



Streamování hudby #5

Spotify proti třem

Magazín ■ Karel Oprchal

Domníval jsem se, že se dostáváme k závěru našeho seriálu o streamovacích platformách. Už jsme se přeci jen společně zaměřili na vliv streamovacích platforem na živobytí hudebníků, na vznik hudby, na konzumaci hudby i na chování posluchačů. Měl by tak ideálně zbývat poslední aspekt streamování, který jsme už i několikrát nakousli, a sice poplatky streamovacích platforem. To bychom se ale připravili o jeden ilustrativní příběh – problém Spotify.

■ Revenue
■ Net Loss



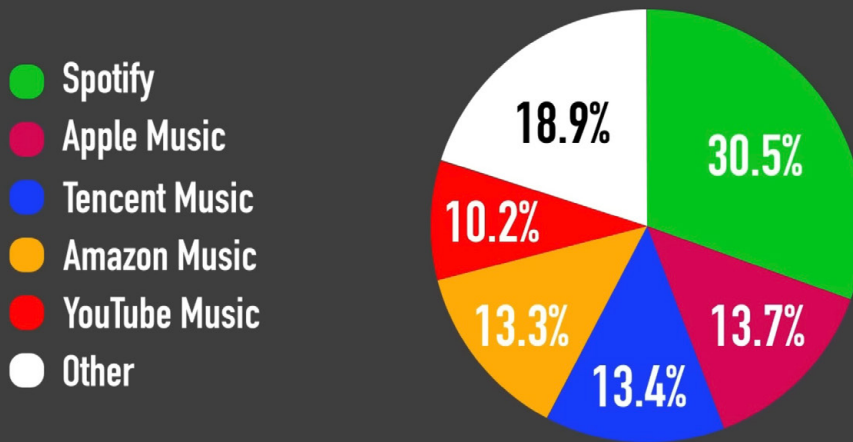
Zjišťuji, že čím více se člověk rozhodne si toto téma nastudovat, tím více se začne takříkajíc propadat do králičí nory a začne objevovat více a více vrstev a nuancí, které se všechny navzájem doplňují a společně utvářejí realitu, do které jsme všichni jako uživatelé internetu pořádně namočení. Jak jste měli šanci porozumět z mého téměř dvouměsíčního snažení, situace je cokoli, jen ne jednoduchá, a odráží se nejen na stavu hudebního průmyslu jako takového, ale především na chování lidí a našem vnímání okolí. Myslím si, že není velikou nadsázkou tvrzení, že lidstvo díky totálnímu přijetí internetu do svého života vstupuje do úplně nové éry, která bude ovšem vypadat úplně odlišně od té předcházející. Historici považují spuštění internetu za zlomový okamžik, ale dle mého názoru to byl stále jen předvoj tomu, co má teprve nastat.

HRA PRO VELKÉ KLUKY

Když se internet stal přístupným veřejnosti, nebyl zdaleka tak použitelný jako dnes a nikdo nevěděl, k čemu všemu vlastně může sloužit. Dnes je situace dramaticky odlišná – téměř celá populace už chápe sílu internetu a hodnotu informace a kdo ne, bude tento fakt muset přijmout. Internet se lidem ukázal jako užitečný nástroj a tak vše, co děláme, se nějakým způsobem odvíjí od připojení k internetu. I kdyby to mělo být jen ve formě skupiny na WhatsAppu pro zjednodušení a zefektivnění komunikace, je moje tvrzení pravdivé. O hudbu byl ale nicméně vždycky obrovský zájem a tak se dalo předpokládat, že se internet distribuce hudby dotkne šíleně. Hudba totiž není fyzická a tak se jako médium dá virtuálně šířit velmi jednoduše. Je také logické, že internet v podstatě zabil rádia jako primární způsob distribuce nových singlů, protože stejně jako v případě televize je jednodušší si

O hudbu byl vždycky obrovský zájem a tak se dalo předpokládat, že se internet distribuce hudby dotkne šíleně. Hudba totiž není fyzická a tak se jako médium dá virtuálně šířit velmi jednoduše.

Music Streaming Service Market Share



pořad nebo film pustit tehdy, když to vyhovuje mně. Přestože ale vnímáme, že se něco chystá, svět se ještě ve svém novém oblečku necítí úplně komfortně. Jak jsem již psal, hudební průmysl (čti hudební vydavatelství) ještě stále hledají způsoby, jak udržet stabilní přísun peněz, jak udržet rozložení moci, jak růst, jak dál žít. A přesně z toho důvodu dnes toto povídání směřujeme právě k financím, které hudebníkům a jejich chlebovárcům ze streamovacích platform plynou.

Několikrát jsem v tomto seriálu již zmínil dobře známý fakt, že poplatky za stream vyplácené jednotlivými streamovacími platformami majitelům autorských práv nejsou nijak valné, ale taky si nejsou na všech streamovacích platformách rovny. K jejich konkrétní výši platforma po platformě a tomu, jakými způsoby se vyplácení tantiém dá uchopit, se dostaneme v 6. díle, neb teď ještě musíme přijít menší odbočka k hudebnímu průmyslu

a jeho nelítostnému boji se streamovacími platformami jako takovému. Vycházet budu v tomto případě z dalšího z podnětných videí na YouTube, které na člověka postupně vyskakují jak čertík z krabičky a jedno za druhým mu pomáhají lépe porozumět celé problematice.

Musíme v první řadě chápat fakt, že na trhu s hudbou figurují primárně tři největší hudební vydavatelství (viz obrázek), která ho ovládají z více než 70 %, samy mezi sebou si tvrdě konkurují a dohromady utvářejí neprostupný oligopol, který taky společnými silami táhne za jeden provaz, aby udržel celkovou stabilitu systému. Sony Music, Warner Music Group a Universal Music Group se tak společně předhánějí, kdo z nich největším světovým umělcům nabídne lepší smlouvu, ale zároveň bojují o to, aby mu ji nedal nikdo další, kdo by tak mohl vstoupit mezi ně. A zatímco si hudební vydavatelství takto šikovně

Poplatky za stream vyplácené jednotlivými streamovacími platformami majitelům autorských práv nejsou nijak valné, ale taky si nejsou na všech streamovacích platformách rovny.



konkurují a udržují si to své jisté, největší boj svádí paradoxně právě se streamovacími platformami a zejména pak s těmi, které jsou na trhu osamoceny a jejich existence je samoúčelná – poskytovat přístup k hudbě.

TANEC MEZI VEJCI

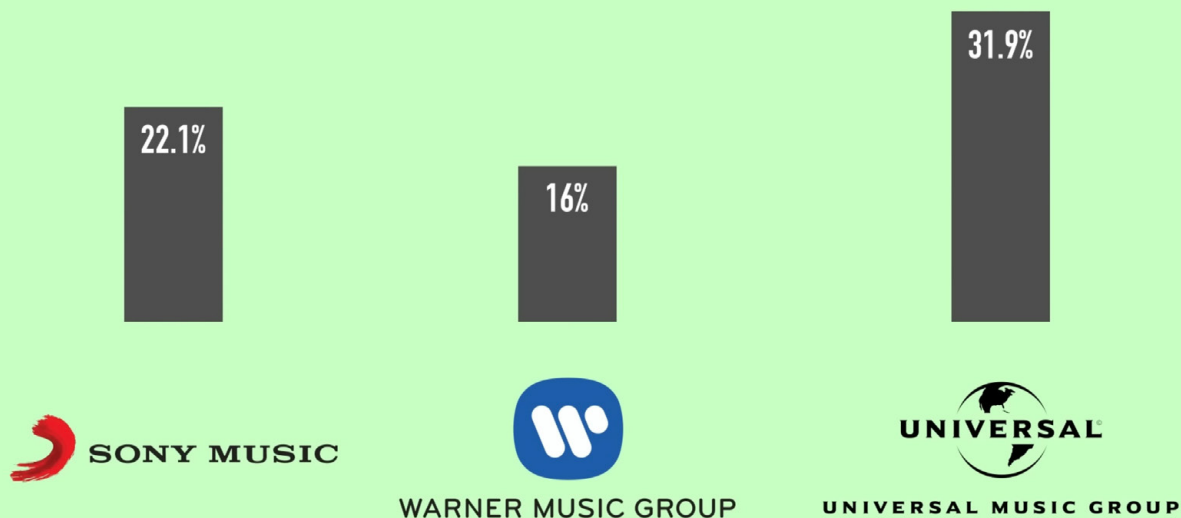
Jak již bylo řečeno, streamování je dnes primárním zdrojem hudby pro většinu populace; nikdo se dnes houfně nežene do prodejen Bontonlandu pořídít si nejnovější singl. Uchopit streamování správně je tedy pro hudební vydavatelství jakožto skutečné majitele autorských práv na umělce hudbu naprosto zásadní, protože jinak by mohla hned zítra zavřít krám. Problém ale je, že streamování z důvodů, jaké jsem detailně rozebral

Uchopit streamování správně je pro vydavatelství jako majitele autorských práv na umělce hudbu naprosto zásadní, protože jinak by mohla hned zítra zavřít krám.

v předcházejících dílech, nevynáší tolik peněz jako prodej fyzických nosičů. Aby umělec na streamování pořádně vydělával, potřebuje vysoké miliony streamů a ještě lidi donutit, aby ho poslouchali dost dlouho a dost často, je to prostě docela peklo. Jakmile je pak knihovna jednotlivých platform tak roztříštěná, jak momentálně je, ty drobné za jednotlivé streamy, které se ukrajují z jednoho společného koláče příjmů např. Spotify, se musí vyplácet obrovskému množství subjektů, tudíž na jeden stream vychází šíleně málo peněz.

Nemusíme zdůrazňovat, že tato šlamastyka třem hudebním vydavatelstvím vůbec nevyhovuje, a tak společně dělají všechno pro to, aby streamovací platformy, především pak Spotify, nesnižovaly tantiémy v zájmu vlastní záchrany, protože jim samotným jde o udržení se v černých číslech. Spotify, které je dlouhodobě ve velkých finančních problémech, totiž vyplácí ze stanoveného předplatného, pakliže se ho uživatel vůbec rozhodne platit, 3/4 právě majitelům hudebních práv a pouze 1/4 obratu si nechává pro sebe na celý svůj chod. To je pochopitelně tuze málo, ale tlak ze strany zejména oligopolu hudebních vydavatelství je evidentní. Jednak mají taky svoje závazky, ale hlavně musí spravovat svůj vliv. Spotify totiž i jako lídr mezi aplikacemi pro streamování hudby vůbec

Music Recording Market Share



Jestliže Apple bude navždy dotovat provoz Apple Music, může si to dovolit, protože svůj celkový zisk může vykrýt někde jinde.

není v jednoduché situaci. Jako dnes již jedna z mála společností nenabízí kromě poslechu hudby v nižší kvalitě a podcastů nic navíc, co by zákazníci motivovalo jí platit.

Zbývající dominantní hráči, byť podílem na trhu menší než Spotify, jako Apple Music, Amazon Music nebo YouTube Music jsou srovnatelnými projekty větších, výdělečných subjektů, které si – na rozdíl od Spotify – mohou dovolit na nich prodělat. Jestliže Apple bude navždy dotovat provoz Apple Music, může si to dovolit, protože svůj celkový zisk může vykrýt někde jinde. A naopak, pokud chce na Apple Music vydělávat, bude to pro něj rozhodně jednodušší, protože správa této služby ho vyjde levněji než samostatně figurující Spotify, které se nemá o co jiného opřít. Tvorba

Apple TV+ je jiný případ, tam Apple produkuje vlastní obsah, ale Apple Music je součástí ekosystému služeb, aplikací a hardwaru, a tak se skrze něj dobře vybízí k nákupu zařízení a naopak. V rámci balíčků předplacených služeb je také Apple Music reálně levnější než samostatně pořizované Spotify s lepšími algoritmy, ale horší kvalitou hudby, které se s žádnou jinou placenou službou sloučit nedá. Proto si Apple může za stejné ceny předplatného dovolit platit majitelům práv za stream násobně více peněz než Spotify, nehledě na to, že 100 % uživatelů Apple Music jsou platící zákazníci, zatímco u Spotify je to jen něco přes třetinu. To jsou všechno skutečnosti, které hrají v neprospěch Spotify a které umožňují oligopolu hudebních vydavatelství vmanévrovat Spotify přesně tam, kde se jim to hodí. Pokud Spotify zvýší ceny předplatného, platící uživatelé bezpochyby odejdou jinam, protože už teď Apple i Amazon Music nabízejí více za stejné peníze – přinejmenším bezztrátové kodeky. Pokud Spotify začne šetřit na tantiémách, odejde jedno nebo více vydavatelství ze Spotify, čímž je pohřbí. Je to Chicago 20. let a všichni se vzájemně drží pod krkem. Jediným řešením pro Spotify je tedy zázračným způsobem dramaticky zvýšit příjmy, což je v tak konkurenčním prostředí, jako je trh se streamovacími aplikacemi, takřka nemožné. ^{IP}