

NL GAMELAND

Profilering & Professionalisering Nederlandse Game Industrie



Verslag workshops 29 februari 2008
Westergasfabriek Amsterdam

Inhoudsopgave

| | |
|--|----|
| Voorwoord | 3 |
| Qoutes | 4 |
| Conclusies Profilering & Professionalisering NL Game industrie | 5 |
| Promotie Nederlandse Gamesector in het buitenland | 6 |
| Professionalisering en Groei NL Gamesector | 8 |
| Opleiding & Training Nederlandse game professional | 10 |
| Overzicht game gerelateerde opleidingen | 11 |
| Overzicht clubs & initiatieven | 13 |

Samenstelling & redactie:
Paul van Heel (heelHELDER | duidelijkheid in communicatie)

Voorwoord

De Nederlandse Game-industrie is divers en groeit snel. Console games, webgames, mobile games: er wordt volop geproduceerd en geëxperimenteerd met nieuwe technieken en businessmodellen voor nieuwe doelgroepen. 'gaming' biedt de mogelijkheid tot crossovers met andere sectoren als kunsten, wetenschap, onderwijs, training en gezondheidszorg.

Wil Nederland op het internationale toneel een rol van betekenis spelen, dan is professionalisering noodzaak. Op 29 februari heeft Creative Cities Amsterdam Area samen met Syntens en Nederland Kennisland met een drietal workshops hiertoe een aanzet willen geven. In dit document worden de belangrijkste bevindingen van de workshop sessies en actiepunten kort weergegeven. Belangrijkste conclusies: de noodzaak tot gezamenlijke profilering en de wens tot meer samenwerking wordt breed gevoeld.

Inmiddels heeft dit initiatief opvolging gevonden en gaan vertegenwoordigers van verschillende organisaties en bedrijven met elkaar aan tafel om de samenwerking te verbeteren en tot een slagvaardig en representatief gamecollectief te komen.

Heb je aanvullingen of wil je actief meewerken aan de verdere professionalisering van de gamesector? Schroom niet om contact op te nemen.

Alea iacta est / de teerling is geworpen.

Roger Reuver
roger@ccaa.nl

Creative Cities Amsterdam Area

De Ruyterkade 5
1013 AA Amsterdam

Postbus 2852
1000 CW Amsterdam
T +31 (0)20-5241125
F +31 (0)20-5241134
E: [info \[at\] ccaa.nl](mailto:info[at]ccaa.nl)

Quotes

“ Gaming companies are companies first , but we are insular, we have to provide people with the business fundamentals, this is what developers lack. You have to have the business acumen. BGIN is all about opening up your network, helping each other with professional understanding. Developers will always be the slaves of financiers. Financiers in the banking industry do not see Games as business, they see it as toys. For Finance you have to have a start up fund, but you have to pass the test, can you be a entrepreneur? “

Alexander Fernandez Streamline/ BGIN

“ Hoe goed zijn we eigenlijk als game developer? Hoe groot is de markt? Mensen uit de branche zelf kennen elkaar amper, laat staan dat de klanten je weten te vinden. Maak duidelijk wie je bent, wat je doet, wat je successen zijn en wat je voor de markt kan betekenen! Een ander probleem daaraan gerelateerd: Funding. Nederlandse financiers denken: Nu even niet, eerst zien wie er overleeft. Maak inzichtelijk hoe je businessmodel in elkaar steekt, zorg voor een goed managementteam. Dan is men bereid te investeren, niet alleen in geld, maar ook in andere type van support.”

Reinout H.M te Brake, Spill Group

“ Iedereen moet professionaliseren omdat het een jonge branche is, maar ook het naar voren brengen van de hele industrie is belangrijk. Gezamenlijk optreden. Vooral internationaal, heel erg naar buiten kijken naar internationale markten, je moet je promoten als Nederland, niet als bedrijf, graag meer kracht.“

Maarten Brands WI & Dutch Game Factory:



Samenvattende conclusies workshops Profilering & Professionalisering NL Game Industrie

Op 29 februari 2008 organiseerde Creative Cities Amsterdam Area in samenwerking met Syntens en Stichting Nederland Kennisland een bijeenkomst voor Nederlandse game(-gerelateerde bedrijven en organisaties). Circa 45 vertegenwoordigers afkomstig van bedrijfsleven, brancheorganisaties, opleidingsinstellingen en overheid namen deel aan een drietal workshops met als thema's

1. Promotie Nederlandse Gamesector in het buitenland
2. Professionalisering en groei van de Nederlandse Gamesector
3. Opleiding en training voor de Nederlandse professional



Het doel: inzicht te krijgen in de behoeften van de Nederlandse Gamingindustrie ten aanzien van professionalisering en internationale profilering.

De sessies leidde tot verschillende conclusies:

- Gaming in al zijn verschijningsvormen, als puur entertainment of als educatief instrument, is een jonge industrie die zich (nationaal en internationaal) in hoog tempo ontwikkelt en gekenmerkt wordt door een groot economisch potentieel en een grote diversiteit in kwaliteit, professionaliteit. De rol van Nederlandse bedrijven en organisaties op het internationale toneel is echter bescheiden.
- De Nederlandse gaming industrie staat nog in de kinderschoenen en kent ondanks actieve belangengroeperingen, stimuleringsfondsen en tal van initiatieven weinig samenhang. Inzicht in de omvang, samenstelling en het kennisniveau van de branche ontbreekt ook bij de branche zelf. Door onvoldoende samenwerking, afstemming en uitwisseling van kennis ontstaat een versnippering van activiteiten en wordt de creatieve en commerciële kracht van de Nederlandse gamingindustrie niet optimaal benut..
- Tussen de verschillende opleidingsniveaus (MBO/HBO/WO), opleidingsrichtingen (technisch/creatief/management) en opleidingsinstellingen is weinig afstemming. Ook zou de relatie tussen bedrijfsleven en opleidingsinstelling kunnen worden geïntensiveerd, bijvoorbeeld door gastdocentschappen. Daarnaast is er binnen de veelal jonge bedrijven behoefte aan verdere ontwikkeling van ondernemers- en management vaardigheden

Wil Nederland internationaal een rol van betekenis kunnen spelen, dan is professionalisering en een sterke internationale profilering van de Nederlandse gamingindustrie noodzakelijk. Samenwerking tussen de verschillende marktpartijen en belangenverenigingen en stimulering door de overheid essentieel.

Samenvatting workshop 01 Promotie Nederlandse Gamesector in het buitenland

Aan deze workshopsessie hebben 25 mensen deelgenomen. De deelnemers waren afkomstig van verschillende bedrijven actief in de gamesector, aangevuld met vertegenwoordigers van brancheorganisaties, Syntens en de HKU.

De Nederlandse gamesector kent een grote verscheidenheid. De eerste vraag die beantwoord diende te worden was of er wel sprake is van één industrie. De markt kan opgedeeld worden in verschillende segmenten. Niet alleen naar platform (PC games, console games, online games), maar ook naar segment. Bedrijven actief in casual gaming, serious gaming en entertainment games hanteren niet alleen andere business modellen, maar bedienen vaak ook geheel andere markten. Hoe verschillende de bedrijven onderling ook mogen zijn, ze delen een aantal kenmerken die hen internationaal onderscheiden. De Nederlandse bedrijven zijn sterk in:

- Conceptueel denken: Originaliteit en het vermogen om crossmediaal te denken en dit te vertalen naar domein overschrijdende spel- en marketingconcepten
- Lokalisatie, schaalbaarheid, internationale distributie en het ontwikkelen van nieuwe businessmodellen.
- Serious Gaming: het verbinden en toepassen van kennis, de convergentie tussen verschillende disciplines en kennisdomeinen en het toepassen van nieuwe technologieën

Ondanks de verschillen in uitingsvorm werd geconcludeerd dat er voldoende raakvlakken zijn om de Nederlandse gamesector als geheel te presenteren. Daarbij is gezamenlijk optreden effectiever.

Voor bedrijven op individueel niveau is het van belang om de eigen concurrentiepositie ten opzichte van buitenlandse bedrijven te verstevigen. Meer onderlinge samenwerking en kennisdeling kan hieraan bijdragen. Meer inzicht en overzicht in wat er in Nederland aan kennis en kunde aanwezig is en wat er ontwikkeld wordt is daarbij van belang. Een marktplaats voor kennisuitwisseling en een 'Who is Who' van de Nederlandse gamesector zou hiertoe een eerste aanzet zijn.

Op collectief niveau is er behoefte aan een betere internationale profilering, een actieve participatie in internationale netwerken en conferenties en een effectieve internationale lobby. Zaken die hierbij van belang zijn:

- Goede, representatieve en toegankelijke (re)presentatie van de Nederlandse Gameindustrie op buitenlandse beurzen en congressen. Naast een goede organisatie en professionele presentatie, is het van belang de Nederlandse gamesector tijdig te informeren en te activeren. Internationale Gameconferentie in Nederland. Een grote internationaal aansprekende conferentie zet de Nederlandse gamesector internationaal op de kaart en biedt ook kleinere spelers de gelegenheid zich bij internationale publishers en developers te presenteren.



Het (tijdelijke) vertrek van CasualConnect uit Amsterdam heeft de branche wakker geschud. Inmiddels zijn de eerste stappen tot het organiseren van een industriebreed en toonaangevend internationaal game-event gezet.

- Professionalisering brancheorganisatie(s): Essentieel is een bundeling/uitwisseling van initiatieven op gamegebied. Duidelijke speerpunten, verantwoordelijkheden en de middelen om de doelen te realiseren zijn hierbij van belang. Ook dient er inzicht te komen in de 'facts & figures' van de branche. Dit, gecombineerd met aansprekende demo's en goed onderbouwde succescases kan worden ingezet voor een effectieve lobby richting overheid.
- aansprekende 'High profile' voorvechters die de branche
- Overheidbeleid op het gebied van gaming

| Actielijst Promotie Nederlandse Gamesector in het buitenland | | |
|---|--|-------------|
| # | Omschrijving | Prio |
| 1 | Internationaal b2b gameevent in NL | |
| 2 | Inzichtelijk maken gamesector: spelers (hoeveel omzet / aantal medewerkers, activiteiten), markten (casual/ hardcore/serious etc) publishing, distributie & marketing) | |
| 3 | Doelstellingen gezamenlijke promotie bepalen | |
| 4 | Overzicht internationale events | |
| 5 | Gezamenlijke vertegenwoordiging NL gaming op beurzen. | |
| 6 | Goedkope stands + matchmaking voor kleinere bedrijven op buitenlandse beurzen | |
| 7 | Beter gebruik maken van elkaars internationale contacten. | |
| 8 | Eén 'catalogus' zowel engels als NL: documenteren van cases, IP, titels | |
| 9 | Who is who boek/site. | |
| 10 | Lobby opzetten lokaal, nationaal, europees. | |

Samenvatting workshop 02 Professionalisering en Groei NL Gamesector

De gamingsector in Nederland is een jonge industrie en kent veel relatief kleine bedrijven die op dit moment een snelle ontwikkeling doormaken. De bedrijven worden veelal gerund door jonge, qua ondernemers- en organisatievaardigheden nog onervaren mensen. Innovatie en creativiteit zijn de leidende krachten. Het is zaak een omgeving te creëren waarin deze innovatieve/scheppende krachten kunnen exploreren, in de onderneming kunnen worden geborgd en effectief kunnen worden geëxploiteerd. Inspiratie kan gezocht worden bij de Film en Dans wereld die een soortgelijke ontwikkeling heeft doorgemaakt.

Net als bij 'internationale promotie en profilering' zijn ook hier samenwerking en kennisoverdracht de sleutelwoorden. Kennisuitwisseling op het gebied van businessdevelopment, IP bescherming, toegang tot (inter)nationale fondsen en bewustwording en kennisontwikkeling in samenwerking met opleidingsinstituten dienen niet alleen een individueel belang, maar ook de sector als geheel.

Het inzichtelijk maken van de branche door middel van kerncijfers, cases en best-practices kan ook de toegang tot de kapitaalmarkt vergemakkelijken en de bedrijven de middelen bieden om met een gezonde financiële basis verder te ontwikkelen.

Belangrijke thema's zijn:

- Organisatie ontwikkeling, bedrijfsstructuur en bedrijfsprocessen: het internationaal vermarkten van producten vraagt om kennis en kunde op verschillende vlakken, Een sterk financieel en operationeel management, goede interne / externe communicatie en duidelijke processen en procedures ten aanzien van het aansturen van multidisciplinaire ontwikkelteams en het bewaken van IP.
- Personeel: het vinden én behouden van goed gekwalificeerde werknemers is moeilijk. Afstemming van opleidingen op de marktvrage en interne kennisontwikkeling en borging zijn belangrijke aandachtspunten. Een opleidingsprogramma 'creative development en management' is gewenst. Ook is er behoefte aan traineeships en trainingen projectmanagement en het 'pitchen' voor financiers en klanten.
- Marketing & Sales: Hoe wordt het bedrijf gepositioneerd, welke businessmodellen zijn er mogelijk, welke samenwerkingen en partnerships kunnen bijdragen aan het realiseren van de ondernemingsdoelstellingen
- Financiering en Financiën: Er is behoefte aan verschillende soorten funding. Naast venture capital voor verder uitbouw van de organisatie en het vermarkten, is er behoefte aan starterfondsen, projectfondsen en subsidies om veelbelovende projecten en bedrijven door de opstartfase heen te helpen en demonstratieprojecten mogelijk te maken.
- Intellectueel eigendom: IP is een van de belangrijkste assets van de bedrijven. Een goede bescherming vraagt echter om diepgaande juridische kennis



| Actielijst Professionalisering en Groei NL Gamesector | | |
|--|---|-------------|
| # | Omschrijving | Prio |
| 1 | Inzichtelijk en toegankelijk maken van bestaande financieringsinstrumenten (fondsen / subsidies / VC) | |
| 2 | Opzetten van starters / projectfondsen en faciliteren van demoprojecten door nationaal fonds | |
| 3 | Inzichtelijk maken gamesector: spelers (hoeveel omzet / aantal medewerkers, activiteiten), markten (casual/ hardcore/serious etc.) publishing, distributie & marketing) | |
| 4 | Lobby opzetten bij overheid, banken, kapitaalverstrekkers | |
| 5 | Pitching trainingen | |
| 6 | Businessmodellen uit/door ontwikkelen / reviews van bestaande business processen / IP bescherming / exploitatie | |
| 7 | Opleidingsprogramma creative development en management | |
| 8 | Trainee programma's | |
| 9 | Training projectmanagement voor GameBizz | |
| 10 | Opzetten van een effectief netwerk, het delen van kennis en relaties, elkaar de business gunnen | |
| 11 | Lobby opzetten lokaal, nationaal, Europees. | |

Samenvatting workshop 03 Opleiding en training Nederlandse professional

Aan deze workshop namen 15 mensen deel, In deze sessies werd ingegaan op de behoefte aan opleidingen en trainingen binnen de gamesector.. Hierbij werd onderscheid gemaakt in drie doelgroepen: nieuw personeel, bestaand personeel, management. Voor elke doelgroep werd gekeken naar het bestaande opleidingsaanbod en de binnen de branche bestaande behoefte aan opleidingen en trainingen.

Ook hier viel op dat er een sterke behoefte is aan nadere afstemming en samenwerking. Een helder overzicht van welke opleidingsinstituten welke opleidingen bieden ontbreekt. Ook samenhangende leerwegen en kruisbestuiving tussen de verschillende disciplines / opleidingsrichtingen staat veelal nog in de kinderschoenen.



Nieuw personeel

Er te weinig relaties tussen de gameopleidingen op verschillende niveaus (MBO/HBO/WO) hierdoor ontbreekt een doorlopende leerweg. Daarbij is er binnen andere bestaande opleidingen (ICT, Wiskunde, AI) weinig aandacht voor de gamesector. Ook sluiten de vraag en aanbod onvoldoende op elkaar aan. Door middel van gastdocentschappen zou de relatie tussen opleiding en bedrijfsleven kunnen worden verbeterd.

Bestaand personeel

Kennisuitwisseling vindt veelal plaats op individueel / informeel niveau. Online communities en platforms spelen hierbij een belangrijke rol. Voor de verdere kennisontwikkeling en training van medewerkers maken bedrijven primair gebruik van in-huis ontwikkelende trainingen. Vanwege de concurrentiegevoeligheid van de materie is er weinig samenwerking tussen de verschillende bedrijven.

Management

De behoefte aan ontwikkeling van management en businessdevelopment is sterk groeiende. Op de gamesector afgestemde managementdevelopment trajecten ontbreken. Bij de kleinere bedrijven (< 10 fte) vallen creatieve en management functies veelal samen. Het is daarom van belang om creatieven meer management/ondernemersvaardigheden bij te brengen. Hoewel de kunstopleidingen die deels al oppakken, is meer aandacht wenselijk. Ook de managementopleidingen moeten meer aandacht besteden aan het omgaan met creatieven en het aansturen van multidisciplinaire teams. Dit is met name van belang voor de grotere bedrijven. Binnen de bestaande managementopleidingen gebeurt dit vooralsnog niet.

| Actielijst Opleiding en training Nederlandse professional | | |
|--|---|-------------|
| # | Omschrijving | Prio |
| 1 | Inzichtelijk maken welke opleidingeninstituten welke game gerelateerde opleidingen bieden / informatie ontsluiten | |
| 2 | Samenwerking met / tussen gameopleidingen en andere opleidingen bevorderen: het ontwikkelen van samenhangende en doorlopende leerwegen. | |
| 3 | Bevorderen van samenwerking tussen onderwijs en bedrijfsleven, bijvoorbeeld in de vorm van gastdocentschappen. | |
| 4 | Faciliteren van samenwerking door bedrijven op het gebied van training / bijscholing | |
| 5 | Inventarisering trainingsbehoefte bestaande medewerkers bedrijven | |
| 6 | Opleidingsprogramma creative development en management | |
| 7 | Aandacht binnen bestaande managementopleidingen voor gamesector / belang creativiteit en aansturing multidisciplinaire teams. | |
| 8 | Relatie tussen wetenschap en gaming verstevigen | |
| | | |

Overzicht game gerelateerde opleidingen

MBO

MA College Amsterdam Game Design
Grafisch Lyceum Rotterdam
HBO Gaming techniek
MBO Gaming vormgeving
Friese Poort MBO: Game design en development,
Friese Poort MBO: Technische informatica
MBO Rotterdam, Amsterdam
Quantm (mbo) 3d certificate Amsterdam

HBO

HKU Game design
HVU – technisch
SAE Video Engineering/ editing
DAE Audio Engineering
SAE Web Development
HVA interactieve Media
HVA IIE
NHL
NHTV Breda
HVA Game Tech
Bachelor CMD, multimedia en communications design
Minor gaming/ simulation binnen hogeschool
Bachelor Interactieve Media Hogeschool
Rotterdam Willem de Koning Gameopleiding
Design Academy
Hogeschool Eindhoven
HKU GDD, ID, Audio, Animatie

WO

TUD Game design
Universiteit Twente
HU Game Development
Let UU nieuwe media en digitale cultuur
UU Informatie Game Tech
Delft Ei
VU multimedia gamedevelopment

Overzicht Clubs en Initiatieven

Een voorlopig overzicht van game gerelateerde organisaties. Aanvullingen en verbeteringen zijn welkom

Overheid gerelateerd

EZ <http://www.ez.nl/>
M+ICT <http://www.m-ict.nl/>
Syntens www.syntens.nl
Octrooicentrum www.octrooicentrum.nl/
Senternovem www.senternovem.nl
KvK www.kvk.nl
ECP www.ecp.nl
OBR www.obr.rotterdam.nl
MediaDesk www.mediadesk.nl
Stimuleringsfonds www.stimuleringsfonds.nl
TNO www.tno.nl

Internationaal

TWA netwerk <http://www.twanetwerk.nl/>
Ambassades/ handelsbevordering

Brancheverenigingen / samenwerkingen

Dutch Game Garden: www.dutchgamegarden.nl/
NLGD: www.nlgd.nl
BGIN: www.bgin.org
CMBO www.cmbo.nl
Gamesindustrie.nl www.gamesindustrie.nl
Virtueel Platform www.virtueelplatform.nl
www.handelsroute.nl
Newzoo www.newzoo.nl
AGS/GATE <http://www.gameresearch.nl/>
Saganet www.saganet.nl
NVPI www.nvpi.nl
BVA www.bva.nl
IPAN www.ipan.nl
IAB www.iab.nl
EGDF www.egdf.eu/
Kennisland www.kl.nl
CCAA / AIM www.ccaa.nl
SURF www.surf.nl
GNR8 www.gnr8.nl
Mediagilde www.mediagilde.nl
Waag www.waag.org

Media

Emerce www.emerce.nl
Control www.control-online.nl
Marketingfact: <http://www.marketingfacts.nl>

Beurzen

<http://www.casualconnect.org/>
<http://www.parisgdc.com/> juni
<http://www.gdconf.com/> februari
<http://www.gcdc.eu/> augustus
<http://www.cebit.de> februari
<http://www.isaga.info/mod/resource/view.php?id=21> juli
<http://expo.nikkeibp.co.jp/tgs/2008/english/> oktober
<http://www.gameplaces.de/> juni
<http://www.nlgd.nl/fog/> juni
<http://www.newmediavancouver.com/>
<http://www.gdcchina.cn/en/index.htm> september
<http://www.austingdc.net/> september
<http://www.gdcprime.com/> herfst
<http://www.nordicgame.com/> mei
<http://www.gfm-world.de/indexeng.html> maart
<http://www.d3expo.dk/> november
<http://www.digiworldsummit.com/> november
<http://www.gamecity.org/>
<http://www.londongamesfestival.co.uk>