

THE GUIDE TO ESPORTS



© 2014 Electronic Arts. EA GAMES™ = Liga de Videojuegos Profesional

Dit document werd opgesteld door Video Games Europe Esports met de steun van de Entertainment Software Association (VS), de Entertainment Software Association of Canada, de Interactive Games and Entertainment Association (Australië en Nieuw-Zeeland), Video Games Federation Belgium en Video Games Europe (VGE), om te helpen een beter inzicht te krijgen in het fenomeen van het competitief spelen van videogames, ook bekend als “competitief gamen” of “esports”. Voor het eerst hebben federaties die de videogame-industrie vertegenwoordigen, makers van videogames (uitgevers en ontwikkelaars) en belanghebbenden van de esports sector, de omvang van deze groeiende economische activiteit geanalyseerd om beleidsmakers, regelgevers, instellingen en het publiek in het algemeen informatie te geven over wat esports zijn, ervoor te zorgen dat beleidsvormers geïnformeerd zijn en een dialoog met de sector te vergemakkelijken.

Esports hebben in 2020 een omzet van 947,1 miljoen dollar gegenereerd⁰¹. Naar schatting zijn er wereldwijd meer dan 215 miljoen esportsliefhebbers^a. Hoewel de videogame-industrie al zo'n vijf decennia bestaat en mensen al bijna net zo lang videogames in wedstrijdverband spelen, staat de esportssector nog in de kinderschoenen. Deze sector groeit dan ook in een zeer snel tempo en biedt enorm veel mogelijkheden voor het scheppen van werkgelegenheid, economische groei, toerisme, onderwijs en de ontwikkeling van digitale vaardigheden.

| | |
|---|-----------|
| 1. INZICHT IN COMPETITIEF GAMEN | 5 |
| 1.1. Wat zijn esports? | 8 |
| 1.2. Esportsgenres en -titels | 12 |
| 1.3. De wereldwijde aanwezigheid van esports | 16 |
| 1.4. Beginselen voor de betrokkenheid van esports | 19 |
| | |
| 2. BELANGHEBBENDEN VAN ESPORTS | 23 |
| 2.1. Waaruit bestaat de esports sector? | 24 |
| 2.2. De rol van intellectuele eigendomsrechten | 30 |
| 2.3. Primaire partnerschappen | 32 |
| 2.4. Federaties | 34 |
| | |
| 3. DE IMPACT VAN ESPORTS | 37 |
| 3.1. Het publiek van esports | 39 |
| 3.2. De esports economie | 42 |
| 3.3. Investeringen in esports | 48 |
| 3.4. Jobs in esports | 50 |
| | |
| 4. DE KANSEN EN MOGELIJKHEDEN VAN ESPORTS | 55 |
| 4.1. Geografische mogelijkheden | 56 |
| 4.2. Educatieve en sociale mogelijkheden | 60 |
| | |
| CONCLUSIE | 65 |

^a Analysebureau voor games en esports Newzoo beschrijft “liefhebbers” als mensen die meer dan een keer per maand naar professionele esportscontent kijken.



INZICHT IN COMPETITIEF GAMEN

Miljoenen mensen over de hele wereld volgen videogamecompetities of “esports”. In Zuid-Korea zijn esports een vorm van nationaal amusement geworden dat op de televisie wordt uitgezonden en op regeringsniveau als een strategische bedrijfstak wordt beschouwd.⁰² In de voormalige mijnstad Katowice in Polen hebben esportevenementen geholpen om de stad nieuw leven in te blazen en zich te ontwikkelen tot een metropool, waardoor het het Europese “Mekka” is geworden voor dit soort competities.⁰³ In de Verenigde Staten, en in vele andere landen, zijn ze toegevoegd aan de syllabi van middelbare scholen en universiteiten en aan studentenprogramma’s. Alleen al in de Verenigde Staten zijn er meer dan 200 studententeams die esports beoefenen.⁰⁴

Sinds de beginfase hebben esports veel vooruitgang geboekt. Onder leiding van enkele van de meest succesvolle creatieve bedrijven ter wereld worden de competities van de populairste videogames gespeeld

in arena’s van wereldklasse, die door miljoenen mensen worden bekeken en door wereldmerken worden gesteund. De professionalisering van teams en de snelle groei van toernooien en competities hebben esports doen uitgroeien tot een snelgroeende nieuwe vorm van entertainment.

De fenomenale opkomst van esports is een voorbeeld van hoe de videogame-industrie zich heeft aangepast aan de ontwikkelingen in technologie en innovatie, van multiplayer thuis tot wereldwijd realtime competitief gamen via internet, vereenvoudigd door de uitrol van internet aan hoge snelheid en de komst van digitale streamingplatforms.

In dit document zal nader op deze onderwerpen worden ingegaan en zal worden getracht een antwoord te geven op vragen over de wijze waarop de sector zicht het best kan ontwikkelen en over de uitdagingen die eraan komen.

EXPANSIE VAN ESPORTS EN HET INTERNET

Esports gaan gepaard met snelle technologische vooruitgang. De ontwikkeling van nieuwe titels, gameplatformen en technologieën (zoals livestreaming) verklaren de sprongen voorwaarts die de sector doormaakte.

Van alle technologische ontwikkelingen die van invloed zijn geweest op de ontwikkeling van esports, is de beschikbaarheid en toepassing van snel en betrouwbaar breedbandinternet waarschijnlijk de belangrijkste: het online spelen en uitzenden hebben de groei van esports gestimuleerd, waardoor op grote schaal competities kunnen worden gespeeld, talent kan worden gescout, de community erbij kan worden betrokken en inhoud kan worden gemaakt en geconsumeerd. Lag of een onstabiele internetverbinding kan een aanzienlijk nadelig effect hebben op een competitieve gameplay, wat vooral problematisch kan zijn voor lokale amateur community's, die het meest afhankelijk zijn van onlinetoernooien.

Het is geen toeval dat de regio's met de snelste internetconnectiviteit ook de meest esportsvriendelijke markten van vandaag zijn: Oost-Azië, Noord-Europa en Noord-Amerika.⁰⁵





1.1.

Wat zijn esports?

Esports zijn competities, toernooien of soortgelijke wedstrijden waarin afzonderlijke personen of teams videogames spelen, gewoonlijk voor toeschouwers, hetzij in persoon hetzij online, met als doel vermaak, prijzen of geld. Ze maken deel uit van de videogame-industrie en worden soms aangeduid als “competitief gamen”. Deze activiteit is gestructureerd: competities worden voor een specifiek spel door een organisator opgezet, hebben een concreet wedstrijdformaat en reglement en worden door teams of spelers gespeeld volgens een selectie- of inschrijvingssysteem. Deze structuur is wat esports onderscheidt van algemene videogames, die kunnen worden gespeeld als een informele hobby of tijdverdrijf.

Als we het over esports hebben, komt het beeld van stadions vol fans die internationale sterren toejuichen gemakkelijk in je op. Maar dat is niet het volledige beeld. Esports kunnen worden gespeeld op professioneel of amateurniveau, op internationale of lokale evenementen, fysiek in een zaal of een studio, of volledig online vanuit huis of welke plek dan ook met een internetverbinding. Deze categorieën zijn niet noodzakelijk exclusief: aan sommige esportstoernooien kunnen zowel professionele

als amateurspelers meedoen, ze kunnen een lokaal en een internationaal publiek bedienen en/of online en live competities combineren.

In de meeste gevallen gaat het bij esports om het maken en verspreiden van videocontent, meestal via livestreaming of uitzending. Deze videocontent kan door de spelers zelf worden gemaakt vanuit hun eigen huis of deel uitmaken van een multicast die gelijkstaat aan een entertainmentevenement van wereldklasse... of iets daartussenin!

Esports hebben geen eenduidig karakter. Net zoals mensen geen “sport” beoefenen maar wel “tennis”, “voetbal” of “atletiek”, vertegenwoordigt elke videogame in wezen zijn eigen genre. Net zoals er verschillende niveaus van professionaliteit en een overvloed aan competities zijn in elk van de bovengenoemde sporten, zijn deze ook te vinden in esports, met videogamespelers die deelnemen aan de Overwatch Champion Series, het EMEA League of Legends Championship, de Rainbow Six Six Invitational, of een willekeurig aantal andere professionele of amateurtoernooien die over de hele wereld worden georganiseerd.

Zonder videogames zouden er geen esports zijn. Deze games staan centraal in het



© Call of Duty League LLC

esportsfenomeen. Als makers en eigenaars van de games die de wereldwijde groei van esports stimuleren, bevinden uitgevers van videogames zich in een unieke positie om de parameters te bepalen van hoe hun games het best op de markt kunnen worden gebruikt. Esportscompetities maken gebruik van creatieve werken die worden beschermd door auteursrechten en andere intellectuele eigendomsrechten^b, d.w.z. de videogames. Dit is een kenmerk dat voorkomt in sommige competitieve ondernemingen (bijvoorbeeld kaart- en bordspellen zoals Magic: The Gathering of Catan), maar niet in andere (niemand bezit voetbal of bowling of het spel steen-papier-schaar). Iemand bezit echter wel de intellectuele eigendomsrechten op de videogames die in esports worden gespeeld. Deze rechten moeten worden gerespecteerd, vooral bij commerciële exploitatie of commercieel gebruik, en daarom moeten organisatoren van esportstoernooien voor de videogames die zij in verband met hun toernooien willen gebruiken, voor de betreffende intellectuele eigendomsrechten toestemming en licenties van de houders verkrijgen.

^b Intellectuele eigendomsrechten ("IE") zijn voornamelijk auteursrechten, naburige rechten en handelsmerken, maar omvatten ook octrooien en bedrijfsgeheimen.

Esports omvatten tientallen titels die worden gespeeld in een groot aantal verschillende toernooiformaten of competitiestructuren. Door deze diversiteit richten verschillende competities zich op verschillende doelgroepen: van zeer competitieve spelers tot sociale spelers of gewoon fans die samenkomen voor het spel waarvan ze houden, voor de teams waarvan ze supporters zijn of voor de sterren met wie ze zich identificeren. Esports maken deel uit van een veel bredere trend rond het sociale en groepsvermaak van videogames.

ESPORTS KUNNEN WORDEN GESPEELD OP PROFESSIONEEL OF AMATEURNIVEAU, OP INTERNATIONALE OF LOKALE EVENEMENTEN, IN PERSOON IN EEN ZAAL OF EEN STUDIO, OF VOLLEDIG ONLINE VANUIT HUIS OF WELKE PLEK DAN OOK MET EEN INTERNETVERBINDING

WAT MAAKT EEN VIDEOGAME TOT EEN SUCCESVOLLE ESPORTSTITEL?

Alle esporttitels zijn videogames, maar niet alle videogames worden esports. In een lijst voor 2020⁰⁶ werden 1.181.019 videogames gevonden die op de bestaande grote gameplatforms en distributiesystemen beschikbaar worden gesteld. Maar het aantal succesvolle esporttitels is veel kleiner, mogelijk minder dan honderd (zie volgend punt). Wat maakt een videogame een goede esportstitel?

Er is geen eenduidig antwoord, maar het is waarschijnlijk een mix van solide en evenwichtige competitie-mechanismen, de juiste leercurve (samengevat in het populaire motto “gemakkelijk te spelen, moeilijk te beheersen”), een aantrekkelijke en gemakkelijk te volgen presentatie voor kijkers, en een reeks diensten voor spelers, organisatoren van toernooien en omroeporganisaties (o.a. online multiplayer en contentcreatietools en API's^c). Bovendien werken veel uitgevers van esporttitels (en van videogames in het algemeen) de content en de spelmechanismen van de titel voortdurend bij om de ervaring van de spelers fris en boeiend te houden en om ervoor te zorgen dat het spel zich onderscheidt in een overvolle markt. Deze voortdurende toevloed van nieuwe content benadrukt de sleutelrol van uitgevers bij niet alleen het creëren maar ook het in stand houden van deze dynamische werelden. Er is geen geheim recept en zelfs ambitieuze multiplayer-games kunnen falen in hun streven om succesvolle esporttitels te worden.

Soms ontwikkelen videogames na verloop van tijd esportscompetities omdat “die games bieden wat ervoor nodig is”. Vaak gaat het om een doelbewuste inspanning van de makers, die opzettelijk en consistent is (van ontwerpniveau tot marketing) en in de loop van de tijd in stand gehouden wordt. Volgens Ubisofts voormalige Brand Director van Rainbow Six Alexandre Remy “brengt het een niveau van discipline in de ontwerpmechanismen en de technologie met zich mee dat ervoor zorgt dat je een game hebt die in zijn fundamenten zo solide mogelijk is”, terwijl de wereldwijde exploitant van esportstoernooien ESL de voortdurende steun van Ubisoft als een belangrijk onderdeel beschouwt “voor mensen om een gevoel van veiligheid en een lange levensduur te hebben waardoor ze hun tijd investeren”.⁰⁷

c Enkele voorbeelden van multiplayertools zijn competitieve matchmaking (om spelers en teams van gelijk niveau aan elkaar te koppelen, zodat beginners niet aan experts worden gekoppeld) en privématches (om met en tegen specifieke spelers of teams te kunnen spelen in plaats van dat deze willekeurig worden toegewezen). Tools voor het creëren van content bieden de mogelijkheid om games uit te zenden en op te nemen, bv. een toeschouwersmodus, herhalingen, enz. Met API's (Application Programming Interfaces) is het onder meer mogelijk de gegevens van een game (statistieken, resultaten, enz.) automatisch te verzamelen en weer te geven..



1.2.

Esportsgenres en -titels

Zoals reeds is gezegd, spelen spelers “in esports niet tegen elkaar” maar in georganiseerde competities, zoals leagues en toernooien, voor specifieke videogames. Voor sommigen die minder vertrouwd zijn met de branche, draagt het woord “esports” de connotatie van videogames die sporten simuleren, maar veel van de populairste esportstitels hebben helemaal niets met sport te maken.

Videogames kunnen op verschillende manieren worden ingedeeld, bijvoorbeeld aan de hand van het systeem waarop ze worden gespeeld (console, computer, mobiele telefoon, enz.) of aan de hand van het aantal spelers dat het spel kan spelen (singleplayer- en multiplayergames). Maar misschien is de handigste manier om videogames in te delen wel hun genre. Er zijn verschillende videogamesgenres. Sommige zijn er al sinds het prille begin (onder meer adventure, vechten, shooters en sport), terwijl andere zeer recent zijn (bv. auto battlers en battle royale games). Hoewel videogames soms elementen van verschillende genres combineren^d, is het nog steeds de meest informatieve manier om bij benadering een idee te krijgen van hoe een spel eruitziet en hoe het wordt gespeeld.

Hoewel slechts een handvol videogames of series^e wereldwijde competities en een wereldwijd publiek hebben gegenereerd, hebben alle hier gepresenteerde genres meerdere titels die gezonde esportscommunity's en -competities in verschillende delen van de wereld kennen. Hieronder vind je een aantal van de populairste genres en titels/series op het gebied van esports:

^d Zo hebben first-person shooters (FPS) zoals Valorant of Overwatch personagevaardigheden zoals die in MOBA's te zien zijn, terwijl sommige battle royale-titels in de eerste persoon kunnen worden gespeeld, waardoor hun spelmechanismen lijken op FPS-videogames.

^e In de videogamebranche is een “serie” een reeks videogames die tot dezelfde serie of hetzelfde universum behoren omwille van intellectuele-eigendomsdoeleinden.

MEEST POPULAIRE GENRES IN ESPORTS

Multiplayer Online Battle Arena (MOBA)
Teamgebaseerde strategiespellen waarbij elke speler een personage met unieke vaardigheden bestuurt.

Voorbeelden: Arena of Valor^f, Brawl Stars, Dota 2, League of Legends, Smite.

Shooters

Games gebaseerd op geweer- en andere wapengevechten vanuit een eerstepersoonsperspectief (FPS, first-person perspective) of vanuit een derdepersoonsperspectief waarbij het perspectief van de speler zich achter en iets boven het spelpersonage bevindt.

Voorbeelden: Call of Duty, Counter-Strike, CrossFire, Halo, Overwatch, Rainbow Six Siege, Valorant.

Battle Royale (BR)

Games waarbij een grote groep spelers of teams strijden om als laatste over te blijven. Voorbeelden: Apex Legends, Fortnite, Free Fire, PlayerUnknown's Battlegrounds.

^f In China bekend als Honor of Kings.



Digital Collectible Card Games (DCCG)

Een soort online kaartspel gebaseerd op strategische deckbuilding.

Voorbeelden: Hearthstone, Legends of Runeterra, Magic: The Gathering Arena.

Real Time Strategy (RTS)

Strategiespellen waarbij de spelers (meestal 1 tegen 1) het spel gelijktijdig in realtime spelen (in tegenstelling tot turn-based strategiespellen zoals schaken).

Voorbeelden: Starcraft 2, Warcraft III: Reforged.

Vechtspellen

Deze games zijn opgebouwd rond gevechten tussen een beperkt aantal personages, in een ringvormig gebied.

Examples: Brawlhalla, Dragon Ball FighterZ, Injustice, Mortal Kombat, Street Fighter, Tekken, Virtua Fighter.

Ritme- en dansspellen

Videogames met een muziekthema die het ritmegevoel van de speler op de proef stellen. Zij zijn gewoonlijk gericht op dans of de gesimuleerde uitvoering van muziekinstrumenten.

Voorbeelden: Dance Dance Revolution, Just Dance.

Sportspellen

Sportsimulaties in de vorm van videogames.

Voorbeelden: EA SPORTS FC, Madden NFL, NBA 2K.

Racing Games

Motorsportsimulaties in de vorm van videogames.

Voorbeelden: Asseto Corsa, DiRT, F1, Forza Motorsport, Gran Turismo, iRacing, MotoGP, TrackMania.

Auto Battlers

Strategiespellen waarin de spelers tactisch tegengestelde legers bouwen en plaatsen in een schaakspelachtig raster, waarna de legers vechten zonder verdere inbreng van de spelers.

Voorbeelden: Auto Chess, Dota Underlords, Teamfight Tactics.



NIEUWE GENRES EN NIEUWE SOORTEN COMPETITIES

Omdat videogames een creatief medium zijn dat voortdurend in ontwikkeling is, heeft het mengen van en experimenteren met verschillende spelmechanismen en genres soms ons inzicht in genres veranderd of geleid tot het ontstaan van geheel nieuwe genres.

Zo is Clash Royale van Supercell een hybride van DCCG en torenverdediging, terwijl Rocket League van Psyonix soms tot het sportgenre wordt gerekend, hoewel de formule ("voetbal" met door raketten aangedreven auto's) voor een beslist onrealistische "sport" zorgt. Onlangs hebben we de opkomst gezien van twee nieuwe genres die al erg populair zijn geworden in competitieve videogames, battle royale games (populair sinds ongeveer 2017) en auto battlers (2019).

Maar deze creatieve impuls beperkt zich niet tot nieuwe genres of games. Soms produceren gevestigde games nieuwe competitieve formats buiten esports die het publiek veroveren. Zo heeft de de al lang bestaande videogameserie The Sims van Electronic Arts het format van de televisietalentenjacht aangepast aan videogames met The Sims Spark'd, een reality tv-spelshow met een diverse cast van deelnemers dankzij de inclusiviteit en de lage toegangsdrempel van deze populaire franchise.⁰⁸

1.3.

De wereldwijde aanwezigheid van esports

Zoals we hebben gezien vormen esports een zeer gevarieerde sector met een groot aantal videogames, voor verschillende soorten doelgroepen en met verschillende toernooiformaten of competitiestructuren. Daarom kunnen we niet echt spreken van één esports-ecosysteem, maar spreken we van verschillende ecosystemen.

Het is belangrijk op te merken dat bepaalde videogames niet overal in gelijke mate aanwezig en zelfs afwezig zijn en dat hun populariteit als esports in verschillende regio's verschilt. Zo zijn vechtsporten enorm populair in Japan en de Verenigde Staten, maar worden ze in Europa als niche beschouwd. EA SPORTS FC is one of the most successful video game franchises, FIFA is een van de meest succesvolle videogameseries, maar het spel dat in Europa, Oceanië en Noord- en Zuid-Amerika wordt gespeeld (EA SPORTS FC 24, FC 25 enz.) verschilt sterk van EA SPORTS FC Online, het spel dat alleen op de computer in het grootste deel van Azië wordt gespeeld.

Het mobiele spel Free Fire brak in 2019 en 2020 records qua publiekscijfers in Latijns-Amerika en Azië, terwijl er in Europa maar een zeer klein publiek voor het spel was. De redenen waarom sommige titels op sommige plaatsen populairder zijn dan op andere, lopen uiteen. Videogames zijn commerciële producten, en als zodanig is het mogelijk dat zij niet in alle regio's worden gedistribueerd, of niet op uniforme wijze op de markt worden gebracht. Het kan ook ontbreken aan essentiële online-infrastructuur in regio's zonder een geschikte marktpenetratie voor dat specifieke spel of bedrijf, naast andere commerciële overwegingen. Maar soms zijn de oorzaken subtiel, zoals verschillende (videogame) culturen.

De marktpenetratie van esports varieert ook over de hele wereld. Hoewel de grootste esportsmarkt qua publiek de enorme Chinese markt is, heeft Noord-Amerika een hogere marktpenetratie van esports dan een andere regio, in vergelijking met de bevolking. Maar zelfs op hetzelfde continent kan de marktpenetratie van esports op verschillende

grondgebieden aanzienlijk verschillen. Spanje heeft bijvoorbeeld een van de hoogste marktpenetraties van fans van alle Europese markten⁰⁹. Dit land heeft consequent een van de meest ontwikkelde nationale sportsscènes in Europa, met een gevarieerde en uitgebreide lijst van amateur-, topniveau- en professionele competities.

**HET IS BELANGRIJK
OP TE MERKEN DAT
VIDEOGAMES NIET
OVERAL GELIJK
AANWEZIG OF ZELFS
AFWEZIG ZIJN EN DAT
HUN POPULARITEIT
ALS ESPORTS IN
VERSCHILLENDE
GEBIEDEN VERSCHILT**

AANTAL FANS VAN ESPORTS PER REGIO

| Regio | Fans (a) | % van de totale bevolking (b) |
|--------------------------------|----------|-------------------------------|
| Noord-Amerika | 18.2M | 4.93 |
| Latijns-Amerika | 18.3M | 2.80 |
| Europa | 29.2M | 3.90 |
| Midden-Oosten en Afrika | 15.3M | 0.90 |
| China | 88.0M | 6.09 |
| Rest van Azië en Stille Oceaan | 46.4M | 1.55 |
| Wereldwijd | 205.4M | |

Bron: Newzoo (a); gebaseerd op gegevens van Newzoo en Worldometers.info (b).



LOL Esports Brussels

BELGIË: EEN ONTLUIKENDE ESPORTS SCENE

Hoewel België een betrekkelijk kleine speler is op het vlak van esports, zijn er toch enkele opmerkelijke ontwikkelingen. De esports scene in België heeft de afgelopen jaren immers een gestage opmars gemaakt, van een ontwikkelingsmarkt naar een sector met toenemende institutionele steun, educatieve integratie en internationale erkenning.

Rond 2020 werd de Belgian Student League (BSL) opgericht voor studenten van hogescholen en universiteiten zoals HOGENT, UCLouvain, Howest en KU Leuven, om te strijden in games zoals Rocket League, EA SPORTS FC en League of Legends (LoL). BSL richt zich op inclusie, competitie en het koppelen van esports aan STEM-vaardigheden. In mei 2022 was de PGL Major in Antwerpen een groot succes: met 2,1 miljoen kijkers op het piekmoment was het zonder twijfel het grootste esports event ooit in België en het op één na populairste Counter-Strike-toernooi wereldwijd. De Belgian Esports Federation (BESF), een sectorfederatie van esports, lanceerde in 2025 het "Esports Events Incubator"-programma, dat subsidies biedt aan een aantal nieuwe grassroots-events om de lokale scene te stimuleren. En in september 2025 kondigde de gemeente Oostkamp samen met de secundaire school KTA Brugge de bouw aan van de eerste Esports Campus van België, een innovatieve faciliteit voor training en ontwikkeling van jong talent.

De Belgische esports caster Eefje "Sjokz" Depoortere is één van de meest iconische figuren in de internationale scene. Met haar charismatische stijl, diepgaande kennis en pioniersrol voor vrouwen in een door mannen gedomineerde sector, is ze een rolmodel voor velen. Ook Belgische teams zoals KRC Genk Esports (actief in LoL en EA SPORTS FC) alsook individuele spelers (bijv. Bwipo in LoL en Scream in VALORANT) dragen bij aan de internationale exposure van België.

Het fiscale klimaat voor esports is voordelig sinds de Federale Overheidsdienst Financiën in 2021 bevestigde dat esporters zouden kunnen worden gelijkgesteld aan sportbeoefenaars onder het speciale fiscale statuut voor topsporters. Dat wil zeggen dat bepaalde belastingvoordelen voor sporters ook gelden voor esporters, zoals een vrijstelling van loonbelasting op een deel van hun inkomen. Echter wil dat niet zeggen dat esports worden gelijkgeschakeld met sport, waardoor er beperkingen zijn op de fiscale voordelen.

1.4.

Beginnelsen voor de betrokkenheid van esports

Esports brengen spelers bijeen die verschillende plaatsen van herkomst, culturen en standpunten hebben. Deze brede, gevarieerde spelersbasis is een van de redenen waarom de sector internationaal zo succesvol is.

In hun streven naar een open, inclusief en gastvrij ecosysteem voor iedereen, ongeacht geslacht, leeftijd, vaardigheidsniveau, ras, etniciteit, religie en seksuele geaardheid, zijn 's werelds toonaangevende videogame sectorfederaties⁹ het in november 2019 eens geworden over een aantal belangrijke beginselen die van toepassing zijn op alle aspecten van het wereldwijde sportecosysteem.

DE BEGINSELEN VOOR DE BETROKKENHEID VAN ESPORTS ZIJN DE VOLGENDE:

Veiligheid en welzijn: alle leden van de esportscommunity verdienen het om deel te nemen aan en te genieten van esports in veilige ruimten zonder bedreigingen en geweld en zonder taalgebruik of gedrag waardoor mensen zich bedreigd of lastiggevallen voelen.

Integriteit en fair play: vals spelen, hacken of op een andere manier onfatsoenlijk, bedrieglijk of oneerlijk gedrag vertonen, doet afbreuk aan de ervaring van anderen, bevoordeelt teams en spelers op oneerlijke wijze en tast de legitimiteit van esports aan.

Respect en diversiteit: esports bevorderen een geest van gezonde competitie. Zowel persoonlijk als online moeten alle leden van de esportscommunity respect tonen en beleefd zijn ten opzichte van anderen, waaronder teamgenoten, tegenstanders, spelofficials, organisatoren en toeschouwers. Esports zijn globaal en brengen spelers met verschillende achtergronden, culturen en standpunten samen. Wij denken dat de brede en diverse spelersbasis van esports bijdraagt aan het succes ervan. Wij zijn voorstander van een open, inclusieve en gastvrije omgeving voor iedereen, ongeacht geslacht, leeftijd, bekwaamheid, ras, etnische afkomst, godsdienst of seksuele geaardheid.

Positief en verrijkend spel: esports kunnen helpen om zelfvertrouwen en sportiviteit op te bouwen en interpersoonlijke communicatie en teamworkvaardigheden te bevorderen. Esports brengen spelers en fans bijeen om problemen op te lossen door strategisch spel, samenwerking en kritisch denken. Deelname aan esports kan ook leiden tot het sluiten van nieuwe en blijvende vriendschappen tussen teamgenoten, wedstrijddeelnemers en leden van de bredere esportscommunity.

Deze beginselen hebben een directe invloed op de esportsactiviteiten van de leden van de sectorfederaties, maar belangrijker is dat ze de hele esportssector willen vertegenwoordigen.

⁹ De Entertainment Software Association (ESA; VS); de Video Games Europe; de Entertainment Software Association of Canada (ESAC); de Interactive Games & Entertainment Association (IGEA; Australië & Nieuw-Zeeland); en Ukie (The Association for UK Interactive Entertainment). De nationale leden van ISFE in België, Frankrijk, Duitsland, Italië, Nederland, Polen, Portugal, Spanje, Zwitserland en Scandinavië hebben de beginselen ook medeondertekend.

EEN POSITIEVE SPELOMGEVING BEVORDEREN

Het creëren van een veilige, positieve en inclusieve online-ervaring voor alle spelers is van het allergrootste belang voor de videogame sector. Uitgevers van videogames en consolefabrikanten werken samen om burgerzin te bevorderen, een community op te bouwen en positief gedrag te stimuleren. De sector heeft verschillende initiatieven genomen om hulpmiddelen en zelfreguleringsprogramma's te creëren om de privacy van spelers te beschermen, een veiliger omgeving te creëren en de betrokkenheid van ouders en verzorgers te bevorderen. Voorbeelden hiervan zijn leeftijdsclassificaties (PEGI, ESRB, IARC)^h, de PEGI-gedragscodeⁱ, tools voor ouderlijk toezicht, programma's voor de naleving van de privacywetgeving, gemeenschapsnormen, rapportagetools, filtersoftware en automatische en menselijke moderatie. De sector organiseert ook regelmatig voorlichtings- en educatieve campagnes in een niet aflatende poging om de community's in hun games en platforms veilig en vrij van pesterijen te houden.

Het streven van Electronic Arts om de community's van hun games positief, leuk, eerlijk en veilig te maken voor iedereen, heeft bijvoorbeeld geleid tot een speciaal "Positive Play"-team dat erop toeziet dat de beginselen van positief spelen worden geïntegreerd in alle producten en diensten van EA.¹⁰ EA's bredere benadering van positief spelen in de gehele business sluit nauw aan bij de beginselen voor de betrokkenheid van esports, met een focus op veiligheid en welzijn, integriteit en eerlijk spel, respect en diversiteit, en positieve en verrijkende game-ervaringen. Centraal staat het Positive Play Charter, geschreven met inbreng van EA's spelerscommunity, waarin in vier punten wordt uiteengezet welk gedrag spelers van EA's games van elkaar verwachten: (i) behandel anderen zoals jezelf behandeld wilt worden, (ii) speel eerlijk, (iii) deel propere content, en (iv) leef de lokale wetgeving na. Er worden ook mogelijke sancties in uitgewerkt, die gaan van een verbod of schorsing van korte duur tot een permanent verbod voor in herhaling tredende of ernstige overtreders. "Wij tolereren geen racisme, seksisme, homofobie, pesterijen of enige vorm van misbruik. We kunnen betere, gezondere community's opbouwen binnen –en buiten– onze games, en dat is wat we hier gaan doen", staat in de aankondiging van het Positive Play Charter.¹¹

Een ander voorbeeld is de Esports Player Foundation, een in Duitsland gevestigde nationale organisatie voor de ontwikkeling van elitespelers. Spelers krijgen in hun ondersteuningsprogramma's gametraining, persoonlijke en mentale coaching, dubbele loopbaanbegeleiding en andere diensten die moeten leiden tot de best mogelijke competitieve carrière voor zeer getalenteerde spelers. Het programma omvat ook onderwijs over hoe je een positief rolmodel kunt zijn, niet alleen voor esportsfans en -spelers, maar ook voor meer casual gamers. Succesvolle en beroemde spelers hebben een grote impact op de gemeenschap, dus een positieve houding wordt niet alleen aangemoedigd, maar is een voorwaarde voor inschrijving.

^h PEGI en ESRB worden respectievelijk in Europa en Noord-Amerika gebruikt. IARC wordt veel gebruikt voor digitale distributie en mobiele apps.

ⁱ De PEGI-gedragscode is een reeks regels waaraan elke uitgever die gebruik maakt van het PEGI-systeem zich contractueel is gebonden. De gedragscode heeft betrekking op leeftijdsbeoordeling, promotie en marketing en weerspiegelt het streven van de videogamesector om op verantwoorde wijze informatie aan het publiek te verstrekken.





CHAT

HEY TRACY, YOU ARE SUCH A #!?*%...!!!!

BAN USER?

YES

NO



© Kirill Bashkirov/Ubisoft

BELANG- HEBBENDEN VAN ESPORTS

2.1.

Waaruit bestaat de esports sector?

Esportswedstrijden zijn het resultaat van de collectieve inspanning van vijf verschillende soorten actoren, die allemaal van essentieel belang zijn om een volledig gevormd ecosysteem te ontwikkelen:

- Uitgevers^j
- Organisatoren van toernooien
- Teams
- Professionele en amateurspelers
- Fans en community's

UITGEVERS

Uitgevers zijn bedrijven die de ontwikkeling, marketing en productie van videogames financieren en die verantwoordelijk zijn voor het op de markt brengen van die videogames via hun distributeurs, detailhandelaars en platforms.

Uitgevers bezitten doorgaans de intellectuele en industriële eigendomsrechten op de door hen gefinancierde videogames (en hun series). Dit zorgt ervoor dat uitgevers de belangrijkste stem hebben in de manier waarop de competitieve ecosystemen van hun games worden gestructureerd. Belangrijker nog is dat uitgevers tijdens het productieproces van een nieuwe titel de kerneigenschappen ervan definiëren – kenmerken, ontwerp, waardevorstel, enz. Dit "DNA" van een videogame heeft een enorme impact, zowel op het mogelijk maken van wedstrijden als op de manier waarop deze wedstrijden worden of moeten worden vormgegeven.

Videogames, en met name competitieve titels, zijn langetermijninvesteringen: de ontwikkeling van een titel kan jaren duren en aanzienlijke kosten met zich meebrengen (in sommige gevallen meer dan 100 miljoen dollar, waarbij

^j We hadden hierin ook ontwikkelaars en platforms voor videogames kunnen opnemen. Hoewel ze een andere herkomst hebben, zijn deze drie actoren naar elkaar toegegroeid. Zie het kader "Andere belanghebbenden - Ontwikkelaars en platforms" voor meer info.



de productiekosten voortdurend stijgen), en na de release moet de uitgever nog jaren ondersteuning krijgen om rendement te behalen. Voor competitieve online games moeten uitgevers een geavanceerde netwerkinfrastructuur voor duizenden (soms miljoenen) spelers exploiteren en onderhouden, eindeloos herbewerken, herbalanceren en nieuwe content toevoegen om de games actueel, speelbaar en leuk te houden. Daarbij hebben ze voortdurende ondersteuning van de spelers en beheer van de

community nodig. Dit maakt dergelijke spellen zeer duur om te maken, op de markt te brengen en te onderhouden. Het budget voor een grote videogame loopt meestal in de honderden miljoenen dollars. De bescherming van intellectuele eigendomsrechten is daarom van fundamenteel belang voor de ontwikkeling en de duurzaamheid van de esportssector, want zonder uitgevers die bereid zijn zwaar te investeren in de ontwikkeling en het onderhoud van competitieve titels, zouden er geen esports zijn.

**BELANGRIJKSTE UITGEVERS EN HUN
COMPETITIEVE TITELS OF SERIES**



Call of Duty, Hearthstone,
Overwatch, StarCraft,
Warcraft



League of Legends,
Legends of Runeterra,
Teamfight Tactics,
Valorant, Wild Rift



Tekken, Soulcalibur,
Dragon Ball



Gran Turismo

Electronic Arts

Apex Legends, EA SPORTS
FC, Madden NFL



Brawl Stars, Clash Royale



NBA 2K



Fortnite, Rocket League



Brawlhalla, For Honor,
Just Dance, Tom Clancy's
Rainbow Six Siege,
TrackMania



Forza, Gears of War, Halo



Counter-Strike, Dota 2



PlayerUnknown's
Battlegrounds



Injustice, Mortal
Kombat

ANDERE BELANG- HEBBENDEN, ONTWIKKELAARS EN PLATFORMS

Een game-ontwikkelaar is gespecialiseerd in het maken van videogames. Ontwikkelaars maken een spelconcept en zetten het om in een eindproduct.

Veel bekende ontwikkelaars zijn dochterondernemingen van, of volledig geïntegreerd in, uitgevers. In dergelijke gevallen zijn de intellectuele eigendomsrechten eigendom van de uitgevers. In andere gevallen, namelijk wanneer een ontwikkelaar onafhankelijk is van een uitgever, wordt de intellectuele eigendom contractueel vastgelegd, maar in het algemeen is het gebruikelijk dat ontwikkelaars hun intellectuele

eigendomsrechten aan uitgevers overdragen in ruil voor toegang tot financiering, meer marketingmogelijkheden, het distributienetwerk van de uitgever en andere hulp.

Platforms voor videogames zijn hardware- of onlineplatforms voor de distributie, installatie, uitvoering en het updaten van videogames. Alle grote consoleproducenten (Microsoft, Nintendo and Sony) also act as publishers, and many publishers have their own in-house development studios and have created their own distribution and online video gaming manufacturers (Microsoft, Nintendo and Sony) atreden ook op als uitgevers en veel uitgevers hebben hun eigen interne ontwikkelingsstudio's en hun eigen distributie- en online videogamediensten.

ORGANISATOREN VAN TOERNOOIEN

Hoewel sommige esportstoernooien en -evenementen door de uitgevers zelf worden georganiseerd (waaronder enkele van de grootste), worden verschillende wedstrijden georganiseerd door promotors van derden of organisatoren van toernooien.

Toernooiorganisatoren ontwerpen en produceren videogamecompetities, zowel amateur- als profwedstrijden, en houden zich daarbij aan de voorwaarden die de uitgever voor elke videogame heeft vastgesteld. Hierbij hebben ze een contract of hebben ze van de uitgevers alle relevante licenties of vergunningen verkregen die nodig zijn om de wedstrijden te organiseren of uit te zenden. Soms gaat het om algemene licenties of vergunningen, maar meestal gaat het om onderhandse contracten waarin de uitgever en de organisator van het toernooi vastleggen hoe de intellectuele eigendom van de uitgever zal worden gebruikt, wat de territoriale reikwijdte van de wedstrijd is, onder welke voorwaarden de wedstrijd openbaar wordt gemaakt en welke andere punten noodzakelijk worden geacht.

EEN AANTAL INTERNATIONALE TOERNOOIORGANISATOREN

| Bedrijf | Land van herkomst |
|---------------------------------------|-------------------|
| Soop | Zuid-Korea |
| BLAST Entertainment | Denemarken |
| DreamHack | Zweden |
| ESL FACEIT | Duitsland |
| Liga de Videojuegos Profesional (LVP) | Spanje |
| ONE Esports | Singapore |
| PGL | Roemenië |
| Starladder | Oekraïne |
| Hero Esports | China |

Gewoonlijk organiseren toernooiorganisatoren meerdere toernooien en leagues, meestal voor verschillende videogames en op verschillende competitieniveaus (professioneel, amateur of casual). Zo organiseert de wereldwijde toernooiorganisator ESL, naast vele andere competities, bijvoorbeeld de Intel Extreme Masters, ESL One en de Pro League, waarbij enkele van 's werelds beste esportsteams het tegen elkaar opnemen in Counter-Strike: Global Offensive, DOTA 2 en andere videogames op eliteniveau, en het ESL Play online toernooiplatform dat casual en amateurspelers de mogelijkheid biedt het tegen elkaar op te nemen in een breed scala aan titels.

Een onderscheidend kenmerk van esports is dat deelname aan veel competities niet beperkt is tot professionele of amateurspelers. Dit geldt zelfs voor toernooien of evenementen van wereldklasse. De Fortnite Championship Series zijn twee voorbeelden. Daarentegen zijn er competities en toernooien die specifieke professionele teams als partners uitnodigen. Hoewel deze competities geen open kwalificatie kennen, bieden zij wedijverende teams de mogelijkheid deel te nemen aan het besluitvormingsproces van de wedstrijd of het toernooi, of te helpen de toekomst van de competitie mee vorm te geven.

TEAMS

Esportsteams (soms "teamorganisaties" of gewoon "esports orgs" genoemd) zijn bedrijven of verenigingen die spelers in dienst nemen om namens hen aan wedstrijden deel te nemen. Veel van deze organisaties hebben roosters die verschillende games spelen: de meeste esportsteams maken gebruik van hun merk en structuur in een breed scala van verschillende titels, in tegenstelling tot exclusief gebonden te zijn aan een enkel spel of competitie (hoewel ze soms een aparte branding kunnen ontwikkelen voor verschillende games of competities).

Terwijl verenigingen meestal verbonden zijn met de amateurscompetitie, zijn professionele esportsteams bijna universeel private bedrijven (organisaties die spelers betalen om hun te vertegenwoordigen op toernooien en competities en waarbij de esportsactiviteit van die spelers hun belangrijkste betaalde bezigheid is).

Er zijn nu honderden professionele teams die aan esportstoernooien en -evenementen over de hele wereld deelnemen. Professionele teams hebben complexe organisatiestructuren ontwikkeld en hebben zeer

technisch personeel in dienst, waaronder coaches, analisten, scouts, diëtisten, fysiotherapeuten en psychologen (uit dit laatste blijkt de zorg van de sector voor het welzijn van de spelers en het inzicht dat goede resultaten en goed gemanagede spelers synoniem zijn).

SPELERS

Spelers zijn, op het hoogste niveau, hoogbetaalde professionals die door teams worden ingehuurd om deel te nemen aan toernooien en competities op wereldniveau, maar ook spelers die op elk niveau spelen, van amateur evenementen tot nationale of internationale competities op topniveau. In feite is, zoals reeds vermeld, een grote aantrekkingskracht van esports dat normale spelers soms aan precies dezelfde wedstrijden kunnen deelnemen als de grote sportssterren. Er zijn ook steeds meer spelers op hogeschool en universitair niveau. Spelers kunnen deel uitmaken van een varsity-programma of lid zijn van een esportsclub op school. Sommige universitaire spelers ontvangen nu beurzen voor deelname aan esportsprogramma's van universiteiten. In de Verenigde Staten bijvoorbeeld kennen leden van de National Association of Collegiate Esports (NACE) jaarlijks meer dan 16 miljoen dollar aan esportsbeurzen toe.¹² Universitaire spelers kunnen deelnemen aan interuniversitaire evenementen of, soms, aan evenementen op professioneel niveau, waarbij zij voor het prijzengeld van het toernooi tegen professionele spelers moeten strijden.

Dankzij een combinatie van factoren is competitief gamen op professioneel niveau mogelijk. De toegenomen populariteit van videogames heeft gezorgd voor een groter publiek en meer geld, zodat esportsteams middelen beschikbaar kunnen stellen om spelers te belonen en spelers het zich kunnen veroorloven om van esports hun primaire bezigheid te maken. Door tijd te besteden aan training is het prestatieniveau gestegen, wat heeft bijgedragen tot een grotere aantrekkingskracht van esports voor spelers en publiek, waardoor een positieve spiraal is ontstaan. Hoewel een professioneel videogamer een betrekkelijk nieuw beroep is, valt het nog steeds onder de bestaande arbeidswetgeving in de desbetreffende gebieden waar de activiteit wordt uitgeoefend.

Hoewel ze prijzengeld kunnen verdienen met de toernooien waaraan ze deelnemen, nemen de meeste amateurspelers louter uit vermaak, sociale of ambitieuze overwegingen deel aan esportscompetities.

Sommige spelers worden publieke figuren en genieten

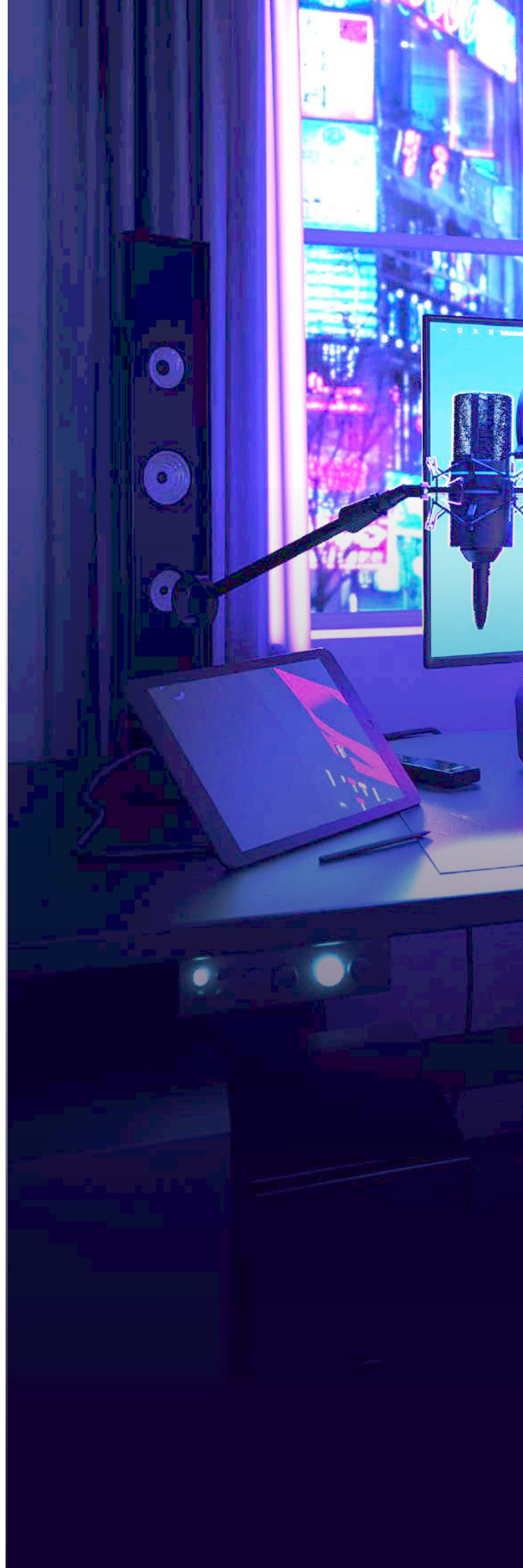
aanzienlijke populariteit dankzij hun successen in competities, het creëren van populaire content op videostreamingplatforms, of een mix van beide. Deze spelers kunnen persoonlijke sponsoring krijgen en de grootste sterren kunnen zelfs lucratieve exclusieve contracten hebben met een contentplatform. Dat gaat echter niet vanzelf: zoals met zoveel dingen in het leven, vergt succes een aanzienlijke tijdsinvestering, inspanning en talent. Sommige sportspelers kunnen social influencers worden, maar er zijn ook social influencers in het esports-ecosysteem die zelf geen gamers zijn.

FANS EN COMMUNITY'S

Geen show zonder publiek. En we zouden het niet over esports hebben, zonder de miljoenen fans die er elke dag via live video's naar kijken of de vele fans die door het hele land, en zelfs daarbuiten, reizen om live wedstrijden te zien, soms zelfs vele malen per jaar.

Maar omdat elke videogame anders is, richten ze zich op verschillende soorten publiek en demografische achtergronden. Daarnaast is een esportsfan een zeer gespecialiseerde liefhebber. Fans volgen de gewenste game en vormen community's rond specifieke competities, geografische gebieden, websites, teams, spelers en andere persoonlijkheden. Er zijn duizenden gamecommunity's in alle maten, geografische locaties en demografische achtergronden, elk met een eigen samenstelling die de intrinsieke veelzijdigheid van de sector weerspiegelt: er is geen one-size-fits-all als het gaat om het bereiken van esportsfans.

Ten slotte hebben esports-community's een aantal gemeenschappelijke kenmerken: ze zijn enthousiast, gepassioneerd en betrokken. En ze verwachten betrokkenheid van spelers, teams, organisatoren en uitgevers van videogames zelf. Daarom speelt community management in esports een enorm grote rol in vergelijking met andere sectoren.





CONTENTMAKERS

In een overwegend online sector zoals esports is het niet meer dan normaal dat fans vooral online middelen gebruiken om met andere fans te communiceren. In het begin gebeurde dat via blogs, websites en forums. Dit soort online community's bestaat vandaag de dag nog steeds, maar is grotendeels voorbijgestreefd door de community's die zijn opgebouwd rond internetpersoonlijkheden: youtubers en streamers.^k

Deze esports-influencers (soms "talent" genoemd) kunnen professionele gamers zijn, maar velen van hen vallen in de poreuze categorieën casters en contentmakers.

Casters^l zijn al sinds het begin een integraal onderdeel van esports. Ze hebben een soortgelijke functie als radio- of televisiepresentatoren of sportcommentatoren. Casters leiden de wedstrijden in, praten over de game om de kijker te informeren en te vermaken, interviewen de spelers en coaches en creëren vaak ook andere soorten neveninhoud.

Contentmakers produceren live of opgenomen

amusement of educatief materiaal, meestal een mix van beide, als een nevendienst die losstaat van de esportscompetitie zelf. De wil om de gameplay te verbeteren of te begrijpen is een belangrijke drijfveer voor het esportspubliek.

Sommige personen migreren tussen categorieën. Tyler 'Ninja' Blevins was bijvoorbeeld een professionele Halo-speler voordat hij een van 's werelds grootste streamers werd.

Talenten kunnen als zelfstandige werken en/of in loondienst zijn bij een bedrijf of organisatie.

^k Een 'youtuber' is een persoon die op YouTube, of bij uitbreiding op een ander platform voor het delen van video's, opgenomen video's produceert of daarin optreedt. 'Streamers' zenden in realtime uit op livestreamingplatforms zoals Twitch of YouTube.

^l Ook 'shoutcasters'. De term is afgeleid van de software SHOUTcast, populair in de begindagen van internetradio.

De rol van intellectuele eigendomsrechten

Esports zijn niet louter een reeks regels. Videogames omvatten talrijke intellectuele eigendomsrechten, waaronder de rechten op basis van software en spelmechanismen, de score, de geluiden, de personages en de stemmen en de kunst van de gamewereld. Uitgevers en developers (de rechthebbenden) investeren zwaar in de ontwikkeling van hun games en vertrouwen op hun intellectuele eigendomsrechten om die investering te beschermen, hun games op de markt te brengen en hun publiek te vergroten.

Videogameseries zijn nauw verbonden met hun makers. Rechthebbenden zijn dus zeer kieskeurig over hoe hun games worden gespeeld of gebruikt. Rechthebbenden bevinden zich in een unieke positie om de juiste toon en setting te bepalen voor de esportscene voor elk van hun respectieve videogameseries. Elke serie trekt een ander type speler aan en de rechthebbenden stemmen de competitieve spelervaring af op die spelers – met hulpmiddelen zowel binnen als buiten het spel. Omdat de specifieke intellectuele eigendom van een serie onlosmakelijk verbonden is met de wedstrijdgeving, zijn intellectuele eigendomsrechten een ongelooflijk belangrijk instrument om de groei van de sector te bevorderen.

De release van een spel is niet het einde van de ontwikkeling ervan. Terwijl de regels van het voetbal bijvoorbeeld niet wezenlijk veranderen van jaar tot jaar, zal een videogame die niet regelmatig vernieuwt of innoveert, niet competitief blijven. Om stilstand te voorkomen, creëren uitgevers geheel nieuwe regelsets, spelmodi, voegen ze inhoud toe, passen ze bestaande spelmechanismen aan en schrappen ze bepaalde elementen uit hun games. De beslissing over wat in een game wordt opgenomen, toegevoegd of verwijderd, berust gewoonlijk uitsluitend bij de betrokken uitgever of developer, die eigenaar is van de intellectuele eigendomsrechten op zijn games. In feite is de eigenaar van de intellectuele eigendomsrechten van een game de enige die de onderliggende regels van een videogame kan wijzigen.

Games, toernooien, uitzendingen en andere content worden allemaal mogelijk gemaakt via intellectuele eigendomsrechten. Dit betekent dat toestemming van de rechthebbenden nodig

is om wedstrijden te hosten, streams uit te zenden, videocontent te maken of zelfs om de wedstrijden te spelen. EULA's (licentieovereenkomsten voor eindgebruikers) verbieden gewoonlijk het commerciële gebruik van games zonder toestemming van de desbetreffende rechthebbende. De organisatoren van toernooien moeten er dus voor zorgen dat zij over de nodige rechten beschikken om het spel tijdens hun evenementen of via andere distributiekanaalen openbaar te maken.

Esports zouden niet kunnen bestaan zonder de sterke bescherming en controle die de makers van games dankzij de intellectuele eigendomsrechten hebben. Het feit dat competitief gamen gelijke tred heeft kunnen houden met de innovatie in de videogame-industrie is hier het bewijs van.

TOPCOMPETITIES

De uitgevers hebben de meeste inspraak in het structureren van de competitiecircuits van hun titels. Hoewel het ecosysteem van een spel op veel verschillende manieren wordt benaderd, houden de meeste uitgevers de topcompetitie onder hun directe beheer, of althans onder streng toezicht. Dit om zowel het allerbeste van hun elitespelers alsook het spel zelf in de allerbeste omstandigheden onder de aandacht te brengen.

Van amateur tot professional en van lokaal tot internationaal, alleen toernooien of leagues die door de rechthebbenden worden georganiseerd of rechtstreeks worden gesteund, kunnen als officiële gamecompetities worden beschouwd.

Uiteraard zijn topcompetities het neusje van de zalm en enkele van de meest herkenbare eigenschappen in esports. Hier volgen er enkele:



- Apex Legends Global Series door Electronic Arts
- Call of Duty League door Activision Blizzard
- Clash Royale League door Supercell
- FC PRO door Electronic Arts
- ESL Pro League CS door ESL FACEIT
- Fortnite Champion Series door Epic Games
- League of Legends World Championship door Riot Games
- NBA 2K League, een joint venture tussen de NBA en Take-Two Interactive
- Rainbow Six's Six Invitational door Ubisoft

2.3.

Primaire partnerschappen

NOORD-AMERIKA



Voor het uitvoeren, bekendmaken en financieel ontwikkelen van competities, zetten belanghebbenden in esports meerdere partnerships op, onder elkaar en met derden, zoals onder meer podia en studio's, technologieleveranciers, logistieke en hardware leveranciers, distributeurs van content, merken en educatieve en andere instellingen.

Maar er zijn twee soorten partnerships met derden die de esportssector hebben helpen definiëren: partnerships met mediaplatforms en met sponsors.

MEDIA- EN STREAMINGPLATFORMS

Dit zijn platforms voor de distributie van content. Esports worden hoofdzakelijk geconsumeerd via on-demand en online livestreaming. Het zijn echter de gratis livestreamingdiensten die de consumptie en commerciële exploitatie van esports zijn gaan

LATIJS-AMERIKA



bepalen. Enkele toonaangevende platforms in de sector zijn Facebook Gaming, Twitch, YouTube en, in China, DouYu en Huya.

Veel online videoplatforms zijn gratis voor zowel de producent van de inhoud om zijn producties te laten zien als voor de toeschouwer om ernaar te kijken. Zij zijn dan ook afhankelijk van reclame als belangrijkste bron van inkomsten. Daarom is het van het grootste belang een groot publiek aan te trekken. Dus sluiten deze platforms soms exclusieve contracten met de populairsterechthebbers, toernooiorganisatoren, teams, spelers of persoonlijkheden uit de community. Een uniek kenmerk van deze platforms, dat esports populair heeft helpen maken en dat op zijn beurt het bereik ervan heeft vergroot, is co-streaming of watchparty's, waarbij een zender een andere uitzending mag uitzenden terwijl het uniek commentaar levert op de actie.

Lineaire tv en zogenaamde "over the top"-diensten (OTT) hebben ook hun intrede gedaan in



Bron: Newzoo (2021). Global Esports & Live Streaming Market Report 2021

esports. Hoewel aanpassen van esportscontent of -eigenschappen van online naar televisie enkele hindernissen met zich meebrengt (veel esportswedstrijden hebben geen vooraf bepaalde duur, zoals bijvoorbeeld de 90 minuten van een voetbalwedstrijd), vertegenwoordigen zij nu al een aanzienlijke marktkans voor traditionele lineaire omroeporganisaties zoals de BBC, Sky, ESPN, Fox Sports en Canal+, die allemaal esports in hun programmapakketten of onlinediensten hebben opgenomen.

SPONSORS

De meeste inkomsten voor organisatoren van toernooien en teams komen van bedrijven of organisaties die hun merken promoten bij de verschillende publieksgroepen van esports (zie hoofdstuk 3). In het verleden waren de sponsors en adverteerders merken die typisch waren voor de sector: technologiebedrijven zoals

ASUS, Intel of Nvidia, of hardwarebedrijven zoals Logitech of Razer. Maar naarmate de sector meer mainstream is geworden, hebben bijvoorbeeld grote niet-sectorespecifieke merken hun intrede gedaan: Adidas, BMW, Coca-Cola, KIA, KitKat, Nike, Visa en Louis Vuitton.

Deze merken sponsoren toernooien, competities, teams en zelfs individuele spelers en persoonlijkheden van de community. Aangezien het om een online sector gaat, is het grootste deel van de aanwezigheid van een merk dienovereenkomstig online. Merken, in de zoektocht naar de aandacht van de ongreepbare esportsfan, hechten echter zeer veel waarde aan het directe contact dat live-evenementen en commerciële acties bieden.

2.4.

Federaties

Hoewel esports grotendeels zijn opgebouwd rond commerciële belanghebbenden, spelen sectorfederaties en non-profitorganisaties een belangrijke rol bij het verenigen en vertegenwoordigen van de verschillende ongelijksoortige actoren in de sector en bij het ontwikkelen en verbeteren van esports voor iedereen, vanaf de basis tot aan internationale niveaus.

Sectorfederaties fungeren als spreekbuis voor de videogame-industrie en de esportssector. Zij streven ernaar de positieve impact van

videogames op de samenleving te bewerkstelligen en te bevorderen, door consumenten mondiger te maken en verantwoord gamen te stimuleren. De sector heeft succesvolle zelfregulerende systemen opgezet, zoals de leeftijdsclassificatie-instanties ESRB in Noord-Amerika en PEGI in Europa. Deze systemen beheren de correcte leeftijdsclassificatie van videogames informeren ouders over videogames die geschikt zijn voor de leeftijd van hun kinderen en waarborgen de veiligheid van jonge spelers.

De sectorfederaties van de videogame-industrie hebben in 2019 de universele Principles of Esports

Engagement geformuleerd (zie hoofdstuk 1).

De meeste uitgevers van de games die vandaag wereldwijd in esportscompetities worden gespeeld, zijn lid van een of meer nationale of regionale sectorfederaties, vaak van beide. En vaak vertegenwoordigen deze federaties ook andere belangrijke belanghebbenden, waaronder organisatoren van toernooien en professionele teams.

Omdat zij de belangrijkste actoren van de sector samenbrengen, waaronder in de eerste plaats de eigenaars van de videogames zelf, zijn de sectorfederaties en hun esportsgroepen de collectieve en gezaghebbende stem van de esports-sector over de hele wereld geworden.

BELANGRIJKSTE SECTORFEDERATIES

| Naam | Afkorting | Regio |
|---|-----------|---|
| Entertainment Software Association | ESA | Verenigde Staten |
| Entertainment Software Association of Canada | ESAC | Canada |
| Interactive Games and Entertainment Association | IGEA | Australië en Nieuw-Zeeland |
| Video Games Europe | - | Europa (omvat nationale sectorfederaties in 15 Europese landen): AEPDV (Portugal) AEVI (Spanje) ANGI (Denemarken, Finland, Noorwegen, Zweden) VGFB (België) game (Duitsland) IIDEA (Italië) OVUS (Oostenrijk) RGDA (Roemenië) SELL (Frankrijk) SIEA (Zwitserland) VIDEO GAMES POLAND (Polen) UKIE (Verenigd Koninkrijk) VGFN (Nederland) |
| Korea Association of Game Industry | K-Games | Zuid-Korea |



© Adela-Sznajder/ESL

DE IMPACT VAN ESPORTS

In dit hoofdstuk gaan we in op de groei en de expansie van esports en het effect daarvan op de werkgelegenheid en de economie van landen en regio's. Een impact die esports voor vooruitziende overheden en de private sector tot een boeiende markt maakt.

BEWUSTZIJN STIMULEERT GROEI VAN ESPORTS

Het gebrek aan bekendheid met esports bij de bevolking, bij de sociale en politieke elites en in economische sferen belemmert de ontwikkeling van de sector. De reguliere pers heeft nog al te vaak de neiging om talrijke mogelijkheden die de sector creëert voor persoonlijke, sociale en economische ontwikkeling achterwege te laten. Anderzijds kan de erkenning door de publieke sector en andere niveaus van de samenleving de positieve bijdrage van videogames en esports aan de economie, de cultuur en het onderwijs de groei bevorderen, desinformatie verminderen en het bewustzijn rond deze veelbelovende sector vergroten.

Een positieve manier om de bekendheid te vergroten is het onder de aandacht brengen van succesverhalen, zoals wanneer een plaatselijk team of speler internationale erkenning krijgt, wanneer een stad zich met succes kandidaat stelt voor het organiseren van een wereldevenement of wanneer een bekend gamebedrijf, team of organisator van een toernooi een plaatselijke vestiging opricht of opent in een bepaalde regio. Bewustmaking van de sector zorgt voor kennis en kennis bevordert het begrip, wat de sleutel is om van elke nieuwe trend of sector te kunnen genieten.



3.1.

Het publiek van esports

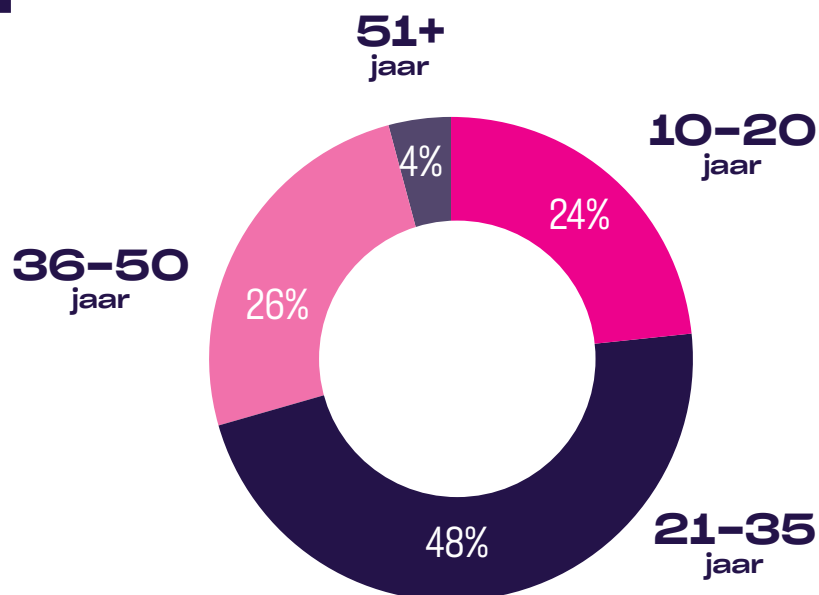
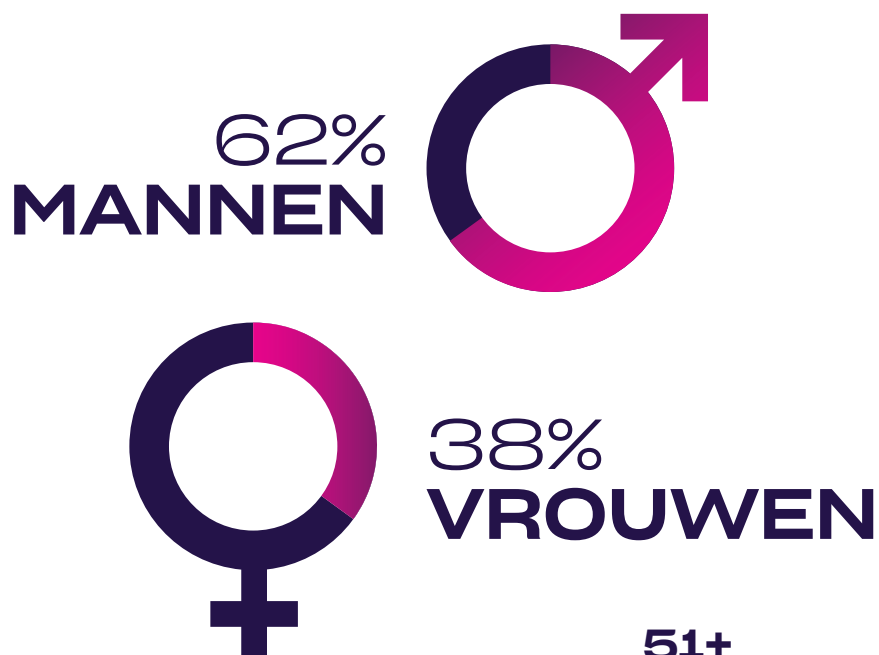
De esportsconomie wordt gedreven door het publiek. Volgens Newzoo een wereldwijd toonaangevend marktonderzoeks- en analysebureau gespecialiseerd in videogames en esports, bedraagt het totale aantal esportsliefhebbers in 2021 wereldwijd 205,4 miljoen en zal dit aantal de komende twee jaar naar verwachting groeien tot 285,7 miljoen in 2024, terwijl het totale publiek 435,9 miljoen bedraagt en naar verwachting in 2024 zal oplopen tot 577,2 miljoen¹³.

GROEI VAN ESPORTS PUBLIEK (WERELDWIJD)

CAGR: +7.7%



Door afrondingen komen esportsliefhebbers en occasionele kijkers niet exact overeen met het totale publiek



Bron: Newzoo.

Hoewel de samenstelling van de fanbase van verschillende games aanzienlijk kan variëren, zijn esportsfans op geaggregeerd niveau overwegend mannen en volwassenen, met 78% 21-plussers en 62% mannen.¹⁴ The female audience is increasing year over year, and reached 38% in 2020. Het vrouwelijke publiek neemt elk jaar toe en bereikte in 2020 38%. Toegang krijgen tot de millennials/generatie Z is de belangrijkste reden voor merken om in esports te stappen: jonge volwassenen blijken moeilijk te bereiken via tv of andere traditionele media, waardoor ze de bijnamen “cord-cutters” en “cord-nevers” hebben gekregen.¹⁵

Deze cijfers trekken de aandacht van ondernemers, investeerders, merken, media en andere bedrijven. Het is echter belangrijk te bedenken dat deze groei niet gelijkmatig is verdeeld. Zoals bij elke nieuwe sector zijn er grote verschillen in de mate van populariteit en ontwikkeling van esports over de hele wereld (zie hoofdstuk 1).



Van links naar rechts: Stephanie Harvey (missharvey), één van de eerste professionele Counter-Strike spelers en winnares van 5 wereldkampioenschappen voor vrouwen; Sasha Hostyn (Scarlett), Canadese StarCraft II speler, haalde het Guinness Book of Records als de meest verdienende vrouwelijke esports speler; Kim Se-yeon (Geguri), Zuid-Koreaanse Overwatch speler, eerste vrouw ooit in de Overwatch League; Li Xiaomeng (Lioon), Chinese Hearthstone speler, eerste vrouw die de Hearthstone Grandmasters Global Finals won

3.2.

De esports- economie

Esports zorgen voor een revolutie in de manier waarop consumenten videogames bekijken, volgen en erbij betrokken zijn. Esportscompetities bieden miljoenen fans een uitlaatklep en een zinvolle manier om met anderen in contact te komen. Naarmate het sportspubliek blijft groeien en de bedrijven blijven experimenteren met nieuwe inkomstenbronnen, zal de economische omvang van de sector zijn reeds aanzienlijke populariteit evenaren.

Hierna beschrijven we de samenstelling van de directe inkomsten en de indirecte economie die door de esports sector wordt gegenereerd.

INKOMSTEN ESPORTS

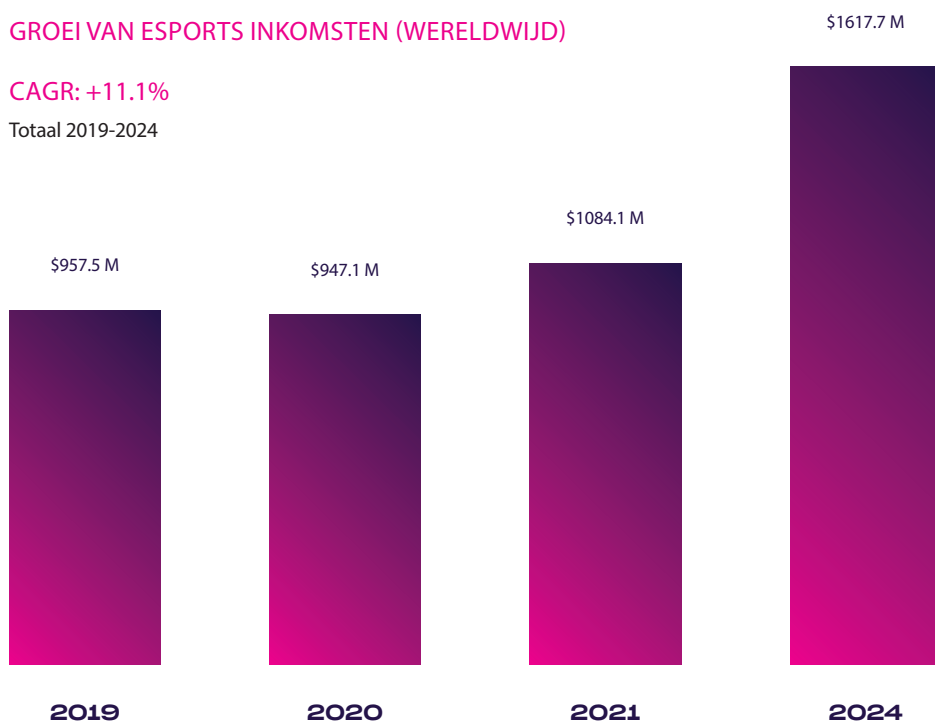
Games- en esportsanalysebureau Newzoo had voor 2021 wereldwijde esportsinkomsten van iets minder dan 1,1 miljard dollar voorspeld.¹⁶ Dit is een bescheiden cijfer in vergelijking met de meer dan 175 miljard dollar aan inkomsten die de videogame-industrie in 2021 wereldwijd naar schatting zou genereren.¹⁷

Hoewel de esportsindustrie in 2020 tijdens de wereldwijde pandemie licht kromp, zal de sector de komende drie jaar naar verwachting een tweecijferige groei doormaken tot meer dan 1,6 miljard dollar.

GROEI VAN ESPORTS INKOMSTEN (WERELDWIJD)

CAGR: +11.1%

Totaal 2019-2024



Bron: Newzoo (2021). Global Esports & Live Streaming Market Report 2021

Bij de schatting van de inkomsten worden zes primaire bronnen in aanmerking genomen:

Sponsoring: inkomsten die door teams en organisatoren van toernooien worden gegenereerd uit sponsoring en reclame die als onderdeel van een sponsorpakket wordt verkocht, zoals naamrechten, logo's op shirts, gesponsorde inhoud, enz., maar ook aanwezigheid in het spel.

Mediarechten: inkomsten die worden gegenereerd via de verkoop van content of de toekenning van rechten om content op een kanaal te vertonen.

Ticketverkoop en merchandising: inkomsten uit de verkoop van tickets voor evenementen en van team- en competitiegerelateerde artikelen. Dit omvat tevens de verkoop door uitgeverijen (bv. boeken of verzamelbare

spelerskaarten).

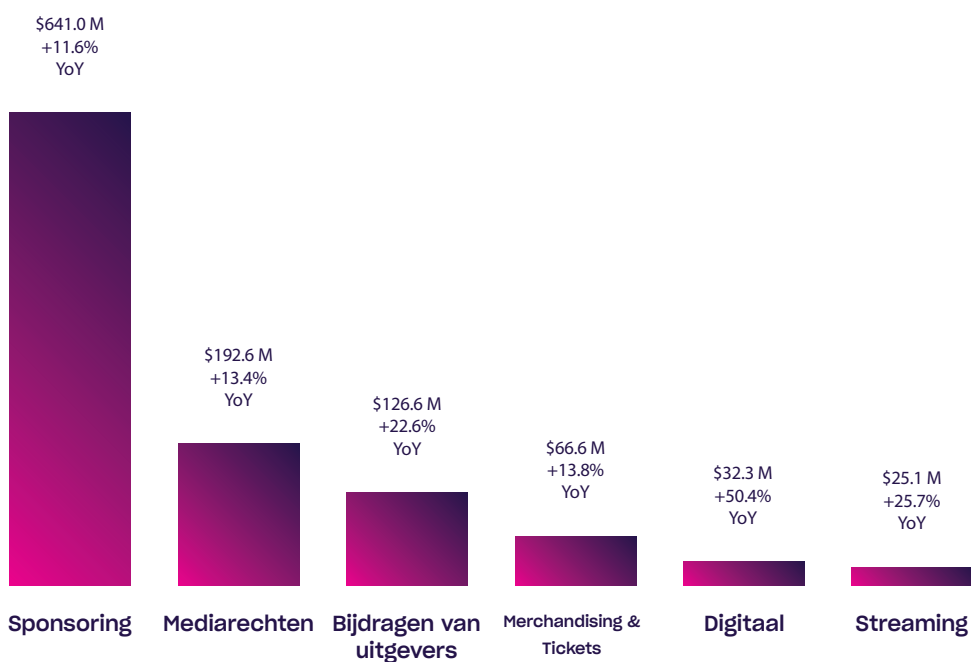
Vergoedingen van uitgevers: uitbetalingen door uitgevers van games aan onafhankelijke organisatoren van toernooien om evenementen of wedstrijden te organiseren. Er wordt hier geen rekening gehouden met de uitgaven van uitgevers voor hun eigen evenementen.

Digitale inkomsten: inkomsten uit de verkoop van online artikelen voor games, gekoppeld aan competities of teams.

Inkomsten uit streaming: inkomsten die worden gegenereerd door professionele gamers of streamers op hun eigen kanalen of op teamkanalen.

Zijn in de bovenstaande ramingen niet opgenomen: indirecte inkomsten uit de verkoop van gespecialiseerde hardware en randapparatuur, van aan esports gerelateerde games of in-game producten, van diensten zoals in-game communicatie of de nevenconomie van live-evenementen (reizen en horeca). Bij de schattingen zijn ook het prijzengeld en de salarissen van de spelers buiten beschouwing gelaten. Dit resulteert in de volgende prognose van de inkomsten voor 2021 per bron:¹⁸

ESPORTS INKOMSTENBRONNEN (WERELDWIJD)



Bron: Newzoo (2021). Global Esports & Live Streaming Market Report 2021

Zoals te zien is in de grafiek, is de esports sector sterk afhankelijk van sponsoring: bijna 60% van de inkomsten komt uit deze bron. Dit kan een uitdaging zijn in tijden van economische krimp, aangezien marketingbudgetten zeer cyclisch zijn en afhankelijk van een beperkt aantal klanten. Maar de sector staat nog in de kinderschoenen en experimenteert met inkomstenbronnen en bedrijfsmodellen.

ESPORTS EN COVID-19

De wereldwijde gezondheids crisis door het COVID-19 virus heeft een tijdelijke rem gezet op een groot deel van het economische leven in de wereld, waarbij vooral openbare optredens, sport- en culturele evenementen werden getroffen. De esports sector leek daarentegen tijdens de pandemie te gedijen¹⁹. Dit rooskleurige beeld is niet helemaal juist. De meeste videogamecompetities zijn niet gestopt, maar hebben hun activiteiten snel aangepast aan een volledige of gedeeltelijke productie op afstand of hebben innovatieve veiligheidsmaatregelen ingevoerd, zoals sanitaire bubbels, om te garanderen dat hun evenementen door konden blijven gaan en tegelijkertijd de gezondheid van het publiek, de spelers, de officials en omroepmedewerkers en ander personeel werd gegarandeerd. Maar zelfs de esports sector was niet immuun voor de impact van COVID-19, aangezien door de pandemie het aantal live-evenementen verminderde (en de evenementen die wel konden doorgaan werden moeilijker te organiseren). In het bijzonder de grote internationale 'tentpole'-evenementen hadden eronder te leiden met een aanzienlijke impact op de economische groei van de sector als gevolg.

Lockdowns en social distancing hebben geleid tot een toename van de online consumptie van audiovisuele inhoud. Dit en het gebrek aan of de vermindering van de beschikbaarheid van alternatief amusement hebben ervoor gezorgd dat het esportspubliek tot recordhoogte is gestegen.²⁰ Toch berekende games- en esportsanalysebureau Newzoo dat de verwachte inkomsten van de sector in 2020 met 12% zouden dalen⁽²¹⁾, voornamelijk als gevolg van de annulering of het uitstel van live-evenementen. Zoals uit de bovenstaande grafiek blijkt, zijn de inkomsten van de sector in 2020 netto gedaald, maar wordt verwacht dat zij in de komende drie jaar met een solide 49% zullen stijgen.

De gezondheids crisis is een grote uitdaging voor esports, maar tegelijkertijd heeft de sector blij gegeven van creativiteit, veerkracht en een toegenomen professionalisering. Daarnaast heeft de sector laten zien dat zij in staat is zich snel aan te passen, veiligheidsmaatregelen te treffen, door te gaan met haar activiteiten en haar publiek te vergroten.

SPILL-OVER EFFECTEN VAN ESPORTS

Zoals we hebben gezien, wordt bij de definitie van esportsinkomsten alleen verwezen naar de bronnen die rechtstreeks door de competitieve eigenschappen zelf worden gecreëerd, maar wordt geen rekening gehouden met de verkoop van producten of diensten (of de toename van de verkoop) die rechtstreeks door het bestaan van esports wordt gestimuleerd.

Het grootste jaarlijkse toernooi van Dota 2, The International, wordt bijvoorbeeld geleverd met een set virtuele in-game-objecten, informatie en extra content (de "Battle Pass") die fans kunnen kopen en waarmee ook de competitie wordt gesteund. Een deel van de

inkomsten gaat namelijk naar de prijzenpot. In 2019 bedroegen de Battle Pass-inkomsten meer dan 137 miljoen dollar, waarvan meer dan 34 miljoen dollar naar de prijzenpot van het toernooi ging.²² Niets van dit geld wordt echter opgenomen als esportsinkomsten. Naast directe strategieën om geld te verdienen, hebben esports ook op andere manieren invloed op de videogame-industrie, bijvoorbeeld door een grotere betrokkenheid en meer publiciteit of door een langere levensduur van individuele videogames.

De groeiende populariteit van esports heeft ook een positieve invloed gehad op de computerhardware- en elektronica-industrie door de creatie en verkoop van



DE GROEIENDE POPULARITEIT VAN ESPORTS HEEFT OOK EEN POSITIEVE INVLOED GEHAD OP DE COMPUTERHARDWARE- EN ELEKTRONICA-INDUSTRIE

gespecialiseerde hardware (computers, beeldschermen) en randapparatuur voor competitief gamen.

Naast bedrijven in de sector is de indirecte impact van esports ook te zien in andere bestaande bedrijven, van snacks tot luxemerken of universiteiten. Veel organisaties passen hun producten of diensten aan om nieuwe klanten te bedienen of in de behoeften rondom competitief gamen te voorzien. Advocatenkantoren zijn bijvoorbeeld “early adopters” van esports geweest, die advies hebben verstrekt en rapporten en studies hebben opgesteld. Advocatenkantoren over de hele wereld hebben zich gespecialiseerd in de sector en in Spanje heeft de Madrileense advocatuur de eerste esportsafdeling in een officiële orde van advocaten opgericht.²³ Bureaus van verschillende aard hebben esports van ganser harte omarmd en sommige hebben zich volledig in de sector genesteld en bieden diensten aan van marketing tot content en evenementenproductie, talentvertegenwoordiging en zelfs teammanagement en de organisatie van toernooien.

Voorbeelden van andere diensten waar veel vraag naar is, zijn coaching, zelfverbeteringsprogramma's, content voor infotainment, bars en sociale centra en online communicatiemiddelen zoals Discord of Team Speak.



3.3.

Investerings in esports

Deze hausse in het ondernemerschap betekent dat ook de investeringen in esports toenemen. Esports zijn niet langer een exotische onderneming in een nichesector, maar een legitiem interessegebied voor alle soorten investeerders, van privé-investeerders en familie kantoren tot durfkapitaalondernemingen.

De aantrekkingskracht van investeren in esports is het gevolg van drie hoofdoorzaken:

Sterke groei: verwacht wordt dat de inkomsten en het kijkerspubliek fors zullen stijgen (zie hierboven).

Het doelpubliek: het belangrijkste publiek van esports zijn de moeilijk te bereiken millennials en centennials, een gewild publiek voor veel merken.

Diverse bedrijfsmodellen: esports bieden veel verschillende kansen op het gebied van banen en zakelijke objectieven (zie hieronder).

Van 34 investeringstransacties^m en 490 miljoen

dollar aan investeringen in esports in 2017, steeg het volume van openbaar gemaakte transacties in 2018 tot 68 transacties en 4,5 miljard dollar.²⁴ De grootste begunstigden waren gameontwikkelaars en -uitgevers en livestreaming- en andere videogame-gerelateerde diensten. Meer dan 50% van de transacties betrof durfkapitaal, de rest was verdeeld over private equity, family office, strategische investeerders en in mindere mate openbare aanbiedingen.

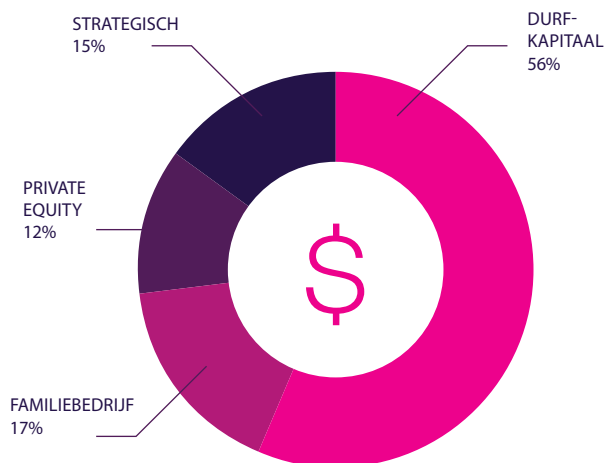
\$4.5 Miljard

Amerikaanse dollar
geïnvesteed
in 2018

^m Met inbegrip van durfkapitaal, familiebedrijf investeringen, private equity en M&A.

OVERZICHT VAN ESPORTS INVESTERINGEN

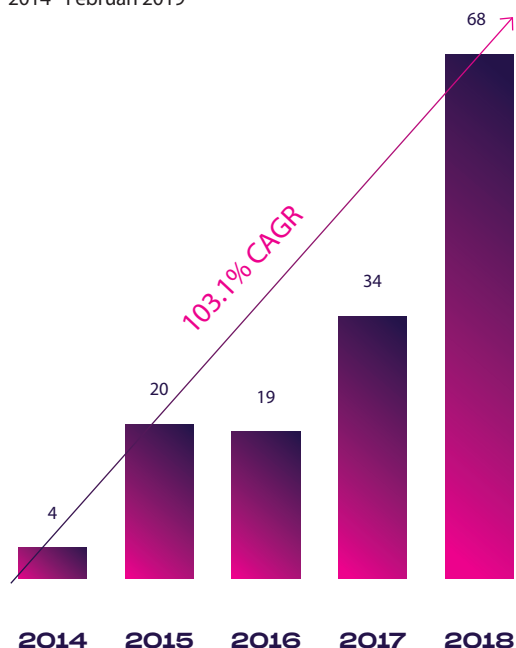
in 2018 per type investeerder



Bron: Deloitte and The Esports Observer.

AANTAL INVESTERINGEN IN ESPORTS

2014 - Februari 2019



ESPORTS ZIJN NIET LANGER EEN EXOTISCHE ONDERNEMING IN EEN NICHESECTOR, MAAR EEN LEGITIEM INTERESSEGEBIED VOOR ALLE SOORTEN INVESTEERDERS

Het is echter niet eenvoudig om in esports te investeren. In de uiterst concurrerende videogamesector is het zeer moeilijk om met precisie te voorspellen wat er in de komende 2-3 jaar zal gebeuren, laat staan in 5 of 10 jaar. Maar de sector vertoont ook een grote mate van stabiliteit. , Veel van de belangrijkste actoren van vandaag, van uitgeverijen tot organisatoren van toernooien en teamorganisaties, waren 10 jaar geleden al in de sector actief. Hieruit blijkt dat het toch mogelijk is om weloverwogen strategische beslissingen te nemen. Tegelijkertijd zijn in de afgelopen jaren honderden nieuwe bedrijven opgericht die het goed doen. Hardware en games zijn veranderd, het publiek is exponentieel gegroeid, maar de op ervaring gebaseerde deskundigheid die de sector heeft vergaard, heeft geleid tot zowel de expansie van die vroege pioniers als de explosie van nieuwe bedrijven in zowat alle hoeken van de wereld.

3.4.

Jobs in esports

Esportsprofessionals zijn niet alleen pro gamers! Hoewel esports een enorm aantal zakelijke kansen genereren, scheppen ze ook nieuwe banen of bieden ze ontwikkelingskansen voor bestaande jobs. In de eerste acht maanden van 2020 heeft vacaturewebsite Hitmarker 5.018 advertenties voor vacatures in esports geplaatst van 1.014 esports-merken in 322 steden wereldwijd²⁵. Voor heel 2020 adverteerde Hitmarker wereldwijd met 6.236 esportsvacatures²⁶.

Net als bij de indirecte economie die door esports wordt gegenereerd (zie hierboven), is de eerste die voordeel doet bij de stijging van esports-gerelateerde vacatures de videogame-industrie zelf. Bij competitief gamen zijn de makers er in de eerste plaats verantwoordelijk voor dat een spel competitief en evenwichtig blijft. De tools van ontwikkelaars kunnen echter ook specifiek voor esports worden gebruikt. Dit omvat bijvoorbeeld het maken van items met een teamthema in de game, of technologie die helpt om de integriteit van de competitie te behouden (zo heeft Riot Games een “Chronobreak”-tool ontwikkeld om games vanaf een specifiek punt opnieuw te starten in het geval van een bugⁿ).

De professionalisering van esports ontwikkelt zich op alle gebieden snel. De tijd dat esports wedstrijden op topniveau door vrijwilligers werden gerund, is al lang voorbij. Voor de meeste door de sector gevraagde functies zijn immers hooggekwalificeerde vakmensen nodig. Volgens esports- en sociaal onderzoeker Nicolas Besombes heeft “de constante groei van het fenomeen de verschillende belanghebbenden er geleidelijk toe gebracht (i) op zoek te gaan naar nieuwe vaardigheden (soms in andere activiteitensectoren zoals sport of media), (ii) hun personeel uit te breiden en (iii) zich te omringen met steeds meer gekwalificeerde mensen”. Hij identificeert daarnaast meer dan 100 verschillende functies in de esports sector in heel diverse segmenten zoals uitzendingen, de organisatie van evenementen, gezondheidsmanagement, verkoop en marketing.²⁷ Hoewel de werkgelegenheid in de hele sector toeneemt, is er niet naar alle functies evenveel vraag. Hitmarker laat bijvoorbeeld de volgende segmenten zien waar wereldwijd veel vraag naar is.^o

ⁿ Een bug is een fout of zwakke plek in een computerprogramma waardoor het zich op onbedoelde wijze gedraagt.

^o Dit is niet het volledige beeld, aangezien sommige esportsfuncties niet in vacatures kunnen worden opgenomen, met name spelers. Ook kunnen de gevolgen van de wereldwijde gezondheids crisis tijdelijk een weerslag hebben gehad op de vraag naar evenementen- en ander productiemedewerkers.



TOP 10 SECTOREN DIE MEDEWERKERS IN DIENST NAMEN IN ESPORTS IN 2020

| Sector | Percent |
|---------------------------------|---------|
| Marketing | 9.90% |
| Softwareontwikkeling | 8.31% |
| Directie en management | 7.68% |
| Bedrijfsontwikkeling en verkoop | 7.61% |
| Technologie | 6.72% |
| Sociale media | 5.18% |
| Talent | 3.87% |
| Redactie en schrijven | 3.21% |
| Projectmanagement | 3.03% |
| Coaching | 2.97% |

Bron: Hitmarker

Hoewel sommige functies bij een bepaald type belanghebbende van esports horen (bijvoorbeeld teams die spelers in dienst hebben), betekent de aard van esports als entertainmentsector dat de meeste of alle actoren, van teams tot toernooiorganisatoren en van mediaplatforms tot sponsors, vragen naar sommige functies of werkgelegenheidsniches. Zoals bijvoorbeeld bedrijfsontwikkeling en marketing of technologie-gerelateerde functies, wat de grotere vraag naar deze functies verklaart.

Maar niet alleen personen kunnen profiteren van het brede scala aan carrièremogelijkheden binnen de esports sector te bieden heeft, ook instellingen en regio's (zie volgende paragraaf) kunnen profiteren van de groei van de sector, bijvoorbeeld door onderwijs aan te bieden of het talent aan te trekken waarnaar de sector op zoek.



C21 DEPARTURE GATE





ESPORTSTALENT REIST DE WERELD ROND

Esports is grensoverschrijdend. De meeste competities trekken internationale deelnemers en een internationaal publiek. Bijgevolg heeft esportstalent snelle, goedkope en naadloze toegang tot die markten nodig. Spelers, coaches en ander technisch personeel, analisten en commentatoren leiden een zwervend bestaan dat van de ene naar de andere organisatie en van het ene naar het andere evenement gaat, naargelang de markt en de wedstrijdkalender. Om talent naar nationale teams en leagues te lokken en internationaal gerenommeerde esportstoernooien te organiseren, moeten esportsprofessionals met zo min mogelijk administratieve rompslomp kunnen reizen om aan deze wedstrijden deel te nemen.

Visa voor esportstalent (spelers, coaches en andere teammedewerkers, commentatoren en andere onvervangbare professionals) moeten op zeer korte termijn worden verleend voor een toernooigericht verblijf van korte duur. Om een geavanceerd ecosysteem te ontwikkelen, zou esportstalent dezelfde status moeten hebben als hoogopgeleide professionals voor een verblijf van middellange of lange duur in een land.



© Timo Verdel/ESL

DE KANSSEN EN MOGELIJKHEDEN VAN ESPORTS

De esports sector zal de komende jaren een van de entertainment sectoren zijn met de grootste expansiemogelijkheden. Om het enorme potentieel ervan optimaal te benutten, is het belangrijk om inzicht te krijgen in de verschillende mogelijkheden die esports bieden op vlakken als economie en werkgelegenheid, onderwijs alsook lokale en nationale ontwikkeling.

4.1.

Geografische mogelijkheden

In hun relatief korte geschiedenis hebben esports bewezen een sterke transformerende kracht te zijn in sommige regio's.

Het idee lijkt tegenstrijdig. Esports zijn een wereldwijd digitaal fenomeen, maar ze creëren ook sterke sociale banden tussen spelers en fans. Uiteindelijk zijn esports gebaseerd op relaties van wedijver en samenwerking tussen spelers, teams en bedrijven. Spelers en fans hebben altijd de behoefte gehad om elkaar in het echt te ontmoeten en reizen soms honderden of duizenden kilometers om mee te doen aan een wedstrijd voor een live publiek, om hun helden in levenden lijve te zien en om in contact te komen met andere fans. We zien deze behoefte weerspiegeld in de manier waarop alle grote internationale toernooien live-evenementen houden. Maar naast de grote evenementen hebben esports vanaf het begin een sterke, op gewone burgers gerichte activiteit gehad, georganiseerd door lokale fans. Deze lokale community's en competities (zowel in steden als in landen) zijn nu groter dan ooit en maken in de meeste gevallen de organische groei van de sector mogelijk. Zonder een grote, diverse en actieve fanbase is het aanzienlijk moeilijker om

een duurzaam esports-ecosysteem in een regio op te bouwen.

MOGELIJKHEDEN OP NATIONAAL NIVEAU

Met de aanhoudende groei van esports over de hele wereld hebben sommige regeringen het potentieel van de sector voor de ontwikkeling van hun regio ingezien. Onder meer landen als Denemarken, Japan en Zuid-Korea hebben plannen gelanceerd om esports te ondersteunen en te laten groeien. Deze plannen zijn gewoonlijk gericht op het opbouwen van duurzame ecosystemen, het ontwikkelen van nationaal talent, het scheppen van kansen voor ondernemerschap, werkgelegenheid en handel en, in het algemeen, het vaststellen van een visie voor de sector op middellange termijn.

Wat esports betreft, is een gemeenschappelijk kenmerk van de genoemde landen dat de nationale strategie tot stand is gekomen op basis van een dialoog tussen de overheid en de belangrijkste economische actoren. Dit heeft goodwill gecreëerd en het juiste klimaat geschapen voor samenwerking tussen publieke en private belanghebbenden. Hierdoor hebben deze landen concrete initiatieven met brede

steun tot stand kunnen brengen, iets wat hard nodig is in de context van een nieuwe en dynamische sector. Deze dialoog heeft vaste vorm gekregen in verschillende structuren in eerder genoemde landen: een handelscomité in Zuid-Korea²⁸, een nationale commissie of panel in Denemarken²⁹, en een werkgroep in Japan³⁰.

Hoewel esports in het grootste deel van de wereld groeien zonder significante betrokkenheid van de publieke sector, kunnen dit soort acties landen in staat stellen te profiteren van synergiën tussen de publieke en private belanghebbenden, wat op lange termijn kan resulteren in een sterkere, meer

evenwichtige groei. Anderzijds betekent het ondernemende karakter van esports dat de meest voor de hand liggende verklaringen voor een bloeiende esports sector zijn: bedrijfs- en technologievriendelijke, sociale, economische en regelgevende praktijken en structure. Hoewel ze qua grootte lijnrecht tegenover elkaar staan, zijn de Verenigde Staten en Singapore twee voorbeelden van landen die wereldwijde esportsactoren hebben “gekweekt” ondanks het feit dat hun regeringen geen bijzondere inspanningen hebben verricht.

EEN GUNSTIG KLIMAAT VOOR ESPORTS CREËREN

In het grootste deel van de wereld zijn videogamecompetities gereguleerd door algemene wetten die voor elke bedrijfsactiviteit gelden (wetten betreffende handel, arbeid, intellectuele eigendom, consumentenbescherming, gegevensbescherming en mededinging, enz.) en door private overeenkomsten en gedragscodes. Er zijn landen waar esports rechtstreeks is gereguleerd, waardoor de sector kon groeien en uitbreiden naarmate esports populairder werden bij de fans. Omgekeerd zijn regio's die een regelgeving met belemmeringen voor esports hebben vastgelegd, niet efficiënt gebleken en hebben zij de economische ontwikkeling van esports in de regio's waar ze zijn ingevoerd, mogelijk zelfs afgeremd. Andere regio's hebben echter in samenwerking met de videogame-industrie regelgeving uitgevaardigd die de ontwikkeling van esports doeltreffend heeft ondersteund.

Zo wordt de zeer strenge Japanse wetgeving op prijzengeld aangeduid als één van de oorzaken voor de relatief trage groei van esports. En dat in een land met zowel een enorme gamecultuur als een hoogwaardige internetinfrastructuur³¹. Aan de andere kant kan het

wegnemen van belemmeringen of onzekerheden de groei van esports een boost geven. Tot eind 2016 werd aangenomen dat esports naar Frans recht als kansspelen konden worden beschouwd, een situatie die veranderde toen de Franse digitale wet (Loi pour une République Numérique) esports expliciet uitsloot als kansspel, waardoor een gunstig klimaat ontstond voor de snelle groei van de esportssector op de Franse markt.

Het is belangrijk te onthouden dat de esports sector deel uitmaakt van de videogame-industrie, in plaats van deze te behandelen als een eigen vorm van entertainment of als onderdeel van een totaal aparte sector. Het gevaar bestaat dat een gebrekkig inzicht in deze zeer dynamische sector kan leiden tot goedbedoelde maar ongeschikte regelgeving die de ontwikkeling in de kiem smoort. De videogame-industrie heeft een bewezen staat van dienst wat betreft efficiënte zelfregulering op regionaal en internationaal niveau voor de bescherming van minderjarigen en verantwoord spelgedrag. Het is ook belangrijk te onthouden dat esports in wezen internationaal zijn en dat er dus gelijkaardige oplossingen moeten komen in meer dan één rechtsgebied.

MOGELIJKHEDEN OP LOKAAL NIVEAU

In de loop der jaren zijn esportsevenementen van internetcafés en lokale LAN-party's verhuisd naar theaters, congrescentra, stadions en andere grote zalen over de hele wereld. Van stadioneigenaars tot bioscoopexploitanten die proberen zichzelf opnieuw uit te vinden door te investeren in esports, hebben live esportsevenementen de privé- en overheidsinfrastructuur nieuw leven ingeblazen. Esportsevenementen kunnen onafhankelijk van het seizoen worden gehouden, waardoor het hele jaar door evenementen in een regio of op een locatie kunnen worden georganiseerd. Het is begrijpelijk dat zij een grote aantrekkingskracht op het toerisme kunnen uitoefenen.

Maar dat is niet het enige voordeel voor steden en regio's die overwegen esportsevenementen te organiseren. Hoewel de economische gevolgen op korte termijn inderdaad aanzienlijk zijn, is een van de redenen waarom de autoriteiten deze evenementen omarmen, vooral in kleine en middelgrote steden³², het langetermijneffect van de perceptie van een stad als een aantrekkelijke plaats om te leven voor jongeren en opgeleiden.

Het organiseren van een esportsevenement hoeft niet per se een eenmalige gebeurtenis te zijn. Een langdurige band opbouwen met een evenement of een reeks evenementen betekent dat lokale overheden, bedrijven en belanghebbenden stabiele relaties kunnen opbouwen rond het evenement, wat zal leiden tot ontwikkeling en stabiele banen. Het creëren van voor esports geschikte zalen (of het aanpassen van bestaande zalen om er esports te kunnen organiseren) biedt soortgelijke mogelijkheden.

Het aantrekken van esportsbedrijven helpt ook bij de economische ontwikkeling van een regio op lange termijn. Zoals we in het vorige punt hebben gezien, hebben esportsbedrijven een zeer gevarieerde groep hooggeschoolde medewerkers in dienst. Het internet gebaseerde karakter van esports betekent dat grensoverschrijdende transacties overal kunnen plaatsvinden: een toernooi met Europese teams kan vanuit Noord-Amerika worden georganiseerd en uitgezonden, en vice versa. Dit internationale bereik betekent dat werkplekken in de esports sector een kosmopolitische beroepsbevolking aantrekken en bijdragen aan het vergroten van de reputatie van een stad of regio. Palm Beach County (Florida, VS) heeft bijvoorbeeld de vestiging gestimuleerd van een faciliteit voor Misfits Gaming Group, een teamorganisatie. Het district waardeerde het feit dat banen in esports veel hoger werden beloond dan het gemiddelde in het district, dat 53.000 dollar bedroeg.³³



STEDEN NEMEN HET TEGEN ELKAAR OP OM ESPORT- EVENEMENTEN TE ORGANISEREN

Volgens 'Host Cities and Esports Events: Perceptions and Ambitions', een onderzoek gericht op meer dan 500 steden wereldwijd, zeiden de meeste ondervraagde steden (84%) dat het organiseren van esportevenementen kan worden gebruikt als een stimulans om een nieuw en jong publiek te bereiken, terwijl 56% dacht dat het organiseren van esports minder bekende steden een kortere weg kan bieden om hun stad op de wereldwijde evenementenmarkt grotere bekendheid te geven³⁴.

Katowice in Polen is een bekende casestudy geworden. In deze voormalige vervallen industriestad wordt sinds 2013 ESL FACEIT's Intel Extreme Masters gehouden die de stad heeft gepositioneerd als een van 's werelds hoofdsteden voor esports. In de woorden van burgemeester Marcin Krupa: "We zijn een stad geworden die niet alleen wordt erkend om zijn postindustriële erfgoed. Zij wordt nu ook geassocieerd met moderne technologieën en esports. Wij zijn het die tegenwoordig trends zetten in deze industrie."

Deze kennis heeft de concurrentie om grote esportevenementen te organiseren aangewakkerd. In het eerste open inschrijvingsproces voor een

continentaal League of Legends-evenement in Europa, ontving Riot Games voorstellen van meer dan 150 steden.³⁵ Het evenement, dat in 2016 in Rotterdam werd gehouden, leverde 2,36 miljoen euro op, afkomstig van de bezoekers. Maar nog belangrijker is het feit dat het de stad positioneerde in de verbeelding van esportsfans. "Het aantrekken van dit soort evenementen is goed voor het imago van de stad," verklaarde Kees de Jong, toenmalig Marketing Manager van Rotterdam Ahoy, de locatie waar het evenement plaatsvond. "Rotterdam wil zich positioneren als een jonge, bruisende en dynamische stad. Rotterdam staat voor innovatie en vooruitgang."³⁶

Als gevolg van het succes van de Six Major Raleigh, een internationaal toernooi van de videogame Rainbow Six: Siege, die een directe economische impact van 1,45 miljoen dollar had, heeft een coalitie van lokale belanghebbenden onder leiding van de stad Raleigh (North Carolina, VS) het Greater Raleigh Esports Local Organising Committee (GRELOC) opgericht. Deze commissie richt zich op het aantrekken van lokale en wereldwijde competitieve game-evenementen en het promoten van de voor esports geschikte faciliteiten en infrastructuur van wereldklasse in Raleigh.³⁷ Evenzo genereerde de 2018 Overwatch League Grand Finals volgens NYC & Company een geschatte economische impact van 12,8 miljoen dollar. Het evenement genereerde 670.000 dollar aan lokale belastingen en zorgde voor 5.650 jobs, het voltijdsequivalent van 94 banen op jaarbasis.³⁸



4.2.

Educatieve en sociale mogelijkheden

In de 21e eeuw zijn digitale vaardigheden even belangrijk als lezen, schrijven en rekenen. Ze omvatten niet alleen technische vaardigheden om informatie- en communicatietechnologieën toe te passen, maar ook digitale geletterdheid, veiligheid, samenwerking en de creatie van content. Deze vaardigheden zijn van essentieel belang voor persoonlijke ontplooiing en ontwikkeling, tewerkstelling, sociale integratie en een actief burgerschap.

Daarnaast heeft het uitbreken van de COVID-19-pandemie de digitale overgang van de samenleving versneld, aangezien thuiswerken en afstandsonderwijs voor veel mensen een realiteit zijn geworden. De bestaande kloof tussen degenen die over de nodige vaardigheden beschikken om in de digitale maatschappij te functioneren en te gedijen en degenen die daarin achterblijven, is door deze plotse en snelle overgang nog breder geworden.

Esports kunnen mensen helpen om deze belangrijke competenties en vaardigheden te verwerven. Ze stellen spelers in staat zich onder te dompelen in fantasierijke werelden en samen te werken of te wedijveren met vrienden of andere medegamers wereldwijd. Videogames vormen een grote intellectuele uitdaging op het gebied van informatieverwerking, probleemoplossing, het bedenken van strategieën en plannen alsook

het interpreteren van informatie uit een reeks verschillende media, zowel verbale als visuele.

Ten slotte kunnen esports ook worden gebruikt als instrument voor sociale en educatieve inclusie.

ESPORTS IN HET ONDERWIJS EN SOCIALE INCLUSIE

Er zijn reeds commerciële en educatieve videogames ingeburgerd in klaslokalen. Leerkrachten die games hebben gebruikt, hebben een significante verbetering waargenomen in verschillende belangrijke vaardigheden zoals probleemoplossing alsook analytische, intellectuele en tijdruimtelijke vaardigheden³⁹, evenals een toename in creativiteit, samenwerking, initiatief, aandacht en communicatie.⁴⁰

Naast het aanleren van vaardigheden kunnen games ook worden gebruikt om diverse onderwerpen te onderwijzen. Zo kondigde de Poolse regering in 2020 aan dat de videogame *This War of Mine* van 11 bit Studios op de officiële leeslijst voor middelbare scholieren werd geplaatst en gratis beschikbaar zou worden gesteld ter ondersteuning van het onderwijs in sociologie, filosofie en geschiedenis.⁴¹ Sinds 2009 werken European Schoolnet (een netwerk van 34 Europese ministeries van Onderwijs) en Video Games Europe (VGE) samen aan Games in Schools, een project dat leerkrachten in heel Europa wil opleiden in het gebruik van commerciële

videogames als pedagogische ondersteuning in de klas.⁴²

Een veel nieuwer fenomeen is dat esports steeds vaker te vinden zijn op de curricula van instellingen voor hoger onderwijs, waarvan verschillende nu gespecialiseerde esports-gerelateerde graden of cursussen aanbieden.

Daarnaast zijn er nog drie andere gebieden waar we een sterke toename van esports zien:

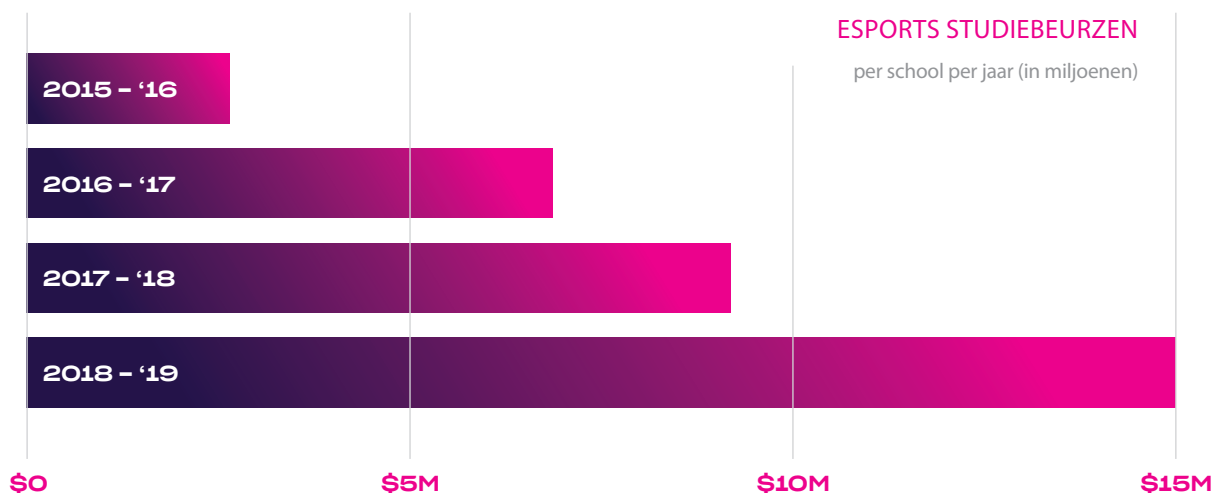
Esports op hogeschool en universitair niveau
Wedstrijden in en tussen onderwijsinstellingen, waarbij teams die een school, hogeschool of universiteit vertegenwoordigen het opnemen tegen teams van soortgelijke onderwijsinstellingen, doen het goed. Instellingen investeren in collegiale esports om studenten aan te trekken en hun studentenpopulatie te activeren. In veel gevallen bieden deze instellingen stimulansen voor esporttalent in de vorm van studiebeurzen. Dit kan kansen bieden aan studenten die misschien moeite hebben gehad om andere academische of atletische beurzen te krijgen. Volgens NACE (National Association of Collegiate Esports) boden ongeveer 200 hogescholen/universiteiten in de Verenigde Staten in 2019 15 miljoen dollar aan studiebeurzen aan. Ook in de VS zijn 850 scholen en 20.000 spelers bij de collegiale organisatie TESPA betrokken⁴³.

Connected learning

Dit is een benadering van onderwijs die pleit voor een verruimde toegang tot leren die sociaal ingebed, op belangstelling gebaseerd en op educatieve,

economische of politieke kansen gericht is. Er is sprake van 'connected learning' wanneer iemand met de steun van leeftijdgenoten en mentoren een persoonlijke interesse of passie kan nastreven en dit op zijn beurt kan koppelen aan academische, loopbaan- of maatschappelijke prestaties, waardoor de school relevanter wordt en jongeren aansluiting vinden bij toekomstige loopbaantrajecten. In esportsprogramma's van universiteiten zoals de universiteit van Californië in Irvine worden loopbaan- en technisch onderwijs, STEM, Engelse taalvaardigheid en zelfs sociaal en emotioneel leren geïntegreerd⁴⁴. In dezelfde geest wordt in het Digital Schoolhouse-programma van Ukie, de Britse sectorfederatie voor videogames, gebruik gemaakt van spelonderwijs leren om leerlingen en leerkrachten te betrekken bij computergebruik. Het programma is gericht op lagere en middelbare scholen in het hele VK en wordt uitgevoerd door een netwerk van deskundige scholen en leerkrachten. Wat esports betreft, waren meer dan 10.000 leerlingen en 1.000 teams betrokken bij het Digital Schoolhouse Team Battle-toernooi op scholen en hogescholen in het hele Verenigd Koninkrijk. Volgens Digital Schoolhouse kan het toernooi door middel van immersief loopbaanonderwijs helpen om studenten digitale en soft skills bij te brengen alsook toekomstig talent in staat te stellen een loopbaan na te streven die ze nog moeten ontdekken.⁴⁵ Volgens een onderzoek van de universiteit van Surrey (Verenigd Koninkrijk) hebben vrouwelijke videogamers drie keer meer kans om een STEM-opleiding^p te kiezen dan niet-gamers.⁴⁶

p STEM-onderwijs is gericht op vier disciplines — wetenschap, technologie, techniek en wiskunde.



De bevordering van esports kan bijdragen tot het overbruggen van de genderkloof die in de wiskunde en wetenschappen bestaat.

Sociale inclusie

Mensen met een laag opleidingsniveau lopen een groter risico op werkloosheid, een lager inkomen gedurende hun hele leven, een geringere deelname aan levenslang leren en een geringer aanpassingsvermogen aan veranderingen, waardoor zij een bijzonder kwetsbare groep vormen. Videogames en esports worden in het onderwijs gebruikt om kinderen en jongeren aan te trekken en te motiveren die geen plaats vinden in een gewone school of het risico lopen om permanent van school te worden uitgesloten. Ze fungeren als een positief middel om de ontwikkeling van positieve persoonlijke vaardigheden en eigenschappen te bevorderen, zoals het vermogen om samen te werken en samen iets te verkennen, zelfsturing, onafhankelijkheid, verantwoordelijkheid, initiatief en ondernemingszin.⁴⁷

Door rekening te houden met de bezigheden en interesses van jongeren kunnen we niet alleen meer geëngageerde studenten grootbrengen, maar ook betere burgers voor een wereld die steeds meer onderling verbonden is.

DIVERSITEIT

Aan wedstrijden van wereldklasse nemen gewoonlijk spelers uit tientallen landen deel. Amateurtoernooien worden in bijna alle uithoeken van de wereld georganiseerd. Esports kunnen inclusiever en toegankelijker zijn dan andere competitieve activiteiten door de verscheidenheid aan games en de relatief lage drempels wat betreft toegankelijkheid en benodigde uitrusting. Bovendien zijn esportscompetities genderinclusief en hebben vrouwen op het podium gestaan in enkele van de grootste wereldwijde competities, zoals de wereldfinale van de Overwatch League of de Hearthstone Grandmasters.

Videogames zelf zijn niet langer een door mannen gedomineerd tijdverdijs. Momenteel is ongeveer 46% van

de videogameliefhebbers in de wereld vrouw.⁴⁸ Hoewel ze nog niet op hetzelfde niveau zitten, groeit het aantal vrouwelijke sportsliefhebbers in versneld tempo en vertegenwoordigen zij 38% van het publiek. Historisch gezien zijn vrouwen echter ondervertegenwoordigd onder de esportsprofessionals: zij vertegenwoordigen slechts een fractie van de professionele spelers.

Toch neemt het aandeel vrouwen in esports geleidelijk toe, mede dankzij pioniers die de hoogste regionen van videogamecompetities hebben bereikt en dankzij baanbrekende initiatieven, zoals het Franse Incubator-programma. Dit is een samenwerkingsverband tussen Women in Games France, Riot Games en Ubisoft France dat individuele coaching op maat, mediatraining, ontmoetingen met professionals en deelname aan toernooien met gemengde teams biedt. "See it to be it!" is zo'n belangrijk onderdeel van het inspireren van vrouwen in esports! Hoe meer vrouwen succesvol zijn – en dat ook laten zien –, in een groot aantal rollen binnen de esports sector, hoe meer meisjes en vrouwen de sector zullen betreden," zegt Marie Claire Isaaman, CEO van het Britse Women in Games⁴⁹. Isaaman wijst ook op de noodzaak om programma's te ondersteunen die vrouwen helpen de gevarieerde mogelijkheden en professionele functies te verkennen die in esports beschikbaar zijn.

Naast initiatieven zoals hierboven genoemd, biedt een klein aantal toernooien voor alleen vrouwen extra kansen voor vrouwelijke sportspelers om mee te doen. Deze toernooien zijn bedoeld om een positieve en inclusieve omgeving te bieden voor vrouwelijke sportspelers. Sommige toernooien fungeren als opstapje naar grote competities. Er zijn echter betrekkelijk weinig van dit soort toernooien voor alleen vrouwen en zij kunnen momenteel niet tippen aan het spektakel, het prestige of het commerciële succes van veel van de bekendere, door mannen gedomineerde toernooien in de sector. "Hoe meer de grote organisatoren van toernooien vrouwelijk talent aan de top kunnen laten zien, hoe beter."

Op het gebied van raciale en etnische diversiteit in esports varieert de vertegenwoordiging vaak afhankelijk van de game en het platform. Met name de community van vechtsporten wordt van oudsher beschouwd



© Fredrik Nilsson/DreamHack

als de meest etnisch diverse community in competitief gamen.⁵⁰ De oorsprong van de community in de speelhallen van de jaren '80 en '90 en de aanhoudende praktijk om zich te concentreren op rechtstreekse livecompetities lijken een cultuur van inclusie en een gevoel van samen-horigheid te hebben bevorderd die de huidige diversiteit van de community heeft gevoed, van topspelers tot toernooiorganisatoren, commentatoren en makers van content.⁵¹

De vechtgame-community is ook een voorloper geweest in het etaleren van het talent van vrouwelijke, transgender en niet-binaire spelers, van pioniers Marie-Laure Norindr (Kayane) en Ricki Ortiz tot sensatie Dominique McLean (SonicFox) die "Esports Player of the Year" won tijdens The Game Awards 2018.

Hoewel er nog vooruitgang moet worden geboekt, biedt de dynamische groei van esports een unieke kans voor de videogame-industrie in het algemeen. De meest prominente actoren in de esports sector zetten zich vastberaden in voor een diverse en inclusieve omgeving, waarin alle leden van de samenleving zonder discriminatie kunnen wedijveren. De door de belangrijkste mondiale sectorfederaties opgestelde Principles of Esports Engagement (zie hoofdstuk 1) zijn

een bevestiging van dit engagement. De sectorfederaties streven ernaar groeiende partnerships in esports voor iedereen sterker te maken, partnerships die bijdragen aan een meer diverse en gastvrije community.



© Timo Verdeil/ESL

CONCLUSIE

Esports zijn de afgelopen jaren een van de boeiendste ontwikkelingen op het gebied van entertainment gebleken en staan dankzij hun toenemende populariteit op het punt mainstream te worden. Men mag echter niet vergeten dat zij zich wereldwijd nog in een vroeg ontwikkelingsstadium bevinden en in veel regio's zelfs nog in de kinderschoenen staan. Daarom is het buitengewoon belangrijk de omstandigheden te bevorderen die hun groei en volwassenheid mogelijk maken.

Een rechtstreekse en vlotte dialoog tussen de videogame-industrie en de beleidsmakers is de beste manier om de aanhoudende en duurzame groei van de sector te garanderen. Nationale en internationale sectorfederaties zijn er om deze dialoog te helpen coördineren en vereenvoudigen door het bieden van een gezaghebbende stem voor de sector, betrouwbare informatie over de stand van zaken in esports en toegang tot de relevante belanghebbenden in elk gebied.

BRONNEN EN VERWIJZINGEN

- 01 Newzoo (2021). Global Esports & Live Streaming Market Report 2021, Free Version. 1st ed. [pdf] Amsterdam: Newzoo. Available at <https://newzoo.com/insights/trend-reports/newzoos-global-esports-live-streaming-market-report-2021-free-version/> [Accessed 1 Apr. 2021].
- 02 Niko Partners (2020). South Korea's New Regulations on the Games and Esports Industry. 1st ed. [pdf] Campbell (CA): Niko Partners. Available at: <https://nikopartners.com/koreas-new-regulations-on-games-and-esports/> [Accessed 1 Apr. 2021].
- 03 Gaudiosi, J. (2017). Inside IEM Katowice: How a small Polish city became an e-sports goliath. PCWorld. Available at: <https://www.pcworld.com/article/3176717/gaming/inside-iem-katowice-how-a-small-polish-city-became-an-e-sports-goliath.html> [Accessed 1 Apr. 2021].
- 04 Entertainment Software Association (2021). Impact of the Video Game Industry - ESA Impact Map. [online] Available at: <https://www.theesa.com/video-game-impact-map/> [Accessed 1 Apr. 2021].
- 05 Akamai (2017). Akamai's State of the Internet, Q1 2017 Report. 1st ed. [pdf] Cambridge (MA): Akamai. Available at: <https://www.akamai.com/us/en/multimedia/documents/state-of-the-internet/q1-2017-state-of-the-internet-connectivity-report.pdf> [Accessed 1 Apr. 2021].
- 06 Sobolev, J. (2020). How Many Video Games Exist? [online] Game Shift. Available at: <https://gamingshift.com/how-many-video-games-exist/> [Accessed 1 Apr. 2021].
- 07 Purslow, M. (2016) 'The eSport Creation Manual: how Ubisoft and ESL made Rainbow Six's pro scene'. [online] PCGamesN. Available at <https://www.pcgamesn.com/tom-clancys-rainbow-six-siege/making-of-rainbow-six-siege-esports-pro-league-esl> [Accessed 1 Apr. 2021].
- 08 Brown, S. (2020). Why the Sims reality show Spark'd is groundbreaking for gamers. [online] CNET. Available at: <https://www.cnet.com/news/why-the-sims-reality-show-sparkd-is-groundbreaking-for-gamers/> [Accessed 1 Apr. 2021].
- 09 Newzoo (2017). An Overview of Esports in Europe. 1st ed. [pdf] Amsterdam: Newzoo. Available at <https://newzoo.com/insights/trend-reports/white-paper-overview-esports-europe/> [Accessed 1 Apr. 2021].
- 10 See <https://www.ea.com/commitments/positive-play> [Accessed 1 Apr. 2021].
- 11 EA (2020). The Positive Play Charter. [online] EA.com. Available at: <https://www.ea.com/news/the-positive-play-charter> [Accessed 1 Apr. 2021].
- 12 Skillshot.com (2020). NACE Announces Strategic Partnership with Skillshot Media for Comprehensive Collegiate Esports Program Offering \$16 M in Scholarships Annually. [online] Available at: <https://www.skillshot.com/blog/nace> [Accessed 7 September 2021].
- 13 Newzoo (2021). Global Esports & Live Streaming Market Report 2021, Free Version. 1st ed. [pdf] Amsterdam: Newzoo. Available at <https://newzoo.com/insights/trend-reports/newzoos-global-esports-live-streaming-market-report-2021-free-version/> [Accessed 1 Apr. 2021].
- 14 Data provided by Newzoo".
- 15 Fitzgerald, T. (2019). Portrait of a Cord Cutter: Who's Doing It and Why. [online] Forbes. Available at: <https://www.forbes.com/sites/tonifitzgerald/2019/06/29/portrait-of-a-cord-cutter-whos-doing-it-and-why/?sh=595ddccf163f> [Accessed 1 Apr. 2021].
- 16 Newzoo (2021). Global Esports & Live Streaming Market Report 2021, Free Version. 1st ed. [pdf] Amsterdam: Newzoo. Available at <https://newzoo.com/insights/trend-reports/newzoos-global-esports-live-streaming-market-report-2021-free-version/> [Accessed 1 Apr. 2021].
- 17 Wijman, T. (2021). Global Games Market to Generate \$175.8 Billion in 2021. [online] Newzoo. Available at: <https://newzoo.com/insights/articles/global-games-market-to-generate-175-8-billion-in-2021-despite-a-slight-decline-the-market-is-on-track-to-surpass-200-billion-in-2023/> [Accessed 10 May 2021].
- 18 Newzoo (2021). Global Esports & Live Streaming Market Report 2021, Free Version. 1st ed. [pdf] Amsterdam: Newzoo. Available at <https://newzoo.com/insights/trend-reports/newzoos-global-esports-live-streaming-market-report-2021-free-version/> [Accessed 1 Apr. 2021].
- 19 Gault, M. (2020). 'Something Needs to Fill That Void.' As Stadiums Go Quiet, Esports Are Having a Moment. [online] Time. Available at: <https://time.com/5812633/esports-coronavirus/> [Accessed 1 Apr. 2021].
- 20 The Economist (2020). The pandemic has accelerated the growth of e-sports. [online] The Economist. Available at: <https://www.economist.com/international/2020/06/27/the-pandemic-has-accelerated-the-growth-of-e-sports> [Accessed 1 Apr. 2021].
- 21 Rietkerk, R. (2020). COVID-19 Continues to Impact the Esports Market: Newzoo Revises Its Esports Revenue Forecast [online] Newzoo. Available at: <https://newzoo.com/insights/articles/covid-19-continues-to-impact-the-esports-market-newzoo-revises-its-esports-revenue-forecast/> [Accessed 1 Apr. 2021].
- 22 Tashev, T. (2020). Is 40 million too much of a stretch for The International? [online] EarlyGame. Available at: <https://www.earlygame.com/is-40-million-too-much-of-a-stretch-for-the-international> [Accessed 1 Apr. 2021].
- 23 Ilustre Colegio de Abogados de Madrid (2020). Los eSports entran en juego. [online] Available at: <https://web.icam.es/los-esports-entran-en-juego-en-el-icam/> [Accessed 1 Apr. 2021].
- 24 Colaco, P., Christoeff, C., Murray, T., Ashton, G., Seck, T. (2019). The Rise of Esports Investments. 1st ed. [pdf] Atlanta: Deloitte Corporate Finance LLC. Available at: <https://esportsobserver.com/product/the-rise-of-esports-investments/> [Accessed 1 Apr. 2021].
- 25 Hitmarker, (2020). Esports employment hubs and the brands that power them. [online] Esports BAR. Available at: <https://blog.the-esports-bar.com/brands/esports-employment-hubs-and-the-brands-that-power-them/> [Accessed 1 Apr. 2021].
- 26 Compiled from Hitmarker data.
- 27 Besombes, N. (2019). Esports Related Professions. [online] Available at: <https://medium.com/@nicolas.besombes/esports-professions-e402a1c3ab92> [Accessed 1 Apr. 2021].
- 28 Niko Partners, (2020). South Korea's New Regulations on the Games

- and Esports Industry. 1st ed. [pdf] San Jose: Niko Partners. Available at: <https://nikopartners.com/koreas-new-regulations-on-games-and-esports/> [Accessed 1 Apr. 2021].
- 29 Kommissorium Esportspanel, (2019). National Strategi for Esport. 1st ed. [pdf] Copenhagen: Kultur Ministeriet. Available at: https://static1.squarespace.com/static/5b90c9b94eddec5d629c493e/t/5cc448fd90a7c0001600609/1556367614635/Esportsstrategi_Kommissorie_2019.pdf [Accessed 1 Apr. 2021].
- 30 Tan, K. (2020). Japanese government launches initiative to lift esports. [online] SportBusiness. Available at : <https://www.sportbusiness.com/news/japanese-government-launches-initiative-to-lift-esports/> [Accessed 1 Apr. 2021].
- 31 Ashcraft, B. (2017). What Prevents Esports From Taking Off in Japan. [online] Kotaku. Available at: <https://compete.kotaku.com/what-prevents-esports-from-taking-off-in-japan-1797221468> [Accessed 1 Apr. 2021].
- 32 TSE Consulting, (2017). Host Cities and Esports Events: Perceptions and Ambitions. 1st ed. [pdf] Lausanne: TSE Consulting. Available at: <https://www.insidethegames.biz/media/file/80012/report.pdf> [Accessed 1 Apr. 2021].
- 33 Ashton, G. (2020). Why Palm Beach County Incentivized a \$1.3M Esports Facility for Misfits. [Online] Esports Observer. Available at: <https://esportsoobserver.com/palm-beach-county-misfits/> [Accessed 1 Apr. 2021].
- 34 TSE Consulting, (2017). Host Cities and Esports Events: Perceptions and Ambitions. 1st ed. [pdf] Lausanne. Available at: <https://www.insidethegames.biz/media/file/80012/report.pdf> [Accessed 1 Apr. 2021].
- 35 McCarthy, C. (2019). Esports and the city: How smaller European cities are transforming their image via video games. [Online] SportBusiness. Available at: <https://www.sportbusiness.com/2019/08/esports-and-the-city-how-smaller-european-cities-are-transforming-their-image-via-video-games/> [Accessed 1 Apr. 2021].
- 36 Ibid
- 37 Visit Raleigh, (2019). Raleigh's Largest Esports Event Generates \$1.45 Million in Economic Impact and Drives Employment. [online] Available at: <https://www.visitraleigh.com/media/press-release/post/raleighs-largest-esports-event-generates-145-million-in-economic-impact-and-drives-employment/> [Accessed 1 Apr. 2021].
- 38 Activision Blizzard, compiled from NYC & Company/Destinations International Event Impact Calculator.
- 39 Wastiau, P. -coordinator-, (2009). How are digital games used in schools? 1st ed. [pdf] Brussels: European Schoolnet. Available at: https://www.isfe.eu/wp-content/uploads/2019/10/gis-full_report_en.pdf [Accessed 1 Apr. 2021].
- 40 Gyllenstig Serrao, F. (2020). How video games help teachers teach. But wait, there's more. [online] ISFE. Available at: <https://www.isfe.eu/perspective/how-video-games-help-teachers-teach-feli/> [Accessed 1 Apr. 2021].
- 41 Handrahan, M. (2020) This War of Mine will be added to school reading list in Poland. [online] GamesIndustry. Available at: <https://www.gamesindustry.biz/articles/2020-06-18-this-war-of-mine-will-be-added-to-polish-schools-reading-list> [Accessed 1 Apr. 2021].
- 42 See <https://www.europeanschoolnetacademy.eu/courses/course-v1:GiS+GamesCourse+2019/about> [Accessed 1 Apr. 2021].
- 43 Heilweil, R. (2019). College Esports Players Are Cashing in Big. [online] Wired. Available at: <https://www.wired.com/story/infoporn-college-esports-players-cashing-in-big/> [Accessed 4 Jan. 2021].
- 44 Lee, J.S. and Steinkuehler, C. (2019). Esports as a Catalyst for Connected Learning: The North America Scholastics Esports Federation. XRDS, [online] XRDS Volume 25, No 4, Summer 2019, Pages 54-59. Available at: <https://connectedlearning.uci.edu/wp-content/uploads/2020/02/Esports-as-a-Catalyst-for-Connected-Learning.pdf> [Accessed 1 Apr. 2021].
- 45 Digital Schoolhouse, (2020). Welcome to esports. [online] Available at: <https://www.digitalschoolhouse.org.uk/esports> [Accessed 1 Apr. 2021].
- 46 University of Surrey (2018). 'Geek Girl' gamers are more likely to study science and technology degrees. [online] Available at: <https://www.surrey.ac.uk/news/geek-girl-gamers-are-more-likely-study-science-and-technology-degrees> [Accessed 1 Apr. 2021].
- 47 Since 2018, the British Esports Association has been organising the AP Championships with the participation of Alternative Provision schools. The case stories consistently highlight improved attitude and communication skills, and attendance levels: <https://britishesports.b-cdn.net/wp-content/uploads/2019/07/AP-Champs-Report-2019.pdf>.
- 48 Bosman, S. (2019) Women Account for 46% of All Game Enthusiasts: Watching Game Video Content and Esports Has Changed How Women and Men Alike Engage with Games. [online] Newzoo. Available at: <https://newzoo.com/insights/articles/women-account-for-46-of-all-game-enthusiasts-watching-game-video-content-and-esports-has-changed-how-women-and-men-alike-engage-with-games/> [Accessed 1 Apr. 2021].
- 49 Mesonero, S. (2021). Conversation with Marie Claire Isaaman, 11 May.
- 50 Epps, D. (2020). Black lives have always mattered in the fighting game community. [online] Polygon. Available at: <https://www.polygon.com/2020/6/16/21292108/black-lives-matter-fighting-game-community-blm-fgc-majin-obama-tasty-steve> [Accessed 1 Apr. 2021].
- 51 Bowman, M. (2014). Why the Fighting Game Community is Color Blind. [online] Polygon. Available at: <https://www.polygon.com/features/2014/2/6/5361004/fighting-game-diversity> [Accessed 1 Apr. 2021].

THE GUIDE TO ESPORTS

Geschreven door

**VIDEO⁺
GAMES
EUROPE**

Partner

VGFB

Video Games Federation Belgium (VGFB) vertegenwoordigt de uitgevers en platforms van videogames actief in België. VGFB verwoordt hun behoeften en belangen bij de overheid, beroepsverenigingen en de media. VGFB werkt nauw samen met de regionale videogame developer federaties in België en is lid van Video Games Europe.

Ondersteund door



De Entertainment Software Association (VS), de Entertainment Software Association of Canada, de Interactive Games & Entertainment Association (Australië en Nieuw-Zeeland) en Video Games Europe (die de nationale sectorfederaties in 15 Europese landen vertegenwoordigt) zijn de mondiale stemmen en pleitbezorgers voor de videogame-industrie, waarvan esports een belangrijk onderdeel zijn. Onze leden zijn de uitgevers, platforms en ontwikkelaars die esports tot een realiteit maken. Voor meer informatie in het Engels, bezoek ons op:

- theesa.com Entertainment Software Association
- theesa.ca Entertainment Software Association of Canada
- igea.net Interactive Games & Entertainment Association (IGEA)
- videogameseurope.eu/vge-esports Video Games Europe
- vgfb.be Video Games Federation Belgium