

# Domeinpagina Games – editie 2020

Auteur: Bjorn Schrijen

*Dit is een gearchiveerde versie (d.d. 17 september 2021) van de tekst die eind 2020 voor het eerst als onderdeel van de Cultuurmonitor op de domeinpagina Games verscheen.*

## 1. Trends en ontwikkelingen

### Een wereldwijd snelgroeiende miljardenindustrie

Wereldwijd spelen steeds meer mensen videogames. Recente data schatten dat 2,3 tot 2,7 miljard mensen wel eens een game opstarten, hetgeen neerkomt op circa een derde van de wereldbevolking (Narula 2020, Gough 2020a, Wijman 2020a). Dit aantal groeit bovendien snel: in 2015 lag het aantal gamers nog onder de 2 miljard, en de voorspelling is dat de 3 miljard in 2023 bereikt zal worden (Gough 2020b).<sup>1</sup> Vooral de opkomst van de smartphone heeft een belangrijke rol in deze groei gespeeld. Doordat een groot deel van de wereldbevolking dagelijks een apparaat op zak heeft waarop een groot aanbod (gratis) games gespeeld kan worden, is de drempel om games te spelen nog nooit zo laag geweest (Wijman 2020a).

Naast het zelf spelen van games zit ook het kijken naar andere gamers in de lift. Marktonderzoeker Newzoo schat dat in 2020 wereldwijd 495 miljoen mensen naar *e-sports* kijken: wedstrijden waarin vaak professionele gamers het op hoog niveau tegen elkaar opnemen (Rietkerk 2020).<sup>2</sup> Daarnaast kijken veel mensen ook naar andere soorten video's over games. De populariteit van streamers die zichzelf filmen terwijl ze een game spelen kan hierbij niet onopgemerkt blijven, maar ook video's met bijvoorbeeld tips, montages of recensies worden vaak bekeken (Vandewalle 2018). Volgens onderzoeksbureau SuperData keken in 2019 in totaal 944 miljoen mensen naar deze en andere video's over games (SuperData 2020).

De groeiende interesse in videogames vertaalt zich ook in een wereldwijd stijgende omzet. In 2020 zal deze omzet – mede dankzij de toegenomen gameverkoop tijdens de coronacrisis – volgens verwachting van Newzoo uitkomen op 174,9 miljard dollar (+19,6% t.o.v. 2019), en de voorspelling is dat dit bedrag blijft stijgen tot 217,9 miljard dollar in 2023. 49 procent van de omzet in 2020 is

---

<sup>1</sup> In deze cijfers is de impact van de coronacrisis nog niet meegenomen.

<sup>2</sup> Zie voor een verdere verkenning van *e-sports* (in Nederland) ook Dool 2019.

afkomstig van games voor smartphones en tablets, 22 procent van pc-games en 29 procent van games voor speciale en vaak krachtige spelcomputers als de PlayStation, Xbox en Nintendo Switch (Wijman 2020b).

Steeds meer mensen spelen, kijken en kopen games, en zij hebben ook de beschikking over een steeds groter wordend aanbod. Door het succes van videogames en een toenemende beschikbaarheid van goede software en tutorials om zelf games te maken, komen er ook steeds meer nieuwe spellen beschikbaar. Hoewel hier geen precieze cijfers over bestaan, is het wel mogelijk om naar enkele individuele platforms en webshops te kijken. Zo werden er in 2019 bijna 50.000 smartphone- en tabletgames ingediend voor Apple's App Store, verschenen er ruim 8.200 pc-games op het platform Steam, en konden bezitters van een Nintendo Switch kiezen uit bijna 1.500 nieuwe games (Calvin 2020, Kain 2020, Pocketgamer.biz 2020).<sup>3</sup>

## Groei in de Nederlandse game-industrie

De wereldwijde groei van de game-industrie is ook in Nederland zichtbaar. De in 2019 verschenen editie van de *Games Monitor* van Dutch Game Garden laat zien dat het aantal bedrijven in de Nederlandse game-industrie tussen 2015 en 2018 met 5,0 procent per jaar toenam tot 575. Daarnaast groeide het aantal banen met 10,1 procent per jaar tot 3.850. Vooral het aantal bedrijven dat zich specialiseert in *entertainmentgames* steeg daarbij, van 160 naar 217. Het in Nederland traditioneel relatief hoge aantal bedrijven dat *applied games* maakt voor bijvoorbeeld het onderwijs of de zorg bleef met 114 bedrijven op een vergelijkbaar niveau als in 2015. Al deze bedrijven samen waren in 2018 goed voor een omzet van 225 tot 300 miljoen euro (Grinsven et al. 2019).

Net als in de rest van de wereld is daarnaast ook in Nederland de vraag naar nieuwe games groot. De meest recente cijfers schatten het aantal Nederlandse gamers (voorafgaand aan de coronacrisis) in op 7,4 tot 7,6 miljoen, die in 2017 volgens PricewaterhouseCoopers 886 miljoen euro aan games uitgaven (Ammelrooy 2018, Grinsven et al. 2019, Multiscope 2020).

## Een culturele factor van belang

Hoewel er voor Nederlandse game-ontwikkelaars enkele subsidiemogelijkheden zijn bij het Stimuleringsfonds Creatieve Industrie (binnen de regeling 'Digitale cultuur') en het Letterenfonds

---

<sup>3</sup> Deze cijfers zijn echter niet bij elkaar op te tellen, omdat games vaak op meer dan één platform verschijnen.

(binnen de regeling ‘Digitale literaire projecten’), spelen videogames vooralsnog een beperkte rol in het cultuurbeleid. In een artikel dat hierover in 2020 in *NRC* verscheen, trok het ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap zelf een duidelijke lijn tussen games en andere audiovisuele producties: ‘Nederlandse films en series vertellen verhalen over onszelf, over anderen, over de samenleving. Ze weerspiegelen de leefwerelden in onze samenleving vanuit een sterke verbeeldingskracht. Daarmee onderscheiden dit soort producties zich van media-aanbod dat bijvoorbeeld bestaat uit nieuws, sport, spel or “reality”’ (Maessen 2020).

In de cultuurmonitor maken we dit onderscheid niet, en rekenen we ook games tot het culturele veld. Want hoewel zeker niet elke game beoogt een verhaal te vertellen of een artistieke ervaring te bieden, zijn er steeds meer makers die het medium wel voor dit doel gebruiken. De waaier aan thema’s waaraan zij daarmee uitdrukking geven is breed, en beslaat vrijwel alle denkbare facetten van het menselijk leven: van hoogst individuele gevoelens als schuld, liefde, depressie, hoop of de omgang met de dood, tot belangrijke maatschappelijke thema’s als immigratie, diversiteit, klimaatverandering of politieke machtsstructuren.

Voor alle soorten games geldt daarnaast dat makers een verbeeldingskracht inzetten die niet alleen de unieke, interactieve mogelijkheden van games zelf omvat, maar ook aan vrijwel alle andere kunst disciplines raakt. Videogames combineren beeldende kunst, film, verhaal, muziek, architectuur, ontwerp en in hun thematiek soms ook erfgoed.<sup>4</sup> Al die elementen komen samen in het spel, maar vinden ook erkenning in de bredere culturele sector. Zo worden digitale werelden verder verkend in boeken en films, en zijn er – ook in Nederland – verschillende recente voorbeelden van musea die tentoonstellingen aan games wijdden of klassieke orkesten die videogamemuziek op het concertprogramma plaatsten.

## Structurele uitdagingen

Ondanks de groei van de Nederlandse game-industrie wijst de *Games Monitor* ook op enkele structurele uitdagingen. Een belangrijke daarvan is validatie: lang niet altijd wordt het medium ‘videogames’ op waarde geschat. Zo ervaren makers van *applied games* dat de waarde van hun

---

<sup>4</sup> Dit is bijvoorbeeld ook goed zichtbaar in de programma’s van de verschillende Nederlandse studies die opleiden voor een functie in de game-industrie. Hierin zijn niet alleen cursussen en vakken over gameontwerp opgenomen, maar (onder andere) ook over ‘advanced visual arts’, ‘modelling’, ‘animation’ en ‘narrative design’. Zie voor deze programma’s bijvoorbeeld

<https://www.buas.nl/opleidingen/creative-media-and-game-technologies> en <https://www.hku.nl/en/study-at-hku/games-and-interaction/game-development>.

games vaak niet onderkend wordt, en dat opdrachtgevers geen goed beeld hebben van de tijd en kosten die in het ontwikkelen van een game zitten (Grinsven et al. 2019). Voor makers van *entertainment games* betekent de beperkte rol die games binnen het cultuurbeleid innemen daarnaast dat ook subsidiemogelijkheden beperkt zijn (Grinsven et al. 2019, Maessen 2020).

Een tweede uitdaging is dat opleidingen en de arbeidsmarkt van de Nederlandse game-industrie niet altijd optimaal op elkaar aansluiten. Er studeren jaarlijks meer studenten af dan er banen zijn, al blijkt in de praktijk dat deze studenten met hun geleerde vaardigheden ook buiten de game-industrie vrijwel altijd goed terecht komen. Tegelijkertijd rapporteren gamebedrijven dat ze soms moeite hebben om geschikt personeel te vinden: afgestudeerden hebben niet altijd genoeg programmeerervaring, en talentvolle programmeurs krijgen vaak aanbiedingen van grote ICT-bedrijven of buitenlandse studio's (Grinsven et al. 2019).

Ten derde biedt de groei van de wereldwijde game-industrie zowel kansen als uitdagingen. De afzetmarkt is groter dan ooit, maar er zijn ook steeds meer spellen die om de aandacht en het geld van spelers vragen. Daardoor wordt het – zeker voor kleinere spellen – ook steeds moeilijker om op te vallen binnen dit aanbod (zie bijvoorbeeld ook Henges 2020).

Tot slot biedt de Nederlandse gamesector – net als in andere landen – vooralsnog voornamelijk werk aan mannen. Hoewel het aandeel vrouwen de laatste jaren gestegen is, bedroeg dit in 2018 alsnog slechts 19 procent (Grinsven et al. 2019). Dit is een duidelijke ondervertegenwoordiging, te meer omdat wel ongeveer de helft van de spelers een vrouw is (NOS 2019).

## Een sector in beweging

Wie enkele willekeurige videogames naast elkaar legt die zijn verschenen tussen 1970 en 2020, valt direct op hoe snel het medium zich in vijf decennia heeft kunnen ontwikkelen van primitieve pixels en piepjes tot enorme, inmiddels bijna fotorealistische digitale werelden. En die ontwikkeling lijkt nog lang niet ten einde. Het is enigszins riskant om voorspellingen te doen over hoe die ontwikkeling er precies uit gaat zien, maar het lijkt aannemelijk dat de volgende ontwikkelingen de komende jaren in elk geval een rol gaan spelen:

- **Nieuwe technologieën:** Op het moment van schrijven zijn net de PlayStation 5 en de Xbox Series X en S verschenen: nieuwe, krachtige consoles die nog grotere en geavanceerde games mogelijk maken. Daarnaast zijn *augmented reality* (AR) en *virtual*

*reality* (VR) al enkele jaren in opkomst, al hebben Nederlandse makers hogere verwachtingen van AR dan van VR (Grinsven et al. 2019).

- **Cloud gaming:** Een andere opkomende technologie is *cloud gaming*. Nu moet een speler een game meestal nog downloaden op zijn mobiele apparaat, pc of spelcomputer, waarbij dit apparaat krachtig genoeg moet zijn om het spel te laten werken. Bij *cloud gaming* draait de game vanaf een externe server, die het spel streamt naar het apparaat van de speler. Daardoor maakt het minder uit welk apparaat een speler bezit, zolang hij of zij maar een goede en stabiele internetverbinding heeft. De komst van nog sneller internet (5G) kan deze trend versnellen (zie ook Lubek 2019, Fernandes 2020).
- **Abonnementdiensten:** Net als in veel andere culturele sectoren komen er in de gamesector steeds meer abonnementdiensten op die de gebruiker voor een vast bedrag per maand of jaar toegang geven tot een groot, en vaak wisselend, aanbod aan games die gedownload of gestreamd kunnen worden (Wijman 2019). Dit kan mogelijk het verdienmodel van de industrie veranderen, al is het nog te vroeg om te zeggen of abonnementdiensten het dominante model gaan worden of simpelweg een aanvullende manier om van games te genieten.
- **Rol van streamers en influencers:** Nu al kijken veel mensen online naar video's over games. De verwachting is dat dit in de toekomst nog verder toeneemt, en dat dit ook van invloed gaat zijn op games zelf – bijvoorbeeld doordat spelers meer creatieve mogelijkheden verwachten om zelf iets te creëren dat zij online kunnen delen (Newzoo z.j.). Tevens is het aannemelijk dat hierdoor ook de rol van streamers en influencers in marketing toeneemt. Nu al zet meer dan de helft van de Nederlandse makers van *entertainment games* betaalde of onbetaalde influencers hiervoor in (Grinsven et al. 2019).

## De impact van de coronacrisis

Videogames worden voornamelijk digitaal geproduceerd, gedistribueerd en geconsumeerd. In vergelijking met andere culturele sectoren is de wereldwijde gamesector daardoor in relatief beperkte mate geraakt door de coronacrisis, en lijkt deze er op het eerste gezicht zelfs van te profiteren. Door lockdowns zijn mensen namelijk wereldwijd beduidend meer games gaan spelen en kopen (Ammelrooy 2020, Consultancy.nl 2020, Schipper 2020). In november stelde marktonderzoeker Newzoo zijn eerdere wereldwijde omzetverwachting voor 2020 dan ook flink naar boven bij: van 159,3 naar 174,9 miljard dollar – een stijging van 19,6 procent ten opzichte van 2019 (Wijman 2020a, 2020b). Van de Nederlandse gamemakers verwachtte in november 2020

40 procent dat jaar een omzetstijging te behalen ten opzichte van een jaar eerder (Dutch Game Garden 2021).

Dat de gamesector als geheel meer winst maakt door de coronacrisis, wil echter niet zeggen dat er niet ook negatieve gevolgen zijn voor individuele makers en studio's. Dat bleek ook duidelijk uit een enquête die Control Magazine in oktober 2020 uitzette onder 56 Nederlandse gamestudio's. Een deel van de studio's meldt door de coronacrisis meer projecten en meer omzet te hebben gekregen, terwijl bij andere studio's de financiële positie juist verslechterd is en ontslagen onvermijdelijk waren (Otterlo 2020). Een veelvoorkomend probleem is daarnaast vertraging van projecten: internationaal moest ongeveer een derde van de gamestudio's de release van een game uitstellen (Gamasutra 2020). Ook ontstond die vertraging in andere delen van de keten, bijvoorbeeld bij makers van apparatuur of in fysieke gamewinkels (Dutch Games Association 2020).

Belangrijker zijn echter de gevolgen die de crisis heeft voor kleine studio's en makers van *applied games*, aangezien die samen een groot deel van de Nederlandse game-industrie vormen. De kleine studio's lijden eronder dat veel beurzen en evenementen voor zowel consumenten als professionals dit jaar (fysiek) niet doorgaan. Hiermee lopen zij belangrijke zichtbaarheid voor hun games mis, alsook de kans om potentiële uitgevers, partners en investeerders te ontmoeten (Dutch Games Association 2020). Dit bemoeilijkt met name het leggen van nieuwe contacten. Daar staat tegenover dat de verschuiving van fysieke naar digitale ontmoetingen ook voordelen kan bieden: een deel van de studio's spreekt bestaande contacten nu vaker en gemakkelijker (Dutch Game Garden 2021).

Makers van *applied games* lopen bovendien het risico dat potentiële klanten door de economische onzekerheid investeringen uitstellen – zeker in sectoren die het erg moeilijk hebben. Hierdoor wordt het voor hen vanzelfsprekend moeilijker om nieuwe opdrachten te verwerven (Dutch Games Association 2020).

Met het oog op deze problemen riep brancheorganisatie Dutch Games Association overheden dan ook op om niet voetstoots ervan uit te gaan dat 'games will be fine'. Deze oproep ging gepaard met verschillende suggesties ter ondersteuning, om te voorkomen dat de ontwikkeling van de in Nederland nog prille sector verstoord zou worden, en Nederlandse games nog minder zichtbaar zouden worden ten opzichte van de buitenlandse concurrentie (Dutch Games Association 2020).

## 2. Wat willen we verder weten over de gamesector?

Met de driejaarlijkse *Games Monitor* van Dutch Games Garden is er goed zicht op de makerskant van de Nederlandse gamesector. Bekend is in elk geval hoeveel bedrijven en werkenden er zijn, wat zij doen, en hoeveel omzet zij hiermee ongeveer genereren – al zijn er geen exacte cijfers over hoeveel games zij produceren. Tevens is er een goed beeld van studies die opleiden voor werk in de game-industrie, en het aantal studenten dat hiervan afstudeert.

Er zijn echter nog relatief weinig periodieke en openbare data beschikbaar over de Nederlandse gamers. Hoeveel en welke Nederlanders spelen er games? Hoeveel tijd en geld besteden zij hieraan? In welke mate spelen zij ook games van Nederlandse makers? Hoeveel Nederlanders maken in hun vrije tijd zelf games of verwante content?

In aanloop naar de eerste volledige versie van de nieuwe cultuurmonitor, willen we in overleg met het veld onderzoeken of en hoe we meer inzicht in deze vragen kunnen krijgen. Tevens willen we in dit vervolgtraject de plek van videogames binnen het cultuurbeleid verder uitdiepen.

## 3. Meer weten over de gamesector?

Als onderdeel van de cultuurmonitor ontwikkelt de Boekmanstichting een database waarin een groot aantal cultuurcijfers op een gemakkelijke manier is terug te vinden. Wanneer deze is afgerond en ontsloten is, zal op deze plek een koppeling naar deze database worden opgenomen.

## 4. Literatuur

- Ammelrooy, P. van (2018) '[Games leveren meer geld op dan bioscoopfilms, boeken of kranten](#)'. Op: [www.volkskrant.nl](#), 2 oktober.
- Ammelrooy, P. van (2020) '[Gamesindustrie profiteert sterk van het vele thuisblijven: zal het feest aanhouden na een vaccin?](#)' Op: [www.volkskrant.nl](#), 17 november.
- Calvin, A. (2020) '[Over 8,000 games were released on Steam in 2019, according to SteamSpy](#)'. Op: [www.pcgamesinsider.biz](#), 2 januari.
- Consultancy.nl (2020) '[Markt voor videogames schrijft miljarden bij door corona](#)'. Op: [www.consultancy.nl](#), 29 september.

- Dool, R. van (2019) [Gamen & esport in Nederland: van breedtesport naar topsport](#). Utrecht: Mulier Instituut.
- Dutch Games Association (2020) '[COVID-19 and the Dutch Games Industry](#)'. Op: [www.dutchgamesassociation.nl](http://www.dutchgamesassociation.nl).
- Dutch Game Garden (2021) [Games Monitor the Netherlands: 2020 update – covid impact](#). Utrecht: Dutch Game Garden.
- Fernandes, G. (2020) '[The global cloud gaming market is on track to generate revenues of \\$3,2 billion by 2023](#)'. Op: [www.newzoo.com](http://www.newzoo.com), 2 april.
- Gamasutra (2020) '[GDC State of the Industry: WFH Edition survey reveals COVID-19's impact on devs](#)'. Op: [www.gamasutra.com](http://www.gamasutra.com), 16 juli.
- Gough, C. (2020a) '[Number of video gamers worldwide in 2020, by region](#)'. Op: [www.statista.com](http://www.statista.com), 28 augustus.
- Gough, C. (2020b) '[Number of active video gamers worldwide from 2015 to 2023](#)'. Op: [www.statista.com](http://www.statista.com), 15 oktober.
- Grinsven, C. van, M. Otten en O. Koops (2019) [Games monitor the Netherlands 2018](#). Utrecht: Dutch Game Garden.
- Henges, L. (2020) '[Examining the indie ins and outs of today's game distribution platforms](#)'. Op: [www.gamasutra.com](http://www.gamasutra.com), 19 juni.
- Kain, E. (2020) '[The Nintendo Switch released more games in 2019 than PS4 and Xbox One combined — but there's a catch](#)'. Op: [www.forbes.com](http://www.forbes.com), 11 januari.
- Lubek, S. (2019) '[6 leading game industry trends to watch in 2020](#)'. Op: [www.gamasutra.com](http://www.gamasutra.com), 23 december.
- Maessen, L. (2020) '[“Ook een game is cultuur” – de frustratie van een vergeten sector](#)'. Op: [www.nrc.nl](http://www.nrc.nl), 7 september.
- Multiscope (2020) '[Nederlanders gamen dagelijks half miljard minuten](#)'. Op: [www.multiscope.nl](http://www.multiscope.nl), 13 februari.
- Narula, H. (2020) '[A billion new players are set to transform the gaming industry](#)'. Op: [www.wired.co.uk](http://www.wired.co.uk), 29 december.
- Newzoo (z.j.) '[The 6 trends shaping the future of games & media as a whole](#)'. Op: [www.newzoo.com](http://www.newzoo.com).
- NOS (2019) '[“Ik ben geen nerd meer, omdat ik als vrouw World of Warcraft speel”](#)'. Op: [www.nos.nl](http://www.nos.nl), 27 mei.
- Otterlo, A. (2020) '[Dit zijn de resultaten van de control corona enquête](#)'. Op: [www.control-online.nl](http://www.control-online.nl), 20 oktober.
- Pocketgamer.biz (2020) '[Count of application submissions](#)'. Op: [www.pocketgamer.biz](http://www.pocketgamer.biz).



- Rietkerk, R. (2020) '[Newzoo: the global esports audience will be just shy of 500 million this year](#)'. Op: [www.newzoo.com](#), 25 februari.
- Schipper, N. (2020) '[Interactief socializen: Nederlanders zijn langer en vaker gaan gamen tijdens de coronacrisis](#)'. Op: [www.trouw.nl](#), 14 september.
- SuperData (2020) '[2019 year in review: digital games and interactive media](#)'. Op: [www.superdataresearch.com](#), januari.
- Vandewalle, A. (2018) '[The different types of gaming videos on YouTube](#)'. Op: [www.screenanigans.com](#), 1 juli.
- Wijman, T. (2019) '[Newzoo's games trends to watch in 2020](#)'. Op: [www.newzoo.com](#), 12 december.
- Wijman, T. (2020a) '[The world's 2.7 billion gamers will spend \\$159.3 billion on games in 2020; the market will surpass \\$200 billion by 2023](#)'. Op: [www.newzoo.com](#), 8 mei.
- Wijman, T. (2020b) '[Global game revenues up an extra \\$15 billion this year as engagement skyrockets](#)'. Op: [www.newzoo.com](#), 4 november.