

De games-industrie is niet langer een spelletje

De gamesindustrie wordt volwassen. Niet alleen zijn de meeste gamers ouder dan 25 jaar, maar het wordt ook een serieuze vorm van lifestyle. Op dit moment staan we op het omslagpunt over hoe er gedacht wordt over games. Games moeten niet langer worden gezien als een 'loos tijdverdrijf', maar als een business waar veel geld mee te verdienen is. Op deze veranderingen wordt handig ingespeeld door verschillende fabrikanten van games en consoles. Zij proberen om deze veranderingen zo goed mogelijk te managen en naar hun eigen hand te zetten.

De games-industrie is al ruim 20 jaar oud, maar het is jarenlang een onderbelicht fenomeen geweest. De allereerste spellen konden worden gespeeld in een Arcade hal. Maar de gamers wilden thuis ook kunnen spelen. Dit werd begin jaren '80 gerealiseerd door onder andere Atari en Commodore. Door een console aan te sluiten op je TV, was je in staat om zelf, grafisch zeer eenvoudige spellen te spelen zoals Pong. Toen de PC een beetje ingeburgerd raakte, kwamen ook hier al snel de eerste spellen voor. Enkele van de meest verkochte PC spellen van de afgelopen vijftien jaar zijn Duke Nukem 3D, Myst en Quake. Van elk van deze spellen zijn miljoenen exemplaren gekocht en (waarschijnlijk) nog eens een veelvoud daarvan gekopieerd. Tegenwoordig is de games-industrie al zo groot dat er bijna meer geld in omgaat dan in de Hollywood film-industrie.

Een ander gamesegment dat de afgelopen twee jaar een flinke boost kreeg, was de bordspelenmarkt. Opeens lijkt het wel alsof iedereen *De Kolonisten van Catan*, inclusief alle mogelijke uitbreidingen, speelt. Er zijn hiervoor twee belangrijke oorzaken voor aan te wijzen: Van het bordspel wordt ook een PC-versie uitgebracht en het spelen van het bordspel is een moment van sociale interactie (De Graaf, 2003). Een 'potje Catannen' is een mooi excuus om je vrienden weer eens te zien en te spreken.

Phantom

Naast de populariteit van de PC-games hebben de verschillende consoles ook bijgedragen aan de ontwikkeling van de games-industrie. Vooral de laatste jaren strijden de consolefabrikanten om de gunsten van de gamer. Zo heeft Nintendo onder meer de Gameboy, Gameboy Advanced en de N64, Microsoft de Xbox, Sega de Dreamcast en Sony de Playstation en Playstation 2. Al deze consoles hebben weer iets wat de andere niet heeft. Zo heeft de één de mogelijkheid om gebruik te maken van het Internet en de mogelijkheid om een game in de multiplayer versie te spelen. In de Xbox kun je DVD's afspelen en met een beetje sleutelen kun je er zelfs een heuse computer van maken.

De consoles hebben vaak geen exclusiviteit, dit houdt in dat de games die uitgebracht worden op de verschillende consoles te spelen zijn. De consoles moeten het vooral van de prijzenoorlog hebben of van de bovengenoemde extra's. De consolemarkt lijkt dan ook verzadigd. Maar bij Infinium Labs denken ze daar anders over. Eind 2003 zullen zij de Phantom op de markt brengen. Deze console zal zich voornamelijk richten op de mogelijkheid om online tegen iedere andere gamer (ongeacht of dat een PC-gamer is of van een andere console gebruik maakt) te spelen.

Het kost honderden miljoenen om zo'n nieuwe console te ontwikkelen en in de markt te zetten. Ook het behouden van je marktpositie en het ontwikkelen van nieuwe games kost miljoenen. Met het verkopen van de console tegen de kostprijs zal het geld niet terugverdiend

kunnen worden. Daarom wordt er slim gebruik gemaakt van de game zelf. Zo krijgen bedrijven de mogelijkheid om in games te sponsoren. Bij voetbalspelen als FIFA 2003 zie je dan ook op de reclameborden namen verschijnen van Coca Cola en Radio 538. Of je ziet het personage gebruik maken van het nieuwste type horloge van Omega.

Bovenstaande laat zien dat reclamebureaus de mogelijkheden van games weten te integreren in de marketingmix voor een aantal bedrijven. Voor de adverteerder heeft het dan ook een aantal voordelen om te adverteren in een game. Zo wordt het product geassocieerd met het imago van het spel, in het geval van Radio 538 sportief en stoer. Een ander voordeel is dat het merk langdurig in beeld is en de speler geen invloed heeft om de advertentie te blokkeren. De meeste gamers vinden de advertenties niet storend, want zij spelen graag in een zo realistisch mogelijke wereld, en daar horen ook reclame-uitingen bij.

N-Gage

Ook branche-vreemde fabrikanten zien de games als toegevoegde waarde voor hun eigen product. Zo is het al een aantal jaar mogelijk om op je mobiele telefoon eenvoudige spelletjes te spelen. Nokia is niet voor niets zo groot geworden, want hadden zij niet dat leuke spel Snake, wat je moest hebben? Maar met de nieuwe generatie telefoons in het vooruitzicht worden ook de spelletjes hierop geavanceerder. In dit voorjaar brengt Nokia de N-Gage uit. Dit is eigenlijk een spelcomputer waarmee je desgewenst ook kunt bellen. Nintendo en Sega zijn enkele leveranciers die hiervoor spellen fabriceren. De spellen kun je spelen door ze te downloaden of door een smartcard met daarop het spel in je telefoon te stoppen.

De concurrentie probeert niet achter te blijven en het is al enkele maanden mogelijk om bijvoorbeeld *The Prince of Persia* te spelen op je Siemens telefoon. De games zijn weliswaar in kleur, maar de kwaliteit ervan is ongeveer net zo als dat van de gameboy 12 jaar geleden. De spellen zijn te downloaden van het Internet, uiteraard tegen betaling. Free Record Shop lanceerde kort geleden de site Freemobile.nl waar je spellen kunt downloaden voor gemiddeld € 4,- per spel. Oude tijden herleven weer met spellen als *Duke Nukem* en *Prince of Persia*.

Concluderend kunnen we zien dat de games-industrie eindelijk volwassen aan het worden is. Dit wil dus zeggen dat niet alleen de games door volwassen worden gespeeld, maar ook dat de media de game als een marketingtool zien waar heel veel geld in omgaat en mee te verdienen is. In de VS worden de eerste bioscoopzalen al omgebouwd tot zalen waar je tegen elkaar kunt gamen en toeschouwers mee kunnen kijken op grote schermen. Hier wordt letterlijk de film ingeruild voor de game. Wellicht een ideetje voor Pathé?

Fabian de Graaf

Aantal woorden: 1011

Streamers: “De Games-industrie is eindelijk volwassen geworden”