

Haat voor Bobby

De meest gehate man in de game-industrie is toch wel Bobby Kotick, CEO van speluitgever Activision Blizzard. Meer nog dan zijn collega-directeuren belichaamt hij het dubbele van de game-industrie. Enerzijds staat die bekend als speels, creatief en zijn games een spannende, nieuwe kunstvorm waar nog zoveel mee mogelijk is. Anderzijds is het vooral ook een industrie waar miljarden verdiend worden en waar elk succesvol spel minstens twee vervolgen krijgt.

Kotick staat overduidelijk aan de zakelijke kant. In interviews en publieke optredens komt een beeld naar voren van iemand die games verkoopt zoals hij ook wasmiddel of brood zou verkopen: als producten in plaats van interactieve kunst. En dat mag zijn bedrijf winstgevend maken, de kritiek die hij op deze aanpak krijgt is meer dan terecht.

Want de kleine, ietwat corpulente veertiger is financieel gezien buitengewoon succesvol. Op dit moment is Activision Blizzard met een jaarlijkse omzet van 4,4 miljard dollar een van de grootste onafhankelijke speluitgevers. Niet slecht voor een klein bedrijfje dat in 1979 begon met spellen voor de Atari 2600. Na Koticks aantreden begin jaren 90 maakte de uitgever een stormachtige groei door. Met als belangrijkste wapenfeit van de CEO de fusie van Activision in 2008 met Blizzard Entertainment, makers van *World of Warcraft*.

Toegewijde gamers zien in Kotick de duivel. Voor hen is hij het ultieme bewijs dat de game-industrie gerund wordt door op geld beluste directeuren zonder hart voor de zaak. Waar gamers nog de meeste moeite mee hebben is de uitmelkstrategie van Activision: van succesvolle games worden eindelijk vervolgdelens uitgebracht,

terwijl nieuwe games enkel op de markt komen als ze door de afdeling marketing goedgekeurd zijn.

Kotick zelf doet amper moeite dit beeld bij te stellen. Integendeel, zijn volledige aandacht en dat van zijn 5.000 medewerkers is gericht op gameseries die miljardenpotentie hebben. Dat betekent dat originele concepten per definitie afvallen. Ook heeft Kotick het aantal games dat per jaar uitkomt drastisch teruggebracht. Zo leunt de spelcomputertak van het bedrijf dit jaar op de uitgave van één enkele game: *Call of Duty: Modern Warfare 3*.

Maar Kotick zal niet wakker liggen van de online haat. Hij ziet zich gesteund door de twee groepen voor wie hij het allemaal doet: zijn aandeelhouders en de miljoenen gamers die hem niet kennen maar zijn games en masse blijven kopen.

DAVID NIEBORG

In deze rubriek schrijven freelance journalist Niels 't Hooft en gamewetenschapper David Nieborg elke week over games.

