

Effect van muziekstreamingdiensten op muziekindustrie

Bachelorscriptie

Marketing

16-6-2017

M.G. Doekhi

414065

Bachelor Economie & Bedrijfseconomie

Erasmus Universiteit Rotterdam

Scriptiebegeleider: G.W. Havranek

Voorwoord

Ik zit momenteel in het derde jaar van mijn Bacheloropleiding Economie en Bedrijfseconomie op de Erasmus Universiteit Rotterdam en voor het behalen van de bachelorsdiploma, is het verplicht om een Bachelor-scriptie te schrijven. Aangezien muziek op dit moment een van mijn grootste passies is, heb ik besloten om een onderwerp te kiezen die muziek gerelateerd was. Doordat de laatste jaren het opkomen van muziekstreamingdiensten is toegenomen en muziek door middel van deze diensten kan worden geconsumeerd, leek het mij interessant om te onderzoeken wat het effect daarvan kan zijn op de muziekindustrie. Aangezien inkomstenbronnen zoals de verkoop van cd's of de kaartverkoop van concerten hierdoor mogelijk in gevaar kunnen worden gebracht, is het voor artiesten en platenlabels belangrijk om meer kennis hierover te vergaren.

Deze scriptie is een aanrader voor alle mensen die geïnteresseerd zijn in muziek en voor alle artiesten/platenlabels die de intentie hebben om in deze business te blijven of om tot deze business toe te treden. Ook voor alle mensen die momenteel actief zijn bij muziekstreamingdiensten, kan het erg leerzaam zijn om de gevolgen van het bestaan van muziekstreamingdiensten ten aanzien van de muziekindustrie onder ogen te zien.

Ik wil tot slot graag de Marketingafdeling van de Erasmus Universiteit Rotterdam bedanken voor de mogelijkheid om mijn Bachelor-scriptie onder haar sectie te kunnen schrijven en specifiek mevrouw T. Varisli bedanken voor het in contact brengen met mijn scriptiebegeleider G.W. Havranek. Meneer G.W. Havranek zou ik ook willen bedanken voor de mogelijkheid om mijn scriptie onder zijn begeleiding te kunnen schrijven.

Moreno Doekhi
Rotterdam, 16-6-2017

Samenvatting

Het opkomen van muziekstreamingdiensten heeft ervoor gezorgd dat consumenten niet meer naar een winkel te hoeven gaan om muziek aan te schaffen. Het is tegenwoordig zelfs zo dat consumenten niet per se meer een album of single hoeven te kopen om zichzelf er toegang tot te kunnen verlenen. Het probleem echter is dat een paar decennia terug, artiesten vooral inkomsten verwierven via de verkoop van platen, cd's of kaartverkoop van concerten etc. en dat door de mogelijkheden die deze muziekstreamingdiensten bieden, deze inkomstenbronnen mogelijk in gevaar kunnen worden gebracht. Als zowel nieuwe als bestaande artiesten/platenlabels niet de kosten en het harde werken terugverdiend zien worden en geen idee hebben wat ze met deze ontwikkeling aan moeten, dan kan dat er toe leiden dat zij minder prikkels zullen krijgen om kwalitatief goede muziek te blijven maken en te blijven ontwikkelen. De onderzoeksvraag luidt dan ook:

'Wat voor effect kunnen muziekstreamingdiensten hebben op de muziekindustrie?'

Zowel de onderzoeksvraag als de deelvragen, worden beantwoord aan de hand van een literatuuronderzoek. Er worden verschillende wetenschappelijke artikelen geanalyseerd ten aanzien van de methodologie, bevindingen en tekortkomingen, om te onderzoeken of deze drie facetten met elkaar overeenkomen of verschillen. Na verschillende onderzoeken geanalyseerd te hebben, lijkt het erop dat muziekstreamingdiensten eerder een **negatief** effect zullen hebben op de muziekindustrie dan een positief effect. Echter, hadden de meeste onderzoeken zelf ook tekortkomingen waardoor de uitkomsten van de onderzoeken onzuiver zouden kunnen zijn. Daarnaast wordt in dit onderzoek niet al het wetenschappelijke literatuur betreffende dit onderwerp geanalyseerd en zou het evalueren van meer wetenschappelijke artikelen, een andere conclusie kunnen geven. De resultaten van dit onderzoek zijn intern valide, aangezien er verschillende recente relevante wetenschappelijke artikelen zijn gebruikt, die dezelfde onderzoeksvragen hadden als de deelvragen in dit onderzoek. Of de uitkomsten van dit onderzoek ook extern valide zijn, is twijfelachtig aangezien deze onderzoeken vaak uit steekproeven bestonden met studenten uit hetzelfde land, waardoor de resultaten waarschijnlijk niet te generaliseren waren. Voor vervolgonderzoek is het misschien interessant om nog meer wetenschappelijke artikelen te analyseren en onderzoek te doen naar nog meer factoren waar muziekstreamingdiensten invloed op zou kunnen hebben ten aanzien van de muziekindustrie. Ook het zelf doen van een empirisch onderzoek op internationaal niveau zou nieuwe inzichten kunnen bieden. Op basis van de uitkomsten van dit onderzoek wordt er aan artiesten en platenlabels onder voorbehoud aanbevolen om hun muziek aan te bieden via muziekstreamingdiensten en om met muziekstreamingdiensten in onderhandeling te gaan over het krijgen van hogere vergoedingen.

Inhoud

Voorwoord	2
Samenvatting	3
Afkortingen	5
Begrippenlijst	6
Inleiding.....	7
Theoretisch kader en Methodologie	9
<i>Wat voor rol kunnen muziekstreamingdiensten spelen ten aanzien van muziekpiraterij?</i>	11
<i>Zijn muziekstreamingdiensten complementair of vervangend ten aanzien van het kopen van muziek?</i>	15
<i>Wat voor rol kunnen muziekstreamingdiensten spelen ten aanzien van de inkomsten van de muziekindustrie?</i>	18
Conclusie	22
Discussie.....	24
Aanbevelingen	26
Reflectie	27
Bibliografie	28

Afkortingen

IFPI = International Federation of the Phonographic Industry (Een internationale non-profitorganisatie die de muziekindustrie vertegenwoordigt)

MaaS = Music as a Service (Vertaald in het Nederlands: Muziek als een dienst, verwijzend naar in dit geval een muziekstreamingdienst)

RIAA = Recording Industry Association of America (Een handelsorganisatie die de Amerikaanse muziekindustrie vertegenwoordigt)

Begrippenlijst

Alternatieve muziekconsumptiekanalen = In de context van het onderzoek, zouden dat de verkoop van cd's of het digitaal downloaden van muziek kunnen zijn (Wlomert & Papies, 2016).

Aggregaat = In de context van het onderzoek, is dat de data verzameld op zowel song- als artiesten-niveau (Aguiar & Waldfogel, 2015).

Clickstream data = In de context van het onderzoek, is dat het aantal klikken dat een gebruiker van een muziekstreamingdienst erop uitvoert (Aguiar & Martens, 2016).

Connecten = Connectie vinden met andere mensen.

Features = In de context van het onderzoek, zou dat de mogelijkheid zijn om eigen afspeellijsten te creëren of om te connecten met mensen die dezelfde muzieksmaak hebben (Hampton-Sosa, 2017).

Flat rate = In de context van het onderzoek, is dat het vaste bedrag dat betaald moet worden voor het gebruikmaken van de muziekstreamingdienst, ongeacht hoeveel er gebruik van wordt gemaakt (Dörr, Wagner, Benlian, & Hess, 2013).

Fixed effects = Een oplossing voor als de error-term gecorreleerd is met de onafhankelijke variabelen (Allison, 2009).

Fysieke verkoop van muziek = In de context van het onderzoek, zou dit de verkoop van cd's, vinyl of kaarten voor concerten kunnen zijn.

Intellectueel eigendomsrecht = Rechten die zijn vastgelegd in nationale en internationale wetten om de opbrengst van de auteurs te beschermen (in dit geval ten aanzien van muziek) (Bossuyt, 2017).

P2P filesharing netwerken = Een netwerk waarmee bestanden via het internet gedeeld kunnen worden tussen verschillende computers (Klumpp, 2013).

Playlists = Afspeellijsten met, in dit geval, zelf gekozen songs.

Quota sampling = Een methode om een steekproef af te nemen waarbij er representatieve data verzameld moet worden van een specifieke subgroep (Acharya, Prakash, & Saxena, 2013).

Real-life situation = Een situatie die in het dagelijks leven ook zou kunnen voorkomen.

Sneeuwbal sampling = Een methode om een steekproef af te nemen waarbij respondenten andere respondenten werven voor het onderzoek (Acharya, Prakash, & Saxena, 2013).

Structural equations model = Een multivariate techniek voor het analyseren van structurele verbanden (Byrne, 2016).

Subscriptiegeld = Abonnementsgeld dat in dit geval maandelijks betaald moet worden aan muziekstreamingdiensten.

Theory of Planned Behavior = Een theorie die intentie koppelt aan gedrag (Ajzen, 1985).

Torrents = Een website waar bestanden illegaal van kunnen worden gedownload.

Billboard 200 = Een lijst van de 200 albums die wekelijks het meest verkopen, zowel fysiek als digitaal, ongeacht het genre (Kim & Hiller, 2014).

Inleiding

De manier waarop muziek de laatste decennia wordt geconsumeerd is aanzienlijk veranderd. Waar consumenten vroeger nog naar een recordshop gingen om platen of cd's te kopen, wordt er nu door de meerderheid, en vooral door de jeugd, gebruik gemaakt van de inmiddels welbekende muziekstreamingdiensten zoals Spotify, YouTube, Deezer en Tidal. Bijna alle muziek wat artiesten tegenwoordig uitbrengen is wel te vinden op deze muziekstreamingdiensten. Het probleem echter is dat een aantal decennia geleden artiesten vooral inkomsten verwierven via de verkoop van platen, cd's of de kaartverkoop van concerten etc. en dat door de mogelijkheden die deze muziekstreamingdiensten bieden, deze inkomstenbronnen mogelijk in gevaar kunnen worden gebracht. Het opkomen van muziekstreamingdiensten heeft er namelijk voor gezorgd dat consumenten niet per se meer naar een winkel toe hoeven te gaan om muziek aan te schaffen. Het is zelfs zo dat consumenten tegenwoordig niet meer een album of single hoeven te kopen om zichzelf er toegang tot te kunnen verlenen. Indien de consument een account heeft bij een muziekstreamingdienst en een vast geldbedrag per maand betaalt, dan heeft het overal en onbepaald toegang tot elke uitgebrachte album en single die deze muziekstreamingdiensten te bieden hebben. De manier waarop de muziekindustrie inkomsten genereert, is langzaam aan het veranderen en het is maar de vraag of dat positief of negatief is. Een gevolg van deze ontwikkeling kan namelijk zijn dat consumenten geen muziek meer zullen aanschaffen in de vorm van cd's/vinyl of digitaal zullen downloaden en/of zelfs helemaal geen muziek meer zullen aanschaffen door alleen maar gebruik te maken van muziekstreamingdiensten. Daarnaast is het voor consumenten ook mogelijk om muziek gratis te downloaden en dus op die manier helemaal geen geld meer te hoeven uitgeven aan muziek. Als zowel nieuwe als bestaande artiesten/platenlabels niet de kosten en het harde werken terugverdiend zien worden en geen idee hebben van wat ze met deze ontwikkeling aan moeten, dan kan dat ertoe leiden dat zij minder prikkels zullen krijgen om kwalitatief goede muziek te blijven maken en te blijven ontwikkelen. Om die reden leek het mij dus interessant om te onderzoeken wat het effect van muziekstreamingdiensten kan zijn op de muziekindustrie.

Dit onderzoek is een aanvulling op de bestaande wetenschappelijke literatuur, omdat het een overzicht betreft van de bevindingen ten aanzien van de effecten van muziekstreamingdiensten op de muziekindustrie. Sociaal-maatschappelijk hebben artiesten/platenlabels die eraan denken om muziek te gaan maken of artiesten/platenlabels die van plan zijn om in deze te business te blijven, na het lezen van deze scriptie een overzicht hiervan en kunnen zich hier dan meer inzicht in verschaffen. Bovendien is dit ook nog eens significant onderwerp, aangezien de manier waarop muziek geconsumeerd wordt aan het veranderen is en dit de ontwikkeling van muziek kan beïnvloeden. Doordat muziekstreamingdiensten nu overal en nergens muziek kunnen aanbieden, wordt er waarschijnlijk meer naar muziek geluisterd dan ooit. Dit kan ook weer invloed hebben op de muziekindustrie, waarbij er gehoopt wordt dat het de muziekindustrie op een positieve manier beïnvloedt. Het doel van dit onderzoek is dus om een overzicht te geven van de effecten van muziekstreamingdiensten ten aanzien van de muziekindustrie. Dit zal uitgevoerd worden door middel van een literatuuronderzoek. Er zal onderzocht worden wat er tot nu toe over deze kwestie is geschreven en er zal vervolgens geanalyseerd worden welke overeenkomsten en verschillen er zich tussen de verschillende literatuur bevinden. De onderzoeksvraag luidt dan ook:

Wat voor effect kunnen muziekstreamingdiensten hebben op de muziekindustrie?

De onderzoeksvraag zal beantwoordt worden aan de hand van drie deelvragen:

Wat voor rol kunnen muziekstreamingdiensten spelen ten aanzien van muziekpiraterij?

Zijn muziekstreamingdiensten complementair of vervangend ten aanzien van het kopen van muziek?

Wat voor rol kunnen muziekstreamingdiensten spelen ten aanzien van de inkomsten van de muziekindustrie?

Dit onderzoek zal verdeeld worden over een aantal hoofdstukken. In het eerste hoofdstuk zullen de kernbegrippen van dit onderzoek toegelicht worden en hoe deze zich tot elkaar kunnen verhouden. Ook zal er uiteengezet worden welke theorieën/methodologieën er gebruikt zijn in voorgaande onderzoeken en welke methodologie er in dit onderzoek zal worden toegepast. Vervolgens zal in het hoofdstuk daarna de verzamelde literatuur worden verwerkt en zullen de overeenkomsten en verschillen tussen de literatuur worden weergegeven ten aanzien van de methodologie, bevindingen en tekortkomingen. De nadruk zal echter liggen op de bevindingen. Na dit gedaan te hebben, zal er een conclusie getrokken worden en eventuele aanbevelingen worden gedaan.

Theoretisch kader en Methodologie

In het theoretisch kader zullen er een aantal theorieën/methoden worden toegelicht die in voorgaande onderzoeken zijn gehanteerd betreffende dit onderwerp. Voordat hier dieper op ingegaan wordt, zullen eerst de kernbegrippen van dit onderzoek toegelicht worden. De kernbegrippen in dit onderzoek zijn:

- *Muziekstreamingdiensten*
- *Muziekindustrie*
- *Muziekpiraterij*

Muziekstreamingdiensten:

Aguiar (2015) definieerde muziekstreamingdiensten als volgt: *“Online streaming services allow consumers to listen to music without the need to download the corresponding audio file.”*

Broekman (2017) definieerde muziekstreamingdiensten als: *“Een streaming service is een dienst waarmee je muziek kunt streamen via software van muziekdiensten.”*

Muziekindustrie:

Liang (2009) definieerde de muziekindustrie als volgt: *“Those who practices directly producing and disseminating music compositions, recordings and performances.”*

De Meyer & Trappeniers (2007) definieerde de muziekindustrie als: *“De muziekindustrie is een zelfstandig economisch circuit, bestaande uit verschillende nijverheidstakken.”*

Muziekpiraterij:

Ingram & Hinduja (2008) gebruikten in hun onderzoek de volgende definitie van muziekpiraterij: *“The act of making available, transmitting, or copying someone else’s work over the Internet without permission”.*

Chiou, Huang & Lee (2005) vonden dat muziekpiraterij bestond uit twee soorten, namelijk: *unauthorized duplication/download* en *pirated music production purchasing*. *Unauthorized duplication/download* is bijvoorbeeld het downloaden van gratis muziekbestanden van het internet en *pirated music production purchasing* is bijvoorbeeld het kopen van een illegale cd (Chiou, Huang, & Lee, 2005).

De definitie van Aguiar (2015) en Broekman (2017) verschillen niet veel van elkaar en in dit onderzoek zal er ook onder muziekstreamingdiensten hetzelfde worden verstaan als bij de twee definities. De definitie van De Meyer & Trappeniers (2007) komt in dit onderzoek het meest in de buurt van de definitie van de muziekindustrie die in dit onderzoek aangehouden zal worden. Aangezien de indirecte betrokkenen bij het produceren van muziek onder de muziekindustrie vallen, is de definitie van Liang (2009) te beperkt en zal de definitie van Meyer & Trappeniers (2007) worden aangehouden. Daarnaast komt de definitie van muziekpiraterij van Chiou, Huang & Lee (2005) het meest in de buurt van de definitie die in dit onderzoek zal worden aangehouden. Beide soorten muziekpiraterij die het drietal beschrijven, zouden moeten worden geschaard onder muziekpiraterij en om die reden is de definitie van Ingram & Hinduja (2008) te beperkt.

De kernbegrippen van dit onderzoek kunnen zich op zowel een positieve als negatieve manier tot elkaar verhouden. Het is namelijk zo dat het aanbieden van muziek via muziekstreamingdiensten mogelijkwerwijs een positief effect kan hebben op de inkomsten van de muziekindustrie (Aguiar & Waldfoegel, 2015). Het kan daarnaast ook betekenen dat de 'traditionele' inkomstenbronnen, zoals inkomsten van cd-/platenverkoop en/of kaartverkoop voor concerten, in gevaar kunnen worden gebracht (Nguyen, Dejean, & Moreau, 2014). Muziekstreamingdiensten kunnen complementair of vervangend zijn ten aanzien van het kopen van muziek en in dat laatste geval kan dat leiden tot muziekpiraterij of tot het alleen maar gebruikmaken van muziekstreamingdiensten (Aguiar L. , 2015). Hierdoor zal de consument waarschijnlijk dus minder geld kwijt zijn aan muziek. Muziekpiraterij kan op zijn beurt weer de inkomsten van de muziekindustrie beïnvloeden, waardoor dat gevolgen kan hebben voor de kwaliteit en/of prikkels om muziek te blijven maken of muziek te willen maken (Aguiar & Waldfoegel, 2015). Dit zijn dus manieren waarop de kernbegrippen met elkaar in verhouding zouden kunnen zijn. In de resultaten zullen deze verbanden verder worden toegelicht.

Nu de kernbegrippen in dit onderzoek zijn gedefinieerd, zal er gekeken worden naar een aantal theorieën/modellen die zijn gebruikt betreffende dit onderwerp. Borja, Dieringer & Daw (2015) deden onderzoek naar de rol van muziekstreamingdiensten ten aanzien van muziekpiraterij en maakten daarbij gebruik van enquêtes en een zelf ontwikkeld logit model. Nguyen, Moreau & Dejean (2014) onderzochten of de consumptie van muziek via muziekstreamingdiensten als Spotify en Youtube vervangend of complementair waren ten aanzien van het kopen van cd's/concertbezoeken, door middel van het uitvoeren van een enquête. Aguiar (2015) deed onderzoek naar de effecten van gratis muziekstreamingdiensten op de digitale verkoop van muziek om erachter te komen of gratis muziekstreamingdiensten de consumptie via *alternatieve muziekconsumptiekanalen* juist stimuleert of stagneert. Hij maakte daarbij gebruik van individuele *clickstream data* van 5000 Franse internetgebruikers en focuste zich daarbij op de Franse muziekstreamingdienst Deezer gedurende het jaar 2011. Hij onderzocht daarnaast ook het effect van muziekstreamingdiensten op muziekpiraterij aan de hand van dezelfde methode. Aguiar, maar nu in samenwerking met Bertens (2016), maakten in hun onderzoek eveneens gebruik van *clickstream data* maar nu van 16.000 Europese consumenten om de effecten van het illegaal downloaden van muziek en het streamen van muziek op de legale verkoop van muziek te onderzoeken. Wlomert & Papiés (2016) deden onderzoek naar het effect van betaalde- en gratis muziekstreamingdiensten ten aanzien van de inkomsten van de muziekindustrie. Dit hebben zij gedaan door middel van het herhaaldelijk observeren van 2500 consumenten gedurende een jaar lang.

Dit zijn dus een aantal theorieën/methoden om de rol van muziekstreamingdiensten ten aanzien van muziekpiraterij, de complementariteit/vervangbaarheid van muziekstreamingdiensten ten aanzien van het kopen van muziek en/of de rol van muziekstreamingdiensten ten aanzien van de inkomsten van de muziekindustrie, te kunnen onderzoeken. In dit onderzoek wordt er van geen van deze methoden gebruik gemaakt, aangezien dit een literatuuronderzoek zal betreffen en het onderzoeksdoel van dit onderzoek is om een overzicht te geven van de wetenschappelijke literatuur en niet het doen van een empirisch onderzoek. De literatuur zal bestaan uit wetenschappelijke artikelen die gebruikt zullen worden om alle drie de deelvragen en hoofdvraag te beantwoorden. Er zal beoordeeld worden of de wetenschappelijke literatuur zowel relevant als kwalitatief voldoende is voor dit onderzoek. De kwaliteit van de literatuur zal beoordeeld worden op het tijdschrift waarin het artikel is verschenen en het aantal citaties van het artikel. Nu dit besproken te hebben zal in het volgende hoofdstuk de wetenschappelijke literatuur worden verwerkt en de overeenkomsten/verschillen uiteengezet worden.

Wat voor rol kunnen muziekstreamingdiensten spelen ten aanzien van muziekpiraterij?

In de komende hoofdstukken zal de verzamelde wetenschappelijke literatuur verwerkt worden en de overeenkomsten/verschillen tussen de verschillende literatuur worden weergegeven. Eerst zal er ingegaan worden op de verschillende methodologieën die de onderzoekers gehanteerd hebben. Vervolgens zullen de verschillende bevindingen met elkaar worden vergeleken en worden ten slotte de tekortkomingen van de verschillende onderzoeken met elkaar vergeleken indien mogelijk. In dit hoofdstuk zal de literatuur verwerkt worden ten aanzien van de rol die muziekstreamingdiensten kunnen spelen ten opzichte van muziekpiraterij.

Voordat er dieper wordt ingegaan op de literatuur, zal er eerst uiteengezet worden welke soorten muziekstreamingdiensten er eigenlijk zijn. Muziekstreamingdiensten bieden namelijk de mogelijkheid om gratis muziek te streamen inclusief advertentieonderbrekingen tussen de songs of muziek te streamen tegen betaling exclusief de advertentieonderbrekingen tussen de songs (Nguyen, Dejean, & Moreau, 2014). De gratis muziekstreamingdienst biedt alleen muziek aan zonder advertentieonderbrekingen wanneer de consument aan de hand van een computer, of een apparaat wat niet zomaar te verplaatsen is, gebruik maakt van de muziekstreamingdienst (Nguyen, Dejean, & Moreau, 2014). Het ontbreekt de gratis muziekstreamingdienst dus aan mobiliteit terwijl de muziekstreamingdienst die wel tegen betaling is, wel mobiliteit aanbiedt (Nguyen, Dejean, & Moreau, 2014). De mobiliteit-ontbrekende muziekstreamingdienst kan er dus voor zorgen dat de consument eerder muziek zal kopen om zich te ontdoen van dit ongemak, terwijl bij de mobiliteit-aanbiedende muziekstreamingdienst die prikkels waarschijnlijk minder groot zullen zijn (Nguyen, Dejean, & Moreau, 2014). Daarnaast bestaat er ook nog eens een verschil tussen interactieve- en non-interactieve muziekstreamingdiensten (Aguiar & Waldfogel, 2015). Bij interactieve muziekstreamingdiensten is het mogelijk om zelf te bepalen naar welke songs je luistert, terwijl dat bij non-interactieve muziekstreamingdiensten niet mogelijk is (Aguiar & Waldfogel, 2015). Bij non-interactieve muziekstreamingdiensten is het wel mogelijk om een song of artiest als indicatie op te geven voor je muzieksmaak (Aguiar & Waldfogel, 2015). Deze muziekstreamingdienst zoekt dan vervolgens naar vergelijkbare songs/artiesten en bepaalt min of meer op die manier waar je naar zal luisteren (Aguiar & Waldfogel, 2015). Het effect van muziekstreamingdiensten kan dus verschillen per type muziekstreamingdienst (Aguiar L. , 2015). Het verschil tussen gratis muziekstreamingdiensten en betaalde muziekstreamingdiensten zal wel terug komen in dit onderzoek, terwijl het verschil tussen interactieve en non-interactieve muziekstreamingdiensten niet zal terugkomen. Nu het verschil tussen de verschillende soorten muziekstreamingdiensten uiteengezet is, kan er een blik geworpen worden op de literatuur.

Borja, Dieringer & Daw (2015) hebben in hun onderzoek betreffende dit onderwerp gebruik gemaakt van enquêtes en een zelf ontwikkeld logit model. De enquête is ingevuld door 197 studenten uit Amerika, South Florida waarbij de enquête bestond uit vragen over het online shopping gedrag, de hoeveelheid films en muziek die ze gedownload hebben, hoeveel ze van muziekstreamingdiensten gebruikmaakten en de redenen voor het vermijden van het legaal downloaden van muziek. Het onderzoek van Dorr et al. (2013) daarentegen had een iets andere invalshoek dan het onderzoek van Borja et al. (2015). Aan de hand van een zelf ontwikkeld model en een enquête die in 2010 ingevuld is, probeerden Dorr et al. te onderzoeken of 'muziek als een dienst' (MaaS) een serieus alternatief kon zijn voor consumenten die aan muziekpiraterij doen. Het model is gebaseerd op de *Theory of Planned Behavior* en de enquête was ditmaal ingevuld door 132 Duitse studenten, die allemaal gedurende de maand voor de enquête, schuldig zijn geweest aan muziekpiraterij.

Ditmaal werd er alleen gevraagd naar het gedrag ten aanzien van het illegaal downloaden van muziek in tegenstelling tot het onderzoek van Borja et al. (2015) waar er naar meer factoren werd gevraagd. Cesareo & Pastore (2014) hadden in hun onderzoek dezelfde invalshoek als Dorr et al. (2013) en onderzochten eveneens het gedrag van consumenten ten aanzien van muziekpiraterij en de bereidheid om muziekstreamingdiensten uit te proberen. Er werd een steekproef genomen van 518 Italiaanse respondenten die een enquête moesten invullen. De respondenten werden verzameld door middel van *sneeuwballsampling* en moesten tussen de 15 en 64 moeten zijn. De respondenten werden ditmaal gevraagd naar hun gedrag ten aanzien van muziekpiraterij en de bereidheid om de muziekstreamingdiensten Spotify of Napster uit te proberen. Deze enquêtes werden vervolgens geanalyseerd aan de hand van een *structural equations model*. In een ander onderzoek, die vrij recent is en ditmaal uitgevoerd is door Hampton-Sosa (2017), werd er onderzoek gedaan naar het effect van specifieke *features* van muziekstreamingdiensten op zowel het gebruik ervan als op muziekpiraterij. Bij die *features* moet er gedacht worden aan het creëren van eigen *playlists* of het *connecten* met mensen die dezelfde muzieksmaak hebben. Hij heeft dit onderzocht aan de hand van een anonieme zelf-gerapporteerde enquête. De 139 respondenten die deze enquête moesten invullen, bestonden uit Amerikaanse bachelor-studenten van een grote noordoostelijke universiteit. De enquête bestond uit een beschrijving van een *real-life situation* waar iemand onbekende muziek moest samenstellen voor een verjaardagsfeestje van een vriend. De muziek die ze konden samenstellen was alleen maar beschikbaar bij de muziekstreamingdiensten Rhapsody of Grooveshark of bij de *P2P filesharing netwerken*. Achteraf werd er dan gevraagd hoe ze het gebruik van deze muziekstreamingdiensten of *P2P filesharing netwerken* hadden ervaren.

Aguiar (2015) deed ook onderzoek naar het effect dat muziekstreamingdiensten kunnen hebben op muziekpiraterij. Hij maakte daarbij gebruik van individuele *clickstream data* van 5000 Franse internetgebruikers en focuste zich daarbij op de Franse muziekstreamingdienst Deezer gedurende het jaar 2011. Op 6 juni 2011 voerde Deezer een *gratis-luisterrestrictie* in. Dit hield in dat er maandelijks 5 uur gratis en onbepakt naar muziek geluisterd kon worden zonder advertentieonderbrekingen en dat er wel advertentieonderbrekingen tussen de songs zouden komen, wanneer de gebruiker over deze limiet heenging (Aguiar L. , 2015). Deezer bood voor deze gratis-luisterrestrictie nog gratis, onbepakt en zonder advertentieonderbrekingen muziekstreaming aan, waardoor Aguiar het causale effect van Deezer ten aanzien van het illegaal downloaden van muziek kon meten. Er werd onderzocht of na het invoeren van deze gratis-luisterrestrictie, consumenten vaker of minder vaak illegale websites voor het downloaden van muziek bezochten. Aguiar, maar ditmaal in samenwerking met Waldfogel (2015), deden naast het onderzoek naar de complementariteit/vervangbaarheid van muziekstreamingdiensten ten aanzien van het kopen van muziek, tegelijkertijd ook onderzoek naar het effect die muziekstreamingdiensten kunnen hebben op muziekpiraterij. De groei die Spotify ervaarde gedurende de jaren 2013-2015, werd vergeleken met de wekelijkse muziekpiraterij via *torrents* van de top 8000 artiesten. Op deze manier werd er onderzocht hoe de groei van Spotify de muziekpiraterij ten aanzien van artiesten heeft beïnvloed.

Wat dus opvalt is dat er vaak gebruik gemaakt is van enquêtes die zijn ingevuld door studenten. Ook kwamen de studenten meestal uit hetzelfde land en is het niet internationaal onderzocht. Alleen het onderzoek van Aguiar (2015) en Aguiar & Waldfogel (2015) wijken dus, ten aanzien van het gebruikmaken van enquêtes, hiervan af. Het onderzoek van Aguiar & Waldfogel (2015) was het enige onderzoek dat onderzoek deed op internationaal niveau. Nu de methodologieën van de onderzoeken zijn toegelicht, is het nu tijd om te kijken naar wat de bevindingen van deze onderzoeken waren.

Het onderzoek van Borja et al. (2015) toonde aan dat iemand die veelvuldig gebruik maakte van een muziekstreamingdienst, eerder schuldig zal zijn aan muziekpiraterij (Borja, Dieringer, & Daw, 2015). Zij concluderen dus dat muziekstreamingdiensten een negatieve rol spelen ten aanzien van muziekpiraterij en het juist versterken in plaats van verdringen (Borja, Dieringer, & Daw, 2015). Volgens Dorr et al. (2013) bleek het dat de aanbevelingen van nieuwe muziek en het prijsmodel dat muziekstreamingdiensten hanteren voor premium-accounts, een positief effect kunnen hebben op de bereidheid om muziekstreamingdiensten uit te proberen. Muziekstreamingdiensten hanteren namelijk een *flat rate* voor hun premium-accounts. Deze *flat rate* vinden consumenten (schuldig aan muziekpiraterij) aantrekkelijker dan het per liedje of album moeten betalen (Dörr, Wagner, Benlian, & Hess, 2013). Daarnaast blijken ook de verminderde zoekkosten naar nieuwe muziek en de vermeden morele kwestie, door het gebruikmaken van muziekstreamingdiensten, een positief effect te hebben op muziekpiraterij (Dörr, Wagner, Benlian, & Hess, 2013). Dorr et al. (2013) concluderen dus dat de betaalde muziekstreamingdiensten, door hun *features*, juist een positieve rol spelen ten aanzien van muziekpiraterij, in tegenstelling tot de bevindingen van Borja et al. (2015).

Hampton-Sosa (2017) toonde aan dat de perceptie van de nuttigheid van muziekstreamingdiensten een negatief effect bleek te hebben op de intentie om muziek illegaal te downloaden en een positief effect op de intentie om muziek te kopen. Daarnaast bleek er geen relatie te zijn tussen de voordelen en kwaliteiten van muziekstreamingdiensten en het illegaal downloaden van muziek (Hampton-Sosa, 2017). De resultaten van dit onderzoek impliceren dus dat muziekstreamingdiensten die de mogelijkheid bieden om creativiteit te uiten en het bouwen van een netwerk met mensen met dezelfde muzieksmaak, de kans op het gebruikmaken van muziekstreamingdiensten in de toekomst groter maken (Hampton-Sosa, 2017). Het bovengenoemde heeft weer een positief effect op de perceptie van de nuttigheid van muziekstreamingdiensten, waardoor er een toekomstige afname van muziekpiraterij verwacht kan worden (Hampton-Sosa, 2017). Echter uit het onderzoek van Aguiar (2015) bleek dat de gebruikers van in dit geval Deezer, illegale websites voor het downloaden van muziek 1,3% minder bezochten tijdens de invoering van de gratis-luisterrestrictie van Deezer, dan toen de gratis-luisterrestrictie niet was ingevoerd (Aguiar L. , 2015). Het **beperkt** gratis streamen van muziek bleek dus een positief effect te hebben op de bezoeken aan illegale websites voor het downloaden van muziek (Aguiar L. , 2015). Het **onbeperkt** gratis streamen van muziek heeft dus een negatief effect op de bezoeken aan illegale websites voor het downloaden van muziek (Aguiar L. , 2015). Met andere woorden, het **onbeperkt** gratis streamen van muziek stimuleert eerder de bezoeken aan illegale websites voor het downloaden van muziek dan het **beperkt** gratis streamen van muziek.

Aguiar, maar ditmaal in samenwerking met Waldfoegel (2015), toonden aan dat artiesten die meer worden gestreamd op Spotify in een bepaalde week, meer last hebben van muziekpiraterij. Dit resultaat gold wel alleen wanneer de *fixed effects* constant werden gehouden (Aguiar & Waldfoegel, 2015). Echter op *aggregaat*-niveau spraken de uitkomsten van dit onderzoek elkaar eigenlijk tegen en schenen bewijs te leveren voor het feit dat muziekstreamingdiensten muziekpiraterij zowel zou kunnen verdringen als versterken (Aguiar & Waldfoegel, 2015). Wanneer de *fixed effects* niet constant worden gehouden, zouden 47 extra streams ervoor kunnen zorgen dat er 1 song minder illegaal wordt gedownload (Aguiar & Waldfoegel, 2015). Dat terwijl wanneer de *fixed effects* wel constant worden gehouden, er wel bewijs is voor het versterken van muziekpiraterij (Aguiar & Waldfoegel, 2015). Afhangend van het constant houden van de *fixed effects*, kunnen muziekstreamingdiensten, volgens Aguiar & Waldfoegel (2015), dus zowel een positief als negatief effect hebben op muziekpiraterij.

Al met al, waren de bevindingen verdeeld ten aanzien van muziekpiraterij met een lichte afwijking naar een waarschijnlijk positief effect van muziekstreamingdiensten op de muziekindustrie. Dorr et al. (2013) en Hampton-Sosa (2017) toonden aan dat muziekstreamingdiensten een positief effect kunnen hebben op muziekpiraterij terwijl Borja et al. (2015) aantoonde dat muziekstreamingdiensten een negatief kunnen hebben op muziekpiraterij. Het onderzoek van Aguiar & Waldfogel (2015) en Aguiar (2015) toonden beiden aan dat muziekstreamingdiensten zowel een positief als negatief effect kunnen hebben op muziekpiraterij. Muziekstreamingdiensten zullen dus naar waarschijnlijkheid eerder een **positief** effect hebben op muziekpiraterij en muziekpiraterij dus verdringen in plaats van het versterken. Nu de bevindingen zijn geanalyseerd, zal er nog een blik worden geworpen op de tekortkomingen van de onderzoeken.

Aangezien de steekproef van het onderzoek van Borja et al. (2015) niet groot was en alleen maar bestond uit Amerikaanse studenten, is het mogelijk dat dit onderzoek niet externe valide is (Borja, Dieringer, & Daw, 2015). Net zoals het onderzoek van Borja et al. (2015), bestaat de steekproef van het onderzoek van Dorr et al. (2013) alleen maar uit Duitse studenten waardoor opnieuw de externe validiteit van dit onderzoek waarschijnlijk niet hoog zal zijn (Dörr, Wagner, Benlian, & Hess, 2013). Daarnaast is het alleen ondervragen van consumenten, die schuldig zijn aan muziekpiraterij, niet representatief voor alle consumenten van muziek (Dörr, Wagner, Benlian, & Hess, 2013). Ook omdat Duitse muziekstreamingdiensten vaak niet de nieuwste muziek aanbieden, zal er waarschijnlijk vaker muziekpiraterij plaatsvinden dan in andere landen (Dörr, Wagner, Benlian, & Hess, 2013). Er wordt echter in dit onderzoek ook niet gesproken over een overall afname van muziekpiraterij, maar wordt er wel gewezen op het feit dat een muziekstreamingdienst in de toekomst wellicht een serieus alternatief kan zijn, mochten muziekstreamingdiensten zich steeds beter ontwikkelen (Dörr, Wagner, Benlian, & Hess, 2013). Aangezien het onderzoek van Hampton-Sosa (2017) een veldstudie betrof, zal het niet dezelfde interne validiteit hebben als experimenten en is het mogelijk dat de resultaten daardoor onzuiver zouden kunnen zijn (Hampton-Sosa, 2017). Daarnaast is het ook een momentopname geweest en is er geen onderzoek gedaan over een langere periode (Hampton-Sosa, 2017). Daarbij komt ook nog eens dat niet het daadwerkelijke gedrag is geobserveerd, maar in plaats daarvan de zelf-gerapporteerde intentie (Hampton-Sosa, 2017). Deze tekortkomingen kunnen het resultaat ook beïnvloed hebben. Bij Aguiar (2015) worden de tekortkomingen van het onderzoek op verschillende manieren getackeld en geeft hij daarbij alleen aan dat zijn resultaten niet hoeven te gelden voor muziekstreamingdiensten die alternatieve functies bevatten (Aguiar L. , 2015). In het onderzoek van Aguiar & Waldfogel (2015) werden er niet echt tekortkomingen besproken, maar een tekortkoming zou kunnen zijn dat de steekproef alleen bestond uit de top-50 Spotify songs en daardoor de uitkomsten dus niet voor alle songs op Spotify en songs in het algemeen, hoeven te gelden.

Zijn muziekstreamingdiensten complementair of vervangend ten aanzien van het kopen van muziek?

In dit hoofdstuk zal de literatuur worden verwerkt ten aanzien van de complementariteit/vervangbaarheid van muziekstreamingdiensten ten aanzien van het kopen van muziek. Te beginnen met Nguyen, Moreau & Dejean (2014) die onderzochten of de consumptie van muziek via muziekstreamingdiensten als Spotify en Youtube complementair of vervangend waren ten aanzien van het kopen van cd's/concertbezoeken. Dit onderzochten zij aan de hand van een enquête ingevuld door 2000 Franse internetgebruikers die in maart 2011 de enquête invulden. De respondenten werden verzameld aan de hand van *quota sampling*. Door het opstellen van vier verschillende regressiemodellen konden de effecten van de verschillende variabelen op het kopen van cd's/concertbezoeken worden gemeten. Aguiar (2015) deed onderzoek naar de effecten van gratis muziekstreamingdiensten op de digitale verkoop van muziek om erachter te komen of muziekstreamingdiensten de consumptie via alternatieve muziekconsumptiekanalen juist stimuleert of stagneert. Hij maakte daarbij gebruik van individuele *clickstream data* van 5000 Franse internetgebruikers en focuste zich daarbij op de Franse muziekstreamingdienst Deezer gedurende het jaar 2011. Op 6 juni 2011 voerde Deezer een *gratis-luisterrestrictie* in. Dit hield in dat er maandelijks 5 uur gratis en onbeperkt naar muziek geluisterd kon worden zonder advertentieonderbrekingen en dat er advertentieonderbrekingen tussen de songs zouden komen, wanneer de gebruiker over deze limiet heen ging (Aguiar L. , 2015). Deezer bood voor deze gratis-luisterrestrictie nog gratis, onbeperkt en zonder advertentieonderbrekingen muziekstreaming aan, waardoor Aguiar het causale effect van Deezer ten opzichte van de legale digitale verkoop van muziek kon meten. Daarnaast vergeleek Aguiar de Deezer-gebruikers voor de restrictie met de niet-gebruikers van Deezer ten aanzien van hun bezoeken aan websites voor het kopen van muziek (Aguiar L. , 2015). Doordat deze twee groepen hetzelfde gedrag vertoonden ten aanzien van de digitale verkoop van muziek, werd er verondersteld dat deze twee groepen hetzelfde waren en probeerden op die manier dus de externe validiteit van het onderzoek te waarborgen (Aguiar L. , 2015).

Kim & Hiller (2014) onderzochten wat het effect van het aanbieden van muziek via Youtube kan hebben op het kopen van muziek en in dit geval op de verkopen van albums in Amerika. Doordat in het begin van 2009, Warner Music en YouTube er niet uitkwamen over een nieuwe licentiedeal, haalde Warner Music de video's met Warner Music-gerelateerde inhoud van YouTube. Dit duurde tot maar liefst september 2009, waarna Warner Music haar muziek opnieuw aanbood via YouTube. Kim & Hiller vergeleken de verkopen van de *Billboard 200*-albums van artiesten onder zowel, Warner Music als niet onder Warner Music, in de periode voor en na de onenigheid tussen YouTube en Warner Music, met de verkopen van albums van deze artiesten in de periode van onenigheid tussen YouTube en Warner Music. Wlomert & Papiés (2016) die onderzoek hebben gedaan naar het effect wat zowel betaalde- als gratis muziekstreamingdiensten kunnen hebben op de inkomsten van de Duitse muziekindustrie, hebben ook onderzoek gedaan naar het effect van zowel betaalde- als gratis muziekstreamingdiensten op de consumptie via alternatieve muziekconsumptiekanalen. Dit hebben zij gedaan door middel van het herhaaldelijk observeren van 2500 Duitse consumenten gedurende een jaar lang. Zij lieten de respondenten maar liefst 9 enquêtes invullen waarin de uitgaven aan zowel de *fysieke verkoop* van muziek als de digitale verkoop van muziek en het gebruik van muziekstreamingdiensten aanbod kwamen.

Aguiar & Waldfogel (2015) deden onderzoek naar de impact die Spotify had, nadat het een groei ervaarde gedurende de jaren 2013-2015, op de digitale verkoop van muziek. De data bestond uit de wekelijkse Spotify-streams van de top-50 tracks per land gedurende de periode april 2013-maart 2015. Verdere data over het volume van de Spotify-streams was nog niet beschikbaar. De data ten aanzien van de wekelijkse digitale verkoop van muziek op song-niveau, werd van 21 landen verzameld over dezelfde periode als hierboven aangegeven. Op deze manier werd de groei van de digitale verkoop van muziek vergeleken met de groei van Spotify, om te meten wat voor impact Spotify had op de digitale verkoop van muziek. Wat dus opvalt is dat ook ten aanzien van het kopen van muziek, er wederom gebruik is gemaakt van een enquête die ingevuld moest worden door studenten uit hetzelfde land. De respondenten uit het onderzoek van Wlomert & Papies (2016), waren echter naar hun zeggen vergelijkbaar met de Duitse populatie voor het kopen van muziek en bestonden dus niet alleen uit studenten. Het onderzoek van Aguiar (2015) en Aguiar & Waldfogel (2015) wijken wederom af ten aanzien van het gebruikmaken van enquêtes. Het onderzoek van Aguiar & Waldfogel (2015) was het enige onderzoek dat onderzoek deed op internationaal niveau. Nu de methodologieën van de onderzoeken zijn besproken, is het nu tijd om te kijken naar wat de bevindingen van deze onderzoeken waren.

De resultaten van het onderzoek van Nguyen et al. (2014), toonden aan dat het streamen van muziek geen effect heeft gehad op de verkoop van cd's. Daarnaast had het streamen van muziek een positief effect op de concertbezoeken maar alleen op de concertbezoeken van nationale of internationale sterren (Nguyen, Dejean, & Moreau, 2014). In het geval van concertbezoeken is het streamen van muziek dus complementair aan de verkoop van muziek. Het streamen van muziek bleek dus een positief effect te hebben op de verkoop van cd's/concertbezoeken en kan dus in dit geval eerder als complementair dan vervangend worden beschouwd ten aanzien van het kopen van muziek (Nguyen, Dejean, & Moreau, 2014). Aguiar (2015) toonde aan dat gebruikers van Deezer de legale websites voor het kopen van muziek 1,8% minder bezochten tijdens de ingevoerde gratis-luisterrestrictie, dan toen de gratis-luisterrestrictie niet was ingevoerd. Het **ongelimiteerd**, gratis streamen van muziek van Deezer, had dus een positief effect op de bezoeken aan de legale websites voor het kopen van muziek. Met andere woorden, het ongelimiteerd gratis streamen van muziek van Deezer is dus eerder complementair dan vervangend aan de verkoop van muziek (Aguiar L. , 2015). Het onderzoek van Kim & Hiller (2014), toonde aan dat de Billboard 200-albums van artiesten onder Warner Music, gemiddeld gezien, meer verkochten tijdens de periode van onenigheid tussen Warner Music en YouTube, dan van artiesten die niet onder Warner Music stonden en in diezelfde periode dus wel muziek aanboden op YouTube. Hiermee concluderen zij dus dat het streamen van muziek in dit geval eerder vervangend is aan het kopen van muziek dan complementair. Uit het onderzoek van Wlomert & Papies (2016) bleek dat het gebruikmaken van de gratis muziekstreamingdienst, ervoor zorgde dat er 10,8% minder geld werd uitgegeven aan muziek via alternatieve muziekconsumptiekanalen. Daarbij aansluitend, zorgde het gebruikmaken van betaalde muziekstreamingdiensten ervoor dat er 23,9% minder geld werd uitgegeven aan muziek via alternatieve muziekconsumptiekanalen (Wlomert & Papies, 2016). Met andere woorden, de verkoop van muziek wordt door muziekstreamingdiensten gekannibaliseerd en is dus eerder vervangend ten aanzien van het kopen van muziek dan complementair.

Aguiar & Waldfogel (2015) toonden aan dat het 14 keer extra streamen van een song, de digitale verkoop van deze song met één verhoogde. Dit betekent dus dat er meer muziek digitaal wordt verkocht wanneer een song meer wordt gestreamd. Er werd rekening gehouden met zowel de tijdelijke populariteit van de song in de verschillende landen als het verschillende digitale koopgedrag van landen ten aanzien van muziek (Aguiar & Waldfogel, 2015). Het resultaat bleef desondanks hetzelfde. Echter op *aggregaat*-niveau, dus songs en artiesten samen, laat dit onderzoek juist een negatief verband zien tussen het streamen van muziek en de digitale verkoop van muziek (Aguiar & Waldfogel, 2015). Op song-niveau is het streamen van muziek dus complementair aan de digitale verkoop van muziek en op *aggregaat*-niveau is het streamen van muziek dus vervangend ten aanzien van de digitale verkoop van muziek. Ten aanzien van de complementariteit/vervangbaarheid van het kopen van muziek, kwamen de uitkomsten van de onderzoeken voor het grootste gedeelte met elkaar overeen. Alleen Aguiar (2015) kwam tot de conclusie dat, in dit geval, het gratis streamen van muziek over het algemeen eerder complementair was ten aanzien van het kopen van muziek, dan vervangend. Bij het onderzoek van Aguiar & Waldfogel (2015) was het streamen van muziek alleen op song-niveau complementair ten aanzien van het kopen van muziek. Op *aggregaat*-niveau was het streamen van muziek echter vervangend ten aanzien van het kopen van muziek. Het streamen van muziek is naar waarschijnlijkheid dus eerder **vervangend** ten aanzien van het kopen van muziek dan complementair. Nu de bevindingen zijn geanalyseerd, zal er nog een blik worden geworpen op de tekortkomingen van de onderzoeken.

Een limitatie van het onderzoek van Nguyen et al. (2014) is dat er alleen onderzoek gedaan is naar het effect van het gratis streamen van muziek ten aanzien van het kopen van muziek en daardoor er geen uitspraken gedaan konden worden over het betaald streamen van muziek en de resultaten dus niet voor de muziekstreamingdiensten in het algemeen hoeven te gelden (Nguyen, Dejean, & Moreau, 2014). Daarbij wordt er ook nog eens geen onderzoek gedaan naar het verband tussen muziekstreamingdiensten en het legaal downloaden van muziek en hoeven de resultaten dus niet per se te gelden voor het kopen van muziek in het algemeen (Nguyen, Dejean, & Moreau, 2014). Bij Aguiar (2015) worden de tekortkomingen van het onderzoek op verschillende manieren getackeld en geeft hij daarbij alleen aan dat zijn resultaten niet hoeven te gelden voor muziekstreamingdiensten die alternatieve functies bevatten (Aguiar L. , 2015). In het onderzoek van Kim & Hiller (2014) werden er niet echt tekortkomingen besproken, maar wat zij wel aangaven was dat de steekproef van albums alleen bestond uit Billboard 200-albums en daardoor de steekproef niet representatief was en de resultaten niet hoeven te gelden voor zowel artiesten als albums die niet in de Billboard 200 stonden. In het onderzoek van Wlomert & Papies (2016) kwamen de respondenten uit hetzelfde land en bestond de steekproef daarnaast alleen maar uit consumenten die intensief muziek kopen. Beide factoren zorgen ervoor dat de resultaten waarschijnlijk niet te generaliseren zijn (Wlomert & Papies, 2016). Er wordt ook geen rekening gehouden met het feit dat muziekstreamingdiensten wellicht als promotiemiddel kan dienen voor artiesten en de vraag naar alternatieve muziekconsumptiekanalen kan doen stijgen (Wlomert & Papies, 2016). In het onderzoek van Aguiar & Waldfogel (2015) werden er niet echt tekortkomingen besproken, maar een tekortkoming zou kunnen zijn dat de steekproef alleen bestond uit de top-50 Spotify songs en daardoor de uitkomsten dus niet voor alle songs op Spotify en songs in het algemeen hoeven te gelden. Ook is er nog eens de mogelijkheid dat de songs die populair zijn in bepaalde landen gedurende bepaalde weken, zowel veel gestreamd als verkocht worden en de streams dus niet per se de hogere verkoop hebben veroorzaakt (Aguiar & Waldfogel, 2015). Daarnaast kan de hogere verkoop ook veroorzaakt zijn door de invloed die de artiest heeft uitgeoefend en niet door de invloed van de song zelf (Aguiar & Waldfogel, 2015). Dit zijn allemaal redenen voor de eventuele onzuiverheid van de resultaten.

Wat voor rol kunnen muziekstreamingdiensten spelen ten aanzien van de inkomsten van de muziekindustrie?

In dit hoofdstuk zal de wetenschappelijke literatuur verwerkt worden ten aanzien van de rol die muziekstreamingdiensten kunnen spelen ten opzichte van de inkomsten van de muziekindustrie. Er zijn eigenlijk drie scenario's mogelijk (en waarschijnlijk wel meer) ten aanzien van muziekstreamingdiensten en de invloed die ze kunnen uitoefenen op de inkomsten van de muziekindustrie:

- Indien het streamen van muziek de digitale verkoop van muziek stimuleert, dan kan het dienen als een promotiemiddel voor nieuwe muziek en artiesten. Op deze manier kunnen dan de opbrengsten van de muziekindustrie stijgen (Aguiar & Waldfogel, 2015).
- Indien het streamen van muziek de digitale verkoop van muziek zou kannibaliseren, maar de vergoeding die per stream door artiesten/platenlabels wordt ontvangen hoog genoeg is om de afname van de digitale verkoop te compenseren, kan het alsnog een positief effect hebben op de inkomsten van de muziekindustrie (Aguiar & Waldfogel, 2015).
- Indien het streamen van muziek de digitale verkoop van muziek zou verdringen, maar de vergoeding die per stream door artiesten/platenlabels wordt ontvangen niet hoog genoeg is om de afname van de digitale verkopen te niet te doen, kan het een negatieve invloed hebben op de inkomsten van de muziekindustrie (Aguiar & Waldfogel, 2015).

Deze scenario's zouden ook kunnen gelden voor de *fysieke verkoop* van muziek. Er zal nu worden ingegaan op de methodologieën van de verschillende onderzoeken, te beginnen met Wlomert & Papies (2016) die onderzoek hebben gedaan naar het effect dat zowel betaalde- als gratis muziekstreamingdiensten kunnen hebben op de inkomsten van de Duitse muziekindustrie. Dit hebben zij gedaan door middel van het herhaaldelijk observeren van 2500 Duitse consumenten gedurende een jaar lang. Zij lieten de respondenten maar liefst 9 enquêtes invullen waarin de uitgaven aan zowel de fysieke verkoop als de digitale verkoop van muziek en het gebruik van muziekstreamingdiensten, aanbod kwamen. Aguiar & Waldfogel (2015) deden naast het onderzoek naar de complementariteit/vervangbaarheid van muziekstreamingdiensten ten aanzien van het kopen van muziek, ook onderzoek naar het effect van muziekstreamingdiensten op de inkomsten van de muziekindustrie. De methode hiervoor is al eerder uiteengezet en is in de vorige hoofdstukken te vinden indien het niet meer helder is. Gunther (2016) onderzocht de mate waarin het *intellectueel eigendomsrecht* het is gelukt om de muziekindustrie in Europa te steunen. In dit onderzoek wordt er eigenlijk een overzicht gegeven van de veranderde Europese auteursrechten ten aanzien van de muziekindustrie. Hij had daarbij ook statistische gegevens verzameld ten aanzien van de inkomsten van de Amerikaanse én globale muziekindustrie. Nordgard (2017) probeerde de belangrijkste factoren te bepalen voor de aanpassingen die de muziekindustrie moest ondergaan door de technologische ontwikkelingen van de afgelopen jaren. Ook in dit onderzoek waren er statistische gegevens die inzicht konden geven over het effect van muziekstreamingdiensten op de inkomsten van de muziekindustrie. Ditmaal waren het statistische gegevens van de effecten van muziekstreamingdiensten op de inkomsten van de Noorse muziekindustrie.

Het onderzoek van Goldrich (2015) heeft ook een gedeelte waar er ingegaan wordt op de impact die muziekstreamingdiensten kunnen hebben op de inkomsten van de muziekindustrie. Zij deed eveneens geen empirisch onderzoek zoals Gunther (2016) en Nordgard (2017), maar door het uitzetten van informatie en statistische gegevens, probeerde zij te onderzoeken wat het effect van het bestaan van muziekstreamingdiensten kan hebben ten opzichte van de inkomsten van de muziekindustrie. Baldivia (2016) ging in zijn onderzoek in op hoe licenties voor muziekstreamingdiensten mogelijkheden kunnen bieden voor de Chinese muziekindustrie. Deze licenties kunnen namelijk een middel zijn om de muziekpiraterij en auteursrechtelijke overtredingen, die veelvuldig in China voorkomen, te bestrijden (Baldivia, 2016). Daarnaast had zijn onderzoek ook een gedeelte die inging op de opbrengsten die muziekstreamingdiensten genereren en hoe deze opbrengsten dan worden verdeeld. Dit gedeelte van zijn onderzoek was dan ook bruikbaar voor dit onderzoek. Hij deed eveneens geen empirisch onderzoek, maar door het uitzetten van informatie en statistische gegevens probeerde hij te onderzoeken of licenties voor muziekstreamingdiensten, genoeg tegenstand kunnen bieden tegen de veelvuldige muziekpiraterij die er in China plaatsvindt. Zoals te zien, zijn de methodologieën ten aanzien van deze deelvraag niet echt van belang maar zijn de statistische gegevens en de informatie die in deze onderzoeken te vinden zijn, wel bruikbaar voor deze deelvraag. Nu de methodologieën van deze onderzoeken zijn toegelicht, is het nu tijd om te kijken naar wat de bevindingen van deze onderzoeken waren.

Uit het onderzoek van Wlomert & Papies (2016) bleek dat het gebruikmaken van de gratis muziekstreamingdienst, ervoor zorgde dat er 10,8% minder geld werd uitgegeven aan muziek via alternatieve muziekconsumptiekanalen. Daarbij aansluitend, zorgde het gebruikmaken van betaalde muziekstreamingdiensten ervoor dat er 23,9% minder geld werd uitgegeven aan muziek via alternatieve muziekconsumptiekanalen (Wlomert & Papies, 2016). Met andere woorden, de verkoop van muziek wordt door muziekstreamingdiensten gekannibaliseerd. De kannibalisatie die gratis muziekstreamingdiensten veroorzaakten in 2014 was ongeveer 3,9 miljoen euro, terwijl de kannibalisatie die betaalde muziekstreamingdiensten veroorzaakten ongeveer 1,3 miljoen euro was (Wlomert & Papies, 2016). Wel is het zo dat de consumenten die gebruikmaken van betaalde muziekstreamingdiensten meer inkomsten genereren dan de consumenten die gebruikmaken van gratis muziekstreamingdiensten (respectievelijk; 5,8 miljoen euro & 2,1 miljoen euro) (Wlomert & Papies, 2016). Het overall effect van betaalde muziekstreamingdiensten op de inkomsten van de Duitse muziekindustrie in 2014 was dus $5,8 \text{ miljoen euro} - 1,3 \text{ miljoen euro} = 4,4 \text{ miljoen euro}$ en was dus positief (Wlomert & Papies, 2016). Het overall effect van gratis muziekstreamingdiensten op de inkomsten van de Duitse muziekindustrie in 2014 was dus $2,1 \text{ miljoen euro} - 3,9 \text{ miljoen euro} = -1,8 \text{ miljoen euro}$ en was dus negatief (Wlomert & Papies, 2016). Het overall effect van muziekstreamingdiensten was dus positief aangezien $4,4 \text{ miljoen euro} - 1,8 \text{ miljoen euro} = 2,6 \text{ miljoen euro}$ was (Wlomert & Papies, 2016). Uit het onderzoek van Aguiar en Waldfogel (2015) kwam naar voren dat de groei van Spotify niet meer noch minder inkomsten opleverde voor de muziekindustrie (Aguiar & Waldfogel, 2015). Met andere woorden, volgens Aguiar en Waldfogel (2015) hebben muziekstreamingdiensten waarschijnlijk geen effect op de inkomsten van de muziekindustrie, in tegenstelling tot Wlomert & Papies (2016) die een positief effect van muziekstreamingdiensten op de inkomsten van de muziekindustrie vonden.

De statistische gegevens die Gunther (2016) had verzameld, lieten een stijging zien van de opbrengsten van muziekstreamingdiensten met 39% in het jaar 2014, maar zorgden er niet voor dat ook de totale inkomsten van de globale muziekindustrie stegen (Gunther, 2016). Die namen namelijk af met 0,4% (Gunther, 2016). In 2015 bleek vervolgens, dat de inkomsten van de globale muziekindustrie nu wel waren gestegen met 3,2% en dat het aandeel van muziekstreamingdiensten daarin met 45,2% ook toenam (Gunther, 2016). Nu zijn de totale inkomsten van de globale muziekindustrie wel tegelijkertijd gestegen met de stijging van het aandeel van de muziekstreamingdiensten daarin en is het overall effect waarschijnlijk nu wel positief, in tegenstelling tot 2014. Het aandeel dat muziekstreamingdiensten hadden ten aanzien van de inkomsten van de Noorse muziekindustrie in 2015, was 77,4% (Nordgard, 2017). Dit percentage is aanzienlijk hoger dan de percentages die er tot nu toe voorbij zijn gekomen. Daarbij is volgens de rapporten van Nordgard zelf (Nordgard, 2013; Nordgard, 2016), de Noorse muziekindustrie de afgelopen 4 jaar, met percentages tussen de 7% en 9%, gegroeid mede door de groei die de muziekstreamingdiensten hebben doorgemaakt de afgelopen jaren (Nordgard, 2017). Echter, hebben muziekstreamingdiensten ook negatieve effecten gehad op de Noorse muziekindustrie (Nordgard, 2017). Het aandeel Noorse artiesten ten aanzien van de Noorse bevolking is nu tussen de 10% en 12%, terwijl dat percentage ergens lag tussen de 25% en 30% (Nordgard, 2017). Het lijkt er dus op dat er artiesten zijn gestopt en dat de komst van nieuwe artiesten achteruit is gegaan, wat waarschijnlijk komt door het feit dat er te weinig geld is uitgegaan naar artiesten in Noorwegen (Nordgard, 2017).

Goldrich (2015) toonde eveneens aan dat artiesten lagere inkomsten ontvingen, ditmaal doordat de fysieke verkoop van muziek is afgenomen. Deze afname schrijft zij toe aan de opkomst van muziekstreamingdiensten. Een andere reden daarvoor was het falen van het intellectueel eigendomsrecht, zowel nationaal als internationaal, om weerstand te bieden tegen de snelle veranderingen binnen de muziekindustrie (Goldrich, 2015). Een alternatief volgens Goldrich (2015), kan zijn dat artiesten deze afname in inkomsten te niet kunnen doen door middel van hogere inkomsten proberen te halen uit concerten en evenementen etc. (Goldrich, 2015). In haar onderzoek waren er ook statistische gegevens ten aanzien van de inkomsten van de Amerikaanse muziekindustrie. De inkomsten van de Amerikaanse muziekindustrie zijn in de periode 2003-2013 afgenomen van 11,8 tot 7,1 miljard dollars (Goldrich, 2015). De reden hiervoor was dat het gebruikmaken van muziekstreamingdiensten erg goedkoop is geweest en de verhouding tussen de vergoedingen en consumptie erg scheef zijn komen te staan (Goldrich, 2015). Baldivia (2016) liet zien dat er per stream minder inkomsten gegenereerd worden dan per download of per fysieke aankoop van muziek (Baldivia, 2016). Het vergoedingsproces is namelijk anders voor het streamen van muziek dan voor het downloaden van muziek. Per download, bijvoorbeeld een download van 1 euro, wordt de opbrengst gesplitst tussen de retailer die ongeveer 30% ontvangt en de eigenaar van de auteursrechten die de rest ontvangt (Baldivia, 2016). Bij muziekstreamingdiensten hangt het af van hoeveel de song is gestreamd, hoeveel advertenties er zijn laten zien of hoeveel *subscriptiegeld* er aan de muziekstreamingdiensten is betaald (Baldivia, 2016). Met andere woorden, het geld dat een artiest verdient met één digitale download, is hetzelfde wanneer één song ongeveer honderden keren gestreamd wordt (afhankelijk van de afgesproken termen natuurlijk) (Baldivia, 2016). Doordat muziekstreamingdiensten het digitaal downloaden van muziek kannibaliseert, denkt Baldivia (2016) dat het dus meer moeite zal kosten om de inkomsten van de muziekindustrie op hetzelfde niveau te houden of te verhogen. Hij denkt dus dat het een negatief effect zal hebben op de inkomsten van de muziekindustrie.

Ten aanzien van de inkomsten van de muziekindustrie zijn de bevindingen opnieuw verdeeld met een afwijking naar een waarschijnlijk negatief effect van muziekstreamingdiensten op de inkomsten van de muziekindustrie. Goldrich (2015) en Baldivia (2016) toonden beiden namelijk aan dat muziekstreamingdiensten eerder een negatief effect kunnen hebben op de inkomsten van de muziekindustrie dan een positief effect. Wlomert & Papies (2016) toonden wel aan dat muziekstreamingdiensten een positief effect kunnen hebben op de inkomsten van de muziekindustrie terwijl Aguiar & Waldfogel (2015) geen verband vonden tussen de twee. Ten slotte, liet Gunther (2016) een negatief effect zien van muziekstreamingdiensten op de inkomsten van de globale muziekindustrie in 2014, terwijl in 2015 dat effect positief was. Muziekstreamingdiensten zullen dus naar waarschijnlijkheid eerder een **negatief** effect hebben op de inkomsten van de muziekindustrie dan een positief effect. Nu de bevindingen zijn geanalyseerd, zal er nog een blik worden geworpen op de tekortkomingen van de onderzoeken.

Ook in het onderzoek van Wlomert & Papies (2016) kwamen de respondenten uit hetzelfde land en bestond de steekproef daarnaast alleen maar uit consumenten die intensief muziek kopen. Beide factoren zorgen ervoor dat de resultaten waarschijnlijk niet te generaliseren zijn (Wlomert & Papies, 2016). Er wordt ook geen rekening gehouden met het feit dat muziekstreamingdiensten wellicht als promotiemiddel kan dienen voor artiesten en de vraag naar alternatieve muziekconsumptiekanalen kan doen stijgen (Wlomert & Papies, 2016). In het onderzoek van Aguiar & Waldfogel (2015) werden er niet echt tekortkomingen besproken, maar een tekortkoming voor dit specifieke vraagstuk zou kunnen zijn dat er schattingen werden gebruikt voor de variabelen en geen daadwerkelijke waardes. Aangezien er alleen statistische gegevens uit de onderzoeken van Nordgard (2017), Gunther (2016), Goldrich (2015) en Baldivia (2016) zijn gehaald, die door betrouwbare bronnen zijn verstrekt (*RIAA* en *IFPI*), zijn de tekortkomingen van deze onderzoeken niet relevant om in ogenschouw te nemen en bovendien niet te vergelijken met de tekortkomingen van andere onderzoeken.

Conclusie

Dit onderzoek probeerde een antwoord te vinden op de vraag: *‘Wat voor effect kunnen muziekstreamingdiensten hebben op de muziekindustrie?’* Dit werd onderzocht door middel van het uitvoeren van een literatuuronderzoek ten aanzien van het effect van muziekstreamingdiensten op muziekpiraterij, het kopen van muziek en de inkomsten van de muziekindustrie. Er werd daarbij dieper ingegaan op de methodologieën, bevindingen en de tekortkomingen van de onderzoeken. Hierbij werd de nadruk echter gelegd op de bevindingen van de onderzoeken.

Muziekpiraterij

De bevindingen waren verdeeld ten aanzien van muziekpiraterij met een lichte afwijking naar een waarschijnlijk positief effect van muziekstreamingdiensten op de muziekindustrie. Dorr et al. (2013) en Hampton-Sosa (2017) toonden aan dat muziekstreamingdiensten een positief effect kunnen hebben op muziekpiraterij terwijl Borja et al. (2015) aantoonde dat muziekstreamingdiensten een negatief kunnen hebben op muziekpiraterij. Het onderzoek van Aguiar & Waldfogel (2015) en Aguiar (2015) toonden beiden aan dat muziekstreamingdiensten zowel een positief als negatief effect kunnen hebben op de muziekindustrie. Muziekstreamingdiensten zullen dus naar waarschijnlijkheid eerder een **positief** effect hebben op muziekpiraterij en muziekpiraterij dus verdringen in plaats van het versterken.

Complementariteit/vervangbaarheid ten aanzien van het kopen van muziek

Ten aanzien van de complementariteit/vervangbaarheid ten opzichte van het kopen van muziek, kwamen de uitkomsten voor het grootste gedeelte met elkaar overeen. Alleen Aguiar (2015) kwam tot de conclusie dat, in dit geval, het gratis streamen van muziek over het algemeen eerder complementair is ten aanzien van het kopen van muziek, dan vervangend. Bij het onderzoek van Aguiar & Waldfogel (2015) was het streamen van muziek alleen op song-niveau complementair ten aanzien van het kopen van muziek. Op *aggregaat*-niveau was het streamen van muziek echter vervangend ten aanzien van het kopen van muziek. Het streamen van muziek is naar waarschijnlijkheid dus eerder **vervangend** ten aanzien van het kopen van muziek dan complementair.

De inkomsten van de muziekindustrie

Ten aanzien van de inkomsten van de muziekindustrie waren de bevindingen opnieuw verdeeld met de afwijking naar een waarschijnlijk negatief effect van muziekstreamingdiensten op de inkomsten van de muziekindustrie. Goldrich (2015) en Baldivia (2016) toonden beiden namelijk aan dat muziekstreamingdiensten eerder een negatief effect kunnen hebben op de inkomsten van de muziekindustrie dan een positief effect. Wlomert & Papies (2016) toonden wel aan dat muziekstreamingdiensten een positief effect kunnen hebben op de inkomsten van de muziekindustrie terwijl Aguiar & Waldfogel (2015) geen verband vonden tussen de twee. Ten slotte, liet Gunther (2016) een negatief effect zien van muziekstreamingdiensten op de inkomsten van de globale muziekindustrie in 2014, terwijl in 2015 dat effect positief was. Muziekstreamingdiensten zullen dus naar waarschijnlijkheid eerder een **negatief** effect hebben op de inkomsten van de muziekindustrie dan een positief effect.

Effect van muziekstreamingdiensten op de muziekindustrie

Aangezien muziekstreamingdiensten in waarschijnlijkheid een negatief effect hebben op zowel muziekpiraterij als de inkomsten van de muziekindustrie en alleen een positief effect heeft op het kopen van muziek, lijkt het erop dat muziekstreamingdiensten dus eerder een **negatief** effect zullen hebben op de muziekindustrie dan een positief effect. Echter, hadden de meeste onderzoeken zelf ook tekortkomingen waardoor de uitkomsten van de onderzoeken onzuiver zouden kunnen zijn of niet te generaliseren zouden kunnen zijn. Daarnaast is niet al het wetenschappelijke literatuur betreffende dit onderwerp geanalyseerd en zou het evalueren van meer wetenschappelijke artikelen, een andere conclusie kunnen geven.

Discussie

Aangezien ik verschillende recente relevante wetenschappelijke artikelen heb gebruikt, die dezelfde onderzoeksvragen hadden als de deelvragen in dit onderzoek, zijn de resultaten van dit onderzoek in die zin intern valide. Of de geanalyseerde uitkomsten van de onderzoeken ook extern valide zijn, is twijfelachtig aangezien deze onderzoeken in de meeste gevallen zelf ook tekortkomingen hadden en de steekproeven meestal bestonden uit studenten uit hetzelfde land, waardoor de resultaten waarschijnlijk niet te generaliseren waren. De resultaten van dit onderzoek komen overeen met de verwachtingen, aangezien het concept van het streamen van muziek redelijk nieuw is en de vergoedingen die artiesten ervan ontvangen erg laag zijn (Baldivia, 2016). Met de verkoop van cd's of het digitaal downloaden van muziek, waar ook vaker een groter bedrag mee is gemoeid, gaat het grootste gedeelte van de opbrengst naar de artiest (Baldivia, 2016). Met het streamen van muziek wordt er een heel laag bedrag per stream vergoed of wordt er een gedeelte van het maandelijkse vaste bedrag, dat door consumenten wordt betaald, afgestaan aan de artiesten (Baldivia, 2016). Aangezien de vergoedingen per stream erg laag zijn en het streamen van muziek steeds populairder wordt, was er ook de verwachting dat de wetenschappelijke literatuur dit zou bevestigen.

Dat muziekstreamingdiensten waarschijnlijk een positief effect zullen hebben op muziekpiraterij, komt vermoedelijk door het feit dat consumenten door het streamen van muziek, ook minder geld kwijt zijn aan het consumeren van muziek en door de verschillende *features* die muziekstreamingdiensten aanbieden, het streamen van muziek financieel aantrekkelijk is en daarbij ook nog eens als een ontdekkingsmiddel voor nieuwe artiesten kan dienen (Dörr, Wagner, Benlian, & Hess, 2013). Ten aanzien van de complementariteit/vervangbaarheid ten opzichte van het kopen van muziek, is er de verwachting dat muziekstreamingdiensten eerder vervangend zullen zijn ten aanzien van het kopen van muziek dan complementair. Het feit dat consumenten minder geld kwijt zullen zijn door het streamen van muziek en toegang zullen hebben tot een enorme hoeveelheid song/albums, wordt het streamen van muziek waarschijnlijk financieel aantrekkelijker bevonden. Daarnaast is de manier waarop muziekstreamingdiensten artiesten vergoeden ten nadele van de artiesten, aangezien de vergoeding per stream erg laag is en er daarnaast steeds minder cd's en albums worden verkocht en er steeds meer muziek wordt gestreamd (Baldivia, 2016; Gunther, 2016). Om deze redenen zullen muziekstreamingdiensten waarschijnlijk eerder een negatief effect hebben op de inkomsten van de muziekindustrie dan positief, indien deze manier van vergoeden zal worden blijven aangehouden. Het lijkt er dus op dat muziekstreamingdiensten eerder een negatief effect zullen hebben op de muziekindustrie dan een positief effect. Wanneer muziekstreamingdiensten artiesten een hoger bedrag per stream gaan vergoeden, is het wel mogelijk dat muziekstreamingdiensten een positief effect kunnen hebben op de muziekindustrie.

Dit onderzoek is een aanvulling op de bestaande wetenschappelijke literatuur, omdat het een overzicht betreft van de bevindingen ten aanzien van de effecten van muziekstreamingdiensten op de muziekindustrie. Daarnaast biedt het inzicht op hoe er onderzoek wordt gedaan betreffende dit onderwerp en hoe de bevindingen met elkaar overeenkomen of verschillen. De resultaten kunnen echter beïnvloed zijn door het feit dat de geanalyseerde onderzoeken zelf ook tekortkomingen hadden en vaak uit steekproeven bestonden met studenten uit hetzelfde land, waardoor de resultaten waarschijnlijk niet te generaliseren waren. Ook kan het zo zijn dat de wetenschappelijke literatuur die in dit onderzoek geanalyseerd is, niet representatief is voor al het onderzoek wat er naar dit onderwerp is verricht.

Dit onderzoek impliceert eigenlijk dat muziekstreamingdiensten waarschijnlijk een **negatief** zullen hebben op de muziekindustrie. Artiesten en platenlabels zullen dus in onderhandeling moeten gaan met muziekstreamingdiensten om ervoor te zorgen dat zij hogere vergoedingen weten te krijgen, aangezien de 'traditionele' inkomstenbronnen het op langere termijn waarschijnlijk zullen afleggen door de technologische veranderingen die er continue plaatsvinden. Voor vervolgonderzoek is het misschien interessant om nog meer wetenschappelijke artikelen te analyseren en onderzoek te doen naar nog meer aspecten van de muziekindustrie waar muziekstreamingdiensten invloed op kunnen hebben. Ook het zelf doen van een empirisch onderzoek op internationaal niveau zou weer nieuwe inzichten kunnen bieden.

Aanbevelingen

In dit hoofdstuk zullen er drie aanbevelingen gedaan worden naar aanleiding van de uitkomsten van dit onderzoek. De aanbevelingen moeten wel met enig voorbehoud worden geïnterpreteerd, aangezien het mogelijk is dat een ander onderzoek andere uitkomsten zou kunnen geven. De aanbevelingen zijn gericht op de muziekindustrie met daarbij de nadruk op artiesten, platenlabels en muziekstreamingdiensten.

Ten aanzien van muziekpiraterij:

Aangezien muziekstreamingdiensten waarschijnlijk een positief effect zullen hebben op muziekpiraterij en muziekpiraterij dus eerder verdringen dan versterken, is het advies aan artiesten en platenlabels om ervoor te zorgen dat zij hun muziek via deze muziekstreamingdiensten aanbieden.

Ten aanzien van het kopen van muziek:

Aangezien muziekstreamingdiensten waarschijnlijk eerder vervangend zullen zijn aan het kopen van muziek dan complementair, is het advies om met muziekstreamingdiensten in onderhandeling te gaan over het krijgen van hogere vergoedingen. De vermoedelijke kannibalisatie van muziekstreamingdiensten kan op die manier dan worden gecompenseerd.

Ten aanzien van de inkomsten van de muziekindustrie:

Ditzelfde advies geldt eigenlijk ook voor het feit dat muziekstreamingdiensten waarschijnlijk een negatief effect zullen hebben op de inkomsten van de muziekindustrie. Het lijkt erop dat het streamen van muziek de trend zal worden ten aanzien van het consumeren van muziek en dat het een belangrijke inkomstenbron kan worden voor artiesten en platenlabels. Om die reden moeten de vergoedingen van de muziekstreamingdiensten hoger zijn, zodat het verlies van de verkoop van cd's etc. gecompenseerd kan worden. Het advies is dus, om wederom met muziekstreamingdiensten in onderhandeling te gaan over het krijgen van hogere vergoedingen.

Reflectie

De kernbegrippen van dit onderzoek konden gedefinieerd worden aan de hand van de wetenschappelijke literatuur, maar waren desondanks breed. De begrippen, *muziekpiraterij* en *muziekindustrie*, konden nog beter worden afgebakend waardoor er meer duidelijkheid zou zijn over wat er wel of niet onder wordt verstaan. Muziekpiraterij kan namelijk digitaal voorkomen, maar kan ook bestaan uit het kopen van illegale cd's op straat bijvoorbeeld. In dit onderzoek lag de focus op de digitale muziekpiraterij. De muziekindustrie is een ander breed begrip, omdat tijdens het creëren van muziek het aantal personen dat er toe behoort, kan verschillen. In de wetenschappelijke literatuur, die in dit onderzoek is geanalyseerd, waren deze begrippen in de meeste gevallen eveneens niet afgebakend.

Een ander punt voor verbetering was dat er nog meer wetenschappelijke literatuur geanalyseerd had kunnen worden om een beter overzicht te krijgen van de bevindingen ten aanzien van dit onderwerp en om de betrouwbaarheid van dit onderzoek te verhogen. Daarnaast bevatten de onderzoeken in de meeste gevallen zelf ook tekortkomingen en waren de statistische gegevens wel betrouwbaar, maar zou er alleen op basis van die gegevens waarschijnlijk geen aanbevelingen gedaan kunnen worden. Om deze redenen wordt er ook aangeraden om de aanbevelingen onder voorbehoud te interpreteren en nog meer te gaan verdiepen in dit onderwerp voordat er overgegaan wordt tot actie. Echter, was het tijdsbestek waarin deze scriptie af moest niet heel lang, waardoor het verzamelen van nog meer wetenschappelijke literatuur, moeilijk te realiseren was. Daarnaast waren de wetenschappelijke artikelen alleen via Google Scholar verzameld, terwijl er ook andere manieren waren om wetenschappelijke artikelen te verzamelen. Ook is het zo dat het doen van een literatuuronderzoek niet zal zorgen voor nieuwe empirische inzichten en kan er dus de volgende keer misschien een empirisch onderzoek gedaan worden.

Bibliografie

- Aguiar, L. (2015). *Let the Music Play? Free Streaming, Product Discovery, and Digital Music Consumption*. Sevilla: Institute for Prospective Technological Studies Digital Economy Working Paper.
- Aguiar, L., & Martens, B. (2016). Digital music consumption on the Internet: Evidence from clickstream data. *Information Economics and Policy*, 27-43.
- Aguiar, L., & Waldfoegel, J. (2015). Streaming Reaches Flood Stage: Does Spotify Stimulate or Depress Music Sales? *NBER*, 1-35.
- Baldivia, J. (2016). A STREAM OF HOPE: WHY MUSIC STREAMING LICENSES WILL TURN AROUND CHINA'S MUSIC INDUSTRY IN SPITE OF THE RAMPANT PIRACY OF MUSIC. *Southwestern Journal Of International Law*, 163-187.
- Borja, K., Dieringer, S., & Daw, J. (2015). The effect of music streaming services on music piracy among college students. *Computers in Human Behavior*, 69-76.
- Broekman, M. (2017, Mei 9). *Wat is muziek streamen?* Retrieved from Gratis muziek downloaden: <http://gratismuziekdownload.nl/begrippen/wat-is-muziek-streamen/>
- Cesareo, L., & Pastore, A. (2014). Consumers' attitude and behavior towards online music piracy and subscriptionbased services. *Journal of Consumer Marketing*, 515-525.
- Chiou, J.-S., Huang, C.-y., & Lee, H.-h. (2005). The Antecedents of Music Piracy Attitudes and Intentions. *Journal of Business Ethics*, 161-174.
- De Meyer, G., & Trappeniers, A. (2007). *Lexicon van de muziekindustrie. Werking en vaktermen*. Leuven: Acco.
- Dörr, J., Wagner, T., Benlian, A., & Hess, T. (2013). Music as a Service as an Alternative to Music Piracy? *Business & Information Systems Engineering*, 383-396.
- Goldrich, A. (2015). STREAMING MOGULS ARE BITING THE HAND THAT FEEDS THEM: ARTISTS BEG FOR A CHANGE IN INTELLECTUAL PROPERTY LAWS. *Journal of International Business & Laws*, 287-311.
- Gopal, R., Sanders, L., Bhattacharjee, S., Agrawal, M., & Wagner, S. (2004). A Behavioral Model of Digital Music Piracy. *Journal of Organizational Computing and Electronic Commerce*, 89-105.
- Gunther, J. P. (2016). Transformation of the Recorded Music Industry to the Digital Age: A Review of Technology-Driven Changes in the EU Copyright Framework Focusing on Their Effect on Digital Music Markets. *Economics and Society*, 1-267.
- Hampton-Sosa, W. (2017). The impact of creativity and community facilitation on music. *Computers in Human Behavior*, 444-453.
- Ingram, J., & Hinduja, S. (2008). Neutralizing Music Piracy: An Empirical Examination. *Deviant Behavior*, 334-366.
- Laing, D. (2009). World Music and the Global Music Industry: Flows, Corporations and Networks. *Collegium*, 14-33.

- Nguyen, G. D., Dejean, S., & Moreau, F. (2014). On the complementarity between online and offline music consumption: the case of free streaming. *Journal of Cultural Economics*, 315-330.
- Nordgard, D. (2017). *Determining Factors on Digital Change in the Music Industries : A qualitative analysis of the Kristiansand Roundtable Conferences*. Agder: University of Agder.
- Thomes, T. P. (2013). An economic analysis of online streaming music services. *Information Economics and Policy*, 81-91.
- Wlomert, N., & Papiés, D. (2016). On-demand streaming services and music industry revenues — Insights from Spotify's market entry. *International Journal of Research in Marketing*, 314-327.