

Artikel

Konijntjes in de koplampen

De AI-revolutie in de muziekbusiness

E nkele tientallen waterige oogjes keken me verdrietig aan toen ik klaar was met mijn verhaal. Ik had mijn studenten zojuist uitgelegd hoe AI de muziekbusiness kan veranderen. Mijn voorspelling was gebaseerd op wat er gebeurde na eerdere techrevoluties in deze industrie. Ik vertelde ze hoe de muzieksector als geheel waarschijnlijk groter zal worden. Maar... dat ze deze helaas ook lelijker zullen gaan vinden.

De studenten werden er niet vrolijk van. Maar ik probeerde het met wat opbeurende woorden nog recht te breien en ze enig optimisme mee te geven op weg naar huis. Want het kan namelijk nog goed komen met de muzieksector, ook nu AI toeslaat. AI: de muzieksector kijkt ernaar als konijntjes in de koplampen van een aanstormende auto. Want AI kan zoveel impact hebben op deze sector dat je hoofd ervan gaat tollen.

Twee scenario's

Zo kun je met behulp van AI voorspellen of muziek zal aanslaan. Of je kunt een data-analyse loslaten op eerdere releases, en de resultaten ervan gebruiken bij de promotie van volgende songs. Of beter nog: AI meteen die promotie laten uitvoeren. Maar het allerbelangrijkste: AI kan in een paar seconden een liedje maken: componeren én uitvoeren. Toegegeven: muzikenners keuren die

AI-liedjes nu nog af, maar de oppervlakkige luisteraar, de zogeheten *lean-back* luisteraar, is er dik tevreden mee.

Momenteel zijn er pittige juridische gevechten gaande tussen rechthebbenden van muziek (componisten en hun *music publishers*, de artiesten en hun recordlabels) en de bestuurders van AI-diensten zoals Sunio of Udio. Die diensten gebruiken immers de eigendommen van deze rechthebbenden om nieuwe muziek te maken. En de door deze AI-diensten gemaakte muziek wordt dan mogelijk ook nog eens gratis muziek; geen goed nieuws voor die rechthebbenden.

De toekomst van de muziekbusiness laat zich beschrijven aan de hand van twee mogelijke scenario's.¹ In scenario één slagen we erin om de AI-revolutie te beteugelen met wetgeving die zowel de makers als de business helpt. In dat geval zouden AI-diensten alleen tegen betaling auteursrechtelijk beschermde muziek mogen gebruiken voor nieuwe muziek. Dan breken wellicht mooie tijden aan: makers kunnen makkelijker muziek maken, en ze krijgen er ook andere inkomstenstromen bij, namelijk het licentiëren van hun stem, melodieën, opnamen, ideeën voor AI-toepassingen. En veel routineklussen in de hele sector worden vrijwel gratis.

Het tweede scenario ziet er totaal anders uit: AI-diensten worden niet of nauwelijks gereguleerd door wetgeving en krijgen volop ruimte.

Ewout van der Linden

Vormen de ontwikkelingen rond AI de nekslag voor de muziekindustrie of kan het allemaal nog goedkomen? Met verwijzing naar eerdere techrevoluties behoedt de auteur, werkzaam als hoofddocent muziekbusiness aan de Hogeschool voor de Kunsten in Utrecht en SAE Institute in Amsterdam, zijn studenten voor blinde paniek en zet hen op het spoor van nieuwe wegen.

In dit scenario ontstaan er in feite twee afzonderlijke muzieksectoren. De eerste bestaat uit componisten en artiesten van vlees en bloed, die zelf hun muziek maken (vaak wel geholpen door AI). Maar zij moeten er nieuwe activiteiten bij verzinnen, want er zal flinke concurrentie zijn van die andere muzieksector. Misschien moet zij ook activiteiten oppakken buiten de muziek? Acteren? Sponsoring? *Real life* docu's maken? Ter inspiratie: kijk wat Kpop-artiesten, de succesvolle popstroming met dansjes en merchandise uit Zuid-Korea, doen. De tweede muzieksector richt zich op de eerdergenoemde *lean-back* muziekconsumptie, bestemd voor luisteraars die muziek over zich heen laten komen. Denk aan achtergrondmuziek, thuis of in winkels. Deze sector zal groter zijn dan velen nu denken; veel meer muziekconsumptie zal *lean-back* blijken te zijn. En daarvoor volstaat de gratis AI-muziek.

En hier begonnen mijn studenten sip te kijken: die sector heeft dus geen componisten of artiesten nodig. Hoe bedrijven in die tweede sector geld gaan verdienen met hun muziek die iedereen voortaan gratis kan genereren, is vooralsnog onduidelijk. Het eerste scenario lijkt natuurlijk de voorkeur te hebben. Hoe kunnen we er nu voor zorgen dat het die kant opgaat? Lessen uit eerdere techrevoluties in de muzieksector brengen ons misschien op ideeën.

Techrevoluties

De handel in muziek kent een bewogen geschiedenis, met vele kleurrijke personages, steeds weer nieuwe bedrijven en enkele revoluties die bijna allemaal het gevolg waren van een technologische uitvinding. Denk aan de uitvinding van de boekdrukkunst die ervoor zorgde dat composities nog meer losgemaakt werden van de fysieke aanwezigheid van de componist. Of aan de uitvinding van de fonograaf door Thomas Edison, snel gevolgd door de grammofoon van Emile Berliner, beide eind 19de eeuw. Deze apparaten zorgden ervoor dat de muzikant niet meer aanwezig hoefde te zijn om naar muziek te kunnen luisteren. De digitale revolutie rond de laatste eeuwwisseling zorgde er zelfs voor dat er helemaal geen geluidsdrager meer nodig was. Maar er waren ook kleinere revoluties, zoals die van de uitvinding van de jukebox of de radio.

Toen in de jaren twintig van de vorige eeuw de radio in snel tempo de huiskamers veroverde, brak er paniek uit onder muziekprofessionals. Het publiek hoefde maar aan een knop te draaien en er klonk zomaar gratis muziek uit dat grote houten apparaat! Muzikanten dachten dat hun beroep overbodig zou worden: waarom nog muzikanten inhuren, als je gewoon een radio kan aanzetten? En wat betreft platenlabels, ze bestonden nog maar enkele decennia en nu al werd hun business weggekaapt. →

Waarom zou iemand met een radio in huis in 's hemelsnaam nog een plaat kopen?

Het kwam uiteindelijk allemaal goed. Dankzij de radio kreeg muziek een nóg belangrijkere plaats in de maatschappij en werd de consument juist verleid tot aankoop van de nieuwste platen. De radiostations moesten daarnaast verplicht auteursrechtengelden afdragen (BumaStemra in Nederland), en enige decennia later ook de naburige-rechtengelden voor uitvoerenden en platenlabels (Sena in Nederland).

Ook waren radiostations in de VS tot in de jaren zeventig wel heel erg machtig: platenlabels moesten flink betalen, onder de toonbank, voor de gewenste *air-play*, het zogeheten payola. Dat ging via maffia-achtige constructies met schimmige en vooral steenrijke pluggers, die ervoor zorgden dat een liedje op de radio werd gespeeld. In sommige gevallen werd ook met andere middelen betaald; er was zelfs sprake van *drugola*. Maar toch: radio en muziek, ze versterkten elkaar, ze maakten de totale muzieksector een stuk groter. Het bleek dus een match *made in heaven*.

Muzieksector,
blijf je stem
verheffen voor
goede wetgeving
die AI-diensten
verbiedt om zonder
toestemming
gebruik te maken
van beschermd
materiaal

Interessant is dat er rond die 'muziek-industrierevoluties' vergelijkbare mechanismen speelden en daar valt een patroon in te herkennen. En dat patroon is op zijn minst leerzaam als we kijken naar de huidige AI-revolutie in de muzieksector. Net als nu profiteerde de industrie als eerste van innovaties, daarna de makers. De eerste auteurswetten waren gericht op *music publishers*, niet op componisten. De nieuwe platenbranche betaalde geen, of heel weinig royalty's aan artiesten. Het waren dus altijd weer de intermediairs (ofwel: de bedrijven tussen maker en consument) die als eersten profiteerden van nieuwe technologie. En niet de makers, die moesten steeds hard hun best doen om hun aandeel te krijgen. Maar die kregen dat aandeel altijd wel. Protest helpt!

Zo eiste rond 1920 de galmende tenor Enrico Caruso met succes royalty's op zijn goed-verkopende platen, waarna royalty's gemeengoed werden. Het was Johann Christian Bach die in 1777 voor componisten opkwam en bewerkstelligde dat zij mochten delen in auteurs-rechteninkomsten. En het waren Nederlandse muzikanten en platenlabels die ervoor zorgden, na veel lobby, zeuren en protest, dat Nederland eindelijk in 1993 de Wet op naburige rechten invoerde.

De totstandkoming van wetgeving die de muzieksector ten goede kwam, ging van kleine, lokale regulering via grote internationale conventies en daarna weer met veel lobbyen naar landelijke wetgeving. Zo waren er in de 17de eeuw al lokale auteurswetten, vaak door een gilde vastgelegd. Maar omdat boeken, kunst en muziek internationaal verhandeld werden waren gelijkwaardige regels nodig, over de landsgrenzen heen. Die werden afgesproken in internationale conventies (zoals de Berner Conventie in 1886), en daarna weer in nationale wetgeving opgenomen. Zo ging het met auteursrecht (voor de componisten en publishers) en naburige rechten (voor de performers en labels). Het resultaat was duidelijkheid voor de hele sector en een min of meer eerlijke inkomsten-verdeling, essentieel voor een goed functionerende business. De componisten verdienden aan hun composities, de artiesten aan hun uitvoeringen en alle betrokken intermediairs zoals de publishers en de labels, pikten hun graantje mee.

Superstarbusiness

Toen bladmuziek makkelijker drukbaar en dus verhandelbaar werd, schoten de uitgeverijen en uitgeverijtjes uit de grond. Overal in Europa, maar vooral in Duitsland en Nederland. Toen muziek opgenomen kon worden, en platen geperst, werd dat al snel een handel waar internationale bedrijven de meeste omzet weg-snoepten. *Indie labels* ontstonden ook, maar er was al snel sprake van enkele *major record labels*. Na de digitale revolutie bleek opeens Apple bijna een monopolist als muziekdetail-handel, snel opgevolgd door het oligopolie van Spotify, Deezer, YouTube enz. Dus: elke omwenteling, elke revolutie zorgde ervoor dat de muzieksector meer een zogeheten superstar-business werd; een business waarbij enkele bedrijven heel veel geld verdienen, maar heel veel kleinere bedrijven haast niets opstrijken. Bovendien waren die superstarbedrijven steeds vaker Amerikaans. Een ongezonde en gevaarlijke situatie. Een gezond functionerende sector kent meerdere aanbieders die met elkaar concurreren. Daarnaast weten we sinds kort waarom het niet slim is om te veel kaarten te zetten op Amerikaanse bedrijven.

En de laatste les uit de geschiedenis, die waar ik mijn studenten mee wilde opbeuren: uiteindelijk overleeft de muzieksector elke revolutie, en blijkt ze er zelfs groter door te worden.

Eerste stappen

Terug naar de huidige omwenteling: wat kunnen we van die geschiedenislessen leren over de AI-revolutie? Allereerst het protest: dat gebeurt nu al en met resultaat. In het Verenigd Koninkrijk kwamen artiesten massaal in protest tegen een voorgenomen wet die AI-diensten veel vrijheid zou geven in het gebruik van beschermde muziek. Onder de noemer *Is this what we want?* bracht een indrukwekkende lijst artiesten een album uit met slechts ruis. Ze lieten in de media luidkeels van zich horen. Met succes: de Britse wetgever wil de wet aanpassen voor de muzieksector.

De EU heeft de eerste, nogal algemene, wetgeving over AI inmiddels aangenomen. En er is wetgeving die pas medio 2026 ingaat. Dit zijn waardevolle eerste stappen. Kortom: muzieksector, blijf je stem verheffen voor goede wetgeving – wetgeving die AI-diensten verbiedt

om zonder toestemming gebruik te maken van beschermd materiaal. Van belang is dat rechthebbenden een minimumvergoeding krijgen voor hun werk, zodat AI-muziek uiteindelijk niet gratis zal worden.

Nog een oproep aan de muzieksector: voorkom een nieuwe superstarbusiness. Zorg er dus voor dat nieuwe aanbieders op deze markt een eerlijke kans krijgen, voorkom zo dat slechts enkele Amerikaanse bedrijven de lakens uitdelen. Daar zou de totale sector slechter van worden.

En als laatste het goede nieuws waarvan ik mijn studenten probeerde te overtuigen: hoe deze *legal battles* ook zal uitpakken, welk scenario ook waarheid zal worden, de muzieksector zal het overleven en uiteindelijk groter worden. Maar ze gaat er anders uitzien dan nu. En ze zal, door hedendaagse ogen gezien, mogelijk lelijker worden. Maar ja, dat vonden we bij die vorige revoluties ook. •

Noot

- 1 Mulligan, M. (2024) 'Bifurcation theory: how today's music business will become two'. Op: www.mediaresearch.com, 18 april.



Ewout van der Linden is directeur van kennis- en netwerkplatform Music Motion en hoofddocent muziekbusiness aan de Hogeschool voor de Kunsten in Utrecht en SAE Institute in Amsterdam