

# Nederlandse game-industrie

## Niet alleen spelletjes

**Niels 't Hooft** De afgelopen tien jaar hebben games in Nederland zich ontwikkeld tot een snelgroeiende tak van de creatieve industrie. Er komen wekelijks nieuwe game-bedrijfjes bij. Naast recreatieve games zijn er toegepaste games gekomen die vooral educatieve doelen dienen. Het innovatienetwerk CLICK//Gather, dat gehost wordt door de Dutch Games Association, heeft een agenda opgesteld die bijdraagt aan meer en betere cross-overs met andere (top)sectoren.

Eind september werd het Utrechtse stadhuis overspoeld door videogames. Tijdens de derde editie van de jaarlijkse Indigo Showcase waren in de hal en gangen van het gebouw zo'n dertig uiteenlopende computerspellen opgesteld. Bezoekers dromden eromheen. De meeste games waren uit te proberen op witte, gestileerde speelkasten van industrieel ontwerper Martijn Koch, met schermen aan weerszijden, zodat passanten konden meekijken als er iemand stond te spelen. Sommige games draaiden op tabletcomputers, andere hadden een unieke set-up: voor *Tankbusters* bogen spelers zich over een enorme aanraaktafel en moesten ze elkaar verslaan, bij *Pillo* hadden ze drukgevoelige kussens op schoot waarmee ze samen stippen moesten zien te raken, en bij *Cello Fortress* namen ze het op tegen de gameontwerper zelf, bewapend met een echt strijkinstrument: melodieuze stuurden de wapens, dissonante noten activeerden de vlammenwerpers, en zo verder.

De games waren gemakkelijk, verrassend en vernieuwend. Sommige hadden duidelijk marktpotentie, andere verkenden vooral de mogelijkheden van dit relatief jonge medium. De eerste commerciële game werd pas in 1972 verkocht. Als je de gamegeschiedenis langs de filmgeschiedenis zou leggen, was het nu 1935, zes jaar voordat *Citizen Kane* werd gemaakt. Alle games lieten zien hoeveel er samenkomt in een gameproductie: beeld, geluid, drama, architectuur, interaction design en computerwetenschap. Zo bekeken zijn games misschien wel het summum van de creatieve sector. Ze hebben ook allang niet meer alleen entertainment als doel: het iPad-spel *Lost in Time* geeft een educatieve tocht door de stad, en *Woven*, kleding met ingebouwde druksensoren, maakt niet alleen games in de echte wereld mogelijk, maar stimuleert ook beweging, bij wijze van preventieve zorg.

En dan de klapper: alle games op Indigo waren bedacht, ontworpen en geprogrammeerd door Nederlandse studenten en professionals.

Daarmee was de expositie een uitstekende graadmeter van de Nederlandse game-industrie, die volgens prognoses in 2013 805 miljoen euro zal omzetten. Dat was ook het doel van de organisatie, de stichting Dutch Game Garden, die gamemakers stimuleert met onder meer een bedrijven-centrum en een incubator, en daarnaast promoot wat ze in hun mars hebben. Afgaande op de drie Indigo's op rij is dat steeds meer en steeds diverser.

### Demojongens aan de wieg

Nog maar een decennium geleden was dit ondenkbaar geweest. Hoewel de wereldwijde game-industrie massale vormen begon aan te nemen, met miljardenomzetten en miljoenen enthousiaste spelers, had gameland Nederland een grote achterstand ten opzichte van onder andere de VS, Engeland en Japan, de regio's waar de videogame zich in eerste instantie ontwikkelde. Meer dan de helft van de huidige gamebedrijven is na 2005 opgericht.

Davilex, het Nederlandse kantoorsoftwarebedrijf dat ook games ging maken, boerde in die tijd goed. Maar het succes van onder andere racespel *A2 Racer* en schietspel *Amsterdoom* was van korte duur. De populariteit was dan ook meer gebaseerd op de marketinggimmick van 'een spel in je achtertuin' dan op

werkelijke spelkwaliteit. Het bedrijf groeide snel, maar kwam niet mee met de steeds hogere productiewaardes en kwaliteit van games en ging in 2004 failliet. Naast Davilex waren er maar een paar andere studio's actief, zoals Triumph Studios in Delft, dat het strategische fantasiespel *Age of Wonders* maakte, Engine Software in Doetinchem, dat veel werk in opdracht deed, en Two Tribes in Harderwijk, dat het puzzelspel *Toki Tori* had ontwikkeld.

## Games zijn misschien wel het summum van de creatieve sector

De meeste van deze bedrijven waren opgericht door *computer graphics whizzkids* die in de jaren negentig actief waren geweest in de zogeheten *demoscene*. Daarin was de truc om met de beperkingen van primitieve thuiscomputers als de Commodore 64 en Amiga zo mooi mogelijke beelden op het scherm te krijgen, compleet met gelaagde muziek en 3D-effecten. Later bleek die vaardigheid zich uitstekend te lenen om games te maken. Niet voor niets hebben gamestudio's in heel Europa, met name Scandinavië en het voormalige Oostblok, hun wortels in de demoscene.

In Nederland was de belangrijkste van hen Lost Boys Games, later Guerrilla Games, voortgekomen uit een fusie van drie kleinere groepjes. Met een prototype van een grimmige sciencefiction-*shooter* wisten ze een contract bij Sony te krijgen, voor een grote productie op de PlayStation-spelcomputer. Na *Killzone 2* in 2005 werd de studio zelfs overgenomen door de multinational. Met meer dan 160 medewerkers is het inmiddels een van de grootste

gamebedrijven van Nederland, en de enige die filmachtige big-budgetproducties maakt.

### **Internationale arbeidsmarkt**

Naast het Killzone-prototype was er in 2001 nog iets belangrijks op handen: de Hogeschool voor de Kunsten Utrecht (HKU) bereidde een opleiding Gamedesign voor. Het was de eerste van zijn soort in Europa, waarna er nog vele anderen zouden volgen, ook in eigen land. Samen met de pioniersgeest van de demojongens vormen de studenten, bedrijven en kennis die uit de HKU voortkwamen het fundament van de Nederlandse game-industrie.

Wie games wil leren maken, heeft het inmiddels voor het kiezen. Op universitair niveau kun je terecht in Utrecht en Delft. Op hbo-niveau kun je naast Utrecht aan de slag in Breda, Leeuwarden en binnenkort ook Amsterdam. Daarnaast zijn er mbo's met gameopleidingen in Amsterdam, Utrecht, Rotterdam en Eindhoven, nog los van de scholen die 'iets met games' op het curriculum hebben staan.

Het groeiende aantal opleidingen levert klassieke vragen op: is het niveau wel hoog genoeg? En die honderden afgestudeerde gamestudenten per jaar, waar moeten die gaan werken? Zoals vaker met snelle ontwikkelingen, is de kwaliteit in het begin misschien niet afdoende, maar stijgt zij ieder jaar, zoals zichtbaar was tijdens Indigo. En waar scholen eerder nog het verwijt kregen te veel *allrounders* af te leveren, zie je nu dat ze steeds meer gesegmenteerde opleidingen aanbieden.

Wat de arbeidsmarkt betreft: wie aan grote producties wil werken, heeft weinig keuze: of je solliciteert bij Guerrilla, of je emigreert. Wie voor dat laatste kiest, is in goed gezelschap: doordat de gameontwikkeling hier zo traag op gang kwam, zijn tal van slimme en creatieve Nederlandse gamemakers uitgewaaid over de hele wereld om daar aan de slag te gaan bij de grote jongens.

Andere pogingen om internationaal mee te draaien met dure consumentengames zijn het afgelopen decennium gestrand: zie Davilex Games, maar ook de Amsterdamse game-uitgeverij Playlogic die een eigen studio had in Breda, het Haagse Spellborn dat een online rollenspel maakte en Coded Illusions uit Rotterdam, dat werkte aan een ambitieuze, avontuurlijke shooter. Ook het Amsterdamse Virtual Fairground moest stoppen: de studio maakte een online spel rond de Disney-serie *Galactik Football*. Maar de spelersaantallen vielen tegen en nieuwe projecten bleven uit, waarop de belangrijkste investeerder zich terugtrok.

Sinds de kredietcrisis zijn er geen nieuwe pogingen meer gewaagd om middelgrote tot grote gamebedrijven op te zetten. Het klimaat was er simpelweg niet naar, waarbij het niet hielp dat de grote producties alleen maar groter en dus nóg risicovoller werden. Niet voor niets slonk het aantal megagames niet alleen in Nederland, maar ook wereldwijd, zelfs bij de top van de gamebedrijven.

### **Innovaties en groei**

Desondanks blijken er verrassend veel mogelijkheden te zijn om aan games te werken, al is dat dan voor wie niet per se aan de allergrootste games wil bijdragen. Want in dezelfde tien jaar waarin grote producties riskanter werden en gameland Nederland zich zo ontwikkelde, is de markt ook in andere opzichten haast onherkenbaar getransformeerd. Er zijn meer businessmodellen gekomen, door platformen als Facebook, apparaten als smartphones, Wii's en Kinect-camera's, maar ook door de opkomst van spellen die niet in de eerste plaats op vermaak zijn gericht (*applied games*). Bovendien is het aantal actieve spelers enorm gestegen: volgens het Nationaal Gaming Onderzoek van Newzoo speelden er in 2012 alleen al in Nederland zo'n 8 miljoen mensen: 65 procent van de (online)bevolking. Dat zijn dus al lang

niet meer alleen kinderen, en het is ook geen typische mannenhobby meer: van de 3,5 miljoen *social gamers*, die games speelden op sites als Hyves en Facebook, was in 2010 bijvoorbeeld 49 procent vrouw. ([www.newzoo.nl](http://www.newzoo.nl))

De implicaties hiervan voor gamemakers zijn gigantisch. Tien jaar geleden kon je weinig anders dan een team van enkele tientallen mensen laten werken aan een game die je in een doosje in de winkel legde voor een euro of vijftig; nu is er een heel spectrum aan aanvliegroutes ontstaan. Niet alleen is het gemakkelijker om zelf games te maken, door goedkope of zelfs gratis ontwikkelsoftware zoals Unity en Game Maker, maar er zijn nu ook mogelijkheden om ze zelf te verkopen, voor bijna iedere prijs, gemaakt op vrijwel iedere schaal. Dat begint met *free-to-play*-games waaraan spelers gratis kunnen meedoen, en pas betalen als ze krachtiger willen worden in de game, of het zichzelf anderszins makkelijker willen maken. Soms wordt er helemaal niet betaald, behalve door de adverteerder naast of in het spel. Op dit soort gratis webgames is het succes van Spil Games uit Hilversum gebaseerd, met meer dan 350 medewerkers de grootste gameonderneming in Nederland. Maar ook bijvoorbeeld Xform en ISOTX uit Utrecht, gespecialiseerd in 3D-browsergames, gaan al jaren voortvarend te werk.

Dan zijn er de touchscreengames voor smartphones en tablets, te koop voor één of een paar euro, en momenteel duidelijk het populairste segment voor beginnende Nederlandse gamemakers. Doordat de appstores van onder andere Apple en Google zo toegankelijk zijn, is er een hausse ontstaan van duizenden games: er is zoveel keuze dat makers zich maar moeilijk kunnen onderscheiden. Toch lukt het Nederlandse gameontwikkelaars om successen te boeken: Vlambeer scoorde bijvoorbeeld met *Super Crate Box*, Gamistry met *Munch Time* en Firi Games met *Phoenix Fingle*, van het Utrechtse Game Oven, was een

van de opvallendste successen. Het spel is een soort *Twister* met je vingers: twee spelers moeten bewegende stippen volgen op hetzelfde scherm, wat onherroepelijk leidt tot fysiek contact. Een goed ontworpen ijsbreker, die werd genomineerd voor de belangrijke Independent Games Festival Awards én die aanzienlijke verkopen realiseerde.

Vervolgens zijn er de middelgrote producties die voor één of twee tientjes op online platformen worden verkocht, zoals Steam, PlayStation Network en Xbox Live Arcade, waar onder andere Vertigo Games en Ronimo uit Utrecht zich begeven. De een met het *Indiana Jones*-achtige avonturenspel *Adam's Venture*, de ander met *Awesomenauts*, een complexe futuristische strategiegame die in teams wordt gespeeld.

Het brede spectrum van gamemodellen eindigt met de grote producties, die nog steeds vooral in doosjes in de winkel worden verkocht. En hoewel deze markt onder druk staat, zullen ze daar voorlopig nog wel blijven liggen.

### **Applied games**

Games hoeven niet louter leuk te zijn en direct aan spelers verkocht te worden. Historicus Johan Huizinga schreef in de jaren dertig van de vorige eeuw al over het nut van spel om te leren handelen en denken. (Huizinga 1938) De eerste computergames waren logischerwijs nog geen commerciële producten: *Tennis for Two*, ontwikkeld in 1958 door de Amerikaan William Higinbotham, was bedoeld om bezoekers te vermaken tijdens een open dag van een onderzoekscentrum, net als *Spacewar!* uit 1961, ontwikkeld aan het Massachusetts Institute of Technology (MIT), dat vooral diende om de kracht en mogelijkheden van computers te verkennen. Het is dus niet heel vreemd dat zich naast de markt voor entertainmentgames een markt voor toegepaste speltoepassingen heeft ontwikkeld.

Het veld van de *applied games* is breed: het zijn ruwweg alle spellen die niet als primair doel hebben om spelers in ruil voor geld vermaak te bieden. Bovendien verdient de maker zijn geld dankzij andere belanghebbenden dan de spelers. Reclamegames vallen er bijvoorbeeld onder, die een merk of product op een interactieve manier onder de aandacht moeten brengen: onder andere *Little Chicken* en *Flavour* uit onze hoofdstad houden zich hiermee bezig. Veel applied games hebben een educatief doel: het is e-learning met een spelelement. Onder andere Ranj uit Rotterdam en IJsfontein uit Amsterdam zijn hier goed in. En Grendel uit Leeuwarden maakt internationaal naam met medische games. Andere partijen, zoals Hubbub uit Utrecht, houden zich onder andere bezig met applied games voor musea, zoals het kinderspel *Beestenbende* voor het Universiteitsmuseum Utrecht (zie de column van Jack van der Leden elders in dit nummer), en games die organisatorische verandering ten doel hebben, zoals *Code 4*, dat werd ontwikkeld in opdracht van de Belastingdienst Haaglanden. Dit soort games hebben een enorme potentie: je kunt mensen er iets mee leren zonder dat het aanvoelt als leren. In een veranderende maatschappij, waarin de kosten voor onderwijs en zorg

onder druk staan, zou gaming uitkomst kunnen bieden.

Niet voor niets wordt dit gebied meer dan ooit gestimuleerd, bijvoorbeeld met GATHER (*G*ames for *s*afe*T*y, *H*ealth, *E*ducation, and *i*ndust*R*y; games voor veiligheid, gezondheid, educatie en industrie), de innovatieagenda opgesteld door kennisinstellingen en de game-industrie, die zich naast de gebieden in de titel ook richt op erfgoed, duurzaamheid en nieuwe organisatievormen. Sector-

## Games hoeven niet louter leuk te zijn en direct aan spelers verkocht te worden

organisatie Dutch Games Association ([www.dutchgamesassociation.nl](http://www.dutchgamesassociation.nl)), dat belangen vertegenwoordigt van bedrijven, kennisinstellingen en overheden, heeft het op zich genomen om deze agenda verder te ontwikkelen, onder andere door meer en betere cross-overs met andere topsectoren die zijn aangewezen door het kabinet-Rutte I, zoals *life sciences & health* of energie (zie het interview met Valerie Frissen in dit nummer).

### Slagkracht kleine studio's

Al deze ontwikkelingen zorgen ervoor dat het helemaal niet zo'n gek idee is om een eigen studio te beginnen, of je nu net bent afgestudeerd of al ervaring hebt opgedaan bij een ander gamebedrijf, in binnen- of buitenland. De gamebedrijfjes schieten dan ook als paddenstoelen uit de grond, daarbij geholpen door organisaties als de Dutch Game Garden en subsidiefonds als het Gamefonds en NWO. De Dutch Games Association en vakblad *Control* zorgen voor een gezond ecosysteem

waarin gamebedrijven, kennisinstellingen en toepassingsgebieden elkaar weten te vinden.

De kleine studio's werken noodgedwongen slim en efficiënt: ze opereren met minimaal risico en groeien organisch. Voor hen hoeft het geen ramp te zijn als het niet lukt om op te vallen tussen duizenden: de kosten van de eenpitter of ministudio zijn laag, en als ze er niet in slagen geld te verdienen, hebben ze toch ervaring opgedaan die desnoods in dienstverband benut kan worden. En ook voordat ze eventueel besluiten om de studiodeuren te sluiten, zijn ze flexibel: als het resultaat van een eigen game tegenvalt, kunnen ze gemakkelijk schakelen naar werk in opdracht.

De startups van dit moment hebben bovendien een grote conceptuele en innovatieve kracht. Vanuit de academie zijn de gameontwikkelaars theoretisch onderlegd en kunnen ze spelideeën goed doorredeneren, van de spelmechanismes tot de verhaallijn. Daardoor zijn ze in staat media te combineren en samen te werken met branchevreemde partijen. Bijna allemaal werken ze volgens een iteratief model, waarbij ze zo snel mogelijk een prototype maken, dat door echte mensen laten testen, waarna ze het prototype aanpassen. Soms worden digitale spellen in

eerste instantie alleen in papieren vorm uitgewerkt, zodat de ontwerper minimale kosten maakt zolang er nog veel ontwerp-vraagstukken openstaan.

Contrasteer dit met de oude aanpak, waarbij een dik plan werd geschreven, alle afdelingen vervolgens los van elkaar aan de slag gingen, en de afzonderlijke delen vaak pas op het laatst werden samengevoegd. Op dat moment bleken de in het plan uitgesproken verwachtingen niet meer dan

## Er is hernieuwde interesse voor de game als medium van artistieke expressie

gokjes, en moest er nog heel veel gebeuren voor er een onderscheidend product was. Deze 'oude' aanpak zal herkenbaar zijn voor iedereen die in een grote organisatie werkt: er valt veel te leren van de moderne, agiele aanpak van gameontwikkelaars. Het is een goed voorbeeld van de innovatie die GATHER voorstaat en die er zomaar voor zou kunnen zorgen dat veel van de startups van nu kunnen uitgroeien tot de grote studio's van het volgende decennium.

### Artistieke inbreng

Maar laten we nog even teruggaan naar de Indigo Showcase in Utrecht. Misschien wel interessanter dan nieuwe businessmodellen en de mogelijke innovatiekracht van het ontwikkelmodel van gamemakers, is de hernieuwde interesse die is ontstaan voor de videogame als medium van artistieke expressie. Theoretici praten hier al jaren over, maar door de genoemde modellen, in combinatie met communityvorming van gelijk-

**Niels 't Hooft**

is journalist, blogger en gamesdeskundige. Hij schrijft voor *nrc.next* en werkt aan een non-fictieboek over games, dat eind 2013 verschijnt bij Atlas Contact

gestemden via internet, lijkt er nu ook daadwerkelijk een nieuw type games te ontstaan. Wie op Indigo rondkeek, zag hier duidelijke tekenen van. *Reus* van Abbey Games paste traditionele illustratietechnieken toe op een simulatiegame. *Bezircle* van Ludomotion ging aan de slag met organische vormen én een minimale bediening van slechts één knop. *Chalo Chalo*, van de Rotterdammers Richard Boeser en Tomasz Kaye, volgde de trend van minimalistische, functionalistische games: het landschap in dit racespel was tegelijk de gameplay. Dat landschap oogde als een vlakverdeling in grijs tinten, waarbij de tint invloed had op de snelheid en wegligging van de spelers. Ook *Cello Fortress* paste in deze beweging: het spel kwam voort uit de wens van Ronimo-programmeur Joost van Dongen om enerzijds zijn liefde voor cello's in een game te verwerken, en anderzijds de (artistieke) programmeeruitdaging aan te gaan om muziek om te zetten in spelgedrag.

Subsidiefondsen en andere culturele instellingen hebben de laatste jaren op deze ontwikkeling aangestuurd en ingespeeld. Het Gamefonds, opgezet in 2008 en gefinancierd door het ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap en diverse cultuurfondsen, vroeg aanvragers samenwerking te smeden tussen kunstenaars en gameontwikkelaars, met boeiende resultaten zoals de 'slow' game *Bohm* en zandbakgame *Mimicry* van Monobanda. Ook tijdens de exposities *Do It! Load It!* in het (toen nog) tijdelijke Stedelijk Museum en *It's art in the game* in het Museum Hilversum waren cross-overs te zien, waaronder *FLX*. van kunstenaar Han Hoogerbrugge en gamemaker Sander van der Vegte, waarin de spelers op het scherm in dwangbuizen zitten en met een elastiek aan elkaar zijn verbonden. Ondanks hun beperkte bewegingsvrijheid moeten ze zich samen een weg banen door een gestileerd landschap vol symboliek.

Dit soort samenwerkingen geeft kunstenaars niet alleen een nieuwe manier om zichzelf te uiten, het helpt gamemakers ook aan nieuwe vergezichten. Zo is de videogame zich langzaam los aan het weken van de pioniers, de *graphics wizards* die werkten vanuit de mogelijkheden van de technologie en vanuit het voorbeeld van de buitenlandse games waarmee ze zelf waren opgegroeid. Games leken altijd veel op games: dat er meer mogelijk is, mag inmiddels duidelijk zijn. De komende tien jaar gaan Nederlandse gamemakers daar zonder twijfel meer van laten zien.

**Literatuur**

Huizinga, J. (1938) *Homo ludens: proeve eener bepaling van het spel-element der cultuur*. Haarlem: H.D. Tjeenk Willink & Zoon.