

Iedereen kan een game maken voor de smartphone à la *Angry Birds*. En velen doen dat ook. Goed verdienen aan je game is dan ook erg moeilijk.

DAVID NIEBORG
Medewerker Games

Angry Birds: meer dan een miljard keer gedownload, in verschillende versies. Winst voor ontwikkelaar Rovio: 48 miljoen euro in 2011. Het aantal werknemers groeide van 28 naar 230.

Meer dan een miljard, dat is een ongekend aantal voor een game. Er zijn nog meer megasuccessen op de opkomende markt voor mobiele games. Denk aan *Fruit Ninja*, *Cut the Rope*, *Tiny Wings*.

Maar de makers van deze games komen niet in de buurt van de winstcijfers van Rovio. En zak je nog iets verder de lijst af, dan worden de cijfers al snel dramatisch. De gemiddelde omzet per mobiele game loopt niet in de miljoenen euro's, maar is slechts een paar duizend euro.

Neem ontwikkelaar Infinity Lane uit Zwolle. Het bedrijf legde de weg af die veel Nederlandse studio's afleggen. Nog tijdens de studie in Leeuwarden begon een team studenten met hun eerste spel. Zij publiceerden *Joe Cable*, een 3D-arcadespel dat goed gebruikt maakt van de bewegingssensor in de iPhone. Met zijn vieren werkten ze er bijna een maand aan. Er is een gratis versie en een betere, betaalde versie. Na anderhalf jaar in de App Store staat de teller op 150.000 downloads. Maar de omzet blijft nogal achter: iets meer dan 400 euro.

Hetzelfde geldt voor het spel *Jimmy Pataya* van het Nederlandse Paladin Studios. Het spel werd door Apple aangeraden in de App Store, maar het bracht uiteindelijk maar 8.000 euro op. Lang niet genoeg om uit de kosten van zo'n 30.000 euro te komen.

Ondanks die verliezers groeit de markt voor games op smartphones en tablets snel. De wereldwijde omvang voor 2014 wordt geschat op 9,2 miljard euro. En iedereen kan meedoen. De drempel om een game te maken en die te plaatsen in de online winkels van Apple, Google, Amazon of Microsoft is bijzonder laag.

Wat de iPod uit 2001 deed voor de muziek-industrie deed de introductie van de iPhone in 2007 voor de game-industrie: de spelregels veranderen. Op draagbare apparaten wordt al decennia gespeeld. Jarenlang waren het Nintendo en Sony die strenge regels hebben voor het mogen ontwikkelen van games voor draagbare spelcomputers.

Dan Apple. Voor 80 euro per jaar krijg je toegang tot handleidingen, gereedschap voor het iOS besturingssysteem en natuurlijk de App Store. Met de aanschaf van een Mac en iPhone ben je in business. Of zoals Apple ambitieuze ontwikkelaars voorhoudt: *'the fastest path from code to customer'*.

Joe Cable had 150.000 downloads. De omzet was maar iets meer dan 400 euro

Overigens ook de snelste weg naar de toch al goed gevulde kas van Apple. Dertig procent van de omzet van elke game gaat direct naar Cupertino, Californië. Voor Infinity Lane en Paladin Studios hoort die afdracht erbij. Want zij hebben daardoor opeens toegang tot miljoenen klanten over de hele wereld.

Lange tijd werd aangenomen dat bestaande partijen met hun diepe zakken en efficiënte marketingmachines de mobiele gamesector zouden overnemen. Toch profiteren vooral onafhankelijke gamestudio's. Kansen dus voor de bloeiende Nederlandse game-industrie die relatief veel kleine ontwikkelaars kent en goede gameopleidingen heeft.

Juist de lage opstartkosten helpen starters en de *indies*. Het is inmiddels wel duidelijk dat je niet groot hoeft te zijn om succes te hebben. Rovio, de Finse makers van *Angry Birds*, was tot voor kort immers ook een vrij kleine studio. Het Nederlandse ontwikkelklimaat heeft best veel weg van die van Finland. De Finse gameopleidingen staan goed aangeschreven en het land heeft een degelijke infrastructuur.

De markt voor mobiele games is open, maar tegelijkertijd stampvol. Er is een overweldigend aanbod van goedkope en gratis games. Van Argentinië tot Zimbabwe, en van Amsterdam tot Zwolle zijn ontwikkelaars bezig met die ene *killergame*. Tim Vogel van Infinity Lane: „De markt voor mobiele games is verraderlijk en net zo'n harde markt als alle andere. Het lijkt mak-

HOE KAN IK GELD VERDIENEN AAN EEN MOEBIELE GAME? VIJF VERDIENMODELLEN

Gameontwikkelaars zijn volop aan het experimenteren met nieuwe verdienmodellen.

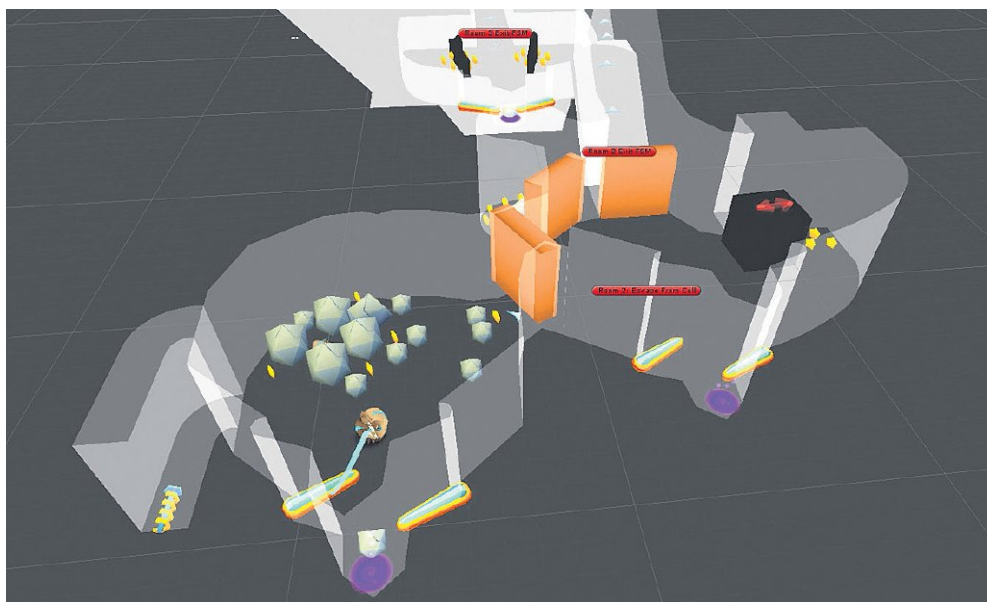
1. Premium games. Oftewel ouderwets betalen voor een download. Niet per definitie het meest lucratieve model voor ontwikkelaars. Prijzen voor games zijn lager dan ooit tevoren. Ontwikkelaars moeten experimenteren met het ideale 'prijspunt'.

2. In-app verkopen. In korte tijd opgeklimmen tot de populairste manier van geld verdienen. Gamers worden verleid tot het kopen van nieuwe levels of virtuele items. Vooral met *ingame* geld wordt veel omzet gehaald. Hoewel een zeer klein percentage van de gamers (zo'n 3 procent) bereid is iets te kopen, kunnen inkomsten behoorlijk oplopen. In 2011 was het gemiddelde aankoopbedrag 11,40 euro.

3. Freemium. Een game gratis weggeven in de vorm van een *lite-versie* en geld verdienen met een betaalde upgrade. Dit model verliest snel terrein aan het in-app verdienmodel.

4. Abonnementen. Wekelijks of maandelijks een bijdrage om te mogen spelen. Nog weinig populair voor mobiele games, maar met de miljardenomzet van *World of Warcraft* in het achterhoofd zullen ontwikkelaars het zeker gaan proberen.

5. Advertenties. Als een game gratis wordt weggeven, is er altijd nog de mogelijkheid om de aandacht ervoor te verkopen aan adverteerders. Een andere optie is een samenwerking met een merk aan te gaan waarbij een spel deels of helemaal in het teken staat van een commerciële boodschap.



kelijker vanwege die openheid, maar het is een van de moeilijkste markten die er zijn.”

Traditionele problemen als distributie en het afhandelen van betalingen zijn opgelost door Apple. Maar er zijn twee nieuwe problemen bijgekomen. Hoe val je op in dat immense aanbod? En hoe verdien je geld als alles gratis wordt weggeven?

Winst maken is zeker voor beginners een enorme uitdaging. Derk de Geus, directeur van Paladin Studios: „Vergelijk het met een bandje dat een hit wil scoren. Je kunt op je zolderkamer een nummer opnemen en dat op iTunes zetten. Daadwerkelijk een hit worden is echter zeer zeldzaam.” In het grijze gebied tussen de hits en de flops is het vechten voor een eigen plek.

De onafhankelijke ontwikkelaars Paladin Studios en Infinity Lane kunnen meepiraten over de grillen van een snel bewegende markt. Een cynicus zal zeggen dat ze vechten om de

kruimels die *Angry Birds* achterlaat. Maar het zijn wel kruimels die nu tonnen en straks misschien miljoenen euro's waard zijn. Er zijn nog honderden miljoenen wereldburgers die over gaan stappen van de gewone mobiel naar de smartphone.

De ontwikkelaars zien de toekomst zonnig in en werken hard aan nieuwe games. Tim Vogel: „Mensen zeggen dat een mobiele game ontwikkelen een loterij is. Het is afgedwongen geluk.”

Ervaren ontwikkelaars geven daarbij de doorslag, want spelers verwachten games met een perfecte afwerking en een spelervaring die nergens hapert. Om dat te bieden met alle beperkingen van het kleine schermje van het mobieltje, is vakmanschap nodig. Keer op keer benadrukken ontwikkelaars dat *Angry Birds* niet Rovio's eerste game was.

Ook krijgen ontwikkelaars steeds meer mogelijkheden om alsnog geld te verdienen



De game *Momonga* moet een hit worden voor de Nederlandse studio Paladin. BEELD PALADIN

Hoe overleef ik de App Store?

met hun games. Gratis mag dan de norm zijn voor veel gamers, in korte tijd is de omzet via *in-app* verkopen rap toegenomen.

Financieel succes zit hem dan ook niet meer alleen in marketing, euro's of geluk, maar een goed afgewerkte game en een goede relatie met klanten en fans. Gameontwikkelaars doen vaak zelf hun marketing door te bloggen, via YouTubeclips en via sociale media waar constant direct contact is met klanten. De Geus is er heilig van overtuigd dat meer dan ooit juist goede games komen bovendien: „Topkwaliteit neerzetten kost veel tijd en doorzettingsvermogen. Maar een goed product is de marketing.”

Voor Paladin moet het binnenkort te verschijnen *Momonga* dat product zijn. Er is anderhalf jaar aan gewerkt, wat neerkomt op een investering van 250.000 euro. Het flipperkastspel-met-een-twist moet voor meer fans en omzet zorgen. Hopelijk geeft Apple weer een duwtje.

BEST VERKOCHTE IPHONEGAMES

1. Angry Birds
2. Doodle Jump
3. Cut The Rope
4. Angry Birds Seasons
5. Fruit Ninja
6. Angry Birds Rio
7. Tiny Wings
8. Where's My Water