

de muziek in films, computerspellen en advertenties.

De voorspelbare en terugkerende inkomsten maken het beursfonds een geliefde belegging: de aandelen werden altijd hoog gewaardeerd.

ABRUPT STOP

Op papier mag dat verdienmodel heel aantrekkelijk klinken, de praktijk is altijd weerbarstiger. Dat bleek onlangs maar weer eens. In het tweede kwartaal stopte de muziek abrupt. Het aandeel UMG daalde op de dag na de cijferpresentatie (25 juli) met een kwart. Het was de grootste koersval sinds het platenlabel drie jaar geleden naar de Amsterdamse beurs trok. De afstraffing volgde op een tegenvallende groei van de inkomsten uit muziekstreaming in de maanden april tot en met juni.

De inkomsten uit abonnementen op streamingdiensten – die zo'n 40 procent van de totale omzet uitmaken – stegen in het tweede kwartaal met 'slechts' 7 procent, terwijl analisten rekenden op een groei van circa 11 procent. Dubbelcijferige percentages dus, zoals UMG in eerdere kwartalen nog wel haalde. Amazon en Apple verhoogden in 2023 hun streamingtarieven en konden daardoor minder nieuwe abonnees bijschrijven, en dat voelde UMG op zijn beurt. Het verschil tussen 7 en 11 procent mag dan misschien niet dramatisch ogen, voor de waarde van een bedrijf maakt het wel degelijk een groot verschil.

Een andere tegenvaller was de inkomstendaling uit advertenties op gratis streamingdiensten als Spotify en YouTube. Die verdiensten vielen terug omdat bedrijven hun promotiebudgetten verlaagden vanwege de magere economische vooruitzichten. De omzetzijding van dit segment was, met circa 4 procent, steviger dan verwacht. Daarnaast had UMG last van een geschil met filmpjesapplicatie TikTok. Ook



BILL ACKMAN. FOTOGRAFIE: REX BY SHUTTERSTOCK/LOZOVSKY/BFA/REX



bleek dat Meta, het moederbedrijf van Facebook en Instagram, in mei een licentiedeal met UMG niet had verlengd.

GROEIPAD

UMG had na die vertrouwensbreuk iets uit te leggen. Tijdens de *Capital Markets Day* (CMD) op 17 september drukte financieel directeur (cfo) Boyd Muir zijn publiek op het hart de resultaten vooral niet per kwartaal te beoordelen. De opmars van streaming is niet alleen maar een opgaande lijn en advertentie-inkomsten zijn evenmin een zekerheidje. Marktaandeel kunnen altijd wat schommelen.

Muir bezwoer beleggers dat de omzet uit streamingdiensten terug zou keren op het oude groeipad: tot 2028 moet die omzet tussen de 8 en 10 procent per jaar stijgen. Dat is fors hoger dan de 6 procent die analisten in hun modellen hadden staan (analistenconsensus voorafgaand

UMG ZET IN OP SUPERFANS VAN EXTREEM POPULAIRE ARTIESTEN ALS TAYLOR SWIFT EN BILLIE EILISH

aan de CMD). Volgens Muir moet circa de helft van die omzetgroei komen uit een toenemend aantal abonnees van streamingdiensten. De andere helft van de groei wil UMG realiseren door meer omzet uit iedere klant te persen.

Het muziekbedrijf zet bij dat laatste onder andere in op superfans van extreem populaire artiesten als Taylor Swift en Billie Eilish. Volgens de cfo is circa 20 procent van de abonnees van de streamingdiensten bereid een duurder premium-abonnement af te nemen om niet alleen te profiteren van een betere geluidskwaliteit, maar ook voorrang te krijgen bij het beluisteren van nieuwe releases van hun favoriete artiesten.

Later dit jaar lanceert streamingdienst Spotify naar verwachting een duurder abonnement. Onder medewerkers van het Zweedse bedrijf is dit initiatief al omgedoopt tot *Superpremium*. Het prijskaartje zou