

Na ebooks zijn nu games de aanjager van verkoop Kindle

Games Amazon

Geruchten in de gamewereld: Amazon gaat de markt verstoren. Dat kan positief zijn.

Door **David Nieborg**

Eerst de markt voor boeken, toen de markt voor dvd's, gadgets en kleding. De Amerikaanse gigant Amazon is de ultieme verstoorder van bestaande markten. De webwinkel wil de 'Everything Store' zijn. Journalist Brad Stone schreef er een mooi boek over: De online winkel waar je alles kan kopen. Uit een van de vele pakhuizen van Amazon of desnoods via derden. Als je maar naar amazon.com gaat. In twee Amerikaanse steden probeert Amazon zelfs een hele nieuwe markt te creëren, die van het thuisbezorgen van verse groente & fruit.

Voor veel Nederlanders is Amazon nog geen onderdeel van de dagelijkse boodschappenroutine, maar voor miljoenen Amerikanen staat winkelen gelijk aan klikken op de website.

Nu is de game-industrie aan de beurt. Het bedrijf maakt al boeken en tv-series, en heeft een bescheiden gamedivisie. Vorige maand werd daar de Amerikaanse gamestudio Double Helix Games aan toegevoegd. Het voedt de geruchten dat er iets groots staat te gebeuren.

Games zijn steeds belangrijker om de verkoop aan te jagen van Amazons tablet, de Kindle Fire. In vergelijking met de iPad is de Fire een stuk betaalbaarder. Het instapmodel kost hon-



Jeff Bezos, topman van Amazon.

FOTO REUTERS

derd euro. De Amerikanen noemen het een *fruitcake device*: een apparaat dat je liever als cadeau koopt voor iemand anders dan voor jezelf. Amazon wil geen verkoopcijfers vrijgeven

De Kindle Fire kan het gamen op de tablet een flinke duw geven

maar de gewone Kindle zorgde ervoor dat Amerikanen massaal e-books gingen kopen. De Kindle Fire kan het gamen op de tablet nog een flinke duw geven.

Naast het stimuleren van verkoop van de Kindle Fire speculeren analis-

ten al jaren dat Amazon een eigen spelcomputer op de markt zou kunnen brengen. Om zo de concurrentie aan te kunnen gaan met Apple en Google.

Voor gamers is de komst van Amazon positief. Het houdt de selecte club van hardwarebouwers scherp en zorgt voor meer keuze in zowel hardware als software. En dan die prijs van de Kindle Fire. De visie van Jeff Bezos, Amazons CEO, is er altijd een geweest van de lange termijn. Geld wordt er verdiend met flinterdunne marges, want alle investeringen van het bedrijf zijn gericht op toekomstige groei. Het tegen kostprijs aanbieden van de Kindle Fire past goed binnen deze aanpak. Hoe meer mensen zich in de Amazon-tuin bevinden, hoe meer ze verkocht kan worden. Dat kunnen games zijn, maar ook een van die andere tienduizenden producten die Amazon verkoopt.

Kleinere Amerikaanse ontwikkelaars zijn voorzichtig optimistisch over de komst van Amazon. De klanten van Amazon zijn immers gewend om voor alles te betalen en die mentaliteit wordt steeds zeldzamer in de wereld van gratis games.

Toch zijn er ook zorgen over de mogelijke opmars van Amazon in de gamewereld. Als Amazon een markt betreedt maakt het onherroepelijk vijanden. In de boekenwereld bijvoorbeeld maakte het bedrijf zich niet geliefd door boekenprijzen fors omlaag te drijven. Het is een bedrijf dat gerust honderden miljoenen aan verliezen incasseert om een markt te kunnen domineren. Maar misschien hoeven gamemakers zich daar geen zorgen over te maken. De overgrote meerderheid van games op tablets is al gratis.