragen de leden van Geneco zowel het mechanische- als het uitvoeringsrecht van hun werken over. De vertegenwoordiging heeft een duur van vijf jaar, met daaraan gekoppeld een stilzwijgende verlenging van nog eens eenzelfde termijn (Jonge, 1917). Muzikuitgevers die zich specialiseren in lichte muziek (het volksrepertoire) sluiten zich meestal aan bij de Société (Sacem). Zij verkrijgen als 'Comité Consultatif Néerlandais' een aparte status binnen de Franse auteursrechtenorganisatie. Buma ervaart de buitenlandse inmenging als een doorn in het oog.

Voor de muziekgebruikers, zoals uitvoerenden, dirigenten en koren, is de nieuwe dynamiek rond auteursrechtenorganisaties op z'n minst onwennig. De Maatschappij ter Bevordering der Toonkunst vat de koe bij de horens en start een onderzoek naar de "Bevoegdheid en de wijze van werken der in Nederland bestaande bureaux voor muziekauteursrecht" (Jonge, 1917, p. 9). De ingestelde commissie concludeert dat zowel Sacem als Buma een inquisitoriale houding aannemen tot de muziekgebruiker, wanneer deze op hun verplichtingen worden gewezen. In het lijfblad van de muzikuitgevers het Orgaan van september 1921 rept de secretaris J.L.W. Seyffardt over de verschillende audiënties van het bestuur van het Bureau aan 'Z.E. den Minister van Justitie' waarin men zijn ongerief uitspreekt over de infiltratie van de Buitenlandse auteursrechtenorganisatie Sacem (Witbraad, 2007). Over de rol van de muzikuitgevers bij dit conflict zijn blijkens de notulen de overige Buma-leden in eerste instantie unaniem positief. Muzikuitgevers hebben in de eerste tien jaar Buma als een eenheid geopereerd. Volgens van Gilse: "Nimmer ook maar het kleinste verschil" (Gilse, 1923, p. 160). Uit de vergadering-notulen van de VMN blijkt echter dat de Sacem-inmenging de uitgevers wel degelijk verdeelt. De voorzitter Loman van de VMN geeft een toelichting over de vele toenaderingspogingen tot de Société. De tweede secretaris van de muzikuitgevers meldt dat het huidige voorstel van de Société niets minder betekent dan de opheffing van Buma. "Door het Nederlandsche Bureau is daarop een tegenvoorstel gedaan, waarbij de beide bureaux weliswaar bleven bestaan, maar tegenover het publiek vereenigd (dus als één instelling) zouden optreden" (Wagenaar, 1922, p. 12). Dit voorstel is door de Société niet geaccepteerd. De heer Poeltuijn, zowel lid van de VMN als Secretaris van het Comité Consultatif Néerlandais van de Société, moedigt de overige uitgevers

aan toch vooral in Parijs te gaan overleggen. In de notulen van maart 1924 brandt de strijd los bij de muzikuitgevers tussen de rivaliserende bureaux. De muzikuitgevers Kruseman en Poeltuyn wensen de vrije keuze te hebben in welk auteursbureau hen vertegenwoordigd. De voorzitter van de VMN, de heer van Dieten, wijst fijntjes op de deelname van het muzikuitgevergenootschap in Buma en meent dat dit de verantwoordelijkheid van de leden onderschrijft om zich hierbij aan te sluiten. De toenmalige voorzitter gaat verder: "Ook in Frankrijk en Duitschland bestaat er tusschen de muzikuitgevers en de plaatselijke auteursbureaus inzake het uitvoerings- en auteursrecht een zeer nauw verband" (Seyffard, 1924, p. 2). Van Dieten maakt de vergadering opmerkzaam en stelt dat in geen enkel land, al bezit de muzikuitgever het uitsluitende auteursrecht, een auteursrechtenbureau meer dan een 1/4, zijnde het uitgeversaandeel, zal uitkeren. Het financiële argument om nog aangesloten te zijn bij de Société vervalt hierdoor. Een verzet bij de leden van het Comité Consultatif Néerlandais breekt uit, mede door de ondervertegenwoordiging van Buma bij het uitbaten voor muzikuitgevers van het lichte repertoire.

Dit conflict illustreert pijnlijk het spanningsveld tussen de uitgevers van de beide stromingen, lichte- en serieuze muziek. De voorzitter doet een dringend beroep op alle uitgevers zich toch vooral achter het Buma te scharen, om eenduidig de buitenlandse auteursbureaus te benaderen in de wederkerigheid problematiek, daarbij sterk duidend op nationalistische motieven. De muzikuitgevers die lid zijn van de Société worden uiteindelijk geroyeerd. Het betreft de heren J. Philip Kruseman, J. Poeltuyn en B.H. Smit⁶⁴. Ook in België vindt een gelijke dynamiek rond de Société plaats, met als apotheose dat de Vlaamse Componisten en muzikuitgevers allen hun lidmaatschap bij de Société opzeggen en het 'Vlaamsch Bureau voor Muziek-Auteursrecht'⁶⁵ oprichten (Hullebroeck, 1924). Uit hetzelfde stuk blijkt dat ook Spaanse en Italiaanse componisten en masse gebruik maken van de opzeggingstermijn in juni 1922 om zich los te maken van de Société en zich aan te sluiten bij nationale organisaties. Buma wint terrein en de muzikuitgevers volgen het nationale belang.

Piraterij

De voorzitter Seyffert deelt in 1925 mee dat de laatste tijd nadrukuitgaven van Duitse, Franse, Engelse, Amerikaanse en zelfs Hollandse uitgaven in de handel zijn gebracht waardoor de wederverkopers blootgesteld zijn aan in beslagname en aan alle onaangename gevolgen verbonden aan overtreding van het auteursrecht. Hij verwijst specifiek naar twee firma's, Leichner en Cohen, en stelt het royeren van deze leden voor. De vergadering gaat hiermee akkoord. Uit de latere processtukken in de zaak Leichner blijkt het volgende: "Het door de voortvarende Inspecteur der Amsterdamsche centrale recherche Van Slobbe en den energieken muzikuitgever J. Poeltuijn in Zuid-Duitsland ingesteld onderzoek wees inderdaad uit dat de nadrukken van daar afkomstig waren" (Heer, 1926, p. 1). Bij de drukkerijen Steinhilber te Schramberg en Schmidt te Heckingen worden clichés gevonden van 80 verschillende muziekwerken van Duitse, Oostenrijkse, Zweedse, Engelse, Franse, Italiaanse en Belgische componisten. Een tot in perfectie verzorgd fotografisch atelier behoort bij de Schrambergse drukkerij. De na te drukken werken ten behoeve van de clich  vervaardiging worden daar zorgvuldig gefotografeerd en op zink overgebracht.

64 Anderhalf jaar later worden deze uitgevers overigens weer in de gratie genomen.

65 later genaamd Genootschap der Vlaamsche componisten, de Federatie van Vlaamsche Kunstenaars en de Nationale Vereniging voor Auteursrechten (NAVEA).



Over het bedrog concludeert muzikuitgever de Heer: “Waarlijk met een verrassend resultaat, al zorgt dan de fotografische lens steeds voor enkele niet te verloochoenen afwijkingen der reproductie van het model” (Heer, 1926, p. 1). Hoezeer dit de bonafide Nederlandse uitgever en de muziekmarkt schaadt is moeilijk in te schatten. Als voorbeeld kan echter dienen de pianomuziek van ‘Ganschel en Wenzel’, die wordt verkocht voor 30 cent, zonder afdracht aan de rechthebbenden, in plaats van de afgesproken 90 cent met een aanzienlijke marge. De bena-deelden ramen de zwendel op 10.000 guldens per frauderende muziekhandel, wat in die dagen aanzienlijk is.

Prijnsbeleid

Een van de belangrijkste redenen tot het verenigen is de bescherming en uniformering van het prijsniveau van de aangeboden werken. Een prijs ondermijnende activiteit is de verleende korting op de muziekwerken door muzikuitgevers. Hooguit 5% is de afspraak, maar men constateert binnen de statuten van de VMN menigmaal overschrijding van het percentage. Dit kan enerzijds verklaard worden door de doorgesloten voordelen bij verkoop aan beroepsbeoefenaren, zoals veelal viool- en pianoleraren. Anderzijds is er sprake van te hoge korting bij bulkverkoop aan muzikscholen. De controle op de toekenning van de korting is moeizaam en leidt tot terugkerende commotie in de vergaderingsnotulen van de VMN over het te hanteren prijsbeleid. In de ‘Mededelingen van het Bestuur’ uit februari 1922 staat: “Van de ‘Chambre Syndicale des editeurs de Musique’ te Parijs, ontvingen wij als antwoord op ons verzoek, om bij bestellingen van Nederlandsche musici geen hogere korting te geven dan hier ten lande gebruikelijk” (Wagenaar, 1922). De achterliggende problematiek is groter; onderling wantrouwen en economisch overleven van muziekhandelaren en -uitgevers speelt een rol. Er nadert een economische crisis.

In het Orgaan wordt gesproken van woekerwinsten die de Duitse uitgevers ten koste van de Neutralen maken. Vooral de Duitse leveranciers zijn onbetrouwbaar aangaande het gehanteerde prijsniveau aan de Nederlandse muzikuitgevers. Een factuur van 9 januari 1920 van de firma van Gebr. Reinecke in Leipzig berekent voor één Beethoven werk (mark 2,25,-) Fl, 1,13 waarbij de Duitse Mark de koers naar de gulden waardeert van 50%. De Firma Litolff uit Berlijn hanteert dezelfde maand de koers naar 40%; hoogst onstabiel. De VMN dient zich als één partij te manifesteren en leert dat met vallen en opstaan. De vereniging dreigt de buitenlandse muzikuitgevers met een inkoopboycot. De secretaris Seyffardt concludeert: “De Vereeniging zonder orgaan is als een lichaam zonder, ziel wij dienen gezamenlijk op te trekken; eendracht maakt macht”.

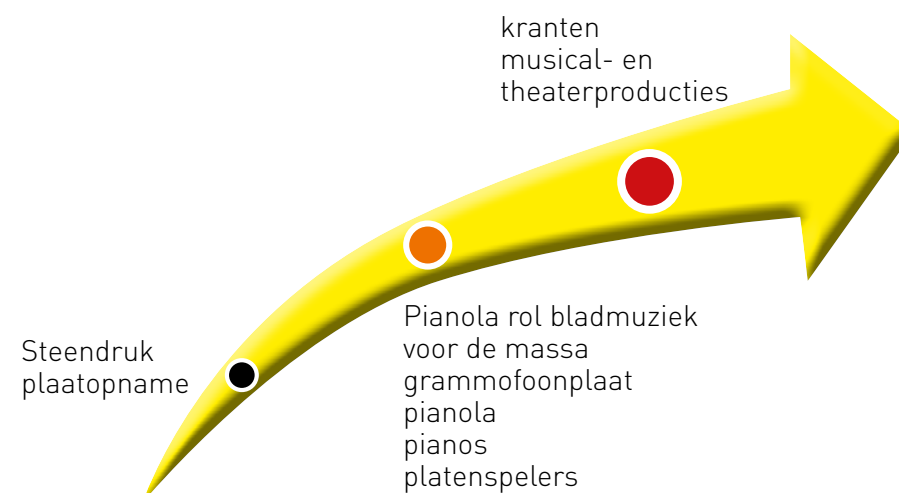
6.7 Conclusie

De overgang van de 19^e naar de 20^e eeuw kenmerkt zich als een roerige periode waarin groeperingen zich bewust worden van hun maatschappelijke macht en volken een neiging hebben tot een mate van imperialisme. Ondanks internationale cultuurvermenging zoeken de volkeren in Europa een eigen identiteit en conflicteren ze in toenemende mate. Binnen de grote context van het CIMT model heeft dit een weerslag op de muzikcultuur. De Eerste Wereldoorlog vergroot de culturele tegenstellingen. Ondanks de neutraliteit van Nederland neemt de culturele invloed van geallieerden toe in de Nederlandse muzikcultuur.

In de kleine context van het CIMT-model levert de pianola als technologisch innovatie succes op voor de muzikuitgevers. De ‘automatic piano’ is

een externe innovatie (Frith, 1997). In onze huidige termen zou men de pianola kunnen kenmerken als de eerste succesvolle hardware muzikspeler met de pianolarol als softwaregeluidsdrager. Uit de Verenigde Staten komen ook andere belangrijke innovaties zoals de grammofoon en film, die uiteindelijk de branche in hoge mate gaan beïnvloeden. De industrie splitst zich in technici die platen kunnen persen en grammofoons bouwen, een platenindustrie die de master vervaardigt en exploiteert en muzikuitgevers die de compositie aan de platenmaatschappij licenseren. Wanneer we de technologische fasering van dit regime beschouwen dan wordt het bereik vergroot door drie technologische lagen, volgens het TMB-model gestoeld op Handke’s aanname van nieuwe markten (Handke, 2010).

Technology Music and Media Range model (TMMR-model)

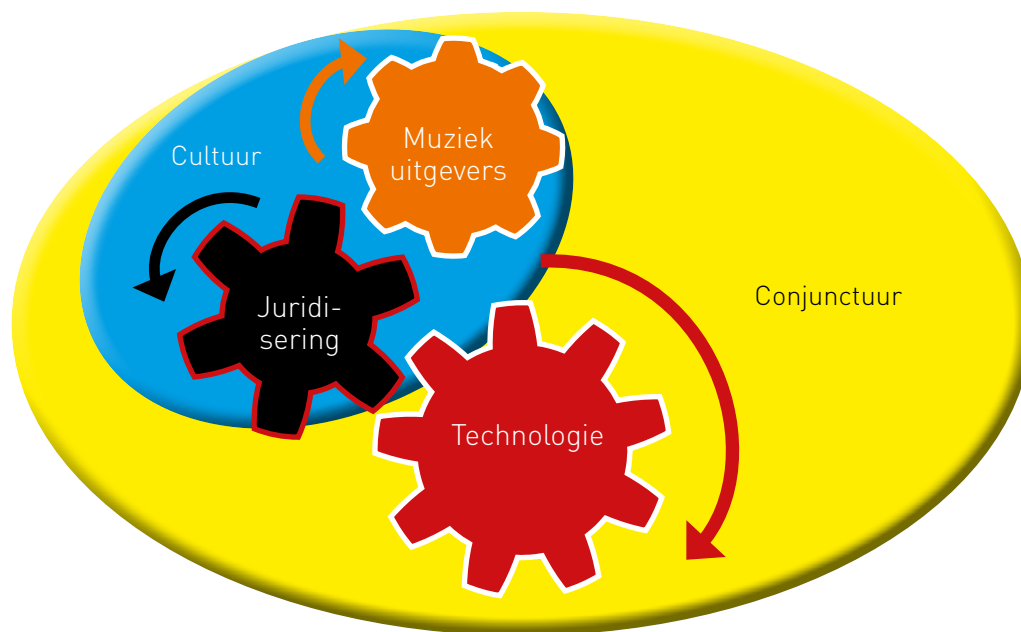


Figuur 6.2 bereikvergroting van muziek voor uitgevers door technologie en media.

Op juridisch gebied leidt de pianola in de VS tot een revisie van de daar geldende auteurswet en de wetgever vraagt zich af of het ongeautoriseerde gebruik van pianorollen een inbreuk is op de auteurswet, hetgeen wordt bevestigd. Een rechtszaak uit 1908 leidt uiteindelijk tot de beslissing dat het recht wordt uitgebreid met ‘mechanically recorded music’ en een additionele provisie van 2 dollarcent royalty fee op alle bladmuziek en dragers wordt toegekend, om de componist en muzikuitgever te vergoeden (Sanjek & Sanjek, 1988, p. 24).

Een duidelijk voorbeeld van de verbinding tussen technologie en wetgeving. In juridisch opzicht wordt de grootste stap voor de componist en uitgever gezet in 1912. Vanaf die periode wordt het auteursrecht erkend en het uitvoeringsrecht uitbaatbaar door collectieve auteursrechtenorganisaties. De uitgevers gaan voorop in de strijd om het uitvoeringsrecht exploitabel te maken en in 1913 is Buma een feit en kan de kersverse auteursrechtenorganisatie, na afspraken over de verdeling, geleidelijk beginnen met het collecteren. De rol van administrateur voor de muzikuitgever wordt eminent. Binnen het CIMT-model is de juridische component door het hard maken van het auteursrecht en de nodige organisatie hieromtrent dominant.





Figuur 6.3 Bron: Wierda & Hitters 2013

Ook op het entrepreneurial vlak kenmerkt dit regime zich nadrukkelijk en muziekuitgevers ontwikkelen vernieuwende promotiemethodieken om zoveel mogelijk stuks bladmuziek en pianorollen te verkopen. Populaire artiesten worden onder druk gezet om hun bladmuziek te promoten in ruil voor geld en exclusiviteit van de uitvoeringsstukken. Deze methode noemt men 'Payola', waarbij het 'fait accompli-principe'⁶⁶ wordt gehanteerd, een dubieuze vorm van dealmaking. Een ander belangrijk ondernemersinitiatief van de uitgevers is het aanstellen van 'song pluggers' die de composities verkopen binnen het netwerk. Er ontstaat een eenheidszin en een dwingende drang tot isomorphisme om zich als ondernemers te verenigen (DiMaggio & Powell, 1983). In 1907 wordt de beroepsvereniging VMN opgericht om een betere auteursrechtregeling en handhaving hiervan te bewerkstelligen. De meeste firma's die muziekgerichte activiteiten ontplooiën en exploiteren zijn zowel uitgeverijen van bladmuziek als handelaren in muziekinstrumenten. Bladmuziek ontwikkelt zich geleidelijk als een gangbaar consumentenartikel. Er ontstaat een oligopolie. De leden dienen zich te conformeren aan prijsafspraken, op straffe van roeyement en een leveringsverbod van titels van de werken.

Het regime vangt aan in 1912 als het auteursrecht hard wordt en raakt uiteindelijk ook weer verlamd met de economische crisis die met rasse schreden nadert.

⁶⁶ duidt op een handeling waarbij de componist of artiest voor een voldongen feit wordt gesteld.

Crisis, oorlog en herstel

7.1 Inleiding

De opmars van grammofoonplaten op internationale schaal wordt vanaf 1929 geremd door de crisis die overwaait uit de Verenigde Staten. De dominante conjuncturele terugslag raakt ook de muziekuitgeverbranche. Bestedingsmogelijkheden van consumenten dalen, protectionistische en nationalistische krachten komen boven drijven. Nederland slaat zich moeizaam door de crisisjaren heen en als de Tweede Wereldoorlog uitbreekt, hebben de muziekuitgevers elkaar hard nodig om zich staande te houden. De wederopbouw na de bevrijding is moeizaam, maar de Marshallhulp biedt een helpende hand. Het nieuwe economische spectrum staat in het teken van het gedachtegoed van Keynes.

Binnen de grote context van het CIMT-model blijken de oorlogsjaren zowel cultureel-maatschappelijk als sociaaleconomisch rampzalig. Onder het regime van het nationaalsocialisme heerst een grote culturele armoede met een enorme verschraving en vervlakking van het aanbod aan kunst. Voor de muziek geldt dat sommige stromingen ronduit worden verboden en andere juist van hogerhand worden gepropageerd.

In de kleine context van het CIMT-model sijn op technologisch gebied, naast de geluidsdragers, ook andere innovaties op mediagebied door; dit betreft zowel beeld- als geluidinnovaties. Als gevolg hiervan veranderen juridische aspecten aan zowel het mechanische recht als het uitvoerende. De wetgeving past zich aan en de auteursrechtenorganisaties melden zich. Gedurende de crisis, de oorlog en de wederopbouw voeren de entrepreneurs een moeizame strijd die uiteindelijk met veel schade gewonnen wordt.

7.2 De crisisjaren

Als in 1929 de beurs in New York instort, volgt een ongekend conjunctureel dal in de VS met als gevolg een zware algehele economische crisis in de westerse wereld. Wanneer in 1932 de Amerikaanse president Hoover op de crisis reageert, telt de VS al meer dan 17 miljoen werkelozen: een kwart van de beroepsbevolking. Meer dan 32.000 bedrijven zijn dan failliet verklaard en ongeveer 4500 banken zijn gesloten (Sanjek & Sanjek, 1991). De Amerikaanse overheid moet volgens Hoover zuinig zijn en streven naar een sluitende begroting. Als gevolg hiervan neemt de druk op de kosten toe en neemt het bedrijfsleven zijn toevlucht tot prijs- en loonsverlagingen. De stringente bezuinigingen leiden tot een prijsdaling en er ontstaat deflatie. De flamboyante Britse econoom Maynard Keynes ziet een andere weg en breekt een lans voor juist meer overheidsbestedingen in laagconjunctuur en een devaluatie van de eigen munt zodat de concurrentiepositie verbetert. De overheid zou de werkgelegenheid kunnen verruimen door overheidsopdrachten te verstrekken zoals de aanleg van kanalen, dijken, wegen, en de bouw van scholen en ziekenhuizen. Keynes wijst op de noodzaak om bij onderconsumptie bedrijvigheid te stimuleren en bij te grote economische activiteit, als inflatie dreigt, de economie te remmen door bijvoorbeeld begrotingsoverschotten te kweken (Fremdling & Jong, 1989).



Nederland in de Crisisjaren

Ook Nederland ontkomt men niet aan de katalyserende malaise van de crisis. De eerste jaren na de Eerste Wereldoorlog is Nederland financieel kwetsbaar, onder andere door de sterk gestegen Nederlandse staatsschuld, maar toch neemt de welvaart gestaag toe (Griffith & Zanden, 1989, p. 142). De catastrofale daling van de conjunctuur door de beurskrach van Wallstreet in oktober 1929 brengt de economisch gunstige ontwikkeling abrupt ten einde. De afzet van industriële producten stinkt en massaontslagen volgen. Benauwde weerklinkt het advies "koop Nederlandsche waar dan helpen wij elkaar". De in zichzelf gekeerde reactie op de omstandigheden is begrijpelijk maar desastreus voor een klein land dat afhankelijk is van buitenlandse handel en haar koloniën. In 1931 sluit de Nederlandse regering haar grenzen gedeeltelijk voor buitenlandse producten, overigens niet voor cultuurproducten zoals bladmuziek. De autarkische opstelling mag niet baten. In vijf jaar tijd (van 1931-1936) verdrievoudigt de werkloosheid tot meer dan 400.000.

Nederland houdt nog lang vast aan een effectieve wisselkoersregulatie, met als gevolg dat de gulden in enkele jaren explosief in waarde stijgt. De appreciatie van de gulden bedraagt van 1931 tot 1935 wel 80%, waardoor de concurrentiepositie verslechtert en de uitvoer 20% daalt (Griffith & Zanden, 1989). De reactie van de Nederlandse politiek is het verlagen van het loon- en prijsniveau, wat devaluatie van de gulden tot gevolg heeft (Fremdling & Jong, 1989).

Bladmuziek wordt voornamelijk betrokken uit Duitsland, Engeland en de Verenigde Staten, met alle gevolgen van dien voor de Nederlandse muziekuitgevers. Niet alleen stijgen de prijzen van importartikelen fors, ook nemen de bestedingsmogelijkheden van consumenten zienderogen af door dalende lonen. In 1935 geldt bovendien een importrestrictie van Duitse goederen, als reactie op een onevenwichtige betalingsbalans (Griffith & Zanden, 1989, p. 142). Pas in september 1936 komt aan de achteruitgang van de negatieve concurrentiepositie van Nederland geleidelijk een einde.

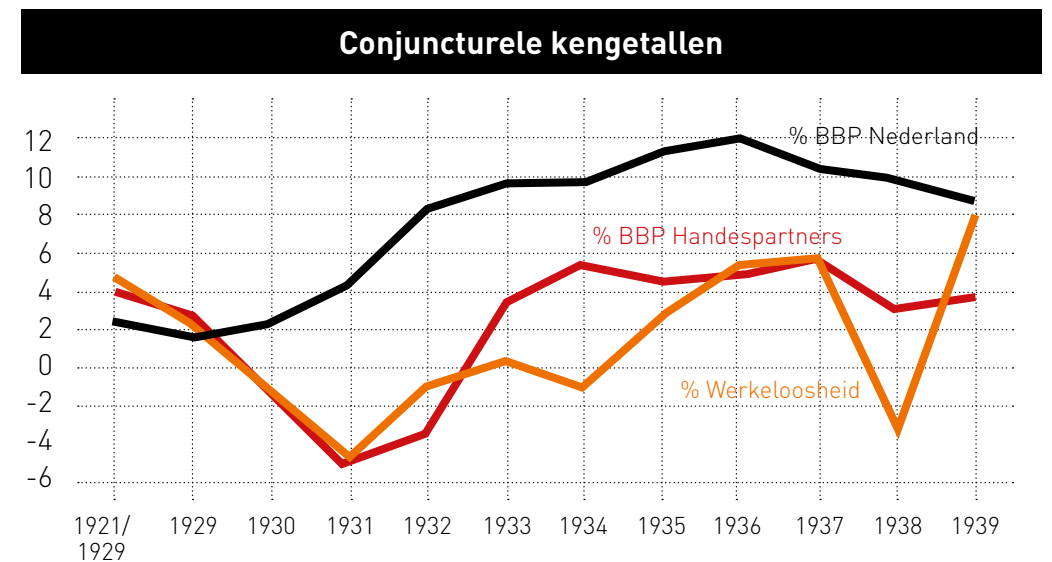
Als reactie op de crisis presenteert de socialistische partij (SDAP⁶⁷) in 1935 het 'Plan van Arbeid'. In de crisisjaren (1929-1940) geldt de SDAP als voorstander van een actievere rol van de overheid⁶⁸ om de economie uit het slop te halen, o.a. door openbare werken ter bevordering van het economisch leven. Wie 'steun' geniet, dient ervoor te werken. Op grote schaal worden werklozen ingezet, voornamelijk in bouwprojecten. Wie weigert, is aangewezen op de zeer karige 'armenzorg'⁶⁹ (Boschloo, 1989, p. 86). De regeringspartijen zien echter niets in het grote werkverschaffingsplan van de SDAP en minister-president Colijn is ook fel tegen. De confessionele kabinetten die tussen 1933 en 1939 onder leiding van Colijn regeren, vinden echter geen constructieve oplossing voor de bestrijding van de crisis, wat resulteert in een aanzienlijke toename van de werkloosheid: van 18.000 in 1929 naar 20% van de beroepsbevolking (475.800) in 1936 (Griffith & Zanden, 1989). Er ontstaan vernederende rijen voor stempelkantoren. Sociale onrust zoals het Jordaanooproer zijn het gevolg. Colijn blijft echter voorstander van cyclisch beleid en omarmt het keynesiaanse denken niet. Hij voert grote bezuinigen door.

67 De SDAP was een sociaal democratische partij met een republikeinse en antimilitaristische inslag aan de linkerzijde van het politieke spectrum. De SDAP was nauw verbonden met het dagblad Het Volk, de Arbeiderspers en de VARA als onderdeel van de socialistische zuil. De SDAP streefde naar betere levensvoorwaarden van de arbeidersklasse onder het kapitalisme en daarmee tevens naar de confiscatie van belangrijke industrieën door de staat.

68 Eerder is een aanpak van werkverschaffingsprojecten al gemeengoed. De Amsterdamse gemeenteraad besluit in 1928 tot de aanleg van het Amsterdamse stadsbos als werkverschaffingsproject voor de vele werklozen, onder de naam Boschplan.

69 In dezelfde trant ontstaan later ook bijvoorbeeld de aanleg van het vliegveld Eelde in 1931 of stuwen in de Maas en later de afsluitdijk.

In de crisisjaren krijgen cultuurproducten grote klappen als laag gekwalificeerde levensbehoefte, zo ook de muziekuitgever industrie (Kaplan & Norton, 1998). De economische crisis ondermijnt tevens het vertrouwen van burgers van alle politieke richtingen in de democratie en nationalisme steekt de kop op (Woltjer, 1994). Een slagvaardig beleid is onmogelijk, gezien de toenemende polarisatie van politieke partijen en de opkomst van extremistische politieke groeperingen. De situatie kantelt na 1936, door toedoen van de devaluatie en de toenemende vraag vanuit het zich militariserende Duitsland. De economische situatie in Nederland verbetert met talrijke orders uit Duitsland, maar de dreiging van het fascisme wordt, mede door de vluchtelingenstroom, nu ook gevoeld. In 1939 komen de SDAP en de liberalen tot overeenstemming over een regeringssamenwerking teneinde de naderende dreiging te kunnen pareren. De SDAP verlaat de klassenstrijd en zweert het antimilitarisme af en in 1939 nemen de eerste ministers zitting in een kabinet (Jong, 1968).



Figuur 7.1 Groei % BBP en het werkloosheidspercentage van de Nederlandse beroepsbevolking - Bronnen: CBS, Macro-economische ontwikkelingen; Maddison, Groeifasen 275; tabellen 5,2 en 6,6.

De oorlogsjaren

Als in september 1939 de legers van Hitler Polen binnenvallen, rekent de Nederlandse regering nog op de neutraliteit zoals gebezigd tijdens de Eerste Wereldoorlog. Des te schokkender is de inval van de Duitsers op 10 mei 1940. Op 14 mei capituleert Nederland, na felle gevechten op de Grebbeberg en een verwoestend bombardement op Rotterdam. De koningin en het kabinet vluchten naar London en vormen allengs een regering in ballingschap. Op 18 mei benoemt Hitler de Oostenrijker Seyss Inquart tot rijkscommissaris van Nederland met als opdracht om, met het twijfelachtige voordeel van 'Germaanse broedervolk', Nederland voor zich te winnen aan de hand van het nationaalsocialistische gedachtegoed.

Economisch gaat het Nederland de eerste oorlogsjaren nog redelijk voor de wind door de vele Duitse orders. De Nederlandse economie beleeft al in 1939 een nieuwe periode van versnelde groei door de internationale herbewapening (Griffith & Zanden, 1989, p. 129). Het hele productieapparaat valt nagenoeg onbeschadigd in Duitse handen, afgezien van de koopvaardijvloot, waarvan slechts 5% in Duitse handen valt (Jong, 1991, p. 427). Rond 1940 beginnen de bezetters met maatregelen tegen de joodse bevolkingsgroep volgens een vast dwingend patroon; registreren, isoleren, deporteren en vervolgens vernietigen. In 1940 dienen alle ambtenaren een ariërverklaring te tekenen, waaraan helaas massaal



gehoor wordt gegeven. Weigeraars en joodse werknemers worden ontslagen. Joden worden geweerd uit het openbare leven zoals parken en straten. De joodse gemeenschap wordt bijgedreven in Amsterdam. In Amsterdam en de Zaanstreek vindt in februari 1941 een omvangrijke staking plaats naar aanleiding van agressief optreden tegen joden. De Grüne Polizei slaat de staking hardhandig neer en als represaille wordt de Jodenbuurt in Amsterdam afgesloten. Joodse jongens worden opgepakt en gedeporteerd naar Mauthausen.

In 1941 begint de nazificering van Nederland verder gestalte te krijgen, hoewel slechts een relatief klein deel van de Nederlanders zich aangetrokken voelt tot deze doctrine. Er geldt vanaf die periode een verbod op alle politieke partijen behalve de Duits georiënteerde NSB. De Staten-Generaal, de Provinciale Staten en de gemeentebesturen worden allemaal ontbonden. Het Nederlands Arbeidsfront vervangt de vakbonden, de boeren moeten lid worden van de Landstand, de medici van de Artsenkamer en de kunstenaars (waaronder de componisten van de muziekuitgevers en de uitgevers zelf) moeten lid worden van de Kultuurkamer.

In 1942 volgt de tweede fase van het Duitse plan om de joodse burgers te 'endlossen'. Zij worden opgeroepen of bij razzia's uit hun huizen gehaald, waarna ze op transport worden gesteld naar Westerbork, om uiteindelijk gedeporteerd te worden naar vernietigingskampen zoals Sobibor en Auschwitz (Jong, 1991). Van de 140.000 Nederlandse joden komen er 100.000 nooit terug. Vele ambtenaren werken plichtsgetrouw mee aan registratie en deportatie. Er is onder de muziekuitgevers een hoog aantal joodse ondernemers.

In 1943 wordt het verzet tegen de Duitsers geïntensiveerd met aanslagen, hulp aan onderduikers en spionage voor de geallieerden. Er vindt een staking plaats tegen de 'arbeidsinsatz' waarbij men ageert tegen de verplichte plaatsing van jongens die dienen te werken in de Duitse oorlogsindustrie. De economische welvaart daalt desastreus en het eten wordt schaars en gaat op de bon. In 1944 wordt het zuiden van Nederland bevrijd door de geallieerden. Het noorden moet nog een strenge winter onder het Duitse juk doorstaan (Jong, 1991). Op 5 mei 1945 wordt uiteindelijk ook het westen bevrijd. Nederland is dan economisch volledig berooid en sociaal uitgeput. Volgens de gegevens van het CBS is de industriële productie in 1944 nog slechts 30% van het niveau van 1939 (Griffith & Zanden, 1989, p. 178). Een complete ontmanteling van de industrie door de bezetter evenals de uitputting van het werknemerspotentieel ten behoeve van de Duitse industrie is een feit.

Nederlandsch Indië

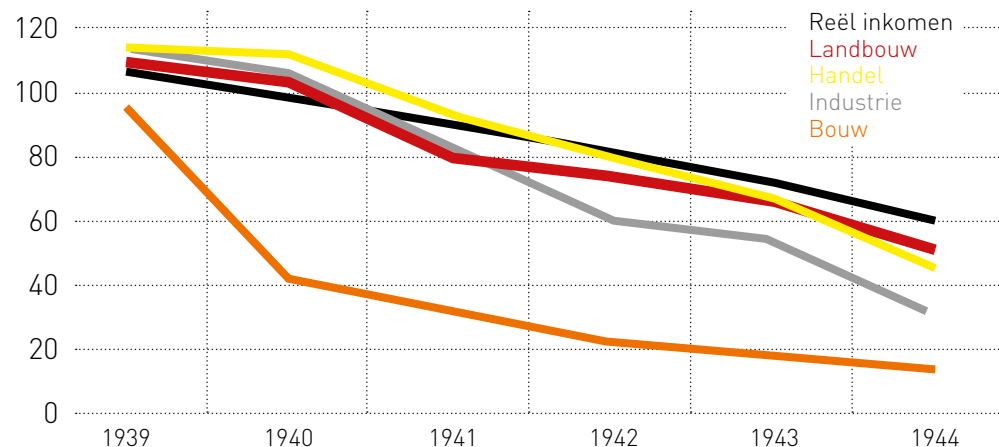
Een belangrijke afzetmarkt voor Nederlandse muziekuitgevers zijn de koloniën waarvan Nederlands Indië veruit het belangrijkste is (Alsbach, 1935). In de oorlogsjaren blijkt distributie van bladmuziek en grammofoonplaten uiterst moeizaam wegens transportproblemen en beperkte internationale allianties. In 1942 vallen de Japanners Nederlands-Indië binnen en nemen er het bestuur over. Al snel vormen zij interneringskampen waarin de Nederlanders gescheiden in mannen- en vrouwenkampen worden geplaatst. Een deel van de gevangenen wordt als dwangarbeider naar Birma en Japan gestuurd waar zij onder onmenselijke omstandigheden te werk worden gesteld. 25% van de Indische Nederlanders overleven de oorlogsjaren niet (Jong, 1991). Na de capitulatie van Japan op 15 augustus 1945, hoopt de Nederlandse regering het vooroorlogse gezag weer uit te oefenen. Veel Indonesiërs denken daar anders over en wensen onder leiding van Hatta en Soekarno onafhankelijkheid. Colijn wijst echter zelfs een gedeeltelijke autonomie resoluut van de hand. Twee dagen na de capitulatie van Japan roepen Hatta en Soekarno de onafhankelijkheid van Indonesië uit en een militaire strijd volgt. Onder druk van Engeland en de Verenigde Staten wordt ten slotte afgesproken dat Indonesië een federatieve soevereine staat zal worden binnen een Nederlands Indonesische Unie. Dit geeft niet de nodige vrede en zogeheten politieke acties volgen in 1948 en 1949, waarbij vooral aan Indonesische kant veel slachtoffers vallen. Uiteindelijk gaat Nederland in 1949 door toedoen van het dekolonisatie-beleid van de Verenigde Staten overstap en erkent het de Republiek Indonesia. De Nederlandse muziekuitgevers verliezen een aanzienlijke afzetmarkt.

Wederopbouw

Na de Tweede Wereldoorlog worden de keynesiaanse beginselen in West-Europa algemeen toegepast. Het hoogste streven vóór alles is volledige werkgelegenheid vanuit het oogpunt dat hoge werkloosheid weer kan leiden tot een antidemocratische Apocalyps. (Anderson, 1979) Binnen deze nieuwe economische werkelijkheid van een actieve overheid zijn volgens Griffith en Van Zanden twee modellen te definiëren: het Angelsaksische model, waarin de vrije marktwerking centraal staat en de overheid zo min mogelijk ingrijpt in de economie en zich terughoudend opstelt ten aanzien van regelgeving op sociaal terrein; en het Rijnlands model, waar volgens een sociaaleconomische gedachte de overheid vele taken heeft en onder andere de werking van de vrije markt controleert en corrigeert. Nederland conformeert zich na de Tweede Wereldoorlog voornamelijk aan het Rijnlandse model. De Nederlandse regering in ballingschap heeft al verregaande plannen gesmeed om na de oorlog een vernieuwde economische en sociale orde te scheppen; en ook verzetsmensen, intellectuelen en politici hebben hun gedachten hierover gevormd. Allen zijn ervan overtuigd dat er een einde moet komen aan de vooroorlogse verzuilde maatschappij.

Dit blijkt echter een utopie, want de verhoudingen zijn taai en sterker geworteld dan de idealen (Lijphart, 1990). Nederland is verwoest en men schat de schade op ruim 25 miljard gulden. Een lange weg naar herstel volgt, mede dankzij de welkome Amerikaanse Marshallhulp die een aanzienlijke 3 miljard gulden bedraagt (Anderson, 1979). De vakbonden blijken coöperatief en het burgerlijk ideaal van schoon en hard werken zorgt ervoor dat de wederopbouw voorspoedig verloopt.

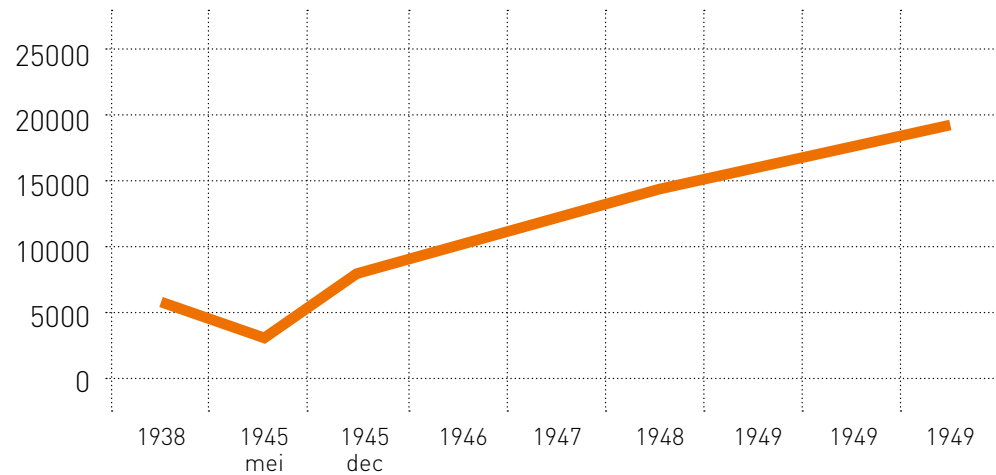
Indicatoren van ontwikkeling van de productie en reële inkomen



Figuur 7.2 Indicatoren van de ontwikkeling van de productie en het reële inkomen, 1939-1944 (indices 1938) - Bron: CBS, Kroniek, 7; de index van de industriële productie is berekend op grond van gegevens uit E8/739 en 740.

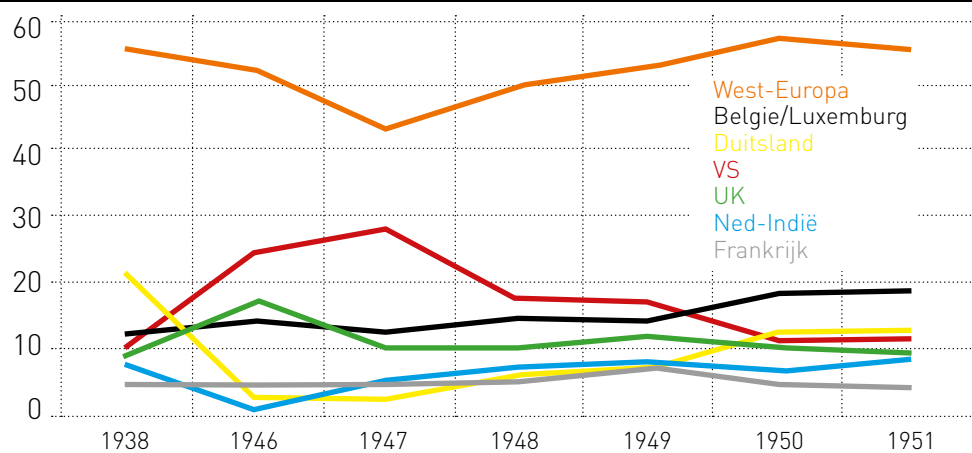


Nationaal inkomen Nederland (miljoen gulden)



Figuur 7.3 Bron: Lieftinck, The Post-War Financial Rehabilitation, 14, December 1955.

Invoer



Figuur 7.4, Procentueel aandeel van de invoer van Nederlandse handelspartners. - Bron; Archief CBS Tachtigerjaren statistiek in tijdsreeksen, 112, 115-118.

In de bovenstaande grafieken is het effect van de Marshallhulp, waarvan de piek in 1947 plaatsvindt, goed te zien, evenals de sterke daling van de invoer met Duitsland van voor de oorlogsjaren en het voorzichtige herstel.

7.3 Schlagers en Jazz

Jazz in Nederland

In een ingezonden stuk in De Muziekhandelaar uit december 1929 wordt een lans gebroken voor een nieuwe muziekstroming: "Wij schrijven 'actuele' muziek niet te verwarren met 'moderne' muziek, want Jazzmuziek is allerm minst modern van inhoud. Zij verkondigt geen nieuwe klanken of rhythm en, doch is slechts een veranderde vorm." De gangbare mening onder muziekuitgevers is dat jazz niet au serieus zou mogen worden genomen gezien de verwantschap met dansmuziek. Een standpunt dat in die tijd weerlegd wordt door Paul White-

man, een vooraanstaande grootmeester der jazzmuziek in Amerika, die juist het belang van dansmuziek ziet voor toondichters van alle tijden. "Waren niet de gigue en sarabandes uit Bach's tijd ontstaan, zoo hadden wij deze onvergetelijke muziek nooit gekend. Had men de mazurka en de wals niet gedanst, toen Chopin leefde?" hij vervolgt: "Waarom zouden componisten van onze tijd niet hetzelfde doen? Weinigen kunnen daaraan dan ook weerstand bieden en zij hebben als Gershwin reeds belangrijk tot de Jazzliteratuur bijgedragen" (Esso, 1929). De jeugd voelt zich sterk tot Jazz aangetrokken en lijkt "als de vlieg op de suiker tot de studie dezer muziek bekennen, temeer daar de weg tot een goede positie in het muziekleven voor haar geopend wordt". Blijkbaar is het lucratief in Nederland jazzmuzikant te zijn. Salarissen van 75 tot 100 gulden per week (in die dagen spectaculair) zijn voor jazz-orkestleden usance. Bij Paul Whiteman in de VS kunnen de verdiensten zelfs oplopen tot 15.000 dollar per jaar, naast extra inkomsten van radio en grammofoon. Jazz is in 1929 in de VS al immens populair en de eerste vorm van Stardom dient zich aan. In 1935 vermeldt het branchetijdschrift van de Algemeene bond van Winkeliers in Muziekinstrumenten in Nederland dat de prijzen van Jazz grammofoonplaten (voornamelijk import uit of via Engeland) exorbitant stijgen en desondanks niet aan te slepen zijn (Esser, 1935, p. 15).

Schlagers

Naast de voorzichtige Amerikaanse invloed op de populaire muziekcultuur in Nederland, is er een gedegen stroom van Duitse titels die populair blijken. In mei 1930 staan in het vakblad Muziekhandel populaire bladmuziektitels zoals: An der Schönen blauen Donau, Wein, Weib und Gesang, Persische Marsch, Lob der Frauen, Fliegermaus Polka en vele Walzer (Duwaer, 1930). In 1931 meldt het vakblad onder het kopje 'Slaptele!' dat de Schlagermuziek qua verkoop sterk is verminderd. "Banden en Potpourri's hebben daar schuld aan. Engelsche albums dienen te worden geweerd" (Cohen jr, 1931, p. 2). De auteur spreekt over de kwalijke invloed van Engelse muziek ten koste van de Duitse Schlagermuziek. Men vreest dat via "Sluiksche wegen de Wright- Day- en Campbell-bandjes" ongeoorloofde Britse producten de muziekhandel binnendringen die nu juist de meeste marge maakt op Duitse waar. Het is hierbij geen kwestie van culturele voorkeur, maar een geval van smaak gestuurd door gewin. Muziekuitgevers en de bijbehorende muziekwinkels verstaan de kunst om voor orkesten de juiste arrangeurs en componisten bij elkaar te brengen. De rol van de uitgever was de beïnvloeding van orkesten ter promotie van haar repertoire, ofwel: dealmaker, netwerker en creative matchmaker. Dirigenten van radio-orkesten worden benaderd. Cabaret is in die dagen in opkomst als genre en sommige muziekuitgevers zoals Cor Smit zijn specialist in het Louis Davids en het Pinkhof repertoire (interview bestuurder auteursrechtenorganisatie). Muziekuitgevers verkopen de meeste bladmuziek voor de beoefening van de piano en het aandeel klassieke muziek is het grootst (Dupont, 1933). Onder het verzuilde gesternte doen verschillende radio-orkesten hun intrede en de vereniging van Nederlandse muziekuitgevers voeren een nadrukkelijk pleidooi om vooral Nederlandse componisten te gebruiken. Een voorbeeld van de ingekeerde muziekcultuur en een variant op de economische praktijk in de jaren dertig: koop Nederlands waar!

De Cultuurkamer

In de oorlogsjaren kentert het vrije culturele klimaat en komen de muziekuitgevers en componisten onder de vakgroep 'Componisten van de Cultuurkamer' te vallen. Joodse ondernemers en componisten worden uitgesloten. Nederlandse componisten worden met klem uitgenodigd om "Nederlandsche Marschen voor de Germaansche SS" te componeren. "Der hogere SS und Polizeiführer Nord-west Germanische Leitstelle Dienststelle Niederlande, heeft de bemiddeling



ingeroepen van het muziekgilde tot het verkrijgen van vijf Nederlandsche Marschen.” (Dockum, 1943, p. 135). De muziekcultuur dient te germaniseren en vele muziekstromingen die daar buiten vallen worden verboden.

“Aangezien het verboden is in het openbaar muziek te maken, die in belangrijke mate de kenmerken draagt van de wijze van improviseeren, uitvoeren componeeren, en arrangeeren door negers en negritos, is het ook aan alle onder toezicht van de Nederlandsche Kultuurkamer staande private muziekpaedagogen en private muziekscholen verboden, onderwijs te verstrekken in deze wijze van muziekbeoefening.” (Vink, 1944, p. 153)

De publicatie van de oproep aan de componisten in het Tijdschrift vanuit de Kultuurkamer illustreert (ill.7.1) een cultureel dieptepunt in de historie van de branche.

Vakgroep Componisten

**NEDERLANDSCHE MARSCHEN
VOOR DE GERMAANSCHEN**

In de 16de eeuw, toen het Nederlandsche volk voor zijn vrijheid streed, ontstonden de prachtige nationale liederen, die ons thans nog treffen door het fiere karakter, het trotsche volksbewustzijn, de onversaagdheid, den heldenmoed en het Godsvertrouwen, welke er uit spreken. Thans na bijna vier eeuwen staan wij weer in een strijd, nu in de gigantische worsteling om twee wereldbeschouwingen. Er klinken prachtige nationale strijdzangen door de gouwen van Europa. Vrijwilligers uit alle landen strijden schouder aan schouder. Duitse marschen klinken door den aether.

Der höhere **ff**- und Polizeiführer Nordwest, Germanische Leitstelle Dienststelle Niederlande, heeft de bemiddeling ingeroepen van het Muziekgilde tot het verkrijgen van vijf Nederlandsche marschen, t. w.

- Divisie Wiking Marsch;
- Regiment Westland Marsch;
- Generaal Seyffardt Marsch;
- Brigade Nederland Marsch;
- Admiraal de Ruyter Marsch.

Uit alle Germaansche landen worden marschen ingezonden. Elke goedgekeurde marsch wordt met f150.— gehonoreerd. Indien een dezer marschen bekroond wordt, zal een prijs worden toegekend. Het bedrag van dezen prijs is nog niet vastgesteld.

Eenige Nederlandsche componisten zijn uitgenoodigd om aan dezen oproep gevolg te geven. Verlangd wordt, dat uit de in te zenden werken het Nederlandsche karakter klinkt, zooals het in de geuzenliederen in den geloofsstrijd tot uiting kwam en zooals het ook nu, in dezen grooten strijd van heldenmoed en grenzenloze offeringen van een nieuwe Nederlandsche generatie, weer klinken moet, niet alleen in de strijdlieder, maar ook in de marschen van Nederland.

De Bestuurder van de
vakgroep Componisten,
C. DOCKUM

Illustratie 7.1 oproep aan de componisten in het Tijdschrift vanuit de Kultuurkamer.
Bron: De Wereld der Muziek (Tijdschrift vanuit de Kultuurkamer), februari 1943, nr. 6.

Culturele bevrijding

De geallieerden, waaronder de Amerikanen en Canadezen, brengen de 'sound' van de overwinning met furieuze trompetten en daverende saxofoons. De populariteit van jazzorkesten en big bands stijgt snel. Vooral de Amerikaanse muziekcultuur domineert in advertenties in de vakbladen van de uitgevers. Muziek leek een metafoor van de vrijheid na 5 jaar van onderdrukking:

“Met de Marshallhulp werd Nederland tevens rijp gemaakt voor de massaproductie en – consumptie van gebruiks- en verbruiksgoederen, geheel naar Amerikaans model. Dankzij die hulp kwam bijvoorbeeld de import weer op gang van de grammofoonplaten die voor de jazz van onschatbare waarde waren.” (Kleinhou, 2006, p. 11)

Kleinhou (2006) spreekt over een invasie van vrijheid, democratie en moderniteit als de belangrijkste waarden die de Amerikanen in het naoorlogse Nederland uitdragen en propaganderen. Jazz en swing geven de Amerikaanse culturele aanwezigheid cachet binnen de Nederlandse muziekcultuur.

Ook Nederlandse muziek doet weer van zich spreken en neemt toe in populariteit. Bij de bevrijding zijn liedjes zoals 'Trees heeft een Canadees', 'Cherio Holland' en 'Daar zijn de appeltjes van Oranje weer' razend populair. Het groot Amusementsorkest van Klaas van Beeck, de Skymasters van Pi Scheffers, Annie de Reuver, Sonja Oosterman, Mela Soesman, Jan Boots, zijn enkele prominente succesvolle acts (Leichner, 1949).

Nederland is ook cultureel bevrijd maar de gevestigde orde blijkt toch moeite te hebben met de popularisering van muziek. De culturele elites vrezen dat de geijkte hiërarchische culturele verhoudingen verstoord zouden geraken, wat zou kunnen leiden tot normverval onder jongeren (Kleinhou, 2006).

7.4 Radio en de geluidsfilm

De nieuwe geluidsopname technologieën, voornamelijk ontwikkeld door bedrijven Edison, Columbia en Victor, tarten de bestaande industriële structuur en veranderen uiteindelijk het kernproduct van de muziekindustrie van bladmuziek naar de grammofoonplaten. Aanvankelijk beschouwen deze bedrijven in de VS muziekcontent als een doel om grammofoons te verkopen. Aan het einde van de jaren '20 wordt de content belangrijker dan de hardware (Sanjek & Sanjek, 1991). Platenmaatschappijen gaan het vinden van talentvolle artiesten als een van hun taken zien en richten zich ook op het ontwikkelen van nieuw muzikale persoonlijkheden. Ze nemen de gatekeeper-functie deels over van muziekuitgevers. De fabricage van geluidsdragers en het marketen en distribueren van deze fysieke producten behoort tot de kerntaken van de platenindustrie. Uiteraard heeft de beurskrach ook zijn invloed op de verkoop van platen: waar in 1925 nog 22 miljoen platen in de VS worden verkocht daalt dit in de crisisjaren tot maar 5 miljoen stuks in 1932 (Hoogwater, 1933).

In Nederland is de platenverkoop op dat moment nog steeds van een geringe omvang, omdat de platenpeler in die dagen een product voor de elite is. Toch kan gesteld worden dat West-Europa in de platenindustrie eenzelfde ontwikkeling doormaakt als in Amerika, zij het met enige jaren vertraging. Een van de redactieleden van De Muziekhandelaar citeert in oktober 1929 een observatie van een reis naar Wenen uit de Nieuwe Courant:

“In plaats, dat men gedrukte muziek koopt, schaft men zich thans nieuwe grammofoonplaten aan. Nog nimmer hebben de grammofoonwinkels zulke goed zaken gedaan. Hier te Weenen rijzen de nieuwe grammofoonzaken als paddenstoelen uit den grond.” (Broekhuizen, 1929, p. 13)



Radio in de VS

Het artikel van Broekhuizen duidt tevens op de wens tot onafhankelijke muziek te beluisteren waarbij de keuze aan de consument is en niet aan het al actieve radiostation. In de VS is radio eind jaren twintig gemeengoed. De originele technologie stamt uit 1877 wanneer door Elisha Gray muziek wordt uitgezonden over telefoonlijnen. Het draadloos uitzenden is de werkelijke doorbraak en wordt door G. Marconi gerealiseerd in 1901 (Sanjek & Sanjek, 1991, p. 24). Tijdens de Eerste Wereldoorlog nemen Amerikaanse strijdkrachten 6.000 Amerikaanse toestellen gefabriceerd door David Sarnoff⁷⁰ in beslag voor militair gebruik. Als gevolg hiervan stremt de ontwikkeling van de radio en wordt deze pas weer opgepakt rond 1920. Sarnoff is een visionair en ondernemer en voorziet een Wireless Radio Music Box voor alle huishoudens, maar de Amerikaanse overheid is voorzichtig met het verstrekken van licenties, waarschijnlijk uit angst voor politieke invloed via het onbekende medium. In 1923-1924 ontstaat uiteindelijk een ware industrie in de VS waarbij 2 miljoen radiosets worden verkocht en er al rond de 20 miljoen luisteraars zijn. Volgens Sanjek en Sanjek blijken de "talkies" and "radio" pas een eclatant succes in de VS als de prijzen van de radiosets halveren en een aanzienlijk aantal huishoudens door de welvaarttoename er een kunnen aanschaffen (Sanjek & Sanjek, 1991, p. 22). De inkomsten uit advertenties zijn al snel aanzienlijk, maar het uitvoerende recht ter compensatie van het muziekgebruik is nog niet geregeld.

Rond 1932 zijn er in de VS 600 onafhankelijke radiostations waarin veel live performers hun kunsten vertonen. Het hoge aantal is mede ontstaan door het beperkte bereik van de eerste radiozenders. Dit is overigens een van de redenen van het ontstaan van de muziekmetropool Nashville, want deze stad ligt centraal in het radiobereik van de omringende steden en dorpen (interview algemeen directeur platenmaatschappij, 2010). In 1925 taxeert de American Society of Composers, Authors and Publishers het aantal radio- beluisteraars op 16 miljoen, in 1932 op 60 miljoen in de VS. Voor advertenties per Radio-omroep worden 3 miljoen dollar besteed in 1927, in 1932 ondanks de crisisjaren 39 miljoen dollar (Hoogwater, 1933).

Gelijk aan de 'cycle of rejection' van Leonhard zien de muziekuitgevers radio aanvankelijk als een bedreiging en een kannibalisatiemiddel op muziekconsumptie in plaats van een promotiemiddel. Radio is in wezen de eerste vorm van 'streaming', maar niet 'on demand'. Pas in 1926 betalen radiostations in de VS voor muziekgebruik (Sanjek & Sanjek, 1991, p. 29). Daarvoor wordt de vraag tot compensatie afgewimpeld volgens het terugkerende rechtsontkenning-principe; wij promoten toch de verkoop van platen en bladmuziek? Waarom betalen voor gebruik? Opvallend genoeg trachten muziekuitgevers en platenmaatschappijen de platen, de hits, in het begin zelfs te weren van de radiostations. The Music Publishers Protective Association laat in 1933 op alle uitgebrachte nieuwe persingen van platen van de maatschappijen RCA Victor, Columbia en Brunswick de volgende tekst drukken: "Not licensed for radio broadcast", dit overigens zonder succes. Wel illustreert dit de klassieke defensieve houding van uitgevers in de VS ten aanzien van de technologische vooruitgang binnen hun domein: afwachtend en zonder markttransformatie te initiëren (Dowd, 2005).

Radio-industrie in Nederland

In Amerika blijkt radio in 1929 volgens de heer A. van Esso, muziekuitgever te Rotterdam, al 'grijs'. Hij schetst de Nederlandse situatie nog als zeer prematuur. Van Esso constateert dezelfde technologische voorsprong van de VS als in het fenomeen 'sprekende film'. Fijntjes wijst hij op het gevaar van de Amerikaanse

technologise vooruitgang. Hij vreest werkeloosheid onder de muzikanten die ruim emplot vinden in de theaters als begeleiders en daarbij de derving van inkomsten van bladmuziek. Ook heerst er onzekerheid over de overeenkomsten die muziekuitgevers sluiten met platenmaatschappijen. Esso gaat verder: "Instrumentenhandelaren, muziekuitgevers, musici en muziekonderwijzers trachten dezen strijd tezamen te beslechten, Toch wordt de strijd niet gevoerd met fulmineren, tegen den zoo gevreesden mechanische vijand" (Esso, 1929). Zijn pleidooi heeft een vooruitziende blik. In plaats van de strijd aan te gaan met de nieuwe technologie adviseert hij:

"Het gaat dus niet om de vraag: hoe vernietigen wij de mechanische instrumenten, doch hoe kunnen wij daarnaast iets bij de jeugd opbouwen, wat haar behoudt voor een eenzijdig ondergaan in de mechanische kunst en haar opgewekt tot zelfstudie en gezonde oordeelskracht." (Esso, 1929, p.2)

Het belang voor de muziekuitgevers is in die dagen bladmuziekverkoop. Instrumentbeoefening is daarbij cruciaal. Terwijl de eerste officiële radio-uitzending al plaats vindt in 1919, is het opmerkelijk hoe lang deze radio-uitzendingen muziek openbaar kunnen maken zonder licentie daartoe. Eigenlijk valt radio voor Buma pas op rond 1925, als de eerste omroepverenigingen in Nederland ontstaan en radio geleidelijk in belang toeneemt. De 'Hilversumsche Draadloze Omroep' sluit als eerste met Buma een overeenkomst af in 1926. Pas in 1929 tekent Buma met alle omroepverenigingen overeenkomsten. De weerstand van de omroepen is groot en ze vinden afdracht niet noodzakelijk omdat ze met radio-uitzendingen een culturele taak vervullen, die de componisten en tekstdichters alleen maar ten goede komt. (Witbraad, 2007, p. 164).

Als de economische crisis een feit is, trachten muziekuitgevers in de eerste jaren de verklaring van de teruggang van de omzet te zoeken in de komst van de radio. De muziek zal de crisis van heden te boven komen, wanneer zij wederom den weg gevonden heeft tot het hart van het gehele volk (Dupont, 1933, p. 111). Dupont spreekt over het dreigende gevaar van radio ten koste van de muziekbeoefening en de teloorgang van de muziekcultuur als geheel. Er wordt aangedrongen op ingrijpen van de Nederlandse regering die muziekbeoefening verplicht dient te stellen. Opmerkelijk genoeg zien de uitgevers geen enkele vorm van de promotionele en synergistische waarde van het nieuwe medium radio voor zich. Men denkt nog nagenoeg volledig vanuit het bladmuziekparadigma. Pas ver na de bevrijding wordt de afdracht van gelden voor uitvoerend recht van radiostations ten behoeve van radiodistributie met Buma beklonken. De afspraken tellen met terugwerkende kracht tot 1 mei 1954. Tot die tijd houdt zelfs de toenmalige minister Donner in 1947 de vergoeding voor de componisten en uitgevers tegen. Als er al sprake is van betaling, dient Buma dit met de radio-exploitant zelf overeen te komen (Witbraad, 2007, p. 234). Opvallend is wederom de duur van de periode dat radiozenders zonder vergoeding muziek gebruiken en exploiteren. Uit dit onderzoek blijkt hoe moeizaam het auteursrecht hard gemaakt kan worden indien een nieuwe technologie zich aandient, terwijl in het geval van radio toch overduidelijk sprake is van openbaarmaking.

Geluidsfilm

Als in 1927 de geluidsfilm een feit is, zijn er in de Verenigde Staten nog 19.000 muzikanten in de bioscopen werkzaam. Begin jaren '30 zijn dat er nog maar 3.000 (Hoogwater, 1933, p. 126). In het eerste jaar van de geluidsfilm worden alleen al in New York 10.000 orkestmusici ontslagen. Begin dertiger jaren vormt de geluidsfilm de hoofdschotel van het aanbod in bioscopen in Nederland. De eerste sterren van het witte doek zoals Lilian Harvey, Harry Liedke,

⁷⁰ D. Sarnoff is de eerste radioreporter die faam maakt door de ondergang van de Titanic in 1912 te verstaan in een legendarische marathon uitzending van 27 uur (Sanjek & Sanjek, 1991).



Eric Charrel en Willy Fritsch zijn van Duitse origine. De geluidsfilm *Die Drei von der Tankstelle* brengt niet minder dan twee populaire Schlagers onder de titel *'Eine Nacht in Monte Carlo'* en *'Kapt'n Craddock's Lied'* (Duwaer, 1931). Films fungeren als aanjagers van de verkoop van bladmuziek en platen, wat niet zonder nut is: "Mechanisering van muziek als "Ersatz" tast de wezenlijke kunst in haar diepste karakter aan, mechanisering als "voltooiing" van de kunst kan echter van het grootste nut zijn." (Dupont, 1933, p. 111).

De bioscoopbonden zijn vanaf begin jaren dertig in onderhandeling met Buma over de afdracht van het uitvoerend recht voor muziekgebruik als uitvoerders van muziek (Witbraad, 2007, p. 122). De complexiteit van de onderhandelingen schuilt mede in de rol van de Franse collectieve beheersorganisatie Sacem die een collectieve regeling over de afdracht van de bioscopen blokkeert. Buma categoriseert de verschillende bioscopen in haar tarifiering waarbij de hoogste klasse (geldt alleen voor het Amsterdamse Tuschinski Theater (Klasse A)) fl 500,- per maand dient te betalen en de laagste categorie fl. 10,- per maand (klasse N). De totale nationale opbrengst voor Buma komt dan neer op fl. 270.000,- per jaar. Sacem zal in totaal fl. 60.000,- afdragen. De Bioscoopbond staat perplex en laat zijn verontwaardiging horen via dagbladen. In 1933 zetten de bioscopen in Nederland volgens het Jaarboek der Bioscopen fl. 16 miljoen om met 40 miljoen bezoekers. Voor muziekgebruik wordt dus slechts 1,6 % van de totale recette gerekend. De bioscoopbond stelt echter als reactie dat het auteursrecht al geregeld is via de vergoeding van het opdrachthonorarium (Witbraad, 2007, p. 173).

In februari 1934 doet de Hoge Raad uitspraak over de principiële vraag of componisten die voor film speciale muziek geschreven hebben, voor het openbaar maken van die muziek bij vertoning van de film toestemming moeten geven en daarbij een financiële beloning kunnen opeisen. Uiteindelijk leidt arbitrage in opdracht van de minister tot een voorstel van de Bioscoopbond op 3 december 1935 van 19 mille. Buma gaat niet akkoord. Pas in november 1947 komen de bond en Buma tot een akkoord: 1,25% van de netto recettes zal aan Buma worden afgedragen (Witbraad, 2007, p. 240). De strijd om de erkenning van het auteursrecht van het muziekgebruik van bioscopen illustreert de moeizame en trage koppeling tussen technologie en juridisering.

Volgens Frith leidt de verspreidingsmogelijkheid door radio en platenmaatschappijen van populaire muziek in de jaren twintig en dertig in de VS tot de vorming van een nieuwe sociaal-culturele indeling: het klassieke publiek en de aanhangers van populaire muziek (Frith, 1997). In Nederlandse gebeurt het dat de laatste doelgroep de radio omarmt, waardoor geleidelijk de popularisering van lichte muziek wordt bewerkstelligd. De medialisering van populaire muziek door radio en grammofoon doet begin jaren dertig haar intrede. Een gevolg is dat de levenscyclus van producten verkort wordt door een snellere opvolging van muziekwerken, zoals ook dan wordt vastgesteld: "Een schlager (in Amerika een "hit") heeft een veel kortere levensduur dan vroeger. In 1925 was een schlager ongeveer 1½ jaar populair, tegenwoordig is het na 3 maanden al welletjes" (Hoogwater, 1933, p. 126).

De elektrische microfoon

Als laatste niet onbelangrijke technologische sprong is er de ontwikkeling van de elektrische microfoon die het bereik van het aantal luisteraars van live-optredens vergroot en daarmee het aantal verkochte kaartjes. Uitgevers verkrijgen hiermee een deel van de opbrengst. Ook voor kwaliteit van de plaatopname is de verfijning van de microfoontechnologie belangrijk, wat ook weer van invloed is op de cinema en radio.

7.5 Artikel 30a en oprichting Stemra

Minister Donner van Justitie geeft in 1930 aan het "Wetsontwerp tot wijziging der Auteurswet 1912 met het oog op bemiddeling in zake muziekauteursrecht"⁷¹ te herzien. Het wetsontwerp voorziet in een aantal nieuwe artikelen, waaronder artikel 30a. Dit artikel geeft aan dat toestemming van de minister noodzakelijk is indien een partij collectief wil bemiddelen tussen muziekauteurs en muziekgebruikers. Het wetsontwerp beantwoordt niet de vraag aan welke voorwaarden voldaan moet worden om voor toestemming in aanraking te komen. Men kan zich niet aan de indruk onttrekken dat de wijziging in de wet een gevolg is van de strijd tussen Buma en het Franse Sacem (zie hoofdstuk 6). Buma rekent kennelijk op een monopolie van de Nederlandse markt:

Wanneer maar de noodige bureaux worden toegelaten, is dat jure suo het Bureau voor Muziekauteursrecht, gesticht en gedreven door de beide Nederlandsche organisaties, dien het aangaat, het Genootschap van Nederlandsche Componisten en de Vereeniging van Muziekhandelaren en -Uitgevers in Nederland.⁷²

Veel belangen van de componisten zijn echter al verstrengeld en nogal wat belangenorganisaties spreken zich opvallend genoeg uit tégen het te vestigen monopolie. De Nederlandse leden van de Société des Auteurs, Compositeurs et Editeurs de Musique verklaren dat het gewenste voorstel een aanslag is op hun geestelijke eigendommen: "(...) een onduidelbare dwang om de vertegenwoordiging van hun geestelijken eigendom op te dragen aan een vertegenwoordiger, niet in vrijheid gekozen, maar door de regering opgedrongen" (Witbraad, 2007, p. 106).

Er zijn binnen het beroepsdomein ook voorstanders. Het Genootschap van Nederlandsche Componisten is voor en spreekt over het einde van een voor Nederland vernederende periode. Het parlement stemt uiteindelijk naar ampel beraad in met het wetsvoorstel en Sacem wordt buiten spel gezet (Witbraad, 2007). Voor de muziekuitegever geldt meer invloed op de inning van gelden en een bestuurlijke positieversterking. De nationalisatietendens is hierbij binnen het muziekuitegeversdomein duidelijk zichtbaar. Tevens willen zowel Buma als de overheid de auteursrechtelijk gerelateerde zaken niet onnodig complex maken als de nieuwe meestal nationaal verleende licenties voor radio worden geëxploiteerd. Ditzelfde geldt voor de exploitatie van platenmaatschappijen en bioscopen.

50 jaar

Een andere ingrijpende maatregel die zich in dit licht binnen de juridische context openbaart, is de verlenging van de beschermingsduur. De auteurs genieten binnen hun landsgrenzen (en later daarbuiten) een langere bescherming. De verlenging van de duur van deze door de Berner Conventie voorgestelde bescherming geeft aan dat zowel auteurs als uitgevers de inkomsten uit het uitvoerend recht aanzienlijk achten en dat deze inkomstenvorm in belang toeneemt:

"In de hoofdzak is de wet tot stand gekomen ten gevolge van de vele besprekingen, zoowel in Duitschland als in Oostenrijk, waardoor de mogelijkheid bestaat, dat in de beide landen, die een beschermingsduur van dertig jaren, binnenkort de beschermingsduur tot vijftig jaren zal worden uitgebreid, in overeenstemming met de meeste Europeesche landen." (Dupont, 1931, p. 5)

De internationale wetgeving is in vele gevallen van invloed op het gedrag van muziekuitegevers in Nederland. Zo ook in november 1949 als de voorzitter van de

⁷¹ Memorie van Toelichting bij het Wetsontwerp tot Wijziging der Auteurswet 1912 (Nationaal Archief)

⁷² Ons Kompas van 20 maart 1930, p19



Sectie Muziek van het *Congres International des Editeurs* te Parijs bericht over de regeling van het relayeren van radio-uitzendingen. Bij heruitzending van radioprogramma's wordt geëist dat de uitgever toestemming hiervoor moet verlenen aan de radiodistributeurs. Aan de muzikuitgevers wordt verzocht om voorwaarden van relayering, met een overeen te komen huurprijs, naar het Franse auteursrechtenmodel aan te passen. De relayering kan slechts worden uitgevoerd ter plaatse van de 'Organismes' van de radio-uitzendingen (Dommange, 1949). Overigens wordt de regeling op deze wijze niet overgenomen.

Uit Buma rolt Stemra

Mechanische productierechten zijn bij de oprichting van Buma ook geregeld. Buma controleert en registreert de mechanische verveelvoudiging van werken van haar leden. Dit is echter beperkt tot handhaving van de rechten van haar eigen leden. Deze beperking wordt ingegeven door het feit dat er in Nederland in 1919 nog nauwelijks sprake is van mechanische reproductie. In 1929 organiseert Buma op september 1929 "een demonstratie met betrekking tot hetgeen in den laatsten tijd praktisch bereikt is op het gebied der grammofoon-industrie".⁷³ Pas op 12 augustus 1936 is de oprichting van de Stichting tot Exploitatie van Mechanische Reproductierechten (Stemra) een feit zonder wettelijk monopolie. Zoals blijkt uit de eerste inkomsten is de stichting vlak na de oprichtingsjaren nog verliesgevend; de jaarinkomsten van fl. 3.500,- en fl. 4.000,- zijn niet kostendekkend (Dupont, 1933). Een internationaal instituut genaamd 'Bureau International de L'Edition Mecanique' (BIEM) vestigt zich in Parijs en regelt voor de mechanische rechten de internationale wederkerigheidsovereenkomsten van het wereldrepertoire. Nederland volgt het Duitse inningmodel dat meer gestoeld is op de belangen van de muzikant (Witbraad, 2007, p. 35). De muzikuitgeverij ziet vanaf die periode mede toe op de handhaving en inning van het mechanische recht; de administratieve rol neemt in belang toe.

7.6 Kannibalisatie en mobilisatie

De muzikuitgeverbranche bestaat in 1929 uit een veertiental middelgrote nationale spelers met ongeveer gemiddeld zes man personeel en vele kleinere bedrijven die vaak de muzikuitgeverij met een winkelvestiging combineren (Heer, 1946). Het gevaar van radio voor muzikuitgevers wordt in december 1929 duidelijk geïllustreerd in de vergaderingsnotulen van het *Orgaan* door oud-redacteur Broekhuijsen:

"Gaan wij 1930 tegemoet in hoopvoller stemming dan de vorige jaren, zoo meen ik dit met een volmondig "neen" te moeten beantwoorden. Naast de oude concurrenten, die reeds in het begin dezer eeuw op een groot deel der jeugd beslag legden, zoals: bioscoop, dancing, sport (met al deszelfs uitwassen) enz., neemt toch de radio een zéér voorname plaats, zool niet de aller-voornaamste plaats in." (Broekhuijsen, 1929, p. 1)

Zoals eerder gesteld zit het leeuwendeel van de muzikhandel in bladmuziekverkoop ten behoeve van huiselijke muzikbeoefening. De commerciële route loopt via educatie door muziekdocenten naar verkoop in de winkels. Het paradigma van uitgevers is nog volledig op deze handelswijze ingericht. Uit dit onderzoek blijkt dat muzikuitgevers radio als een bedreiging van dit economische proces beschouwen. De omslag van bladmuziek naar inkomsten uit platenverkoop als nevenartikel ziet men wel als een kans, maar wel een die in wezen voor uitge-

vers branchevreemd is. In dit licht adviseert muzikuitgever Broekhuijsen de branchegenoten om ten eerste bladmuziek zuinig in te kopen en ten tweede zich toe te leggen op de verkoop van nevenartikelen: "kleinere muziekinstrumenten, grammofoons, en vooral platen en radioartikelen" (Broekhuijsen, 1929, p. 1). Deze kannibalisatieangst van muzikuitgevers is uit internationaal oogpunt ook niet vreemd. In de VS zakten de platenverkopen eind jaren '20 in elkaar, door toedoen van het zonder licentie uitzenden op de radio (Frith, 1997, p. 56). Een ogenschijnlijke vorm van Schumpeters creatieve destructie, ogenschijnlijk omdat de twee vormen uitstekend naast elkaar kunnen bestaan en radio- en muziekproducenten elkaar zelfs hard nodig blijken te hebben. Bovendien is het begin jaren '20 gebruikelijk om bij de eerste radio uitzendingen artiesten te 're-corden', waardoor ze een opname als product verwerven en deze unieke opname verhandelen. Dupliceren is dan nog te complex en op kleine schaal te kostbaar (interview algemeen directeur platenmaatschappij, 2010).

In 1933 worden door de Commissie van Overleg van Buma nieuwe tarieven aan de horecagelegenheden voorgelegd. Daarbij dient zich een fundamentele auteursrechtsvraag aan, nl. of er sprake is van een nieuwe vorm van openbaarmaking wanneer in een horecabedrijf de radio of radiodistributie aanstaat (Witbraad, 2007, p. 160). In Nederland blijkt een rechtszaak nodig om het gelijk van de uitgevers en auteurs te halen: toestemming is vereist. Echter, in tweede instantie verwerpt de kantonrechter het vonnis met de stelling dat radiobezitters de vrije beschikking hebben over de opgevangen geluiden. De zaak gaat uiteindelijk naar de Hoge Raad, die concludeert dat er wel degelijk sprake is van twee openbaarstellingen. Eén door de radiozender zelf en één door de horecagelegenheid zelf. De horecaondernemers zijn 'not amused'. De *Utrechtsche Courant* spreekt over het onmogelijk maken van het gezelligheidsleven en men tracht massaal de afdracht aan Buma te ontlopen⁷⁴. Muzikuitgevers wendden zich volgens Witbraad via een manifest tot de buitenwacht en nemen als beroepsvereniging positie naast Buma en tegenover de omroepen die dagelijks de auteurswet overtreden (Witbraad, 2007). Pas in 1938 wordt uiteindelijk via de rechter afgedwongen dat de twee partijen voor muziekgebruik en zending dienen te betalen. Een belangrijk exploitatiemodel van het uitvoerend recht voor uitgevers dient zich aan. Twaalf jaar later dan in de VS en bijna twintig jaar na de eerste radio-uitzending in Nederland.

Angst voor creatieve destructie

De machinaal voortgebrachte muziek (lees radio) bedreigt volgens de muzikuitgevers Esso, Snoek en de Heer het bestaansrecht van vele muzikanten. Zij verwijzen in 1930 naar het verlies van vele orkesten door theaterdirecties in de VS. "Wanneer machinaal voortgebrachte muziek den kunstenaar in duizenden gevallen vervangt, zal de gelegenheid voor het individu om zijn talent te ontplooien – zoo noodzakelijk in alle kunst – tot een minimum terug worden gebracht" (Esso, 1929 ; Esso, 1930, p. 6). Deze uitspraak illustreert wederom de grote waarde van muzikeducatie voor uitgevers en daarbij het belang van bladmuziek. De bedreiging is zodanig serieus dat Esso spreekt over de bestaanskwestie van de muzikuitgevers en musici. In *De Muzikhandelaar* van januari 1930 erkennen de muzikuitgevers machteloos te staan tegenover de radio, die de lust van de amateurbeoefenaar ondermijnt:

"Zoo hier en daar keert men wel weer tot het eigen spel terug. Doch over het algemeen is het te gemakkelijk en de radioprogramma's staan tegenwoordig in het algemeen ook op een zeer hoog peil, waarbij dikwijls het eigen spel te zeer afsteekt om dit te bevorderen." (Dupont, 1930).

⁷³ Uitnodiging d.d. 9 september 1929 aan de Buma-aangeslotenen om de demonstratie bij te wonen (BSa inv.nr 82)

⁷⁴ *Utrechtsche Courant* 18 mei 1938



Dupont stelt opmerkelijk genoeg voor om de radio dienstbaar te maken aan de muzikuitgevers. Bij iedere grammofoonplaat die gedraaid wordt op radiostations dient een of tweemaal het merk van de platenmaatschappij, de titel, de componist en de muzikuitgever vermeld te worden. Hij klaagt ook over de vele buitenlandse werken op de radiozenders; wel 90% rond 1930:

“Scheen het oorspronkelijk, alsof de mechanische piano een belangrijken rol zou gaan spelen, tegenwoordig wordt zij overvleugeld door de gramfoon en radio. Het belangrijke is m.i. hierin gelegen, dat de muziek thans in kringen komt, waar ze vroeger nooit kwam, dat zij een geweldige verspreiding, om niet te zeggen popularisatie, ondergaat.” (Loman jr, 1930, p. 3)

Wederom ziet men de popularisering van een nieuw medium niet als een kans, maar als een bedreiging. Waar het zo duidelijk over een economische kans voor de branche gaat, focussen muzikuitgevers overduidelijk op de bedreigingen. De ‘cycle of rejection’ van Leonhard wordt hier gedemonstreerd. Voor de actieve muziekbeoefening schat men de radio in als ‘*fnuikend*’ (Loman jr, 1930). Langzaam echter wordt het medium minder als een bedreiging gezien en in de muziekhandel van 1933 verschijnt een artikel waarbij muzikuitgever H.F. van Baaren stelt dat de grammofoon bij uitstek geschikt is om het familieleven te bevorderen en de waarde van muziek te uiten. De reguliere bladmuziekwinkel krijgt steeds vaker een ruime collectie van grammofoonplaten. Ondanks de splitsing in twee industrieën zijn de retailkanalen gelijk. Al snel vertaalt het succes zich in het verschijnen van onafhankelijke concurrerende radio- en grammofoonwinkels, dit tot ontsteltenis van de lezers van het *Orgaan*. Als reactie hierop stelt de vereniging entreebarrières op, zodat exclusiviteit en vakmanschap wordt bedongen: een vorm van normatief isomorfisme en een tendens om de branche te professionaliseren (DiMaggio & Powell, 1983). Voor winkels gelden de criteria van over een etalage en voldoende voorraad beschikken, vakkennis bezitten en kredietwaardig zijn. Een andere eis is dat een nieuwe winkel zich op minimaal 750 meter afstand van een concurrent mag vestigen (Cohen jr, 1931). Er zijn begin jaren dertig voor de entrepreneurs vier duidelijk gedefinieerde bedreigingen volgens de commissie van de redactie van het *Orgaan* van de federatie tot behartiging van de belangen van den muziek- en instrumentenhandel (Stad, 1933, februari, p. 28):

1. De benarde economische omstandigheden “zodat nog weder een belasting als deze weeldeverteringsbelasting voor onze bedrijven funest zal zijn”
2. Toenemend gebruik van radio en het ongelimiteerd spelen van Grammofoonplaten door radio-omroep en verenigingen
3. De uitbreiding van het auteursrecht
4. De verhoogde invoerrechten (in september 1932 verhoogd van 10% naar 13%).

Frith concludeert in 1987 dat de intens conservatieve houding van de muziekindustrie gevoed wordt door het principe van ‘avoiding risk’ in plaats van ondernemend risico nemen (Frith, 1997). Binnen dit onderzoek geldt dit zeker voor de muzikuitgevers, die haar exploitatiewortels al eeuwen in vaste grond hebben staan met opbrengsten op basis van langdurige exploitatie van rechten.

Repressie

In 1939 spreken de muzikuitgevers in hun lijfblad van een vrij gunstig jaar voor de branche, maar men voelt de oorlogsdreiging. “Voor velen beteekent ‘Mobilisatie’ een groote teruggang in zaken” (Duwaer, 1939, p. 4). De secretaris spreekt

nog de hoop uit: “En wanneer het ons gegeven moge zijn buiten de oorlog te blijven, dan zal ook de muziekbranche na het sluiten van de vrede zich weldra geheel herstellen...”. In januari 1941 staat in het *Orgaan* de wrege hoop dat “in de volgende nog verduisterde maanden moge verduistering in zooverre een goeden invloed op onze omzet hebben”. Men schrijft de goede omzet mede toe aan de ‘verduisteringsvoorschriften’ waardoor men meer thuis moet blijven. De leden voorzien in een noodfonds voor de door oorlogsmolest getroffen drie winkels te Rotterdam (Duwaer, 1941, mei). Het aantal leden van de vereniging neemt zienderogen toe. Blijkbaar leidt de sluipende oorlogsdreiging tot saamhorigheid van de muzikuitgevers. “Onze buitenlandsche verbindingen laten nog veel te wenschen over, en het verkeer met o.a. onze Fransche en Engelsche relaties is nog geheel gestaakt” (Albersen, 1941, p. 3). Langzaam maar zeker sluit het net van de bezetter zich. De eerste stap is de vorming van gildes in november 1941 door de Kon. Ned. Middenstandsbond met plannen om de gehele muziekbranche daarin onder te brengen. De tweede stap is de mededeling in 1942 dat de Vak- en Middenstandsverenigingen geliquideerd zullen worden (Pauwels, 1942). Het aantal leden van de vereniging van muzikuitgevers stijgt door tot 214 terwijl dit er in 1939 124 waren. In de notulen schemeren af en toe problemen van joodse muzikuitgevers door. Dit zijn er relatief veel en zij zijn ook invloedrijk binnen de vereniging van Nederlandse Muzikuitgevers. De notulen vermelden: “Helaas verkeeren wij nog steeds in oorlogstoestand en zijn wij een bezet land, hetgeen dikwijls tot groote moeilijkheden aanleiding heeft gegeven en dat vele personen, zelfs enkele van onze leden, aan den lijve hebben moeten ondervinden” (Mededelingen van het bestuur, 1942).



Illustratie 7.2 Herman Abendroth, kapelmeester van het Gewand-orkest speelt voor een internationaal publiek in Leipzig, met de vermelding dat er vele Nederlanders aanwezig zijn. Bron: De Wereld der Muziek orgaan van het Muziekgilde der Nederlandsche Kultuurkamer, 15 juni 1944, Foto Reichsmesseamt, herr Stenzel



De bevrijding

Dan valt de communicatie in het archief van de Vereeniging geruime tijd stil en meldt de secretaris zich in 1945 met de bevrijdende woorden:

"Wij kunnen weer vrij ademen en vrij spreken, dus ook in 't jaarverslag en behoef ik niet, zooals voorheen, onder zeer bedekte termen onze afkeer te toonen over de toenmalige dwang, over het verschil in ras, waar vooral onze joodsche collega's zoo heel veel hebben moeten lijden." (Duwaer, 1945)

Uit het verslag op inferieur stencilpapier blijkt dat de vereniging in 1942 al haar bescheiden, kasboeken, het gehele archief en alle drukwerken naar de Kultuurkamer in Den Haag gestuurd heeft, evenals de contanten en waardepapieren. Ook voor de tegoeden van Buma geldt beslaglegging van alle tegoeden vanaf 1944, zodat componisten en muzikuitgevers geen of nauwelijks een vergoeding krijgen. Bij de vereniging van muzikuitgevers worden er na de oorlog ook leden ontmaskerd. De firma Jorgensen te Amsterdam schrijft in 1942 een brief aan een Duitse instantie met het verzoek om hem in de gelegenheid te stellen een firma over te nemen, eindigend met de woorden Heil Hitler. De muzikuitgever van Zuylen blijkt de heer C.B. Smit aan te hebben gegeven aan de Sicherheitsdienst zodat deze de firma van Smit kan confisqueren. Een deel van de brief uit 27 maart 1942 wordt in 1946 gepubliceerd in de Muziekhandel.

- 3 -

Slechts enkele regels uit een brief van den Heer van Zuylen dato 27 Maart 1942 wil ik hier aanhalen:

"Zij weten dus de weg en de Joden zijn nog lang niet overwonnen. Ik ben overtuigd, dat alle verordeningen ten spijt, er nog zeer veel Joodsch Kapitaal van de eene hand in de andere is gegaan. Het is ook eigenaardig dat, waar zoo veel Joden in een concentratiekamp zijn, geen enkele Smit, zelfs niet de zoon van 27 jaar, een groote nietsnut, tot deze categorie behoort."

Commentaar overbodig !

Die man mag nooit weer in den muziekhandel terugkeeren.

L. Duwaer.

Illustratie 7.3 Algemene Mededeling van secretaris L. Duwaer (september 1946)

De vereniging verliest prominente leden zoals de heer Cohen die naar Duitsland weggevoerd is. De heer Goldschmeding is gefusilleerd en van de heer Esso wordt niets meer vernomen (Duwaer, 1945). De vereniging is volledig uiteengeslagen, de muzikuitgevers berooid, het aantal leden gedaald tot onder het niveau van 1939. De meeste middelgrote uitgevers van voor de oorlog (variërend van 2 tot 8 man personeel) zijn nog actief op de Nederlandse markt. Vooral de allerkleinste muzikuitgevers hebben het zwaar en kunnen zelfs de contributie niet dragen, sommige staken de bedrijfsvoering (Heer, 1946).

In 1946 wordt uitvoerig van gedachten gewisseld over de reorganisatie van de vereniging van muziekhandelaren en -uitgevers. Overeenstemming wordt

bereikt over de splitsing in twee afdelingen; enerzijds de grossiers-uitgevers en anderzijds de detaillisten. Onder het kopje 'het gaat goed' wordt enig optimisme van de nieuwe tijdgeest geschetst:

"Nooit hebben wij een interessanter tijd beleefd dan nu. Menschen vergeten zoo gauw en in de beslommeringen van vandaag kunnen wij ons nauwelijks meer indenken hoe wij b.v. de winter van '44 op '45 zijn doorgekomen. Razzia's honger, voedseltochten, onderduiken, illegaal werk, concentratiekampen, Duitschland enz. enz. en dat alles is nu verleden." (Heer, 1946, p. 2).

Wederopstanding

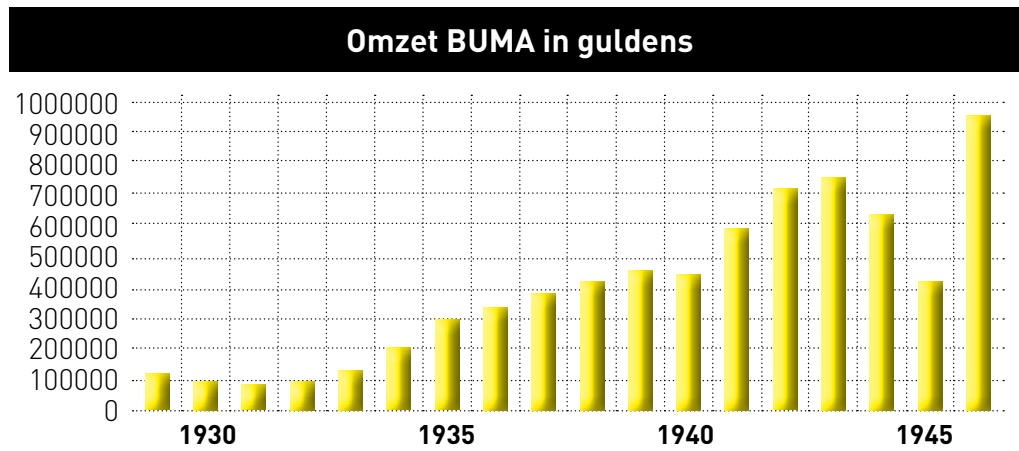
Rond 1946 krabbelt de muziekhandel weer langzaam op en warenhuizen zoals Vroom en Dreesman gaan plotseling populaire bladmuziek verkopen, wat de klassieke muzikuitgevers en detaillisten zeer bedreigend vinden. De ondernemers winden zich weer ouderwets op over het fluctuerende kortingbeleid van de leden. Een nieuw protocol voor lidmaatschap van de vereniging wordt gemaakt. Muzikuitgevers trachten zich verder te onderscheiden door vakmanschap. Als de oud-voorzitter Alsbach in 1947 op een Engels en Russisch reisvisum afreist naar de Leipsiger Messe, is Duitsland nog volledig verwoest: "Leipzig zelf, waar ik vanaf 1893 bijna jaarlijks kwam, was onherkenbaar. Alles puinhopen en ruïnes. In sommige straten slechts gevels zonder iets" (Alsbach, 1947, p. 12).

Over het algemeen is de vereniging tevreden over het verloop van de omzet van bladmuziek en de radio is van vijand tot vriend geraakt. "Waar vroeger de radio de plaats in nam van de piano of orgel, is nu de radio dikwijls aanleiding het gehoorde zelf te willen spelen" (Ganzevoort, 1949). Wederom een goed voorbeeld van de 'cycle of rejection' (Kusek & Leonhard, 2005). De uitgevers zijn ook content over de regeling met Buma ten aanzien van het regelen van het uitvoerend recht voor de radio. Een acceptatie van de radio als medium ziet men als branche blijkbaar ook pas dan als de financiële kant via het uitvoerend recht is geregeld. In 1949 verwerven de uitgevers Koninklijke goedkeuring op de statuten, waardoor de vereniging van muzikuitgevers de mogelijke geschillen met de leden onderling kan slechten en overtredingen van de bepalingen kan bestraffen. "Levering aan de vakhandel en door de vakhandel. Geen levering aan niet-vakkundige zaken. Geen directe levering aan de verbruiker" (Snoek, 1950). Pogingen van componisten om voor eigen rekening muziek te gaan leveren falen door het gebrek aan afzetorganisatie. De muzikuitgevers trachten met vereende krachten het net te sluiten.

Inkomsten uit mechanisch recht

De muzikuitgeverij ziet vanaf de oprichtingsperiode mede toe op de handhaving en inning van het mechanisch recht van geluidsdragers. De administratieve rol neemt in belang toe. In figuur 7.4 blijken de inkomsten na 1929 van Buma te dalen als gevolg van aanzienlijk lagere bestedingsmogelijkheden van de consument. Vanaf het moment dat het Franse Sacem in 1932 van de Nederlandse markt verdwijnt en Buma een monopolypositie vergaart, stijgt de incasso. Ruwweg kunnen we ervan uitgaan dat ruim 1/3 van de omzet ten goede valt aan de muzikuitgevers. De inkomsten van Stemra zijn laag en nauwelijks kostendekkend. Na 1932 groeit de incasso ondanks de economische crisis. Zelfs gedurende de tweede wereldoorlog blijft het inkomsten-niveau op peil tot in 1942. Als Buma en Stemra onder curatele van de Duitse bezetter worden geplaatst dalen de inkomsten geleidelijk (Witbraad, 2007). Er komt een nieuwe organisatie, het Nederlandsche Auteursrechten Bureau. Joodse uitgevers worden gediscrimineerd, evenals joodse componisten en artiesten.



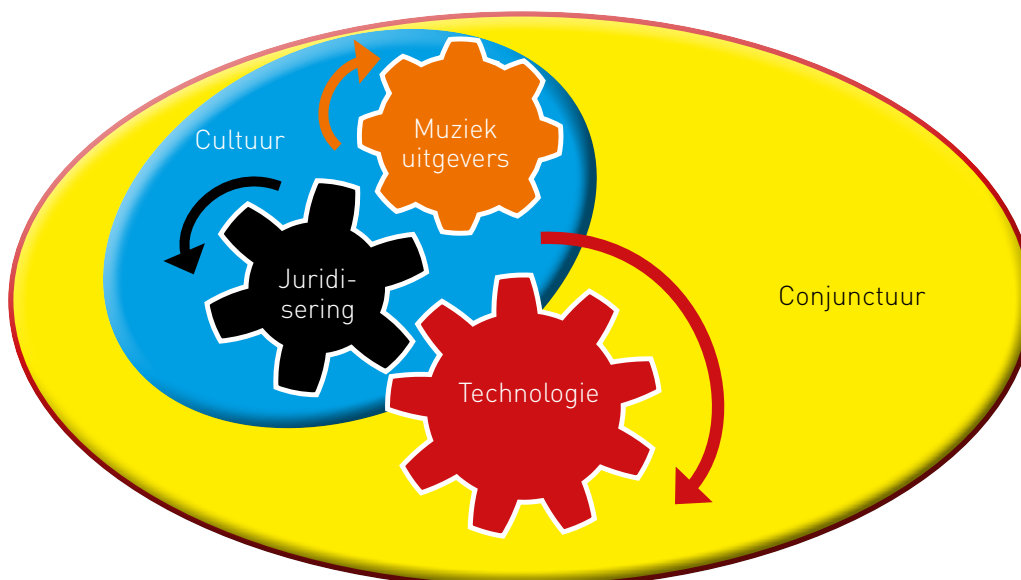


Figuur 7.5 Bron: C. Witbraad, Buma Stemra sedert 1913, Bijlage IV blz. 519 & 586

7.7 Conclusie

Binnen het CIMT-model kenmerkt de periode van 1929 tot begin jaren vijftig zich door de dominantie van de grote context en vooral de conjunctureel-maatschappelijke. Als de economische crisis van 1929 doorwerkt in de Nederlandse economie, heeft dat een significante invloed op de muzikuitgevers.⁷⁵ Het consumptieniveau daalt sterk en daarmee de inkomsten van de branche. De politieke en maatschappelijke ontwikkelingen in het regime 1929 tot 1950 zijn van dien aard dat gedurende de gehele periode uitgevers mee moeten buigen met de sociale en economische dynamiek. Cultureel is er sprake van een relatief arme periode, met als absoluut dieptepunt de bezettingsperiode waar dwangmatig een muziekstijl verordonneerd wordt. Als de oorlog ten einde is bieden de Amerikaanse geallieerden hulp volgens het keynesiaanse economische model met Marshallhulp. Nederland herrijst uit haar as en cultureel gezien brengen de geallieerden naast economische hulp ook culturele goederen binnen zoals muziek. De muzikuitgevers kunnen donkere tijden achter zich laten en de voorspoed tegemoet treden.

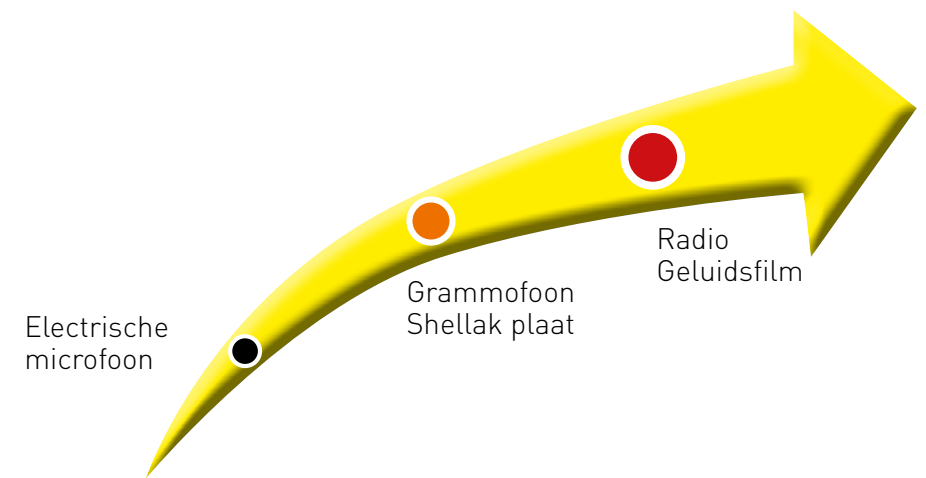
Creative Industry Market Transformation model (CIMT-Model)



Figuur 7.6 Bron: Wierda & Hitters 2013

Ondanks dat de technologieën zoals platenspelers, radio en geluidsfilms in deze periode populair worden, blijft de sociaal economische context op een negatieve wijze dominant. Mede omdat de vergoeding, verkregen door uitbating van het uitvoerend- of wel mechanisch recht, pas later grote vormen aanneemt. Een andere reden waarom de inkomsten nauwelijks wijzigen is dat radiobedrijven en de bioscoopbond (met de geluidsfilm) pas laat het uitvoerend recht erkennen. Er volgt een langdurige juridische strijd over de vergoeding. Radio wordt gezien als een industriële en sociale bedreiging en men ziet dit pas vele jaren later als een promotioneel synergistisch medium. Lang vreest met, met andere woorden, Schumpeteriaanse 'creatieve destructie'. De vrees komt mede uit de ervaring van het instorten van de Amerikaanse platenindustrie (Dowd, 2005). De 'cycle of rejection' van Leonhard & Kusak wordt gedemonstreerd in omgang met de bedreiging van de het medium radio (Kusek & Leonhard, 2005). Bij beschouwing van de technologische ontwikkeling voor de uitgevers in dit regime wordt de medialisering van muziek vergroot door verschillende productinnovaties (Handke, 2010).

Technology Music and Media Range model (TMMR-model)



Figuur 7.7 Bereikvergroting van muziek voor uitgevers door technologie en media.

In het juridische domein wordt aan de collectieve auteursrechten organisatie Buma, middels de veranderde auteurswet in 1932 aan de hand van art 30a, een nationaal monopolie verleend. Buma drukt de Franse concurrent Sacem uit de nationale markt. De juridische factor wordt zowel gekatalyseerd door het conjuncturele en protectionistische gesternte als gedreven door de angst om door opkomende technologieën inkomsten te moeten delen. In 1936 wordt, ten behoeve van de inning van het mechanische recht voor de registratie van de verkoop van geluidsoptnames, Stemra opgericht. De administratieve rol van muzikuitgevers neemt geleidelijk toe in belang. De opbrengsten uit de platenverkoop via Stemra zijn vlak na de oprichting nog nihil: platenspelers en platen zijn elitaire artikelen.

De muzikuitgave-industrie blijkt een coercive isomorphistische (DiMaggio & Powell, 1983) houding te tonen, door de dwangmatige wens tot behoud van haar dominante exploitatievorm, nl. bladmuziek. Het gelijkvormig gedrag wordt afgedwongen door de externe angst voor de radio, waardoor efficiëntie

⁷⁵ Uit de cijfers van Buma in 1947 blijkt van de fl. 299.000,- uit te keren gelden aan de Nederlandse aangeslotenen, fl. 96.000,- aan de muzikuitgevers wordt uitgekeerd (Ganzevoort, 1949, p. 11).



van de bedrijfstak geschaad wordt. Dit past tevens in de 'avoiding risk' strategie (Frith, 1997). In de crisisjaren staat de branche op de modus overleven en is de 'entrepreneurial view' op de korte termijn gericht. Muziekuitgevers zijn vooral in de ban van maatschappelijke en economische ontwikkelingen, hetgeen het verdienmodel van de branche relatief statisch maakt. Ondanks enige conjuncturele voorspoed aan het einde van dit decennium blijft de focus voornamelijk gericht op bladmuziek in plaats van grammofoonplaten of andere exploitatiemogelijkheden. De Nederlandse industrie is nationaal en zelfs lokaal gericht, inclusief haar koloniën. De nieuwe radio-omroepen verrijken de rollen voor muziekuitgevers: dealmaker, netwerker en creative matchmaker, waarbij de beïnvloeding van radio-orkesten ter promotie van repertoire centraal staat.

Als de Tweede Wereldoorlog uitbreekt zoeken de uitgevers steun bij elkaar. Complexe jaren dienen zich aan. De internationale handel wordt belemmerd door conflicten met als gevolg dat afzetmarkten zoals Nederlands-Indië uiteindelijk zo goed als verloren gaan. Vele joodse ondernemers ontvallen aan de vereniging van muziekuitgevers, zelfs door toedoen van leden. De auteursgelden worden door de bezetter geconfisqueerd. De conjunctuur zakt tot een bedenkelijk dieptepunt en de muziekuitgevers zijn berooid. Als de bevrijding zich aandient begint de bedrijfstak voorzichtig met de wederopbouw van de handel.

Genre revolutie

8.1 Inleiding

De voorspoedige voortgang van de wederopbouw van Nederland heeft na enkele jaren ook zijn weerslag in de particuliere consumptie. Vrijwel parallel met het voortschrijden van de welvaart komt begin jaren '50 een omwenteling in het gezelschapsleven op gang. De Angelsaksische muziekcultuur verovert Nederland in een rap tempo. Jongeren identificeren zich met de nieuwe muziekstromingen en er breekt een ware culturele muziekrevolutie uit, waarbij de jaren '50 de aanloop blijken te vormen naar de revolutionaire jaren '60.

Op technologisch gebied neemt de kracht van de media toe. Niet alleen door nieuwe 'disruptive technologies' maar ook door 'disruptive products' (Christensen, Horn, & Johnson, 2005), want ook de producten worden vervangen. Waar het eerst de gewoonste zaak van de wereld is dat een goed burgermansgezin een piano bezit, staat nu een radio of pick-up centraal in de huiskamer. Zowel traditionele als nieuwe mediavormen geven de popularisering van muziek vleugels. Er ontstaat een periode van ongekende culturele vrijheid die zich onder andere manifesteert in nieuwe radiostations zonder licentie die een significante rol spelen in de popularisering van lichte muziek in Nederland. Dit proces wordt nog eens versneld door de hoeveelheid opeenvolgende genres en de ontwikkeling van 'stardom' door de zichtbaarheid van sterren op de televisie.

De vaart van de verandering in technologieën vraagt binnen de kleine context van het CIMT model om veel beweging. Een wijziging in de bescherming van de auteurswerken is nodig en de muziekuitgevers herpositioneren zich. Dit doen ze overigens op innovatieve juridische wijze, waarbij de grenzen van het toelaatbare worden opgezocht. Door de explosie van muziekgenres ontstaat er een scheiding naar soort bij de muziekuitgeverijen, wat overigens ook wordt aangewakkerd door een toenemende tendens tot internationalisering.

8.2 Een Nederlands Wirtschaftswunder

In de jaren '50 breekt in Nederland een periode aan van 22 jaar onafgebroken economische groei (1951 tot 1973, CBS, 85 jaar Statistiek, 1985). Niet alleen is het groeitempo indrukwekkend, ook de stabiliteit en de duur ervan is imposant. De economische groei van de jaren '50 en '60 is vooral te danken aan de algehele groei van de westerse wereldeconomie (Wee, 1983).

Met name de eerste periode na afloop van de Tweede Wereldoorlog staat in het teken van de wederopbouw. Soberheid regeert in die jaren, terwijl de geleide loonpolitiek de salarissen kunstmatig laag houdt. Er wordt fors geïnvesteerd in de ontwikkeling van de infrastructuur zoals vaar-, auto- en spoorwegen en havens, terwijl ook de woningbouwsector en de industrie een hoge prioriteit hebben in de wederopbouw. Pas eind jaren '50 vindt er een verschuiving plaats in het consumptiepatroon en kunnen de Nederlanders zich naast de noodzakelijke levensbehoeften ook enige luxe zoals cultuurproducten veroorloven. In hun analyse van de sociaal economische welvaart van Nederland in het derde kwart van de 20^{ste} eeuw spreken Schuyt en Taverne (2000) van een totale reconstructie van Nederland:



“De welvaartsverbetering en nieuwe vormen van techniek en planning hebben de infrastructuur van Nederland gewijzigd ... [zo] werd in de eerste jaren na de oorlog voorzichtig gesproken over herstel en wederopbouw, in de jaren daarna werd de samenleving bevangen door een zeldzaam gevoel van optimisme en van groot vertrouwen in eigen technisch kunnen.” (Schuyt & Taverne, 2000, p. 29).

Ongekende groei

Over de toedracht van het succes van de wederopbouw van West-Europa lopen de meningen in de literatuur uiteen. De ene verklaring onderstreept dat de inhaalslag mogelijk was door een technologische achterstand van achterliggende decennia, waardoor het versnelde industrialisatieproces genoeg marge had om te exploreren (Haan, 1992; Schuyt & Taverne, 2000, p. 73). Dit is een Schumpeteriaans georiënteerde benadering, waarbij de technologische ontwikkeling de voornaamste stuwende kracht van conjuncturele dynamiek is. Er is ook een algemene verklaring voor het Nederlandse succes, waarin gewezen wordt op de goede internationale concurrentiepositie te danken aan de gevoerde sociaaleconomische politiek na 1945, aangeduid als de geleide loonpolitiek (Zanden & Griffith, 1989, p. 210). Lage prijzen, lage lonen en een ondergewaardeerde gulden zijn cruciale factoren. De export floreert in die periode, evenals de investeringen in industrie. Madisson (1994), die voor de periode 1950 - 1962 de dynamiek van negen West-Europese landen (waaronder Nederland) en de Verenigde Staten vergelijkt, vertegenwoordigt een derde opvatting. Hij verklaart de spectaculaire expansie van de Westerse economieën uit de invloed van verschillende aanbodfactoren en stelt dat technologische ontwikkelingen belichaamd worden in nieuwe kapitaalgoederen. Madisson verlegt in zijn analyse het accent naar het belang van investeringen (factor kapitaal), in plaats van de uitmuntende concurrentiepositie van Nederland. De groei van de beroepsbevolking en de hoge arbeidsproductiviteit in die periode maken zijn verklaring overigens minder plausibel. Naar mijn mening zijn beide zaken onlosmakelijk aan elkaar verbonden; immers een hogere arbeidsproductiviteit verhoogt de algehele investeringsruimte. Concluderend zou men kunnen stellen dat de hoge groei uit de jaren '50 primair verklaard zou kunnen worden uit gunstige ontwikkelingen aan de aanbodzijde, hoge winstverwachtingen én een gunstige concurrentiepositie.

Exportland

De internationale concurrentiepositie verslechtert sterk na 1960; een toename van de relatieve arbeidskosten en de relatieve prijzen zijn hier debet aan. Men gaat echter onverminderd door met het verlagen van de relatieve uitvoerprijzen, waardoor de rentabiliteit van het exporterende bedrijfsleven onder druk komt te staan. Rond 1965 neemt de industriële sector af, mede door de sterke groei van de dienstensector. Tussen 1967 en 1970 dalen de relatieve loonkosten opnieuw en neemt de winstgevendheid van bedrijven toe (Wee, 1983). De export blijft op peil en het intra-Europese handelsverkeer leidt tot economische groei in de jaren '60, ondanks afnemende winsten.

De verzuilingsmentaliteit uit de jaren '50 wordt in de jaren '60 getransformeerd van een pacificatiedemocratie naar een participatiedemocratie (Bosmans, 1987, p. 72). De volgens Schuyt en Taverne (2000) overmatige aandacht voor een omslag van de jaren '50 naar '60 is volgens deze auteurs gestoeld op de populariteit van de visie van de politicoloog Lijphart in zijn boek *Verzuiling, pacificatie en kentering in de Nederlandse politiek*. De fundamentele transitie in de jaren zestig zou in deze lezing voortkomen uit de periode na de Eerste Wereldoorlog (Zanden, 1988). Lijphart verklaart de politieke ontwikkelingen in Nederland sinds 1967 tegen de achtergrond van een lange periode van pacificatiepolitiek in Nederland. In de jaren '60 verliest de politieke elite langzamer-

hand terrein aan de democratische en mondige krachten die ruimte laten voor zelfontplooiing: de periode van ontzuiling en pacificatie die kenmerkend is voor de muziekcultuur is aangebroken.

Bodem voor cultuurverschuiving

De hierboven geschetste transitie wordt door Stuurman (1984) aangeduid als een abrupte breuk die ruimte creëert voor de invloed van subculturen zoals de popmuziek. De revolutionaire onderstroom beoefend door intellectuelen en kunstenaars zoals musici is bepalend is voor de grote paradigmaverschuiving die volgt op de dominante consensusperiode (Taverne, 2007, p. 24).

De 'gouden' jaren '50 en in iets mindere mate de jaren '60 lijken een gevolg van doeltreffende keynesiaanse conjunctuurpolitiek. De onderstaande tabel laat het aandeel particuliere consumptie zien, dat van belang is voor cultuurconsumptie.

Gemiddelde groei van het BNP			
	1951-1963	1963-1973	1951-1973
BNP	4,4%	5,5%	4,9%
Productie bedrijven	4,8%	6,1%	5,4%
Particuliere consumptie	4,9%	5,3%	5,1%
Overheidsconsumptie	4,3%	2,6%	3,5%
Uitvoer	8,3%	10,4%	9,3%
Invoer	8,5%	9,8%	9,1%

Figuur 8.1: De gemiddelde groei van het BNP, de bestedingen in procenten per jaar. Bron: CBS, Nationale Rekeningen, 1958 -1973

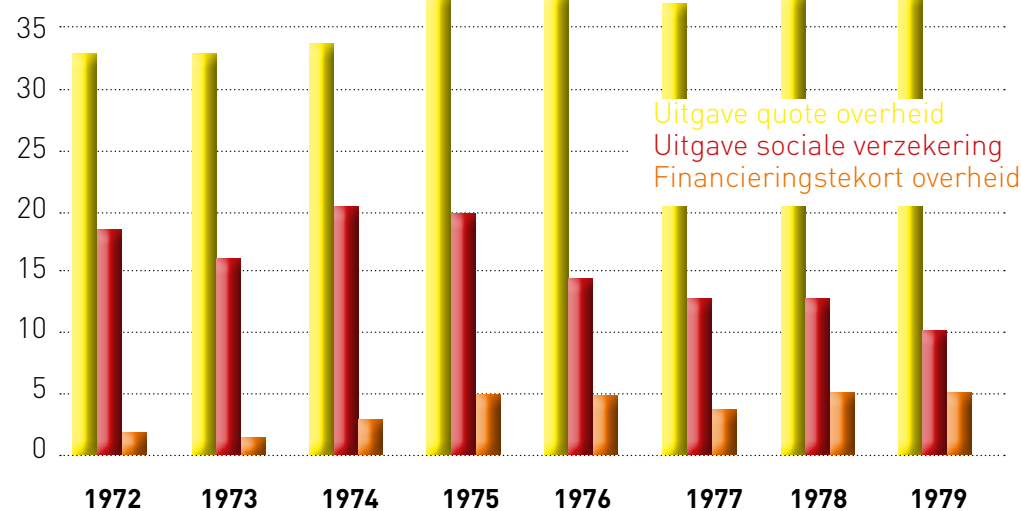
De particuliere consumptiedrift komt mede voort uit de kapitalistische doctrine die volgens Abelshauser verbonden is met Amerikanisme (Taverne & Schuyt, 1988). Abelshauser volgt hiermee overigens Gramsci's (1935) vroege verklaring. De Amerikaanse hegemonie is sterk bepalend voor de culturele beschaving met als belangrijkste kenmerken: motorisering, culturele uitwisseling en massaconsumptie, waar de muziekindustrie deel van uitmaakt.

Rond 1973 beleeft de wereldeconomie een reeks van 'exogene' schokken die de lange reeks van groeijaren van de Nederlandse economie bruuft verstoren. De illusie dat de Nederlandse regering invloed heeft op het eigen conjuncturele beleid, spat als een zeepbel uiteen. De investeringen nemen snel af en de werkloosheid loopt scherp op. Het Bretton Woodssysteem van vaste wisselkoersen⁷⁶ stort in na een periode van hoge inflatie in de voorgaande hoogconjunctuur. De OPEC besluit in reactie op de Arabische-Israëlische oorlog de olieprijs rigoureus te verhogen en de eerste oliecrisis is een feit. Het reële inkomen daalt en de productie stakt. De depressie in Nederland heeft niet het verloop van de crisisjaren in de jaren '30, waarbij de verslechtering van de concurrentiepositie gecombineerd met een sterke terugval in de economische groei het maatschappelijk leven verlamde (Zanden & Griffith, 1989, p. 256). Na de jaren van het kabinet Den Uyl (1973-1977) leiden een expansieve economische ontwikkeling en demping van de crisis tot het behoud van de consumptieve vraag, hetgeen van belang is voor de culturele consumptie. De overheid steunt met gunstige kredieten het bedrijfsleven, de minimumlonen gaan omhoog en de culturele uitgaven stijgen.

⁷⁶ Het systeem koppelt de dollar aan goudvoorraad voor stabiliteit van 44 onderlinge wisselkoersen.



Kengetallen overheid



Figuur 8.1 Gegevens overheidsbeleid (1972-1979) in mld. gld - Bronnen: Miljoenennota 1983;CPB , Centraal economisch Plan, 2007;CBS, Tachtiger jaren.

8.3 Muziek voor de rebellerende jeugd

Met de overwinning van de geallieerden wordt een Angelsaksische kiem geplant in de muziekcultuur van Nederland. De klanken van de overwinning zetten de deur open voor Amerikaanse en Engelse muziekstromingen. Vanuit Amerika steken na WO II het Glenn Miller Orchestra en Paul Whiteman de grote oceaan over met in hun kielzog de duale erfenis van de Amerikaanse muziekcultuur: aan de ene kant de zwarte muziekcultuur met jazz, swing en bebop en aan de andere zijde de blanke muziekcultuur van popliedjes. De gefabriceerde songs uit Tin Pan Alley worden vertolkt door artiesten zoals Frank Sinatra, Dean Martin, Bing Crosby en Doris Day. De big bands waarmee bijvoorbeeld Bing Crosby optreedt, sterven echter uit. Dit komt mede doordat het financieel bijna niet meer haalbaar is om exploitabel op te treden met zo'n enorm gezelschap (Sanjek & Sanjek, 1991).

Als onderdeel van de uitbouw van de verzorgingsstaat richt het overheidsbeleid zich op de culturele ontwikkeling van de burgerij. De overheidssteun ontdoet zich van ideologische controle en beperkingen uit de vooroorlogse tijd. Het individu komt op de voorgrond te staan. Particuliere organisaties gaan met overheidssteun de uitvoering van het cultuurbeleid verzorgen (Hitters, 1996, p. 28). Ook al zijn muziekuitgevers particuliere bedrijven, zij profiteren van de impulsen die uitgaan van het cultuurbeleid. Immers, podia, orkesten, toneelgezelschappen, mediavormen en evenementen zorgen voor inkomsten uit het uitvoerend recht. Private partijen krijgen hernieuwde betekenis als de nieuwe verhoudingen tussen de kunstwereld, overheid en particuliere organisaties hun neerslag krijgen op het culturele leven (Hitters, 1996). De in de jaren '50 ingezette verandering van cultuurbeleid vormt een bodem voor individuele zelfontplooiing en vrijheidsuiting, zodat nieuwe kunststromingen ruimte krijgen.

Rock-'n-roll

Alan Freed staat te boek als de eerste disc jockey die de term rock-'n-roll gebruikt, duidend op het nummer uit 1947 *'My Baby Rocks Me with a Steady Roll'*.

Hij introduceert ongemerkt een term die uiteindelijk een ware muzikale revolutie inleidt (Sanjek & Sanjek, 1991, p. 125). Er ontstaat een kruisbestuiving tussen de zwarte Amerikaanse muziekcultuur en de behoudende commerciële muziek van de blanke Amerikaanse burgerij; en dat in een sterk gesegregeerde samenleving. De eerste succesvolle rock-'n-roll hits worden opgenomen door zwarte artiesten zoals Chuck Berry. De bekendste artiest is de blanke Bill Haley. De muziek wordt breed geïntroduceerd door succesvolle jongerenfilms zoals *Round Up of Rhythm* (1954), *Blackboard Jungle* (1955) en het bekende *Rock Around the Clock* (1956) (Sanjek & Sanjek, 1991, p. 129). Dit genre benadrukt strijd tussen jonge adolescenten en volwassenen en draagt in ruime mate bij tot een ware jongerencultus rond rock-'n-roll (Frith, 1981).

De integratie van de zwarte en blanke muziek wordt pas compleet bij de introductie van een opzienbarende artiest uit Mississippi. Zijn producent Sam Phillips had al eens verzucht: "If I could find a white man with the Negro sound and the Negro feel, I could make a billion dollars." (Rodman, 1996, p. 31). Als vervolgens Elvis Presley in de studio van Phillips in 1954 een plaat opneemt voor zijn moeder, wordt deze wens vervuld. Elvis is de eerste grote ster van de populaire muziek, een icoon. Muzikaal 'stardom' als zichtbaar fenomeen is relatief nieuw. De 'rock rage' ontketent een ware lifestyle voor jongeren en de commercie speelt hier behendig op in. Cosmeticaproducten, modehuizen, sigaretten-, auto- en frisdrankenfabrikanten spelen mee in de beeldvorming rond de eerste jongerengrage. Volwassenen vinden de muziek bedreigend en aanstootgevend, zij vrezen dat de jeugd in het verderf zal worden gestort dankzij de seksueel getinte lading van rock-'n-roll. De angst voor rebellie onder de jeugd neemt toe.

Vooral jongeren die zich een muziekcultuur toe willen eigen zijn ontvankelijk voor de introductie van nieuwe muziekgenres. De Nederlandse jeugd bevindt zich tegen het eind van de jaren '50 in een vacuüm (Labree, 1993), tussen de gedicteerde moraal van de soberheid en de beloften van de nieuwe consumptie-maatschappij. Met de komst van de jongerencultuur stijgt ook de behoefte aan specifieke symbolen en rolmodellen. 'Nozems' met idolen zoals James Dean of Marlon Brando clusteren samen rond jukeboxen en in dancings (Labree, 1993).

Een aanzienlijk deel van deze rock-'n-roll liefhebbers bestaat uit de pas in Nederland aangekomen Indische jeugd. De Indische Nederlanders zijn al vaardig in het beoefenen van rock-'n-roll en nemen uit Indië een eigen muziekcultuur mee. De vaardigheden in zang en het bespelen van de elektrische gitaar evenals de podiumpresentatie zijn spectaculair. De indo-bands worden uitermate populair en dragen bij tot de emancipatie van Nederlandse jongeren. Sterren als Andy Tielman genieten zelfs populariteit over de Nederlandse grenzen⁷⁷ met hun Amerikaans/Hawaïaans georiënteerde sound.

Naarmate de populariteit van rock-'n-roll toeneemt, wordt de stijl minder ruig en raakt dit genre breder geaccepteerd. De rebellie verdwijnt uit de muziek en ideale schoonzonen zoals Cliff Richard en Pat Boone duiken op, die in Nederland een equivalent hebben in Rob de Nijs of de Indo-band de Blue Diamonds, beide ongekend populair.

Het Amerikaans repertoire geeft de culturele toon aan. Nederlandse rock-'n-rollgroepen zoals de Spelbrekers en de Fouryo's zingen voornamelijk Nederlandstalige covers van originele Amerikaanse rock-'n-rollsongs. Er zijn daarnaast Nederlandstalige successen in een lokaal genre, bijvoorbeeld Tante Leen, Mies Bouwman, Fred Kaps en Joop de Knecht. In 1953 kent Nederland een Johnny Jordaan Hausse. Van de eerste platen worden 400.000 stuks verkocht (Witbraad, 2007, p. 242). De inkomsten op de mechanische rechten groeien aanzienlijk. Wel houdt het dagblad de Telegraaf in 1958 een interessante enquête met als re-

⁷⁷ Mies Bouwman kwalificeert in 1958 de Tielman Brothers als 'apenmuziek' waardoor ze mede hun toevlucht zoeken in het buitenland.



sultaat: “dat er geen Nederlands repertoire zou zijn” (Strengolt, 1959, p. 3). Ondanks de weerlegging van de uitkomst is dit exemplarisch voor de grote aandacht voor het buitenlands (voornamelijk rock-'n-roll georiënteerd) repertoire.

De artiest is componist

Een andere belangrijke culturele ontwikkeling is dat de artiesten zelf hun materiaal gaan schrijven. Voorbeelden daarvan zijn Little Richard en Chuck Berry. Dit betekent een forse omschakeling voor de muziekuitgevers. Voorheen is de muziekuitgever een belangrijke gatekeeper en matchmaker die mede bepaalt welke song voor welke artiest geschikt is. Met de artiest als componist verandert die rol. Abell Green, een oud dienaar van Tin Pan Alley, zegt daarover in 1953:

“Everybody but the music publishers, who used to be pretty good at that nowadays picks songs. And don't tell me that in the final analyses the public really picks 'um. We used to have a pretty good concept of quality and value of songs that we published.... Today we don't dare publish until some artist perhaps likes it, or when the whim of an A&R genius decides that it should be done.... A record should be a byproduct of publishing : not the sparkplug of songwriting and publishing.” (Sanjek & Sanjek, 1991, p. 128)

De muziekuitgevers is ongewenst onderdeel geworden van een nieuwe bedrijfskolom, namelijk die van de platenindustrie.

Britse Invasie

Ook al ontwikkelt de Amerikaanse muziekcultuur zich verder met acts zoals Gene Vincent, Buddy Holly en Eddy Cochran en soulmuziek met sterren zoals Sam Cooke en Ray Charles, de grootste populaire culturele muziekexplosie wordt veroorzaakt door de Britten. Nadat Amerika een decennium lang als muzikaal gidsland optreedt, volgt na 1964 Groot-Brittannië. De basis van de nieuwe popmuziek heeft Amerikaanse wortels: jazz, blues, Tin Pan Alley-sound, country en R&B. De nieuwe muziekstroming is zo dominant dat ook de eigen Nederlands georiënteerde muziek volledig naar de achtergrond verdwijnt.⁷⁸ Synoniem voor de ‘Britse invasie’ zijn The Beatles die op stormachtige wijze de Verenigde Staten veroveren, zoals onderstaand fragment uit de Billboard Hot 100 laat zien. Niet alleen zijn de eerste 5 plaatsen bezet door songs van de Beatles, de eerste positie wordt bestegen door een nieuwkomer vanaf de 27^e plaats. De voorgaande weken staan de Beatles ook in de topposities.

WEEKS ON CHART	WEEKS TO NO. 1	WEEKS TO NO. 2	WEEKS TO NO. 3	TITLE	Artist, Label & Number	WEEKS ON CHART
1	27	—	—	CAN'T BUY ME LOVE	Beatles, Capitol 5150	2
2	3	7	55	TWIST AND SHOUT	Beatles, Tollie 9001	4
3	1	1	2	SHE LOVES YOU	Beatles, Swan 4132	11
4	2	2	1	I WANT TO HOLD YOUR HAND	Beatles, Capitol 5112	12
5	4	3	3	PLEASE PLEASE ME	Beatles, Vee Jay 581	10
6	7	19	49	SUSPICION	Terry Stafford, Crusader 101	7
7	8	10	13	HELLO, DOLLY!	Louis Armstrong, Kapp 573	8
8	16	22	50	SHOOP SHOOP SONG	Betty Everett, Vee Jay 685	6
9	9	13	22	MY HEART BELONGS TO ONLY YOU	Bobby Vinton, Epic 9462	6
10	10	15	20	GLAD ALL OVER	Beverly Sills, Epic 9462	8

Illustratie 8.1. Kopie van de The Billboard Hot 100, April 4, 1964

⁷⁸ Er zijn natuurlijk nog kleinere subculturen die naast popmuziek blijven voortbestaan. De Duitse schlager behoudt een vast publiek en ook het daaraan sterk verwante Nederlandse levenslied. Opvallend is de belangstelling voor het Franse chanson onder studenten in de jaren '50 en begin '60.

De opmars van de Britse Beatles wordt vergezeld door die van bands als de Rolling Stones, The Kinks, The Who en The Animals. Aan de overkant van de oceaan vormen The Beach Boys het Amerikaanse antwoord. Later slingert het succes vanuit de Verenigde Staten door Motown verder aan met artiesten zoals The Supremes, The Temptations en Stevie Wonder. Daarnaast zijn de labels 'Atlantic' en 'Stax label' succesvol waarin Aretha Franklin en Otis Redding excelleren. De composities uit die tijd zijn nog steeds van grote waarde voor de huidige muziekuitgevers.

Overigens is de opnametechniek van de Amerikaanse labels opvallend superieur aan die van de Engelse industrie. Zij experimenteren al 10 jaar met de 8-track, waarmee geluidsopnames te mixen zijn en opnames niet 'on the stand' hoeven te gebeuren (Moorman, 2002). Dit geeft de kwaliteit van de recordings een onderscheidend vermogen.

Popmuziek wordt geadopteerd door een brede jonge doelgroep babyboomers die demografisch van een zodanig formaat is dat de culturele stroming uiterst dominant is. De theorie van de Amerikaans-Russische econoom Kuznets, die demografische kenmerken als belanghebbende driver van de conjunctuur ziet, wordt hierbij bevestigd (Nielsen & Alderson, 1997; Dudley, 1996). De adoptie van rock-'n-roll en later ook van popmuziek is mogelijk doordat de massa van de jeugd in de naoorlogse situatie voldoende cultuurgevoelig en van een aanzienlijk demografisch formaat is (Gillet, 1996).

Medialisering

Radio speelt een essentiële rol in het aanwakkeren van hits. Het begin van medialisering door radio (vooral 'piratenzenders' zoals Radio Veronica en Radio Caroline) draagt sterk bij aan de populariteit van popmuziek (over de methodiek van dit proces zie 8.7). Nederbeat-groepen zoals The Motions, Golden Earring, Q65, The Outsiders, The Shoes, met optredens in Scheveningen met Radio Veronica op zichtafstand op zee, zijn legendarisch populair. Als gevolg van de enorme populariteit van de piratenzenders volgen de publieke zenders met het uitzenden van popmuziek, waar muziekprogramma's verschijnen op de zich verder ontluikende televisie. Stardom wordt in toenemende mate bepaald door 'sound and vision' en de populariteit van sommige sterren neemt mythische vormen aan (Huysgens, 1999). De podiumact is essentieel en imago is alles. De poppodia krijgen een prominente plaats in de samenleving, hetgeen ten goede komt aan de muziekuitgevers. Zij verkrijgen immers een deel van de ticketprijs van de optredens en het prijsniveau van de kaartjes gaat omhoog. Podia zoals Paradiso, de Melkweg en het Paard van Troje vestigen hun naam.

De jaren zeventig staan muzikaal te boek als de 'Mild decade' (Sanjek & Sanjek, 1991). Carol King en Carly Simon zijn bekende sing-songwriters uit de VS terwijl rond New York genres als hip hop, salsa, pop-funk, techno en disco ontspringen. Maar ook rock ontpopt zich in verschillende gedaantes zoals Bruce Springsteen of Chicago. Namen zoals David Bowie, The Bee Gees en Pink Floyd vormen de tweede Britse invasie in de westerse muziekcultuur. Punk manifesteert zich als antimuziek.

Aan het eind van de jaren zeventig volgt een verkoopdip in platen. Frith (1987) wijdt de crisis aan de ene kant aan de veranderende demografische structuur van westerse landen en volgt daarmee enigszins Kuznets. Het leeuwendeel van de populatie is ouder dan vijftientig jaar. Door de hoge jeugdwerkloosheid hebben jongeren weinig te besteden. Aan de andere kant ziet hij de technologische bedreiging van de cassettebandjes (zie 8.4) en substitutieverkopen zoals games en video recordings⁷⁹. Punk is in dit proces een overduidelijk ideologische reactie op de bourgeoisie (Frith S., 1987, p. 72; Leyshon, 2001).

⁷⁹ Deze laatste bedreiging geldt meer voor het volgende regime binnen dit onderzoek.



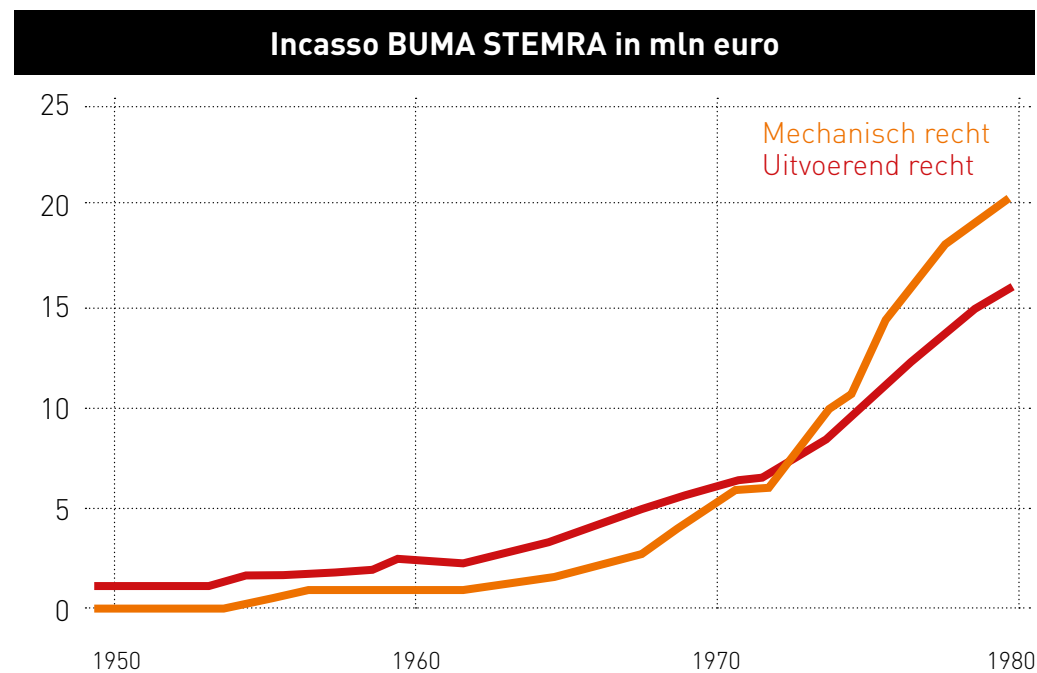
"The rock business faced a crisis at the end of the 1970s not because of punk or the cycle of business competition but because of "outside" technological and social changes parallel to those that gave birth to rock and roll in the first place." (Frith, 1987, p. 70).

Festivals

Een ander opkomend fenomeen is de festivalcultuur. Overgewaaid uit de Verenigde Staten geldt Woodstock in 1969 (500.000 bezoekers) als het meest aansprekende beginpunt, gevolgd door het Isle of Wight festival in 1970 (800.000 bezoekers). Voor de muziekuitgevers zal de festivalcultuur uiteindelijk resulteren in stijgende inkomsten uit de kaartverkoop. Woodstock leidt tot anarchie, de toenmalige organisatoren rekenden op hooguit 200.000 bezoekers. De hekken blijken niet te voldoen, men betaalt gewoonweg niet. In Nederland is er een equivalent in het festival in Kratingen te Rotterdam. Pinkpop volgt iets later. Steeds meer krijgen deze festivals een bedrijfsmatig karakter: "Het begon als een vrij initiatief maar werd een bedrijf" (directeur popfestival, 2012).

Popmuziek uit Nederland in de jaren '70

Na 1967 waaiert popmuziek ook in Nederland in verschillende stijlen uit. Albumrock is populair, met symfonische rockgroepen zoals Kayak en Solution. Hitparadepop zet de toon en professionaliseert in Nederland snel. In 1970 scoort Shocking Blue met het nummer 'Venus' een nummer 1 hit in de Amerikaanse Billboard top 100 en zet daarmee Nederland als popland op de kaart. In het kielzog volgen bands zoals de George Baker Selection, The Cats en Golden Earring. Het zijn wederom jongeren en studenten die de popcultuur dragen. Als in 1974 de uitzendingen van de zenderpiraten door de Nederlandse regering verboden worden, trachten de publieke omroepen de functie van de hitparaderadio over te nemen (media-ondernemer, 2011). De jongerencultuur accepteert de vooropgelegde smaak echter niet en kan zich niet vinden in de publieke zender van Hilversum 3. Toch neemt de platenverkoop exponentieel toe en de uitgevers delen mee in het succes.



Figuur 8.3 Incasso Buma Stemra in miljoen € (1950-1980). Bron: F. van Bronswijk, Witbraad, 2007]

Figuur 8.3 laat de eerste opleving van de platenverkoop door rock-'n-roll rond 1958 zien. Tot de economische crisis van 1973 zijn de incasso-opbrengsten van het uitvoerend recht hoger dan het mechanische; daarna stijgen de opbrengsten door de platenverkoop fors door. Componisten en uitgevers zien rond die periode de inkomsten sterk stijgen. Door de toegenomen baten wordt Nederland ook interessanter voor de grote buitenlandse ondernemingen. Begin jaren '80 is de buitenlandse inmenging in de Nederlandse Muziekmarkt een feit (interview bestuurder auteursrechtenorganisatie, 2008).

8.4 Technologie van en voor de media

In 1948 komt de vinyl plaat op de markt, die makkelijker transporteerbaar is dan de schellak versie. Niet alleen is hij lichter, hij slijt ook minder bij gebruik dan schellakplaten. Vinyl platen worden zowel in 33-toeren langspeelplaat als in de 45-toeren single geproduceerd. De single wordt de dominante geluidsdrager in die jaren '50. De reden hiervoor is voornamelijk de betaalbaarheid voor de consument. Singles worden gepromoot in openbare gelegenheden, vooral door middel van jukeboxen (Witbraad, 2007, p. 244).

Platenmaatschappijen en -fabrieken

Ook in Nederland ontwikkelt zich vlak na WO II een platenproductie-industrie. In 1945 bespreekt Philips met het Engelse Decca een samenwerking over de productie van grammofoonplaten. In 1948 gaat de grammofoonplaat van de bon.

[Zo staat] in het Decca tijdschrift: "het toverwoord van 1948: zonder inlevering! Een begrip waarvoor niemand ongevoelig is- noch de huisvrouw met bonnenproblemen, noch de discofiël met zijn verzameling die slechts uitgebreid kon worden omdat voor elke nieuwe plaat een oude (en soms zelfs twee) op de toonbank moest komen. Zo is nu dan de grammofoonplaat weer van de bon." (Boudewijns, 1987, p. 59)

De platenmaatschappijen willen dat naast de 'édition papier' ook de 'édition sonore' geaccepteerd wordt als officiële uitgave, waardoor zij ook als uitgevers te boek kunnen staan. Aanvankelijk wordt bestreden dat 'sonore' een volwaardige muziekguitgave is, maar uiteindelijk geeft de populariteit van lichte muziek de doorslag (interview bestuurder auteursrechtenorganisatie, 2008). In de jaren '50 vormt de jukebox een welkome bron van inkomsten voor de muziekguitgevers en platenmaatschappijen (Witbraad, 2007, p. 229).

Om goed vertegenwoordigd te zijn op de snel groeiende populaire muziekmarkt, gaat Philips in 1951 een alliantie aan met het Amerikaanse Columbia Records (CBS). De Columbia catalogus wordt in grote delen van de wereld verhandeld en Philips krijgt toegang tot de Amerikaanse markt. Intussen richt Philips voortvarend een Europese verkooporganisatie op. Een splinternieuwe fabriek produceert forse aantallen platen (Boudewijns, 1987, p. 60). Begin jaren '50 geldt Bovema⁸⁰ als een belangrijke Nederlandse platenmaatschappij. Naast succesvol Nederlands repertoire (Tante Leen en Johnny Jordaan) vertegenwoordigt Bovema ook EMI en Columbia. Het grootste succes wordt geogost met de Beatles. Daarnaast geldt Dureco⁸¹ als een belangrijke distributeur van buitenlandse artiesten en fondsen, zoals het Amerikaanse RCA, waaronder het aparte label Inelco, met onder andere de licenties van Elvis Presley (Boudewijns, 1987, p. 77). Nederland groeit in de jaren '70 uit tot het derde platen producerende land ter wereld en de muziekguitgevers in Nederland profiteren daarvan mee.

80 Bovema : Bot-Oord verkoopmaatschappij

81 Dureco: Dutch Record Company



Radio, televisie en satelliet

Radio wint vlak na WO II terrein qua populariteit; er zijn dan naar schatting 300.000 radiotoestellen. In 1949 zijn dit er al rond het miljoen (Boudewijns, 1987). In de jaren vijftig wordt het medium met de transistorradio zelfs mobiel. Overal kan de radio beluisterd worden: in de auto, in huis, maar ook in winkels en bedrijfskantines. Het mediabereik neemt toe, maar het aantal zenders blijft beperkt. Muziek socialiseert de samenleving; hoorspelen en nieuwsberichten dragen hiertoe bij. In de jaren zestig volgen de piratenzenders die de culturele revolutie verder katalyseren (zie 8.6).

Televisie doet haar intrede in 1948 wanneer Philips experimenteert met 13 toestellen in Eindhoven. In 1951 komt Buma een vergoeding overeen aangaande het muziekgebruik, waarbij per verkocht toestel een bedrag van 34 cent per jaar betaald dient te worden door Philips (Witbraad, 2007, p. 237). In 1956 kiest de politiek voor een verzuild systeem met verschillende omroepen. Een kijkgeld-regeling voor de bezitters van televisietoestellen wordt ingevoerd (het betreft dan nog hooguit enkele duizenden gebruikers). Naast het Polygoonjournaal uit de bioscopen vormt het Nederlandse televisiejournaal een belangrijke nieuwsbron. Televisie geldt daarnaast als aanjager van de revolutie van lichte muziek. De bewegende beelden op televisie verhogen het imago van artiesten. In 1967 wordt dat effect nog verder vergroot door de introductie van de kleurentelevisie met het doorontwikkelde PAL systeem. In datzelfde jaar wordt reclame toegelaten tussen de uitzendingen. De omroepwet uit 1969 maakt het mogelijk om toe te treden tot het omroepbestel. Amusement op televisie neemt in waarde toe en omroepen zoals de Tros, AVRO en later VOO spelen hier listig op in. Muziek is daarbij van levensbelang en muzikuitgevers zien nieuwe kansen (zie 8.6). De inkomsten uit het uitvoerend recht nemen een hoge vlucht. Als eind jaren zeventig satelliettelevisie om de hoek komt kijken, zijn het de uitgevers die als eerste de auteursrechten wensen veilig te stellen.

Bandrecorders en cassette

Midden jaren '50 komt de bandrecorder op. Aanvankelijk wordt dit nieuwe medium gevreesd, maar de bedreiging zet niet serieus door. De kosten van het apparaat, het ongemak van de eerste bandopnametechniek en de gevoeligheid van de magnetische banden beperken het gebruik van de bandrecorder tot de happy few. De uitgevers voorzien wel de dreiging.

“Zolang de apparatuur voor geluidsofname vrijwel uitsluitend in handen was van radio-omroepen, geaccrediteerde grammofoonindustrieën en serieuze technici, hadden de musici, componisten en tekstdichter en uitvoerende een wettelijk waarborgde controle op hun toekomstige rechten. Met één slag is daarin verandering gekomen, sinds de handel de recorders voor matige en nog steeds dalende prijzen binnen het bereik van elke particulier brengt.” (Gomperts, 1955).

Dit beeld verandert pas rigoureus als in 1963 Philips de cassette op de markt brengt. Opvallend is de geruisloosheid en de gelatenheid van de nationale muzikuitgevers over de rol bij introductie van dit medium. De samenwerking met Philips (zie 8.6) is hier waarschijnlijk debet aan (interview algemeen directeur platenmaatschappij, 2010). Het succes van de cassette is enorm en lijkt de grammofoonplaat als geluidsdrager van de troon te stoten. Dat laatste gebeurt overigens niet, de twee technologieën leven in West-Europa en de VS jarenlang broederlijk naast elkaar. Het grote voordeel ten opzichte van de platen-speler is het mobiele luisteren. Muzikuitgevers verkrijgen een vergoeding over de verkoop gelijk aan

het percentage dat over platen is bedongen. Als de opnamemogelijkheden toenemen en de blanco cassette op het toneel verschijnt, dient deze zich een heuse bedreiging voor de inning van het auteursrecht aan. Maar de rol en functie van muzikuitgevers verandert door de introductie van de cassette niet wezenlijk.

Aan het einde van de jaren zeventig manifesteert zich een crisis in de Amerikaanse muzikindustrie. De cassette brengt niet de nodige impuls om de neergaande platenverkoop te compenseren (Frith, 1987). De crisis manifesteert zich daardoor ook bij de uitgevers. De muzikindustrie zoekt nieuwe manieren om de exploitatie van muziek uit het dal te trekken.

Hectograferen, stencilen en fotokopiëren.

Bladmuzikuitgevers zien wel een grote bedreiging, namelijk in de kopieer- en stencil- machine. Herhaaldelijk schrijven de raadslieden aan de dienstdoende ministers van Justitie, zoals in 1967:

“Gezien de bijzonder snelle ontwikkeling van de mogelijkheden tot het kopiëren van drukwerken [en derhalve ook van muziek-uitgaven], vooral tengevolge van de popularisering van fotocopieerapparaten, dreigt het auteursrecht op muziek-uitgaven in Nederland volkomen te worden uitgehold.” (Pieters, 24 mei 1967).

In de notulen uit 1973 geeft de hiervoor speciaal door de uitgevers opgerichte copyright commissie aan dat er al decennia sprake is van illegaal kopiëren. Hectograferen, stencilen en lichtdrukken zijn hier voorbeelden van. Blijkbaar een onuitroeibaar fenomeen bij muziekwerken, en dan gaat het hier nog alleen om bladmuziek (Smit, 28 mei 1973). Zelfs binnen de bedrijfsvoering van de uitgevers vinden illegale praktijken plaats. Als de laatste kopij van de stapel van een bepaald muziekwerk op is, krijgen werknemers bij muzikuitgever Basart de opdracht deze te verveelvoudigen zonder de componist te verwittigen (interview algemeen directeur platenmaatschappij, 2010).

Opname en versterking van muziek

De verbeterde kwaliteit van microfoon en versterker dragen bij tot de verdere popularisering van muziek. Plotseling kan men met een groep van vier man een heel stadion bespelen. De inkomsten op het uitvoerende recht stijgen aanzienlijk. Daarnaast innoveert de opnametechniek in de studio. Dankzij magnetische banden is het mogelijk om meerdere tracks naast elkaar op te nemen, zodat in de jaren '60 de opnames te mixen zijn (Moorman, 2002).

8.5 Wetgeving tegen het kopieermonster

Het onrechtmatig kopiëren van muziek is bij de muzikuitgevers een thema dat voor het eerst in de jaren '50 opduikt. De discussie concentreert zich in het bijzonder op het gebruik van de 'professional copy'.

“Naar aanleiding van het punt onbevoegd afschrijven en vermenigvuldigen van muziekstukken, dat op de laatste hoofdbestuursvergadering behandeld is, heeft onze rechtskundige raadsman, Mr L.E. Pieters, deze aangelegenheid aan de hand van de auteurswet bezien. Het gaat hierbij om het overschrijven of stencilen van bladmuziek. Een en ander valt te concluderen dat dirigenten die een muziekstuk b.v. 20 maal overschrijven voor hun orkest of koor om het te gebruiken bij repetities, ongetwijfeld inbreuk maken op de auteurswet.” (Strengholt, 1952, p. 77)

De muzikuitgevers zien dit als een bedreiging: immers het grootste deel van de omzet van muzikuitgevers is begin jaren vijftig nog afkomstig van de verkoop

82 PAL (Phase Alternating Line) is de Duitse systeemstandaard voor analoge televisie in kleur en wordt voornamelijk gebruikt in West-Europa



van bladmuziek. De handelaren beklagen zich en stellen dat professional copies (meestal gratis verstrekt als propagandamateriaal) soms ten onrechte in handen vallen van allerlei personen. De uitgevers starten als tegenactie een onderling signaleringssysteem:

“Handelaren wordt nadrukkelijk verzocht om medewerking bij het signaleren van collega’s, die zich schuldig maken aan het kopen of verkopen van prof/copies, zomede om opgave van niet bonafide musici, die ten onrechte in het bezit komen van deze gratis exemplaren.” (Strengholt, 1952, p. 42)

Buma roept een speciale commissie in het leven om illegalen kopieën tegen te gaan. De nadruk ligt daarbij op de bewustwording van diefstal bij consumenten. Slagzinnen als ‘U jat toch ook geen brood, waarom dan wel muziek?’ worden voorgesteld als campagnemateriaal. Het kopieereuvel wordt tevens bestreden met de volgende woorden op iedere uitgave:

“De Auteurswet 1912 verbiedt het kopiëren of doen kopiëren van muziekuitgaven zonder toestemming van de uitgever. Inbreuken op de Auteurswet zijn door die wet als misdrijven strafbaar en kunnen dus aanleiding geven tot het instellen van een vordering tot schadevergoeding tegen de misbruiker. Met kopiëren wordt in dit geval het stencilen, fotografisch reproduceren en overschrijven gelijk gesteld.” (Strengholt, 1952, p. 44).

Wijziging Internationaal auteursrecht

In de Berner Conventie wordt op initiatief van Unesco in 1952 een nieuwe conventie ontworpen waar bewust wordt gekozen voor een lager beschermingsniveau van de auteurs, in de hoop dat deze nu in meer landen wordt aanvaard. Op 6 september 1952 wordt te Genève de nieuwe conventie onder de naam ‘Convention Universelle sur le droit d’auteur’ door 36 landen ondertekend. Tot de ondertekenaars behoren, behalve nagenoeg alle landen van de Berner Unie, ook landen die zich tot dusverre van toetreding hadden onthouden, waaronder als het voornaamste land de Verenigde Staten. Dit zal ook gevolgen hebben voor de Nederlandse uitgevers: “Het is van belang te weten welke consequenties deze daad der USA zal hebben op de auteursrechtelijke relaties met Nederland, wanneer ook wij, wat bepaaldelijk in de bedoeling ligt, de Universele Conventie zullen hebben geratificeerd” (Pieters, 1954, dec, p. 11).

De Nederlandse auteurs en uitgevers hadden al eerder de gelegenheid om ook de ‘Copyright protection’ te verwerven op grond van de wet ‘Copyrights’, als zij de voorgeschreven vrij bezwaarlijke formaliteiten in acht zouden nemen. De Amerikaanse auteursrechthebber (meestal de muziekuitgever) zorgt in de meeste gevallen voor een ‘publication simultanée’. Dit houdt in dat een muziekuitgave van het werk gelijktijdig in Amerika en in Nederland dezelfde bescherming geniet en deze wederzijds vereenvoudigd wordt. De leges en overige formaliteiten vervallen, er is geen beperking tot bescherming en geen noodzaak tot gelijktijdige publicatie voor de Amerikaanse werken in de Unielanden (Pieters, 1954, dec). In artikel 3 van de Convention Universelle staat dat de eigen formaliteiten per territorium gehandhaafd blijven. “Doch vreemde werken zijn vrij van formaliteiten op deze uitzondering na, dat ter gelegenheid van de eerste publicatie het werk moet zijn voorzien van het teken ©, alsmede de naam van de rechthebbende en het jaar van de eerste publicatie.” In artikel 4 staat ook dat de minimale beschermingsduur van een werk het leven van de auteur is plus 25 jaar na zijn dood.

Het succes van de genrerevolutie in de VS en daarmee het stijgende succes van de platenindustrie doet neigen naar een meer Amerikaans georiënteerde copyrightwetgeving in plaats van het West-Europese droit d’auteur. De ‘manu-

facturing clause’ van de ‘Langler Bill’, die op 18 augustus van dat jaar door de Amerikaanse Senaat gaat, koppelt de Convention Universelle aan de productie van cultuurgooederen in het thuisland, wat juist een alarmerende zaak zal zijn voor cultuur importerende landen zoals Nederland. De Amerikaanse muziekindustrie tracht de lakens naar zich toe te trekken, naar later blijkt voor de Nederlandse muziekuitgevers, maar zonder het beoogde succes.

Beeldrecht

Gelijktijdig met het harmoniseren van het internationale auteursrecht door de groter wordende economische en culturele belangen ontwikkelt zich de televisie-industrie. De muziekuitgevers wensen een aandeel uit dit medium. Televisie is een vorm van openbaarmaking die binnen de auteurswet valt. Aangezien alleen de maker van een werk of diens rechtverkrijgenden het recht hebben dit openbaar te maken, zal de uitvoering van een werk niet per televisie uitgezonden mogen worden zonder voorafgaande toestemming van de maker. Soms is dat de auteur zelf, soms evenwel een ander persoon of rechtspersoon: dit hangt samen met de wijze waarop het werk tot stand komt. De jurist Limpberg stelt de openbaarmakingdiscussie aan de orde. Hij stelt dat relayeren van een uitzending geen nieuwe openbaarmaking is.

“Het is bij zowel televisie als radio bij uitzending van de uitvoering, de vraag wie als uitvoerder beschouwd wordt. In het algemeen is dat de omroeporganisatie. Wel is een nieuwe openbaarmaking het laten ‘spelen’ van een televisietoestel in een voor het publiek toegankelijke ruimte (zoals een café): daarvoor is dus een voorafgaande toestemming benodigd van de rechthebbende op het auteursrecht wiens werk wordt uitgezonden.” (Limpberg, 1959, p. 6)

Na jaren van onderhandelen tussen de verschillende rechthebbenden, zendgemachtigden en de overheid, ontstaat door het kijk- en luistergeld een verdienmodel voor muziekuitgevers waar zendtijd of licenties van uitzending betaald worden, waarvan een deel bestemd is voor de auteursrechthebbenden.

Leenrecht en illegale kopieën

Aansluitend op de toevoeging van nieuwe exploitatiemogelijkheden uit beeldproductie ontstaat het idee van ‘leenrecht’. In 1965 heeft de gedachte van het zogenaamde leenrecht (van platen) nauwelijks ingang gevonden en de wetgeving laat een nieuwe exploitatievorm nog niet toe. De uitgevers zien met lede ogen aan hoe muziek wordt uitgeleend zonder daar een vergoeding voor te verkrijgen.

Er ontstaat na lang soebatten een regeling gelijk aan de uitleen van boeken (het leenrecht) van bibliotheken. In de jaren ‘70 volgt een soortgelijke discussie om het videogram, de video-opnamen en afspeelapparatuur, ook weer door nieuwe technologie aangewakkerd. Aangenomen mag worden dat een videogram gelijk beschermd zal worden als een film. Over de verveelvoudiging van film en videogram is nog geen bescherming in de auteurswet opgenomen. In een brief aan het bestuur van de VMN schrijft Pieters:

“Wel is er in artikel 14 bepaald, dat het vervaardigen van een voorwerp om het geheel of een gedeelte van een werk langs mechanische weg ten gehore te brengen, een verveelvoudiging van het werk is. Het is duidelijk dat naast deze regeling voor uitsluitend het auditieve, er een aanvulling moet komen voor het audiovisuele te weten het videogram.” (Pieters, 28 februari 1972)

Volgens de notulen van de VMN-vergadering uit 1974 spreekt de heer Cor Smit Jr. zijn zorgen uit over de vergoedingen uit het auteursrecht. Het betreft hier het mechanische recht bij verkoop en verhuur van videobanden en wellicht afspeel-



apparatuur. Het laatste is alleen dan opportuun als er blanco tapes worden verkocht. Een heffing op de apparaten is volgens Smit een zinnig voorstel. Dit vindt echter geen doorgang (Smit, 1974).

Tegen het einde van de jaren zeventig neemt het kopieerprobleem van cassettes ernstige vormen aan en de illegale import bloeit. De muziekkuitgevers starten een stickeractie op de cassettebandjes die de diefstal moet onderdrukken (zie illustratie 8.2). Het effect blijkt volgens de vergaderingnotulen nihil (Smit, 1977).



Figuur 8.2 Campagnestickers van de VMN tegen onrechtmatig kopiëren van muziek

Seba

Bij het literaire recht is begin jaren '50 nog geen duidelijkheid over de vraag wie het auteursrecht kan innen. Buma treedt niet op voor werken zoals opera's en operettes, toneelstukken en dramatisch-muzikale werken eerder geduid als 'grootrecht'. Buma ontfermt zich uitsluitend over het 'kleinrecht'. Voor het grootrecht zijn in die dagen rond de 30 bureaus actief die allen controlerend en inwendend trachten op te treden bij uitvoeringen van deze werken. De meeste werken wordt geëxploiteerd door de VVL⁸³. Deze voor uitgevers, auteurs, Buma en de VVL onoverzichtelijke situatie binnen het 'groot en literair recht' dient beëindigd te worden en zo wordt in 1950 Seba⁸⁴ opgericht als zusterorganisatie van Buma. Seba sluit zich snel aan bij internationale collectieve auteursrechtenorganisaties zoals het Belgische Sabam. In 1952 zijn 140 Nederlandse toonaangevende toneelschrijvers aangesloten bij Seba.

Door de monopolisering van Buma Stemra komen de muziekkuitgevers en componisten onder het protectoraat van de verzorgingsstaat. Hitters concludeert dat deze vorm van patronage de kunsten afschermt van de buitenwereld die expliciet vijandig is (Hitters, 1996, p. 59). Hoewel de financiering niet uit publieke middelen plaatsvindt, geeft de monopoliepositie van met name Buma een uniek beschermd financieringsmodel. Door de onderliggende marktwerking van muziekkuitgevers en componisten, die de markt als patronage lijken te beschouwen, is dit misleidend. Met name in de jaren '50 en '60 nemen mede door de toegenomen welvaart bij Stemra (die geen monopolist is, maar wel als zodanig optreedt), de inkomsten uit het mechanische recht expansief toe en daarmee de macht van de collectieve beheersorganisatie. De organisatie van Buma Stemra heeft in dit protectoraatmodel veel weg van een bureaucratie.

8.6 Entrepreneurs sluiten het web

Met de gunstige wind van conjuncturele en culturele voorspoed in de zeilen nemen de inkomsten en belangen van de uitgevers toe. In mei 1950 is er sprake

83 Vereniging van Letterkundigen

84 Stichting tot Exploitatie en Bescherming van Auteursrecht

van een coup bij Buma. Meer zeggenschap is gewenst door de muziekkuitgevers. Zij wensen inzage in de cijfers en een boekenonderzoek. De bevindingen zijn onthutsend.⁸⁵ De vertrouwensbreuk is zodanig groot dat uiteindelijk de Minister van Justitie L.A. Donker op instigatie van de regeringscommissaris tussenbeide komt. Indien de partijen er niet uitkomen, wordt de concessie verleend door de overheid niet afgegeven (Witbraad, 2007, p. 256). Volgens de regeringscommissaris Bodenhausen laat de minister Buma weten dat de structuur aangepast moet worden aan ministeriële eisen.⁸⁶ Hierbij worden expliciet twee eisen geformuleerd. Ten eerste dient de zeggenschapsstructuur veranderd te worden ten behoeve van de bedrijfsuitoefening van Buma. Ten tweede moet de taakomschrijving van de bestuurders en de rol van de algemene vergadering zich beperken tot 'Enkele vergaderstukken van algemene aard'. De muziekkuitgevers zijn gepikeerd. Volgens Bodenhausen zijn de stringenter regels het gevolg van het verlenen van een staatsmonopolie. De uitgevers zijn ook nog verwickeld in de strijd om de achterstallige betalingen vanuit de oorlogsjaren terug te vorderen en hebben daar de minister hard bij nodig (Ganzevoort, 1952, juli).

The American way

In 1952 verblijft Strengholt in de Verenigde Staten en voert daar besprekingen met talrijke uitgevers, componisten, tekstdichters, grammofoon, radio- en televisiefiguren en ook met kopstukken van de ASCAP (het Amerikaanse equivalent van Buma). Hij schrijft: "Ook daar is, evenals hier, de opbrengst van bladmuziek dalende: zij wordt echter royaal opgevangen door een sterke stijging der uitvoeringsrechten" (Strengholt, 1952). De Auteursrechten over 1950 bedragen bij de ASCAP fl. 37.500.000,-; een recordcijfer. Het jaar erna is er bovendien een toename van niet minder dan 40%, zodat de 2500 auteurs en de 400 uitgeversleden van ASCAP over het jaar 1951 52 ½ miljoen te verdelen hebben.

"Het leeuwendeel der baten kwam van de televisie. Strengholt ontwerpt een plan. Hij opent in 1959 zijn betoog in de Muziekhandel met de woorden 'Tempora Mutantur' - de tijden veranderen en wij met hen, en de muziekkuitgevers met hen, en de platenmagnaten met hen..." (Strengholt, 1959).

Waar eerst de platenmaatschappijen de muziekkuitgevers volgen, zijn de rollen nu omgedraaid. Hoe groter de verkoop van bladmuziek, des te meer platen er worden verkocht.

"De laatste jaren beheerst de grammofoon-opname, het werken, leven en denken van menige uitgever. De uitdrukking 'Het komt op de plaat' werd geleidelijk een toverspreuk, die alle betrokkenen met enthousiasme vervult." (Strengholt, 1959).

Behalve met de platenmaatschappijen hebben de Nederlandse uitgevers die jaren een steeds intensiever contact met buitenlandse collega's. De bladmuziek-omzet wordt binnen 7 jaar na 1948 ingehaald door inkomsten uit platenverkoop voor muziekkuitgevers. Vele muziekkuitgevers met een eigen winkel schakelen voornamelijk over naar platenverkoop (Strengholt, 1956). Daarnaast houden de uitgeverijen ook een belangrijke rol in het beheren en administreren van rechten met het oog op openbare uitvoering. Met de verdere ontwikkeling van radio en later ook televisie, neemt de hoeveelheid muziek die via deze media te horen is exponentieel toe; zo ook de inkomsten die worden gegenereerd door uitgevers en auteurs.

85 Brief d.d. 8 april 1953 van de muziekkuitgevers Gomperts, De Heer, Smit jr en Strengholt aan de Raad van Beheer van Buma (Algemene vergadering).

86 Brief d.d. 18 mei 1953 prof. Mr Bodenhausen aan het bestuur van Buma



Toetredingsbarrières

In 1953 zijn 83 uitgevers lid van de VMU en staan er 191 debutanten ingeschreven. Aan de toetredingsexamens zijn relatief hoge kosten verbonden (Ganzevoort, 1953). De drempel om toe te treden wordt hoog gehouden volgens het isomorfe principe. Het debutantenvraagstuk vormt een terugkomend thema en onder leiding van de voorzitter Strengholt verhoogt men midden jaren vijftig het examen-niveau. Debutanten moeten bij aanvang van hun firma een voorraad met een handelswaarde van minimaal fl. 1.000,- aan bladmuziek hebben (dit is in 1955 niet onaanzienlijk). Zij dienen bij aanvang te kiezen uit groepen van muziekuitgave; populaire muziek, accordeonmuziek, religieuze muziek, harmonie-, fanfare- of koormuziek. Dit zijn allemaal toetredingsbarrières die worden opgeworpen door het bestuur (Strengholt, 1955). De entreebarrières worden door normatief isomorfisme (DiMaggio & Powell, 1983) verder versterkt. Men wenst de cirkel van de branche gesloten te houden.

Het succes van deze politiek is navenant. Het aantal muziekuitgeverfondsen stijgt vanaf de jaren '50 fors. In de *Muziekhandel* van mei '56 spreekt men over 33 nieuwe fondsen in 4 jaar tijd, terwijl het aantal uitgevers amper stijgt (Strengholt, 1955). Midden in de jaren '60 spreken de uitgevers over een vloed van nieuwe uitgaven en nieuwe te vertegenwoordigen catalogi (Smit, 1966).

Handige intermediairs

In de beginjaren '50 zijn muziekuitgevers actief met orkesten bezig, onder andere met 'professional copies' waarbij zij met bewerkingen van bestaand en meestal geïmporteerd repertoire hun geld verdienen. Revues zoals Snip en Snap zijn belangrijke inkomstenbronnen wegens de frequentie van optredens waarvoor muziekuitgeverijen promotieactiviteiten ondernemen (interview bestuurder auteursrechtenorganisatie, 2008). Als rock-'n-roll langzaam succesvol blijkt, richten de uitgevers zich op dit genre. Een van de methodes aan het begin van de jaren '60 is om dit met regelgeving via subuitgave te bewerkstelligen. Indien een buitenlandse muziekuitgeverij erkend dient te worden door Buma, moet de bewuste organisatie tien Nederlandse bladmuziekwerken uitgeven, tegen de Berner Conventie afspraken in. Dit beschermt de Nederlandse muziekuitgevers en geeft hen voor buitenlandse toetreders een reden tot allianties. Strengholt, Gomperts, Smit Jr. en Jansen Jr. worden belangrijke spelers in de jaren '50 tot eind jaren '70.

Smit en Jansen treden eind jaren '50 toe als bestuurders, wanneer het culturele gesternte verandert (Strengholt, 1958). Zij bedingen via knappe constructies een deel van hun inkomsten via Buma en Stemra door een bewerkersdeel van de composities van 1/6 op te eisen. Buitenlandse teksten worden voor de B-kant voorzien van vertalingen, zoals de Beatles song 'Yellow Submarine' die wordt voorzien van de tekst 'Gele Soepterrine' of 'Tip top through the Tulips' dat 'TripTrap door de tulpjes' wordt (interview bestuurder auteursrechtenorganisatie, 2008). Het doet het imago van de uitgever in die dagen geen goed. De geautoriseerde tekstvertalingen geven de subuitgever rechten, maar lopen uit op wildgroei van teksten: "Holder de bolder plaatopnames met daarbij snel een vertaling leveren schade op voor de subuitgever en de twee platenfirma's" (Strengholt, 1960). De uitgevers profiteren massaal van deze constructie, maar zijn niet alleen; er zijn extremere voorbeelden.

Veronica

Op geniale wijze creëert Willem van Kooten alias Joost de Draaier de eerste Top 40 hitlijst (Kok, 2007, p. 31). De illegale zender voert volgens Wim Wennekens onder leiding van Van Kooten een ware machtsstrijd (Wennekens, 1979). Het succes van een plaat is manipuleerbaar als op het B-kantje de platenmaatschappij of de muziekuitgeverij als auteur vermeld wordt (Kok, 2007, p. 90). Op deze wijze

kunnen onrechtmatig auteursrechtgelden vloeien naar componisten en uitgevers die geen auteurswerkzaamheden verrichtten.

Sommige muziekuitgevers volgen eenzelfde mores; in feite een vals normatief isomorfisme (DiMaggio & Powell, 1983). Het kan hier normerende processen betreffen die verbonden zijn met de professionalisering. Via opleidingsinstellingen vindt uitfiltering van personeel plaats en ontstaan gelijkvormig denkende groepen van functionarissen met dezelfde posities (DiMaggio & Powell, 1983).

Grenzen

De bemiddelingsrol in die dagen, de netwerk- en de gatekeepersfunctie heeft speelruimte en het handelen is soms arbitrair. Enkele uitgevers schuilen achter de onoverzichtelijkheid van de rechtenstructuur en de onwetendheid van de omgeving en dit munten zij efficiënt uit. Opvallend genoeg draagt Veronica ondanks haar illegale status de gelden aan Buma en Stemra keurig af. Uit een interne notitie van de Stemra uit 16/12/1963 blijkt zelfs dat de repartitie van Veronica de meest omvangrijke is. Zestien uur uitzending per dag met werkjes van amper 3 minuten, dat wil zeggen dat er van iedere uitzenddag 320 werkjes geadmistreerd moeten worden: dat is ruim 100.000 in een repartitie. Voor Stemra is Veronica de grootste klant van dat boekjaar, geschat op fl. 100.000,-. Uitgevers opperen zelfs om bij Veronica zendtijd te kopen zodat de hitparade Nederlandse componisten gaat ondersteunen (Strengholt, 1964).

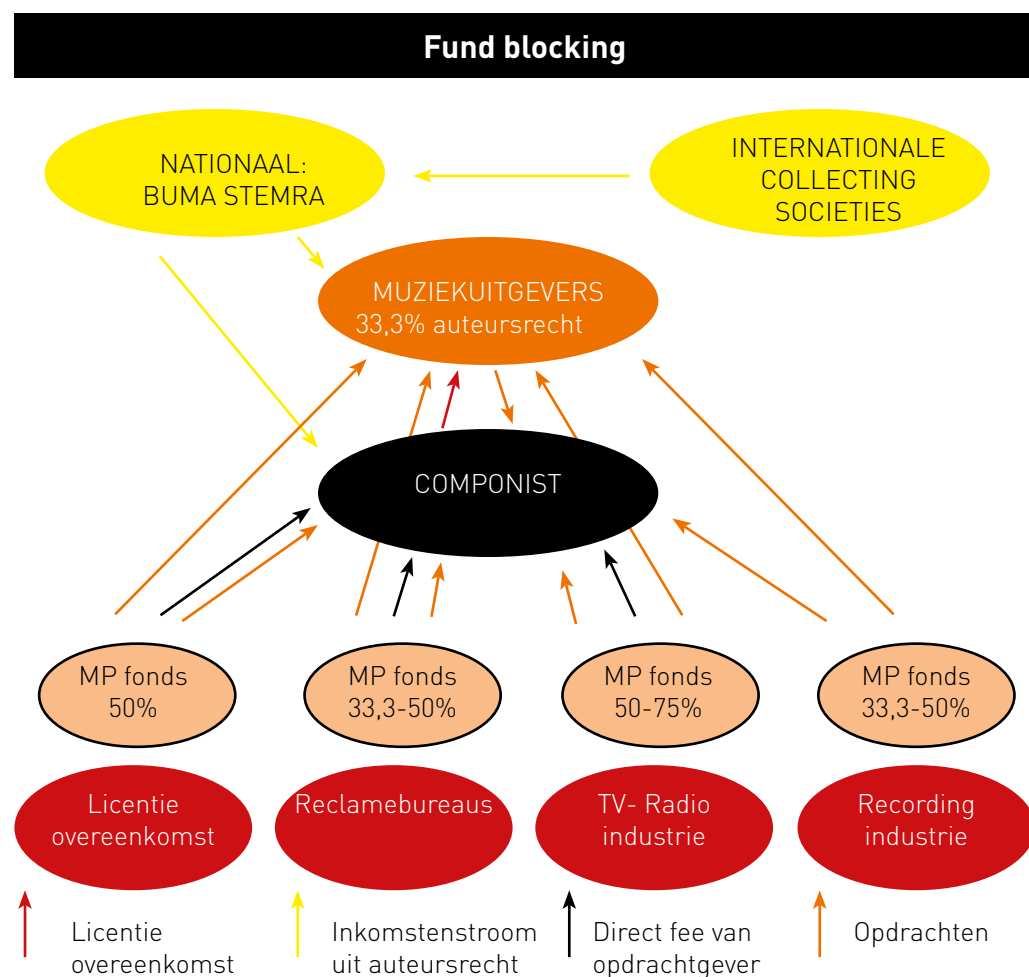
Macht van Strengholt

Volgens Wennekens (1979) ziet Gomperts, een van de eigenaren van Strengholt, na de oorlog wat het bezit van muziekrechten en overige entertainmentcontent oplevert. Uit de documenten van het VMU-archief blijkt echter duidelijk dat het meesterbrein onbetwist Ad Strengholt zelf is (Strengholt, 1952). Terwijl de platenmaatschappijen nog in de kinderschoenen staan en de overige muziekuitgevers in Nederland nog tamelijk onbeduidend bezig zijn met voornamelijk bladmuziek bestemd voor huiselijke kring en uitvoeringen in het openbaar, ziet Strengholt in de VS het opkomende succes van de mediavormen radio en later tv. "Diegene die rechten van amusement bezat, die ging zichzelf rijk rekenen" (Wennekens, 1979, p. 95). De firma stelt zich op als een juridische innovator en nestelt zich door handige constructies in het media- en entertainmentnetwerk. De samenwerking tussen de platenmaatschappijen, kranten, televisie, producenten van programma's, sponsors, maar ook muziekuitgevers definieert Wennekens terecht als een web. In wezen is het een waardenetwerk waar Strengholt fungeert als stil vennoot. Vele belanghebbenden in medialand zijn een overeenkomst aangegaan met Strengholt, door Wennekens aangeduid als de spin in het web. Volgens de kamer van koophandel en fabrieken te Hilversum staan er in mei 1978 op naam van Strengholt meer dan honderd ondernemingen ingeschreven op de Hofstede Oud Bussum. Er zijn samenwerkingsverbanden met de Telegraaf (de Lage Landen), de Tros, Veronica Omroep Organisator (vakblad *Muziek en Beeld Info*), radio Luxemburg, en ook Philips. "Het schimmig op de achtergrond opereren is een kunst die het bedrijf al meer dan 30 jaar verstaat" (Wennekens, 1979, p. 91).

Overall waar men muziek in mediavormen kan benutten worden uitgavenfondsen opgericht. Dit geldt voor speelfilms, radio en televisie, maar ook voor uitgevers van video. Het 'fait accompli' managen van auteursrechten wordt breed geïntroduceerd, met name door de firma Strengholt. Binnen dit onderzoek definiëren wij dit als 'fund blocking' (Illustratie 8.4, waarbij de fondsen licht oranje gemarkeerd zijn). Een componist krijgt de opdracht tot componeren van muziek, onder de voorwaarde dat hij samen met de uitgever een fonds opricht, waarna de opbrengst uit het auteursrecht gedeeld wordt. Berucht zijn daarbij de administratiekosten à 20% van de opbrengsten die de uitgever daar bovenop nog



rekenen. Muziekuitgevers nestelen zich horizontaal in de kolom van de waardeketens van de gehele media- en entertainmentindustrie.



Figuur 8.4: Strategische positie van muziekuitgevers; Fund Blocking.

Conamus

In 1962 wordt door John de Mol Sr. de stichting Comité voor Nederlandse Amusementsmuziek (Conamus) opgericht ter bevordering van de Nederlandse lichte muziek, met als doelstelling om het gebruik van Nederlandse muziek te bevorderen, zowel in Nederland als daarbuiten. In het bestuur zitten onder andere de heren C. Smit Jr., G. Jansen Jr. en de heer A. Strengholt. In 1964 verschijnt het Conamus album, dat hoofdzakelijk bestemd is voor het buitenland (Krevelen, 1965). Met radio- en televisie-instanties is geregeld contact vooral ten aanzien van de opzet van het songfestival. De liedjes worden door de dominante uitgevers op plaat gezet of naar voren gedrukt voor het Eurovisie Songfestival (in die dagen een muzikaal en commercieel hoogtepunt).

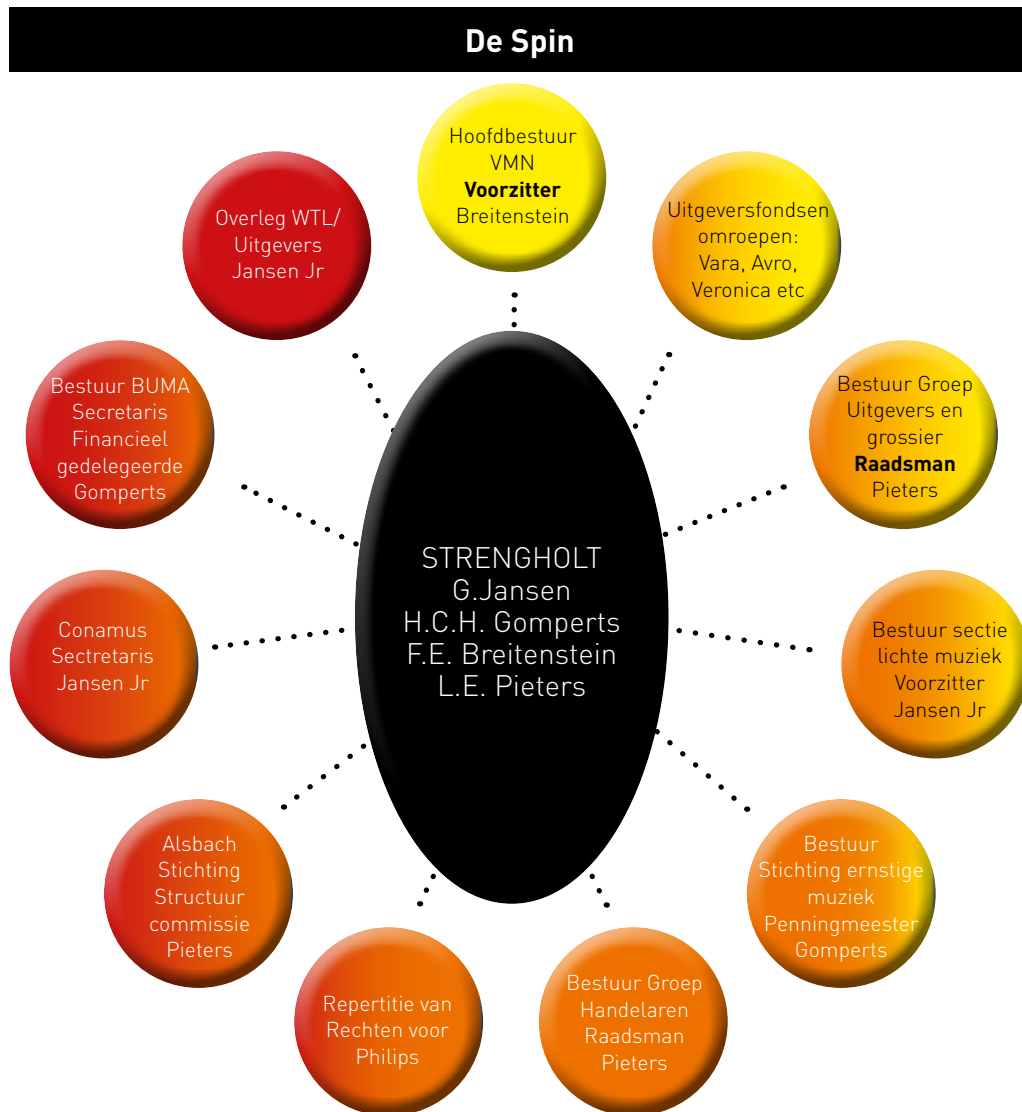
Internationaal web

Philips NV blijkt de internationaliseringstendens van de Nederlandse muziekuitgevers te ontketenen door in 1968 een deel van Strengholt te kopen. Daarmee ontstaat er niet alleen een scheiding in formaat van muziekuitgevers maar ook in de functie. Aan de ene zijde handhaven zich de klassieke, meer bladmuziek georiënteerde-uitgevers en aan de ander zijde de fondsbeheer-

sers, die sterk in macht en formaat toenemen. Strengholt sluit tevens een alliantie met het Duitse Siemens en exploiteert de muziekrechten van Philips nu vanuit Hamburg, Baarn en New York (Wennekens, 1979, p. 94). Strengholt brengt naast kennis en een aanzienlijk netwerk ook muziekfondsen in, terwijl Polygram (het label van Philips) zich snel over de wereld vertakt naar Accra, Bombay, Caracas, tot Chicago en Tokio. Philips en Strengholt vormen binnen Nederland rond 1979 bijna een monopolie. "Nagenoeg alle Nederlandse platenmaatschappijen doen zaken met Philips/Strengholt, of omdat ze mede-eigendom zijn, of omdat ze daar niet onderuit komen" (Wennekens, 1979, p. 95). Uit figuur 8.5 blijkt hoezeer de firma Strengholt de spin in het web van het value network van de muziekindustrie is. Zij zitten in nagenoeg alle stichtingen op sleutelposities. Ondanks dit machtsblok in Nederland treedt Strengholt ook op als de beschermheer van de overige muziekuitgevers.

De machtsconcentratie is mogelijk door de juiste adoptie van de genre-revoluatie door Strengholt. Deze is gelukt vanaf de jaren '50 door het vroegtijdig verwerven van rechten op titels en door innovatieve juridische constructies. Een andere reden is de ondoorzichtige structuur van de markt en de totale geheimhouding of fragmentatie van cijfers en resultaten, waardoor deze uitgever vrij kan bewegen. De vertakking binnen de media is zodanig (zie fig. 8.5) dat alle partijen een belang hebben en zwijgen. Gerrit den Braber (hoofd amusement Avro) maakt in de jaren '50 fakevertalingen voor Strengholt en toucheert daarmee 1/12 van de auteursrechten van liedjes, maar ook Co van Kloet (Vara) of Eddy Becker (NCRV) hebben privébelangen. Het vak muziekuitgever wordt daarmee uitgehold. De fondsenconstructie vervreemdt de eigenlijke rol van uitgever en misbruikt het auteursrecht door geen tegenprestatie te eisen voor de ontvangen gelden. De rol van financier van talent geeft oneigenlijke mogelijkheden om met verfijnde technieken de auteur meer geld afhandig te maken (Wennekens, 1979, p. 97). Gomperts en Jansen opereren jarenlang onder synoniemen zoals Ad Remy en Hans Charles en Gio Badowski om als uitgever meer te kunnen verdienen dan het afgesproken percentage van 33,3. "Zij vermomden zich als 'arrangeur' en 'bewerker' of zelfs als 'mede auteur' ook wanneer zij geen noot of letter aan een werk geschreven hebben" (Wennekens, 1979, p. 98). Het lijkt de bom te worden onder de Nederlandse muziekuitgeverwereld. Een nieuw regime zal deze praktijken echter keren.

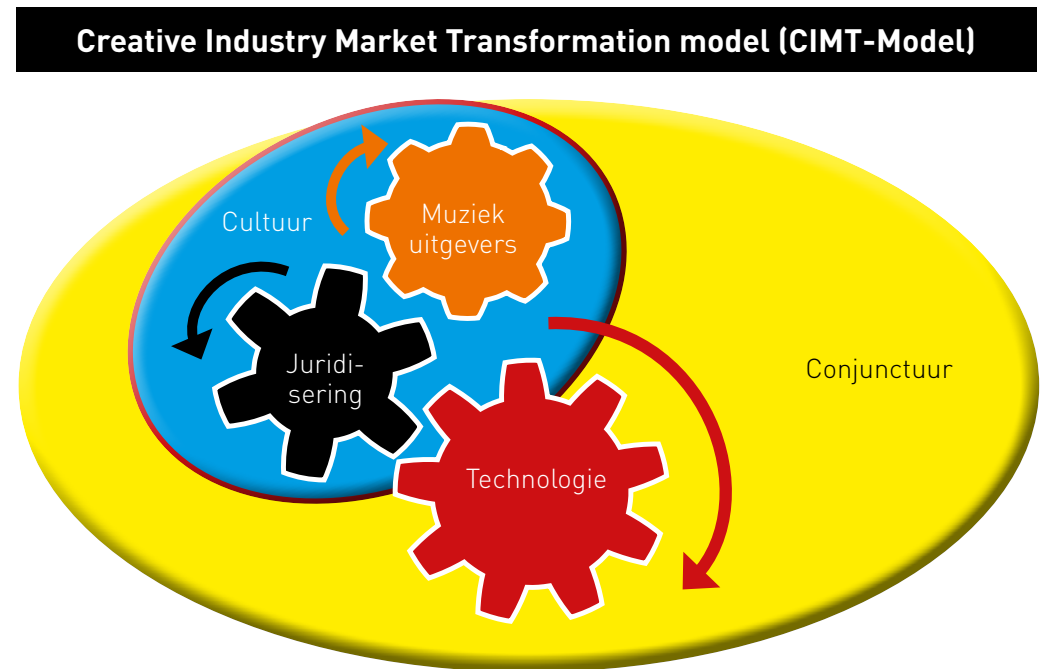




Figuur 8.5, Het web in beeld met de 'spin' Strengholt in 1974 - Bron: 'Hoe onze Vereniging september 1974 bestuurd wordt'. De Muziekhandel, 1974, p. 10; (Wennekens, 1979)

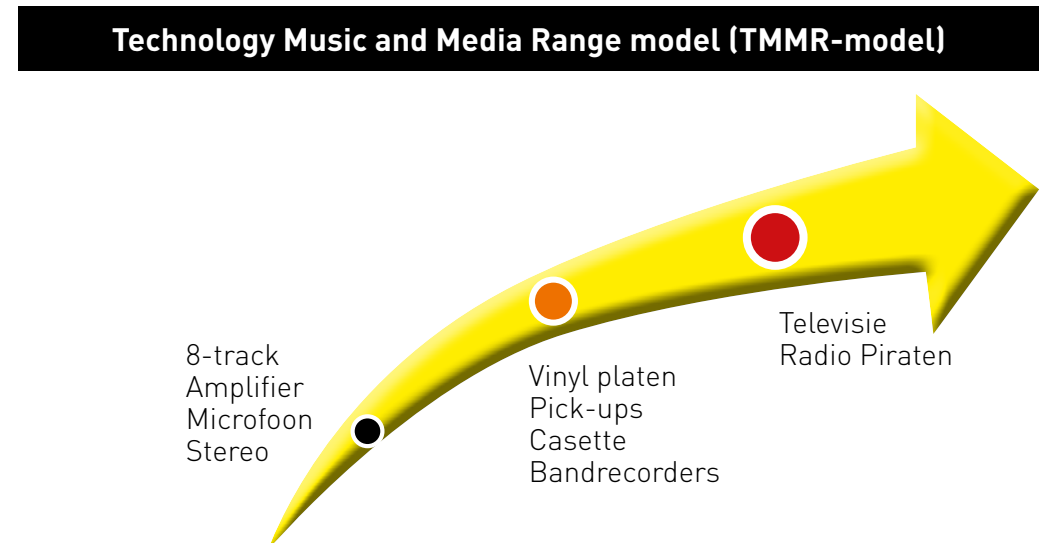
8.7 Conclusie

In de grote context van het CIMT-model blaast de economische voorspoed eerst de conjuncturele bol op waarna de culturele voorspoed volgt. Door de economische welvaart vanaf de jaren '50 krijgt de culturele ontwikkeling van muziek de wind in de zeilen zodra de particuliere consumptie dit enigszins toelaat. De ruime jongerenpopulatie die ontstaat door demografische samenstelling vormt bovendien een vruchtbare bodem voor dit proces (Nielsen & Alderson, 1997). Het Amerikaans repertoire geeft de culturele norm aan en van rock-'n-roll tot de Britse popinvasie ontvlamt een ware genererevolutie van muziek. De keynesiaanse politiek van Den Uyl schept in de jaren '70 ruimte voor cultuurpolitiek en de particuliere bestedingen blijven hoog. De muziekuitgevers krijgen vleugels in deze periode door de alles ontketenende explosie van lichte muziek. Cultuur is de dominante aanjager in dit regime. De artiesten manifesteren zich ook als componisten en de positie van de uitgevers verandert: platenmaatschappijen nemen het centrum in van de macht van de muziekindustrie.



Figuur 8.6 Bron:Wierda & Hitters, 2013

Binnen de kleine context draait het mechaniek op volle toeren. In technologisch opzicht komt de radio verder op en later doet ook de televisie haar intrede. Door nieuwe culturele muziekstromingen en daarbij de media-aandacht van televisie en radio, ontstaat een nieuwe vorm van stardom. Vooral de piratenradiozenders fungeren als aanjagers. De introductie van de bandrecorder en later de compacte cassette zorgen niet voor een wezenlijk andere werkwijze voor de uitgever, wel dient de eerste kopieerdreiging voor een geluidsdrager zich aan. De verwachting van de industrie is een forse Schumpeteriaanse 'creative destruction' met betrekking tot de vinyl plaat, die echter uitblijft. De twee technologieën bestaan geruime tijd naast elkaar. Wel is de roep om stringentere wetgeving tegen illegaal kopiëren sterker. Bij de beschouwing van de technologische ontwikkeling rond de uitgevers in dit regime wordt het bereik door verdere medialisering van muziek vergroot door belangrijke productinnovaties, waaronder televisie (Handke, 2010).



Figuur 8.7 Bereikvergroting van muziek voor uitgevers door technologie.



De wetgeving past zich aan de technologische tijdsgeest aan. De internationale harmonisering eind jaren '60 leidt tot de Convention Universelle. De uitgevers trachten via het leenrecht een deel van het verlies van inkomsten ontstaan door oneigenlijk gebruik van werken te compenseren en het kopieermonster steekt voor het eerst de kop op.

Als de firma Philips actief wordt als platenmaatschappij verwerft deze in no time een sterke internationale marktpositie: Nederland heeft een volwassen muziekindustrie. Muziekuitgevers sluiten deals en liften mee op dit succes. Radiopiraten passen op ruime schaal Payola-praktijken toe door oneigenlijk in de rol van muziekuitgever auteursrechtdeelnemers op te eisen in ruil voor uitzendtijd op de zender. Dit systeem jaagt zowel de muziekverkopen als de inkomsten voor de uitgevers via de collecting societies fors aan.

Als in 1973 de conjuncturele crisis uitbreekt, zijn de muziekuitgevers niet wettelijk in gevaar en kan hun positie eenvoudigweg geconsolideerd worden. Het stabiele verdienmodel komt voort uit de sterke positionering binnen de opmars van de media- en muziekindustrie in Nederland, waarbij de alles aanjagende popmuziek de inhoudelijke motor is.

Via fund blocking constructies kunnen muziekuitgevers in allerlei geledingen van de media- en entertainmentindustrie inkomsten vergaren: de uitgevers fungeren als juridische innovators. Enkele uitgevers blijken in allerlei functies, besturen en geledingen in de muziekindustrie een vinger in de pap te hebben met overduidelijk één dominante speler: de firma Strengholt. Deze verwerft een vrijwel monopolistische positie in Nederland, mede door de allianties met Philips, de vele publieke omroepen en de voormalige zenderpiraten zoals Veronica. Het normatieve isomorfistische gedrag van de branche wordt beheerst door een kleine groep ondernemers die muziek van componisten en artiesten exploiteren. Zij verstevigen hun greep volgens dit principe door de cirkel gesloten te houden en bijvoorbeeld strenge entree-eisen te stellen aan debutanten in het vak (DiMaggio & Powell, 1983). Strengholt fungeert als een spin in het auteursrechtweb, maar ook ver daarbuiten. De firma bezigt schimmige verdienmodellen die de naam van muziekuitgeverbranche schaden. Onoorbare praktijken komen aan het licht, maar de vertakking van de macht is zodanig dat er nog geen tegenkrachten ontstaan; die volgen in het nieuwe regime. Aan het einde van de jaren '70 manifesteert zich een crisis in de Amerikaanse muziekindustrie die doorwerkt in de Nederlandse. De platenverkoop zakt in en de cassette compenseert de verkopen niet genoeg; er moet iets gebeuren.

Macht van de Catalogus

9.1 Inleiding

Eind jaren zeventig is het economische perspectief matig: de nationale economie neigt naar een baisse. De vooruitzichten zijn somber, mede door het stijgende begrotingstekort van de overheid. De sociaaleconomische en keynesiaans georiënteerde politiek werkt niet meer en er vindt een kentering plaats. Ook de internationale muziekindustrie beleeft een 'pending crisis', hoewel dit in mindere mate geldt voor Nederland. De genrerevolutie is uitgewerkt en het regime is ten einde; er is zelfs een antireactie, genaamd punk. Het aantal teenagers als adoptieve groep voor nieuwe stromingen daalt. Een liberale visie op marktwerking neemt toe in populariteit en de vrije markt biedt zowel kansen als bedreigingen.

Binnen de grote context van het CIMT-model is de Nederlandse conjunctuur begin jaren '80 verzeild geraakt in een internationale economische crisis. Er heerst relatieve rust in de culturele dynamiek. Waar in het voorgaande regime de opkomende muziekcultuur de drijvende kracht is voor de veranderingen binnen de muziekuitgever industrie, gaat nu in de kleine context de factor technologie domineren. Als 'disruptive products' aarzelend hun intrede doen, blijken ze uiteindelijk de impuls te zijn die voor oplossingen zorgt om de crisis te bezweren (Christensen, Horn & Johnson, 2005). Mede door toedoen van de zich verder ontwikkelende aangrenzende media-industrie, breekt een expansieperiode aan. Door het liberaliseren van de wereldhandel, met name de trans-Atlantische en Europese dynamiek, komen nieuwe krachten vrij. De Nederlandse ondernemers dienen zich te conformeren aan zowel de internationale wetten en regels, als aan de dynamiek van de open markt in de muziekindustrie. De mondialiserings-tendens geeft bovendien ook een tegenreactie die juist een sterke nationale identiteit benadrukt. Al met al moeten de muziekuitgevers veranderen van rol en functie. Ze krijgen nieuwe belangen. De internationale spelers concentreren zich en leiden de dans.

9.2 Neo-Amerikanisme

De verkiezing van President Reagan in 1980 markeert het einde van de tendens van sociale Europese kenmerken die sinds de depressie van de jaren '30 in de Amerikaanse economie geïncorporeerd zijn (Albert, 1993, p. 16). De introductie van het 'neo-American model' leidt tot meer marktgericht denken en in Thatcher vindt Reagan een kompaan. Albert (1993) plaatst deze Amerikaanse vorm van het kapitalisme tegenover het zogeheten Rijnlandse model, dat volgens hem nog gebaseerd is op 'social superiority'. Europa verliest terrein en het Angelsaksische model neemt langzaam de overhand. Grote internationaal georiënteerde bedrijven krijgen mede door het ruime budgettaire beleid in de VS steun en ruimte om het kapitalistische gedachtegoed breed te exporteren.

Het politieke beleid is in Nederland over de gehele periode van 1980 tot 2000 gericht op het stabiliseren van de externe en interne waarde van de gulden. Achtereenvolgens wordt eerst aansluiting gezocht bij het stelsel van Bretton Woods, vervolgens het slangarrangement⁸⁷ en ten slotte het Europese Mone-

⁸⁷ Slangarrangement ook genaamd Europese Muntslang; 6 lidstaten besluiten in februari 1972 om de fluctuatiemarge tussen de koersen van hun valuta's te begrenzen tot 2,25%.



taire Stelsel⁸⁸. Als instrumenten van het wisselkoersbeleid worden interventies in de valutamarkt en wijzigingen in de korte-renteverhoudingen gehanteerd ter realisering van de stabiliteit van de externe waarde van de gulden (SER, 11 september 1990 - Publikatie Nr 15, p. 30). Nederland wil een stabiel exporterend land zijn. Voor de importerende muziekuitgevers is dit van belang.

Bezuinigen

Als de tweede oliecrisis in een feit is, slaat de hoge olieprijs om in een sterk tekort op de betalingsbalans van de westerse industrielanden. Nederland verkeert in zwaar conjunctureel weer en het financieringstekort loopt op door de stijgende werkloosheid. De Nederlandse economie zit aan alle kanten op slot. Lage winsten en daardoor weinig investeringen, stagnerende consumptie, hoge overheidsuitgaven (mede door de hoge werkloosheid). De overheid dient te bezuinigen om de uit de hand gelopen uitgaven te bekostigen. Volgens de journaliste José Toirkens gebeurt dit begin jaren tachtig maar moeizaam (Toirkens, 1988). Cultuuruitgaven hebben dan ook niet werkelijk te lijden onder deze periode. Anders wordt het met het beleid dat gestalte krijgt onder het kabinet Lubbers I (1982-1986). Op het moment dat dit aantreedt bereikt de meest ernstige depressie van de naoorlogse geschiedenis haar dieptepunt (Zanden, 1988, p. 283). Het beleid van het kabinet-Lubbers I staat bekend om zijn 'no nonsense' aanpak. Harde bezuinigen, bevrozing van de inkomens van ambtenaren en snijden op cultuur. De werkloosheid onder de beroepsbevolking neemt in absolute waarde toe van 281.000 werklozen eind 1979 tot 801.000 in 1983 (15,4 % van de beroepsbevolking). Het overheidsbeleid richt zich vanaf deze periode op het terugdringen van het financieringstekort. De reële lonen dalen met 10% na de ondertekening van het Akkoord van Wassenaar, wat zelfs in de beruchte crisis van de jaren '30 niet is voorgekomen. Hierdoor herstelt de internationale concurrentiepositie zich abrupt en mede doordat de wereldeconomie zich in 1984 en 1985 spectaculair ontwikkelt, krijgt het kabinet Lubbers I economisch de wind in de zeilen. De export stijgt en zwingelt de nationale economie verder aan. Eind jaren tachtig, onder het kabinet-Lubbers II, blijkt ondanks economische voorspoed de Nederlandse economie nog te kampen met een grote uitkeringsafhankelijkheid⁸⁹, maar geleidelijk wordt de concurrentiepositie verder versterkt. De werkloosheid loopt terug, maar de verborgen werkloosheid loopt juist op (SER, 1990 - Publikatie Nr 15). Het aantal arbeidsongeschikten stijgt namelijk tot een schrikbarende 900.000 (CSED-rapport, 1997). De kostenstructuur van het bedrijfsleven is echter structureel verbeterd en de deelname aan arbeid neemt toe, wat ten goede komt aan de collectieve financiën van de overheid.

Purple rain

De economische situatie onder het kabinet Kok I in 1994 laat vrijwel direct een hoge economische groei zien. Het 'paarse' elan lijkt aan te slaan. Het 'poldermodel' vindt zelfs navolging in het buitenland. De financiële 'zalmnorm' brengt rust en inkomstenmeevallers zorgen voor lastenverlaging. Minister Wijers (economische Zaken) dereguleert de economie en de werkgelegenheid groeit sterk. Het tweede kabinet Kok, dat in 1998 geïnstalleerd wordt, brengt in het begin ook nog economische voorspoed⁹⁰. Ondanks de groeivertraging van de wereldhandel

⁸⁸ EMS; Het Europese Monetaire Stelsel (EMS) treedt in werking op 13 maart 1979, exclusief de pond van het Verenigd Koninkrijk. Later sluiten wel Griekenland, Spanje en Portugal aan.

⁸⁹ De inactiviteit van beroepsgroepen is mede het gevolg van demografische ontwikkelingen gecombineerd met een zwakke conjunctuur. Ten eerste geldt de late toestroom van vrouwen tot de arbeidsmarkt en ten tweede de instroom van allochtonen waardoor het arbeidsaanbod vergroot (CSED-rapport, Economische dynamiek en sociale uitsluiting, 1997 september)

⁹⁰ De Nederlandse economie groeit in reële termen met ruim 20% van 1997 tot en met 2001.

versnelt in 1998 de Nederlandse uitvoergroei. Dit komt doordat de prijsconcurrentiepositie de afgelopen twee jaren sterk verbeterd is (Macro Economische Verkenningen 1999, 1998). Aan het einde van de kabinetsperiode Kok II volgt een groeivertraging. Het poldermodel ofwel consensusmodel dat de sociaaleconomische beleidsvorming in Nederland beheerst, ontpopt zich onder Kok als een succesvolle vorm tussen het Angelsaksische model en het Rijnlandse model. Het model blijkt in staat om een economische dynamiek te ontwikkelen die duidelijk hoger ligt dan in omliggende landen. De economische werkelijkheid geeft naast de flexibilisering van de arbeidsmarkt, de effectieve beheersing van de arbeidskosten en de evenwichtige sanering van de overheidsfinanciën, ruimte voor een nagenoeg ongestoorde marktwerking (CPB, 1997, pp. 184,185). De mix van stijlen heeft ook te maken met de naderende integratie van Europa.

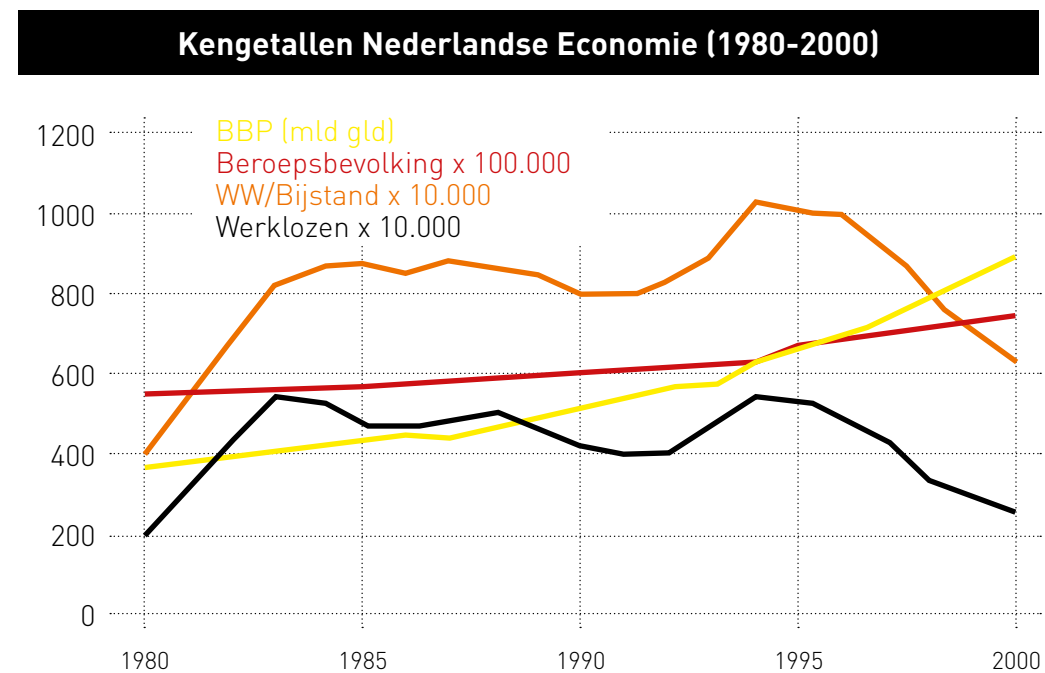


Fig 9.1 Bron: CPB. Macro Economische Verkenning (MEV) 2001, 19-09-2001, Jaarboek CPB 1990.

Europa integreert

Een belangrijke mijlpaal voor de Europese integratie is de Europese Akte van 1987. De EG-landen komen overeen om eind 1992 één interne markt in de EG te realiseren. De aangesloten leden dienen zich te kwalificeren voor de invoering van een gezamenlijke Europese munt. Men maakt afspraken over het begrotingstekort en de staatsschuld van de betrokken landen. De meerwaarde van het EU-beleid ligt primair op het terrein van de marktwerking. De totstandkoming van de interne Europese markt heeft vanaf het midden van de jaren tachtig door het '1992-programma' een belangrijke impuls gekregen (CSED-rapport, 2004 mei). Het ontstaan van een grote thuismarkt voor Europese ondernemingen (omstreeks 1992 telt de EG 323 miljoen inwoners) lijkt in een aantal sectoren schaalvoordelen te brengen bij de productie en de bedrijfsorganisatie.

Een kleine handelsnatie als Nederland is voor zijn welvaartsontwikkeling bij uitstek afhankelijk van zijn Europese omgeving, zo heeft de naoorlogse geschiedenis geleerd. Door de toenemende Europese integratie moeten Nederlandse oplossingen dan ook in een EU-perspectief worden geplaatst (CSED-rapport, 2004 mei, p. 187).



Het bedrijfsleven in Europa heeft groot belang bij het beëindigen van de onzekerheid ten aanzien van wisselkoersen. Een gemeenschappelijke Europese munt leidt tot aanzienlijke kostenbesparingen (CED-rapport, 1989 publicatie Nr 11, p. 69). Ook voor de muziekuitgevers heeft de invoering van een gezamenlijke munt handelsvoordelen.

9.3 Mondialisering versus lokalisering

Begin jaren tachtig zijn het de Angelsaksische landen (de VS en Engeland) die domineren in de Nederlandse muziekcultuur en massaal populaire muziek exporteren. Daarnaast ontstaat er een eigen muzikale pop- en rockidentiteit in Nederland die vorm krijgt in het midden van dit decennium. De organisatiestructuur van Nederlandse platenindustrie in de periode 1975 tot 1992 is daarbij belangrijk, evenals de mate van culturele diversiteit (Christianen, 1995).

Mondialisering van lichte muziek

Nadat de Britse punk, een anti-harmonische reactie, zich civiliseert tot een mildere vorm genaamd 'New Wave', wordt de populariteit ervan groter. De 'post-punk' geniet een breder publiek met Britse bands zoals The Cure en Duran Duran en in mindere mate U2 (Gillet, 1996). Ook Amerikaanse equivalenten zoals REM en de Talking Heads verheugen zich in een grote schare fans. Andere stromingen breken ook door. De 'urban culture' in de VS levert in 1979 de eerste grote rap-hit met 'Rappers Delight' en in 1986 wordt rap algemeen geaccepteerd met het nummer 'Walk this way' van Run DMC en Aerosmith, waarin rap mixt met rockmuziek (Sanjek & Sanjek, 1991, p. 261). Popmuziek wordt beïnvloed door de komst van samplers en drumcomputers, die de muziek een zekere mate van 'vlakke sound' geven. Acts zoals OMD en Pet Shop Boys excelleren in dit genre. George Michael vertegenwoordigt in Wham bij uitstek de zogenaamde "mascarade pop" die uiterst populair is onder tieners. Andere artiesten zoals David Bowie en de Rolling Stones voegen zich bijzonder goed naar de tijdgeest en verlengen hun levenscyclus als artiesten. In het midden van de jaren tachtig ontstaat schoorvoetend uit de computerisering het begin van dancemuziek. De genres acid en housemuziek gelden in het begin als de geuzennamen. De term dj krijgt een nieuwe lading en deze kan een sterrenstatus verwerven.

De iconen van de jaren tachtig zijn ongetwijfeld Michael Jackson⁹¹ en Madonna. Deze artiesten zijn te horen in nagenoeg alle muziekculturen in de wereld. De globalisering van populaire muziek neemt groteske vormen aan. Een van de meest opmerkelijke daden van de muziekindustrie in dit licht is Live-aid in 1985. De sterren van het mondiale pop- en rockfirmament stellen zich ten doel om geld in te zamelen voor de hongersnood in Afrika. Artiesten veranderen van imago: van zelfverrijker naar weldoener. Popmuziek is opeens een cultuuruiting met 'credibility'.

Mede door jeansreclames van Levi's wint nostalgie terrein en vindt er een opleving van de jaren zestig en zeventig plaats. Oude soulnummers van Marvin Gaye en Ben E. King staan aan de top van de hitparades. Verzamel-cd's komen uit en vele vergeten artiesten vinden weer de weg naar de bühne. Er verschijnen 'classic' radiostations en er worden televisieprogramma's gemaakt over pop-artiesten uit het verleden. De muziekuitgevers ontdekken dat de oude catalogi plotseling goud waard zijn (zie 9.5). Uit Amerika komt het fenomeen 'stadionrock' van 'hair metal'-bands overwaaien en de recettes nemen spectaculaire vormen

91 Van het Michael Jackson album 'Thriller' uit 1982 wordt naar schatting wereldwijd rond de 110 miljoen exemplaren verkocht, wat tot op heden nog het absolute record is.

aan. Bands zoals Guns 'n Roses, Bon Jovi, AC/DC en Van Halen zetten de bombastische stadiontoon, maar ook 'revival-acts' zoals Deep Purple of The Rolling Stones dragen daartoe bij. Festivals groeien naar mega-events en nieuwe ontstaan, zoals Pukkelpop in België. De toenemende kaartverkoop leidt tot een forse stijging van inkomsten op uitvoerend recht voor de uitgevers.

In de jaren negentig zet de aandacht voor 'dance' zich onverminderd voort. Dj's krijgen een sterrenstatus. Zij toeren voor exorbitante gages en mixen naar hartenlust intellectueel eigendom van componisten en uitgevers tot eigen composities. De complexiteit van repartitie ten behoeve van het innen van de auteursgelden door collecting societies, neemt zienderogen toe. De uitgevers dienen toezicht te houden op dit proces ten behoeve van de componisten, waardoor de administratieve rol compliceert (interview muziekuitgever, 2010). Naast dance dient zich uit de VS een nieuwe rockstroming 'Grunge' aan, die zich met name lokaliseert rond Seattle met bands zoals Pearl Jam, Soundgarden en Nirvana. Na verloop van tijd verschuift het zwaartepunt van de rock toch weer naar Groot-Brittannië waar 'Britpop' de toon zet. Oasis en Blur vinden met een sixties-retrosound een groot internationaal publiek. Eind negentiger jaren evolueert deze stroming tot grote acts zoals Radiohead en Coldplay.

Binnen de hitparadepop nemen boybands en girlbands het voortouw. Kundig geproduceerde muziek van Take That, Backstreetboys en NSYNC verovert menig meisjeshart. Gek genoeg is dezelfde groep jonge vrouwelijke tieners ook idolaat van girlbands zoals The Spice Girls of Destiny's Child, maar dan als rolmodel/voorbeeld functie. In retrospectief kenmerkt de periode begin jaren '80 tot eind jaren '90 zich als een 'golden era' in de geschiedenis van de popmuziekindustrie: "it enjoyed about 15 years of steady growth in recorded music sales following the introduction of the compact disc (CDs)" (Leyshon et al, 2005, p. 177).

Zing in je moerstaal

Eind jaren zeventig associeert men zingen in de Nederlandse taal nog sterk met het levenslied. Dit genre blijft overigens gedurende de periode 1980- 2000 van belang met zangers als André Hazes en Koos Albers. Begin jaren '80 echter populariseert de Nederlandstalige popmuziek in zowel het rock-, pop- als reggaegenre. De meest succesvolle band is Doe Maar. Invloeden van ska leiden tot de term 'Nederpop'. In navolging van dit succes volgen groepen zoals De Dijk en Het Goede Doel, die de nationale markt voor muziekuitgevers een sterke impuls geven (interview bestuurder platenmaatschappij, 2009).

Lokale popcentra draaien namelijk maar moeizaam door het bezuinigingsbeleid van de kabinetten van Lubbers: de systematische ontmanteling van het overheidsprotectoraat dat het cultuurbeleid gedurende de jaren tachtig kenmerkt, doet zich gelden (Hitters, 1996, p. 157). Locaties sluiten, maar de podia die net aan overleven, vinden inkomsten uit talrijke opkomende lokale Nederlandstalige populaire acts. Door toedoen van de Kernpodia⁹² regeling uit 1991 van het Nationaal Pop Instituut klimt het concert- en clubcircuit weer uit het dal. Voor de lichte muziek is er een cultuurimpuls.

Als na 1990 het nieuwe genre eurohouse doorbreekt, blijken de Nederlandse artiesten zoals 2 Brothers On The 4th Floor, T-Spoon en 2unlimited internationaal succesvol. Dancemuziek blijft groeien in populariteit. Muziekuitgevers ontdekken dit genre. Naast een mate van internationalisering vindt er bij de introductie van commerciële radio en televisie een aardverschuiving in medialand plaats (hierover meer in 9.4). Er komt ruimte voor 'middle of the road music',

91 Kernpodiumregeling: de instelling kan een aanzienlijke subsidie krijgen van de overheid, indien deze een rechtspersoon is met een niet commerciële doelstelling en een zaalcapaciteit van minimaal 200 bezoekers. Wel dient de instelling te voorzien in een goed publieksbereik, een breed te popprogramma te leveren en een redelijke entreeprijs te heffen.



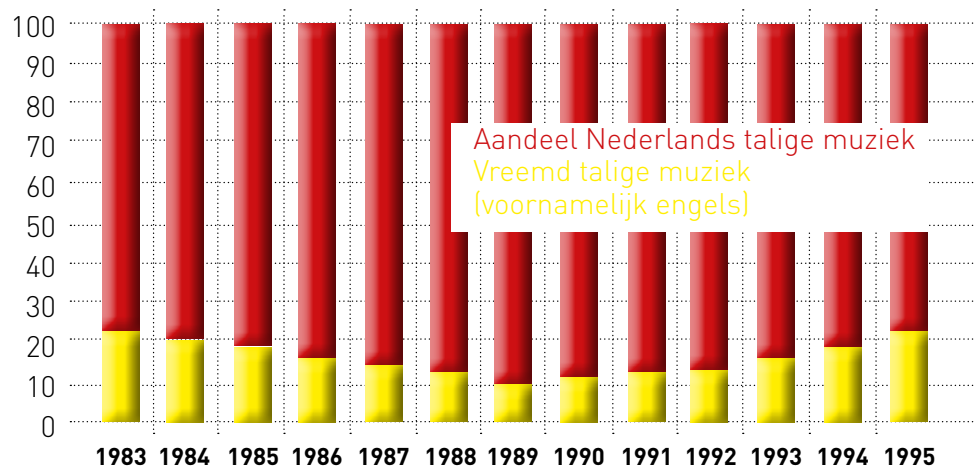
wat in eerste instantie ten goede komt aan Nederlandse artiesten. Wellicht in reactie op de verregaande medialisering en globalisering van muziek, zoeken consumenten naar bereikbare 'sterren', waarmee ze zich eenvoudiger kunnen identificeren, zoals ook Hitters en Van der Kamp stellen (2010). Een van de leveranciers aan de Nederlandse muziekmarkt is eind jaren tachtig de soundmix-show. Gerard Joling en Marco Borsato krijgen de ruimte om zich te ontplooien. De tekstdichters die op kundige wijze buitenlandse liedjes vertalen springen in het oog van de uitgevers. Han Kooreneef zorgt met zijn teksten op muziek van de Italiaanse zanger/componist Ricardo Cocciante voor een ongekende doorbraak van Marco Borsato, die switcht van Italiaans naar Nederlands. Guus Meeuwis, Acda & De Munnik en Ruth Jacott volgen in deze Nederlandstalige traditie. In 1994 stijgt de Nederlandstalige platenverkoop weer naar het niveau van de vorige succesvolle periode (Baartman, 1994).



Illustratie 9.1 Bron: Volkskrant 25 november 1994, Marco Borsato van Italiaans- naar Nederlandstalig.

Figuur 9.2 Laat de golfbeweging van Nederlandstalige muziek zien: de Doe maar-periode met bandjes en 10 jaar later de Borsato-periode met individuele successen.

Omzetaandeel Nederlandstalige muziek Nederlandse muziekmarkt



Figuur 9.2 Bron: NVPI, 1994 jaarcijfers

Volgens staatssecretaris economische zaken Anneke Van Dok-van Weele is de omzet van de Nederlandse muziekindustrie in 1994 goed voor een zevende plaats op de wereldranglijst. Volgens cijfers uit de muziekbranche bedraagt de verkoop in 1993 ruim 1,1 miljard gulden. De Nederlandstalige muziek stijgt naar een omzet van 200 miljoen gulden (Loenen, 31/01/1995). Muziekuitgevers anticiperen hierop door Nederlandse componisten en tekstdichters met aanzienlijke voorschotten aan zich te binden. Volgens een componist nemen de royaltyvoorschotten zienderogen toe. John Ewbank bijvoorbeeld (de vaste componist van Borsato) toucheert in 1998 een voorschot van rond de fl. 2 miljoen van Universal (interview componist, 2008). De rol van de muziekuitgever als financier van talent neemt groteske vormen, aan mede door de financiële armslag van de uitgevers. Een onderzoek in opdracht van Strengtholt uitgevoerd door het TNO Studiecentrum voor Technologie en Beleid concludeert dat in 1991 de totale omzet van het populaire Nederlandstalige genre binnen de muziekbranche 501 miljoen gulden bedraagt. In 1995 neemt de omzet met 70 procent toe tot 868 miljoen gulden (Trouw, 15 november 1996).

9.4 Digital sound & vison

1977 geldt als een voorlopig dieptepunt in omzet van de platenindustrie in de VS; Nederland volgt iets later. Een van de redenen zijn de hoge kosten van de promotie van artiesten. Ontslagrondes volgen bij de labels en de majors stellen zich risicomijdend op. Zij gaan zich in het bijzonder toeleggen op het cultiveren van superstars (Denisoff, 1986). Volgens de CEO van Time Warner, Stan Cornyn, wordt de stijging van de kosten veroorzaakt door de overname van promotie- en marketingactiviteiten die voorheen voor rekening van de muziekuitgevers kwamen (Garafalo, 1999). Een andere oorzaak zijn de stijgende opnamekosten. De rol van een goedbetaalde producer neemt in belang toe en is onderscheidend voor de sound en kwaliteit van een plaat (Huygens, 1999, p. 133). In het gidsland Amerika stijgen de gemiddelde winsten van de muziekuitgevers van 5,17% in 1977 naar 7,04% in 1978 en 8,41% in 1979. Echter, de inkomsten uit het mechanische recht dalen van \$20,5 miljoen in 1978 naar \$12,9 miljoen. De muziekuitgevers bedingen vervolgens een 8% royalty op platenverkoop in plaats van de eerder bedongen 6%. De 'penny war' wordt in 1980 beslecht door de componisten en uitgevers (Sanjek & Sanjek, 1991, pp. 230, 231). De strijd komt mede voort uit de scheve verdeling van de inkomsten onder componisten. Een fractie van het componistengilde in de VS heeft een redelijk inkomen. ASCAP president Hal David⁹³ strijdt voor een hoger royaltypcentage op de platenverkoop voor componisten en indirect ook de muziekuitgevers.

Al met al, is de platen- en muziekuitgave-industrie tanende en nieuwe technologie komt als geroepen om deze nieuw leven in te blazen. De term 'embedded depictions' van Dowd is hier van toepassing, waarbij technologie bijdraagt aan de context waarin de muziekuitgevers zich bevinden (Dowd, 2005). Technologie is een dominante factor in het veranderingsproces van de muziekuitgeverindustrie in dit regime.

Rotating music videos

Er ontstaan in de jaren '80 als gevolg van technologische ontwikkelingen op de kabel en via de satelliet mogelijkheden om nieuwe televisiezenders binnen het bestel toe te laten. Als wetgeving dit daadwerkelijk mogelijk maakt, komt er ruimte voor muziekzenders. Het gebruik van beeld om muziek te promoten

93 David Hall is de beroemde tekstdichter van evergreens met componist Burt Bacharach zoals: Say a little prayer, Close to you (Carpenters) etc.



stamt uit de jaren '60 en '70. Toppop in Nederland of Top of the Pops in Engeland zenden in de jaren '70 al 'short concept music films' uit (Sanjek & Sanjek, 1991, p. 250), maar de echte doorbraak van beelden als muziekpromotie-tool is in 1981 een feit met de introductie van MTV in de VS (Denisoff, 1988, p. 37; Frith et al, 1993). Frith spreekt over een nieuwe periode in de muziekindustrie.

Als MTV het videoclipconcept introduceert, zijn de majors in het begin uiterst negatief. Zij wensen dat er voor het uitzenden van de clips betaald wordt, wat MTV vertikt. Muziekuitgevers, maar vooral platenmaatschappijen zijn in de recessiedagen nog gericht op het snijden van promotiekosten (Benjack & MacKeen, 1995). Als Billboard⁹⁴ een artikel publiceert waarin door middel van een markt-onderzoek aangetoond wordt dat muziekvideo's de platenverkoop aanzienlijk doen verbeteren, draait de opinie van de majors om. De platenmaatschappijen omarmen het concept van 'sound & vision' en de majors leveren de videoclips gratis. Na enig tijd gaan de majors zelfs een aanzienlijk deel van hun marketing-budget spenderen aan promotievideo's (Wikström, 2006, p. 153). In elkaar sterk beconcurrerende acts geeft de clip van de artiest het onderscheid. Wel 4 tot 5 keer per dag verschijnt er een nieuwe clip.

Binnen een jaar heeft MTV 125 sponsors in de VS (Sanjek & Sanjek, 1991, p. 251). De muziekuitgevers en platenmaatschappijen lijken het middel te hebben gevonden om de neergaande tendens in de verkoop van de platenindustrie te keren. De videoclip is een alternatief promotiemiddel ten opzichte van het toeren van artiesten en dat tegen veel lagere kosten (Denisoff, 1986). Er zijn enkele belangwekkende effecten: ten eerste staat de promotionele gatekeeping functie van radio vanaf die dagen niet meer op zich en ten tweede ontwikkelt men in ruime mate nieuwe genres (Lopes, 1992). New Age en Heavy Metal krijgen bijvoorbeeld een platform en geven de platenmaatschappijen en uitgevers nieuwe aandachtsgebieden. Volgens Wallis en Malm is het overigens nog maar de vraag of MTV de platenverkoop werkelijk een impuls heeft gegeven. Wellicht is het de klim uit de economische recessie geweest waardoor de bestedingsruimte voor muziekaankopen van de consument toeneemt (Wallis & Malm, 1988). De invloed van MTV is echter wel essentieel geweest in het binnen de beoogde doelgroep vergroten van de algemene sterrenstatus van artiesten en de medialisering van populaire muziek. Denisoff stelt dit overduidelijk vast, maar beperkt zich wel tot een industriële scoop en houdt onvoldoende rekening met de conjuncturele krachten (Denisoff, 1988).

Compact Disc

In samenwerking met Sony als distinctieve marketeer ontwikkelt het technologiegestuurde Phillips de Compact Disc (cd). Via licentiecontracten tracht deze combinatie een monopolie positie in de nieuwe standaard voor geluidsdragers te bewerkstelligen (McGinn & Nordsten, 1995). De cd kan als nieuwe softwarestandaard alleen dan succesvol geïntroduceerd worden indien er voldoende 'content' fabrikanten meegaan. Anders gezegd, Philips en Sony bezitten al een aardig deel van de markt maar hebben de overige majors nodig. De voordelen van de cd zijn evident: beschermde afspeelplek in de cd-speler zodat de levensduur verlengd wordt, het eenvoudig veranderen naar track op de geluidsdrager, de heldere geluidskwaliteit⁹⁵ en stootvrije afspeelapparatuur (Burnett, 1992). Het handzame formaat levert ook aanzienlijke distribievoordelen op. Het laatste argument wordt overigens bij de introductie in de VS ongedaan gemaakt door een hoes van een album om de kleine box te plakken zodat de grootste barrière voor de Amerikaanse major platenmaatschappijen en daarmee de retail (past niet in de schappen) wordt geslecht (interview algemeen directeur platenmaatschappij, 2011).

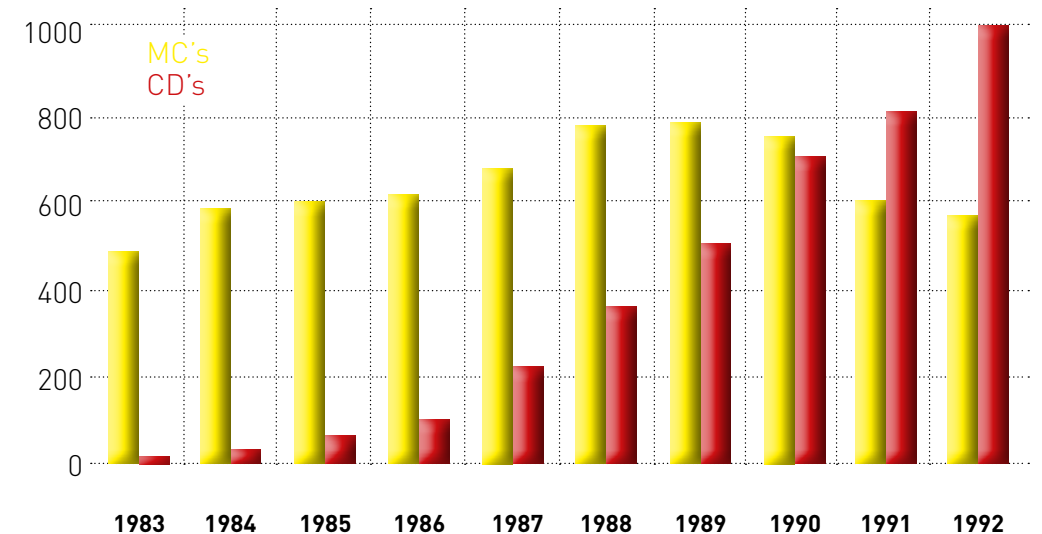
94 Billboard geldt het meest invloedrijke blad op het gebied van platenverkoop

95 Er blijft een levendige discussie over de warmte van de sound van vinylplaten gaande

Dit illustreert de natuurlijke aversie tegen nieuwe technologie: het track selling paradigma van Kusek en Leonard (2005) ten voeten uit. De muziekwinkels als onderdeel van de waardeketen van de platenindustrie remmen vanuit de oude voorraden de innovatieve drang van de muziekindustrie.

De concurrerende majors zien de voordelen van de cd goed in, met als belangrijk argument dat het illegaal kopiëren van cd's door de geavanceerde technologie niet mogelijk is (Huygens, 1999, p. 138). De introductie van de cd valt qua timing precies in de Westerse laagconjunctuur. De inkomstenverdeling verschuift onder het kabinet Lubbers ten gunste van de hogere inkomstengroepen. Dit lijkt een nadeel, echter met de verharding van het sociale klimaat staat er ook een nieuwe welvarende groep op. De YUP (Young Urban Professional) doet zijn intree en treedt nadrukkelijk op als 'early adopter' van de cd. De hoge introductieprijs geeft status en demonstreert kwaliteit (interview algemeen directeur platenmaatschappij, 2011). Nederlandse muziekuitgevers houden ook hun adem in bij de naderende introductie van de Compact Disc. Een brief naar Buma Stemra uit november 1982 van uitgever Tony Berk geeft de onzekerheid aan die mede wordt gecreëerd doordat de royalty's op de cd nog niet vast staan (Berk, d.d. 29 november 1982). Hij stuurt een schrijven van Phonogram mee: "Het is moeilijk om de prijsontwikkeling voor de Compact Disc op lange termijn te voorspellen, omdat we te maken hebben met een nieuwe technologie, een nieuw fabrieksproces en extra kosten voor verpakking, grondstoffen, verwerking en distributie" (Barents, 1982). Het resultaat van de besprekingen leidt tot het volgen van GEMA, de Duitse zusterorganisatie van Buma Stemra. Volgens Barents van Phonogram wordt afgesproken "... dat voor royaltyberekeningen, de verkoopprijs van de Compact Disc geacht zal worden dezelfde te zijn als de verkoopprijs van een traditionele langspeelplaat met dezelfde opnamen". Dit besluit heeft verregaande gevolgen voor de bedrijfsvoering en de machtsverhoudingen binnen de platen- en muziekuitgever industrie (hierover later meer in 9.6). Saillant detail is dat Phonogram eigendom is van Philips, dat mede het patent heeft op de Compact Disc en binnen de bedrijfskolom van de muziekindustrie aan alle zijde belangen geniet, zowel aan de hardware (de afspeelapparatuur) als de software (de vinylplaten en de Compact Disc) zijde.

Aantal verkochte geluidsdragers MC-CD wereldwijd (in miljoenen)



Figuur 9.3 Bron: Gecomprimeerde data van M. Hung en E.G. Morencos (1990), World record Sales 1969-1990: A Statistical History of the World Recording Industry, London: in combinatie met IFPI (1996), The Recording Industry in Numbers 1991-1995, London: IFPI



Frédérique Defesche (1989) spreekt zich in een toespraak uit over de toekomstige technologische verschuivingen in de 'home entertainment' markt. Zij voorstelt introducties zoals de videoplaat, de DAT-recorder en de 'wisbare en lege' cd-plaat en meent dat de hard-ware industrie technische verworvenheden achterhoudt om de winsten af te romen van de huidige innovaties (Defesche, 1989). Wellicht een 'conspiracy theory' maar wel denkbaar uit industrieel oogpunt, zeker met actieve marktpartijen in hardware en content zoals Sony en Philips. Interessant genoeg mislukken de eerste en tweede genoemde productintroducties (Handke, 2010).

Commerciële radio

Piratenzenders Veronica en radio Noordzee waren de eerste radiostations die (weliswaar illegale) commerciële initiatieven ontplooiden. Veronica wordt echter in 1974 gedwongen te stoppen en hiermee eindigen ook enkele jaren daarna schijnbaar vruchtbare initiatieven. In de daaropvolgende episode zijn er wel amateurzenders in steden die muziek illegaal de ether in sturen. Als de wetgeving verscherpt, verdwijnen ook deze stations en wordt uiteindelijk alles systematisch opgerold door de Radio Controledienst (interview media-ondernemer, 2011). Een omslag volgt als rond 1988 bijna heel Nederland op het kabelnetwerk is aangesloten. Radio 10 begint uit te zenden via een maasje in het net van de vernieuwde mediawet uit 1987; art. 66 bepaalt namelijk dat buitenlandse omroepen onder bepaalde condities op de kabel kunnen worden toegelaten. Cable One⁹⁶, een initiatief van Willem van Kooten, volgt al snel dezelfde constructie met in zijn kielzog Sky Radio van Rupert Murdoch (Hendy, 2000). Na een hernieuwde wijziging in de mediawet richt de muziekuitgeverij Strengholt op 13 juli 1992 de zender Radio Noordzee Nationaal op en krijgt als eerste een officiële licentie om via de kabel een commercieel omroepprogramma te verzorgen. Nadien volgt een licentie voor Sky Hitradio. Deze zender wordt in 1992 aangekocht van Murdoch door o.a. Rob Out en Lex Harding (ex Veronica) en omgedoopt tot Radio 538. De kopers veranderen het format (interview media-ondernemer, 2011).

De Veronica adagia zijn nog steeds populair; 'gouwe ouwe' en hitparades zoals de Top 40 zetten de toon voor de programma's. Muziekuitgevers en platenmaatschappijen hangen aandachtig om deze promotiekatalysatoren heen. Als de commerciële radio op de kabel actief is, richten de mediaondernemers zich weer op de ether, zodat het bereik verder vergroot kan worden (Fictoor & Kroeske, 2008). In 1997 vindt wederom een commercialisering binnen radioland plaats. Het poldermodel geeft ruimte voor het vrije marktdenken, essentieel als promotiemiddel van lichte muziek ten behoeve van de uitgevers.

Satelliet en kabel

Satelliettelevisie zorgt voor verregaande internationalisering en harmonisering van de muziekindustrie en vormt een bedreiging voor de muziekuitgevers die binnen de afgesloten nationale markt opereren. De uitgevers moeten zich bij elkaar aansluiten om de nieuwste ontwikkelingen bij te houden. De VMN secretaris, de heer Smit, krijgt daarom dezelfde functie bij de International Federation of Popular Music Publishers. Dit illustreert de visie van Henderson en Mitchell (1997, p. 36) waarbij de organisatorische vaardigheden de competitieve dynamiek beïnvloeden en vervolgens de vaardigheden van de spelers in de branche zich weer aanpassen. In 1985 haalt Buma al fl.10,5 miljoen gulden op aan kabel- incassogelden. Een niet onaardige inkomstenbron voor de uitgevers. Zij positioneren zich wederom horizontaal in de veranderde waardeketen van de televisie-industrie als netwerker en dealmaker en creëren voor de nieuwe televisiestations (sub)fondsen (bestuurder muziekindustrie, 2009). De ecologie van

de waardeketen breidt zich uit. De uitgevers stellen zich bewust op als ervaren administrateurs om de complexe royaltyverdeling en repartitie bij te houden, waarmee die rol in belang toe neemt (Kretschmer, Klimis, & Wallis, 1999, p. 180).

9.5 Juridische betuigeling

De muziekuitgevers zitten eind jaren zeventig met enkele complexe kwesties in hun maag die ze maar al te graag met juridische constructies wensen te slechten. Achtereenvolgens zijn dat het illegale kopieerprobleem, de inning op de blanco tape en het uitlenen van muziekwerken. De bladmuziekuitgevers zien het kopiëren als de grootste bedreiging. Uit het rapport van de Stichting Economisch Onderzoek van de Universiteit van Amsterdam uit 1993 blijkt dat de bedreiging voor bladmuziekuitgevers serieuze vormen aanneemt. "Gerekend in pagina's gaat het in 1992 om de volgende aantallen; Nieuw gekocht of gekregen, +/- 70 miljoen, geleend, +/- 38 miljoen en gekopieerd +/- 23 miljoen" (Zuylen, 1997, p. 4). In aantallen pagina's is de verhouding gekocht/gekopieerd 3 op 1. Voor eigen studie mogen volgens de wet onderdelen van werken gekopieerd worden; wat vooral gebeurt door dirigenten, muziekverenigingen en muzikleraren.

Cijfers Nederlandse muziekuitgevers in 1996 in guldens

De omzet van de detailhandel van bladmuziek	fl. 55 miljoen
De Muziekrechten van Buma	fl. 444 miljoen
Uitkering aan rechthebbenden	fl. 180 miljoen
Geschatte aandeel muziekuitgevers	fl. 60 miljoen
Aantal muziekbeoefenaren (exclusief zang)	2,5 miljoen
Aantal muziekuitgevers	80
Bladmuziek detailhandelzaken	300

Figuur 9.1 Bron: Brancheverenigingverkenning Muziekdetailhandel (HBD 1993), Jaarverslag Buma/Stemra 1996

Piraterij

Volgens Rutten en Smeets onderscheidt piraterij zich door doelbewust, stelselmatig en parasiterend inbreuk op andermans auteursrecht te plegen, in wezen een dubbele roof. De piraat steelt zowel de prestatie als de creativiteit van een werk. De marge is gezien de lage investeringen onevenredig hoog (Rutten & Smeets, 1997). Bij geluidsdragers kan men deze vorm van diefstal volgens Schaap categoriseren in drie vormen.

1. De 'bootleg': een illegale vorm van een geluidsopname op de markt brengen.
2. Een 'kopie': duplicaat van een legale opname.
3. Een 'counterfeit': een exacte nabootsing van het oorspronkelijke product, waarbij zelfs het artwork en de labeling wordt gekopieerd.

In 1982 schat de NVPI dat er fl. 19,5 miljoen aan illegale langspeelplaten op de markt komen en daarbij nog fl. 3,5 miljoen aan illegale cassettes. In verhouding tot de fl. 520 miljoen aan legale omzet is ongeveer 5,5% van de cassettemarkt illegaal en 4% van de platenmarkt treft hetzelfde lot. Ten opzichte van de beeldrundermarkt is dit toch een tamelijk gering probleem. Bij beeldrunderdragers kan de diefstal verdeeld worden in drie categorieën; videopiraterij, filmpiraterij en fotopiraterij. De laatste is zondermeer bedreigend voor de traditionele bladmuziekuitgevers. De videopiraterij is ook zorgwekkend; volgens de NVPI wordt dit in 1983 geschat op 35% tot 56% van de Nederlandse distributieomzet. Vooral de

⁹⁶ Na een juridisch gevecht in 1989 met de NOS verdwijnt Cable One al snel van de kabel.



illegale handel in speelfilms tiert welig. De interdepartementale werkgroep piraterij schrijft in haar rapport een aantal aanbevelingen om de huidige gebrekkige middelen ter bestrijding van de piraterij te verbeteren (Schaap, 1986, p. 55). Ideeën zoals het versterken van het beslagrecht en het recht op schadevergoeding worden omarmd, maar de overheid stelt dat de taak tot bescherming van het intellectuele eigendomsrecht primair bij de auteursrechthebbende, de producenten en de branche ligt. Het voorstel tot betere voorlichting geniet de voorkeur. Het publiek moet auteursrechtbewuster worden en dit recht herkennen en respecteren. Een publiciteitscampagne moet verlichting bieden. De uitgevers besluiten om een stickeractie te voeren, echter zonder enig succes. (Zuylen, 1987). Een technische oplossing lijkt in 1994 de SID-code⁹⁷ te bieden die het kopiëren onmogelijk maakt. Philips heeft, als patenthouder van de cd, met de IFPI bepaald dat alle cd-fabrieken per produktielijn een SID-code moeten aanbrengen. Een ander middel dat wordt ingezet is de ISRC-code.⁹⁸ Deze geeft de uniciteit aan van tracks op cd's. De code gaat verloren als getracht wordt om muziek over te zetten van het ene apparaat op het andere, waardoor het kopiëren blokkeert (Smit, 1994).

Blanco tape

Een andere veel omvangrijker kopieerprobleem vindt plaats bij het privé dupliceren van films en muziek. Dit is overigens voor een deel vrijelijk toegestaan onder de hoofdregel⁹⁹ van de auteurswet. De wettelijke beperking die de wet stelt is dat het in opdracht kopiëren verboden is. Als oplossing van het omzetverlies streeft men naar een gelijksoortige vergoeding op blanco tapes, video's en cassettes ten behoeve van auteurs, producenten van fonogrammen en muziekuitgevers. Praktische tips worden gegeven. In een schrijven aan de Raad van Beheer van de NOS adviseren de muziekuitgevers de dj's van radiostations om niet te veel pauzes tussen de nummers te laten zodat het kopiëren van gehele songs niet mogelijk is: "Onze bezwaren richten zich voornamelijk tegen het zgn. "kopieerrijp" presenteren van genoemde hitparade; met name worden niet alleen de platen in z'n geheel gedraaid, maar zelfs wordt een korte pauze voor en na de plaat gehouden" (Smit, 1984). De zorgen om het weglekken van auteursgeld nemen toe naarmate de inkomsten op het auteursrecht toenemen.

Stichting Repro

Er ontstaan in de jaren '90 allerlei auteursrechtenorganisaties die allen hun exploitatiedeel op het auteursrecht opeisen. Voor de uitgevers is de in 1974 opgerichte Stichting Reprorecht van belang. "De omvang van de reproductie had zo'n grote vorm aangenomen dat de individuele auteur zijn aanspraken niet met enige kans op succes zelfstandig geldend kon maken" (Schaap, 1986, p. 61). Daarbij aangevende dat ook de kopieerders gebaat zijn bij een vorm van incasso-organisatie. De regeling reprobesluit geldt voor vier specifieke groepen: de bibliotheken, de onderwijsinstellingen, de overheid en andere in algemeen belang werkzame instellingen¹⁰⁰ (Witbraad, 2007, p. 426). De voorzitter Smit van de VMN stelt op 28 februari 1985 tevreden vast dat: "nu de minister besloten heeft ... er per 1 januari '86 geïncasseerd [kan] worden" (Smit, 28-2-1985). Niet-wetenschappelijke onderwijsinstellingen gaan 2 1/2 cent per pagina betalen, de overige 10 cent. Om te beginnen wil men de overkoepelende organisaties contracteren (Schaap, 1986, p. 61). De kopieerders worden verplicht tot een jaarlijkse opgaaf van de kopieën.

97 SIC; Source Identification Code

98 ISRC; International Standard Recording Code

99 Artikel 16b AW

100 Deze instellingen dienen minimaal voor 70% gesubsidieerd te zijn door de overheid.

9.6 Waarde van de backcatalogue

Deze analyse markeert het definitieve eind van een tijdperk waarin Strengholt als machtige speler de lakens uitdeelt. Door de inmenging van de majors wordt een halt toegeroepen aan de sluwe strategische manier van werken van het vorige regime.

Strengholt ontmaskerd

De heersende gedachte bij de uitgevers binnen Buma is om het Nederlandstalige repertoire onder de aandacht van de luisteraars te brengen. Het plan houdt in dat Buma de stichting Radio Noordzee Nationaal zal financieren via een renteloze lening van fl. 700.000,- plus een rentedragende lening van fl. 5.400.000,-.

"Zo moest minimaal 75% Nederlands repertoire worden uitgezonden. Bij de keuze van de uit te zenden muziek waren voorkeuren voor bepaald repertoire taboe (waarmee duidelijk bedoeld werd dat het repertoire van het Strengholt-concern- de feitelijke eigenaar van RNN-niet mocht worden bevoordeeld)." (Witbraad, 2007, p. 475).

Na enig soebatten keuren zowel de auteurs als de uitgevers in 1991 tijdens de jaarvergadering van de Buma-leden de RNN plannen goed. Als de plannen publiekelijk worden gemaakt blijken vele uitgevers te ageren omdat zij menen dat alleen Strengholt garen zal spinnen uit dit construct, ondanks de schijnbare eerlijke afspraak over het te draaien repertoire. Naar aanleiding van het conflict wordt 'het web' in de pers openbaar gemaakt met als gevolg berichten in de populaire pers met titels als "Ex-radiopiraat houdt van Holland" (Nieuwsvandag, 21 september 1991) en "Hoe Buma Stemra het schip in gaat met Radio Noordzee" (Revue, 31 oktober 1991). De internationaal georiënteerde uitgevers zien een financiering van dit nationale project niet zitten, wat uiteindelijk tot een scheuring leidt tussen de muziekuitgevers. De majors splitsen zich af. De breuk leidt tot een nieuwe koepel; de NMUV (Nederlandse Muziek Uitgever Vereniging). Het conflict rond de commerciële radiozender RNN luidt de neergang van de nationale hegemonie van Strengholt in. RNN verandert in Noordzee FM en blijft voor 70% eigendom van Strengholt. De belangenverstrengeling wordt ontmanteld zonder dat de branchegenoten expliciet Guus Jansen van Strengholt de schuld geven (interview manager auteursrechtenorganisatie, 2007). Muziekuitgever en voorzitter John Brands: "Wij doen zo 60% van de omzet" doelende op de omvang van de afsplitsing van de NMUV, en hij wenst een zetel in Buma" (Driessen, 1992, p. 11).

Internationaal perspectief

Het vervangen van vinyl platen door cd's is in de jaren tachtig een sterke aanjager van de vraag naar 'oude muziek'. Muziekuitgeverijen kunnen hierdoor niet alleen jarenlang extra incasseren op hun backcatalogue¹⁰¹, zij krijgen substantieel meer inkomsten per cd door de verhoging van de PPD¹⁰² ten opzichte van de PPD op vinyl langspeelplaten (interview algemeen directeur platenmaatschappij, 2010). De verkoopprijzen in de winkels worden verdubbeld ten opzichte van de lp en in meerdere mate de cassette, zonder dat de opnamekosten substantieel stijgen. Sterker nog, de productiekosten van de digitale geluidsdragers vallen lager uit dan beraamd en daarbij zijn cd's efficiënter te distribueren dan lp's. De muziekuitgevers krijgen een percentage over de verdubbelde PPD. Opmerkelijk genoeg wordt de hoge verkoopprijs van cd's door de consumenten geaccepteerd. De verhoogde geluidskwaliteit en status van het product zijn hier debet aan (interview algemeen directeur platenmaatschappij, 2011). "The enthusiasm with

101 Platenmaatschappijen hebben het recht op de exploitatie van de opname (de master), daarvan profiteren ze door middel van de backcatalogue, dat is een catalogus van naburige rechten.

102 Public Price to Dealer (inkoopprijs voor de muziekdetailhandel)



consumers purchased CDs contained “old” music material made the major record companies aware of the importance of owning a large inventory of music from the past” (Huygens, 1999, p. 142). Zonder enige investering in songwriting, A&R en opnames, verkopen platenmaatschappijen met in hun kielzog de muziekuitgevers, miljoenen platen van acts die al lang niet meer populair zijn onder de jonge generatie zoals The Beatles, Elvis Presley, The Doors en Jimi Hendrix. In het midden van de jaren '80 realiseren platenmaatschappijen dat de content van de backcatalogue een ongekende waarde heeft door de introductie van de cd. De muziekindustrie handelt niet fysiek in platen maar exploiteert intellectueel eigendom. De inkomsten van muziekuitgeverijen stijgen in Noord-Amerika vanaf 1980 met maar liefst gemiddeld 10% op jaarbasis (NMPA, 1990). Dat verleidt Russ Curry, toenmalig directeur van A&M Europe, tot de volgende uitspraak: “The music-industry should stop considering itself as producers of vinyl and cardboard. We are engaged in the business of marketing of artists and their creative talent. We are rights-owners” (Rutten, 1991, p. 298).

Platenmaatschappijen richtten zich in toenemende mate op exploitatiemogelijkheden van opnamerechten en compositierechten (Qualen, 1985). Door de ‘free ride’ van muziekuitgeverijen op de successen van de platenmaatschappijen ontstaat een verticale integratie van de bedrijfskolom. De uitgevers worden opgeslokt door de platenmaatschappijen.

Niet alleen blijkt de waarde-opbouw van muziekuitgeverijen door de tijd winstgevend, ook het inlijven van nieuwe catalogi is gewild. Als gevolg hiervan integreert de muziekuitgever in de platenmaatschappij, vooral bij de majors. Zo kan het vreemde fenomeen zich voordoen dat binnen hetzelfde muziekconcern de ene divisie aan de ander ter exploitatie dient af te rekenen voor het gebruik van de muziekuitgave (interview bestuurder auteursrechtenorganisatie, 2008). Onderzoek van Christianen (1995) toont door middel van een data-analyse van albums die van 1975 tot 1992 door de Nederlandse platenindustrie gereleased zijn aan, dat machtsconcentratie tot een lagere diversiteit leidt en dat de innovatiekracht van de muziekindustrie afneemt. De vraag is of dit ook geldt voor de muziekuitgevers. Het aandeel van de independent uitgevers is bij de muziekuitgeverindustrie aanzienlijk groter dan bij de platenindustrie (Leurdijk & Nieuwenhuis, 2012).

Expansie in de breedte

Platenmaatschappijen worden geleidelijk bewust van de mogelijkheden om muziekrechten op meerdere gebieden commercieel te exploiteren. Geïnspireerd door de positieve toekomstverwachtingen gaan de zes majors op acquisitiepad in West-Europa. Polygram expandeert en zo ook Warner en CBS, die zich mede toeleggen op de ontwikkeling van lokale artiesten. Zij openen filialen in West-Europa. RCA blijft overigens alleen actief in de VS. Dat geldt ook in 1980 voor EMI, dat wordt overgenomen door Thorn en weinig financiële armslag over heeft (Wallis & Malm, 1988). Later koopt EMI Virgin. De talentontwikkeling van met name CBS ondergaat een contraire beweging ten opzichte van de recessiejaren waarin de platenindustrie zwaar leunde op de ‘superstars’. De independent labels zijn door hun flexibiliteit minder geraakt door de crisis dan de majors en ontwikkelen nieuwe muziekgenres (Denisoff, 1986 ; Sanjek & Sanjek, 1991). Deze independents hebben overigens gebrek aan middelen om de clips te maken en geen distributienetwerk waardoor ze toch een beroep doen op de majors als het succes van hun act significant is (Lopes, 1992). De zes majors hebben daardoor aansluiting bij de contentinnovatie van independents. Gedurende midden jaren '80 concentreren de majors zich op het overnemen van waardevolle catalogi van independent muziekuitgeverijen. Volgens Robert Burnett (1996) varieert de acquisitiedrang van kleine uitgevers tot grote internationaal opererende “publishing houses” (Burnett, 1996). De meeste van de major platenmaatschappijen hebben al aanzienlijke compositiecatalogi opgebouwd binnen hun concern. Zij integreren het opnamecontract voor de master met het muziekuitgevercontract voor de compositie. Dit geldt

sinds de jaren '60 voor de meeste artiesten die hun eigen muziek uitbrengen (Wallis & Malm, 1988). In 1987 koopt Warner de uitgever Chappell en wordt daarmee de grootste muziekuitgeverij ter wereld. Polygram investeert 100 miljoen dollar in een eigen muziekuitgeverij, PolyGram Music, en verwerft meerdere lokale succesvolle muziekuitgevers zoals binnen Nederland het label IMS en Sweden Music AB/Polar Music. CBS koopt voor \$40 miljoen Big Tree International. EMI koopt uiteindelijk in 1989 voor \$300 miljoen dollar SBK Publishing, waarin zo'n 250.000 songs huizen.

Overnames		
Major	Muziekuitgeverij	Overnamejaar
BMG-RCA	Doubelday	1986
	Dell	1986
	Lodge Hall/Milsap	1989
Sony-CBS	Blackrock	1987
	Big Tree International	1989
	Conway Twitty	1990
EMI	SBK International	1989
	Combine Music	1989
	Filmtrax	1990
MCA	Mayday Mediaarts Music	1989
	Geffen catalogue	1990
PolyGram	Musiplex	1987
	Lawrence Welk Music Group	1988
	IMS	1989
	Sweden Music AB/Polar Music	1989
Warner	Chappell Music Group	1987
	Mighty Tree Music Group	1990

Figuur 9.5 Bron: National Music Publishers Association 1992, Leurdijk & Nieuwenhuis, 2012, p. 41.

De focusverschuiving van de platenmaatschappijen naar de muziekuitgevers zorgt er ook voor dat andere contentproducerende partijen in de entertainment-industrie onder de aandacht komen. Er is volgens Peterson en Berger (1975) al eerder sprake van verticale integratie op drie punten: de creatieve factoren, merchandising en distributie.

De marktdynamiek verandert de structuur van de industrie in rap tempo. De mate van concentratie van de macht bepaalt de creatieve output van de industrie. De eerder genoemde deregulering van de televisie-industrie en daarmee de introductie van MTV geeft populaire muziek een ‘advertising value’ voor producten die voor een interessante jonge doelgroep bestemd zijn. Het belang van de koppeling van muziek aan speelfilms wordt evident. Door de waardetoeename van de major muziekconcerns worden deze gezien als aantrekkelijke overnametargets en een tweede wilde acquisitiegolf volgt. De majors zelf (nu sterk versmolten met uitgevers) worden opgeslokt, soms door branchevreemde partijen. BMG verwerft RCA en Time/Life en Warner Communications voegen zich samen tot één bedrijf. Sony koopt in 1988 CBS (en Columbia Pictures in 1989). In 1991 verkoopt de wereldwijde muziekmarkt meer dan een miljard cd's (McGinn & Nordsten, 1995). Rond 1990 hebben de majors 80% van de wereldwijde platenindustrie in handen en naar schatting 68%¹⁰³ van de wereldwijde muziekuitgeverindustrie. De golf van overnames en fusies resulteert uiteindelijk in een situatie waarin een twintigtal

103 Bron : Monopolies and Mergers Commission (1994), the Supply of Recorded Music, London; HMSO; Editorial, “The acquisition Question ,” Music Business International, April 1996, p.16



verticaal geïntegreerde 'global players' de entertainmentmarkt wereldwijd nagenoeg domineren (Rutten & Smeets, 1997). Rutten en Smeets (1997) constateren een deficit van de Verenigde Staten, waar door buitenlandse ondernemingen in de periode 1995 tot medio 1997 voor rond de \$10 miljard meer geacquireerd is aan Amerikaanse entertainmentbedrijven dan Amerikaanse aankopen in het buitenland. De muziekuitgevers bevinden zich in een internationaal media- en entertainment speelveld, binnen allerlei joint-ventures van strategische allianties. Multinationals zijn dominant: "From this perspective, the dominance of the multinationals will continue as long as they retain the financial clout to take over medium-sized independents, and remain the sole provider of risk finance to the music business" (Kretschmer et al., 1999, p. 168). Het gevaar van het consolidatieproces is dat hierdoor de kleine succesvolle creatieve labels opgeslokt worden en geüniformeerd worden naar het mainstream model. Dit kan de creativiteit van de muziekindustrie en contentinnovatie remmen (Handke, 2010).

Overnamelanden Media- en Entertainmentindustrie (1995-1997)

(Filmproductie, Radio en Televisie, Theaters, Music Publishing, Record Companies)

	Aangekocht in miljoenen US \$	Aantal deals	Verkocht in miljoenen US \$	Aantal deals
Canada	7.340	31	628	13
Australië	4.666	22	1.925	19
Verenigde Staten	3.949	123	13.240	65
Verenigde Kon.	2.389	55	1.297	46
Frankrijk	2.212	281	13.240	65
Nederland	640	277	111	13

Figuur 9.6 Bron: KPMG Corporate Finance International Research Desk, Amsterdam, The Netherlands 1997; Leurdijk & Nieuwenhuis, 2012, p. 52.

Bovenstaande tabel 9.3 illustreert de vele onderlinge internationale transacties in het domein.

Splitsing soorten uitgevers

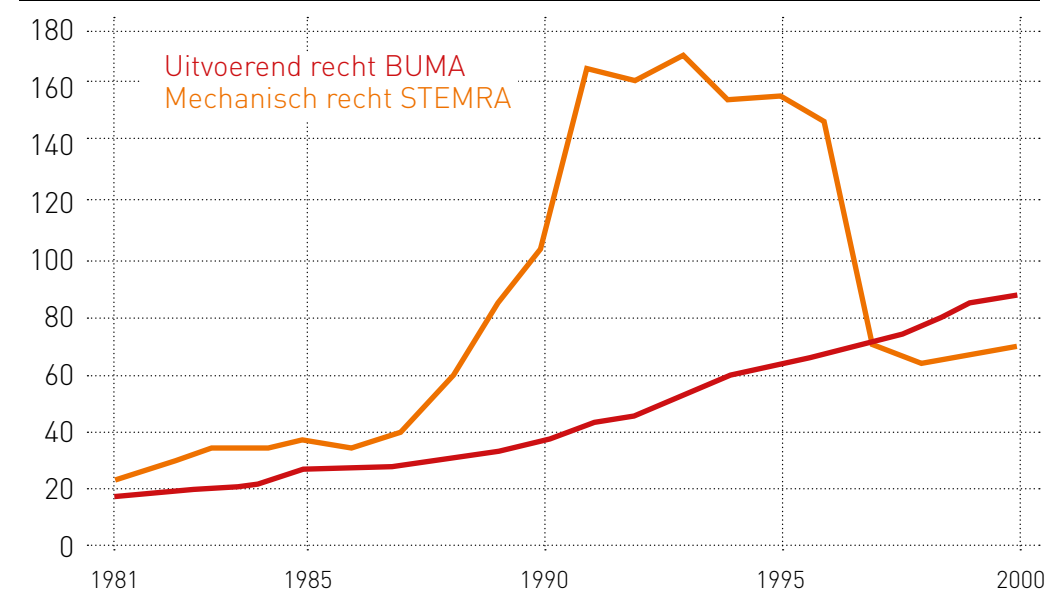
Volgens het mechanisme van 'Coercive isomorphism' waarmee de gelijkvormigheid van gedrag wordt afgedwongen door externe dwang, worden de Nederlandse uitgevers gedwongen om de oneigenlijke praktijken te staken (DiMaggio & Powell, 1983). Als blijkt dat de catalogusbeheerder in Nederland een oneerlijk deel van het recht heeft verkregen, worden de betreffende bedrijven ingelijfd en de bedrijfsvoering strak getrokken (interview bestuurder auteursrechtenorganisatie, 2007). Zo corrigeert de buitenlandse muziekindustrie de laakbare praktijken van sommige Nederlandse uitgevers. De eigen pluggers en de oude promotiemethoden verdwijnen geleidelijk uit beeld en de internationale mores wordt de standaard. De splitsing tussen de bladmuziekuitegever en de internationaal gerichte fondsenverwerper is evident.

De eerste groep vormt de traditionele intermediaire bladmuziekuitegever die lokaal en kleinschalig opereert. "They seek to provide a commodification platform for attractive new material and have developed a specific promotional competence" (Kretschmer, Klimis, & Wallis, 1999, p. 182). De tweede groep is volgend Kretschmer et al. een acquisitiegericht bedrijf en een onderdeel van een groter media/muziek conglomeraat. De praktijken verharderen en volgens Kretschmer et al. is de 'added value' van dit type uitgever ten behoeve van het eindproduct marginaal. Als voorbeeld haalt hij ondoorzichtige 'sub publishing deals' aan: "In some countries these subsidiaries can take a 50% slice of all revenues before the remainder is passed back to the original publisher, which

then takes its negotiated percentage of between 30 and 50%" (Kretschmer, Klimis, & Wallis, 1999, p. 182).

Hij kwalificeert deze groep als dubieus, maar voorziet een grotere rol in de toekomst. Hoewel binnen het regime begin jaren '80 sprake is van een recessie, hebben de uitgevers daar opvallend weinig last van door het eclatante succes van de cd. De demografische factoren zoals Kuznets deze formuleert spreken voor zich. De kinderen van de babyboomers zijn de rond midden jaren '80 en in de jaren '90 ontvankelijk voor een brede adoptie van de muziekcultuur. De verkoop van cd's krijgt door deze massa een lift. Natuurlijk speelt de neergang van de cd-verkopen door technologische factoren (komst van internet) een belangrijke rol, net als de verzadiging van de vervanging van de catalogus (Kusek & Leonard, 2005).

Kengetallen Nederlandse Economie (1980-2000)



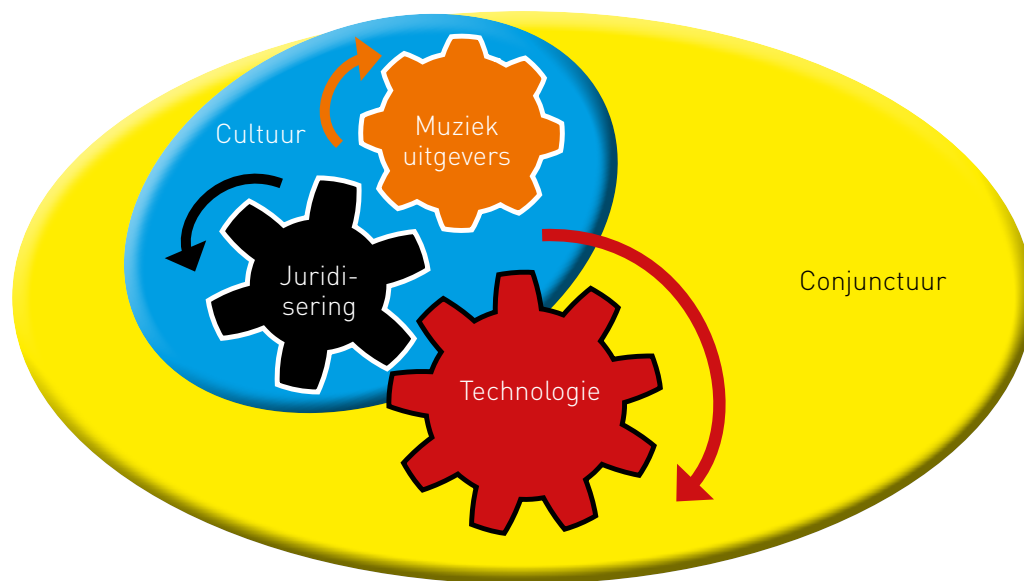
Figuur 9.7 Bron: F. van Bronswijk Buma-Stemra 1930-1965, C. Witbraad. Buma/Stemra sedert 1913

9.7 Conclusie

De jaren '80 kenmerken zich door een economische crisis na een ongekende welvaartsstijging vanaf de jaren '50. Ook de culturele wereld heeft hieronder te leiden en bezuinigingen raken zowel de cultuurinstellingen als de particuliere cultuurconsumptie. Binnen de grote context van het CIMT-Model is de genre-revolutie afgezwakt, met punk als anticlimax van de culturele verzadiging. De internationale muziekindustrie zit in een dip, maar de verlossing is nabij door technologische innovatie. De opkomst van de cd verandert geleidelijk doch rigoureuus het speelveld voor de muziekuitegevers. Ondanks de magere economische jaren van de begin jaren tachtig, is de opmars van de cd niet te stuiten. Mede door gunstige demografische ontwikkelingen wordt de technologie met succes geadopteerd. Uitgevers kregen als het ware een 'free ride' op de rug van de platenmaatschappijen. Met relatief weinig investeringen en risico groeien de uitgevers uit tot zeer renderende bedrijven, mede geholpen door de verdere ontwikkeling van de audiovisuele media zoals MTV. Binnen het onderstaande model is in dit regime technologie dominant.



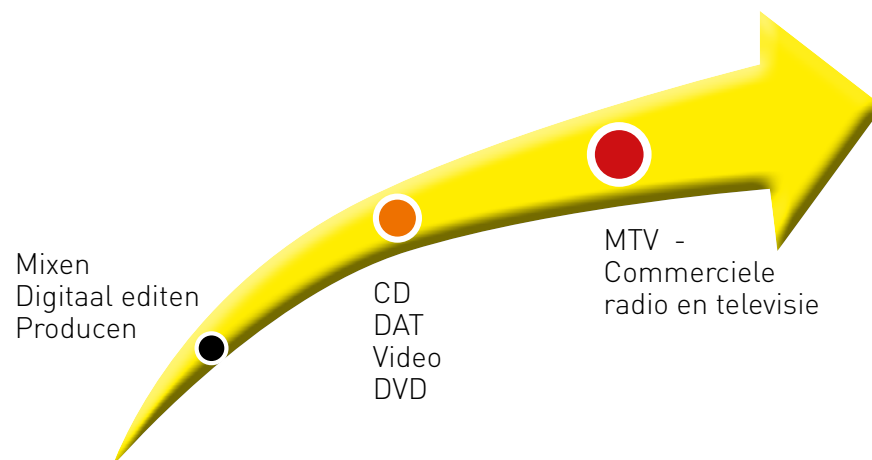
Creative Industry Market Transformation model (CIMT-Model)



Figuur 9.8 Born: Wierda & Hitters, 2013

De introductie van MTV en commerciële radio verhoogt de status van de betreffende artiest en daarmee wordt de toename van muziekconsumptie bewerkstelligd. Nieuwe genres vinden hun weg en waar eerst de focus van de muziekindustrie zich vooral concentreert op de grote acts, diversifieert de markt zich in allerlei subgenres. Met MTV ontstaat een nieuwe markt voor popexploitatie door middel van roterende videoclippen en MTV neemt een deel van de gatekeeping functie over van de radio. Wanneer we de volgende technologische fase van dit regime beschouwen dan wordt het bereik vergroot door drie technologische lagen zoals in onderstaande figuur, mede volgens de visie van Handke (2010). De opbouw zit in de techniek van de auteur, de geluidsdragers en de mediavorm.

Technology Music and Media Range model (TMMR-model)



Figuur 9.9 Bereikvergroting van muziek voor uitgevers door technologie.

Op het juridische vlak wordt er meer ruimte geboden voor licenties van radio- en televisiemaatschappijen. De uitgevers wapenen zich nadrukkelijk tegen oneigenlijke reproductie en gebruik. Een vereniging om het Reprerecht uit te baten wordt opgericht zodat er een vergoeding ontstaat voor het kopiëren. Als de grote Amerikaanse Maatschappijen West-Europa als groeiemarkt ontdekken, springt de waarde van de catalogi in het oog. Er vinden acquisities plaats waardoor de majors een steeds groter deel van de wereldcatalogus gaan beheren. De internationale labels tornen aan de macht van Strengholt, die nog een laatste machts-greep doet om in ieder geval haar nationale catalogus veilig te stellen door het radiostation Radio Noordzee nieuw leven in te blazen met Buma-gelden. Deze coup mislukt en leidt in 1992 tot een scheiding tussen de entrepreneurs. Aan de ene kant de nationaal georiënteerde (voornamelijk bladmuziek georiënteerde uitgevers) verenigd in de VMN en aan de ander kant de internationale major uitgevers in de NMUV. De internationalisatie verandert de industrie grondig. De tegenstelling manifesteert zich ook in de muziekcultuur, ondanks het feit dat nationale successen ook ondergebracht zijn bij de majors. De uitgevers staan voor een nieuwe technologische sprong die zijn weerga niet kent.



Renaissance van de muziekuitgever

10.1 Inleiding

De Nederlandse economie draait rond de millenniumwisseling voorspoedig onder Paars II. Het internet scheidt kansen en de toekomstige toegevoegde waarde ervan leidt op de aandelenmarkt tot een hype. In de tweede helft van het decennium ontwikkelt zich echter een conjuncturele dip in de sterk vervlochten Westerse wereld die ook in Nederland maatschappelijke en economische effecten heeft.

De Nederlandse muziekcultuur wordt steeds minder lokaal gekenmerkt en raakt steeds meer verweven met mondiale ontwikkelingen. Digitaal geproduceerde dancemuziek zet haar opmars voort met de dj als de nieuwe, internationaal opererende popster.

De cd als drager is rond de millenniumwisseling op zijn retour. Als gevolg van de digitale internettechnologie en verdergaande globalisering is ook de positie van de muziekuitgeverij rond 2000 aan verandering onderhevig. De focus van de muziekindustrie als geheel wordt door digitalisering verlegd van een mechanische reproductie-industrie naar een 'rights industry'. De inkomsten van muziekuitgevers komen in gevaar doordat de consument in afnemende mate wenst te betalen voor muziekwerken. De platenmaatschappijen worden geconfronteerd met een 'digitale paradox'. Dit impliceert dat aan de ene kant de vraag van de consument gecombineerd met de toegang tot muziekbestanden enorm is toegenomen, terwijl de consument aan de andere kant mogelijk gefrustreerd wordt door de openbaarheid van informatie en door intellectuele eigendomsrechten van belanghebbenden (Rutten & Bockxmeer, 2003).

De juridische factor binnen de kleine context van het CIMT-model wordt ingezet om het intellectuele eigendom te beschermen, maar dat is zeker niet eenvoudig. Van oudsher zijn muziekuitgevers gewend om juridische en in sommige gevallen technologische bescherming in te roepen om zekerheden te verwerven. Aan de andere kant hebben de uitgevers wezenlijk andere exploitatievormen dan platenmaatschappijen. Het domein van de platenmaatschappijen wordt al enige tijd bedreigd door muziekuitgevers (Wallis, 1995). Platenmaatschappijen convergeren in toenemende mate met muziekuitgevers. Deze beweging gaat ook op voor artiesten die volgens Wikström (2010, p. 198) niet alleen de royalty's op hun composities laten innen en beheren door muziekuitgevers, maar de masterrechten.

Voor de entrepreneurs geldt dat investeren in de creatie van composities riskanter wordt, waardoor een negatieve spiraal ontstaat van inkomsten en investeringen in muziekproducten. Portals, zoekmachines en sociale media zien muziek als belangrijke content; de waarde is evident. Nieuwe verdienmodellen dienen zich aan op de muziekmarkt en soms gebeurt dit door branchevreemde spelers. Op het internet vecht men de distributiestrijd uit: wie wordt het dominante music platform? Als er zich vervolgens nieuwe exploitatiemogelijkheden openbaren en er ingrijpende veranderingen plaatsvinden binnen en buiten de bedrijfskolom van de muziekindustrie, is de vraag opportuun in hoeverre de gedefinieerde rollen veranderen binnen dit krachtenveld. De uitgever die aanvoert



dat de rol van navigator in deze digitale 'mer à boire' onmisbaar is, heeft mogelijk gelijk (Bruggink & Hugenholtz, 1998, p. 50). Kennis van content geeft een voorsprong en een netwerk opbouwen kost veel tijd. Wikström (2010) vraagt zich zelfs af of er niet sprake is van een renaissance van de muziekuitgevers. In het licht van deze ontwikkelingen worden de grote en kleine context van de muziekuitgevers binnen het CIMT-model in dit hoofdstuk nader geanalyseerd.

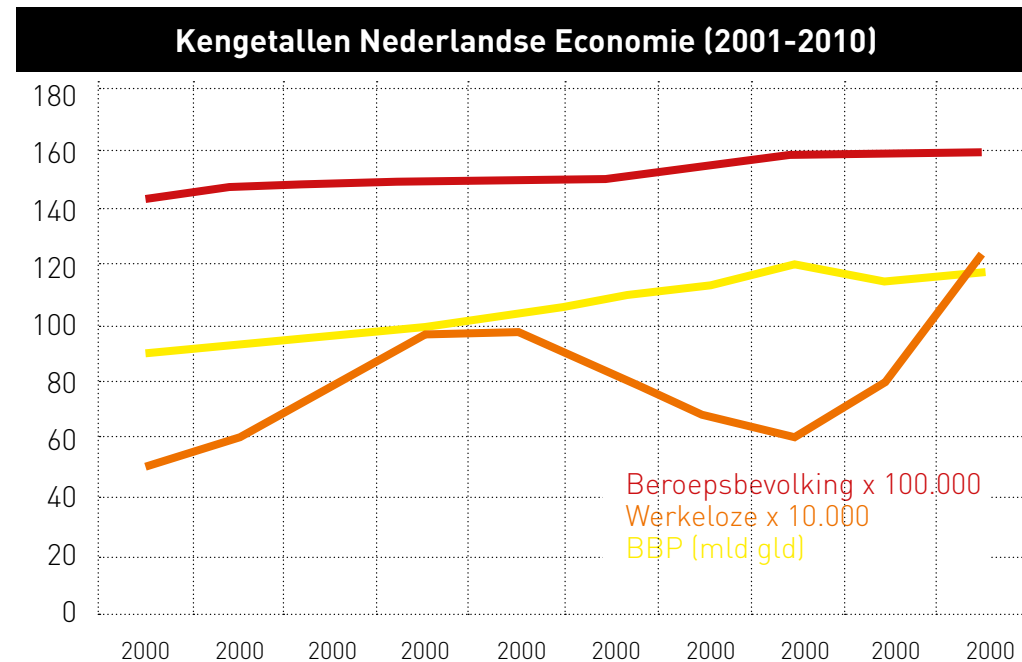
10.2 Globalisering

De internationale externe ontwikkelingen zijn in toenemende mate van belang voor de Nederlandse conjuncturele situatie en daarmee indirect voor de muziekuitgave-industrie. Dit geldt zowel voor de afhankelijkheid van andere landen door het lidmaatschap van de EU, als de algemene internationale handel. De wereldeconomie heeft in 2010 te maken met ernstige conjuncturele terugval (Verhoeven, 2009) en de wereldproductie vertoont de sterkste daling sinds de Grote Depressie van de jaren dertig.

Een goed voorbeeld van vervlechting binnen de EU is de invoering van de Euro in 2002, die voor de internationaal opererende uitgevers een zegen is. Buiten de EU is het uiteenspatten van de 'dotcom-hype' in 2000 een negatieve die het einde betekent van de aandelenhype van beursgenoteerde internetbedrijven. Het economische klimaat ontucht. Een ander prominent voorbeeld van wereldwijde economische afhankelijkheid is de internationale kredietcrisis, die ook haar oorsprong vindt in de Amerikaanse economie. Ook Europa wordt hard getroffen. Uiteindelijk zien vooral de zuidelijke landen in de EU de rente op hun almaar toenemende leningen en daardoor stijgende tekorten stevig oplopen. De overheidsfinanciën aan de uitgavekant zijn topzwaar. Het gevolg is dat binnen de EU de zo zorgvuldig opgebouwde Europese eenheidsgedachte als sneeuw voor de zon verdwijnt, na de eerdere afwijzing van de Europese grondwet. De wederzijdse afhankelijkheid keert zich nu tegen de sterke landen zoals Duitsland en Nederland. Een negatief sentiment over de EU heeft zijn weerslag op de binnenlandse politiek. Nederland keert in zichzelf, wat voor een handelsnatie uitermate gevaarlijk is.

Nederland in de 21^e eeuw

Het kabinet Kok kan als het nieuwe millennium aanbreekt niet bevroeden dat het politieke klimaat zo zal omslaan. De economie draait op volle toeren en de Zalm-norm is de bestedingsmaat. Volgend op een korte inzinking door het inzakken van de internethype, wordt het vertrouwen in de economie rigoureuus ondermijnd door de terroristische aanslagen van 11 september 2001. De economische groei daalt van 3,9% in 2000 naar 0,1% in 2002 (CSED-rapport, 2004 mei). Toch lijken de voortekenen nog niet alarmerend. De arbeidsmarkt is krap en de werkloosheid stijgt maar licht. De toegenomen inflatie wordt gemaskeerd door de invoering van de Euro. De economische groei stagneert. Het EMU-overschot loopt op van een aanvankelijk overschot van 2% naar een tekort van 3%. De werkloosheid is bijna 5,5% van de beroepsbevolking terwijl dit in 2000 nog maar 3,5% is (Brinkhorst & Morks, 2004). Als het tweede kabinet Balkenende in 2003 van start gaat, wordt een nieuwe bezuinigingsronde ingezet. De culturele agenda blijft daarbij niet gespaard. Nederland krijgt in 2008 weer met een economische recessie te maken als de kredietcrisis in al haar hevigheid losbarst. De baisse is ongekend en het Nationale Inkomen uit 2009 daalt met 4% ten opzichte van het voorgaande jaar. Een onguur cultureel klimaat dient zich aan. De beoogde bezuinigingen zijn fors. De culturele sector krijgt zware klappen. Er wordt gekort op subsidies ten behoeve van de culturele sector. Toch wordt de creatieve industrie ook als topsector benoemd.



Figuur 10.1 Bron: OESO (2010), Economic Outlook, No. 87, juni 2010. Voor Nederland zijn cijfers van de voorliggende Macro Economische Verkenning 2011 van het CPB gebruikt.

10.3 Nederland exporteert muziekcultuur

In cultureel opzicht is de millenniumwisseling een rijke periode. Fraaie culturele plannen worden ontvouwd in Paars II. De Cultuurnota 2001-2004, onder leiding van staatssecretaris Rick van der Ploeg, verzet een aantal cultuurpolitieke bakens. Diversiteit, cultureel ondernemerschap, educatie en het stimuleren van 'cultureel vermogen' zijn de inzet. Het gaat om culturele planologie, aansluiting op internationaal beleid en de mogelijkheden van een uitdijende E-culture. In het advies over popmuziek schrijft de raad van cultuur: "dat men zich goeddeels kan vinden in het stimuleren van de inzet van industrie en media voor de Nederlandse popmuziek en het beter toerusten van musici en bands" (Ploeg, 2000, p. 18). In het cultuurnota-advies stelt de raad voor om het budget voor popmuziek meer dan te verdubbelen. Het beleid wenst versterking van de culturele programmering van verschillende soorten accommodaties, waaronder theater en poppodia. Vele gemeenten lanceren plannen voor het vergroten of bouwen van podia in de aankomende jaren. Overigens wordt de investering in muziekgerelateerde cultuuruitingen in de breedte ingezet, zoals voor theaters en het stimuleren van de Nederlandse filmproductie.

Individualisering

Door toedoen van digitalisering en daardoor de bereikbaarheid van een groot publiek, verandert de culturele dynamiek van de muziekmarkt. Andersons 'Longtail' theorie (2006) anticipeert op deze verandering. Hij geeft aan dat bedrijven in toenemende mate hun focus verleggen van het scoren van 'hits' bestemd voor het grote publiek naar een onmetelijk aantal nicheproducten in het kielzog, of 'de staart' van de 'Longtail'. Anderson spreekt over "true demand in the future, unfiltered by the economics of scarcity" (2006, p. 9). Doordat de kosten van productie en reproductie op internet dalen kan men 'tailormade' de specifieke vraag van de markt beantwoorden. Vooral voor de muziekindustrie dalen de distributiekosten naar het nulpunt. De gatekeeping-functie vervaagt en een ieder kan



zijn muziekcreatie op internet plaatsen en een groot publiek bereiken. Het kwaliteitscriterium, voorheen voorbehouden aan de muziekuitgever en de platenmaatschappij, lijkt te vervallen wanneer men muziek op de markt wil brengen. Elberse stelt het belang van nicheproducten ter discussie. In haar studie van online music- en video channels concludeert ze dat de staart van de longtail eerder dunner en smaller wordt bij online verkopen. "An increase in concentration that is common in winner-take-all markets" zoals de muziekindustrie (Elberse, 2008, p. 3). Haar advies aan producenten is om de hits en blockbusters te koesteren en niet te veel te investeren in nicheproducten. Ze concludeert: "It is therefore highly disputable that much money can be made in the tail" (Elberse, 2008, p. 9).

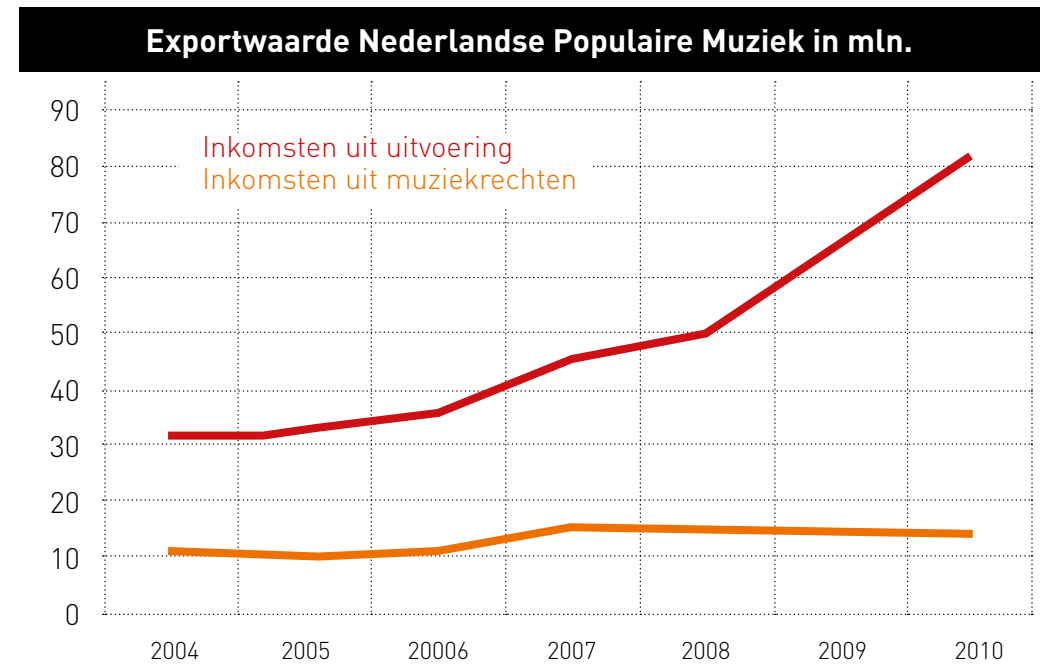
Voor major muziekuitgevers geldt dat deze zich dienen te blijven bewegen naar de populaire stromingen, het midden van de markt, om de grootste revenuen te bewerkstelligen. Elke (beginnende) artiest en/of auteur kan zich uiten en consumenten kunnen persoonlijke voorkeuren aanscherpen. De digitale technologie zorgt voor een uitbreiding van de mogelijkheden om nieuwe muzikale initiatieven te bevorderen en de hegemonie te doorbreken van populaire muziekstromingen binnen het culturele landschap (Bennet, 2004). Digitale technologie is toegankelijk, flexibel en zorgt voor een grotere autonomie en een uitbreiding van de productie- en distributieactiviteiten van subculturele muzikanten (Handke, 2010). De consument wordt aan de andere kant ook kritischer op het aanbod (Connel & Gibson, 2003). Toch lijkt stardom nu in principe voor een ieder beschikbaar en is het niet meer voorbehouden aan de happy few om roem te oogsten. Beginnende artiesten en auteurs krijgen een nieuw gamma aan kansen. Kenmerkend voor het tijdvak 2000-2010 is dat de televisie- en muziekindustrie artiesten lanceren via publieksgerichte 'Reality Music Shows'. Achtereenvolgens brengen Star Academy, Starmaker, The X-Factor en Idols nieuwe gezichten in de Nederlandse muziekarena: de artiesten worden publiekelijk geselecteerd als een vorm van volksvermaak. Er is veel aanbod en voor sommigen de beloning van instant succes, maar een lange levenscyclus als artiest is slechts weinigen gegeven.

Het sluitstuk van dit soort programma's vormt 'The Voice of Holland' dat voor het eerst op 17 september 2010 wordt uitgezonden. Het genre leek verzadigd, maar het concept (kandidaten worden 'blind' geselecteerd en daarna gecoacht door een kleine groep gevestigde sterren) slaat enorm aan en de muziekuitgever Talpa Music Publishing is knap geïntegreerd in het format. Een aardig aantal uitgevoerde nummers is eigendom van de uitgever of is al bij voorbaat gecleard. Daardoor ontstaat de unieke situatie dat het liedje direct na de live-uitzending verkocht kan worden, bijna op de piek van de tv-erotie. Bij internationale exploitatie zorgt de uitgever ervoor dat zoveel mogelijk eigen songs ten gehore worden gebracht (interview Kroeske-Berk Noorderslag 2011). Daarmee manifesteert Talpa Music Publishing zich ook in de toekomst (The Voice wordt vertoond in ongeveer 140 landen) als internationaal speler.

Export van muziek

De opkomst van de digitale muziekcultuur zorgt voor een extensieve individuele manier om muziek digitaal te produceren, distribueren en consumeren en is in veel aspecten van het productieproces, zowel creatief als technisch, terug te vinden. De verschuiving van instrumentbeheersing naar programeer- en computervaardigheden luidt een wezenlijke andere vorm van muziekbeoefening in waarbij dj's de rol van de vroegere popster op zich nemen (Connel & Gibson, 2003). Binnen de Nederlandse muziekcultuur heeft in het bijzonder de dj-cultuur een sterke traditie en presteert opvallend goed. Grootschalige evenementen zoals Dance Valley, Sensation en Awakenings zijn massaal bezochte happenings en brengen voor de uitgevers aanzienlijke inkomsten binnen. Ook buiten de Nederlandse grenzen breken acts door zoals Tiësto, Armin van Buren, Ferry Corsten en Afrojack. Nederlandse uitgevers Cloud 9 en Talpa Music Publishing delen in

het succes. De exportwaarde van de Nederlandse populaire muziek stijgt van 2004 tot 2010 sterk. De waarde die de muzieksector toevoegt aan de Nederlandse economie wordt in 2010 geschat op €81,44 miljoen. 64% is daarbij afkomstig uit de dancemuziek (Kroeske & Fictoor, 2011), maar niet alleen het dj-succes is hier debet aan. André Rieu draagt met zijn populair-klassieke act groots bij aan het Nederlandse exportsucces. De rechteninkomsten hierop blijven overigens vooralsnog opvallend achter (Kroeske & Fictoor, 2011).



Figuur 10.2 Bron: Buma/Stemra jaarverslag 2010.

Populaire muziek in Nederland

Het Nederlandstalige repertoire blijft sterk vertegenwoordigd. Marco Borsato met zijn vaste auteur John Ewbank scoren hit na hit. Guus Meeuwis behoudt als sing-songwriter succes. Vooral de Volendamse artiesten vallen op: Jan Smit, de 3 J's en het duo Nick en Simon. Volkszangers behouden hun eigen steady plek. Als volkszanger André Hazes overlijdt, blijkt het belang van de lokale, eigen muziekcultuur uit de grote collectieve rouw (Schnabel, 2004). Frans Bauer wordt 'mainstream' en de Toppers vullen jaarlijks enkele keren de Amsterdamse Arena. Opmerkelijk is de acceptatie van de Nederlandstalige Hiphop. Brainpower, Ali B en Lange Frans zijn daar voorbeelden van en het label Hiphop Top Notch vestigt naam. De Nederlandse populaire muziekmarkt blijft, in verkoopcijfers uitgedrukt, vooral Angelsaksisch geïntereerd. Britney Spears, Robbie Williams en Madonna zijn de grootverdieners van dit decennium. Het Dance genre zoekt in toenemende mate het midden van de muziekmarkt. Pop en Dance convergeren met als extravagante voorbeelden Rihanna en Lady Gaga.

10.4 Digitalisering 1.0 en 2.0

In het Duitse Fraunhofer instituut ontwikkelt men in 1997 een audiovariant van de Moving Pictures Expert Group compressiestandaard: MPEG1 en de Audio Layer III (MP3). Deze compressievorm maakt digitale distributie van muziek mogelijk via netwerken, zonder kwaliteitsverlies (Haver, 2006). De uitvinding van de MP3-



speler in combinatie met het internet staan aan de wieg van een ingrijpende verandering van de muziekindustrie.

De cd, die al digitaal is, kan gecompriemd worden naar een MP3 formaat, waarna de bestanden gedeeld kunnen worden via internet. Andersom bestaat nu ook de mogelijkheid om gedownloade bestanden te branden op een cd. Tegen geringe kosten of zelfs gratis worden de muziekbestanden via MP3-files op het internet aangeboden, zonder toestemming van de rechthebbenden.

Het intellectuele eigendom ligt op straat. Deze technologie creëert een nieuw, uiterst succesvol fenomeen: peer to peer file sharing. Als internetondernemers in deze markt springen (Napster in 1999, later gevolgd door Kazaa, Limewire en andere torrent sites), ageert de muziekindustrie in allerlei toonaarden. Vooral jonge consumenten (een essentiële kopersgroep) schakelen over van het kopen van cd's naar het illegaal downloaden van muziek (Haver, 2006; Hamelink, 2011, p. 55).

Juridisch ontstaat er een onoverzichtelijke toestand. Het is strafbaar om auteursrechtelijk beschermde muziekwerken zonder toestemming van de rechthebbenden openbaar te maken of aan te bieden. Bestanden downloaden is in Nederland echter legaal, mits het gaat om een kopie voor eigen gebruik (Engelfriet). Uploaden van bestanden is weer illegaal, maar het peer to peer (P2P) uitwisselen tussen consumenten mag wel. Uiteindelijk worden Napster en Kazaa met succes juridisch bestreden en ook Limewire verdwijnt van de markt. De muziekindustrie is gaan procederen als reactie op innovatie (Kusek & Leonhard, 2005) – de geschiedenis herhaalt zich.

Ook de uitgevers van bladmuziek worden getroffen door de digitalisering. Bladmuziek wordt evenzeer op het net P2P uitgewisseld en het strafbaar stellen van deze praktijk is nagenoeg ondoenlijk. Ondanks dat hebben bladmuziekuitgevers de indruk dat muziekbeoefenaars in vele gevallen toch kiezen voor een authentiek papieren boek of schrift (bestuurder muziekindustrie, 2009). Maar dat er door de P2P uitwisseling omzet verloren gaat, is evident.

Digitization 1.0 downloads

Ondanks alle voordelen van het gratis consumeren van muziek en het wederzijds file sharen, geeft de introductie van Apple's iTunes Store in 2001 aan dat consumenten nog wel degelijk bereid zijn om voor muziek te betalen. iTunes¹⁰⁴ bereikt, met Apple als branchevreemde technologiereus, binnen zes maanden een marktaandeel van 70% op de legale downloadmarkt (Blanchaert, 2010). Er komen concurrerende diensten die ook legale muziekbestanden aanbieden.

Het legale aanbod van muziek betekent niet het einde van het illegale downloaden. Het illustreert wel uitermate scherp de exogene technologische impuls die er toe leidt dat branchevreemde spelers de hegemonie kunnen krijgen over de distributie van muziek. Apple verdient op het verkoopbedrag van de downloads 1 cent; de werkelijke winst wordt geboekt op de verkoop van iPods en later de iPhone. Christensen (2005) kenmerkt de iPod als een 'disruptive product'. Het gelijksoortige product dat ermee vervangen wordt is de Walkman van Sony (Christensen, Horn, & Johnson, 2005). Sony lijkt in dit opzicht te zitten slapen, ook al bezit het bedrijf bijna een kwart van de wereldcatalogus van muziek.

De introductie van de MP3 en later iTunes markeert het begin van de vervanging van de cd door digitale muziekbestanden en betekent voor de distributie van muziek de eerste digitaliseringstap, aangeduid als 1.0. Toch is men niet eenduidig over de oorzaken van de dalende verkoopcijfers van de cd. De RIAA¹⁰⁵ en de IFPI¹⁰⁶ menen dat de neergang is te wijten aan het file sharen in P2P netwerken

104 Het verdienmodel van Apple is overigens niet gericht op inkomsten uit de downloads maar op marge op de hardware

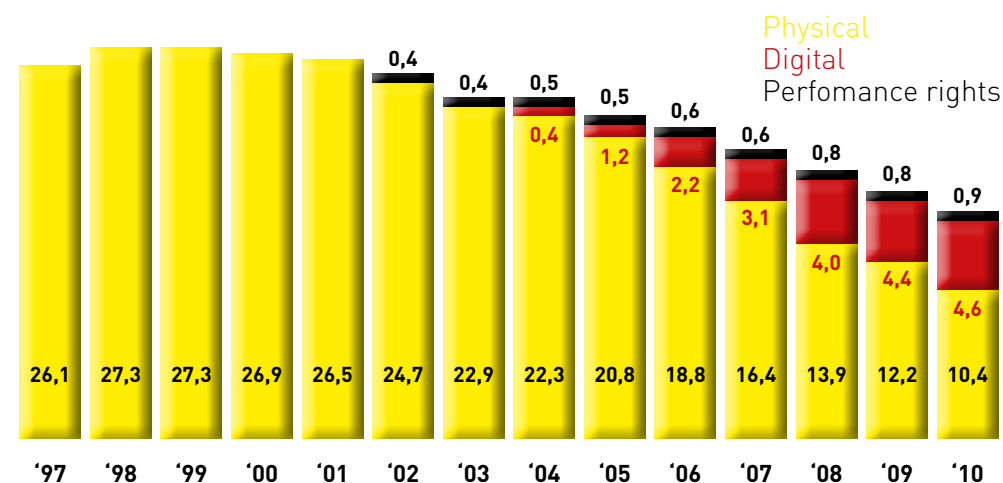
105 RIAA: Recording Industry Association of America

106 IFPI: International Federation of the Phonographic Industry

(Leyshon, 2010). Kusek en Leonhard (2005) geven aan dat de dalende verkopen van cd's te wijten zijn aan het feit dat er een einde zou zijn gekomen aan de hiervoor genoemde 'replacement cycle'. Dit zou dan duiden op een typisch geval van Schumpeteriaanse 'creative destruction' vergelijkbaar met de inwisseling van de vinylcollectie voor cd's in de jaren '80 en '90. De vervangingsverkoop-gedachte van Kusak en Leonard is te verwerpen omdat deze even zozeer kan opgaan voor legale downloads. Een tweede argument zijn de hoge prijzen van cd's (Cooper, 2008). De laatste verklaring voor de neergang van de cd is het verschuivende consumptiegedrag naar andere entertainmentproducten zoals games en mobiele telefoons. Dit wordt geïllustreerd door de cijfers van de game-industrie die in 2008 qua omzet de muziekindustrie voorbij is gestreefd (Wikström P., 2006; Blanchaert, 2010).

Muziekdistributie heeft de consumptie van muziek minder afhankelijk gemaakt van het beperkte aanbod van de gangbare muziekkanalen zoals radio en televisie. De opkomst van 'Do It Yourself' (DIY)-mediaproducties en de toenemende integratie van mediabedrijven die zich onder andere uit in crossmediaaliteit, bevorderen de diversiteit. Figuur 10.2 geeft aan dat ondanks het relatieve succes van iTunes, het totaal aan digitale downloads in mondiaal opzicht bij lange na de neergaande cd-verkopen compenseert. In 2004 beweert Lawrence Lessig in zijn boek 'Free Culture' dat het uitwisselen van digitale muziekbestanden niet per definitie betekent dat er minder materiële geluidsdragers verkocht worden. Het internet kan een promotionele functie vervullen en de fysieke verkopen stimuleren (Lessig, 2004; Hamelink, 2011). Dit lijkt achteraf gezien toch een naïeve verwachting die deels lijkt te stelen op een complottheorie tegen de majors. De digitalisering heeft nadien een ongekennde vlucht genomen. In 2000 heeft 70% van de Nederlandse huishoudens de beschikking over internet, tien jaar later is dat gegroeid naar 93,3% (Veldheer & Bijl, 2011).

Global Recorded music sales 1997-2010 (US\$ billions, trade value)

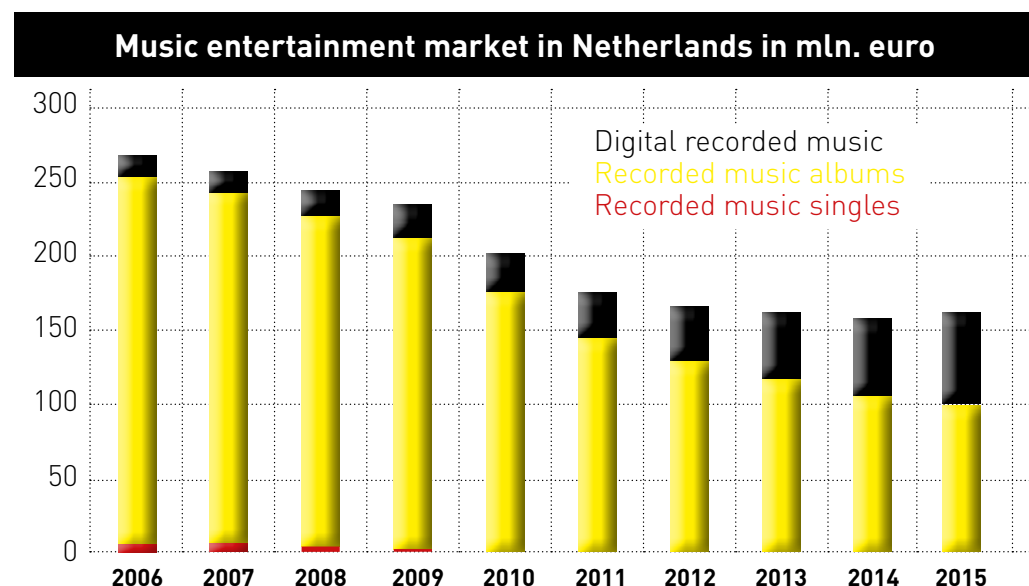


Figuur 10.3 Bron: IFPI, 2011

Hoewel fysieke geluidsdragers nog dominant zijn in verkoopvolume, is er een duidelijke verschuiving in figuur 10.3 naar het downloaden van muziek. In Nederland wordt in 2010 nog altijd 81% gegenereerd door de omzet in cd's, ondanks de omzetzak van 15,5% (NVPI, 2010). Wel groeit de omzet van legale downloads in 2010 met 7,8% (na een groei van 30,6% in 2009). Hoewel de inkomsten uit digitale verkopen stijgen, wegen deze niet op tegen de dalende inkomsten van de fysieke geluidsdragers. De markt voor fysieke geluidsdragers



is in 2011 goed voor 145 miljoen euro; in 2006 was dit nog 248 miljoen euro (PricewaterhouseCoopers, 2011). De dalende trend lijkt in de toekomst voort te zetten (Leurdijk & Nieuwenhuis, 2012).



Figuur 10.4 Music entertainment market in Netherlands, PricewaterhouseCoopers 2011

Niet onverwacht is het jaarverslag van Buma/Stemra over 2010 somber gestemd. Nederland blijkt volgens het IFPI ook nog een van de slechtst functionerende muziekmarkten in Europa te zijn. In Denemarken en Groot-Brittannië vindt respectievelijk ongeveer 25 en 20 procent van de muziekverkopen online plaats, met een Europees gemiddelde van 15%. In Nederland is dat slechts 6 tot 8 procent. In de Verenigde Staten vindt 43 procent van de muziekverkopen online plaats (Buma/Stemra, 2010, p. 22).

De impact van de digitale revolutie op platenmaatschappijen is veel heftiger dan op de muzikuitgevers. Als de verkoop van 'recorded music' vermindert, is er bij muzikuitgevers nog sprake van een spreiding van inkomsten over een langere periode (Delaruelle, 2009; Hamelink, 2011, p. 62). Zoals Keith C. Hauprich, V.P. Business & Legal affairs bij Cherry Lane Music Publishing uitlegt:

"Unlike labels, music publishers aren't beholden to the sale of prerecorded music and are better suited to handle the changing ways in which consumers choose to get their music. Music publishers collect revenue from sources that include public performance, synchronization of songs (in connection with audiovisual works), so-called "print rights" and mechanical reproduction of songs on CDs and by means of digital downloads. In fact, new players are getting into music publishing every day ranging from private-equity funds to record companies because publishing is perceived as being more insulated against the changing marketplace due to its diverse streams of revenue." (Soocher, pp. n.d. para 2,3).

Illustratief voor het verschil is de spreiding in inkomstenbronnen, mede doordat de muzikuitgevers al geruime tijd opereren in een waardenetwerk. Zij zijn gewend om waarde te creëren in 'value creating ecologies' en zitten minder vast zitten in een bedrijfskolom.

Digitization 2.0: Streaming

Als de muziekmarkt net enigszins gewend is aan de mogelijkheden van het downloaden, vindt opnieuw een stille technologische revolutie plaats, voorkomend uit

de roep om nieuwe verdienmodellen te creëren. Het on demand 'streamen' van muziek doet zijn intrede en verschillende aanbieders dienen zich aan. Waar met downloaden nog een computer nodig is, geldt dat voor het streamen van muziek alleen een internetverbinding nodig is. De harde schijf doet er niet meer toe. Muziek is niet langer iets wat men bezit; men heeft er toegang toe. De streaming-service is een 'disruptive business model' in een gevestigd domein.

Wikström verdeelt de verschillende business modellen voor digitale muziek-distributie in vier verschillende categorieën: (1) single-song download, (2) membership-limited download quota, (3) membership - all-you-can-eat en (4) ad-based (Delikan, 2010)¹⁰⁷.

De door Paul Goldstein (1994) genoemde 'Celestial Jukebox' wordt werkelijkheid: een nieuw systeem voor de distributie van muziekwerken (Auslander, 2001, p. 77). Er kleven voor- en nadelen aan de streamingdiensten. Deze diensten vormen een aantrekkelijk alternatief voor piraterij en het wordt moeilijker om als auteur en artiest geld te verdienen met opgenomen muziek (Schilpzand, 2011).

De convergentie van streamingmuziekdiensten met mobiele apparaten is volgens het IFPI Digital Music Report (2011) een belangrijk thema in de muziekindustrie en synchronisatie met de platforms is cruciaal (Moore, 2011; Hamelink, 2011). Zondervan (2011) concludeert: "We zien een duidelijke ontwikkeling in de richting van toegang boven eigendom, waarbij gebruiksgemak de katalysator is" (2011, p. 16). Muziek moet op de meest praktische manier tot ons komen. De omschakeling naar streaming wordt omarmd door relevante marktpartijen ondanks de onzekerheid van inkomsten. De RIAA voorzitter Friedlander zegt: "The industry is actively doing a lot of things that are putting us back on the right path" (Goldman, 2010, p. para 5). Uit een onderzoek van ABI Research (2011) blijkt dat mobiele apparaten die de muziek 'in the cloud'¹⁰⁸ kunnen opslaan van groot belang zijn voor het langetermijn succes van streaming muziekdiensten. Google, Amazon en Apple slaan voor consumenten tracks op in de cloud (ABI Research, 2011). Steve Levy (2011) geeft in een websiteartikel op Wired weer dat uiteindelijk het effect van zulke 'cloud services' mogelijk een psychologische drempel wegnemen en er toe leiden dat het bezit werkelijk losgelaten kan worden. Levy: "Once songs live in the cloud—and customers pay rent to store them—it's a small step to do away with the concept of ownership altogether" (Levy, 2011, p 4).

Hoewel er in de huidige markt enkele concurrerende muziek streaming-diensten zijn zoals musicmonster.fm, Rdio, Deezer, Simfy, Pandora Media, Last.FM, Grooveshark, SoundCloud en Rhapsody, wordt Spotify in 2010 door de IFPI erkend als de belangrijkste speler.¹⁰⁹ Spotify heeft in 2010 al meer dan 10 miljoen geregistreerde gebruikers in dertien landen, waarvan 2.5 miljoen gebruikers met een betaald abonnement. De muziekcatalogus bevat meer dan 15 miljoen tracks, waar ze naar eigen zeggen dagelijks 10 duizend nieuwe tracks aan toevoegen (Spotify,

¹⁰⁷ De 'single-song download' en 'membership-limited download quota' heeft de consument de keuze om tracks naar keuze te kunnen downloaden. Het 'membership - all-you-can-eat' en 'ad-based' zijn flexibele modellen en geven de consument de mogelijkheid om toegang te krijgen tot alle content, aanwezig in de muziekbibliotheek, hetzij gratis met advertenties of door een 'flat fee' abonnement te nemen (Hamelink 2011, p. 74).

¹⁰⁸ Cloud computing is revolutionizing the digital music industry by shifting the consumer focus from ownership of songs to purchasing mere access to them in the form of on-demand streaming services. At the same time, the cloud is also being used to store owned tracks and albums, and develop services that help listeners to discover a whole new range of music. Mobile handsets are a key driver of this change, due to their inherent portability and uniquely high penetration rate among consumers (ABI Research, 2011; (Hamelink 2011, p. 75).

¹⁰⁹ Naast Spotify zijn er in 2011 in Nederland twee nieuwe streaming muziekdiensten gelanceerd, Deezer en Rara. Deezer is Frans en wordt in de thuismarkt gebruikt door 13% van de actieve internet gebruikers (The Nielsen Company in IFPI 2011).

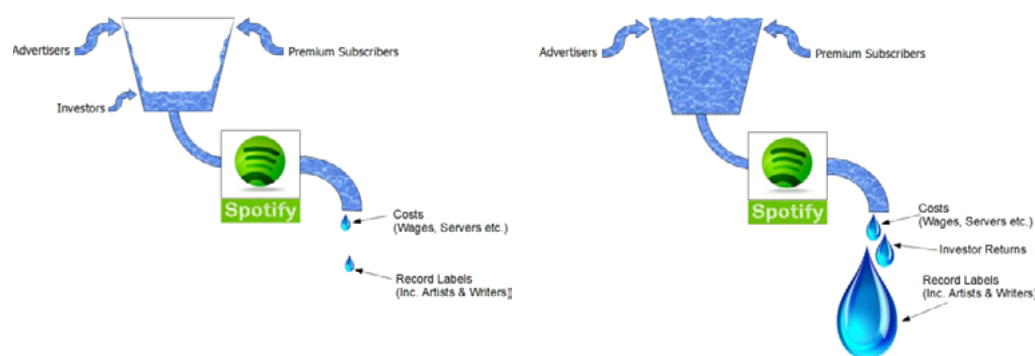


2011). Spotify voldoet naadloos aan de voorwaarden van succesvol digitaliseren in de muziekindustrie, gezamenlijk geformuleerd met Daan Andriessen (2010). De functionaliteit van de hardware en software moet omhoog. "Music is an emotional good,.. Technology would help the artist and music industry by its functionality to protect and promote the intellectual property" (Wierda & Andriessen, 2010, p. 15).

Majors mede-eigenaar

Er hangen nogal wat mythes rondom de inkomsten die voortkomen uit Spotify en de licentiedeals. Spotify heeft een 'Non Disclosure Agreement' gesloten met de uitgevers en platenmaatschappijen en laat aan de buitenwereld niets los. Hoewel Spotify een goed alternatief biedt voor het illegale downloaden, hebben vele kleine independent muziekmaatschappijen hun licenties ingetrokken. Toch beweert de IFPI: "Spotify is now the second single largest source of digital music revenue for labels in Europe and we've driven more than \$150 million of revenue to rights holders since our launch three years ago" (IFPI, April 2011). Het risico dat de major labels hun licenties zullen intrekken is te verwaarlozen, aangezien de majors samen een aandeel van 18% bezitten in Spotify (Lindvall, 2009; Hamelink, 2011). De majors blijken naast de aandelen ook hogere inkomsten te verwerven uit de streams dan independents. Dit is een klassiek voorbeeld van de kracht van de oligopolie van de majors.

Spotify wilt niet reageren op de negatieve uitspraken, maar blijft hameren op het feit dat naarmate er zich meer abonnees aanmelden en daarmee de reclame-inkomsten worden vergroot, er meer opbrengsten doorsijpelen naar de auteurs, artiesten en independents. White (2011) geeft Spotify's 'money flow' van de huidige situatie schematisch weer naast die van de meest wenselijke situatie: wanneer het aantal (premium) abonnees en adverteerders toeneemt (White, 2011, p. 25; Hamelink, 2011, p. 81).



Figuur 10.5 De huidige Spotify money flow en de 'toekomstige' money flow (White, 2011).

10.5 Juridische factor: strikt of flexibel?

"The contemporary music industries are increasingly organized around the creation and exploitation of rights" (Wikström, 2010, p. 178). Ondanks het feit dat muzikuitgevers meesters zijn in het creëren van de gewenste juridische constructie om zich in de muziekindustrie te positioneren, lijkt de komst van het internet toch een bedreiging die niet eenvoudig te pareren is met juridische stappen. Kritische economen hebben breed aangetoond dat de muziekindustrie gebaat is bij een zo groot mogelijke controle over haar catalogus aan culturele producten en culturele productie (Negus, 2002). Binnen de muzikuitgave-industrie trachten de spelers vast te houden aan oude paradigma's en werkwijzen. De bedreigende digitale muziekcultuur lijkt via de auteursrechtelijke weg net zoals

bij voorgaande bedreigingen aangepakt te kunnen worden. Muzikuitgevers en auteursbelangenorganisaties trachten in een vroeg stadium, door middel van lobby's, de totstandkoming van regelgeving te beïnvloeden, maar remt dit niet juist de ontwikkeling van de industrie zelf? Volgens Lessig (2004) hebben deze lobby's in het recente verleden het auteursrecht oneigenlijk versterkt en er een hogere bescherming en exclusievere rechten aan gegeven dan aanvankelijk de bedoeling van het auteursrecht is geweest.

Een voorbeeld is de beschermingsduur van werken die opgerekt is van de oorspronkelijke duur vanuit de The Statute of Queen Anne-act van 14 jaar¹¹⁰ naar 70 jaar¹¹¹, na de implementatie van de duurrichtlijn in de gehele Europese Unie (Handke, 2010, p. 424). geeft toe dat het niet eenvoudig is om het effect dat auteursrechtelijke bescherming heeft op competitie en innovatie te isoleren. Hij differentieert tussen 'indies' en majors en stelt dat een mindere juridische bescherming van auteursrechten in het voordeel is van de independents, terwijl deze groep juist voor contentinnovatie en technologische adaptie van de muziekindustrie zorgt. Hij stelt daarmee het auteursrechtelijke systeem ter discussie dat vooral in de late jaren '90 een barrière opwerpt in de geluidsdrager markt, met als gevolg de afremming van radicale innovatie door gedempte concurrentie.

Voor de muzikuitgevers geldt de juridische bescherming van het auteursrecht als een nog hoger goed. Krampachtig houden zij vast aan de verworven waarden. Echter, het gevaar van de verspreiding van de kopieertechnologie raakt maar een deel van de revenuen, terwijl dit voor de geluidsdragerindustrie de kern van de inkomstenbron ondermijnt. Handke adviseert om het beschermingsniveau terug te brengen, om zo het aanbod en de variëteit van de auteursrechtelijke werken te vergroten. Flexibilisering van het auteursrecht voor de rechthebbers, waarbij de overheid ruimte biedt om de wetgeving aan te passen, ziet hij als een oplossing om technologische innovatie ruimte te geven. Vaidhyathan (2006) neemt in dit licht het concept 'regulatory capture' van Posner ter hand en stelt dat wetgeving een machtspositie geeft aan vooral de grote spelers in de markt wat met betrekking tot innovatie juist weer remmend kan werken (Vaidhyathan, 2006, p. 299).

DRM

De technologische oplossing voor een juridisch probleem geeft duidelijk de mechanische werking van het CIMT-model weer. Nu stuurt juridisering technologie aan; meestal is het omgekeerde het geval. De reactie op de kopieerbeveiliging is in technisch opzicht kopieerbeveiliging. Lessig constateert dat er vanaf 2001 een verschuiving van juridische naar technologische bescherming met betrekking tot de controle over auteursrechtelijk beschermde werken plaatsvindt. Die bescherming is in de code van digitale (re)producties van culturele uitingen gekenmerkt als DRM¹¹² (Digital Rights Management) (Lessig, 2004), volgens een brochure van het Ministerie van Justitie: "Met DRM wordt bedoeld op elektronische systemen van ter beschikking stellen en gebruik van creatief materiaal in digitale vorm, waarmee beveiliging tegen illegaal gebruik mogelijk is en waarmee legaal gebruik kan worden gemonitord en afgerekend" (Arkenbout et al., 2001, p. 4).

Het ministerie ziet veel in de technische bescherming en door de toepassing van nieuwe beveiligingsmethoden wordt digitale piraterij beheersbaar en in geval van inbreuk traceerbaar en vervolgbaar. Er wordt gesproken over een zwak DRM en een sterke variant. Zwak DRM is in de praktijk eenvoudig te omzeilen.

¹¹⁰ 14 jaar plus een additioneel 14 jaar als de auteur nog in leven is.

¹¹¹ 70 jaar bovenop het aantal jaren dat de auteur nog leeft na de creatie van het werk.

¹¹² DRM is een verzamelnaam voor verschillende technologieën om het gebruik van (re) producties te reguleren van MP3's, dvd's en uiteenlopende software



De problemen spitsen zich toe op het behoud van voldoende prikkels voor de creatie van werken en voldoende bescherming van investeringen. Interessant genoeg gaat het Ministerie van Justitie ervan uit dat zwakke bescherming leidt tot het remmen van het aanbod. Handke bestrijdt juist dat een sterke auteursrechtelijke bescherming zou leiden tot het bevorderen van innovatie, ondernemerschap en creatief aanbod (Handke, 2010). Bij een sterk DRM is een scenario denkbaar dat er een technische beveiliging mogelijk is en consumenten wettelijk aan het betalen voor digitale diensten en producten. Het nadeel van dit scenario is de beperkte toegang tot informatie en de keuzevrijheid van de consumenten. De overheid ziet het beleid aan en participeert vervolgens op de marktomstandigheden. Hugenholtz (2004) meent dat de informatievrijheid in het geding is en het traditionele evenwicht tussen de bescherming van de auteur en de vrijheid van de gebruiker verstoord wordt door DRM (Hugenholtz, 2004).

DRM wordt geen succes. Consumenten blijken op innovatieve wijze de beveiliging te kunnen omzeilen. Er kleven grote nadelen aan de beveiliging. Zo is het in vele gevallen niet mogelijk om muziek af te spelen op apparatuur van een concurrerend systeem. Als marktleider Apple in Europa onder vuur komt te liggen vanwege zijn DRM-systeem genaamd 'Fair Play', wordt DRM in 2007 ontmanteld. De concurrerende softwarereus Microsoft gebruikt een vergelijkbare technologie voor haar digitale Windows Media audio- en videobestanden, genaamd 'PlaysForSur', en ondergaat hetzelfde lot. Downloads die in de iTunes-winkel gekocht worden kunnen alleen worden afgespeeld op de iPod, de succesvolle muziekspeler van Apple. Andersom kunnen beveiligde nummers uit andere music platforms weer niet op de iPod beluisterd worden. Als vervolgens ook nog de cd-producenten afhaken wordt het systeem nog maar exclusief toegepast.

Apple reageert op deze ontwikkelingen door de prijs van hits te verhogen van \$0,99 naar \$1,29 en \$0,99 voor recente tracks. Muziek levert Apple voortaan standaard in een hogere kwaliteit (256 kbps AAC) en vrij van DRM (Schlosser, 2009). Het lijkt, gezien de incompatibiliteit van systemen, alsof de technische bescherming als middel dient tot machtsuitoefening in plaats van de werkelijke bescherming van de rechthebbenden. Volgens Knopper (2009) is het de laatste stuip trekking van de oude industrie, die niet meebeweegt met technologische verandering maar juist tegenwerkt. Hij demonstreert dit aan de hand van het eerdere voorbeeld met de beveiliging op de DAT recorder, waarna de blanco cd die beveiliging als zinloos achterliet (Knopper, 2009).

Flexibeler auteursrecht

Als de auteursrechtelijke praktijk in toenemende mate bekritiseerd wordt, ontstaat er een 'copyleft' beweging die zich voorstaat op een minder rigide vorm van de bescherming van auteursrechtelijke werken (Shavell & Ypersele, 2001). Er vindt een verschuiving plaats van het Anglo-Amerikaans georiënteerde 'copyright', dat de afgelopen decennia toonaangevend is geweest, naar een 'droit d'auteur' visie. Waar copyright zich richt op de exploitatierechten, richt het droit d'auteur zich nadrukkelijk op de band van de auteur van het werk en de schepping ervan (Groeneveld, 2006). Het gaat hierbij niet om het loslaten van het auteursrecht maar het flexibiliseren. De copyleft-beweging zoekt pragmatische oplossingen binnen het auteursrechtelijk kader. Volgens Liang (2004) is de oorsprong van de beweging ontstaan uit de opkomst van 'open source software'. Hij roemt het initiatief van Creative Commons CC¹¹³ die zich toelegt op het vervaardigen van standaardlicenties ten behoeve van het beschermen van open content. De auteursrechthebbenden zijn in staat om, in plaats van het voorbehouden van alle exploitatierechten, zelf aan te geven welke rechten zij willen voorbehouden.

113 Creative Commons (<http://creativecommons.org>) is een Amerikaanse non-profitorganisatie die in 2001 door L. Lessig is opgericht

Wat de auteur wenst is leidend; de auteur geeft aan welke vormen van gebruik van zijn werk hij wel of niet toestaat. Het succes van Creative Commons duidt op een toenemende vraag naar flexibilisering, wat volgens Felix Stalder en Jesse Hirsh (2002) eerder voortkomt uit de toenemende complexiteit van het proces waarin culturele auteursrechtelijke werken tot stand komen.

'The free sharing of information has nothing to do with altruism or a specific anti-authoritarian social vision. It is motivated by the fact that in a complex collaborative process, it is effectively impossible to differentiate between the "raw material" that goes into a creative process and the "product" that comes out.' (Stalder & Hirsh, 2002)

De tendens van collectief auteurschap is nieuw en komt in de huidige praktijk veelvuldig voor, zeker in de dance-scene. Samples van vele componisten compliceren de registratie en repartitie van royalty's. Door de mix- en reproduceercultuur verwatert de collectieve notie van het auteurschap. Een pragmatische oplossing lijkt te worden geboden door de open content-licenties, om zo het traditionele auteursrecht de flexibiliteit te bieden waar het auteurschap in de 21e eeuw om vraagt. Toch wil ik hierbij een kanttekening plaatsen. Waar collectiviteit een sociale component heeft, verdwijnt deze snel indien de belangen grote vormen aannemen (interview muziekuitgever, 2010). De digitale muziekeconomie biedt artiesten en auteurs de kans om meer controle te krijgen over de productie en de distributie van muziek. De kansen om nicheproducten op de markt te zetten en om aansluiting te vinden met consumenten, via social media, Youtube en andere distributiekanaalen, nemen toe. Echter de mogelijkheden voor nieuwkomers zijn ook afgeschermd door de majors die deals met deze netwerken hebben gesloten. Leurdijk en Nieuwenhuis pleiten voor versimpeling van de licentie-deals: "To make on-line dissemination easier, by creating pan-european and territory licenses,..." met als doel de internationale markt te harmoniseren (Leurdijk & Nieuwenhuis, 2012, pp. 75-80).

10.6 Renaissance van de muziekuitgever

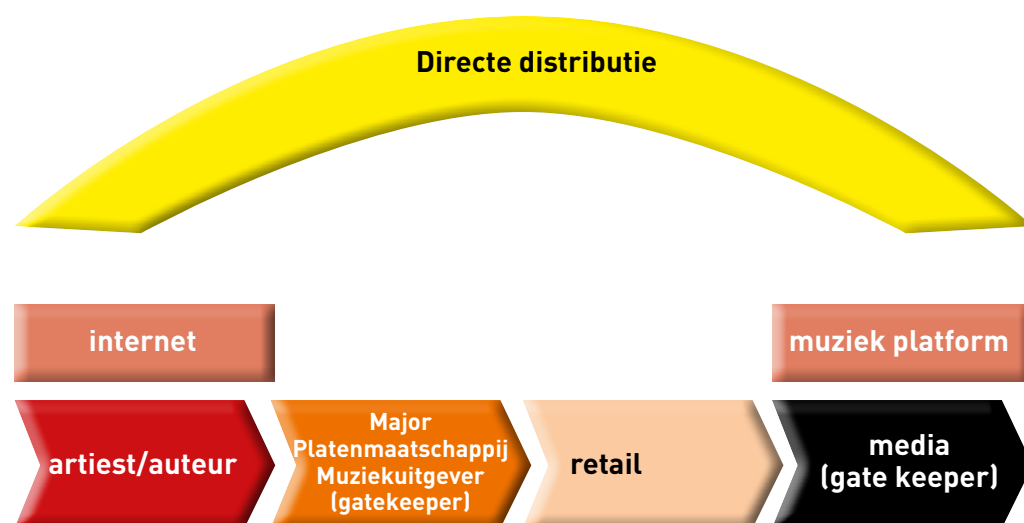
Rond het jaar 2000 zijn de schaalvoordelen van de majors op het gebied van reproductie en distributie duidelijk zichtbaar. Aangezien alle majors een eigen muziekuitgeverij bezitten, is de onderhandelingsmacht ten aanzien van auteurs en artiesten vergroot (Mol, Wijnberg, & Carroll, 2005). Succesvolle auteurs en artiesten zijn bijna gedwongen om met deze conglomeraten in zee te gaan. Majors zijn immers door verticale integratie in alle schakels van de waardeketen aanwezig en kunnen ook internationaal opschakelen wanneer gewenst. Dit verklaart aldus de dominante en oligopolistische positie van de majors (Mol, Wijnberg, & Carroll, 2005; Graham et al., 2004). Toch is machtsstructuur minder vanzelfsprekend geworden door de technologische ontwikkelingen in het afgelopen decennium. Voor die tijd is het voor individuele auteurs en artiesten nagenoeg onmogelijk om alle schakels van de waardeketen te doorlopen en zelf de financiële risico's te dragen (Graham et al., 2004). De hulp van de zogenoemde 'cultural intermediaries' (zoals muziekuitgevers) lijkt in feite niet meer nodig (Blanchaert, 2010; Leurdijk & Nieuwenhuis, 2012; Hamlink, 2011). De term cultural intermediaries gebruikt Negus voor alle personen die werkzaam zijn in de muziekindustrie ontleend aan Bourdieu (Negus, 2002). De vraag is of dit in werkelijkheid opportuun is.

DIY

Blanchaert (2010) meent dat auteurs en artiesten steeds minder afhankelijk worden van de muziekmaatschappijen en daardoor meer zeggenschap verkrijgen.



gen over hun eigen werk (Blanchaert, 2010; Hamelink, 2011, p. 57). Hij noemt in dit verband de term 'disintermediatie'. De auteur kan via de 'Do It Yourself (DIY)' aanpak de creatie-, distributie- en marketingactiviteiten zelf uitvoeren en via internet direct de consument bereiken (zie fig. 10.7). Wikström (2009) gaat zelfs verder en vindt de toetredingsbarrières zo laag dat iedere muzikant en consument de mogelijkheid heeft om online te exploiteren (Wikström, 2009). De consumenten hebben baat bij transparantie van het aanbod (Wikström, 2010; Kusek & Leonard, 2005). Porter (Porter, 2001) geeft aan dat het internet de onderhandelingskracht teruggeeft aan de consumenten. Een gevolg van de lagere toetredingsbarrières is dat volgens Graham et al. (2004) nieuwe gespecialiseerde bedrijven de markt betreden en een verscheidenheid aan klanten, leveranciers en businesspartners opstaat om de dominante positie van de majors te breken (Graham et al., 2004). De aard van de relaties varieert van losse vormen tot nauwe samenwerkingsverbanden. De 'value creating ecology' leidt tot een waardenetwerk.



Figuur 10.6 Digitalisering van de muziekindustrie gebaseerd op Aris & Bughin (2005) en Graham et al. (2004).

Kenmerken en gevolgen:

- Lage entreebarrières door lage transactie en productiekosten
- Verlies aan gate-keeping macht
- Artiesten hebben meer controle over hun auteursrechten en activiteiten
- Hogere flexibiliteit in de partnerships
- Consumenten hebben onderhandelingsmacht en transparantie
- Ad hoc business relaties met variërende spelers zijn mogelijk.

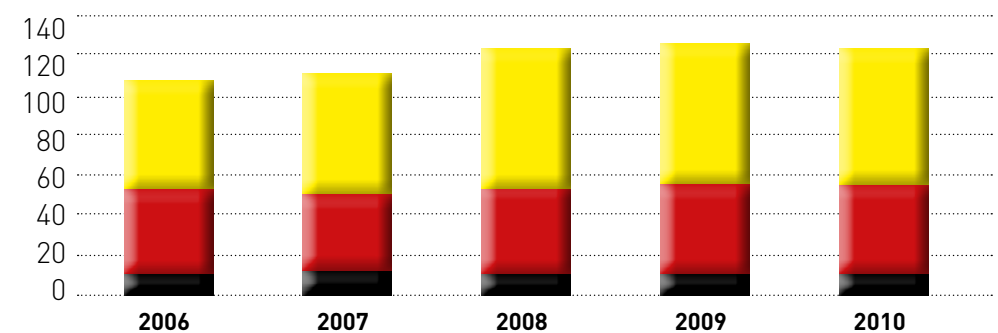
Volgens Tapscott is het economisch aantrekkelijker om activiteiten zoals distributie uit te besteden aan andere partijen (het outsourcen). Platenmaatschappijen concentreren zich op hun 'core'-activiteiten: het begeleiden van talent, het produceren van de opname en het promoten van artiesten. De auteurs en artiesten kunnen door de verlaagde drempel eenvoudiger toetreden tot de consument. Er ontstaat een gigantisch aanbod van muziek op internet. Het gevolg is dat de massamarkt verandert in vele nichemarkten (Anderson, 2006). Qua bedrijfseconomisch gewin weerlegt Elberse dit overigens (zie 10.2). Er blijken nog altijd maar weinig artiesten via het DIY-principe door te breken. Als gevolg van het ruime aanbod is het des te belangrijker om als auteur te kunnen profileren. Gericht marketing en promotie behoeven een professionele aanpak. Volgens De-

laruelle (2009) stellen muziekmaatschappijen dat zij: "onmisbaar zijn door hun expertise en knowhow op het vlak van A&R, productie, promotie, marketing en distributie van de muziek van hun getekende artiesten" (Delaruelle, 2009, p. 65).

Verschuiving van mechanisch naar uitvoerend recht

"The music industry is growing, but the record industry is not" (Elert, 2011). De inkomsten van Buma uit het uitvoeringsrecht geven een stabiel inkomen aan. PwC (2011) laat zien dat ondanks de daling in verkoop van fysieke geluidsdragers, andere inkomsten groeien. Uit het Buma/Stemra jaarverslag van 2010 wordt duidelijk dat 0,5% van Buma's totale omzet uit 'online licensing' bestaat en bij Stemra komt maar 1,4% uit online licenties.

Distributie BUMA (auteursrechten in mln euro's)

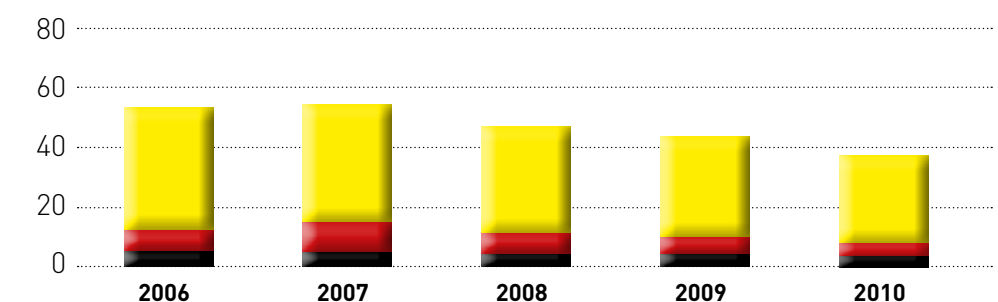


Uitgekeerd aan leden en deelnemers

Uitgekeerd aan Buitenlandse Organisaties

Uitgekeerd aan Fonds voor culturele en sociale doeleinden

Distributie STEMRA (auteursrechten in mln euro's)



Uitgekeerd aan aangesloten en deelnemers

Uitgekeerd aan Buitenlandse Organisaties

Ingehouden administratiekosten

Figuur 10.7 Auteursrechten in miljoenen €, Buma en Stemra (jaarverslag Buma/Stemra, 2010)

In een interviewserie met uitgeverijen van de majors wordt benadrukt dat hun grootste inkomsten voortkomen uit het uitvoerend recht. Tien jaar geleden vormde de verkoop van cd's de grootste inkomstenbron. "Platenmaatschappijen waren in het verleden veel groter dan de muziekuitgevers. Terwijl muziekuitgevers qua omzet stabiel zijn gebleven en zelfs wat gegroeid zijn, zijn muziekmaatschappijen juist enorm gekelderd" (interview muziekuitgever, 2011).



Volgens een andere uitgever hebben muzikuitgevers een gedeelte van het inkomstenverlies gecompenseerd door sneller te reageren, maar ook door nieuwe trends op de juiste manier te benutten. Inkomsten uit synchronisaties zijn hier een voorbeeld van (interview muzikuitgever, 2011). Ze benadrukken de waarde van de back catalogue. Het licenseren van de muziekrechten ten behoeve van synchronisaties wordt belangrijk geacht.



Figuur 10.8 Inkomsten uit concerten en muziek festivals in Nederland (PricewaterhouseCoopers, 2011).

Een andere belangrijke bron uit het uitvoerende recht zijn liveoptredens. In figuur 10.7 is te zien hoe de inkomsten uit live entertainment op het gebied van concerten en festivals de afgelopen jaren weer zijn toegenomen en naar verwachting de komende jaren gaan stijgen (Hamelink, 2011). Doordat inkomsten uit liveoptredens en muziekuitgave in belang zijn toegenomen, trachten de platenmaatschappijen via '360° deals' een groter deel van de inkomsten van de muziekindustrie naar zich toe te trekken en de neergang in cd-verkopen te compenseren:

"This tendency of music labels towards converging into companies that offer artist full-service deals, leads to an increasingly smaller group of bigger companies and makes the market increasingly concentrated" (Larsson & Johansson, 2009).

Volgens PwC (2011) dragen deze deals bij aan het 'cross' promoten van verkopen van 'recorded music' en concerten. Vanuit het paradigma van de geluidsdrager-industrie worden concerten gebruikt ter promotie van cd's, nu draaien de rollen om. De merchandising behoort tevens tot de 360° deals en kan qua inkomsten aardig oplopen.

Verandering van rol

Vreemd genoeg zijn de uitgevers ondanks de poging om 'intermediairs' uit de markt te drukken, niet bevreesd. Hoewel het DIY-principe niet als de grootste bedreiging wordt gezien. De helft van de respondenten binnen de enquête onder de uitgevers, is het oneens met de stelling "Auteurs nemen in de toekomst de rol en functie van muzikuitgevers over". 12,5% van de respondenten geeft aan het geheel oneens te zijn met de stelling. De grootste vrees zit in het verlies

van de rechtspositie waardoor inning bemoeilijkt wordt. In 1996 circuleert in de VMN al een document naar aanleiding van een stuk van de Europese Commissie over het digitaliseringvraagstuk (Smit, dd.8 Februari 1996). Copyright and Related Rights in the Information Society moet duidelijk maken hoe de royalty's te zekeren zijn voor de uitgevers.

Bij het kwantitatieve onderzoek onder de muzikuitgevers van de VMN blijkt dat als gevraagd wordt of de uitgevers in hun huidige rollen bedreigd worden, zij qua mening verdeeld zijn.

- 56,3% van de respondenten denkt dat de rol van administrateur en bewaker van inkomsten enigszins aan verandering onderhevig is.
- 56,3% van de respondenten denkt dat de rol van gatekeeper niet verandert.
- 68,8% van de respondenten denkt dat de rol van creatieve matchmaker aan verandering onderhevig is, waarvan 6,3% denkt dat deze totaal aan verandering onderhevig is.
- 56,3% van de respondenten denkt dat de rol van netwerker aan verandering onderhevig is, waarvan 12,5% denkt dat deze totaal aan verandering onderhevig is.
- 50% van de respondenten denkt dat de rol van dealmaker aan verandering onderhevig is, waarvan 12,5% denkt dat deze rol totaal aan verandering onderhevig is.
- 43,7% van de respondenten denkt dat de rol van financier van talent aan verandering onderhevig is.

Meer dan de helft van de uitgevers zien in het digitale 2.0 tijdperk een functionele verandering. Opvallend is het basisvertrouwen in de gatekeeper rol en het financieren van talent. Resultaten van de interviews laten eenzelfde wisselend patroon zien. Een muzikuitgever geeft aan dat wat betreft het licenseren van composities aan muziekmaatschappijen, muzikuitgevers tegenwoordig vaak rechtstreeks contact hebben met de artiesten of met het management van de artiest en niet meer alleen contact met de platenmaatschappijen. Hij denkt ook dat de positie van de uitgevers verbetert, omdat de platenmaatschappijen en de artiesten zich minder goed flops kunnen veroorloven, wat het belang en de status van de uitgever verbetert (interview muzikuitgever, 2011).

De ondernemende muzikuitgever

Historisch gezien staan muzikuitgevers bekend als lastige accountants die op hun geld zitten. "Binnen publishing is de houding over de afgelopen jaren veranderd van een passief collecterende uitgever naar een pro-actieve verkoopgerichte organisatie." (interview muzikuitgever, 2011). Het businessmodel past zich aan, zoals blijkt uit offertes voor synchronisaties. Hij vervolgt in het interview:

"Vaak kopen de reclamebureaus advertenties in op basis van CPM (Pay per click of pay per view). Wij als uitgever kunnen nu ook zeggen tegen die reclamebureaus, je hebt een starttarief en voor iedere 10.000 views betaal je weer een extra bedrag. Dat staat haaks op de traditionele manier van licenseren voor tv, waarbij er een bedrag voor een jaar wordt afgesproken. Dit behelst een groot gedeelte van een nieuw businessmodel."

Een muzikuitgever meent dat de grootste verandering over de afgelopen tien jaar inhoudt dat er van alle lokale muzikuitgevers meer verlangd wordt om echt actief te zijn in de lokale markt. De rol en werkwijze van muzikuitgevers ziet een andere muzikuitgever niet veranderen: "Of het nou een CD is of een stream, die administratie moet nog wel gedaan worden. Je blijft houden dat je de stream af-



gerekend moet krijgen. Je moet als nog alles in de gaten houden.” In een ander interview was een uitgever van mening dat binnen de Nederlandse muziekuitgevers EMI en Universal het verste zijn wat betreft het pro-actief licenseren van de muziekwerken. Dit valt te verklaren volgens het ‘mimetic isomorfisme’ van Dimaggio & Powell. Uitgevers vertonen gelijkvormigheid van gedrag, wat gevoed wordt door imitatie van de succesvolle concurrenten (Powell & DiMaggio, 1991). “Wij publishers, om het zo maar te zeggen, are taking over, maar niet zo zeer omdat wij brutaler zijn, maar omdat precies die inkomsten verschoven zijn en doordat de manier van consumeren veranderd is. Dat ligt niet zo zeer aan ons, maar aan de marktomstandigheden” (interview muziekuitgever, 2011). Het onderzoek van Nielsen met betrekking tot het online gedrag van muziekconsumenten onderschrijft de stelling van deze uitgever (Nielsen, 2010). 60% van de online muziekconsumenten gebruikt videoplatforms, 50% nuttigt illegaal muziek en 20% luistert muziek via streamingdiensten. 18% betaalt voor muziek per song en 10% per album.

Ondernemen in het value network

De vertegenwoordigers van de majors zien kansen voor het licenseren van muziek op nieuwe markten zoals bij games en de internetindustrie (sociale netwerken). PwC (2011) constateert een verandering in de businessmodellen met betrekking tot het publiceren van muziekvideo's op user-generated content websites. Voorbeelden zijn muziekgerelateerde games zoals de Guitar en de DJ Hero-serie van Activision Blizzard. Ze worden goed verkocht en zorgen voor additionele inkomsten¹¹⁴ voor muziekuitgevers (Hamelink, 2011, p. 83; Leurdijk & Nieuwenhuis, 2012). Ook Kusek & Leonhard (2005) benadrukken het belang van muziek in games. Zij roemen games als promotor: “Blink-182's best selling single of all time was ‘launched’ on EA's Madden 2004 video game. Clearly, the hugely popular video and computer gaming platform represent significant opportunities for labels and artists to gain massive exposure” (Kusek & Leonhard, 2005, p. 70). YouTube wil het mogelijk maken dat rechthebbenden mee gaan delen in de advertentie-inkomsten. Muziekgeoriënteerde televisieprogramma's zoals Idols, The X-factor en meer recentelijk The Voice of Holland stimuleren in veel gevallen de aankoop van downloads na het zien van optredens op televisie. Deze programma's zorgen ervoor dat muziekuitgevers niet alleen inkomsten uit downloads genereren, maar ook gelden ontvangen op het moment dat er muziekwerken uit hun catalogus worden uitgevoerd. De ecologie van het muziekuitgavenetwerk breidt zich uit.

Muziekuitgevers en streamingdiensten

In het geval van Spotify geeft een van de uitgevers aan dat er op zijn initiatief een PEDL-agreement¹¹⁵ is gemaakt. Dit betekent voor partijen als Spotify dat ze kunnen aankloppen bij één collecting society, een one-stop-shop (Hamelink, 2011). Spotify heeft gekozen voor STIMM, de Zweedse collecting societies. STIMM beheert dus de Anglo-Amerikaanse muziekrechten voor heel Europa. STIMM incasseert de vergoedingen uit muziekgebruik voor Spotify en betaalt deze opbrengsten rechtstreeks aan Warner Chappell Music Zweden. Warner Chappell Music Zweden verdeelt deze vervolgens naar de lokale uitgevers die weer conform de diverse contracten de gelden verdelen over de auteurs. Het merendeel van een stream is uitvoerend recht. Volgens een van de uitgevers is een stream 25% mechanisch- en 75% uitvoerend recht. Een managing director

van een major vat in een interview de inkomsten van streaming overzichtelijk samen: “een stream staat in verhouding met de download inkomsten: 1 staat tot 1000”. Hij verwacht passende verdienmodellen met 360° deals of gedeeld financieel risico met de artiest en ziet geen bedreiging in streaming.

Uit de enquête onder de muziekuitgevers van de VMN over streaming blijkt:

- 62,6% is het eens met de stelling “De inkomsten uit streaming worden een belangrijke bron”, waarvan 6,3% aangeeft het geheel eens te zijn.
- 87,5% is het eens met de stelling “Inkomsten op mechanische rechten staan door streaming onder druk”, waarvan 12,5% aangeeft het geheel eens te zijn.
- 43,8% is het oneens met de stelling “Inkomsten op uitvoerend recht staan door streaming onder de druk”, waarvan 6,3% aangeeft met het geheel oneens te zijn.
- De helft is het eens met de stelling “Ik pas mijn huidige businessmodel aan” en 43,8% van de respondenten geeft aan een neutrale houding aan te nemen.
- 62,6% is het eens met de stelling “Streaming vormt een kans voor mijn bedrijfsvoering”, 31,3% geeft een neutrale houding aan.
- 56,3% is het eens met de stelling “Streaming verandert de functie van muziekuitgevers binnen de waardeketen van de muziekindustrie”.

De digitaliseringslag kan leiden tot een mate van externe dwang die gelijkvormigheid afdwingt: ‘coercive isomorphism’ (Powell & DiMaggio, 1991). Eenduidigheid is moeilijk te onderscheiden, wel zien uitgevers eerder kansen dan bedreigingen maar hebben met hun traditionele en statische imago een afwachtend karakter. De verklaring hiervoor is dat uitgevers gewend zijn om in een ‘time-lag’ te denken en lang op inkomsten uit rechten kunnen wachten.

10. 7 Conclusie

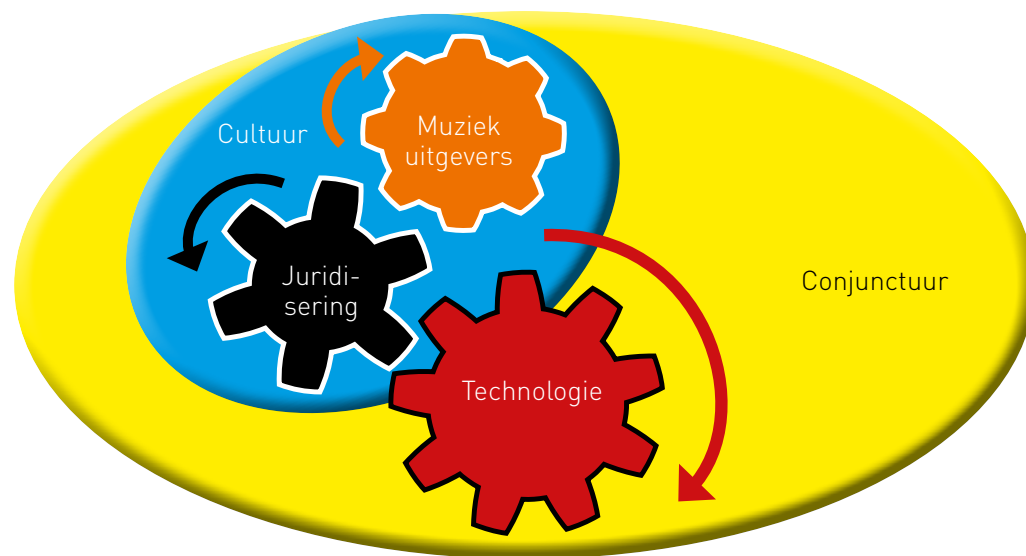
Binnen de grote context van het CIMT-model maakt de Nederlandse economie een dot-com crisis mee na de omslag naar een nieuw millennium. De opkomst van de digitale economie zorgt voor een fundamentele cultureel-maatschappelijke paradigmaverschuiving. De opmars is overduidelijk aanwezig in de muziekcultuur. Dancemuziek wordt groot en de Nederlandse dj's zijn ware exportproducten. De digitale muziekcultuur beïnvloedt niet alleen de genres maar ook de productie, distributie, consumptie- en promotievormen van muziek. In de ogen van de gevestigde muziekindustrie is dit bedreigend. De illegale uitwisseling van digitale bestanden is daar een voorbeeld van. De majors zien de branchevreemde computergigant Apple langszij komen en met iTunes een dominant downloadplatform oprichten. De deal voor de majors lijkt naar behoren gezien het feit dat Apple haar verdienmodel stoelt op de hardware; de iPod en iPhone. Digitalisering van distributie van muziekuitingen kenmerken het omslagpunt van het regime, met wederom technologie als dominante factor binnen het CIMT-model, ook als de tweede digitaliseringsgolf aanbreekt.

¹¹⁴ Ondanks dat er in de game-industrie meestal sprake is van een flat fee voor synchronisatierechten, geldt dit niet voor de Guitar en DJ Hero serie (Passman, 2011) Per verkochte game worden royalty's uitbetaald

¹¹⁵ Pan European Digital Licensing overeenkomst voor het Amerikaanse repertoire



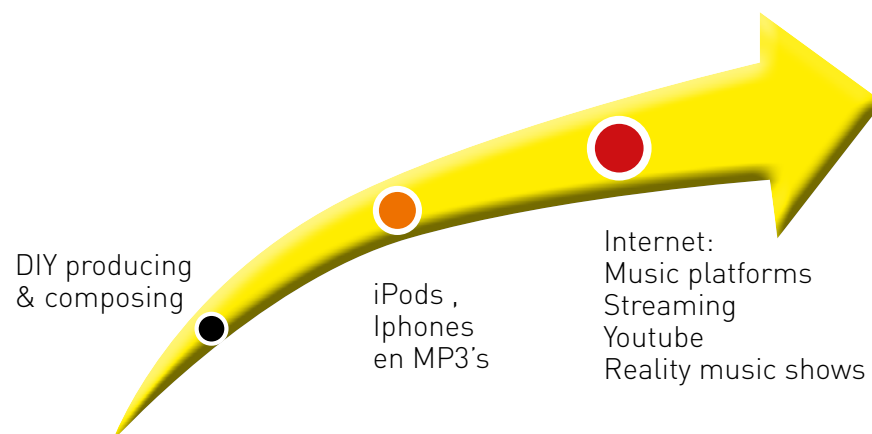
Creative Industry Market Transformation model (CIMT-Model)



Figuur 10.9 Bron: Wierda & Hitters, 2013

Met het on demand streamen van muziek staan de uitgevers aan de rand van de tweede digitale revolutie in het muzikale digitale tijdperk, waarbij de muziekdienst Spotify op het moment van schrijven als marktleider naar voren komt. Goldstein spreekt over de 'Celestial Jukebox' die werkelijkheid wordt – toegang tot muziek wanneer en waar je maar wenst – en het 'Music like water' idee van Kusak en Leonhard krijgt ook navolging (Auslander, 2001, p. 77; Kusek & Leonard, 2005). Streaming is te duiden als een 'disruptive business model' dat de muziekindustrie ontwricht (Christensen, Horn, & Johnson, 2005). De uitgevers zijn volgens het voorliggende onderzoek echter niet bezorgd over hun toekomstige rol en functie binnen de muziekeconomie. Zij voelen kansen, mede omdat ze al een eeuw gewend zijn om binnen deze industrie waarde te creëren met enkel rechten. Immers, het muziekgebruik is wederom toegenomen door de technologische sprongen in zowel de productiemogelijkheden van de auteur, de dragers, devices en geluidsdragers als de verspreidingsmogelijkheden via media zoals internet en dat geeft mogelijkheden (Handke, 2010).

Technology Music and Media Range model (TMMR-model)



Figuur 10.10 Werking van de popularisering van muziek door technologie en media.

Bij de muziekuitgevers speelt het auteursrecht een fundamentele economische rol. De digitale technologie maakt ook inbreuk op de dagelijkse praktijk van zowel de grote uitgevers, de independents, als die van de pure bladmuziekuitgevers. Door middel van technologische bescherming, DRM genaamd, weet de gevestigde muziekindustrie haar machtspositie te stabiliseren. Hier stuurt binnen de kleine context de factor juridisering de technologische factor aan. Dit is mogelijk door de grote concentratie van marktmacht, waarbij slechts vier (the majors) platenmaatschappijen mondiaal 72% marktaandeel van de exploitatie van muziek in handen hebben. Doordat independents knagen aan deze macht en de DIY-exploitatie in opkomst is, heerst er een roep om de flexibilisering van het auteursrecht. Hier stuurt technologie weer de juridisering aan. Een van de partijen die hierin het initiatief neemt is Creative Commons.

In tegenstelling tot het opdrogen van de inkomstenstroom van platenmaatschappijen door de digitale paradox, geniet de muziekuitgeverij van enige mate van zekerheid van inkomsten, doordat er een wettelijke afdrachtverplichting bestaat voor alle muziekgebruikende bedrijven. Het verschil met de consumentenmarkt is dat het auteursrecht binnen de business-to-business markt beter handhaafbaar en exploiteerbaar is. Hierdoor neemt het economische belang van muziekuitgeverijen toe binnen de muziekeconomie en ontstaat er een nieuwe dynamiek rond de muziekuitgeverij die terug gaat keren als actieve ondernemer in plaats van passief de markttransformatie te volgen.



Principale bevindingen, conclusie en discussie

11.1 Inleiding

Muziekuitgevers opereren niet voor niets in de schaduw van de muziekindustrie. Zij varen hier wel bij als stille rechtenexploitanten. In dit onderzoek heb ik duidelijk gemaakt hoe de industrie werkt, welke rollen ze bezigen en hoe de dynamiek ervan zich in de afgelopen eeuw heeft ontwikkeld tot de huidige industrie. Met behulp van een conceptueel model, het Creative Industries Market Transformation model (in dit onderzoek afgekort als CIMT-model) heb ik de ontwikkeling van de bedrijfstak volgordekelijk weergegeven. Het CIMT-model is geconstrueerd met als doel om de dynamische omgevingsanalyse van dit verborgen deel van de creatieve industrie in een longitudinaal perspectief te kunnen duiden, de bevindingen te ordenen en de verbanden tussen de verschillende factoren te begrijpen.

De focus van het onderzoek is de muziekuitgeverindustrie. In essentie stelt de uitgever zich ten doel om composities te exploiteren. Dit kan zowel via mechanische reproductie (bladmuziek of fysieke en digitale geluidsdragers) als via het licenseren van composities aan derden. Het algemene doel van de uitgevers is om ofwel zo groot mogelijke aantallen van de compositie te verkopen en/of deze met het grootst mogelijke media- of live-bereik ten gehore te brengen. Periodiek transformeert de muziekuitgave-industrie naar een nieuw regime, met als gevolg een omwenteling van de exploitatiemogelijkheden. De transformatie naar een nieuw regime kan veroorzaakt worden door zowel technologische en juridische factoren als door de directe bedrijfscontext. De transformatie kan ook door een groter verband zoals de conjuncturele en culturele context dominant worden beïnvloed. Na de analyse van de branche met behulp van het CIMT-model, hieronder als principale bevindingen concluderend weergegeven, is het mogelijk verwachtingen uit te spreken over de toekomstige rol en functie van de muziekuitgevers in Nederland.

11.2 Principale bevindingen

De principale bevindingen worden in de volgordekelijkheid van het onderzoek kort gepresenteerd, waarbij de dynamiek van de muziekuitgeverindustrie volgens de factoren van het CIMT-model centraal staat in de analyse, vanaf de vroege geschiedenis tot de huidige praktijk.

Regime I: Edition Papier (verleden-1912)

De renaissance geldt als de periode waarin de muziekuitgevers ontstaan vanuit de boekdrukkunst. De muziekuitgever is in het begin nog enkel een muziekdrukker, maar door de eeuwen heen manifesteert hij zich steeds meer als koopman, netwerker en dealmaker van bladmuziek. Begin 19e eeuw geeft de romantiek een culturele impuls waardoor vele muziekuitgeverijen zich in Nederland vestigen. Uitgevers functioneren als gatekeeper van de kwaliteit van de te drukken composities. De muziekuitgevers zijn meestal begenadigde arrangeurs, musici



en technici. Zij zijn in staat om gecompliceerde druktechnieken te ontwikkelen.

Tot het begin van de erkenning van het uitvoerend recht is de technologische factor van groot belang voor de muziekwuitgevers binnen het CIMT-model. Naarmate bladmuziek een groter verspreidingsgebied beslaat, wordt de roep om het auteursrecht ter bescherming van de componist en uitgever luider. Nadat er enige erkenning voor het kopierecht is, volgen complexe ontwikkelingen met betrekking tot de erkenning van het uitvoerende recht. Het recht op openbare uitvoering van werken dient internationaal geborgd te worden, gezien de grensoverschrijdende handel in composities. Een auteursrechtenunie (de Bernerconventie) wordt daarom opgericht. Nederland sluit laat aan bij de unie. De wederkerige erkenning van werken geeft echter nog geen garantie om deze ook daadwerkelijk uit te baten. Een nieuw regime breekt aan wanneer het auteursrecht in 1912 erkend wordt.

Regime II: Recht Vooruit (1912-1929)

Het begin van de 20e eeuw heeft imperialistische en nationalistische elementen. De naderende Eerste Wereldoorlog polariseert de internationale gemeenschap. Nederland is neutraal en zit ingeklemd tussen culturele tegenstellingen. Uiteindelijk winnen de geallieerde krachten aan invloed op de Nederlandse Muziekcultuur. De eerste hegemonie van de Amerikanen breekt aan, wat zich vertaalt in culturele uitingen zoals ragtime en blues alsook verschillende innovaties die betrekking hebben op de muziekwuitgevers. De branche-externe innovaties (Frith, 1997) als de grammofoon, de cinema en de pianola worden een succes voor de uitgevers. De industrie splitst zich in vaklieden die platen kunnen persen en de master vervaardigen en exploiteren aan de ene kant, met aan de andere de muziekwuitgevers die de compositie licenseren aan de platenproducent.

Als in 1912 auteursrecht erkend wordt en daarmee het uitvoeringsrecht, nemen de muziekwuitgevers het initiatief om de auteursrechtenorganisatie Buma op te richten. Na afspraken over de verdeelsleutel van de auteursgelden, begint Buma schoorvoetend met collecteren. Het belang van de administratieve rol van de uitgevers is evident. De juridische factor in dit regime is de drijvende kracht achter de bedrijfsvoering van de uitgevers binnen het CIMT-model. Deze factor biedt mogelijkheden onereus vergoedingen toe te eigenen. De Amerikaanse uitgevers vinden payola uit. Artiesten worden onder druk gezet en muziek wordt in ruil voor oneigenlijke vergoedingen uitgevoerd (Sanjek & Sanjek, 1988). De uitgevers zijn inventief als het op promotiemethoden van hun waar aankomt. Ter bescherming en afscherming van de branche ontstaat er een eenheidszin en een drang tot isomorfisme om zich als ondernemers te verenigen (DiMaggio & Powell, 1983). De Vereniging van Muziekwuitgevers wordt opgericht en stelt grenzen aan de vrijheid van de particuliere ondernemers binnen Het Orgaan. Met succes handhaven zij het prijsbeleid, maar de economische beurskrach van 1929 ondermijnt abrupt de zorgvuldig opgebouwde zekerheden.

Regime III: Crisis Oorlog en Herstel (1929-1950)

Binnen de grote context van het CIMT-model is in het regime 1929 tot 1950 met name de conjunctureel maatschappelijke factor dominant. De economische crisis werkt door in al haar geleidingen, zo ook bij de uitgevers. De particuliere consumptie daalt sterk. In cultureel opzicht zie je naast de opkomst van jazz ook de verlamdende werking op cultuur van de Duitse bezetting. Op technologisch gebied worden de platenspelers populairder, komt radio op en de geluidsfilms, echter de handelswijze van de uitgevers verandert niet rigoureuus. De oprichting van de auteursrechtenorganisatie Stemra ten behoeve van de inning van het mechanische recht is hier een uitloei, ook al is de grammofoonplaat in 1936 nog een elitair en schaars artikel. De administratieve rol van de uitgevers neemt hierdoor verder in belang toe. Er volgt een langdurige juridische strijd om de ver-

goeding van het uitvoerend recht van radio en cinema. Het fenomeen radio wordt gezien als een industriële, maar ook een sociale bedreiging. De uitgevers in Nederland zien pas jaren later dat radio als een promotioneel medium gebruikt kan worden. De vrees wordt gevoed voor Schumpeteriaanse creatieve destructie van de grammofoonplaat, in de Verenigde Staten leek het medium radio de grammofoonplaat te verdringen (Dowd, 2005). De uitgevers demonstreren de cycle of rejection van Leonhard en Kusek (2005) door hun manier van omgaan met deze technologische dreiging.

In het juridische domein verkrijgt Buma door een herziening op de auteurswet een nationaal monopolie, wat in het licht van opkomende nationale sentimenten uit politiek oogpunt logisch is. Wederom is in dit regime sprake van een vorm van coercive isomorphism vanwege de houding ten opzichte van het behoud van haar dominante exploitatievorm: bladmuziek (DiMaggio & Powell, 1983). Het gelijkvormig gedrag wordt afgedwongen door de externe angst voor de radio, wat de efficiency van de bedrijfstak echter juist schaadt. Frith (1997) duidt dit als de strategie van avoiding risk. De ondernemer richt zich vooral op overleven in deze onrustige sociale en conjuncturele periode, waardoor het verdienmodel van de uitgeversbranche eerder statisch is.

De aandacht van de uitgever gaat uit naar bladmuziek in plaats van grammofoonplaten of andere exploitatievormen. Wel zijn ze actief binnen de radio-omroepen. De muziekwuitgevers fungeren als dealmaker, netwerker en creative matchmaker voor het leveren van het repertoire van de radio-orkesten. Als WO II uitbreekt trekken de uitgevers in het begin eensgezind op, echter als de bedrijfsvoering steeds moeizamer wordt, lopen de spanningen op. Door tegenstellingen en onderlinge strijd implodeert de vereniging van muziekwuitgevers, hetgeen zich triest genoeg onder andere manifesteert in het aangeven van joodse leden aan de Duitse bezetter. De conjunctuur zakt tot een bedenkelijk dieptepunt; de muziekwuitgevers zijn verzwakt. Als de bevrijding zich aandient, begint de bedrijfstak voorzichtig met de wederopbouw van de handel. De geallieerde krachten geven naast economische hulp naar Keynesiaans model, ook een culturele impuls. Er volgt een (voornamelijk) Amerikaanse muzikale invasie en het neo-liberaal kapitalisme wint aan terrein (Gitlin, 2003). De muziekwuitgevers zijn berooid en verdeeld maar staan fier op.

Regime IV: Genrerevolutie (1950-1980)

Binnen de grote context van het CIMT-model is de conjuncturele groei enorm en de culturele opleving volgt in haar kielzog. De particuliere consumptie stijgt in het begin van de jaren '50 nog maar mondjesmaat. Binnen de conjunctuurcycli van Kuznets is de demografische samenstelling mede de voedingsbodem voor economische en culturele patronen en in dat licht is een jongerencultuur op portuun (Nielsen & Alderson, 1997). Rock-'n-roll en daaropvolgend de Britse popinvasie brengen een muziekrevolutie teweeg waarbij de rebellerende jeugd een belangrijke rol heeft. In dat licht is het niet vreemd dat juist de radiopiraten de aanjagers zijn van nieuwe hits en stromingen. Daarbij bezigen ze een vorm van payola.

De culturele motor voedt de content voor mediavormen zoals radio en later televisie. Door de zichtbaarheid van de artiesten kent het stardom een voorlopig hoogtepunt. Op technologisch gebied nemen de mediavormen in kwaliteit en bereik toe. Er is zowel sprake van disruptive technologies als van disruptive products waarbij de vervanging van het product cruciaal is (Christensen, Horn, & Johnson, 2005). Als de cassette wordt geïntroduceerd geeft dit voor de uitgevers in het begin nog geen verandering in het bedrijfsproces. De roep om stringenter wetgeving tegen illegaal kopiëren neemt wel toe als blijkt dat verdiensten wegvloeien. De vele productinnovaties zorgen voor een vergroting van het bereik en de verdere medialisering van muziek (Handke, 2010). Als gevolg van de in-



ternationale dynamiek en groei van de muziekindustrie dient deze zich verder te harmoniseren. Dit leidt tot de Convention Universelle. Voor Nederland is dit van belang, gezien het feit dat Philips zich als een aanzienlijke internationale speler ontwikkelt binnen de muziekindustrie.

Via allerlei innovatieve juridische constructies van de uitgevers zoals het 'fund blocking' nestelen de uitgevers (met name Strengholt) zich stevig in het waardenetwerk van de entertainment industrie. De uitgevers kenmerken zich daarmee als juridische innovators.

Er is zelfs sprake van normatief isomorfistisch gedrag van de branche: een kleine groep dominante spelers houdt stevig greep op de branche door bestuurlijke key-posities te bezetten en strenge entree-eisen te stellen aan debutanten in het vak (DiMaggio & Powell, 1983). De muzikuitgevers profiteren van de opkomende revolutie van lichte muziek. Volgens het CIMT-model is cultuur de dominante factor van dit regime. Als aan het einde van de jaren '70 de Amerikaanse muziekindustrie in een crisis belandt, werkt dit licht door in de Nederlandse industrie: er volgt een impasse.

Regime V: Macht van de Catalogus (1980-2000)

Als de economische crisis in de jaren '80 een feit is, heerst de tendens om te gaan bezuinigen, zo ook op cultuur. De genrerevolutie is afgezwakt. De komst van de cd voor de zwalkende muziekindustrie komt dan ook als een zegen en verandert het speelveld voor de muzikuitgevers. De kinderen van de babyboomgeneratie – de zgn. yuppies – zorgen voor een succesvolle introductie van de nieuwe cd-technologie. Uitgevers varen wel bij het verdienmodel van de cd en verkrijgen met relatief weinig inspanningen en risico's renderende bedrijven, verder geholpen door de komst van satelliet en kabel en licenties waardoor MTV de huiskamers binnendringt. Technologie is daarmee de dominante aanjager binnen dit regime.

Stardom neemt mythische vormen aan. Naast de iconen biedt MTV veel ruimte voor subgenres. MTV neemt een deel van de gatekeeping functie over van de radio. Tegen de kopieerbedreiging (voornamelijk van belang voor bladmuzikuitgevers) wordt Stichting Reprorecht in het leven geroepen, die zorgdraagt voor een kopieervergoeding. Door de waardestijging van de catalogi veroorzaakt door de vraag om heruitgave van de oude titels op cd's, neemt de waarde van de uitgeverijen aanzienlijk toe. Uitgevers worden aantrekkelijke acquisitieobjecten. De majors ontdekken West-Europa als een groeiemarkt. Door overnames centreert de macht over de wereldcatalogi zich bij enkele dominante majors. Voor de Nederlandse markt heeft dit tot gevolg dat de nationale spelers zoals Strengholt in het internationale gareel moeten lopen en rechtmatige praktijken moet bezigen. Met een laatste machtsgreep probeert Strengholt, gefinancierd door Buma, haar nationaal georiënteerde catalogus exclusief te exploiteren op Radio Noordzee. Dit mislukt jammerlijk en levert een waterscheiding op tussen nationale en internationale spelers in de muzikuitgeverindustrie. De macht van de catalogus loodst de internationale spelers binnen en verandert het speelveld.

Regime VI: Renaissance van de Muzikuitgever (2000- heden)

De dotcom crisis van 2000 is illustratief voor de ontwikkelingen in de muziekindustrie. De digitale economie zorgt voor een aardverschuiving. Door de peer-to-peer netwerken verliest de fysieke cd-industrie marktaandeel na jaren van goede omzet. Consumenten wisselen illegaal bestanden uit. De productie-, distributie-, consumptie- en promotievormen van muziek zijn aan verandering onderhevig. Het is voor de platenindustrie moeilijk om vat te houden op de gebruiker, hoewel het muziekgebruik is toegenomen door technologische sprongen. Dit komt door zowel de productiemogelijkheden van de auteur, geluidsdragers en devices als door de verspreidingsmogelijkheden via media (Handke, 2010).

Voor de muzikuitgever geldt dit in mindere mate; immers zij verwerven veel inkomsten uit het uitvoerende recht.

Buiten de muziekindustrie ziet Apple, als vreemde eend in de bijt, exploitatiemogelijkheden met het iTunesconcept. Het succes van dit disruptieve product is groot en Apple verwerft de status van dominant downloadplatform (Christensen, Horn, & Johnson, 2005). Bijzonder is dat Apple niet in de royaltyvijver van de platenmaatschappijen en de muzikuitgevers vist, maar zijn verdienmodel ent op de verkoop van de hardware; de iPod en iPhone.

De dominante aanjager voor de uitgevers binnen het CIMT-model is wederom technologie. Zelfs bij de juridische bescherming van de werken zetten de majors technologie in om de werken tegen onrechtmatige inbreuk te beschermen. Deze digitale bescherming (DRM) heeft echter veel nadelen en is niet compatibel. Ondanks de machtsconcentratie van de vier majors, die 72% van de wereldcatalogus exploiteren, faalt DRM. Binnen het CIMT-model stuurt de juridisering de technologische factor aan, meestal is dit à contraire. Überhaupt staan de majors onder druk. Door de digitale opname-, productie- en distributietechnologie is het mogelijk om als artiest binnen het waardenetwerk in principe alle rollen in de muziekindustrie zelf te vervullen. De DIY artiest stuurt aan op de flexibilisering van het auteursrecht om vrijer te bewegen in het netwerk. Creative Commons biedt daarvoor een mogelijkheid.

Uitgevers hebben minder last van de digitale paradox (Rutten & Bockxmeer, 2003). Hun inkomsten worden weliswaar voor wat betreft het mechanisch recht bedreigd, maar het belang van het uitvoerende neem juist toe in belang. Vooral de business-to-business markt is stabiel, doordat de auteursrechtelijk wetten nog steeds gelden. Binnen de consumentenmarkt gaat dit ook op voor de inkomsten op liveoptredens.

Het streamen van muziek volgt op het digitaal downloaden en vormt een nieuwe uitdaging. De Celestial Jukebox is werkelijkheid geworden (Auslander, 2001, p. 77). De uitgevers zijn opvallend gerust over hun toekomstige rol, ondanks de ondoorgrondelijkheid van de licentie- overeenkomsten. De majors zijn mede-eigenaar van Spotify. De uitgevers zien kansen binnen hun metier en zijn gewend om als rechtenindustrie te opereren. Het economisch belang van de muzikuitgevers neemt toe. Zij moeten en gaan voorop in de verschuiving naar de rights industry terwijl hun imago passief is. Een wedergeboorte is een feit.

11.3 CIMT-model analyse

Grote context CIMT-model

Het geconstrueerde CIMT model volgt de dynamiek van de muzikuitgevers binnen een longitudinale studie van honderd jaar. Van belang is te kijken welke factoren domineren en waarom dit zo specifiek is voor de muzikuitgeverindustrie. Muzikuitgevers bewegen net als elke andere industrie binnen de conjuncturele context van de Nederlandse economie. Vanaf de ontstaansgeschiedenis van de branche in de renaissance komt daarbij nog het politieke gewicht van uitgevers van boeken en bladmuziek naar voren, die de bedrijfstak gevoeliger maakt voor politieke en economische instabiliteit. Ondanks het belang van culturele uitingen is de bedrijfstak vatbaar voor conjuncturele schommelingen vanuit het Maslov perspectief waar de cultuurbehoefte valt onder de tertiaire levensbehoefte (Kaplan & Norton, 1998).

De culturele dynamiek, typisch kenmerkend voor de creatieve industrie, is nauw verbonden aan het metier van de muzikuitgever. Voor de uitvinding van de grammofoonplaat is er een opvallende groei van het aantal firma's als indicatie bij voortvarende economische tijden die zich mede kenmerken door culturele bloei. Begin 19e eeuw geeft bijvoorbeeld de romantiekstroming een culturele



impuls waardoor vele muziekuitgeverijen zich in Nederland vestigen. Naarmate de 20e eeuw vordert, is er een steeds sterkere conjuncturele en culturele internationale invloed op Nederland en haar muziekuitgevers. Dit komt mede door de sterk groeiende medialisering waardoor muzikale uitingen verder doordringen in het maatschappelijke leven. Waar voor de Eerste Wereldoorlog de Duitse invloeden sterk aanwezig zijn, winnen de Angelsaksische invloeden schoksgewijs terrein, met name na de Tweede Wereldoorlog; zo ook de economische invloed.

De dominantie van de grote context, en daarmee het verband tussen conjunctuur en cultuur, geldt binnen dit onderzoek vooral voor het derde regime waarbij de crisis, de Tweede Wereldoorlog en de wederopbouw bepalend zijn voor de bedrijfsvoering en het daaropvolgende regime. De explosie van de muziekcultuur geeft de branche een opwaartse beweging. Als er sprake is van een opgaande conjunctuur is dit ten voordele van de particuliere bestedingen en de cultuuruitgaven. Andersom geldt de negatieve benadering. Het is opvallend dat bij de opgaande jaren '50 zowel de conjunctuur als de cultuur in bloei staan. Voor de negatieve variant geldt het derde regime van de oorlogsjaren die te kenmerken zijn als een arme culturele periode. De Nederlandse muziekuitgever wordt met dwang verzocht om voor de bezetter marsmuziek te schrijven. Een duidelijke vorm van cultureel coercive isomorphism dat het gedrag van de branche negatief beïnvloedt (DiMaggio & Powell, 1983).

De onderstaande figuur (fig. 11.1) van de grote context waarbinnen de uitgevers in Nederland zich manifesteren in de afgelopen honderd jaar geeft een overzicht van de conjuncturele en culturele ontwikkeling. Direct rijst de vraag wanneer en in hoeverre deze twee factoren op macro-niveau elkaar beïnvloeden en daarmee de context wijzigen die bepalend is voor de muziekuitgeverindustrie. Het belang hiervan is evident. Het zijn echter niet alleen economie en cultuur die bepalend zijn, de mate van afhankelijkheid wordt mede beïnvloed door factoren op meso niveau. In het CIMT-model wordt dit geduid als de kleine context, die een directere invloed heeft op het gedrag van de industrie.

Analyse muziekuitgeversindustrie in Nederland		
Grote Context	Conjunctuur & Maatschappij	Muziekcultuur
CIMT model		
Regime I voor 1912 Edition Paper TECHNOLOGIE	Fedodaaal Revolutie Industrialisatie	Geestelijke muziek Barok Klassieke muziek Romantiek
Regime II 1912-1929 Recht vooruit RECHTEN	Democratie en kapitalisme Neutraliteit en schaarste WO I Economische groei in het Interbellum	Impressionisme & Expressionisme Vaudevilles Oorlogsmuziek Ragtime & Blues
Regime III 1929 - 1950 Crisis, Oorlog en herstel CONJUNCTUUR	Beurs Krach 1929; Crisis Oorlogsjaren WO II Wederopbouw	Jazz Schlagers & Marsen Big Bands
Regime IV 1950 - 1980 Genre revolutie CULTUUR	Nederlands Wirtschaftswunder Oliecrisis 1973 Behoud van particuliere consumptie	Rock'n roll Popmuziek Soul, Funk, Rock, Reggae, Latin, Disco, Punk
Regime V 1980 - 2000 Macht van de catalogus TECHNOLOGIE	Economische crisis: bezuinigingen Paarse hoogconjunctuur Europese intergratie	Mega stardom; modialisering Nederlandstalige popmuziek
Regime VI na 2000 Renaissance van de uitgever TECHNOLOGIE	Dot-com crisis Bankencrisis	Dance muziek Exportwaarde

Figuur 11.1 Grote context CIMT model, analyse muziekuitgeverindustrie in Nederland

Kleine context CIMT-model

In het mechaniek van de kleine context (fig. 11.2) spelen de factoren technologie, juridisering en intrinsiek ondernemerschap afwisselende rollen. Deze variëren in belang en hebben een dynamisch onderling verband. De industrie is ontstaan vanuit de technische doorbraak van de boekdrukkunst. Bij de invoering van het auteursrecht wordt het uitvoerende recht erkend en leidt de exploitatie tot een dominant juridisch regime. In de laatste twee gedefinieerde periodes is de factor technologie weer als dominant te duiden. Bij de introductie van nieuwe geluidsdragers als disruptive product, is het meestal de technologische factor die om een veranderde juridische omgeving vraagt ter bescherming van de rechthebbende (Christensen, Horn, & Johnson, 2005). Goede voorbeelden zijn de blanco cassette of de pianola. Het is ook soms andersom, als bijvoorbeeld DRM als een technologische beveiliging wordt ingezet om de bescherming van de auteurswet te zekeren.



Wat is de achterliggende organisatie van de ondernemers zelf? Of structure follows strategy voor muziekuitgevers opgaat, is de vraag. In de jaren '60 en '70 kunnen de uitgevers via het slim aanwenden van de auteurswet zich goed positioneren en de markt afschermen (Chandler, 1962). In de jaren '80 en '90 draait dit om en is eerder het adagium strategy follows structure van toepassing. Het doorbreken van een nationaal monopolistische situatie naar een internationaal functionerende oligopolie verandert de werkwijze van de uitgevers. De markt breekt aan alle kanten open, met als katalysator de liberale economische onderstroom en de harmonisering van Europese wetgeving. De invloed van de grote context op de kleine context is evident, zeker in het derde en vierde regime.

Figuur 11.3 geeft een overzicht van de bepalende inkomstenbronnen. Binnen en buiten de bedrijfstak breidt het verspreidingsgebied voor het uitvoerend recht zich uit, onder ander door medialisering. Het mechanische recht van de recording industry verandert in de loop van een eeuw van fysiek naar digitaal. De rollen en de functies van de uitgever veranderen niet wezenlijk, maar compliceren in een ecologie van een value creating network (Fuller et al., 2009). Uitgevers leggen zich veelal toe op exploitatie van een enkele rol zoals de administratieve, in plaats van het gehele proces van scouting naar exploitatie (zie fig 3.15). Volgend uit de kleine context zijn de exploitatievormen af te leiden van de bedrijfstak in de afgelopen honderd jaar, die het gevolg zijn van de ontwikkelingen uit de factoren technologie, juridisering en het ondernemersgedrag van de industrie zelf (zie figuur 11.3).

De verandering van exploitatievormen vindt zowel plaats door de ondernemersinitiatieven van de industrie zelf waarbij het auteursrecht verder wordt uitgebuit, als door ontwikkelingen bij verwante industrieën. Hierbij gaat het om verdienmodellen op het gebied van live entertainment en de verschillende mediavormen ten behoeve van het uitvoerende recht, maar ook exploitatievormen rond de verkoop van geluidsdragers ten behoeve van het mechanische recht.

Analyse muziekuitgeversindustrie in Nederland			
Kleine Context	Technologie	Juridisch	Muziek uitgevers
CIMT model			
Regime I voor 1912 Edition Papier TECHNOLOGIE	Bladmuziek Wasrollen/Pianorol Nickelodeon	Drukker naar kopierecht Auteursrechten- unie Berneconventie	Bladmuziek uitgave Muziekuitgevers zijn arrangeurs en technici
Regime II 1912-1929 Recht vooruit RECHTEN	Bladmuziek lithografie Grammofonplaat Schellac	Auteurwet 1912 Oprichting BUMA	Payola Auteursrechten organisatie; uitvoerend recht
Regime III 1929-1950 Crisis, Oorlog en Herstel CONJUNTUUR	Electrische microfoon Radio Film	Nationaal monopolie BUMA Oprichting STEMRA	Auteursrechten organisatie mechanisch recht Stardom artiesten
Regime IV 1950-1980 Genre revolutie CULTUUR	Televisie Radiopiraten Vinyl/cassette	Convention universelle Beeldrecht Leenrecht	Mega stardom Artiest is componist Nederlands Payola Fundblocking
Regime V 1980-2000 Macht van de Catalogus TECHNOLOGIE	Compact Disc/ DAT/DVD MTV & Video Satelliet & kabel; radio & TV	Reprorecht Licenties Commerciële radio & TV	Belang van de Catalogus Majors grijpen de macht Splitsing industrie
Regime IV na 2000 Renaissance van de uitgever TECHNOLOGIE	Internet: digitization 1.0; downloads & 2.0 Streaming Mobile devices	Digital Rights Management Flexibel auteursrecht	Value network Omzet uitvoerend recht neemt toe, mechanisch af

Figuur 11. 2 Kleine context CIMT model, analyse muziekuitgeverindustrie in Nederland



CIMT model analyse van exploitatievormen				
Bedrijfstak	Muziekuitgevers	Live entertainment	Recorded music	Media
Exploitatieright	Auteursrecht	Uitvoerend recht	Mechanisch recht	Uitvoerend recht
Regime I voor 1912 Edition Paper TECHNOLOGIE	Bladmuziekuitgave Muziekuitgevers zijn arrangeurs en technici	Klassieke orkesten Artiesten opereren kleinschalig	Bladmuziek Wasrollen Pianola rol	Kranten Nickelodeon
Regime II 1912-1929 Recht vooruit RECHTEN	Payola Auteursrechten organisatie; uitvoerend recht	Optredens worden georganiseerd	Bladmuziek wordt massa-artikel; lithografie Grammofoonplaat Schellac 78 Rpm	Film
Regime III 1929-1950 Crisis, Oorlog en Herstel CONJUNTUUR	Auteursrecht organisatie mechanisch recht Stardom artiesten	Big Bands Cabaret Elektrische microfoon		Radio Toonfilm
Regime IV 1950-1980 Genre Revolutie CULTUUR	Artiest is componist Nationaal monopolie Fundblocking	Amplifiers Festivals Toeren van artiesten	Grammofoonplaat Vinyl Bandrecorder/ Cassette	Televisie Radio piraten
Regime V 1980-2000 Macht van de catalogus TECHNOLOGIE	Belang van de Catalogus Majors grijpen de macht splitsing industrie	Megaconcerten Marktsegmentatie festivals	Digital recording Compact Disc DAT/DVD	MTV Commerciële TV Commerciële Radio
Regime VI na 2000 Renaissance van de TECHNOLOGIE	Value Networks Omzet uitvoerend recht neemt toe, mechanisch af Flexibel auteursrecht	Dominatie van dance events; exportwaarde	Digitization 1.0; downloads Digitization 2.0; Streaming	Internet Mobile devices

Figuur 11.3 CIMT model analyse van exploitatievormen van de Nederlandse muziekuitgeverindustrie

11.4 Implicatie en conclusie

Eerder onderzoek van Huygens over de co-evolutie van de platenindustrie geeft aan dat technologie de dominante factor is om de regimes te bepalen (Huygens, 1999). Ook economen zoals Schumpeter verklaren vanuit technologisch deterministisch perspectief de ontwikkeling en zien dit als de drijvende kracht. Binnen mijn onderzoek nuanceer ik dat beeld voor de muziekuitgeverindustrie. Andere krachten of factoren katalyseren deze veranderingen. Naast technologie, is conjunctuur en cultuurontwikkeling van waarde, alsmede de juridische fundamenteen waarop de industrie rust. De organisatie en de ondernemersinitiatieven van de industrie zelf hebben ook een werking op de markttransformatie. Eerdere studies van Peterson en Berger die de onderlinge invloed van de structuurverandering van de platenindustrie en cultuurproductie in het licht van marktconcentratie duiden, wijzen hier eveneens op (Peterson & Berger, 1975).

Deze studie concentreert zich niet op cultuurproductie en marktconcentratie van de platenmaatschappijen, maar binnen een grotere context van bovengenoemde ontwikkelingen op een andere verborgen zusterindustrie: de muziekuitgevers. Het CIMT-model geeft een hogere complexiteit aan en legt de nadruk op de dynamische interdependentie van de verschillende factoren. Het model geeft een mate van reflectie, functie en verdieping weer en maakt het mogelijk de data te rangschikken en maakt verbanden inzichtelijk.

Music publishers revisited

De grondleggers van de muziekindustrie komen voort uit de boekdrukkunst die zich professionaliseerde tot een serieuze bedrijfstak. Uitgevers leerden op inventieve wijze de auteursrechten te verwerven, te beschermen en uit te baten. Nadat de platenindustrie de macht van de muziekindustrie (voor een groot deel) over had genomen, vindt er de laatste tijd een kentering plaats. De muziekuit-



gevers gaan nu na 100 jaar weer in belang toenemen. De renaissance van de muziekwitgevers is een feit (Wikström, 2006). De traditionele mediavormen zoals TV en radio maar ook liveoptredens vormen een stabiele en wellicht groeiende economische factor en uitgevers profiteren mee. De muziekwitgevers hebben zich tot op heden relatief goed door de digitale storm geloodst. De nieuwste opkomst van streaming on demand zien de uitgevers als een uitdaging. Het Spotify-verdienmodel verenigt nagenoeg alle elementen die consumenten wensen bij muziekgebruik. Verloren gewaande muziekconsumenten betalen weer voor gebruik.

Uitgevers zijn historisch gewend om met een time lag om te gaan door de vertraging van inkomsten uit rechten en zien in de nieuwe tijd ondernemingskansen die op termijn renderen: een kick back op inkomen. Waar platenmaatschappijen voornamelijk trachten te overleven met inkomsten uit fysieke en digitale verkopen, staan muziekwitgevers sterker door hun stabielere inkomstenstromen uit meerdere bronnen, verspreid over een langere periode.

Hoewel de rol en functie van de muziekwitgever stabiel lijkt binnen de digitale muziekeconomie, zitten muziekwitgevers door de beweging naar een rights industry weer in het centrum van de macht van de muziekindustrie. De renaissance van de muziekwitgevers is gaande (Wikström, 2006, p. 198)

Legal innovators

Onlangs dat zowel disruptive business models als disruptive products ongetwijfeld ook deze industrie op termijn weer bedreigen, eisen muziekwitgevers steeds hun inkomsten op bij muziekgebruik (Christensen, Horn, & Johnson, 2005). Ondanks de vele momenten van Schumpeteriaanse creatieve destructie binnen de geluidsdragerindustrie en de explosie van media-uitingen waarbij muziekgebruik van cruciaal belang is, vinden muziekwitgevers telkens weer rechtenconstructies uit die inkomsten rechtvaardigen voor de bedrijfstak. Voorbeelden zijn de huidige fundblocking-constructies, de verplichte Nederlandse tekst op de B-kant van buitenlandse singles uit de jaren '60 of de koppeling van publishing rechten aan televisieformats. Muziekwitgevers opereerden al avant la lettre als 'rights exploiters'. Binnen de huidige beweging naar een 'rights industry' gaan de muziekwitgevers als juridisch gedreven ondernemers zich ongetwijfeld weer ontpoppen als 'legal innovators' die via het bouwen van ingenieuze juridische constructies op termijn inkomsten genereren.

Opportuun isomorfisme

Vanwege de schijnbare non-transparantie van handelen vormt het gedrag van muziekwitgevers een opvallend patroon waarbij naast de coercive, mimetic en normative vorm er nog een andere typische vorm van institutioneel gedrag voor de branche kenmerkend kan zijn (DiMaggio & Powell, 1983). Enerzijds komt dit door de karakteristieke eigenschap van de creatieve industrie van de overvloed van creatie en de schaarse vraag, waardoor de machtspositie van de gatekeeper in stand blijft (Negus, 2002; Peterson & Berger, 1975). Anderzijds komt dit door de onduidelijke intermediaire positie binnen het value network van de muziekindustrie, alsmede het gebrek aan kennis van het metier voor zowel de gebruiker, de muziekindustrie als de componist.

Muziekwitgevers trachten als legal innovators een zo groot mogelijk deel van de rechten te verwerven teneinde de omzet te maximeren, wat op zich een legitiem ondernemersstreven is. In het verleden ontstond de neiging grenzen op te zoeken, waarbij een 'usage van handelen' geldt van branchegeenoten die te verklaren is als mimetic isomorfisch gedrag. Uitgevers verloren daarbij uit het oog wat de oorspronkelijke rol en functie was, waardoor de vergoeding door componisten en gebruikers als billijk werd ervaren. Daarmee introduceren we de term 'opportunistic isomorphism' (Wierda & Hitters, 2013) hetgeen bij de muziekwit-

gevers in de jaren '70 leidde tot een gedragscorrectie van de majors waardoor de Nederlandse branche gedwongen werd tot 'fair trade'.

Opportunistic isomorphism komt voort uit een schijnbare volgordelijkheid van de overige isomorfe factoren. Indien de branche onder invloed is van 'coercive' gedrag door bijvoorbeeld een gewijzigd stringent auteursrechtelijk regime of hoge entree barrières, imiteren de overige bedrijven de 'best practice' wat leidt tot 'mimetic' gedrag. Als vervolgens de nieuwe vorm van institutionalisering breed gebezigd wordt, draagt het 'normative' gedrag bij tot het beschermen en conserveren van de nieuwe standaard. Opportunistic isomorphism kan zich daaropvolgend openbaren onder enkele specifieke voorwaarden: de markt is intransparant, de bedrijfstak is oligopolistisch en er heerst een complexe juridische omgeving voor zowel consumenten als de industrie zelf.

11.5 Additioneel

Hoe de huidige goed functionerende muziekwitgeveindustrie zich verder gaat positioneren en ontwikkelen blijft een interessant object van studie. De verdergaande digitalisering van muziekgebruik werpt haar schaduw tot ver in de toekomst. Hoe transformeert de markt en welke factoren binnen het CIMT-model gaan in de nieuw te vormen regimes domineren?

Binnen de creatieve industrie zijn ook andere bedrijfstakken dankbare onderwerpen van studie door middel van het CIMT-model. De verwachte ontwikkeling van het betreffende object kan dan geëxtraheerd worden en onderling vergeleken. Om de discussie te voeden is het van belang om te kijken hoe de onderlinge verhoudingen binnen verschillende creatieve industrieën zich door de tijd ontwikkelen voor wat betreft de factoren van het CIMT-model.

Verder is kwantitatief onderzoek wenselijk met betrekking tot het verband tussen de conjuncturele ontwikkeling van een land en de ontstaansgeschiedenis en popularisering van de muziekgenres. Indien er een correlatie bestaat zou er een cyclische beweging geïdentificeerd kunnen worden. Uit dit onderzoek is het evident dat bij laagconjunctuur door de daling van de particuliere consumptie en de bezuinigende overheid de bestedingen op cultuur dalen. Omgedraaid zou een uitspraak over culturele productie en genreontwikkeling te formuleren zijn, naar aanleiding van de stand van de conjunctuur.

Als laatste voorstel tot additioneel onderzoek is de vraag of opportunistisch isomorfisme herkenbaar plaatsvindt in andere branches en hoe is dit gedrag te pareren indien het een bedrijfstak schaadt. Deze studie naar de muziekwitgeveindustrie heeft voorbeelden laten zien hoe een specifieke institutionele context leidt tot bedrijfsgedrag dat niet alleen imiteert en initieert maar ook grenzen opzoekt. Ook de recording industry is vaak object van kritiek met betrekking tot hun gedrag ten aanzien van artiesten. Interessant zou zijn om ook buiten de muziekindustrie in een comparatieve studie te onderzoeken of dergelijke processen ook in bijvoorbeeld de bankwereld of de advocatuur te identificeren zijn.



Bijlage I

Enquêtevragen VNM/ NMUV

Wat betekent de omschakeling van bezit van muziekcontent naar toegang (gebruik) voor de rol en positie van muziekuitgevers in de Nederlandse muziekindustrie?

Graag zou ik u willen vragen om de volgende vragen te beantwoorden.

1. *Wat is uw geslacht?*

- Man
- Vrouw

2. *Wat is uw leeftijd?*

- Jonger dan 30 jaar
- 50 – 59 jaar
- 60 jaar of ouder

3. *Hoe lang zit u al in het vak als muziekuitgever?*

- Korter dan 5 jaar
- 5- 10 jaar
- 10-15 jaar
- 15-20 jaar
- 20-25 jaar
- 25-30 jaar
- Langer dan 30 jaar

Sinds het laatste decennium is de muziekuitgave industrie onderhevig aan de digitaliseringdynamiek op internet.

4. *Wat zijn sinds die periode uw activiteiten als muziekuitgever in volgorde van belang? Geef met cijfers de volgorde van belang aan. (1 geldt als hoofdactiviteit)*

- ... Het uitgeven van bladmuziek
- ... Het beheren van muziefondsen
- ... Het licenseren van composities aan platenmaatschappijen
- ... Het licenseren van composities ten behoeve van synchronisaties
- ... Anders

5. *In hoeverre zijn uw activiteiten sinds die periode veranderd?*

	Niet veranderd	enigszins ver	Totaal ver.
Het uitgeven van bladmuziek	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Het beheren van muziefondsen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Het licenseren van composities aan platenmaatschappijen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Het licenseren van composities ten behoeve van synchronisaties	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Anders	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

.....



6. Wat is sinds die periode binnen uw activiteiten uw rol als muzikuitgever? Geef met cijfers de volgorde van belang aan. (1 geldt als belangrijkste rol)

- ... Gatekeeper (beheren) van kwaliteit van composities
- ... Administrateur en bewaker van inkomsten
- ... Netwerker
- ... Dealmaker
- ... Financier van talent
- ... Anders

7. In hoeverre is uw rol sinds die periode veranderd?

	Niet veranderd	enigszins ver	Totaal ver.
Gatekeeper (beheren) van kwaliteit van composities	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Administrateur en bewaker van inkomsten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Netwerker	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Dealmaker	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Financier van talent	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Anders	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

.....

Met de opkomst van streaming van muziek vormt zich een beweging van bezit van muziekcontent naar toegang.

8. In hoeverre denkt u dat deze activiteiten in de toekomst door streaming aan verandering onderhevig is? Geef aan in welke mate.

	Niet veranderd	enigszins ver	Totaal ver.
Het uitgeven van bladmuziek.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Het beheren van muziekfondsen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Het licenseren van composities aan platenmaatschappijen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Het licenseren van composities ten behoeve van synchronisaties.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Anders	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

.....

9. Hieronder enkel stellingen over het fenomeen Streaming.

	Geheel oneens	oneens	neutraal	eens	helemaal eens
Ik zoek geregeld informatie rondom de ontwikkeling van streaming.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Streaming vormt een bedreiging voor mijn bedrijfsvoering.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ik pas mijn businessmodel aan door de ontwikkelingen rond streaming.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Streaming vormt een kans voor mijn bedrijfsvoering.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Streaming verandert de functie van muzikuitgevers binnen de waardeketen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Geheel oneens oneens neutraal eens helemaal eens

Auteurs nemen in de toekomst de rol en functie van muzikuitgevers over.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bladmuziek heeft een toekomst als inkomstenbron.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fysieke geluidsdragers hebben een toekomst als inkomstenbron.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Digitale downloads hebben een toekomst als inkomstenbron.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

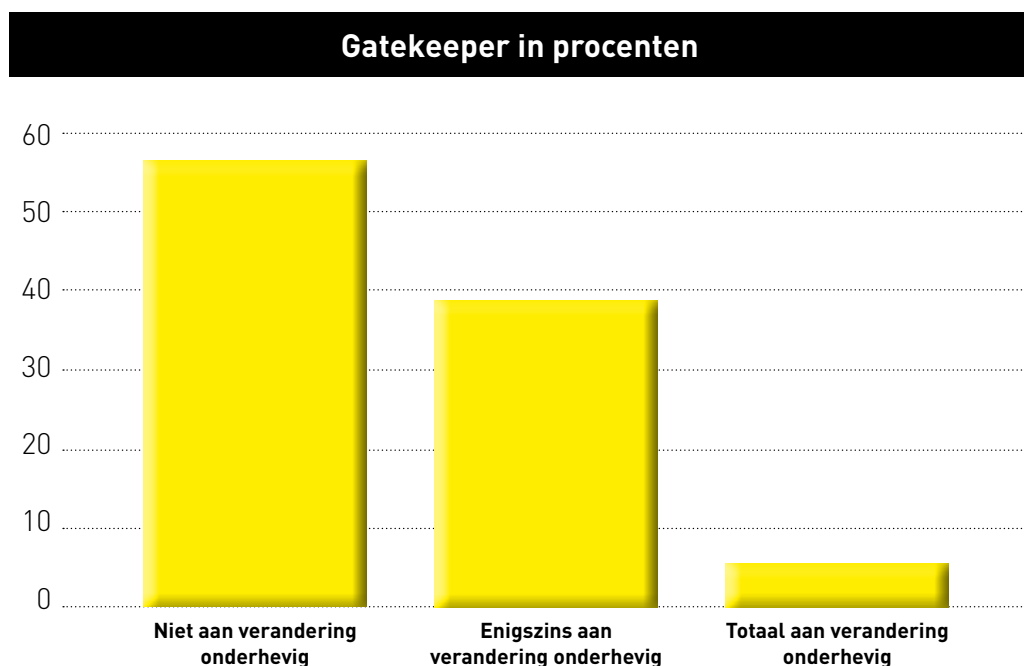
10. Nog enkele stellingen in verband met uw businessmodel en de ontwikkeling van streaming. (indien van toepassing)

Geheel oneens oneens neutraal eens helemaal eens

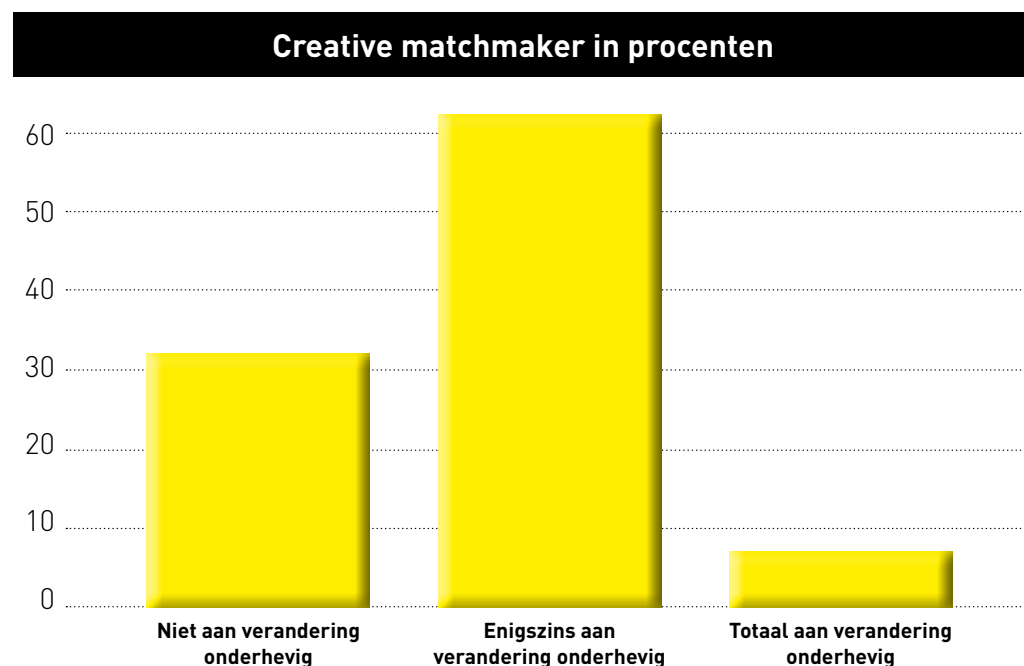
Inkomsten op mechanische rechten staan door streaming onder druk.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Inkomsten op uitvoerend recht staan door streaming onder druk.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ik pas mijn huidige businessmodel aan.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ik pas mijn business-strategie door streaming aan.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ik pas mijn uitgavecontract aan.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ik pas mijn fondsovereenkomst aan.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Ik pas mijn administratiedeel aan.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mijn inkomsten worden beïnvloed door streaming in de toekomst.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Online expertise is een vereiste voor muzikuitgevers.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Fileshearing en Piracy verdwijnen nagenoeg door streaming.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
De inkomsten uit streaming worden een belangrijke bron.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Muzikuitgevers worden de dominante beroepsgroep?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



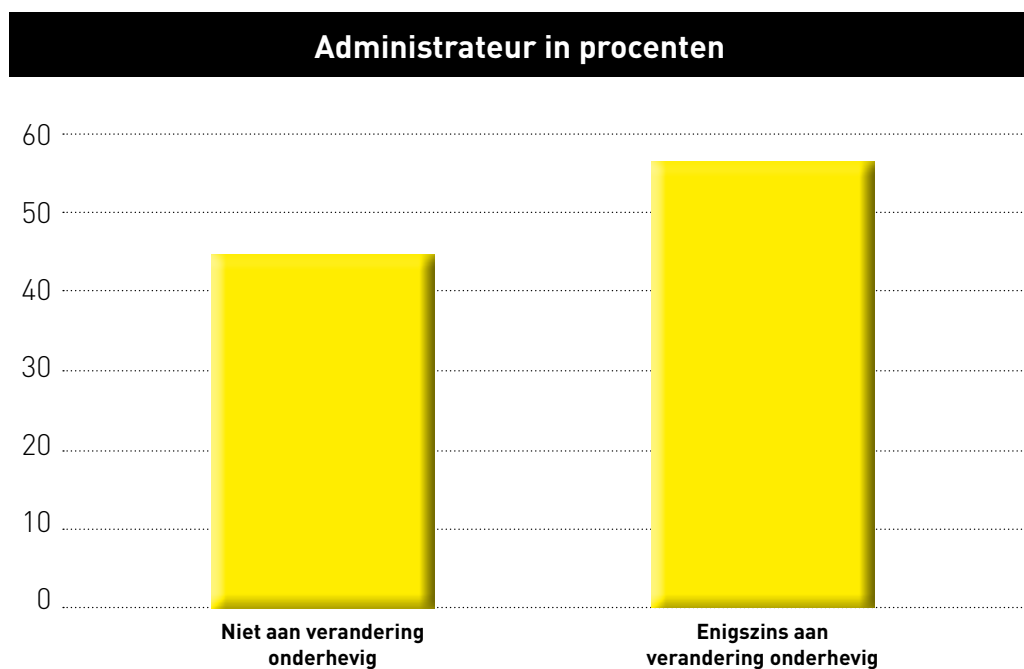
In hoeverre denkt u dat uw rol(len) aan verandering onderhevig zijn? Geef aan in welke mate. *[Gatekeeper; (beheren) van kwaliteit van composities]*



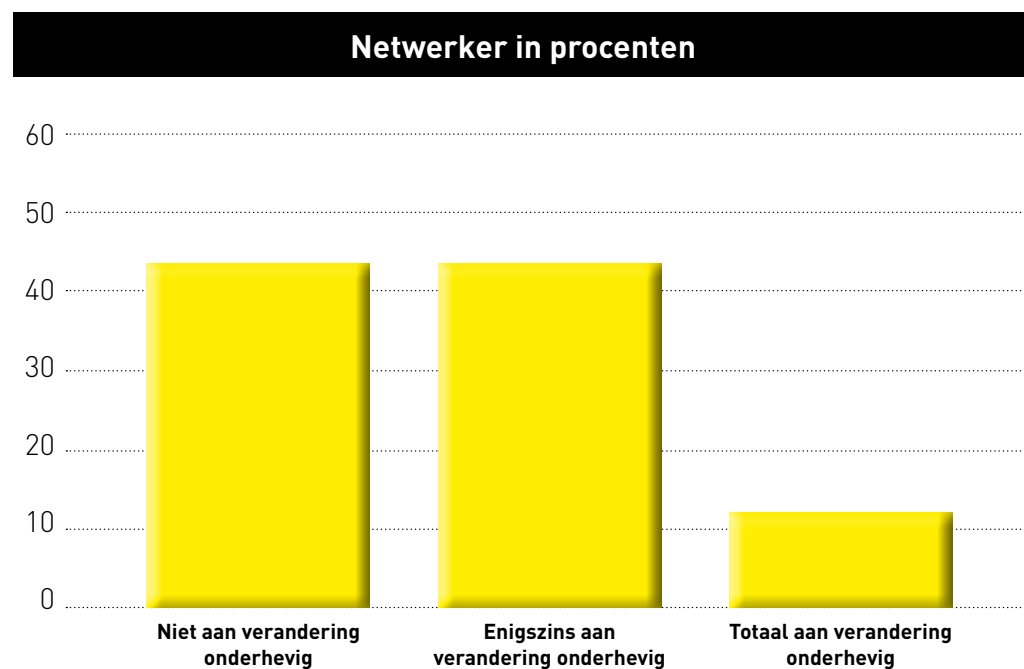
In hoeverre denkt u dat uw rol(len) aan verandering onderhevig zijn? Geef aan in welke mate. *[Creative matchmaker; de juiste compositie/song bij de opdracht zoeken & composers/songwriters bij elkaar zoeken voor samenwerking]*



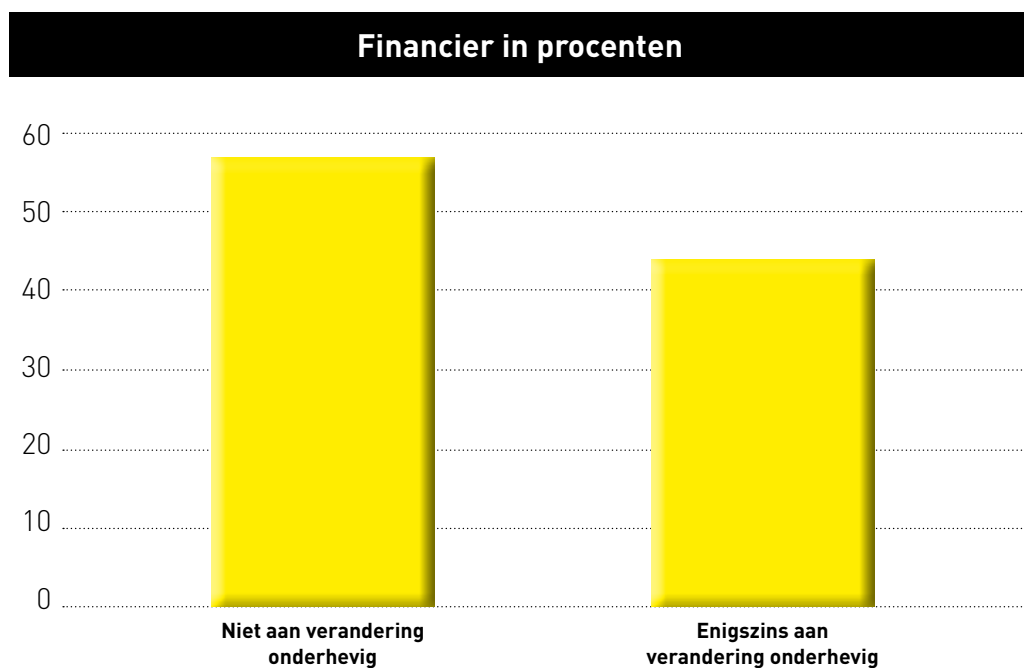
In hoeverre denkt u dat uw rol(len) aan verandering onderhevig zijn? Geef aan in welke mate. *[Administrateur en bewaker van inkomsten]*



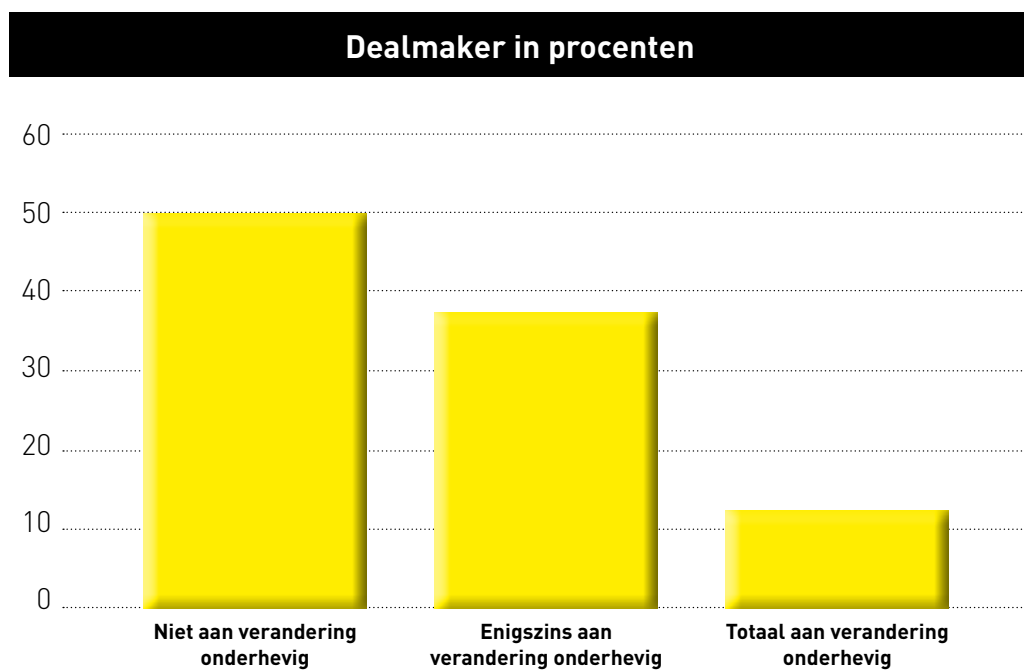
In hoeverre denkt u dat uw rol(len) aan verandering onderhevig zijn? Geef aan in welke mate. *[Netwerker]*



In hoeverre denkt u dat uw rol(len) aan verandering onderhevig zijn? Geef aan in welke mate. *[Financier van talent]*



In hoeverre denkt u dat uw rol(len) aan verandering onderhevig zijn? Geef aan in welke mate. *[Dealmaker]*



Bibliografie

- Abernethy, M., & Brownell, P. (1999). The role of budgets in organizations facing strategic change: an exploratory study. *Accounting, Organizations and Society Vol. 24*, 189-204.
- Adams, W. B. (1991). *Antitrust economics and trials*. Princeton New Jersey: Princeton University Press.
- Albert, M. (1993). *Capitalism vs Capitalism*. New York: Four walls eight windows .
- Alexander, M. (2004). *American politics: How political, economic and cultural trends have shaped the nation*. Bloomington: IUniverse Inc.
- Anderson, B. (1979). "A digression on Keynes." *Economics and the Public Welfare; a Financial and Economic Historic of the United States*. Indianapolis: Liberty Press.
- Anderson, C. (2006). *The Long Tail: Why the future of business is selling Less of more*. New York: Hyperion.
- Arkenbout, E., Dijk, F. v., & Wijck, P. v. (2001). *Auteursrecht in de informtiemaatschappij; Bouwstenen voor een justitiestrategie*. Den Haag: Ministerie van Justitie, Directe Wetgeving.
- Arthur, W. (1984). *Pianola: The History of the Self-Playing Piano*. London: Allen & Unwin.
- Auslander, P. (2001). *Looking at Records*. *The Drama Review*, 77-83.
- Beall, E. (2004). *Making music, making money*. Boston: Berklee press.
- Beaufort H. de (1909). *Het auteursrecht in het Nederlandsche en internationale recht*. Utrecht: P. den Boer senatus veteranorum typographus et librorum editor.
- Benjack, D., & MacKeen, J. (1995). MTV Networks:MTV. In R. Thomas, *New Product Succes Stories: Lessons from Leading Innovators*. New York: John Wiley & Sons .
- Bennet, A. (2004). "Virtual Subculture? Youth, Idenity and the Internet. In A. Bennet, & K. Kahn-Harris, *After Subculture:Critical Studies in Contemporary Youth Culture* (p. 162). Houndsmill: Palgrave Mac Millan.
- Berkhofer, R. (1969). *A behavioral Approach to Historical Analysis*. New York: The Free Press.
- Bijker, W., & Law, J. (1992). *Shaping technology/building society*. Boston: Cambridge MIT Press.
- Blanchaert, S. (2010). *De adaptie van de muziekindustrie aan een snel evoluerende, digitale omgeving*. Universiteit Gent: Faculteit politieke en sociale wetenschappen.
- Boschloo, T. (1989). *De Productiemaatschappij; Liberalisme, economische wetenschap en het vraagstukder armoede in Nederland*. Hilversum: Uitgeverij Verloren.
- Bosmans, J. (1987). *De invloed van de jaren '60 op het politiek bedrijf van Nederland*.
- Bourdieu, P. (1996). *The Rules of Art: Genesis and Structure of the Artistic Field*. Stanford: Stanford University Press.
- Brinkhorst, M., & Morks, D. (2004). *Macro Economische Verkenning*. Den Haag: Centraal Planbureau.
- Bruggink, H., Hugenholtz, P., et al., (1998). *Universiteit en Auteursrecht : Wetenschappelijke informatievoorziening in een digitale leeromgeving*. Amsterdam: Otto Cramwinkel.
- Bruyne, D. E. (1955). Geschiedenis van de aesthetica: De Middeleeuwen. In d. E. Bruyne, *Geschiedenis van de aesthetica: De Middeleeuwen* (pp. pp 137-



- 142). Antwerpen: Standaard-Boekhandel.
- Buelow, G. (2004). *A history of Baroque Music*. Bloomington: Indiana university press.
- Burnett, R. (1990). *Concentration and diversity in the international phonogram industry Phd Dissertation Dept of Journalism and Mass Communication*. Gothenburg: University of Gothenburg.
- Burnett, R. (1992). *The Implications of Ownership Changes on Concentration and diversity in the International Phonogram Industry*. *Communication Research*, 19 (6), 749-769.
- Burnett, R. (1996). *The Global Juke Box: the International Music Industry*. London: Routledge.
- Burns, A., & Mitchell, W. (1946). *Measuring Business Cycles*. New York: National Bureau of Economic Research.
- Casson, M., & Rose, M. (1997). Introduction. *Business History, special issue Institutions, nr 4*, pp. 1-8.
- Caves, R. E. (2000). *Creative Industries: Contracts between Art and Commerce*. Cambridge: Harvard University Press.
- Chandler, A. (1962). *Strategy and Structure Chapters in the history of the industrial Enterprise*. Cambridge, MA: The MIT Press.
- Chandler, A. (1962). *Strategy and Structure Chapters in the history of the industrial Enterprise*. Cambridge, MA: The MIT Press.
- Christensen, C., Horn, M., & Johnson, C. (2005). *Disrupting Class: How Disruptive Innovation Will Change the Way the World Learns*. Boston Cambridge: McGraw Hill.
- Christianen, M. (1995). Cycles of Symbol Production? A New Model to Explain Concentration, Diversity and Innovation in the Music Industry. *Popular Music, Vol 14*, No 1, 55-93.
- Clemance, R. V., & Doody, F. S. (1950). *The Schumpeterian System*. Cambridge Mass.: Addison-Wesley Press.
- Clemence, R., & Swedberg, R. (2009). *Essays of Joseph A. Schumpeter: on Entrepreneurs, Innovations, Business Cycles, and the Evolution of Capitalism*. New Jersey: Transaction publishers.
- Connel, J., & Gibson, C. (2003). *Terra digitalia? Music Copyright and Territory in the Information Age*. London: Routledge.
- Cooper, M. (2008). *Round #1 of the digital intellectual property wars*. Economic fundamentals, not piracy, explain how consumers and artists won in the music sector. Telecommunications policy research conference.
- Delaruelle, P. (2009). *Onderzoek naar het verschuivend businessmodel in de muziekindustrie: het 360 gradencontract, ook voor artiesten een redding?* Vrije Universiteit Brussel: Faculteit der Letteren en Wijsbegeerte.
- Delikan, M. D. (2010). *Changing Consumption Behavior of Net Generation and the Adoption of Streaming Music Services: Extending the Technology Acceptance Model to Account for Streaming Music Services*. Opgeroepen op januari 2, 2012, van Jönköping University: <http://hj.diva-portal.org/smash/record.jsf?pid=diva2:324142>
- Denisoff, R. (1986). *Tarnishing Gold; the Record Industry Revisited*. New Brunswick: Transaction Books.
- Denisoff, R. (1988). *Inside MTV*. New Brunswick: Transaction Publishers.
- Denzin, N. (1978). *The research act*. New York: McGraw-Hill.
- DiMaggio, P., & Powell, W. (1983). *The Iron Case Revisited: Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Field*. *American Sociological Review*, vol. 48, 147-160.
- D'Aveni, R. (1994). *Hypercompetition, Managing the Dynamics of Strategic Maneuvering*. New York: The Free Press.
- Disco, C., & Meulen, B. (1998). *Introduction. In Getting new technologies together* (pp. 1-13). Berlin: De Gruyter.
- Doelens, L. Harmsma, S & Kuipers, R, *Revolutie, restauratie, continuïteit: de jaren '60 twintigjaar na dato* (pp. 67-82). Groningen: Rijksuniversiteit Groningen instituut voor gescheidenis.
- Dowd, T. (2005). From 78s to MP3s: The Embeddedness of Technology and the U.S. Market for Recorded Music. In J. S. edited by Joseph Lampel, *The Business of Culture; Emerging Perspectives on Entertainment, Media and Other Industries* (pp. 205-244). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Dudley, K. (1996). Demographic Transition Theory. *Population Studies: A Journal of Demography*, 361-387.
- Elberse, A. (2008). *Should you invest in the longtail?* Boston: Harvard Business Review.
- Ernste, H., & Boekema, F. (2005). *De cultuur van de lokale economie, de lokale economie van de cultuur*. Assen: Kon. Van Gorcum.
- Fabbri, F. (1991). *The Dark Side of the Music Business*. *Worldbeat - I*, 109-114.
- Fétis, F. (1881-89). *Biographie Universelle des Musiciens et bibliographie générale de la musique, 8 vols. Supplement et complement. 2 vols. heruitgave 2006, Adamat Media Corporation*. Paris: Firmin-Didot et Cie.
- Fictoor, B.E., & Kroeske, S.L. (2008). *Radio Management*. Amsterdam: Boom onderwijs.
- Foot, N. (1953). *The Professionalization of Labor in Detroit*. *American journal of Sociology*, Volume 58, pp. Issue 4, Page 371.
- Fourastié, J. (1947). *Esquisse d'une théorie générale de l'évolution économique contemporaine*. Paris: Presses universitaires de France.
- Frith, S. (1981). *Sound effects: Youth, leisure and the Politics of Rock 'n' roll*. New York: Pantheon.
- Frith, S. (1987). *Copyright and the Music Business*. *Populair Music and Communication vol 7*, 52-77.
- Frith, S. (1997). *Popular Music and Communication*. 56.
- Frith, S., & Marshall, L. (2004). *Making Sense of Copyright*. In S. Frith, & L. Marshall, *Music and Copyright* (pp. 1-21). Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Frith, S., Goodwin, A., & Grossberg, L. (1993). *Sound and Vision: the Music Video Reader*. London: Routledge.
- Frith, S., Straw, W., & Street, J. (2004). *The Cambridge Companion to Pop and Rock*. New York: Cambridge University Press.
- Fuller, T., Warren, L., & Norman, S. (2009). *Creative Methodologies for Understanding a Creative Industry*. In A. d. Bruin, & C. Henry, *Entrepreneurship and the Creative Economy* (pp. 79-98). Cheltenham: Edward Elgar Publishing Ltd.
- Galambos, L. (1996). Identity and the boundaries of business history: an essay on consensus. *Business history around the world at the end of the twentieth century*, Oktober issue, pp.15-17.
- Galatt, R. (1977). *The fabulous Phonograph*. New York: MacMillan Publishing.
- Goey, F. d. (1996). Ondernemersgeschiedenis in Amerika, Nederland en België (1940-1995) Trends in vraagstellingen, onderzoeksmethoden en thema's: een overzicht. *NEHA-JAARBOEK*, 59, pp.21-65.
- Gillet, C. (1996). *The Sound of the City: The Rise of Rock 'n Roll*. New York: Da Capo Press.
- Gitlin, T. (2003). *Media Unlimited*. New York: Henry Holt and Company.
- Graham, G., Burnes, B., Lewis, G. J., & Langer, J. (2004). *The transformation of the music industry supply chain: A major label perspective*. *International Journal of Operations & Production Management*, 24(11), 1087-1103.
- Gramsci, A. (1930 rev. 2007). *prison Note books*; edited and translated by J.A. Buttigieg. (G. Smith, Vert.) New York: Columbia University Press.



- Gramsci, A. (1935). *Grondbegrippen van de politiek. Hegemonie, Staat, Partij*. Vertalingen van Prison Notebooks. Nijmegen: Socialistische Uitgeverij.
- Griffith, R., & Zanden van, J. (1989). *Economische Geschiedenis van Nederland in de twintigste eeuw*. Utrecht: Het Spectrum.
- Haan, H. de (1992). 'The Impact of the United States on the Dutch Economy'. In H. Loeber, *Dutch - American relations 1945- 1969: a Partnership, illusions and Facts* (pp. 72-97). Assen: Van Gorcum.
- Handfield, R., & Nichols, E. (1998). *Introduction to supply chain management*. Englewood Cliffs NJ.: Prentice-Hall .
- Handke, C. (2010). *The creative destruction of copyright: innovation in the Record Industry and Digital Copying*. Rotterdam: Erasmus Universiteit.
- Haver, O. (2006). *Technologie VS. Economie: De digitale muziekdistributie*. Katholieke universiteit van Leuven: Faculteit economische en toegepaste economische wetenschappen
- Hayes, M. (2006). *The Economics of Keynes; New Guide to the General Theory*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
- Hearn, G., & Pace, C. (2006). Value-creating ecologies : understand the next generation business systems. *Foresight* , 8 (1).
- Hedtke, U., & Swedberg, R. (2000). Schumpeter to Mitchell, 6 May 1937. In J. Schumpeter, *Joseph A. Schumpeter: Briefe/Letters* (pp. 301,302). Tübingen: Mohr.
- Henderson, R., & Cockburn, I. (2004). Measuring Competence? Exploring Firms Effects in Pharmaceuticals Research. *Strategic Management Journal* (18) (Summer Special Issue), pp.5-14.
- Henderson, R., & Mitchell, W. (1997). The interactions of organizational and competitive influences on strategy and performance on strategy and performance. *Strategic Management Journal*, 36.
- Hendy, D. (2000). *Radio in the global age*. Cambridge: Polity Press.
- Hesmondhalgh, D. (2002). *The Cultural Industries*. London: Sage Publications.
- Hesmondhalgh, D., & Pratt, A. (2005). Cultural Industries and Cultural Policy. *International Journal of Cultural Policy* 11 (1), 1-14.
- Hirsch, P., & Fiss, P. (2000). Doing sociology and culture: Richard Peterson's quest and contribution. *Poetics* 28, 97-105.
- Hitters, E. (1996). *Patronen van patronage; mecenaat, protectoraat en markt in de kunstwereld*. Utrecht: Jan van Arkel.
- Hitters, E., & Kamp, M. v.d. (2010). Tune in, fade out: Music companies and the (re)valuation of local music products in the Netherlands.
- Hoffman, E. (1998). *The Right to be Human: a Biography of Abraham Maslow*. Chicago: Graw-Hill.
- Hofstede, G.J.; Pedersen, P.B.; Hofstede, G. (2002). *Exploring Culture; Exercises, Stories and Synthetic Cultures*. Maine, USA: Intercultural Press
- Hubbard, W. (1924). *The American History and Encyclopedia of Music. Revised* New York: Irving Square.
- Hughenoltz, P. (2004). De toekomst van het auteursrecht: DRM met een vriendelijk gezicht? In J. v. Erve, *Alternatieve modellen voor het auteursrecht* (pp. 25-38). Amsterdam: DEA Drukkerijen.
- Huygens, M. (1999). *Coevolution of capabilities and competition*. Rotterdam: Phd series in general Management Nr 33.
- Janssen, S. (2000). Onderzoek naar twintigste-eeuwse literaire uitgeverijen'. In D. auteurs, *Jaarboek voor Nederlandse Boekgeschiedenis* (pp. 65 -79). Amsterdam: Nederlandse Boekhistorische Vereniging (NBV).
- Jones, B. (1999). Bounded Rationality. *Annual Review Political Science* (University of Washington), 297-321.
- Jong de, L. (1991). *Het Koninkrijk der Nederlanden in de Tweede Wereldoorlog*, III. Den Haag: Staatsdrukkerij en uitgeverij
- Jonge, A. de (1982). *Crisis en critiek der democratie: anti-democratische stromingen en de daarin levende denkbeelden over de staat in Nederland tussen de wereldoorlogen*. Van Gorcum & Comp. N.V., Assen, . Assen: Van Gorcum & Comp. N.V
- Kaplan, A., & Norton, D. (1998). *Maslow on Management*. New York: John Wiley & Sons.
- Keynes, J. (1920 rev. 2010). *The Economic Consequenses of the Peace*. Los Angeles: Indoeuropean Publishing.
- Keynes, J. M. (1936). *The General Theory of Employment, Intrest and Money*. New York: Harcourt, Brace and Company.
- Klamer, A. (1996). *The value of culture. On the relationship between economics and arts*. Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Kleinhout, G. (2006). *Jazz als probleem.Receptie en acceptatie van de jazz in de wederopbouwperiode van Nederland 1945-1952*. Universiteit Utrecht.
- Kleinknecht, A. (1990). *Are there Schumpeterian waves of innovations?* Cambridge Journal of Economics 14 (1), 81-92
- Klösters, J. (2001). Bladmuziek als medium van populaire muziek. In L. Grijp, *Een muziekgeschiedenis der Nederlanden, Volume 1* (pp. PP 505-510). Amsterdam: Amsterdam University Press.
- Knighton, T. (1992). Companion to Medieval and Renaissance Music . In R. Strohm, *Centre and periphery: mainstream and provincial music* (pp. pp 55-59). Berkley and Los Angelis, California: University of California Press.
- Knopper, S. (2009). *Appetite for Self- Destruction: The Spectacular Crash of the Record Industry in the Digital Age*. New York: Free Press.
- Koch, K. (2011). *Een kleine geschiedenis van de grote oorlog, 1914-1918*. Antwerpen: Manteau.
- Kok, A. (2007). *Dit was Veronica : geschiedenis van een piraat*. Amsterdam: Thomas Rap
- Kooij, P. (1988). 'Peripheral citiesand their regions in the Dutch urban system until 1900' . *The Journal of Economic History* 48 , 357-371.
- Koops, O., Roso, M., Rutten, P., & Visser, F. (2010). Cross Media Monitor 2010. Hilversum: Stichting iMMovator.
- Kretschmer, M., Klimis G., & Roger Wallis. (1999). The Changing Location of Intellectual Property Rights in Music. A Study of Music Publishers, Collecting Societeis and Media Conglomerates. *Prometheus*, pp. 163,185, Vol. 17. 2.
- Kusek, D., & Leonhard, G. (2005). *The Future of Music: Manifesto For The Digital Music Revolution*. Boston, MA: Berklee Press.
- Labree, R. (1993). *Rock & Roll in Rood, Wit, Blauw - De invloed van de Amerikaanse Rock 'n Roll op Nederland en de Nederlandse Popmuziek tussen 1955 en 1965*. Amsterdam: Uitg. Mets/Stichting Popmuziek NL
- Landes, W., & Posner, R. (2003). *The economic structure of Intellectual Property Law*. Boston: Harvard University Press.
- Langlois, R. (2003). The vanishing hand: the changing dynamics of industrial capitalism. *Oxford Journal Economics & social siences, Volume 12, Issue 2*, 351-385.
- Leeuw, T. d. (2e druk 1977). *Muziek van de Twintigste Eeuw. Een Onderzoek naar haar Elementen en Structuur*. Utrecht: Bohn, Scheltema en Holkema.
- Lenaertz, R., & Robijns, J. (1969). Renaissance-muziek 1400-1600: Donum natalicium. In R. & Lenaertz, *Musicologica Lovaniensia* (pp. P 10-17). Leuven: Katholieke Universiteit, Seminarie voor Muziekwetenschap.
- Lepak, D., Smith , K., & Taylor , M. (2007). Value Creation and Value Capture: A Multilevel Perspective 180-194. *Academy Of Management Review*, 32 (1), 180-194.
- Lessig, L. (2004). *Free Culture: Hoe Big Media Uses Technology and the Lawo Lock Down Culture and Control Creativity*. New York: Penguin Press.
- Leurdijk, A., & Nieuwenhuis, O. (2012). *Statistical Ecosystems and Competitiveness*



- Analysis of the Media and Content Industries-The Music Industry*. Seville: Joint Research Center of the European Commission.
- Levinthal, D., & March, J. (1993). The Myopia of learning. *Strategic Management Journal* (14) (Special Winter Issue), pp. 95-112.
- Leyshon, A. (2001). Time-space (and digital) compression : software formats, musical networks, and the reorganisation of the music industry. *Environment & Planning A* 33, 49-77.
- Leyshon, A., French, S., Thrift, N., Crewe, L., & Webb, P. (2005). On the reproduction of the musical economy after the internet. *Music Culture & Society SAGE Publications (London, Thousand Oaks and New Delhi)* Vol 27 (2), 177-209.
- Lijphart, A. (1990). *Verzuiling, pacificatie en kentering in de Nederlandse politiek*. Haarlem: Becht.
- Lopes, P. (1992). Innovation and Diversity in the Populair Music Industry, 1969 to 1990. *American Sociological Review*, 57 (1), 56-71.
- Low, M., & MacMillan, I. (1988). Entrepreneurship; Past and Future Challenge. *Journal of Management Review*, 139-154.
- Lucas Jr, E. (1995). Understanding business cycles*1. In A. Marin, & S. Estrin, *Essential readings in economics* (pp. 306-326). Houndsmill, Basingstoke, Hampshire, London: MacMillan Press Ltd.
- Madisson, A. (1994). Explaining the Economic Performance of Nations. In W. J. Baumol, R. R. Nelson, & E. N. Wolff, *Convergence or Productivity; cross-national studies and historical evidence* (pp. 21- 35). New York: Oxford University Press.
- Maher, W. (2002). Copyright term, retrospective extension and the copyright law of 1790 in historical context. *Journal of the Copyright Society of the U.S.A.*, 21-36.
- Mason, D. (1906). *The Romantic Composers*. New York: The MacMillan Company.
- Mattfield, J. (1971). *Variety music Cavalcade; A Musical-Historical Review 1620-1969* (Vol. 3rd edition Engelwood Cliffs). New York: Prentice-Hall.
- McGinn, C., & Nordsten, K. (1995). Philips Electronics: The Compact Disc. In R. J. Thomas, *New Products Success Stories: Lessons from Leading Innovators*. New York: John Wiley & Sons.
- McKelvey, B. (2004). Towards a complexity science of entrepreneurship. *Journal of Business Venturing* 19,3, pp. 313-29.
- Mises von, L. (1920). *Economic Calculation in the Socialist Commonwealth*. Auburn: The Ludwig von Mises Institute.
- Mol, J. M., Wijnberg, N. M., & Carroll, C. (2005). Value Chain Envy: Explaining New Entry and Vertical Integration in Popular Music. *Journal of Management Studies*, 42:2, 251-276.
- Montgomery, C. (1995). Of Diamonds and Rust: A New Look at Resources. In *Resource-based and evolutionary Theories of the firm: Towards a Synthesis* (pp. 251-268). Boston, MA: Kluwer Academic.
- Negroponte, N. (1995). *Being digital*. New York: Vintage books division of random house.
- Negus, K. (1992). *Producing Pop; Culture and Conflict in the Popular Music Industry*. London: Edward Arnold.
- Negus, K. (2002). Identities and Industries: The Cultural Formation of Aesthetic Economies. In P. d. Gay, & S. Hall, *Cultural Economy: Analysis and Commercial Life* (pp. 115-31). Cambridge: Polity Press.
- Nelson, R. (1994). Evolutionary theorizing about economic change. In N. J. Smelser, *The handbook of economic sociology* (pp. 108-136). New Jersey; Russell Sage: Princeton.
- Nielsen, F., & Alderson, A. (1997). The Kuznets Curve and the Great U-Turn: Income Inequality in U.S. Counties, 1970 to 1990. *American Sociological Review* Vol. 62, No. 1, 12-33.
- Pearsall, R. (1976). *Popular Music of the 20s*. London: David & Charles.
- Penrose, E. (1958). *The Theory of the Growth of the Firm*. Oxford: Basil Blackwell.
- Peterson, R., & Berger, D. (1975). Cycles of Symbol Production: The Case of Popular Music. *American Sociological Review*, 40, 158-173.
- Pettigrew, A. (1990). Longitudinal Field Research on Change: Theory and Practice. *Organization Science* 1 (3), pp. 267-292.
- Pettigrew, A. (1992). The Character and Significance of Strategy Process Research. *Strategic management journal*, 13 (Winter Special Issue), pp. 5-16.
- Ploeg, R. v. (2000). *Cultuurnota 2001-2004; Cultuur als Confrontatie*. Den Haag: Ministerie van Onderwijs Cultuur en Wetenschappen.
- Porter, M. (1985). *Competitive Advantage*. New York: Free Press.
- Porter, M. (1991). Toward a Dynamic Theory of Strategy. *Strategic Management Journal*, 12 (Winter Special Issue), pp. 95 -117.
- Porter, M. (2001). *Strategy and the Internet*. Harvard Business Review 79-2, 63-78.
- Powell, W., & DiMaggio, P. (1991). *The New Institutionalism in Organizational Analysis*. Chicago: The University of Chicago Press.
- Pratt, A. (1997). Production values: from cultural industries to the governance of culture Environment and Planning A, vol. 27, pp. 1911-17. *Environment and Planning A*, vol. 27, 11-17.
- Qualen, J. (1985). *The Music Industry: The End of Vinyl?* London: Comedia.
- Rodman, G. B. (1996). *Elvis after Elvis: The posthumous career of a living legend*. London: Routledge.
- Rostow, W. (1960). The Stages of Economic Growth: A Non-Communist Manifesto. Cambridge: Cambridge University Press, Chapter 2 pp. 4-16, pp. 4-16.
- Rutten, P., Manshanden, W., Koops, O., & Muskens, J. (2004). *De creatieve industrie in Amsterdam en de regio*. Delft: TNO Strategie, Technologie en Beleid.
- Rutten, P. (1991). Local Popular Music on the National and International Markets. *Cultural Studies*, 294-305.
- Rutten, P., & Bockxmeer, H. (2003). *Cultuurpolitiek, auteursrecht en digitalisering*. Delft: TNO rapport STB -03-26 Ministerie van OC & W.
- Rutten, P., & Smeets, I. (1997). Entertainment: Lijnen naar de Toekomst. Apeldoorn: TNO Strategie, Technologie en Beleid.
- Rutten, P., Manshanden, W., & Raspe, O. (2004). *De waarde van de creatieve industrie*. Economisch Statistische Berichten, 252-254.
- Sanjek, R.; Sanjek, D. (1988). *American Popular Music and its Business the First Fourhundred Years*. New York: Oxford University Press
- Sanjek, R.; & Sanjek, D. (1991). *American Popular Music Business in the 20th Century*. New York: Oxford University Press
- Sarasvathy, S. (2001). *What makes Entrepreneurs Entrepreneurial?* Harvard Business Review, 2-11.
- Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2006). *Methoden en technieken van onderzoek*. Amsterdam: Pearson Education Benelux.
- Shavell, S., & Ypersele, T. v. (2001). *Rewards Versus Intellectual Property*. Journal of Law and Economics, 525-548.
- Sitsky, L. (1990). *The Classical Reproducing Piano Roll: A Catalogue-Index*. New York: Greenwood press.
- Schumpeter, J. (1927). *The Explanation of Business Cycles*. Economica, London School of Economics, 286.
- Schumpeter, J. (1939). *Business Cycles*. London: McGraw-Hill Book Company.
- Schuyt, K. & Taverne, E. (2000). *1950.Welvaart in zwart-wit*. Den Haag: Sdu Uitgevers.
- Schuyt, K. & Taverne, E. (1988). *Dutch Culture in a European Perspective; 1960 Prosperity and Welfare*. London: Palgrave MacMillan



Scott, P. (2007). Ottaviano Petrucci: Catalogue Raisonné (review). *The Library: The Transactions of the Bibliographical Society - Volume 8*, Number 1, 76-79.

Snippe, W.R. (2012) In een rechthoekig cakeblik bakt men geen ronde taarten, drie paradigmaverschuivingen die leiden tot een innovatieve bedrijfscontext; een Smart CDP. *Proefschrift Nyenrode Business University*, 8-9

Taverne, E. (2007). *Van Hugo Klaus tot hoelahoep: Vlaanderen in beweging*. Antwerpen: Garant-Uitgevers.

Thompson, J. (1995). *The Media and Modernity: a Social Theory of the Media*. Stanford: Stanford University Press.

Toirkens, J. (1988). *Schijn en werkelijkheid van het bezuinigingsbeleid 1975-1986*. Deventer: Kluwer.

Treitler, L. (1982). The early history of music writing in the west. *Journal of American society*, PP 237-97.

Uzzi, B. (1997). *Social structure and competition in interfirm networks*. *Administrative Science Quarterly* 42, 35-66.

Vaidhyathan, S. (2006). Critical Information Studies: A Bibliographic Manifesto. *Cultural studies nr.20*, march, 292-315.

Ven, A. v. (1992). Suggestion for studying strategic Process; A Research Note. *Strategic Management Journal* 13 (Summer Special Issue), pp.169-188.

Ven, A. v. (2002 juni). Rationele, institutionele en irrationel factoren. *Managing Accounting Business*, 263-271.

Veldheer, V., & Bijl, R. (2011). *Actuele maatschappelijke Ontwikkelingen 2010*. Den Haag: Sociaal en Cultureel Planbureau.

Verhoeven, N. (2007). *Wat is onderzoek? Praktijkboek methoden en technieken voor het hoger onderwijs*. Den Haag: Boom onderwijs.

Verschuren, P. (2009). *Praktijkgericht onderzoek*. Den Haag: Boom .

Vogel, H. L. (1998). *Entertainment industry Economics; A guide for Financial Analyses*. New York: Cambridge University Press.

Wallis, R. (1995). The Future of Radio as Seen from the Outside. *Nordicom-Information*, 11-23.

Wallis, R. (2004). Copyright and the Composer. In S. Frith, & L. Marshall, *Music and Copyright, Second edition* (pp. 103-123). Edinburgh: Edinburgh University Press.

Wallis, R., & Malm, K. (1988). Push-Pull for the Video Clip: A System Approach to the Relationship between the Phonogram/Videogram Industry and Music Television. *Popular Music*, 7 (3), 267,285.

Wee, H. van der (1983). *De gebroken welvaartscirkel, 1945-1980*. Groningen: M. Nijhof.

Wennekens, W. (1979). *Het Web*. Amsterdam: Vrij Nederland/ BV Weekbladpers.

White, J. (2011). *The Pansient League of Spotify*. Edinburgh: Kindle Store.

Wierda, W., & Andriessen, D. (2010). Do Knowledge Intensive Organizations Rock? *2nd European Intellectual Capital Congres Lissabon*, 11-24.

Wierda, W. & Hitters, E. (2013). *Opportunistic Isomorphism of the Music Publishing Industry*. PopID Conference, 18 January 2013. Rotterdam: Erasmus Universiteit

Wikström, P. (2006). *Reluctantly Virtual*. Karlstad: Universitetsstryckeriet.

Wikström, P. (2010). *The Music Industry. Music in the Cloud. Digital Media and Society Series*. Cambridge: Polity Press.

Witbraad, C. (2007). *Buma/Stemra, sedert 1913 een geschiedenis*. Zutphen: Walburg pers.

Woltjer, J. (1994). *Recent verleden, de geschiedenis van Nederland in de 20e eeuw. amsterdam*: Uitgeverij Balans.

Zanden, J. v. (1988). Geleide loonpolitiek en de internationale concurrentiepositie van Nederland 1948-1963. *Maandschrift economie* 52, 464-477.

Zanden, J. v., & Griffith, R. (1989). *Economische Geschiedenis van Nederland in de twintigste eeuw*. Utrecht: Het Spectrum.

Bronnen

ABI Research. (2011). *Mobile Cloud Music Services Research Report*. Opgeroepen op januari 3, 2012, van ABI Research: <http://www.abiresearch.com/research/1006443>

Albersen, H. (1941 mei). Verslag der algemene vergadering. *Het Orgaan*, 3.

Alsbach, J. (1909). *Verslag der Internationale Conferentie van Muziekhandelaren en Muziekuitgevers*. Parijs: Archief Buma Stemra.

Alsbach, J. (1935, januari). De toestand onzer branche in Ned. Indië. *Gramoploon-, Muziek-, Piano-, en Orgelhandelaren*, 10.

Alsbach, J. (1947). De Leipsiger Najaarsmesse 1947. *De Muziekhandel*, 12.

Alsbach, J. (20 maart 1959). Geschiedenis van de muziekhandel. *De Muziekhandel*, 3.

Alsbach, J. A. (1925, december 15). De Harp. *12,5 jaar bestaan Buma*, p. 203.

Alsbach, J. A. (1949 juni). Muziekuitgevers in Nederland vanaf 1700. *De Muziekhandel*, 2.

Artiestenkontrakt. (31 maart 1990). *Artiestenkontrakt nr. 92061*. Hilversum: Polygram music.

Baartman, N. (1994). Hollandse waar klinkt onder de douche en in de kuip. *De Volkskrant*, 4.

Barents, W. d. (d.d. 22 november 1982). Informatie introductie Compact Disc. *Brief aan Roba Music Benelux B.V.*

Berg, R. v. (2011). *Poppodia in cijfers*. Amsterdam: Vereniging Nederlandse Poppodia en -Fesitvals (VNPf).

Berk, T. (d.d. 29 november 1982). Betr. Compact Disc. *Brief aan Buma Stemra C. Witbraad*.

Boudewijns, L. (1987). Honderd jaar rond. Amstelveen: Koninklijk Verbond van Grafische ondernemingen.

Broekhuijsen, J. (1929, 2e jaargang No9 December). Terugblik. *De Muziekhandelaar*, 1.

Broekhuizen, R. J. (14 juni 1929). De oplagen van moderne populaire liederen. *De Nieuwe Courant*, 13.

Buma/Stemra. (2010). *Buma/Stemra jaarverslag 2010*. Hoofddorp: Buma/Stemra.

CED-rapport. (1989 publicatie Nr 11). *Europese integratie en sociaal economische beleid*. Den Haag: SER.

Cohen jr, L. (1931). Slapte! *De Muziekhandel*, 2.

Com. v, O. (1912). *Rapport der Commissie van Onderzoek, ingesteld door de Maatschappij tot Bevoordering der Toonkunst*. Den Haag: Buma Stemra archief inv. nr. 580.

CPB. (1997). *Centraal Economisch Plan 1997*. Den Haag: Centraal Planbureau.

CPB (1998). *Macro Economische Verkenningen 1999*. Den Haag: Central Planbureau.

CSED-rapport. (1997 september). *Economische dynamiek en sociale uitsluiting*. Den Haag: SER.

CSED-rapport. (2004 mei). *Met Europa meer groei*. Den Haag: SER

Defesche, F. (15 maart 1989). *Hoe wil de consument de mediawinkel van de toekomst?* Amsterdam: Lezing Directeur CeRTS.

Dockum, C. (1943, februari nr 6). Nederlansche Marschen voor de Germaanse SS. *De Wereld der Muziek*, 135.

Dommenge, R. (1949). Internationale Samenwerking. *De Musikhhandel*, 7.

Douwes, J. (1953). *De handhaving van de Auteurswet in Nederland met betrekking tot het uitvoeren van muziek in het openbaar*. Arnhem: Gouda Quint/D. Bra-



- ouwer & Zoon.
DTS (Producent), & Moorman, M. (Regisseur). (2003). *The Language of Music* [Film]. U.S.A.: DTS.
- Driessen, J. (1992). NMUV zoekt weg naar bestuurszetels Buma Stemra. *Muziek en Beeld*, 10,11.
- Dupont, H. (1930). Jaarwisseling. *De Muziekhandelaar*, 1.
- Dupont, H. (1931). De verlenging van den beschermingsduur in Oostenrijk. *GMP het Orgaan*, 5.
- Dupont, H. (1933, juni). De muzikale geest. *G.M.P. Gramophone-, Muziek-, Piano- en orgelhandelaren*, 111.
- Duwaer, L. (1930, 1 mei). Officieel gedeelte. *De Muziekhandel*, 2.
- Duwaer, L. (1931, 1 september). Toon-film Nieuws. *De Muziekhandel*, 3.
- Duwaer, L. (1939). Jaarverslag van de secretaris over 1939. *Het Orgaan; Vereniging van Muziekhandelaren en -uitgevers in Nederland*, 4.
- Duwaer, L. (1941, mei). Mededelingen van het bestuur. *Het Orgaan*, 6.
- Duwaer, L. (1945). Verslag over de periode maart 1942 tot november 1945. *Het Orgaan*, 1.
- Duwaer, L. (1945, 22 december). Verslag der algemene vergadering. *Het Orgaan*, 1.
- Elert, A. (2011, July 5). *The Growing Independence Of The Music Industry Part II: The Power And Influence Of Concerts*. Opgeroepen op december 21, 2011, van Salty Waffle: <http://www.saltywaffle.com/the-growing-independence-of-the-music-industry-part-ii-the-power-and-influence-of-concerts/>
- Engelfriet, A. (sd). *Geschiedenis van het auteursrecht*. Opgeroepen op november 22, 2011, van Ius Mentis: <http://www.iusmentis.com/auteursrecht/boek-drukkunst-geschiedenis>
- Esser, M. (1935, februari). Prijsverlaging in Engeland en mogelijke gevolgen voor de Nederlandsche Handel. *Gramophone, Muziek-, Piano- en Orgelhandelaren*, 15.
- Esso, A. v. (1929 Jaargang No 8). Uit Amerika. *De Muziekhandelaar*, 6.
- Esso, v. A. (1930). Uit Amerika. *De Muziekhandelaar*, 6.
- Fremdling, R., & Jong, H. d. (Jaargang 3 (1989) No. 2). Het raadsel van de gouden standaard. *NEHA-Bulletin*, pp. 87-102.
- Ganzevoort, R. (1949, januari). Het Nieuwe Jaar. *De Muziekhandel*, 1.
- Ganzevoort, R. (1952, juli). Nederlandse muziekauteurs gedupeerd. *De Muziekhandel*, 1.
- Ganzevoort, R. (1953). Jaarverslagen 1953. *De Muziekhandel*, 14.
- Garafalo, R. (1999). From Music Publishing to MP3. *American Music Vol 17*, No 3, pp. 318,354.
- Gilse, v. J. (1923). Het Tien-jarig bestaan van Buma. *Auteursrechtenbelangen*, 160.
- Goldman, D. (2010, februari 3). *Music's lost decade: Sales cut in half*. Opgeroepen op december 29, 2011, van CNNMoney: http://money.cnn.com/2010/02/02/news/companies/napster_music_industry/
- Gomperts. (1955, maart). Diefstal van Muziek via Bandrecorders. *De Muziekhandel*.
- Groeneveld, S. (2006). Het democratisch paradigma van het auteursrecht. In H. Stuurink, *Open Source Jaarboek 2006-2007* (pp. 117-128). Gorredijk: Media-Update Vakpublicaties
- Hamelink, M. (2011). *Bezit Vs. Toegang van muziekcontent & de Rol en Functie van Muziekuitgevers in Nederland*. Haarlem: Lectoraat Media en Entertainment.
- Heer de, S. J. (1946, november). Verlies der leden. *De Muziekhandel*, 1.
- Heer, d. J. (1926). De Muziekzwendel van de firma Leichner. *Orgaan voor den Nederlandschen Muziekhandel*, 1-3.
- Heer, J. d. (1946, 5 april). Onze algemeene vergadering. *Het Orgaan, vereeniging van muziekhandelaren en -uitgevers in Nederland*, 1.
- Hoogwater, P. (1933). De Moord op de Muziek. *G.M.P. Gramophone-, Muziek-, Piano en Orgelhandelaren*, 126.
- Hoogwater, P. (1933, augustus). De Moord op de Muziek. *G.M.P. Gramophone-, Muziek-, Piano en Orgelhandelaren*, 126.
- Hullebroeck, E. (1924). Vlaamsch Bureau voor Muziek-Auteursrecht. *Muziek-Warande*, 6-8.
- Jong, A. d. (2002). Geschiedenis van de ARP uitgediept. *Transparant*, 12-17.
- Jonge de, M. R. (1991). *Muziekrecht, Theorie en praktijk van de Nederlandse muziekindustrie*. Naarden: A.J.G. Strengholts Boeken.
- Jonge, d. W. (1917). *Rapport der commissie van Onderzoek voor de Maatschappij ter bevordering van Toonkunst*. Amsterdam: Jacob van Campen.
- Koedooder, M., Molenaar, D., & Beltman, N. (2009). *Nieuwe Praktijkgids Artiest & Recht 2009/2010* (17e ed.). Deventer: Kluwer.
- Krevelen, g. v. (10 mei 1965). *Verslag van de werkvergadering auteurs/uitgevers*.
- Kroeske, S., & Fictoor, J. (2011). *Exportwaarde van de Nederlandse Populaire Muziek 2010*. Hilversum: Buma Cultuur.
- Larsson, M., & Johansson, D. (2009). *The Swedish Music Industry in Graphs: Economic Development Report 2000 – 2008*. Opgeroepen op April 11, 2011, van Trendmaze: http://www.trendmaze.com/media/1038/swedish_music_industry_2000-2008.pdf
- Leichner, L. (1949, september). Vrolijke Klanken. *De Muziekhandel*, 12.
- Levy, S. (2011, oktober 21). *Steven Levy on Facebook, Spotify and the Future of Music* Opgeroepen jan.3,2012, Wired: http://www.wired.com/magazine/2011/10/ff_music/
- Liang, L. (2004). *Guide to Open Content Licenses*. Rotterdam: Piet Zwarte Instituut.
- Limpberg, T. (1959). Televisie en auteursrecht. *De Muziekhandel*, 6.
- Limperg, T. (1980). Is het rozengeur en Maneschijn met de uitgavencontracten van Muziekwerken. *Auteursrecht*, 53.
- Lindvall, H. (2009, augustus 17). Behind the music: *The real reason why the major labels love Spotify*. Opgeroepen op januari 3, 2012, van The Guardian: <http://www.guardian.co.uk/music/musicblog/2009/aug/17/major-labels-spotify>
- Lingen, N. v. (2007). *Auteursrecht in hoofdlijnen*. Amsterdam: Wolters-Noordhoff.
- Loenen, G. v. (31/01/1995). Omzet Nederlandstalige muziek in tien jaar verdubbeld. *De Trouw*, 9.
- Loman jr, A. (1930). Gramofoon en Radio. *De Muziekhandel*, 3.
- MCN. (2011). *Muziekpodia en -festivals in Beeld 2010; Cijfers en kengetallen over oude-, klassieke- en hedendaagse muziek, jazz en wereldmuziek*. Amsterdam: Muziek Centrum Nederland.
- Müller, J. (1886). *Notities 'Ontwerp van wet tot regeling van het auteursrecht'*. 'S Gravenhage: Nationaal Archief.
- Moore, F. (2011). *IFPI Digital Music Rapport, Music at Touch of a Button*. London: IFPI.
- Moorman, M. (Director). (2002). *Tom Dowd and The Language of Music*. [Motion Picture]
- Nielsen, M. (2010). *26.644 online muziekconsumenten*. 53 Countries: IPPI.
- Nieuwsvandedag. (21 september 1991). *Radiopiraat houdt van Holland*.
- NMPA. (1990). *National Music Publishers Association, Annual Report*. New York: Associate Press.
- NVPI. (2010). *Marktinformatie Nederlandse Muziekindustrie*. Opgeroepen op december 20, 2011, van NVPI: <http://www.nvpi.nl/marktinformatie>
- Opstal, v. K., & Hoest, L. (2011). *Belgische jazz in het interbellum*. Forum, 29-32
- Passman, D. (2010). *All you need to know about the Music Business* (7 ed.). New York: Rosetta Books
- Pauwels, C. (1942, april). Liquidatie der vakverenigingen. *Het Orgaan*, 1.



- Pieters, L. (1954, dec). de Universele Auteursrecht Conventie. *De Muziekhandel*, 11.
- Pieters, L. (24 mei 1967). *Brief aan Zijne Excellentie de Minister van Justitie*, Departement van Justitie. Rotterdam.
- Pieters, L. (28 februari 1972). De voorgestelde wetswijzigingen en de videogram. *Brief aan het bestuur van de VMU*.
- Plas, J. v. (2007). *Muziekantengids*. Katwijk: Personalia.
- PricewaterhouseCoopers. (2011). *Entertainment & Media Outlook for the Netherlands 2011-2015*. Opgehaald van PricewaterhouseCoopers.
- Rasch, R. (2004). *Music Publishing in Europe 1600-1900 concepts and issues bibliography*. Berlin: Bedliner Wissenschafts Verlag.
- Rasch, R. (2007). Automatische Muziekinstrumenten. In R. Rasch, *Muziekinstrumenten* (pp. 1-8). Utrecht: Universiteit van Utrecht.
- Redactie (1942). Mededelingen van het bestuur. *Het Orgaan van Vereniging van Muziekhandelaren en Uitgevers in Nederland*.
- Revue, N. (31 oktober 1991). *Hoe Buma Stemra het schip in gaat met Radio Noordzee*.
- Rieman, H. (1922). Der generalbass-Zeitalter. In H. Rieman, *Handbuch der Musikgeschichte* (pp. pp 122-128). Berlin: M. Hesse.
- Ruiter, W. d. (1993). *Compositietechnieken in de twintigste eeuw*. Haarlem: De Toorts.
- Schaap, J. (1986/nr.49). *Auteursrecht en cultuurproductie*. Rijswijk: Sociaal en Cultureel Planbureau.
- Schilpzand, W. (2011, maart 21). *Studie: streaming toegang tot muziek over vijf jaar belangrijker dan eigendom*. Opgeroepen op december 16, 2011, van Future of Copyright: <http://www.futureofcopyright.com/nl/home/blog-post/2011/03/21/studie-streaming-toegang-tot-muziek-over-vijf-jar-belangrijker-dan-eigendom.html>
- Schinkel, J. M. (1894). *Memorie van Toelichting bij het advies van de Commissie van de Vereniging ter bevordering van de belangen des Boekhandels tot het uitbrengen van een preadvies over de toetreding van Nederland tot de Berner Conventie*, 's Gravenhage, 14 mei 1894 (archie. 's Gravenhage: Archief Buma Stemra.
- Schlosser, W. (2009, januari 7). *Majors bedingen prijsdifferentiatie in iTunes; drm verdwijnt*. Opgeroepen op juni 12, 2011, van www.entertainment-business.nl: <http://www.entertainment-business.nl/nieuws/2009-W02/majors-bedingen-prijsdifferentiatie-itunes-drm-verdwijnt>
- Schnabel, P. (2004). *Sociaal Cultureel Rapport: Inzicht in de Toekomst*. Den Haag: Sociaal Cultureel Planbureau.
- Secretariaat NMUV. (2012, 7 12). *Leden NMUV*. Opgeroepen op 7 12, 2012, van www.nmuv.nl: <http://www.nmuv.nl/leden/>
- Secretariaat VMN. (2012, 7 12). *Ledenlijsten*. Opgeroepen op 7 12, 2012, van www.vmn.nl: http://www.vmn.nl/?page_id=17
- SER. (11 september 1990 - Publikatie Nr 15). *Stabilisatiepolitiek in de jaren '90*. Den Haag: SER- Commissie Economisch Deskundigen.
- Seyffard, J. (1924, Maart). Vergaderingsnotulen. *Orgaan voor den Nederlandschen Muziekhandel*, 2-3.
- Seyffardt, J. (1920, Juni 20). Propaganda. *Orgaan voor den Nederlandschen Muziekhandel*, p. 3.
- Shishkin, J. (1961). Signals of Recession and Recovery. *NBER Occasional Paper #77*, 11-17.
- Smit Jr, C. (8 maart 1984). *Brief aan Raad van Beheer NOS*. Hilversum: Vereniging van Muziekhandelaren en -Uitgevers, Sectie Lichte Muziek.
- Smit, C. (1994). Piraterijbestrijding voor CD's middels de SID-code. *De Muziekhandel*, 17.
- Smit, C. (dd.8 Februari 1996). *Brief aan de leden van het bestuur van de Groep Uitgevers en de gedelegeerden van de VMN in de besturen van Buma en Stemra*. Bentveld: Voorzitter VMN.
- Smit, C. J. (1966, febr). Van en voor onze muziekhandelaren. *De Muziekhandel*, 7.
- Smit, C. J. (1974). Conventie inzake uitzendingen. Vergaderingnotulen VMU, 2.
- Smit, C. J. (1977). Copieerbedreiging. *Vergaderingsnotulen VMN*.
- Smit, C. J. (28 mei 1973). Berichten uit de groepen. *Vergaderingsnotulen Algemeen jaarverslag*.
- Smit, C. J. (28-2-1985). *Notulen van het Hoofdbestuur*. Amsterdam: Vereniging van muziekhandelaren en -uitgevers in Nederland.
- Snoek, C. (1950, 27 mei). Officieele mededelingen. *De Muziekhandel*, 8.
- Soocher. (sd). *Opgeroepen op december 27, 2011*, van Lommen: <http://www.lommen.com/pdf/Bob-Donnelly-Digital-Age-Shifts.aspx>
- Spoor, J., Verkade, D., & Visser, D. (2005). *Auteursrecht: auteursrecht, naburige rechten en databankenrecht*. Deventer: Kluwer.
- Spotify. (2011). *Get Spotify*. Opgeroepen op januari 2, 2012, van Spotify: <http://www.spotify.com/nl/get-spotify/overview/>
- Stad, I. (1933, februari). Ingezonden mededeling. *Gramophone-, Muziek-, Piano- en Orgelhandelaren*, 28.
- Stalder, F., & Hirsh, J. (2002, juni 3). *Opgeroepen op juni 23, 2012*, van www.firstmonday.org: <http://firstmonday.org/htbin/cgiwrap/bin/ojs/index.php/fm/rt/printrFriendly/961/882>
- Strengholt, A. (1952). "Buma" in Amerika. *De Muziekhandel*, 29.
- Strengholt, A. (1952). Onrechtmatig copieëren van muziek. *De Muziekhandel*, 77.
- Strengholt, A. (1952, jun). Knoeien met gratis muziek. *De muziekhandel*, 42.
- Strengholt, A. (1952, sept). Het Copieer Euvel. *De Muziekhandel*, 44.
- Strengholt, A. (1955). Het debutantenvraagstuk moet opgelost. *De Muziekhandel*, 4.
- Strengholt, A. (1955, mei). Problemen eens Muziekuitgevers! *De Muziekhandel*, 1.
- Strengholt, A. (1956). De omzet in bladmuziek. *De Muziekhandel*, 1.
- Strengholt, A. (1958). Uit de Secties Verjonging van de leiding! *De Muziekhandel*.
- Strengholt, A. (1959). Wel en wee der Muziekuitgevers 1959. *De Muziekhandel*, 3.
- Strengholt, A. (1959). De (veranderde) positie van de Muziekuitgever. *De Muziekhandel*, 3.
- Strengholt, A. (1960, mei). Zorgen van Muziek-uitgevers. *De Muziekhandel*, 1.
- Strengholt, A. (1964, mei). *Notulen van de jaarvergadering*. Carlton Amsterdam.
- Taylor, J. (d.d. 12 november 2012). Sony/ATV confirms acquisition of EMI Publishing. *News Week*, 12.
- Trouw. (15 november 1996). *Forse omzetsijging van Nederlandse populaire muziek*.
- Uerlingen, J. (1912). *Rapport der Commissie van Onderzoek, ingesteld door de Maatschappij tot Bevordering der Toonkunst*. Den Haag: Buma Stemra Archief inv. nr. 580
- Uitgave-overeenkomst. (30 september 1990). *Overeenkomst nummer 90088*. Hilversum: Polygram Music; IMS.
- Veerman, C. (mei 1912). Estienne roger (1665-1722). *De Muziek*, 5.
- Verhoeven, M. v. (2009). *Macro Economische verkenningen 2010*. Den Haag: CPB.
- Vink, F. (1944). Verbod tot onderricht in ZGN Jazz en Hawaii-muziek. *De wereld der Muziek*, 153.
- Wagenaar, C. (1922, Februari). Mededeelingen van het Bestuur. *Het Orgaan*, 11- 12.
- Wagenaar, C. (1922). Mededeelingen van het Bestuur. *Het Orgaan voor den Nederlandschen Muziekhandel*, 3-4 .
- Wageningen, E. v. (1987). Anton Goldschmeding. *Maandblad Ons Amsterdam*, jrg 39, nr 1, 18.
- Warner Music Group. (2011). Warner Music Group Corp. *Reports Results for the Fiscal Fourth Quarter and Full Year Ended September 30, 2011*. Opgeroepen op december 10, 2012, van Warner Music Group: <http://www.wmg.com/newsdetails/id/8a0af8123417fa0101341a5f9ebf0052>
- Winter de, J. (1983). Vergaderingsnotulen van de jaarvergadering centraal be-



- stuur. *Vereeniging van Muziekuitgevers en -Handelaren, 2.*
- WIPO. (2004 2nd edition). *Intellectual Property Handbook: Policy, Law and Use.* Geneve: WIPO PUBLICATION Nr. 489.
- Wit, F. d. (2009, 7 5). *Secretaris VMN, President International Confederation of Music Publishers (ICMP).* (W. Wierda, Interviewer)
- Zondervan, A. (2011). De stand van zaken in de digitale muziekmarkt. Streaming kán het tij keren. *Buma/Stemra magazine januari-februari-maart*, pp. 16-19.
- Zuiderlaan, J. (1967). *De muziekgravure als onderdeel van de muziekdruk.* Hilversum: V.M.U. de Muziekuitgever.
- Zuylen, P. v. (17-9-1997). *Brief aan; Ministerie OCW, Directoraat MLB ter attentie van de heer W.F. Kamerman.* Bentveld: VMN.
- Zuylen, P. v. (d.d. 23-3- 1987). *Notulen van het Hoofdbestuur.* Hilversum: Vereeniging van muziekhandelaren en -Uitgevers in Nederland.



Summary

Kick Back of Music Publishers

Significance and behaviour of a hidden part of the creative industry

Music publishers operate in the shadow of the music industry. They serve as silent right operators. In this research project, I clarify how the music industry works, what roles are played by publishers and how the dynamics of their branch of the industry developed from early history up until the current situation in the Netherlands.

With the help of a conceptual model, the Creative Industries Market Transformation model (CIMT model), I will describe the development of the industry in historical sequence. The CIMT model is designed to clarify the situational dynamics of this 'hidden' part of the creative industries in a longitudinal perspective. The music publishing industry periodically transforms when revolutionary new exploitation possibilities present themselves. Such transformation result in new regimes that come into being. These regime transformations are shaped by conjunctural economic and cultural factors. They are caused by technological and legal shifts as well as by the immediate entrepreneurial dynamics.

Previous research by Huygens, on the co-evolution of the recording industry, indicates that technology is a dominant factor in shaping new regimes (Huygens, 1999). Likewise economists such as Schumpeter consider technology the most prominent driving force (Rostow, 1960). In this thesis, I refine this technologically-determinist view. The CIMT model provides for more complexity and emphasises the dynamic interdependency of different factors. The model provides a high degree of reflexivity and functionality while allowing for a deeper and more refined understanding of the behaviour and operational logic of the music publishing industry.

The Renaissance is considered to be the period of origin in which music publishing came into being. The printing press allowed sheet music to become an industrial enterprise. At first, the music publisher was a mere printer of sheet music. Throughout the centuries, he increasingly manifested himself as merchant, networker and dealmaker. In the early 19th century, Romanticism gave a cultural impulse to the fledgling music industry. Numerous music publishing businesses established themselves in the Netherlands. Publishers started to operate as gatekeepers for the quality of the compositions they printed. Usually music publishers were also talented arrangers, musicians and technicians.

Technology was the key determining factor for the music publishing industry, up until the legal and economic recognition of performance rights was established. As sheet music started covering a larger distribution area, the call for copyright law to protect composers and publishers became more insistent. Once there was recognition of the right to copy, recognition of performance rights followed. The right to the public performance of musical works needed to be internationally ensured, given the transnational trade of compositions. A copyright union (the Berne Convention) was established in 1886.

Copyright law and the recognition of performance rights mark the start of a new regime in the music publishing industry in the Netherlands. This can be dated to 1912 when music publishers took the initiative to establish the collecting society Buma, which was to have an increasingly important administrative role. In this new regime, the legal factor rather than technology was the driving force behind the business operations of the publishers in the CIMT model. The existence of a legal right made it possible to appropriate substantial fees. To protect and guard the publishing business, publishers started to associate



themselves as entrepreneurs, which bespeaks a shared sense of unity and urge for isomorphism (DiMaggio & Powell, 1983). The Union of Music Publishers was established and immediately imposed restrictions on the freedom of private entrepreneurs within the industry. They successfully enforced a pricing policy. However, the economic market crash of 1929 abruptly undermined these carefully construed securities.

Between 1929 and 1950 social and economic factors were especially dominant. The economic crisis impinged on all social and economic sectors, including music publishing. Private consumption decreased significantly. In cultural terms, the rise of jazz as well as the paralysing effect on culture of World War II are important. Technologically, record players became more popular, following on earlier technological developments such as radio and sound film. Nevertheless, trading methods of the publishers did not change significantly. Although in 1936, the gramophone record was still an elite and scarce article, publishers showcased the cycle of rejection as shown by Leonhard and Kusek (2005) in dealing with this technological threat. In the 1929-1950 regime, coercive isomorphism in the industry continues as a result of continuing loyalty to the older dominant form of economic exploitation: sheet music (DiMaggio & Powell, 1983). Uniform behaviour was enforced by the branch, fuelled by an external fear of radio, which harmed the profitability of the business in the long run. Frith (1997) understands this as a risk avoiding strategy. The entrepreneurs focused on surviving this socially and economically troubled period, making the business model in music publishing rather static.

At the start of the '50s, economic growth was enormous and cultural recovery followed in its footsteps. In the Kuznets economic cycle demographic processes are also seen as a breeding ground for new economic and cultural patterns (Nielsen & Alderson, 1997). Post-war youth culture fits this model. Rock-'n-roll and the British pop invasion triggered a music revolution in which rebellious youth played an important role. Pirate radio stations hosted new hits and trends and enabled a system of 'payola'. The 1950 to 1980 regime was dominated by this cultural engine, which in turn churned out much-wanted content for media forms such as radio, and later television. In this period the audio cassette was introduced in the business process of publishers. Although this was a disruptive technology and a disruptive product setting off product replacement (Christensen, Horn, & Johnson, 2005), the core business of publishers was slow to change. When it did, it was via innovative legal constructions, such as 'fund blocking'. Music publishers (and Strengholt especially) firmly embed themselves in the value network of the entertainment industry. In this period, publishers managed to instigate legal innovation. Isomorphic behaviour became also normative: a small group of dominant players controlled the branch by occupying administrative key positions and establishing strict entry requirements for industry newcomers (DiMaggio & Powell, 1983). When at the end of the '70s the American music industry founds itself in crisis, the Dutch industry was mildly impacted: an impasse followed.

With the economic crisis of the '80s a fact, cost-cutting was a wide-spread response, also in the cultural field. The genre revolution was over its high point. The advent of the CD came as a blessing for the drifting music industry and changed the playground for music publishers. The children of the baby-boomers ensured the successful introduction of the new CD technology. Publishers benefitted from the business model of the CD and acquired profitable companies with relatively little effort or risk. The rise of satellite and cable, as well as the licensing system that allows MTV to invade the living rooms was also helpful. Technology therefore was the dominant driver of this regime. Stardom took on mythical proportions. MTV took over gate-keeping from radio. Because of the value increase of catalogues due to the demand of re-publication of old titles on

CDs, the value of the publishing companies increased considerably. Publishers themselves became attractive acquisition objects. The majors (the big record and publishing companies) discovered Western Europe as an emerging market. The power of their global catalogues allowed these international players to change the playground yet again.

A new regime following on this development has inaugurated by internet due to file sharing between consumers. The dotcom crisis of 2000 illustrated developments in the music industry. Because of peer-to-peer networks, the physical CD industry lost its market share after years of good revenues. Although use of recorded music had increases due to technological innovation, it was difficult for the recording industry to keep track of users and authors. Production possibilities changed, as sound carriers and devices and dissemination characteristics of the media did (Handke, 2010). In terms of the CIMT model, the dominant driver of music publishing was, once again, technology. Legally reproduced music used the same technology the majors used to protect themselves against copyright infringement. This digital protection (DRM) had many disadvantages and was not compatible to all devices. In spite of the power concentration of the four majors, who exploited 72% of the world catalogues, the industry failed to regain control over legal and technological factors. Due to digital recording, production and distribution technologies it seemed like it was possible for artists to fulfil all the roles in value network of the music industry themselves. Music streaming follows digital downloading and forms a new challenge. The Celestial Jukebox becomes reality (Auslander, 2001, p. 77). The publishers are surprisingly calm about their future role, in spite of the inconceivability of the licensing agreements.

Music publishing revisited

The pioneers of the music industry originate in the art of printing and professionalise themselves to a serious business sector. Essentially, the music publisher sets exploitation of compositions as his objective: either by mechanic reproduction (sheet music or physical and digital sound carriers) or by licensing compositions to third parties. The general objective of the publisher is to sell a composition as often as possible and to make compositions audible by finding the widest audience reach possible, via the media or in live performances. Publishers learned to acquire, protect themselves and benefit from legal copyright in inventive ways. The mechanical copyright of the recording industry changes over the course of a century from physical to digital. Due to mediatisation the domain of performance rights expands. The roles and functions of the publisher do not change substantially, but become far more complex in the ecology of a value creating network (Fuller et al., 2009).

After the coming into power and domination of the recording industry a new development is heralded. After a hundred years of decreasing importance, music publishers are gaining a more prominent position. The renaissance of the music publisher is a fact (Wikström, 2006). Music publishers suffer less from the digital paradox (Rutten & Bockxmeer, 2003). Their income is indeed threatened in regard of mechanical rights, but the importance of live performance is increasing. The business-to-business market is stable because copyright legislation continues to be applicable. In the consumer market this also applies to the income from live performances. Throughout their historical existence, music publishers are used to dealing with a time lag due to the delayed income from royalties. They recognize business opportunities in this new era, which can eventually be profitable: a kick back of income. Whereas record companies primarily seek to survive by making money from physical and digital sales, music publishers have a stronger market position due to their more stable revenue streams from different sources, spread over a longer period. The emergence of streaming on demand is seen by publishers as an opportunity. The Spotify business model



for instance unites nearly all the elements that consumers desire in music use. Consumers who were supposedly lost, are now paying for the use of music again.

Legal innovators

In spite of the fact that both disruptive business models and disruptive products have threatened this industry over time, music publishers have constantly made their income from music by consumers and by institutional players (such as broadcasting organizations) (Christensen, Horn, & Johnson, 2005). Notwithstanding the many moments of Schumpeterian creative destruction in the sound carrier industry and the explosion of media outlets, in which the use of music is of crucial importance, music publishers find, time and time again, royalty constructions that generate revenue for the industry. Examples are fund blocking constructions of publishers whereas they claim a fixed and bigger part of the royalty pie, or the mandatory translations to Dutch text on the B-sides of foreign singles in the '60s or the contractual matching of publishing rights to television formats. Music publishers already operated *avant la lettre* as 'rights exploiters'. In the current movement towards a 'rights industry', music publishers will once again doubtlessly emerge as 'legal innovators' who through ingenious legal constructions will eventually generate income.

Opportunistic Isomorphism.

Although, from the outside, there is an enormous lack of transparency in the current well functioning music publishing business, they form recognizable patterns over time. Besides the coercive, mimetic and normative shape the industry takes, there is another typical pattern of institutional behaviour characterising the branch from the past (DiMaggio & Powell, 1983). This is called opportunistic Isomorphism (Wierda & Hitters, 2013). On the one hand this is due to a characteristic attribute of the creative industries: the abundance of supply and scarcity of demand, which strengthens the power position of gate keepers (Negus, 2002; Peterson & Berger, 1975). On the other hand, the intermediary position of music publishers within the value network of the music industry is unclear. There is a general lack of knowledge of their trade on the part of users, the music industry and the composers. Their sheltered position allowed music publishers to explore boundaries. Music publishers seek, as legal innovators, to acquire a part of royalties in order to maximise their own revenue, which in itself is a legitimate entrepreneurial aim. The tendency to approach barriers, however, can harm music publishing, as well as the revenues of the industry as a whole. As a result mimetic isomorphic behaviour, a 'trade practice' of industry peers came into being. Time and again, publishers have lost sight of their original role and function, which legitimizes their remuneration vis-a-vis composers and users. As a reaction on 'opportunistic isomorphism' (Wierda & Hitters, 2013), we aim to show how music publishers of the '70s were forced to a behavioural adjustment by the majors from which the Dutch industry was forced to 'fair trade'.

Opportunistic isomorphism originates from an apparent sequence of other isomorphic factors. When the industry is under the influence of 'coercive' behaviour through, for instance, a rigorous copyright regime or high entry barriers, other companies imitate the 'best practice' in the business which leads to 'mimetic' behaviour. If subsequently a new form of institutionalization is commonly used, 'normative' behaviour contributes to the protection and conservation of new standards. With hindsight we can see how opportunistic isomorphism manifests itself under specific conditions: a non-transparent market, an oligopolistic industry, and a legally complex environment for both consumers and the industry itself.



KICK BACK VAN MUZIEKUITGEVERS

BELANG EN GEDRAG VAN EEN VERBORGEN DEEL VAN DE CREATIEVE INDUSTRIE

De muziekuitgave-industrie geldt zowel buiten en zelfs binnen de muziek-industrie, als een terra incognita en wellicht is dat bewust. Zij zijn de pioniers van de muziekindustrie en sinds de uitvinding van de boekdrukkunst geven zij composities uit op bladmuziek of licenseren zij deze. Echter sinds het succes van de grammofoonplaat zijn de uitgevers uit het centrum van de macht van de muziekindustrie verdreven door de platenmaatschappijen, die de geluidsopnames van muziek gingen exploiteren op geluidsdragers. Opmerkelijk genoeg vindt er in het huidige digitale tijdperk een renaissance van de uitgevers plaats doordat het fysieke product in belang afneemt. In toenemende mate is er sprake van een 'rights industry' hetgeen de muziekuitgeverbranche bij uitstek is. In dit onderzoek wordt alvorens het belang en de werkwijze te duiden, het specifieke institutionele gedrag verklaard van de muziekuitgeverindustrie in Nederland in longitudinaal perspectief.

