

Interactiefmarkt 2012

NVPI is de brancheorganisatie van de entertainmentindustrie en behartigt de belangen van het merendeel van de Nederlandse muziekmaatschappijen, uitgevers van audiovisuele content op digitale media en online en uitgevers van games en andere interactieve software. Jaarlijks laat zij diverse marktonderzoeken uitvoeren om zo een duidelijk beeld te kunnen presenteren van de ontwikkelingen in de diverse markten. In dit document vindt u data over de ontwikkelingen binnen de markt voor games en andere interactieve software, bestemd voor console of pc. Alle hier genoemde cijfers zijn afkomstig van GfK Retail and Technology.

	x miljoenen euro's			x miljoenen stuks		
	2011	2012	%	2011	2012	%
Pc-games	31,4	27,7	-11,1%	1,8	1,5	-14,9%
Consolegames	228,7	187,2	-18,2	6,4	5,1	-19,4%
Games digitaal	28,0	42,0	50%			
Totaal games	288,1	256,9	-10,8%	8,2	6,7	-18,4%
Games hardware (consoles)	145,9	104,8	-28,2%	0,8	0,5	-31,1%

De transitie naar een nieuwe generatie consoles is in 2012 definitief in gang gezet. Met de komst van Sony's PS Vita en de Nintendo Wii U is het alleen nog wachten op de opvolgers van de Xbox 360 en de PlayStation 3. 2012 lijkt daarmee een tussenjaar te zijn geworden waarin de PSP en Wii plaats maakten voor hun opvolgers en de 3DS hard werkte aan het vergroten van zijn installed base.

In afwachting van de Xbox One en de PlayStation 4 liet met name de verkoop van consolehardware in 2012 te wensen over. De verkochte aantallen daalden met maar liefst 31%. In omzet daalde de markt iets lichter, met 28%. In z'n eerste volledige jaar wist de 3DS een afzetaandeel van 24% te behalen, maar de PlayStation 3 deed het met een afzetaandeel van 26% net iets beter. We zien dan ook dat de vorige generatie consoles wel hele grote schoenen achterliet om te vullen. Die waren zo ongelofelijk populair, dat de nieuwe generatie niet aan hun aantallen kan tippen.

Maar niet alleen de hardwareverkopen stonden in 2012 onder druk. Ook de markt van gamesoftware werd gekenmerkt door dalingen. De omzetsdaling van pc-games is met 12% nog het minst scherp te noemen. Dit is te danken aan een aantal populaire releases dat alleen op pc uitkwam, zoals Diablo 3 en Guild Wars 2. Opvallend is verder dat, vooral bij pc-games, het gat tussen toptitels en subtoppers steeds groter wordt. Consolegames leverden in 2012 met een daling van 18% iets meer omzet in dan het jaar ervoor. Eén van de oorzaken hiervoor is dat vorig jaar een kleiner aantal grote succesvolle releases heeft plaatsgevonden. Zo staan

er in de top 25 van bestverkochte games (over alle platformen) maar liefst 15 titels die al in 2011 zijn verschenen.

Bestverkochte pc-games

1.	Diablo 3	Activision Blizzard
2.	The Sims 3	Electronic Arts
3.	Guild Wars 2	Easy Interactive
4.	Battlefield 3	Electronic Arts
5.	World Of Warcraft/Mists Of Pandaria	Activision Blizzard
6.	Call Of Duty/Black Ops 2	Activision Blizzard
7.	The Sims 3/Beestenbende	Electronic Arts
8.	The Sims 3/Seasons	Electronic Arts
9.	Farming Simulator 2013	Ubisoft
10.	The Sims 3/Supernatural	Electronic Arts

Bestverkochte consolegames

1.	FIFA 13	Electronic Arts
2.	Call Of Duty/Black Ops 2	Activision Blizzard
3.	FIFA 12	Electronic Arts
4.	Assassin's Creed 3	Ubisoft
5.	Just Dance 4	Ubisoft
6.	Call Of Duty/Modern Warfare 3	Activision Blizzard
7.	Battlefield 3	Electronic Arts
8.	Just Dance 3	Ubisoft
9.	Skylanders/Giants Starter Pack	Activision Blizzard
10.	FIFA Street	Electronic Arts

Actie is bij het spelen van games een van de belangrijkste elementen. Dat blijkt wel uit het overzicht van populairste genres. Dit wordt aangevoerd door Adventure/Action, gevolgd door Sports en Combat/Action.

Genreandelen

	2011		2012	
	Units	Value	Units	Value
Adventure/Action Game	27,9%	25,0%	29,6%	27,7%
Arcade Action	2,3%	2,1%	2,9%	2,6%
Combat/Fight/Action Game	16,1%	21,4%	14,7%	19,0%
Music Games	4,1%	4,5%	4,9%	4,7%
Pc Compilation	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Platform/Jump/3D Action	4,0%	4,1%	4,4%	4,6%
Point Cards	3,3%	2,4%	4,4%	3,1%
Role Play Action	2,6%	3,0%	2,5%	2,8%
Simulations	16,9%	15,7%	15,8%	12,6%
Sports Game	13,3%	15,5%	14,6%	19,3%
Thinking & Classic	5,9%	4,4%	3,4%	2,1%
Video Compilation	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
War Games & Strategy	3,4%	1,8%	2,8%	1,4%

Gamers kopen hun spellen in bijna driekwart van de gevallen bij de entertainment/winkel of speelgoedwinkel. Ook het elektronikakanaal is een bekende aankoopplek. Andere verkoopkanalen spelen nagenoeg geen rol.

Verkoopkanalen fysiek product

	2011		2012	
	Units	Value	Units	Value
Bookstores + Media	0,6%	0,1%	0,6%	0,1%
Department Stores + Postorder	4,6%	4,6%	5,0%	4,9%
DIY + Petrol + Others	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
Electronic Stores + CS + Tel	19,6%	20,9%	21,6%	21,4%
Entertainment Stores + Toys	74,9%	74,3%	72,7%	73,7%
Food + Drug	0,3%	0,1%	0,0%	0,0%

De flinke dalingen van de fysieke markt in 2012 werden niet alleen veroorzaakt door de transitie naar een nieuwe generatie consoles. Ook de digitalisering van games is van invloed, met platformen als o.a. Sony Entertainment Network, Xbox Live, Nintendo Network en Steam. Het zijn echter niet alleen de 'traditionele' gamenetwerken die een rol spelen in digital gaming. Binnen de portable markt zien we Google Play en iTunes, die met hun aanbod van games voor smartphones en tablets niet meer zijn weg te denken uit de gamebranche. Er is binnen mobiel gamen inmiddels een verschuiving zichtbaar van smartphone naar tablet. Onderzoek van GfK wijst uit dat 74% van de tabletbezitters weleens op hun apparaat gamen.

Goede vooruitzichten tot besluit: 2013 wordt weliswaar nog een moeilijk jaar, maar de verwachting is dat de gamemarkt, na de introductie van alle nieuwe consoles dit jaar, in 2014 een opleving zal laten zien.

Hoelang gamers nog een console en fysieke games nodig hebben om hun hobby uit te oefenen, is echter de vraag. Dankzij de overname door Sony van de streamingdienst Gakai - en de integratie daarvan in de PlayStation 4 - wordt het streamen van games gemeengoed. Dan heeft de speler in principe geen console meer nodig, het streamen van games kan ook via de smart-tv.