

Zelf gamen? Kijken hoe een ander dat doet is ook heel populair

Games Twitch

Websites die e-sports uitzenden, competitief gamen, trekken tientallen miljoenen bezoekers.

Door **David Nieborg**

Een computerspel is alleen interessant als je zelf speelt, toch? Niet helemaal. Via internet kijken om andere gamers aan het werk te zien: tientallen miljoenen mensen doen het elke maand. Het Amerikaanse Twitch, dat maandelijks meer dan 45 miljoen kijkers trekt, domineert deze markt voor het *live streamen* van games. Er gaan zelfs geruchten dat Google het bedrijf wil overnemen.

Anders dan de vluchtigheid waarmee kijkers wisselen van de ene naar de andere YouTube-clip, besteedt de Twitch kijker maar liefst anderhalf uur per dag aan het kijken naar een van de

honderdduizenden kanalen.

Voor fanatieke spelers zijn de live streams een verzamelplek om spelstrategieën uit te wisselen, commentaar te leveren en te leren van spelers.

Steeds meer platforms bieden het delen van spelervaringen aan. Ook in spelcomputers als Xbox en Playstation is Twitch ingebouwd, zodat spelers met een druk op de knop hun spelervaringen met de wereld kunnen delen.

Kijkers, gamemakers en spelers blijven bijzonder inventief in het vinden van nieuwe manieren om hun activiteiten te delen. Zo worden geregeld wedstrijden gehouden wie het snelst oude spellen kan uitspelen. Gameontwikkelaars op hun beurt experimenteren met het live streamen van het ontwikkelingsproces van spellen. Via Twitch kunnen kijkers elke dinsdag- en donderdagmiddag live meegenieten hoe de Nederlandse studio Vlambeer hun spel *Nuclear Throne* tot voltooiing brengt.

Boven alles is de opkomst van Twitch te zien als bevestiging van het

groeijende succes van gamen als sport. En bij sporten horen toeschouwers.

Anders dan in Aziatische landen is er in het Westen weinig aandacht op tv voor e-sports, competitief gamen. En dat terwijl multiplayer spellen zoals *League of Legends*, *Dota 2* en *Starcraft* een groeiende groep beroepsgamers kent.

Zo wordt in juli voor de vierde keer het Dota 2 toernooi The International georganiseerd met een prijzenpot van meer dan zes miljoen dollar. Het zijn dit soort evenementen waarvoor fans uren per dag vrij zullen maken. Alleen al in de Verenigde Staten worden de evenementen, uitgezonden via websites zoals Twitch, door soms wel dertig miljoen kijkers bekeken.

En juist deze groep, voornamelijk bestaand uit jonge mannen, is een interessante groep voor de adverteerders van gadgets en frisdranken. Adverteerders die Google graag aan zich bindt: precies de reden waarom het interesse heeft in Twitch.