

30.09.2016

DOORLICHTING VAN HET VLAAMSE GAMEBELEID

*Studie i.o.v. het Departement Cultuur, Jeugd, Sport en Media
van de Vlaamse Gemeenschap*

PROMOTOREN

Prof. Dr. Jan Van Looy
Prof. Dr. Tim Raats

RESEARCHERS

Lizzy Bleumers
Jan Waeben
Sanne Ruelens
Ruben Vandenplas
Lotte Vermeulen



INHOUDSOPGAVE

INHOUDSOPGAVE	3
ADMINISTRATIE	5
GLOSSARIUM	7
INLEIDING	10
1. CONTEXTUALISERING EN SITUERING	12
1.1 VIDEOGAMING: EEN MASSAMEDIDIUM	12
1.2 GAME-INDUSTRIE ALS GROEISECTOR	13
1.3 EEN BELEID VAN CULTURELE NAAR CREATIEVE INDUSTRIEËN	13
1.4 GAMEBELEID IN VLAANDEREN.....	15
2 ANALYSE VAN WERKING EN EFFECTIVITEIT VAN HET VAF GAMEFONDS	18
2.1 INLEIDING.....	18
2.2 EVALUATIE VAN HET VAF GAMEFONDS	20
2.3 PERCEPTIE VAN HET GAMEFONDS	21
2.4 ERVARING MET VAF STEUN	21
2.5 MIDDELEN	22
2.6 PROCEDURE.....	24
2.7 WERKING VAN HET GAMEFONDS	26
2.8 POSITIE IN HET LANDSCHAP.....	27
2.9 EFFECTIVITEITSMETING GAMEFONDS	28
2.9.1 Aanvragen VAF Gamefonds.....	28
2.9.2 Steun toegekend.....	29
2.9.3 De bedrijven die steun aanvragen.....	30
2.9.4 Succes van games die steun ontvingen.....	33
2.9.5 Groei van de sector.....	33
2.10 LESSONS LEARNED.....	34
3 BEHOEFTE EN PRIORITEITEN VOOR DE VLAAMSE GAMESECTOR	37
3.1 OVERZICHT STEUNAANBOD.....	37
3.1.1 Overzicht steun in Vlaanderen.....	37
3.1.2 Overzicht steun in Wallonië	39
3.1.3 Overzicht steun in Brussel	39
3.1.4 Overzicht steun Federaal.....	40
3.1.5 Steun per groeifase van bedrijf.....	40
3.2 FINANCIËLE NODEN	41
3.2.1 Opstartkost.....	41
3.2.2 Investeringsklimaat	43
3.2.3 Loonkost	45
3.3 PROFESSIONALISERING	46
3.4 INTELLECTUELE EIGENDOM	47
3.5 NETWERKEN EN KENNISDELING.....	47
3.6 SECTORVISIE	48
3.7 MENTALITEIT	49

3.8	MARKETING	50
3.9	LEERPLICHT	51
3.10	LESSONS LEARNED	51
4	ANALYSE VAN INTERNATIONAAL BELEID EN ONDERSTEUNINGSMECHANISMEN VOOR DE GAMESECTOR.....	54
4.1	CATEGORISERING VAN STEUNMAATREGELEN	55
4.2	HORIZONTALE VERGELIJKING VAN INTERNATIONALE CASES	56
4.2.1	Canada	57
4.2.2	Duitsland	59
4.2.3	Denemarken.....	63
4.2.4	Europese Unie	67
4.2.5	Finland.....	70
4.2.6	Frankrijk.....	75
4.2.7	Nederland.....	78
4.2.8	Noorwegen	84
4.2.9	Verenigd Koninkrijk	87
4.2.10	Zweden	92
4.3	VERTICALE VERGELIJKING VAN INTERNATIONALE CASES.....	95
4.3.1	Video Game tax relief (Verenigd Koninkrijk)	95
4.3.2	TEKES (Finland).....	98
4.3.3	Topsectorenbeleid (Nederland).....	102
4.3.4	Regionaal gamebeleid (Canada).....	105
4.3.5	Democrativity (Zweden).....	110
4.4	CONCLUSIES.....	113
5	CONCLUSIES EN AANBEVELINGEN	119
5.1	BEST PRACTICES	119
5.2	AANBEVELINGEN	122
	BIBLIOGRAFIE.....	132
	OVER DE ONDERZOEKERS	146

ADMINISTRATIE

Onderneming

IMEC Ghent
AA Tower
Technologiepark 19 B-9052
Gent-Zwijnaarde
T +32 9 248 55 55 F +32 9 331 48 05
info@iMinds.be
BTW 0425.260.668

Promotor

Naam en Functie	Prof. Dr. Jan Van Looy Senior Researcher
Nationaliteit	Belg
Tel.	+32 9 264 84 76
E-mail	Jan.Vanlooy@UGent.be

Promotor

Naam en functie	Prof. Dr. Tim Raats Senior Researcher
Nationaliteit	Belg
Tel.	+32 2 614 85 62
E-mail	Tim.Raats@vub.ac.be

Bronverwijzing

Raats, T., Waeben, J., Bleumers, L., Ruelens, S., Vandenplas, R., Vermeulen, L. & Van Looy, J. (2016). Doorlichting van het Vlaams gamingbeleid. Studie in opdracht van het Departement Cultuur, Jeugd, Sport en Media van de Vlaamse Gemeenschap. Gent en Brussel: IMEC-MICT en IMEC-SMIT.

GLOSSARIUM

<i>Applied games / serious games</i>	In tegenstelling tot entertainment games gemaakt met een informatief of educatief oogmerk.
<i>AR / Augmented Reality</i>	Een spel dat d.m.v. een camera spelelementen toevoegt aan het beeld dat de camera toont.
<i>BEA</i>	Belgian Entertainment Association
<i>Business angels</i>	Private investeerders die naast de financiële investering ook hun kennis, ervaring, en netwerken delen met startende ondernemingen (waaronder bv. BAN Vlaanderen of Business Angels Netwerk Vlaanderen)
<i>CCS</i>	Cultural and Creative Sector
<i>FIT</i>	Flanders Investment & Trade
<i>FLEGA</i>	Flemish Games Association
<i>FTE</i>	Full-time employees / Voltijdse equivalenten. Een rekeneenheid aan de hand waarvan de personeelssterkte kan worden uitgedrukt. Een FTE van 1.0 kan gelijkgesteld worden met een voltijdse werknemer. Een FTE van 0.5 kan op beurt gelijkgesteld worden met een halftijds contract.
<i>Gamification</i>	Het gebruik van spelelementen in niet-game gerelateerde applicaties en processen. Vaak worden deze geïmplementeerd om de betrokkenheid, productiviteit, en het leervermogen van gebruikers te stimuleren.
<i>Greenlight</i>	Stemsysteem waarbij gebruikers op de door ontwikkelaars en uitgevers ingestuurde games kunnen stemmen om hen uit te kiezen voor publicatie.
<i>Incubator</i>	Een bedrijf dat zich toelegt op de ondersteuning en groei van start-ups door diensten, kennis, netwerken en werkruimte aan te bieden.
<i>Indiegames</i>	Videogames die ontwikkeld werden door onafhankelijke en vaak kleinschalige bedrijfjes. Kenmerkend voor indiegames is het ontbreken van een uitgever.

IP	Intellectual property of intellectuele eigendom omvat unieke producten die door een persoon of bedrijf worden gecreëerd. In de game-industrie staat een IP vaak gelijk met een nieuwe game-reeks.
Mobile games	Een game ontwikkeld voor smartphone, tablet, of smartwatch toestellen.
NACE-codes	Een coderingssysteem van de economische activiteiten van de Europese Economische Gemeenschap. Bestaan uit 4 symbolen, en laten toe een overzicht te verkrijgen van de verschillende economische activiteiten in sectoren d.m.v. een unieke code.
Non-disclosure	Een non-disclosure agreement of geheimhoudingsverklaring verbindt de ondertekenaar ertoe alle informatie over de onderdelen van een product geheim te houden.
Risicokapitaal	Risicokapitaal is een vorm van financiering die wordt aangeboden aan kleine of startende ondernemingen. De financiering gaat gepaard met het verwerven van een vorm van betrokkenheid in de ondernemingen waarin geïnvesteerd wordt.
SDK	Een SDK of Software Development Kit omvat een softwarepakket waarmee gebruikers software kunnen ontwikkelen voor een bepaald systeem of platform.
Slack	Een digitaal communicatieplatform.
Soft launch	Het uitbrengen van een product voor een beperkt publiek, voorgaand op de volledige release van het product.
Start-up	Jong bedrijf dat hoofdzakelijk gericht is op sterke groei. Hierbij staat de zoektocht naar een schaalbaar en herhaalbaar businessmodel centraal.
Steam	Een digital distributieplatform, ontwikkeld door Amerikaanse game-ontwikkelaar en uitgever Valve. Hoewel Valve hierover geen concrete cijfers publiceert wordt geschat dat het marktaandeel van Steam zo'n 70% van de digitale distributiemarkt omvat.
Tax credit	Overheid geeft bepaald percentage (meestal 20 tot 30%)

terug van bepaalde in aanmerking komende uitgaven, vaak gekoppeld aan een bepaald aantal voorwaarden (een 'test').

Tax rebate

Systeem waarbij op bedrijfsniveau BTW of werknemersbelasting terugbetaald wordt

Taks shelter

Systeem waarbij fiscale voordelen gegeven worden aan derde investeerders in ruil voor het verrichten van bepaalde uitgaven in de productie

VLAIO

Vlaams Agentschap voor Innoveren en Ondernemen

VR / Virtual Reality

Een computer gegenereerde omgeving waarmee de gebruiker kan interageren aan de hand van randapparatuur.

WALGA

Wallonia Games Association

Work-for-hire

Onder een work-for-hire contract wordt niet de persoon die het product gemaakt heeft erkend als de auteur, maar de werkgever.

INLEIDING

Het Departement Cultuur, Jeugd, Sport en Media wenste een studie uit te voeren m.b.t. Gamebeleid in Vlaanderen. Het wenste daarbij een evaluatie van het VAF Gamefonds en de rol ervan voor de Vlaamse game-industrie en tegelijkertijd een analyse van buitenlandse beleidsincentives ter ondersteuning van de gamesector. De beleidsnota Media 2014-2019 voorziet een evaluatie van de effectiviteit en werking van het VAF Gamefonds, met het oog op het stimuleren van de Vlaamse gamesector om nationaal en internationaal sterker te staan. Dit omvat ook een vergelijking met instrumenten ter ondersteuning van de sector: PMV-Cultuurinvest, Flanders Investment & Trade, Flanders District of Creativity, etc. Dit rapport is de neerslag van die studie. Het onderzoeksrapport bestaat uit vier delen.

Het eerste deel contextualiseert met het oog op de verdere analyse beknopt de **belangrijkste trends binnen game-onderzoek** en de rol die overheden daarbij spelen.

Deel II en Deel III brengen de resultaten van een **kwalitatieve stakeholderbevraging** van de gamesector in Vlaanderen. Deel II zoomt in op de werking van het VAF Gamefonds en in welke mate deze bijdraagt tot het doeltreffend ondersteunen van de Vlaamse game-industrie. In deel III wordt ingegaan op de noden en prioriteiten van de Vlaamse gamesector zoals gebleken uit deze stakeholderbevraging.

In deel VI worden de resultaten weergegeven van een **vergelijkende studie naar initiatieven in het Europese en internationale gamebeleid**. Hiervoor werd op zijn beurt een algemene vergelijking gemaakt naar het volledige beleidskader in 10 landen. In tweede instantie wordt dieper ingegaan op een aantal specifieke initiatieven die relevant zijn voor de Vlaamse context.

Deel V tenslotte, brengt op basis van de bevindingen uit vorige delen een reeks **concrete beleidsaanbevelingen** met het oog op de uitwerking van een weldoordacht gamebeleid en ondersteunend kader voor Vlaamse game-ontwikkelaars en -designers.

Het onderzoek ging van start op 1 juni 2016 en liep tot eind september 2016. De dataverzameling gebeurde in juli en augustus. Het onderzoek werd uitgevoerd door **IMEC-MICT** (Universiteit Gent) en **IMEC-SMIT** (Vrije Universiteit Brussel). Het onderzoeksteam bestond uit 2 promotoren (Prof. Dr. Jan Van Looy en Prof. Dr. Tim Raats) en 5 onderzoekers (Lizzy Bleumers, Jan Waeben, Sanne Ruelens, Ruben Vandenplas en Lotte Vermeulen). De studie werd uitgevoerd in opdracht van de Vlaamse Minister van Media en het Departement Cultuur, Jeugd, Sport en Media.

DEEL I

CONTEXTUALISERING & SITUERING

1. CONTEXTUALISERING EN SITUERING

In dit eerste deel schetsen we de context van het onderzoek: het fenomeen gaming, de game-industrie als deel van de CCS, de Vlaamse game-industrie en buitenlandse beleidsinitiatieven.

1.1 VIDEOGAMING: EEN MASSAMEDIUM

Videogames¹ zijn in de voorbije decennia uitgegroeid van een nicheproduct tot een mainstream medium dat een divers en wijdverspreid publiek aantrekt. De game-industrie kende een voorzichtige start in de jaren '70 met de lancering van arcade ('lunapark') games, in de jaren '80 gevolgd door gameconsoles en homecomputer games gericht op consumenten. Zij groeide uiteindelijk gestaag tot een wereldwijde massa-industrie (Bakie, 2010; Stanton, 2015). Vandaag de dag worden videogames op allerlei digitale dragers gespeeld zoals consoles (bv. Playstation), computers, handhelds (bv. Nintendo DS), tablets en smartphones. Vooral de laatste twee dragers stegen de laatste jaren enorm in populariteit en zorgden ervoor dat games volledig mainstream gingen. Dit houdt in dat games niet meer uitsluitend tot een (mannelijke) jongerencultuur behoren, maar dat vandaag zowat alle lagen van de bevolking hun weg vinden naar het medium. Het ontstaan van het 'casual' game genre speelde hierbij een belangrijke rol (Juul, 2012). Casual games worden veelal op tablets, smartphone en sociale media gespeeld en bevatten doorgaans eenvoudige en korte opdrachten die een speler moet vervullen. Enkele voorbeelden van populaire casual games die in de smaak vallen bij personen van uiteenlopende leeftijden en gender zijn *Candy Crush Saga* en *Bejeweled*.

Naast entertainment worden games ook steeds meer ingezet voor educatieve en commerciële doeleinden. Scholen raken overtuigd van het nut van serious games als een bijkomende didactische tool om leerlingen en studenten kennis bij te brengen en/of vaardigheden te trainen, bv. het Kweetet platform van Die Keure; en ook alsmaar meer bedrijven, zoals het Kortrijkse DAE Studios met Play it Safe, zetten ze in voor opleiding. Het speelse element en de rijke visuele voorstellingen van games vormen in dat opzicht een mogelijke meerwaarde (De Grove & Van Looy, 2011). Een ander voorbeeld betreft advergaming, waarbij producten of services worden gepromoot in games als een alternatieve vorm van marketing, zoals de producten van Firewolf Studios in Hasselt. Zowel serious- als advergaming gaan hand in hand met de algemene trend van gamification binnen onze hedendaagse maatschappij waarbij speltechnieken in toenemende mate worden ingezet in niet-game contexten. Een bekend voorbeeld van gamification betreft de *Duolingo* app, waarmee de gebruiker een taal leert aan de hand van het doorlopen van levels en behalen van punten en badges (Vermeulen, 2014).

¹ Wij gebruiken hierbij een 'inclusieve' definitie van videogame waarbij we verwijzen naar elke softwaretoepassing op een digitale drager die in belangrijke mate gebruik maakt van spelelementen.

1.2 GAME-INDUSTRIE ALS GROEISECTOR

Het toenemende belang van videogames gaat gepaard met een stijgend aantal Vlaamse spelers en een verdere diversificatie ervan. Volgens recente cijfers van digiMeter (2015) beschikt 33,5% van de Vlamingen over een gameconsole en/of handheld, wat een stijging inhoudt van 1% in vergelijking met vorig jaar (2014) en 2,7% in vergelijking met een jaar eerder (2013). Daarnaast geeft digiMeter aan dat 55% van de Vlaamse populatie tenminste eenmaal per maand een game speelt en dat vooral op de computer (31,2%), smartphone (30,4%) of tablet (22,3%) doet. Uit de meest recente cijfers van het Apestaartjaren-rapport (2016, *in press*) blijkt zelfs dat 81,6% van de Vlaamse jongeren tussen de 12 en 18 jaar gamet en dat de helft van de bevraagde jongeren dagelijks een spelletje op een smartphone speelt.

In een recent onderzoeksrapport van Flanders DC (Van Andel & Schramme, 2015) werd de totale omzet van de gamesector in Vlaanderen in 2013 op €224 miljoen geschat tegenover €137 miljoen in 2008. Ondanks de beperkte beschikbaarheid van informatie en cijfers maakt datzelfde rapport een schatting van het aantal werknemers in gespecialiseerde gamebedrijven. Zo wordt het totaal aantal werknemers op 451 VTE geschat waarvan 199 in de detailhandel, 147 bij aanverwante creatieve en technische functies en 105 bij game-ontwikkelaars. Deze cijfers staan in schril contrast met de geschatte jaarlijkse omzet van €224 miljoen en toegevoegde waarde van €75 miljoen. Feit is dat de relatieve creatieve bijdrage van Vlaanderen aan de game-industrie in vergelijking met zijn economische gewicht eerder beperkt kan worden genoemd.

1.3 EEN BELEID VAN CULTURELE NAAR CREATIEVE INDUSTRIEËN

Eind jaren '90 groeide de aandacht vanuit het beleid voor de culturele industrieën omwille van het groeipotentieel van die sectoren en tegelijkertijd een grotere erkenning van de economische en maatschappelijke impact van de cultuurindustrieën. Technologische evoluties stelden bovendien meer mogelijkheden voor de verspreiding op grote schaal van verschillende cultuurproducten. Binnen het beleid werd het economisch potentieel van cultuurindustrieën tot dan toe vaak ook onderbelicht, ten voordele van de democratische en maatschappelijke waarde van cultuurbeleving (Porter, 1990: 683). Vanaf de jaren 2000 werd het belang van creativiteit ook sterker benadrukt binnen beleidskringen, waardoor al snel – onder de Britse Labourregering al sinds 1997 – van creatieve industrieën wordt gesproken.

Met die verschuiving naar creatieve industrieën krijgen ook software- en gamedesign sterke aandacht vanuit beleid. Overheden zetten vanaf dan in op aspecten als cultureel ondernemerschap, ondersteuning van training en talent, zoeken naar pistes voor samenwerking met private partners of onderlinge synergiën en het zoeken naar meer diverse en alternatieve manieren voor de financiering van creatieve industrieën. Zuid-Korea, waar de creatieve industrieën sinds de jaren 2000 bijzonder sterk groeiden, wordt bijvoorbeeld vaak aangehaald om te duiden op het belang van overheidssteuning.

Zuid-Korea is bovendien een gekend voorbeeld om te bewijzen dat het **economisch belang van de videogamesector** aanzienlijk kan zijn. De marktgrootte van de game-industrie in Korea groeide tussen 2001 en 2012 met 1000%. De sterke samenhang met de

Zuid-Koreaanse hardware-fabrikanten, waardoor trendgevoeligheid sneller wordt opgepikt, verklaart deels het succes, maar onderzoek toonde ook aan dat de rol van overheidssteun in Zuid-Korea cruciaal is geweest. Verschillende beleidsmaatregelen die kaderen in de plannen van de Game Promotion Act uit 2006 en de zogenaamde 'governmental initiative and civil cooperation', werden recenter opgepikt als voorbeeld voor andere landen om een groeibeleid in de creatieve industrieën uit te werken. Kort gesteld mikte overheidssteun hier op drie aspecten: het versterken van de industriële basis voor productie, het versterken van buitenlandse markten voor Koreaanse games en de promotie van gamecultuur in eigen land (Park 2014, Hangjung 2010).

In Vlaanderen dacht men begin jaren '90 ook meer na over de uitwerking van een meer **cultureel-industrieel** beleid voor de creatieve industrieën. Dit leidde o.m. tot de oprichting van CultuurInvest en Flanders DC. Met de visienota creatieve industrieën streefde het beleid ernaar om de bestaande gefragmenteerde beleidsmaatregelen te integreren binnen een eengemaakt beleid met 'creativiteit' en 'creatieve economie' als pijlers. Beleidsverkenningen zoals 'De Culturele industrie in Vlaanderen: aanzet tot een strategisch kader 2005-2009' (CJSM), de passages over creativiteit binnen de VIA-plannen en meer recent, de visieteksten 'Creatieve Industrieën in Vlaanderen' (2011) en het 'Onderzoek naar de mogelijkheden van aanvullende financiering voor de culturele sector' (De Voldere et al., 2015) effenden hiervoor het pad.

De aanpak is ook zichtbaar in de meest recente Beleidsnota Cultuur 2014-2019. Daarin wordt de klemtoon gelegd op een geïntegreerd beleid, i.e. een beleid gericht op coherentie, lange termijn en multi-dimensionaliteit. De **Beleidsnota Media 2014-2019** schuift als algemene doelstelling naar voor om de Vlaamse gamesector te helpen om op korte of middellange termijn op eigen benen te staan en uit te groeien tot een volwassen sector binnen de brede media-industrie (Operationele Doelstelling 2.2 - Innoveren als antwoord op nieuwe uitdagingen) (Gatz, 2014). Aandacht gaat naar een evenwicht tussen productie en distributie van cultuur, ondernemerschap en alternatieve financieringsvormen. Ook de link met cultuureducatie komt sterk aan bod. Het is binnen deze contouren dat ook de (eventuele) hertekening van de ondersteuning voor de gamesector moet worden bekeken.

Het uitwerken van een geïntegreerd beleid voor de creatieve industrieën loopt echter aan tegen een aantal cruciale spanningsvelden die een rode draad vormen in de beleidskeuzes die overheden moeten maken. De drie meest essentiële zijn:

- Het spanningsveld tussen **verschillende overheidsniveaus** voor creatieve industrieën: Zowel op regionaal, nationaal, Europees en internationaal niveau wordt gewerkt aan reglementering voor de creatieve industrieën. De belangen op alle beleidsniveaus zijn bovendien niet altijd complementair (zie bv. het standpunt van de EU in onderhandelingen binnen de WTO versus de klemtoon op het vrijmaken en harmoniseren van de interne markt voor cultuur en media).
- Het spanningsveld tussen **cultuur en economie**: de creatieve industrieën produceren en distribueren goederen en diensten met een symbolische betekenis. De balans tussen culturele eigenheid en commerciële opportuniteit (oftewel symbolische versus functionele aspecten) en leefbaarheid vormen ook voor beleid een moeilijke uitdaging.

- Het spanningsveld tussen **verschillende betrokken bevoegdheidsniveaus in de creatieve industrieën**: gezien de brede lading die de creatieve industrieën dekken, is ook het beleid er één dat op diverse bevoegdheidsniveaus speelt. Alleen al voor het gamebeleid kunnen linken gelegd worden tussen cultuurbeleid en mediabeleid, maar ook – indien we de discussie rond Tax Shelter erbij betrekken – financiën. Bij *serious gaming* wordt dan weer sterk gekeken vanuit een e-government, e-health of e-inclusieperspectief, etc.

1.4 GAMEBELEID IN VLAANDEREN

Naar aanleiding van de schietpartij in Antwerpen in mei 2006, de zogenaamde zaak ‘Hans Van Themsche’, werd in het Vlaams Parlement een vraag gesteld naar de effecten van het spelen van videogames. Daarop schreef het Vlaams Instituut voor Wetenschappelijk en Technologisch Aspectenonderzoek (viWTA) een breed onderzoek uit naar de impact van gaming in Vlaanderen. Het rapport dat resulteerde uit dit brede onderzoek werd voorgesteld in februari 2008 (De Pauw et al., 2008) en daarbinnen werd voor de eerste keer een analyse uitgevoerd van de gamesector in Vlaanderen (Jan Van Looy). Op basis van die analyse werden een aantal aanbevelingen gedaan om de sector in Vlaanderen te versterken:

- Oprichting van een (pre)productiefonds;
- Oprichting van een masteropleiding game-ontwikkeling;
- Stimuleren van activering risicokapitaal;
- Ondersteunen van toegepast onderzoek;
- Oprichting van een incubator.

Dit leidde tot een resolutie in het Vlaams Parlement (Rombouts et al., 2008) die o.m. opriep tot het ontwikkelen van een kader voor de erkenning van een masteropleiding game-ontwikkeling. De resolutie vroeg ook aandacht voor het scheppen van een investeringsklimaat dat de ontwikkeling van de game-industrie als cultuurproduct in Vlaanderen stimuleert en hiervoor instrumenten in te zetten op het vlak van innovatie, kenniseconomie en cultuurontwikkeling. Een derde aspect dat aan bod kwam is het informeren en begeleiden van de gamesector bij het oprichten van een incubator waar kleine startende bedrijven logistieke, administratieve en financiële begeleiding kunnen krijgen. Daarbij wordt afstemming gezocht met bestaande instrumenten en actoren zoals CultuurInvest, het Vlaams Audiovisueel Fonds (VAF), het Kunstendecreet, het Instituut voor de aanmoediging van Innovatie door wetenschap en technologie in Vlaanderen (IWT) en het Interdisciplinair instituut voor BreedBand Technologie (IBBT, nu iMinds). Tot slot bepleitte de resolutie dat de Tax Shelter regeling naar het voorbeeld van Frankrijk zou uitgebreid worden tot games.

In de daaropvolgende jaren werden een aantal beleidsinitiatieven genomen om de Vlaamse gamesector te ondersteunen. Zo werden via IWT en IBBT/iMinds een aantal onderzoeksprojecten zoals LLingo en Games at School ondersteund en werden via CultuurInvest een verhoogd aantal achtergestelde leningen toegekend aan Vlaamse game-ontwikkelaars. In 2009 werden drie game-incubatoren boven de doopvont gehouden in Genk, Kortrijk en Leuven en in 2012 werden zowel de Flemish Games Association (Flega)

als het VAF Gamefonds opgericht. Gehoorde kritieken vanuit de sector echter waren het feit dat enkel onderzoek naar educatieve of zogenaamde serious games wordt ondersteund (en niet entertainment, die de grootste markt vormt), en dat de bedragen voor de incubatoren, de achtergestelde leningen en het Gamefonds niet in verhouding staan tot de budgetten die nodig zijn voor het maken van succesvolle games. Bovendien is het gevraagde kader dat zou kunnen toelaten om de Howest opleiding Digital Arts and Entertainment uit te breiden tot een Master niet geschapen en is de federale regering, ondanks initiële interesse, nooit overgegaan tot het instellen van een Tax Shelter voor videogames.

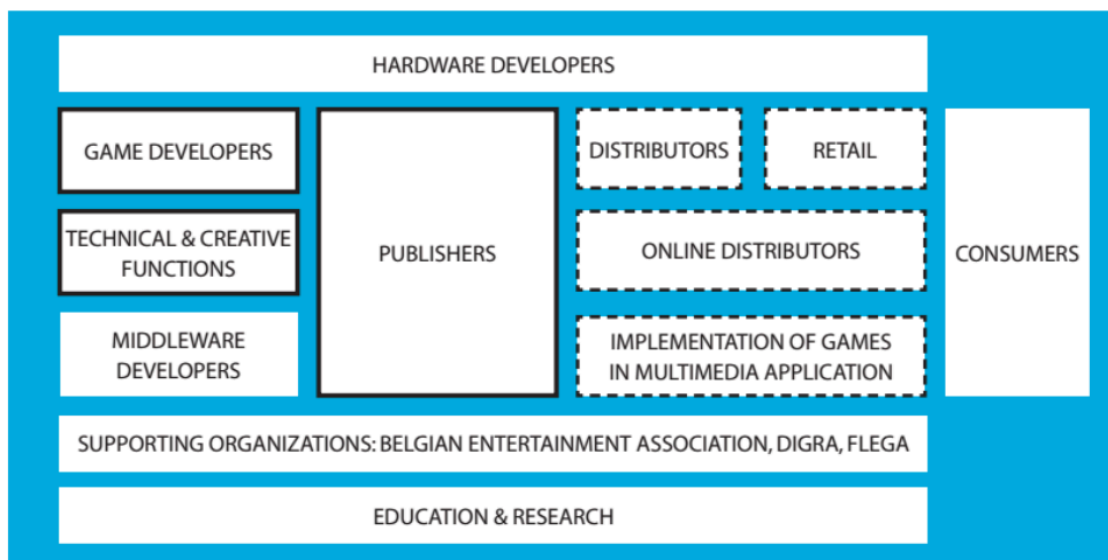
DEEL II

ANALYSE VAN WERKING & EFFECTIVITEIT VAN HET VAF GAMEFONDS

2 ANALYSE VAN WERKING EN EFFECTIVITEIT VAN HET VAF GAMEFONDS

2.1 INLEIDING

De kwalitatieve bevraging peilde in eerste instantie naar de werking van het VAF Gamefonds en in welke mate deze bijdraagt tot het doeltreffend ondersteunen van de Vlaamse game-industrie. Er werd nagegaan hoe het Gamefonds zich verhoudt tot andere vormen van steun zoals bv. PMV en CultuurInvest, FIT, Flanders DC, Creative Europe enzovoort. Naast een evaluatie van het Gamefonds, wordt ook de rol van het Vlaams Audiovisueel Fonds vzw (VAF) als beheerder van dit fonds doorgelicht. Het VAF heeft de uitvoerende positie in het verlenen van steun gezien zijn expertise met projectselectie en affiniteit met de audiovisuele sector in Vlaanderen. Toch bestaat de nood om na te gaan in hoeverre het VAF de vooropgestelde doelstellingen van het Gamefonds heeft waargemaakt teneinde een optimale toekenning van middelen te bewerkstelligen. Dit luik ging uit van een kwalitatieve stakeholderbevraging. Dit behoeft alvast een identificatie van de betrokken stakeholders in de waardeketen van de gamesector. Onderstaande figuur geeft een overzicht van de waardeketen voor de gamesector.



Waardeketen gaming (Antwerp Management School 2014)

Op basis daarvan kunnen per relevante stakeholdergroep een aantal stakeholders vooropgesteld worden voor bevraging.

De stakeholderbevraging ging uit van semigestructureerde expertinterviews. Dit type van interview is toegespitst op het verwerven van diepgaande kennis van experts in hun vak. De semigestructureerde aanpak laat de interviewer toe zich voor te bereiden rond een aantal topics die aan bod moeten komen en laat tevens de mogelijkheid af te wijken van een rigide schema om interessante pistes te verkennen die de geïnterviewde aanhaalt.

De gekozen vertegenwoordigers van de verschillende stakeholders die in aanmerking komen voor interviews zijn idealiter:

- Vertegenwoordigers van stakeholders met een breed netwerk die zowel een invloed kunnen hebben op beleid, als invloed ondervinden van beleid;

- Experts met toegang tot brede kennis en informatie over de sector;
- Personen die vanuit hun functie in staat zijn beslissingen te nemen voor een bredere groep (management, coördinerende functies, etc.);
- Personen die bereid zijn om zich op korte termijn te kunnen vrijmaken voor interviews.

Dit resulteerde in onderstaande lijst:

Naam bedrijf, instelling	Naam geïnterviewde
BEA	Olivier Maeterlinck
FIT	Peter Jaspers
Flanders DC	Pascal Cools
FLEGA	David Verbruggen
Media Desk Flanders	Delphine Dumon & Joyce Palmers
PMV	Kathleen De Cock
VAF	Karla Puttemans, Karen van Hellemont & Pierre Druout
VLAIO	Gonda Desmedt
CMine	Peter Vandeurzen
Crazy Monkey Studios	Steven Verbeek
DAE Studios	Brecht Kets
Die Keure	Alex Vanden Abeele & Vicky Vermeulen
i-illusions	Dirk Van Welden
Larian Studios	Swen Vincke
LuGuS Studios	Kevin Haelterman
Mode4	Ferry Keesom & Andrea Di Stefano
PreviewLabs	Bernard Francois
Sileni Studios	Karel Crombecq
Studio 100	Trees De Bruyne
Tale of Tales	Michaël Samyn
The Artistocrats	Lukas Nijsten
Van In	Lieven Bossuyt

Concreet omvatte de interviewronde een zo breed mogelijke steekproef van Vlaamse game-ontwikkelaars die werden geïnterviewd waarbij werd nagegaan in welke mate het Gamefonds gekend is, hoe ontwikkelaars tegenover het Gamefonds staan, waarom zij al dan niet een dossier hebben ingediend bij het VAF en hoe hun ervaringen met het Gamefonds waren. Alle interviews werden getranscribeerd en elektronisch gecodeerd d.m.v. Nvivo software. Deze manier van werken staat toe grote hoeveelheden data, in dit geval de interviews, makkelijker te verwerken. Met Nvivo kunnen makkelijk zoekopdrachten uitgevoerd worden over een veelheid aan data en kunnen verbanden gelegd worden tussen teksten. Ook werden interviews afgenomen met verantwoordelijken en stakeholders verbonden met het Gamefonds.

2.2 EVALUATIE VAN HET VAF GAMEFONDS

In 2012 besloten toenmalig Vlaams minister voor Media, Ingrid Lieten en toenmalig Vlaams minister voor Onderwijs Pascal Smet het VAF Gamefonds op te richten. Het beheer werd toegekend aan het Vlaams Audiovisueel Fonds. In de betrokken beheersovereenkomst worden de doelstellingen van het Gamefonds uiteengezet. De kern van die doelstellingen bestaat erin:

- het realiseren van een meer duurzame instroom van nieuwe games geïnitieerd in Vlaanderen;
- het bijdragen tot een performante, gediversifieerde en solide game-industrie in Vlaanderen;
- het geven van de nodige ontwikkelingskansen aan lokaal talent;
- het bevorderen van game-based learning in het onderwijs door het stimuleren van de productie van serious games (Beheersovereenkomst Gamefonds, 2012)

Het Gamefonds had bij het begin €750.000 ter beschikking, wat sinds 2015 €730.000 geworden is. Deze som bestaat uit €550.000 steun die het kabinet Media voorziet en €180.000 van het kabinet Onderwijs. De gelden vanuit kabinet onderwijs zijn bestemd om spellen in het kader van leerplichtonderwijs te bevorderen en worden integraal hieraan besteed. Voor de drie vormen van games die het Gamefonds steunt - entertainment, leerplichtonderwijs en andere serious - kan steun worden toegekend voor preproductie (het ontwikkelen van een prototype), voor productie (het eigenlijke ontwikkelen van een eindproduct), of voor beide.

De hoeveelheid steun die één project kan ontvangen is afhankelijk van een plafond in de beheersovereenkomst van het Gamefonds. Voor preproductie ligt het plafond van het Gamefonds op €15.000, of €75.000 indien dit resulteert in een werkend prototype. Voor productie is dit plafond €150.000, rekening houdend dat pre-productiesteun mee in rekening wordt gebracht.

Naast maxima opgelegd binnen het Gamefonds, zijn bedrijven ook onderhevig aan de Europese de-minimisverordening. Deze regeling van de Europese Commissie houdt in dat een bedrijf niet meer dan €200.000 staatssteun mag ontvangen over drie opeenvolgende boekjaren. De regeling is erop gericht om een marktverstoring effect tegen te gaan. Bij het uitwerken van het Gamefonds werden de plannen voor het fonds voorgelegd aan de Europese Commissie. De Commissie gaf aan dat, indien de aanvraag voor dit fonds zou worden behandeld, het mogelijks afgekeurd zou worden omwille van een marktverstoring effect. Het voorstel van de Commissie was om de de-minimisregeling op te nemen als paragraaf in de beheersovereenkomst. Wanneer gekozen wordt om de de-minimisregeling op te nemen in het beleid, moet deze niet worden voorgelegd aan de Commissie. Voor maatregelen waar de overheid meer dan €200.000 steun per drie boekjaren wil kunnen geven per bedrijf, moet de Commissie zich daar op een case-by-case basis over buigen en dit goedkeuren.

2.3 PERCEPTIE VAN HET GAMEFONDS

Van alle steunmaatregelen voor videogame-ontwikkelaars in Vlaanderen, is het VAF Gamefonds veruit de meest bekende. Het is de eerste instantie waar ontwikkelaars aan denken wanneer steun wordt gezocht voor een project. Andere vormen van steun worden minder gebruikt en zijn minder gekend. Bij ontwikkelaars leeft sterk de idee dat de sector uniek is en dat het Gamefonds daarom, als enige steun specifiek voor de sector, de meest relevante optie is.

"I think it's a good idea to try first with a fund where we have the highest chance of... where you know it's specifically for games. You don't have to compete with other media productions or films or documentaries." – Andrea Di Stefano, Mode4

De **goede ervaringen** met het Gamefonds doen ook de ronde onder ontwikkelaars, wat de perceptie van het fonds als meerwaarde verder versterkt. De ervaringen zijn bijna uitsluitend positief en ondanks geringe kritiek, wordt het functioneren van het Gamefonds als zeer goed bevonden.

De naam van het Gamefonds mag dan al goed gekend zijn, de **werking en doelstellingen zijn dat niet**. De perceptie van de opdracht of bestaansreden van het Gamefonds stemt niet altijd overeen met de realiteit. De verwachting leeft dat het Gamefonds de sector financieel moet ondersteunen om zo tot zelfstandigheid te komen. Het VAF spreekt dit tegen: volgens de opdracht zoals opgenomen in de beheersovereenkomst is het niet de bedoeling om bedrijven te steunen tot ze economisch zelfstandig zijn. Het is de bedoeling van het Gamefonds om de kans te creëren ervaring op te doen en een portfolio op te bouwen. Het is aan de ontwikkelaar zelf om zijn bedrijf rendabel te maken. De precieze doelstellingen van het Gamefonds worden echter niet omschreven op de VAF website. Deze perceptie weegt sterk door op de interpretatie van ontwikkelaars over hoe het Gamefonds werkt en hoe het geëvalueerd wordt. We lichten ze hieronder schematisch toe:

2.4 ERVARING MET VAF STEUN

Voor de ontwikkelaars is het Gamefonds een **belangrijke vorm van steun**. D.m.v. het Gamefonds kunnen starters een eerste ervaring opdoen als zelfstandig bedrijf. Het laat toe om een eigen project te ontwikkelen door aan de opstartkost tegemoet te komen.

Een team kan dankzij zo'n ervaring belangrijke processen aanleren, leren samenwerken, en experimenteren met nieuwe technologie. Voor een **starter** is dit een cruciale stap in het verdere ontwikkelingsproces van een bedrijf. Met deze ervaring bouwt een bedrijf aan zijn portfolio, wat het makkelijker maakt om work-for-hire of financiering voor andere projecten aan te trekken. Een eerste project vormt een basis voor latere projecten: deel van de technologie kan hergebruikt worden of concepten kunnen verder worden verfijnd.

Het verkrijgen van VAF Gamefonds steun werkt ook als **hefboom** naar andere financiering toe. Het feit dat er een selectieprocedure is, waar een commissie over oordeelt, schept vertrouwen om andere financiering aan te trekken. Hoewel bijkomstige bronnen van financiering beperkt zijn, is dit wel een eerste belangrijke stap.

Bovendien zouden zonder de steun van het Gamefonds bepaalde projecten nooit ontwikkeld zijn, of niet op dezelfde schaal, en zouden deze bedrijven wellicht geen financiering hebben gevonden voor hun eigen project. Het alternatief is dan om work-for-hire te doen om een klein kapitaal op te bouwen. Met dat kleine kapitaal kan een bedrijf tussen de opdrachten door aan een eigen project werken. Het Gamefonds maakt het dus mogelijk voor de ontwikkelaars om gedurende langere periodes zonder zorgen door te werken aan hun eigen concepten.

2.5 MIDDELEN

Het **beschikbare budget** voor het Gamefonds wordt als **te laag** beschouwd. Dit voornamelijk in termen van hoeveel er per project beschikbaar wordt gesteld. De budgetten die het Gamefonds beschikbaar stelt, stemmen niet overeen met de benodigde middelen om een game naar huidige verwachtingen van de markt te maken. Voor een recent mobile game besteedde DAE Studios €120.000 tot aan de soft launch van hun titel. Een soft launch is een lancering op beperkte markten die een ontwikkelaar zelf moet financieren om een uitgever te overtuigen van het potentieel van het product. LuGus heeft reeds €300.000 geïnvesteerd in de productie van LiftOff, een drone simulator die momenteel nog in early access te koop is. Games in early access zijn nog niet afgewerkt, maar laten de ontwikkelaar toe om feedback te ontvangen van spelers. Omdat dit wel betalend is, kan LuGus inkomsten blijven herinvesteren in de verdere ontwikkeling. Crazy Monkey Studios' Guns, Gore & Cannoli werd op pc, Xbox One en PS4 uitgebracht en kostte €293.250 in totaal. Voor dit laatste ontving Crazy Monkey Studios €57.376 steun van het VAF. Het budget werd aangevuld met €235.874 van Cronos NV. Deze sommen zijn relatief laag voor een succesvol game op Steam. Volgens Swen Vincke, eigenaar van Larian Studios, hebben de meeste games die op Steam verschijnen een budget van over één miljoen euro:

"... wat is eigenlijk de entry als we naar Steam gaan kijken, wat op pc het meest toegankelijke en grootste platform is. Er zitten daar geen dingen meer tussen die minder dan een miljoen euro kosten. Er zijn er wel, maar dat zijn dan eerder uitzonderingen op de regel. Je gaat er geen business op bouwen, laten we het zo zeggen." - Swen Vincke, Larian Studios

Voor een grote, zogenaamde triple-A productie ligt de kost zelfs hoger. Deze kan oplopen tot € 50 miljoen (Guiette et al, 2011). Dit geldt evenzeer voor een Vlaamse studio:

"Nee, daar kan je geen grote game mee ontwikkelen. Zeker geen consolegame. Dat zit in de tientallen miljoenen natuurlijk. Dus dat is zeker uitgesloten." - Bernard Francois, PreviewLabs

Deze sommen tonen aan dat het Gamefonds **ontoereikend is om een marktgerichte videogame** af te leveren en verklaart waarom Vlaamse ontwikkelaars zich eerder naar Steam wenden dan naar een release op console.

Binnen het kader van de doelstellingen van het VAF om kansen te creëren en ervaring op te doen, zijn de budgetten wel voldoende. Kleinere sommen steun geven de kans te experimenteren, maar resulteren niet noodzakelijk in een product dat de markt bereikt. Dit is ook niet nodig als het doel erin bestaat ervaring op te doen. Ontwikkelaars kloppen echter

voornamelijk aan bij het Gamefonds om een product te ontwikkelen, niet met het idee op korte termijn te kunnen experimenteren.

Bovendien heerst de idee dat het Gamefonds over weinig middelen beschikt. Dit voedt de redenering van ontwikkelaars dat de kans klein is om grotere sommen geld te ontvangen, waardoor ontwikkelaars minder vragen dan ze nodig hebben voor hun project. Dit heeft het perverse effect dat het Gamefonds lijkt toe te komen met de beschikbare som:

“Dus ze zijn daarin ook wat terughoudender geworden, maar wat eigenlijk het pervers effect geeft dat, doordat ze minder vragen, de illusie leeft dat wij toekomen met onze middelen omdat zij eigenlijk niet vragen wat ze echt nodig hebben, maar wat ze denken dat ze gaan krijgen, dus voor een stukje geeft dat ook de indruk van, ja waarom vraagt de sector voor meer geld voor de games, want het gamefonds komt blijkbaar toch wel toe met zijn geld, maar dat heeft dus veel te maken met het feit dat ze zelf minder en minder vragen omdat... Ze hebben liever 30.000 in de hand dan hopen op 80.000 en niets krijgen.” - Karla Puttemans, Vlaams Audiovisueel Fonds

Onderstaande tabel geeft de totale sommen aangevraagd per jaar:

JAAR	# AANVRAGEN	GEVRAAGD SUBSIDIEBEDRAG	GEMIDDELDE AANGEVRAAGD
2012	31	€ 2 107 529	€ 67 984
2013	38	€ 2 330 563	€ 61 330
2014	30	€ 1 352 981	€ 45 009
2015	32	€ 1 328 628	€ 41 519
2016 (1e helft)	16	€ 481 505	€ 30 094

De **gemiddelde van de aangevraagde sommen per jaar daalt** doorheen de tijd, al blijft het totaal aantal aanvragen per jaar rond de 30 schommelen. In verhouding tot het totaal beschikbare budget van het Gamefonds, wordt in 2012 en 2013 het drievoud aangevraagd en in 2014 en 2015 het dubbele. Het **totaalbudget** laat echter toe weinig projecten grondig te ondersteunen. Indien de totaal toekenbare som van €150.000 wordt gegeven, zou het Gamefonds slechts 4 projecten aan deze som per jaar kunnen steunen.

Flanders DC oppert het voorstel om randvoorwaarden aan het Gamefonds toe te voegen, om vanuit beleidskant in te zetten op een technologische niche of genre:

“Als je in die niche zit, heb je veel meer kans dat je daar nog iets kunt doen, want het is niet dat er vandaag al een wereldspeler is in AR-VR. Het is niet dat daar al een overaanbod is van. We zitten duidelijk op een hype-cycle, want we krijgen de een achter de andere AR-VR mens bij ons over de vloer van: “Ik wil zo iets gaan opzetten”. Niet per se altijd in gaming, voor alle duidelijkheid.” - Pascal Cools, Flanders DC

Dit zou een **technologisch voordeel** in de hand moeten werken door kennis rond een specifiek domein op te bouwen. Een dergelijke maatregel zou Vlaanderen op de kaart kunnen zetten als marktleider in deze niche en zou een Vlaamse stempel op deze producten kunnen drukken. Ontwikkelaars zijn echter tegen een dergelijk idee. De sector bestaat uit een brede waaier aan spelers die elk hun eigen niche betreden. Dergelijke vernauwing zou slechts een deel of zelfs een enkeling ten goede komen en de meerderheid uitsluiten. Bovendien is het

onvoorspelbaar wat de volgende grote trend zal worden en of het haalbaar is daarin een voortrekkersrol te gaan spelen. Neem als voorbeeld de wedloop naar mobile: de lucratieve businessmodellen lokten heel wat ontwikkelaars naar het platform. Op zeer korte tijd hebben enkele grote bedrijven zich gebeiteld met de sterkst presterende spellen en is er amper ruimte voor nieuwkomers.

Waar bovenstaand voorstel top-down werkt, kan bottom-up de sector zelf de richting laten bepalen. Dit gebeurt momenteel reeds via innovatiesteun, zoals ICON iMinds en de O&O steun van VLAIO (voormalige iWT steun). Dit laat ontwikkelaars toe om zelf te kiezen rond welke technologie ze onderzoek willen doen en kennis willen opbouwen. De ervaringen in het verleden zijn zeer positief rond dergelijke samenwerkingen.

“Ze hebben ons in staat gesteld van meer technologie te ontwikkelen, processen uit te proberen die we anders niet zouden kunnen uitproberen. Dat heeft ons geholpen. Wij hebben een voorsprong door technologie op onze concurrenten. Dat is niet onbelangrijk.” – Swen Vincke, Larian Studios

2.6 PROCEDURE

De **aanvraagprocedure is een heikel punt** voor menig aanvrager. Bij de start van het Gamefonds was deze een kopij van wat in de filmsector gevraagd werd voor het Filmfonds, met de nodige gebreken en verwarring:

“In het begin was dat aanvraagformulier gewoon exact hetzelfde als in film... Dat is allemaal aangepast, veel logischer geworden, veel meer afgestemd op de gamesindustrie.” – David Verbruggen, FLEGA

Er zijn sindsdien in overleg met de sector aanpassingen gebeurd om de formulieren af te stemmen op de gamesector. Zo zijn film-specifieke termen ingeruild voor game gerelateerde concepten en is de omvang van het document ingeperkt. VAF probeert verdere verbeteringen te maken door deze formulieren vanaf nu digitaal te laten indienen, wat gezien de technische onderlegging van het doelpubliek vermoedelijk positief onthaald zal worden. Bij ontwikkelaars lijkt het ongenoegen over de aanvraagprocedure terug te leiden naar die vroege ervaring met het Gamefonds. VAF geeft zelf aan dat dit ook voor hen een leerproces is en dat ze gaandeweg in overleg met de sector pogen de werking te verbeteren. Het VAF merkt op dat de aanvragen doorheen de jaren verbeterd zijn, deels ten gevolge van de aanpassingen aan de procedure, deels ten gevolge van ervaring bij de indieners.

Desondanks blijft de procedure een relatief tijdrovende zaak voor ondernemingen. De tijd geïnvesteerd aan het uitwerken van een dossier door één persoon wordt geschat op tussen de twee en vier weken. Dit komt neer €1.000 tot €4.000 aan personeelskost. Voor een kleine ontwikkelaar is dat een grote hap uit het budget:

“Ik ken verhalen van mensen die daar echt een maand aan werken. En bij het Gamefonds moet je dat geld effectief teruggeven als het succesvol is. Wat dus betekent dat wat je een maand kost... En een maand, ja, moet ik mijn maandloon een keer uitrekenen? Dat komt op veel geld.” – Dirk Van Welden, i-illusions

De laagste toekenning van het Gamefonds bedraagt bijvoorbeeld €7.000. Dit is een overweging die ontwikkelaars meenemen betreffende het indienen van een dossier.

Naast de aanvraagprocedure is ook de **samenstelling van de selectiecommissies** een pijnpunt voor ontwikkelaars. De leden hiervan worden vaak beschouwd als niet voldoende bekend met de sector en daarom wordt minder waarde gehecht aan hun mening. De selectie van de commissie gebeurt door het VAF zelf. Zij gaan op zoek naar profielen met sectorkennis die niet te nauw betrokken zijn bij de Vlaamse industrie. Er zijn twee commissies voor het Gamefonds: één voor games voor het leerplichtonderwijs en één voor serious games en entertainment games. De commissies worden samengesteld uit 6 leden met achtergrond in onderzoek, journalistiek, overheid en mensen uit het werkveld.

Beide commissies bestaan steeds uit complementaire profielen die doorheen de jaren licht aangepast worden. In elk van de commissies zijn zo 3 personen vervangen sinds 2012. VAF werkt op deze manier om deels ervaring op te bouwen, deels nieuwe visies toe te laten in de commissies. De verhouding bij de commissie voor leerplichtonderwijs is 1 persoon uit de overheid, 2 uit onderzoek en 3 uit het professionele veld. Van die laatste komen er 2 uit het onderwijs en één is ontwikkelaar. Deze situatie was dezelfde in 2012, al waren de leden verschillend. Bij de commissie voor serious games en entertainment games zitten 3 onderzoekers, 1 journalist en 2 leden uit het professionele veld. Deze laatste zijn een producer bij een gamebedrijf en een eigenaar van een communicatiebureau. In het verleden zaten in deze commissie ook een game-ontwikkelaar en een filmproducent.

Ontwikkelaars beschouwen journalisten en onderzoekers als minder geschikt om te oordelen over hun projecten omdat zij geen praktijkervaring hebben. In beide commissies is slechts één persoon uit de game-industrie komt. De andere leden hebben daarom niet minder kennis van de sector, maar deze wordt niet altijd als even belangrijk beschouwd door ontwikkelaars.

“De juiste kennis? Ik denk niet altijd, want ik kan mij wel herinneren dat wij ook een rapporteur bij ons hebben gehad die bijvoorbeeld artikels schreef over videogames. Ja, oké, dan weet je wel iets over videogames in het algemeen, maar volgens mij wel een heel stuk minder over het ontwikkelen van videogames.” – Steven Verbeek, Crazy Monkey Studios

Bij onsuccesvolle aanvragen zorgt dit voor ontevredenheid over de commissieleden, voornamelijk omtrent het gebrek aan game-ontwikkelaars in de commissie.

Bij afloop van de procedure krijgen de aanvragers feedback van de commissie. Dit gebeurt schriftelijk en kort. Doordat de feedback weinig gestoffeerd is, hebben ontwikkelaars geen duidelijker beeld van wat er juist nodig is om een volgende keer hun aanvraag of project aan te passen.

Dit geeft ook de indruk dat de selectie subjectief gebeurt. Tevens is dit feedbackmoment een eerste stap om begeleiding in te voeren. De commissie bestaat uit leden met kennis van de sector en hun feedback zou zeer nuttig kunnen zijn voor de ontwikkelaars. Daarom zou het interessant zijn de feedbackronde uit te breiden zodat ontwikkelaars er, ook al ontvangen ze geen financiële steun, toch uit leren.

2.7 WERKING VAN HET GAMEFONDS

Contact met het VAF Gamefonds verloopt via Karen Van Hellemont. Zij is het eerste (en enige) aanspreekpunt voor het Gamefonds en begeleidt de aanvragen. Over de **communicatie** met het Gamefonds zijn de ontwikkelaars **tevreden**. De kennis bij het Gamefonds van de werking van de sector is gegroeid doorheen de tijd, maar hier wordt niet streng over geoordeeld. Het is uiteindelijk aan de commissieleden om sectorspecifieke feedback te leveren. De belangrijkste taak die ontwikkelaars zien voor het Gamefonds is de begeleiding bij het indienen van een dossier. De opinie is hier duidelijk: die begeleiding gebeurt met een doorgedreven kennis van zake.

Het VAF ziet, naar analogie met wat het Filmfonds doet, ruimte voor **coaching** in het Gamefonds. Er is een duidelijk gebrek aan ondernemerschap en het VAF wil daaraan tegemoetkomen d.m.v. begeleiding. Het is reeds gebeurd dat het VAF, uit eigen werkingsmiddelen, de ontwikkelaars in contact brengt met een begeleider. Zij zien hier potentieel in, maar kunnen met huidige werkingsmiddelen deze kost slechts voor bepaalde aanvragen voorzien. Ook **Flanders DC** ziet een rol weggelegd voor coaching. Dit gebeurt reeds voor andere creatieve sectoren die onder hun bevoegdheid vallen en zou dus uitgebreid kunnen worden naar gaming. Het verschil tussen beide partijen is dat VAF op projectmatige basis samenwerkt met bedrijven, terwijl Flanders DC een bedrijf overheen projecten bijstaat. Bij **geen van beide partijen** echter zit er **reeds gamesector-specifieke kennis** in huis. Beide partijen staan open voor overleg en samenwerking.

De steun die het Gamefonds momenteel verschaft is enkel voor de pre-productie- en productiefase van een gameproject. Een project succesvol in de markt zetten, vergt verdere opvolging en marketing. Er zou budget moeten zijn voor marketing, volgens Flanders DC, en coaching. Die coaching kunnen zij voorzien.

“Wat ik heel goed vind van het gamefonds is dat je echt geld geeft om de development te doen. Ik vind het alleen niet zo slim dat het dan stopt, want als je geen geld geeft om dat in de markt te zetten, wat in gaming echt toch wel superbelangrijk is ... dan geef je eigenlijk een vergiftigd geschenk. Je hebt dat kunnen doen, en dan? Wat nu? Dus ik denk dat daar 1) financiële ondersteuning nodig is. Die kunnen wij niet geven, maar 2) dat daar dan toch wel op een of andere manier wat begeleiding nodig is, puur voor dat zakelijke en daar zien we wel een rol voor ons.” - Pascal Cools, Flanders DC

Het benodigde budget voor marketing is niet min. De algemene stelling is dat er voor marketing evenveel budget zou moeten zijn als voor productie.

“Dat geldt nu voor meerdere creatieve sectoren, 1 euro development is 1 euro business development”, dat is iets dat een beetje universeel is in alle creatieve sectoren. Misschien in gaming nog meer.” - Pascal Cools, Flanders DC

Een goed businessplan houdt rekening met deze extra kost. Een optie voor VAF zou zijn om hogere bedragen toe te kennen aan projecten die een sterk businessplan kunnen voorleggen waarbij **marketingbudgetten** in rekening worden gebracht.

2.8 POSITIE IN HET LANDSCHAP

Uit de bevraging blijkt dat het Gamefonds een hoeksteen is voor het ondersteunen van de Vlaamse gamesector. Het gebrek aan risicokapitaal in de opstartfase maakt het voor een starter nagenoeg onmogelijk aan een eigen project te beginnen en het zijn net dergelijke projecten die heel wat Vlaamse ontwikkelaars beogen. Tevens zijn het eigen projecten die het potentieel hebben economisch hogere returns te boeken en het bedrijf de kans geven uit te breiden. Dit is minder het geval bij work-for-hire, waar een ontwikkelaar het vaak moet doen met een lagere winstmarge.

Naast het Gamefonds zijn er een aantal andere wegen die een startende ontwikkelaar kan betreden. Zo zijn er steunmaatregelen voor startende bedrijven via **VLAIO en zijn er starterswedstrijden**. Deze opties zijn **minder gekend** bij de game-ontwikkelaars en worden **zelden benut**. De populariteit van het Gamefonds bij ontwikkelaars valt te verklaren aan de hand van twee factoren: het feit dat het sectorspecifiek is (wat de ontwikkelaars belangrijk achten) en de gunstige voorwaarden (enkel bij winst moet de steun terugbetaald worden; het VAF eist geen aandeel in het bedrijf).

Bij **PMV** is er slechts met twee ontwikkelaars doorheen de jaren contact geweest. PMV is daarbuiten niet goed gekend en de voorwaarden worden als te ingrijpend geacht. PMV vraagt namelijk hogere interest dan een bank, wat een ontwikkelaar afschrikt. Een lening bij een bank krijgen is echter moeilijker en PMV voorziet ook andere middelen om risico te beperken. Bovendien is er bij PMV geen echt plafond aan de investering en is het daarom een logische partner voor bedrijven die het Gamefonds ontgroeid zijn en een volgende stap willen ondernemen. In de Vlaamse gamesector zijn er momenteel amper dergelijke bedrijven. Het VAF Gamefonds is daarom beter toegespitst op de huidige noden van de grootste groep Vlaamse ontwikkelaars, al kan PMV een belangrijke rol spelen in de verdere ontwikkeling van de sector.

Via **Creative Europe** is het als game-ontwikkelaar mogelijk steun aan te vragen voor bedragen van €10.000 tot €150.000 per project. Zoals bij het Gamefonds mag de steun maximaal 50% van de totaalcost van het project bedragen. Om in aanmerking te komen moet het bedrijf in het voorbije boekingsjaar succesvol een product hebben uitgebracht. Dit is één van de redenen waarom de Vlaamse ontwikkelaars er minder beroep op doen: slechts enkelen kunnen aan deze voorwaarden voldoen. Door het lange verloop om aan één project te werken, heeft een ontwikkelaar slechts om de paar jaar een release. Bovendien is het niet altijd zo dat een project uitmondt in een effectieve release of succesvol wordt. Bijkomend stelt Creative Europe de eis dat ingediende projecten een sterke narratieve component moeten bevatten. Dit sluit een aantal projecten uit. Ontwikkelaars richten zich tot de lokale **Media Desk**. Deze begeleidt de indiener met zijn aanvraag. Voor de voorbije oproep diende slechts één Vlaamse ontwikkelaar in en haalde daarmee €55.000 op. Een andere Vlaamse ontwikkelaar heeft zich geïnformeerd, maar is ermee gestopt omwille van andere financiering en de narratieve eis. Verder is er bij Media Desk Vlaanderen geen contact geweest met Vlaamse ontwikkelaars. De extra vereisten van Creative Europe maken dat het minder toegankelijk is voor startende ontwikkelaars. Ook de vormelijke vereisten zorgen ervoor dat niet elke ontwikkelaar er gebruik van kan maken.

De rol van **Flanders Investment & Trade** is beperkt. Gamebedrijven kunnen er gebruik van maken om steun te krijgen voor buitenlandse activiteiten. In de praktijk beperkt zich dit voornamelijk tot het bezoek aan Gamescom. Bedrijven krijgen hiervoor een deel van de kosten bijgelegd door FIT. Voor digitale marketingactiviteiten is het ook mogelijk steun te ontvangen van FIT. Hier is nog weinig of geen gebruik van gemaakt. Hoewel deze steun beperkt is, is het wel een piste die gamebedrijven verder zouden kunnen verkennen. De sommen toegekend door FIT zijn beperkt in omvang en bestrijken zeer specifieke activiteiten. Marketingactiviteiten komen pas aan bod wanneer een product afgewerkt is. Voor de grootste groep ontwikkelaars is dit nog niet aan de orde.

Flanders DC staat nog in de startblokken omtrent de werking rond games. De intentie is er om de werking zoals ze bestaat uit te breiden naar gaming. Dit houdt in dat ze coaching, workshops en evenementen willen organiseren. Dit luik sluit goed aan bij de financiering voorzien van het Gamefonds. De begeleiding die Flanders DC biedt is complementair aan het verwerven van kapitaal en kan een sterke meerwaarde bieden voor de sector. De gepercipieerde nood aan ondernemingszin wordt ook door Flanders DC het best opgevangen.

2.9 EFFECTIVITEITSMETING GAMEFONDS

Tot op heden is geen studie gedaan naar de effectiviteit van het Gamefonds. In dit onderdeel wordt de beschikbare data onder de loep genomen en afgetoetst voor duiding bij de respondenten van de interviews. Uit voorgaande studies die het gamelandschap in kaart probeerden te brengen, bleek dat er een aantal gebreken bestaan in de meetinstrumenten. Dit luik geeft richting aan hoe deze lacunes naar de toekomst toe bijgestuurd kunnen worden voor correctere metingen te faciliteren.

2.9.1 Aanvragen VAF Gamefonds

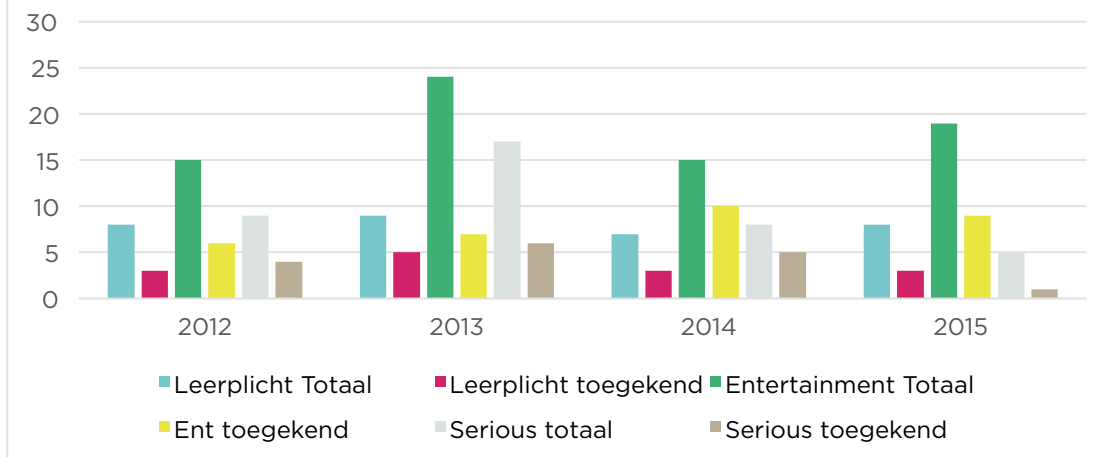
De gebruikte data voor dit overzicht komen uit de jaarrapporten van het VAF. Deze zijn tot en met 2015 gepubliceerd. Voor 2016 heeft de eerste call reeds plaatsgevonden, echter, omwille van de onvolledigheid van beschikbare data wordt deze niet opgenomen.

In totaal werden van de 144 **totale aanvragen** 62 dossiers goedgekeurd. Dit komt neer op een slaagpercentage van 43% voor alle aanvragen. De slaagpercentages binnen de categorieën zijn respectievelijk 43.8% voor entertainment, 41% voor andere serious en 43.8% voor leerplichtonderwijs. De slaagpercentages liggen voor de verschillende categorieën vrijwel gelijk.

Het aantal aanvragen per categorie toont aan dat de categorie **entertainment games** steeds de meeste aanvragen ontvangt. Voor ontwikkelaars is dit ook de categorie die het best aansluit bij de ambitie om een eigen IP te ontwikkelen. De kaskrakers die Vlaamse ontwikkelaars willen evenaren sluiten aan in deze categorie.

De serious games markt is moeilijker te betreden en de ontwikkelaars zien er minder potentieel in om er een financieel succes mee te behalen. Dit genre game wordt door ontwikkelaars eerder als work-for-hire gedaan. In de aanvragen voor de categorie andere serious is ook een dalende trend merkbaar.

Aanvragen en toekenningen per categorie VAF Gamefonds 2012 - 2015



Aanvraagdossiers kunnen aanspraak maken op preproductiesteun, productiesteun, of beide. Binnen de met steun toegekende projecten bevindt **50% zich in de categorie preproductie**. Dit heeft gevolgen voor het evalueren van de producten die uit het Gamefonds komen. Slechts de helft van de gesteunde projecten hebben als doel een afgewerkt product te behalen.

Aantal projecten steun toegekend per productiefase			
	preproductie	preproductie + productie	productie
Entertainment	14	8	10
Andere serious	10	3	3
Leerplicht	7	6	1
Totaal	31	17	14

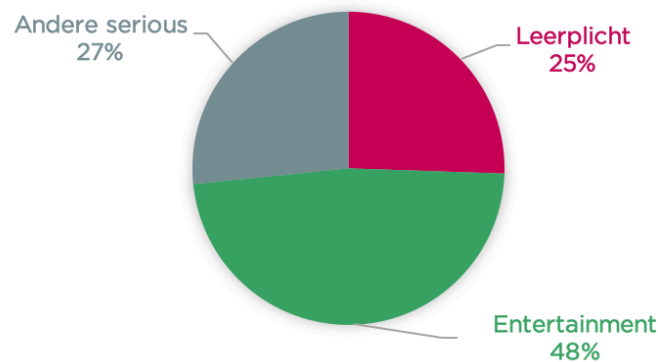
2.9.2 Steun toegekend

De totale steun besteed aan creatie tussen 2012 en 2015 bedraagt €2,756.500. Dit bedrag is de resultante van het totale budget van het Gamefonds min de werkingskosten van VAF. Deze som wordt ieder jaar volledig besteed.

	TOTALE SOM BESCHIKBAAR	STEUN CREATIE
2012	750.000	693.750
2013	750.000	693.750
2014	750.000	693.750
2015	730.000	675.250
Totaal	2,980.000	2,756.500

In totaal ontving de categorie entertainment de grootste som van het Gamefonds. Entertainment is goed voor 47,85% van het totaalbudget uitgegeven, leerplicht en andere serious respectievelijk 25,5% en 26,6%. De categorie entertainment ontvangt de meeste aanvragen en heeft de meeste toekenningen gekend.

Aandeel steun per categorie 2012 - 2015



De gemiddelde som per categorie toont dat entertainment gemiddeld de laagste som per project ontvangt. Projecten voor leerplichtonderwijs ontvangen gemiddeld het meeste steun.

	LEERPlicht	ENTERTAINMENT	ANDERE SERIOUS
Gemiddelde som per project	50.283	41.220	45.841

2.9.3 De bedrijven die steun aanvragen

Tussen 2012 en 2015 inbegrepen ontvingen 44 bedrijven samen €2,785.754. De aanvragers werden opgedeeld volgens de hoofdactiviteit van het bedrijf. Dit resulteerde in 4 grote groepen bedrijven, en twee buiten categorie.

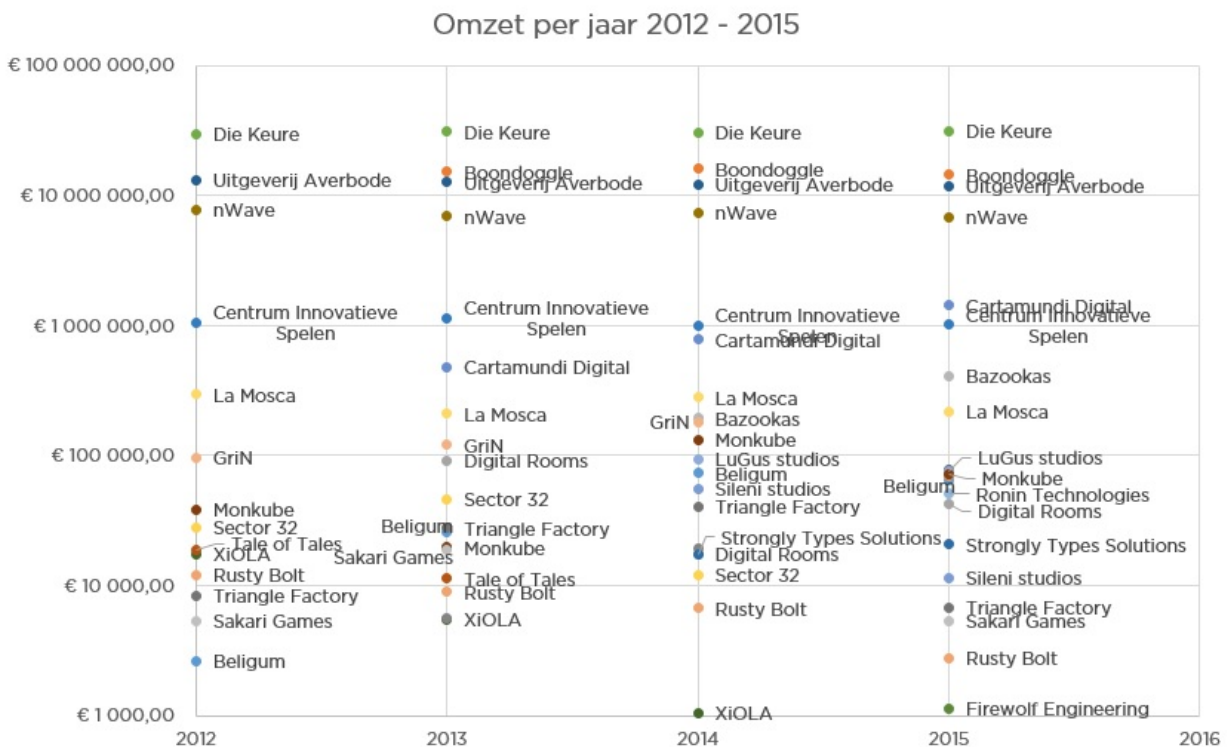
HOOFDACTIVITEIT	AANTAL BEDRIJVEN	TOTAAL SOM STEUN ONTVANGEN	DEEL VAN TOTAAL
Communicatie	4	133 258	4,8%
Film & animatie	4	107 500	3,9%
Uitgeverij	2	253 000	9%
Game developer	32	2 228 074	80%
Andere	2	63 922	2,3%
Totaal	44	2 785 754	100%

De aanvragers zijn **voornamelijk game-ontwikkelaars**, al spreidt deze groep zich breed uit over het soort games die ze maken en de platformen waarvoor deze ontwikkeld worden. De tweede grootste groep is die van **uitgeverijen**. Deze zijn Die Keure en Averbode. Samen halen deze 9% van de totaalsom op. Ook bedrijven uit film & animatie hebben steun ontvangen, al blijft dit beperkt. Hetzelfde geldt voor communicatie- en reclamebedrijven. Daarnaast is er één bedrijf dat technologie ontwikkelt voor blinden, slechtzienden en leerstoornissen, en één bedrijf dat rond preventie voor bijtongevallen bij honden werkt. Deze laatste zijn opgenomen in de categorie: Andere.

Deze tabel toont aan dat de steun voornamelijk bij gamebedrijven terecht komt. Ook andere bedrijven in complementaire sectoren maken gebruik van het Gamefonds, al is dit vrij beperkt. Communicatie- en marketingbedrijven, zowel als film- en animatiebedrijven bezitten profielen met de kennis om games te maken. De toekenningen uit deze hoek blijven echter beperkt.

Het is bovendien moeilijk om de **rendabiliteit van gamebedrijven** te overzien omwille van het langdurige productieproces van games. Bedrijven zitten gedurende de jaren dat ze in productie zijn enkel met kosten. Pas na de release van het spel zullen zij gedurende een korte tijd een grote som inkomsten ontvangen, waarna dit vertraagt en uiteindelijk uitdooft. Deze cyclus herhaalt zich voor bedrijven die voornamelijk aan eigen producties werken. De volgende paragrafen pogen toch een voorzichtig beeld te schetsen van de situatie.

Op basis van de bruto omzet van deze bedrijven geeft volgende tabel een overzicht van de diversiteit van omzet van spelers die Gamefonds steun ontvangen hebben.



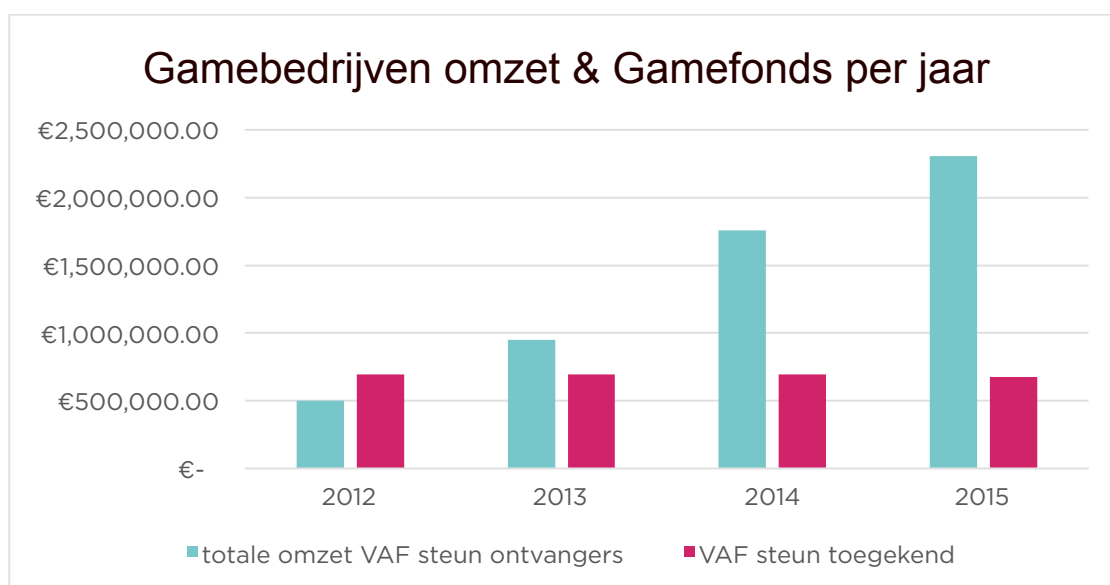
De figuur “omzet per jaar 2012 – 2015” geeft een overzicht van de spreiding van bedrijven die steun ontvangen hebben van het Gamefonds. Op basis van **bruto omzet per jaar** worden de bedrijven geplott op een logaritmische schaal. De uitschieters aan de bovenzijde zijn bedrijven wiens hoofdactiviteit niet game-ontwikkeling is. Deze hebben steun ontvangen voor gameprojecten, maar dit maakt slechts deel uit van hun activiteiten. Hier vinden we uitgeverijen terug en communicatiebureau Boondoggle, alsook nWave, een animatiestudio.

De volgende groepering bevindt zich rond de € 1 miljoen omzet. Centrum Innovatieve Spelen (nu De Aanstokerij genaamd) maakt spellen rond maatschappelijke thema’s. Deze zijn voornamelijk fysiek uitgewerkt in kits, boeken en bordspellen. Zij geven ook begeleiding en

bieden vorming aan om rond dergelijke thema's spelenderwijs aan de slag te gaan. Cartamundi Digital is de digitale zusteronderneming van kaartenfabrikant Cartamundi. Zij ontwikkelen producten die fysieke kaarten laten interageren met digitale applicaties.

Tussen de €100.000 en € 1 miljoen omzet vinden we de grootste bedrijven terug wiens hoofdactiviteit game-ontwikkeling is. Bazookas richten zich op ontwikkelen van mobile games. La Mosca ontwikkelt games die zich afspelen in de stad, met begeleiding van een mobiele applicatie.

De bedrijven wiens hoofdactiviteit niet game-ontwikkeling is worden buiten beschouwing gelaten in de volgende analyse. Deze geven een vertekent beeld omdat de opbrengsten van hun game activiteiten niet onttrokken kunnen worden aan de gehele bedrijfsopbrengst. Voor volgende tabel worden volgende steun ontvangers niet meegerekend: Boondoggle, nWave, De Aanstokerij, Die Keure, Uitgeverij Averbode, Beligum, Digital Rooms, Echtgoed, Het Peloton, Visualantics en XiOLA.



Dit levert de tabel op met enkel bedrijven wiens hoofdactiviteit game-ontwikkeling is. Hier valt te zien dat deze groep in zijn geheel erop vooruit gaat. Volgende tabel licht dit verder toe.

	2012	2013	2014	2015
Gemiddelde omzet per jaar	55 693,67	78 968,50	103 489,59	121 296,74
Standaard deviatie	89 207,77	134 850,65	188 768,78	324 509,63
Mediaan	18 929,00	19 413,00	19 248,00	6 811,00
Aantal bedrijven	9	12	17	19
Totale omzet	501 243,00	947 622,00	1 759 323,00	2 304 638,00

Omzet gamebedrijven die Gamefonds steun ontvingen 2012 - 2015

Het aantal gamebedrijven dat steun ontving is in de loop der jaren gestegen. Er komen nieuwe spelers bij. De gemiddelde omzet toont dat deze spelers het ook individueel steeds

beter doen. De standaardafwijking geeft aan dat er enorme verschillen zitten tussen de spelers onderling. Er zijn bedrijven met zeer grote omzetten en er zijn er die amper omzet maken.

2.9.4 Succes van games die steun ontvingen

De successen van het Gamefonds meten in termen van verkoop blijkt problematisch. Dit heeft met een aantal redenen te maken. Zo is er geen centrale instantie die een overzicht biedt van alle in de markt gezette Vlaamse spellen. VAF doet wel een opvolging, één jaar na het ontvangen van de toekenning voor steun, maar op één jaar tijd is een spel vaak niet klaar. Van de gesteunde projecten hebben slechts een deel de markt bereikt. Van de projecten die steun kregen, vroeg 50% enkel preproductie steun aan. Na deze fase moet een ontwikkelaar opnieuw op zoek naar financiële middelen om de productie te financieren. Indien dit niet lukt, is het bedrijf erop gewezen andere pistes te verkennen, zoals work-for-hire of andere activiteiten uitvoeren, tot er een optie gevonden wordt. Een bedrijf dat op work-for-hire steunt, bouwt slechts traag kapitaal op en kan dus op de korte termijn niet verder werken aan een eigen project. Het gebeurt ook dat projecten na de preproductiefase geen vervolg krijgen, indien de ontwikkelaar er geen toekomst in ziet of zich op andere projecten richt.

Van de resterende aanvragen ontving 27% preproductie en productiesteun, en 23% enkel productiesteun. Ook voor deze projecten geldt dat de budgetten soms ontoereikend zijn en de projecten in de wacht worden gezet. Zo bijvoorbeeld The Baron van Potemkino (voordien Stacka), dat samen met een animatieproject gelanceerd zal worden. In afwachting van het finaliseren van het animatieproject wordt de game niet uitgebracht. Voor de leerplicht worden de games ook via koppelverkoop verkocht, omdat scholen niet altijd makkelijk te overtuigen zijn van de meerwaarde van deze producten. De opbrengsten van de games op zich kan niet worden ontkoppeld van de opbrengsten van de leermethodes die de uitgeverijen verkopen.

Van alle gesproken ontwikkelaars (ook zij die geen steun ontvingen), volgt dat de voornaamste afzetmarkten de VS, Frankrijk en Duitsland zijn. Afhankelijk van het spel zijn er soms uitschieters in andere markten zoals China of Rusland, maar de VS is steeds bij de grootste groep afnemers. Belgische verkopen zijn bij geen enkele bevraagde meer dan 1% van de totale verkopen.

Guns, Gore & Cannoli, één van de meer succesvolle Vlaamse producties in termen van persbelangstelling (internationaal), behaalde tot nu toe €384.277 omzet op een budget van €293.250. Het Gamefonds contribueerde €57.376 hetzij 19.57% en Cronos NV €235.874.

2.9.5 Groei van de sector

Pogingen om het Vlaamse landschap in kaart te brengen zijn eerder op hindernissen gestoten. De voornaamste hindernis is een duidelijk overzicht van de actoren in het landschap. Bij gebrek aan een toegewijde NACE-BEL code voor game-ontwikkelaars, is een top-down aanpak nagenoeg onmogelijk. Sectorfederatie FLEGA maakt op zijn website een overzicht van ontwikkelaars waar de voornaamste spelers op vermeld worden. De sector kent echter ook een groot aantal freelancers waar geen overzicht van bestaat. Omwille van het belang van technische en creatieve nevenactiviteiten is het niet eenvoudig te onderscheiden welke bedrijven tot de sector moeten gerekend worden. Bedrijven met andere hoofdactiviteit maar aanverwante disciplines, zoals film- en animatiestudio's, maar ook reclame en

communicatiebedrijven maken ook games. De keuze om deze al dan niet mee te rekenen is niet te onderschatten. De hoge omzet in deze sectoren zou een zeer verschillend beeld tekenen van de stand van de sector. Ook personeel fluctueert afhankelijk van de fase in productie waarin het bedrijf zit. Tijdens preproductie kan dit met een kleiner team, maar voor productie kan dit verdubbelen. Met lange producties kan dit over enkele jaren grote verschillen opleveren per bedrijf. Het is inherent aan de sector dat bedrijven een groot verloop kennen.

Een eerste stap naar een duidelijk overzicht van de sector in kaart te brengen is een afgebakende NACE-BEL code voor bedrijven met als hoofdactiviteit het ontwikkelen van videogames. Dit moet zicht geven op de spelers, waaruit ook meting van personeel en releases makkelijker op te volgen moet zijn.

2.10 LESSONS LEARNED

HET GAMEFONDS MAAKT PROJECTEN MOGELIJK

Als startende ontwikkelaar zijn er weinig uitwegen om een project te financieren. Banken en investeerders kennen de sector niet of achten het risico te hoog. Het Gamefonds stelt weinig eisen, vergt geen ervaring en heeft een goede slaagkans. Creatieve projecten van ontwikkelaars zouden vaak moeilijk te realiseren zijn zonder het Gamefonds.

HET GAMEFONDS CREËERT KANSEN

Niet alle projecten halen uiteindelijk de markt. Ze vinden na preproductie geen verdere steun of onderschatten de kost voor productie, en vallen uiteindelijk stil of worden geschrapt. Ongeacht of een product de markt haalt of niet, heeft de ontwikkelaar nuttige ervaring kunnen opdoen die ze anders niet had. Het afstemmen van processen en leren in team werken, nieuwe technologie uittesten en onder de knie krijgen, de zakelijke aspecten van een bedrijf aanleren, komen met ervaring.

HET GAMEFONDS WORDT POSITIEF ONTHAALD

Het Gamefonds wordt alom goed bevonden door ontwikkelaars. De financiële steun staat hen toe projecten te realiseren en ervaring op te doen. De werking wordt enorm goed onthaald, alsook de medewerking van VAF om de procedure af te stemmen op de sector. Het enige punt van kritiek is op de commissie. De achtergrond van sommige leden wordt in vraag gesteld door de sector. De feedback bij negatief antwoord van de commissie is ook te beperkt. Het is een gemiste kans om bij te leren en kennis over te dragen.

HET GAMEFONDS HEEFT MEER MIDDELEN NODIG

De consument wordt blootgesteld aan globaal geproduceerde games. Het verwachtingspatroon ligt zeer hoog. Om games te kunnen ontwikkelen die globaal kunnen concurreren, hebben ontwikkelaars grotere budgetten nodig. De huidige middelen laten toe om ervaring op te doen en kleinere projecten te ontwikkelen. Als deze al in de markt komen, maken ze geen grote winst. Om als ontwikkelaar verder te kunnen groeien, moeten ze grotere projecten kunnen realiseren. Dit is nodig voor naamsbekendheid en de opbouw van kapitaal. Via de verschillende verkoopkanalen worden haast dagelijks nieuwe games gereleased. Er is nood aan een hoog niveau van kwaliteit om op te vallen. De maxima van het Gamefonds staan ontwikkelaars niet toe om op dit niveau te concurreren.

DE GAMEFONDS BEDRIJVEN DOEN HET GOED, ALS GROEP

Uit de data van de gamebedrijven die steun ontvangen hebben blijkt dat de gemiddelde omzet doorheen de tijd voor deze bedrijven gestegen is. Dit is geen indicatie van effect van het Gamefonds, maar toont wel dat dit deel van de sector het goed doet. Opmerkelijk is wel dat de grootte van bedrijven sterk uit elkaar loopt. Er zijn bedrijven wiens omzet boven de €500.000 stijgt, anderen maken amper €1.000. Tussen deze twee zijn er bedrijven van alle grootteordes.

DEEL III

BEHOEFTE & PRIORITEITEN VOOR DE VLAAMSE GAMESECTOR

3 BEHOEFTE EN PRIORITEITEN VOOR DE VLAAMSE GAMESECTOR

In 2008 leverde het onderzoeksrapport “Ze krijgen er niet genoeg van! Jongeren en games” (De Pauw et al., 2008) initiële inzichten op wat betreft de pijnpunten en uitdagingen binnen de Vlaamse game-industrie (zie ook hoger). De belangrijkste uitdagingen die toen werden geïdentificeerd hadden betrekking op de hoge opstartkost, het tekort aan gekwalificeerd personeel, het ongunstige investeringsklimaat, de moeilijkheid om intellectuele eigendom te ontwikkelen als game-ontwikkelaar en het gebrek aan fundamenteel/toegepast wetenschappelijk onderzoek naar games in Vlaanderen.

Ondanks de hogervermelde beleidsinspanningen en de gestage groei en verdere professionalisering van de sector stellen zich vandaag nog altijd belangrijke uitdagingen die de Vlaamse game-industrie onder druk zetten. Het “FLEGA rapport 2014-2015” (Bogte, 2016) wijst in de eerste plaats op de hoge loonlasten. Dit is vooral problematisch aan Vlaamse zijde omdat in Vlaanderen de meeste gamestudio's zijn gevestigd. Volgens het FLEGA rapport zorgen de zware loonlasten ervoor dat game studio's niet kunnen groeien en dat daarom faillissementen dreigen of een systematische braindrain van talent naar andere landen. Ter illustratie, Larian Studios, de grootste Belgische gamestudio, is inmiddels uitgeweken naar Ierland, Canada en Rusland wegens belastingvoordelen.

Bovenstaande, al beschikbare gegevens, vormden de aanzet voor een behoefteanalyse van de noden en prioriteiten van de Vlaamse gamesector. Naar die noden werd gepeild in de stakeholderbevraging met game-ontwikkelaars en -designers. Er werd gevraagd naar de verwachtingen van de sector en welke maatregelen kunnen leiden tot een coherenter en omvattender gamebeleid.

Deze stakeholdersbevraging verliep op zelfde wijze als de bevraging van de VAF analyse. Via semigestructureerde interviews werden experts uit de sector geïnterviewd. De lijst met geïnterviewde partijen, zowel als verdere verklaring rond de methode, is terug te vinden in hoofdstuk 2.1.

3.1 OVERZICHT STEUNANBOD

Een Vlaamse ontwikkelaar kan op verscheidene instanties beroep doen om steun te ontvangen. De verschillende instanties worden hier vermeld met een korte beschrijving van hun activiteiten.

3.1.1 Overzicht steun in Vlaanderen

VAF GAMEFONDS

In de loop van 2012 werd door Vlaams minister van Media Ingrid Lieten en Vlaams minister van Onderwijs Pascal Smet het Gamefonds in het leven geroepen. Dit Fonds heeft tot doel om de creatie van games door Vlaamse game-ontwikkelaars te stimuleren en financieel te ondersteunen. Bij creatie werd €750.000 voorzien, deels komende van Kabinet Onderwijs, deels van Kabinet Media. Sinds 2015 is dit €730.000, waarvan €200.000 komende van Kabinet Onderwijs ook naar projecten binnen de leerplicht gaan.

FLANDERS DC

Onder het mom “creatief Vlaanderen ondernemend maken” ondersteunt Flanders DC de creatieve industrie. Momenteel wordt deze missie aangepast naar drie pijlers: mode, design & gaming. Zij doen dit d.m.v. wat zij noemen “versterken, verbinden, promoten”. In de praktijk komt dit neer op begeleiding, coaching, workshops aanbieden onder het mom “versterken”, creatieve partijen met partners uit andere sectoren met elkaar in contact brengen, om daaruit nieuwe kansen te creëren. De werking rond de gamesector wordt nog opgezet.

FLANDERS INVESTMENT & TRADE (FIT)

Flanders Investment & Trade staat in voor de internationalisering van Vlaanderen. Zij zenden hun leden uit naar andere landen waar zij expertise opdoen, de lokale markt leren kennen, en deze informatie inzetten om Vlaamse bedrijven te helpen aan contacten en opportuniteiten. Onder deze opdracht bieden zij ook financiële steun voor buitenlandse activiteiten: prospectiereizen, beurzen en niche-evenementen, digitaal promomateriaal, opzetten van prospectiekantoren, internationale maatwerkprojecten. Elk Vlaams bedrijf kan beroep doen op deze kennis en steun.

VLAAMS AGENTSCHAP INNOVEREN & ONDERNEMEN (VLAIO)

Het Vlaams Agentschap voor Innoveren en Ondernemen is een organisatie van de Vlaamse Overheid die zich richt op het stimuleren van groei en innovatie en het bevorderen van ondernemerschap. Dit gebeurt door een reeks van steunmaatregelen, waaronder € 510 miljoen aan subsidies in tal van tools verdeeld. Screen.flanders en Flanders DC worden aangestuurd door VLAIO, en krijgen ook hun werkingsmiddelen van VLAIO. VLAIO steunt ook een deel van de projecten van Startups.be en financiert Flanders DC.

PMV

PMV heeft een reeks van activiteiten, waaronder kapitaalinvesteringen en leningen, vastgoed en infrastructuur, en waarborgen. Bij kapitaalinvestering stapt PMV mee in het bedrijf en wordt het bedrijf nauw opgevolgd, en begeleid. Bij leningen is dit niet het geval, zolang de aflossingen tijdig betaald worden. PMV levert financiering voor zowel kleine als grotere projecten. Dit kan oplopen tot € 20 miljoen in grote mezzanine financieringen. Het luik Cultuurinvest richt zich specifiek op de creatieve sectoren, waar ook gaming onder valt.

CREATIVE EUROPE MEDIA DESK FLANDERS

Het Creative Europe steunprogramma heeft in iedere lidstaat een zetel die potentiële kandidaten begeleid voor het indienen van een aanvraag. In Vlaanderen is dat Media Desk Flanders. Zij fungeren als doorgeefluik voor de aanvragen van Vlaamse actoren bij Creative Europe.

Creative Europe is een 7-jarig subsidieprogramma van de Europese Commissie voor de ondersteuning van de culturele, creatieve en audiovisuele sectoren. Voor de periode 2014-2020 beschikt Creative Europe over € 1,46 miljard, waarvan 31% gaat naar cultuur, 56% naar media en 13% bestemd is voor beleidssamenwerking en multidisciplinaire activiteiten.

Videogames vallen onder het MEDIA-programma wat in totaal € 824 miljoen bedraagt. Voor videogames is een jaarlijks budget uitgetrokken van ongeveer € 3,4 miljoen. Een project kan aanspraak maken op €10.000 tot €150.000 productiesteun, op voorwaarde dat dit maximaal 50% van de totale productie bedraagt.

BUSINESS ANGELS NETWORK VLAANDEREN

BAN Vlaanderen is een match-making platform voor startende bedrijven op zoek naar investeerders, die zowel financiële steun als kennis en contacten kunnen aanbieden. In 2015 investeerden Vlaamse business angels € 4.3 miljoen in startende bedrijven.

ONDERZOEKSSTEUN

De voormalige iWT steun en huidige iMinds ICON-projecten geven bedrijven financiële steun om te werken rond onderzoek en innovatie. De iWT steun is ondergebracht in VLAIO. ICON-projecten van iMinds sturen jaarlijks een aantal calls uit en worden gefinancierd door iMinds en VLAIO.

VLAAMS NETWERK VAN ONDERNEMINGEN (VOKA) - BYRO

Bright and Young werkt vanuit verschillende regio's verspreid over Vlaanderen. Als je deelneemt aan Bryo, word je 2 jaar lang begeleid bij alle uitdagingen, problemen en beslissingen die op je weg liggen voor, tijdens en kort na de opstart of overname van je eigen zaak. Ze doen dit via gezamenlijke activiteiten tussen gelijkgestemden, maar ook door individuele coaching.

VLAAMS NETWERK VAN ONDERNEMINGEN (VOKA) - PLATO

Professionaliseren van bedrijfsleiders. Verschillende trajecten voor bedrijfsspecifieke kennisdomeinen waar leden kunnen aan deelnemen. Leden geven zelf vorm aan de inhoud door aan te geven waar hun interesse ligt.

3.1.2 Overzicht steun in Wallonië

FONDS W.IN.G BY DIGITAL WALLONIA

Wallonia Innovation and Growth is binnen het kader van Digital Wallonia een investeringsfonds voor digitale start-ups. Beheerd door *la Société Régionale d'Investissement de Wallonie (SRIW)*, is er € 50 miljoen beschikbaar. In een eerste pre-seed fase kan een startend bedrijf beroep doen op een *prêt convertible* ter waarde van €50.000. In een tweede fase, wanneer het bedrijf reeds wat gematureerd is, kan tot €250.000 gegeven worden.

DIGITAL WALLONIA

Op zijn beurt deel van het Plan Marshall 4.0. Gericht op de digitale sectoren. €503.263 miljoen zijn bestemd om besteed te worden binnen de acties van Digital Wallonia vanaf januari 2016.

AWEX

Tegenhanger van FIT: buitenlandse missies om Waalse bedrijven in contact te brengen, kennis te delen. Ook aantrekken van buitenlandse investeerders naar de regio. AWEX maakte het mogelijk voor Waalse ontwikkelaars om naar GDC te gaan.

3.1.3 Overzicht steun in Brussel

SCREEN BRUSSELS

Bestaat uit verschillende activiteiten die nu gebundeld worden onder de naam Screen.Brussels. Games kunnen terecht bij het Screen.Brussels fonds dat in plaats komt van Bruxellimage-Wallimage als bijzonder format.

3.1.4 Overzicht steun Federaal

STARTUPS.BE

Startups.be is het aanspreekloket voor Belgische startende technologiebedrijven. Het fungeert als match-maker tussen startende bedrijven en 75 organisaties die steun bieden voor starters. Bijstand komt in de vorm van coaching en mentoring, incubatie, acceleratie, netwerk events en pitch mogelijkheden, investeringen en expertise aanbrengen.

START-UP WEDSTRIJDEN

Er bestaan verscheidene start-up wedstrijden die elk een gelijkaardig traject volgen: meestal in de vorm van een wedstrijd. Deelnemers bewijzen via businessplan, contacten met begeleiders en presentaties dat ze potentieel hebben voor een succesvolle onderneming. Winnaar krijgt een startkapitaal en begeleiding om zaak verder uit te bouwen. Voorbeelden: Bizidee, Telenet Kickstart, Battle of Talents, Protopitch, Start Academy, Startit KBC.

3.1.5 Steun per groeifase van bedrijf

Onderstaande tabel geeft een overzicht van de steunorganen toegespitst op verschillende groeifases van een bedrijf. Bij start-up zijn dit instanties die helpen het bedrijf op te zetten, of steun bieden alvorens het bedrijf bestaat. Bij het Gamefonds starten bedrijven vaak pas officieel wanneer ze het fonds ontvangen. De andere instanties begeleiden in de opstart.

Voor verdere groei kunnen bedrijven verdere financiële steun krijgen van Gamefonds, via onderzoekssteun bij VLAIO, of voor grotere sommen bij PMV of BAN Vlaanderen. Professionalisering en begeleiding kan via Flanders DC of via de BRYO en PLATO-programma's van VOKA. FIT geeft specifieke steun voor bedrijven die naar het buitenland kijken.

Ook gevestigde bedrijven hebben nood aan grote sommen die ze zelf niet in huis hebben. Daarvoor blijven PMV en BAN Vlaanderen belangrijke actoren om ook gevestigde bedrijven aan nieuwe projecten te laten werken.

START-UP	GROWTH	MATURATION
VLAIO		
Gamefonds	Gamefonds	
	FIT	
Flanders DC	Flanders DC	
	Onderzoekssteun	
Startups.be		
	PMV	PMV
Starterswedstrijden		
	VOKA	
	BAN Vlaanderen	BAN Vlaanderen

De volgende delen volgen uit de bevraging aan de sectorvertegenwoordigers. Deze gaan dieper in op de specifieke noden en verwachtingen die de sector ervaart.

3.2 FINANCIËLE NODEN

3.2.1 Opstartkost

Bij de opstart van een gamebedrijf zijn, naast loonkosten, andere initiële kosten verbonden. Naast de aankoop van hardware maakt een ontwikkelaar gebruik van een **software development kit** (SDK) of een game-engine. SDK's zijn een software die het proces vereenvoudigen voor ontwikkelaars om voor een bepaalde console te ontwikkelen. De Pauw et al. (2008) vermelden hier de moeilijkheid om aan correcte prijzen te komen omwille van non-disclosure clauses in de contracten, maar vonden cijfers rond €10.000 per licentie (d.w.z. per toestel waarop gebruik wordt gemaakt) voor Playstation 2, Xbox, GameCube. Bij de lancering van de Playstation 4 werd aangegeven dat de SDK's rond de 2500 USD verkocht werden, maar sommige partijen ontvingen deze gratis. Deze verandering toont een shift in aanpak van consolemakers voor de huidige generatie consoles (Playstation 4, Xbox One, Wii U) om meer en vooral de kleinere ontwikkelaars aan te trekken. Voor de huidige generatie pc-games speelt de Unity SDK een belangrijke rol. De eenvoud van ontwikkelen en het feit dat de Unity SDK gratis is, zorgt voor zijn populariteit.

Sinds de vorige generatie consoles krijgen kleinere ontwikkelaars, vaak indie-ontwikkelaars genoemd, steeds meer aandacht. Deze indie-ontwikkelaars maakten hun opkomst op PC, via toegankelijke platformen als Steam (een online platform waar ontwikkelaars hun producten rechtstreeks aan de consument kunnen verkopen). Het grote succes bracht indiegames onder de aandacht bij consolefabrikanten, die merkten dat hun manier van werken niet gunstig was voor dit soort ontwikkelaars. Bij de lancering van de Playstation 4 had Sony weinig grotere titels (de zogenaamde triple-A games) en indies werden gezien als een ideale manier om deze kloof te overbruggen. Dit zorgt ervoor dat ontwikkeling voor deze platformen aantrekkelijker wordt, echter blijft de prijs van aankoop niet verwaarloosbaar voor een starter. Onder de geïnterviewden werden slechts enkele spellen op console gelanceerd. De prijs die daar vermeld werd voor een SDK voor Playstation 4 was €900. Zoals hogervermeld, onderhandelt Sony hier op een case-by-case basis over de aankoopprijs van de SDK.

Ontwikkelaars in Vlaanderen ontwikkelen **meer voor PC dan voor console**. Zowel het doelpubliek als de eenvoud dat publiek te bereiken liggen aan de basis van die keuze. Het publiek voor het soort game dat Vlaamse ontwikkelaars maken, speelt voornamelijk op PC. De komst van het Steam platform voor PC, samen met de Greenlight procedure (procedure op Steam waarbij consumenten moeten aangeven dat ze interesse hebben om een spel te kopen. Eenmaal voldoende interesse, komt het spel in de online winkel van Steam te staan) maken het voor kleinere ontwikkelaars zeer aantrekkelijk hun game op PC te lanceren. Mits een éénmalige kost van €90 voor een profiel kan de ontwikkelaar zijn games in de Greenlight community opladen.

Een startende ontwikkelaar met ambities voor een entertainment game loopt al snel tegen de **lange ontwikkelingsduur** van dergelijk product. De looptijd van de ontwikkeling van een entertainment game is al snel meer dan een jaar, afhankelijk van de schaal van het spel zelfs meerdere jaren. Een productie als Divinity: Original Sin neemt bijvoorbeeld 3 jaar in beslag

voor een ploeg die fluctueert tussen de 100 en 220 personen, afhankelijk van de fase van productie.

“Ja, dat zijn allemaal van die lange termijn projecten. Dus stel dat we er 3 jaar aan bezig zijn, met een goed jaar preproductie, een jaar een half productie en een half jaar postproductie.” – Swen Vincke, Larian Studios

Zolang het spel niet op de markt verschijnt, ontvangt het bedrijf geen inkomsten. Dit maakt het moeilijk om zonder **investeerdere of eigen kapitaal** aan een entertainment game te beginnen werken. Hoewel de ontwikkelaars liefst een eigen entertainment game zouden ontwikkelen, is de enige realistische optie voor velen work-for-hire.

“Ik denk persoonlijk als mensen zelf de keuze hebben om tussen beiden te kiezen dat ze dan toch wel eerder gaan kiezen voor hun eigen projecten te ontwikkelen. Maar in de realiteit is er meestal niet de keuze om daarvoor te gaan dat je dus echt wel verplicht bent om work-for-hire te gaan doen. Alvorens je je eigen projecten kan gaan financieren.” – Steven Verbeek, Crazy Monkey Studios

Work-for-hire is niet populair bij ontwikkelaars, maar vormt wel een belangrijke stap bij de start van een bedrijf. Via work-for-hire vergaren ontwikkelaars ervaring en kunnen ze een klein kapitaal opbouwen. Vrijwel iedere ontwikkelaar die aan een groter project begint, heeft eerst ervaring en kapitaal opgebouwd door work-for-hire.

“Dus we hadden door dat B2B ons een vaste financiële basis zou geven om ons bedrijf verder te ontwikkelen, te ontplooien, portfolio op te bouwen, onze naam te laten groeien.” – Kevin Haelterman, LuGus Studios

Work-for-hire levert een **stabiele bron van inkomsten**, waar een bedrijf mee kan blijven bestaan. Het doel van ontwikkelaars is echter om een eigen IP in de markt te zetten. Daarvoor is een groot startkapitaal nodig. Via work-for-hire kan een bedrijf zelf een deel voorzien, maar de hoge kosten voor dergelijke productie kan een bedrijf niet opbouwen via work-for-hire alleen. Dus moet de ontwikkelaar op zoek naar verdere financiering.

“Een team ga je ook niet zomaar bij elkaar gaan sprokkelen. Het kost ook tijd om dat te bouwen, dus dat kan zeker geen kwaad en merendeel van de succesvolle studio's hebben in hun verleden ook al work-for-hire gedaan. Je moet wel ambitie hebben en een planning voor eruit te geraken. Dat hebben wij ook gemerkt, we hebben er te lang mee gewacht. We hadden veel vroeger kunnen doorbreken als we het vroeger hadden gedurfd.” – Swen Vincke, Larian Studios

De opties zijn echter beperkt. Voor banken is game development een te **risicovol product** en de weg naar business angels is vaak niet gekend. Buiten de Cronos Groep zijn risicokapitaal investeerders gering aanwezig in Vlaanderen. Cronos heeft drie Vlaamse game bedrijven onder zijn vleugel: PreviewLabs, Crazy Monkey Studios en Bazookas. Deze bedrijven werden opgericht dankzij financiële steun van Cronos.

Traditioneel zou op deze stap een uitgever de geldschieter zijn. Een ontwikkelaar stapt met zijn prototype naar een uitgever, die dan de verdere ontwikkeling financiert. Een prototype ontwikkelen houdt echter risico in en vergt ook een startkapitaal om de werknemers enige tijd eraan te laten werken (De Pauw et al., 2008). In Vlaanderen zijn ontwikkelaars

terughoudend om met uitgevers aan de slag te gaan. Er heerst de angst om **de rechten over eigen IP** (intellectuele eigendom) te verliezen, of slechts een klein deel te ontvangen van de totale opbrengst. Een samenwerking met een uitgever vereist dat een deel van de opbrengsten terugvloeien naar de uitgever, omwille van diens investering aan de start van het projecten de diensten op vlak van marketing die een uitgever kan leveren. De perceptie heerst dat de marketing en pr-acties van de ontwikkelaars zelf meer resultaat opleveren dan die van de uitgevers. Bovendien zou een uitgever beroep doen op marketingbedrijven, die een ontwikkelaar ook zelf zou kunnen aanspreken.

Mede dankzij **Steam** en de digitalisering van distributie is het ook eenvoudiger geworden om zonder uitgever een game te lanceren. Digitale platforms als Steam, maar ook de Playstation Store of Xbox Marketplace nemen deels de traditionele rol van een uitgever over. Ontwikkelaars kunnen rechtstreeks met deze partijen samenwerken om hun game te distribueren. Deze platform eigenaars schieten ook geld en middelen voor om beloftevolle games te laten ontwikkelen.

Ondanks dat de mentaliteit bij ontwikkelaars heerst om niet met uitgevers samen te werken, heeft een startend bedrijf weinig andere keuze. Zelfs al geven bedrijven met langere geschiedenis aan dat ze een uitgever niet zouden aanbevelen, zijn ze in de beginfase van het bedrijf wel met een uitgever gestart. De voordelen van een met een uitgever samen werken worden dan ook niet altijd juist ingeschat. Een uitgever neemt het risico op zich dat een project kan falen. Het geeft de ontwikkelaar de kans nodige ervaring op te doen en mogelijks een klein kapitaal op te bouwen.

3.2.2 Investeringsklimaat

Bedrijven in de gamesector vinden moeilijk investeerders. Volgens sommigen heeft in Vlaanderen gaming nog steeds een **negatieve connotatie**. De berichtgeving in de Vlaamse media speelt een belangrijke rol in de publieke perceptie, ook bij investeerders. In de media wordt gaming volgens een aantal nog te vaak geassocieerd met de negatieve facetten: gebrek aan concentratie, slechte schoolprestaties, verslaving. Games behandelen allerhande onderwerpen, maar slagen er niet in zich te ontdoen van de negatieve stigma's die bestaan in de samenleving.

"...elk jaar gebeurt het wel in de Telefacts aflevering of iets anders over games. Dan gaat het altijd over geweld in games of game-verslaving of seksisme bij games. Zulke zaken. Dat draagt niet bij aan een positief beeld rond games. Terwijl bijvoorbeeld bij LuGus maken wij games waar nooit geweld in voorkomt. Of waar wij ook vrouwelijke personages een hoofdrol geven; of die net bedoeld zijn om mensen te helpen." – Kevin Haelterman, LuGus Studios

De **successen** van de Vlaamse bedrijven **komen ook niet aan bod** in de media, waardoor deze bedrijven ongekend blijven bij potentiële investeerders en banken.

"Wat ik wel vind is dat de media enorm weinig aandacht besteed aan games. Ik vind dat bijvoorbeeld raar dat Larian zo weinig op tv geweest zijn. Die gasten zijn rock superstars geweest in de gamesector. Daar is niets van gezegd geweest in de media. Ik heb nu op die twee maand tijd meer dan 40.000 stuks verkocht. Dat is een platinum plaat in België. Daar wordt niets over gezegd." – Dirk Van Welden, i-illusions

In het buitenland ligt deze situatie anders. Investeerders zijn niet op de hoogte van het bestaan van de industrie in Vlaanderen, of beschouwen het risico als te groot. Ontwikkelaars hebben weinig succes met het aantrekken van banken om mee te stappen in de financiering. PMV is wel bereid in risicovolle ondernemingen te stappen, maar wordt omwille van de hogere interest vaak geweerd door ontwikkelaars.

De Cronos groep biedt PreviewLabs, Crazy Monkey Studios en Bazookas op verschillende vlakken steun: kantoorruimte, netwerk en infrastructuur zijn voorzien, adviseurs bieden hulp voor legale kwesties en de boekhouding en facturatie worden opgenomen. Cronos investeert niet enkel in gaming bedrijven en dat maakt dat hun steun niet specifiek is voor de gamesector. Wel ondersteunen ze **algemene bedrijfsvoering**. Deze steun wordt zeer positief onthaald, mede omdat de ontwikkelaars zich voornamelijk met het creatieve aspect willen bezighouden. Bovendien maakt een financiële partner als Cronos het mogelijk om als bedrijf meer risico te nemen. Omwille van de omvang van projecten, werken ontwikkelaars projecten één voor één af. Dit betekent dat het succes van het bedrijf sterk afhangt van individuele projecten, daar het falen van één project grote investeringen teniet ziet gaan. Kenmerkend voor de gamesector is dat het grote winsten kan opleveren, echter gekoppeld aan grote risico's. De bedrijven in de Cronos groep hebben het voordeel dat Cronos hier voor hen de schok kan opvangen en hen de ademruimte geeft opnieuw te beginnen.

Voor het **aantrekken van buitenlandse investeringen** zit Vlaanderen niet in een sterke positie. Het concurreert op een globale markt met zowel lageloonlanden als landen met gelijkaardige loonlasten, maar interessantere fiscale voordelen. Bepaalde landen profiteren dan ook van hun langere traditie in het aantrekken en aanmoedigen van de gamesector. Zo heeft Canada een cluster van gamebedrijven en bedrijven die nevenactiviteiten uitoefenen kunnen aantrekken, wat hun positie doorheen de tijd enkel verder verstevigt.

Ontwikkelaars zien baat bij **een tax creditsysteem** om Vlaanderen op gelijke voet te laten concurreren met globale spelers. Een tax krediet zorgt ervoor dat Vlaamse bedrijven deel van hun kosten kunnen drukken en daarom minder de aantrek zouden voelen om naar het buitenland te verhuizen. Ook voor kleine ontwikkelaar is dit de meest interessante optie, omdat het effect evenzeer voelbaar is voor bedrijven met enkele werknemers zowel als grotere bedrijven. Bij de inrichting van een tax credit schuilt wel het gevaar dat een uitgever een ontwikkelaar minder gaat betalen. Het is daarom belangrijk een dergelijk systeem in te voeren ter hoogte van de ontwikkelaar. Voor Larian is het duidelijk aantrekkelijker een tax credit te implementeren, omdat dit het bedrijf een rechtstreeks voordeel geeft. Via een tax shelter is nog steeds nood aan een uitgever of geldschieter. Bij inmenging van een uitgever ziet Larian het risico dat een bedrijf zijn rechten op IP zou verliezen.

“Als dan zijn loonkost lager zou zijn door zijn tax credit, dat hij in zichzelf kan investeren, dan kan hij de sprong maken. Als er een tax shelter is, gaat hij iemand van buitenaf moeten hebben, gaat hij zijn IP kwijt zijn. Dat is een heel groot verschil.” – Swen Vincke, Larian Studios

FLEGA ziet vooral baat bij de **uitbreiding van de tax shelter** naar gaming. Een tax shelter zorgt voor een verlaging van het risico om in een gameproductie te gaan investeren, wat een grote hindernis vormt voor investeerders.

“...omdat wij daarvan overtuigd zijn dat investeerders dan sneller gaan investeren, omdat dan een klein beetje van dat risico wordt weggenomen bij hen. Dat wordt dan opgevangen door dat systeem van tax shelter en door hun belastingkortingen die ze dan kunnen krijgen.” – David Verbruggen, FLEGA

Dergelijke maatregel bevordert tevens work-for-hire, wat een belangrijke schakel vormt in het groeiproces van een bedrijf.

Ongeacht de keuze van maatregel moet er gewaakt worden over de complexe procedure die daarbij komt kijken. Ontwikkelaars struikelen nu reeds over de procedures voor aanvragen bij Gamefonds en bij een taksmaatregel zal ook administratie komen kijken. Trees De Bruyne van Studio 100 geeft aan dat ze voor de tax shelter bij film voltijds twee personen inzetten voor de administratie. Naast aanvraagprocedure is er een lopende rapportering die op rekening van het bedrijf moet worden uitgevoerd. Zij ziet daarom baat bij een instantie die de bedrijven kan helpen met deze administratie.

“Ik denk dat je daar gaat gaan in de toekomst naar een aantal bureaus die tax shelters kunnen opzetten. Die als intermediair handelen.” – Trees De Bruyne, Studio 100

3.2.3 Loonkost

Games ontwikkelen is **kennisintensief werk**. De grootste kost is steeds de lonen van de werknemers. In een sector die actief is in een globale markt, wordt de concurrentie van landen met lagere loonkosten sterk gevoeld. Dit heeft een aantal gevolgen voor ontwikkelaars. Het is moeilijker dan in andere landen om nieuwe mensen aan te nemen, omwille van de hoge kost gekoppeld aan de volatiliteit van de gaming markt. Complementaire profielen aanwerven of productie opschalen is omwille van de loonkost een struikelblok. Voor grotere bedrijven is het dan ook aantrekkelijker om zich in fiscaal aantrekkelijkere klimaten te gaan vestigen, daar de cumulatieve kost van een team danig gedrukt kan worden. Elk gamebedrijf heeft te maken met globale competitie, wat leidt tot een keuze waar bedrijven zich bijna gedwongen voelen gebruik te maken van die lagere loonkosten.

“Als je wil meedoen, dan moet je op een zeker niveau kunnen draaien van productie en als je dan zegt van: ‘een ontwikkelaar hier is dubbel zo duur als een ontwikkelaar in Canada’, wil dat zeggen dat de Canadese concurrentie twee keer zoveel mensen erop gaat zetten als ik. Dan heb ik eigenlijk geen keuze meer, dan kan je zeggen: ‘ik doe de boeken toe’ of kan je zeggen: ‘ik doe mee met het outsourcing-verhaal.’” – Swen Vincke, Larian Studios

Ook werknemers worden **door fiscale incentives naar het buitenland gelokt**: algemeen hogere nettolonen en fiscale incentives zorgen voor een aantrekkelijk aanbod voor zij die bereid zijn te verhuizen. In Canada kunnen bepaalde profielen in game-ontwikkeling vallen onder een R&D tax break.

“...als het buitenlanders zijn die naar daar gaan, krijgen ze een tax holiday als het voor R&D is, dus ze betalen geen belasting gedurende het eerste jaar. En dan gaat dat progressief naar 5 jaar toe. Dan pas betaal eigenlijk zelf persoonlijke belastingen.” – Swen Vincke, Larian Studios

Het **verhoogde risico van games ontwikkelen**, samen met een productieproces waar slechts op het einde geld binnenstroomt, maakt het moeilijk te garanderen dat een bedrijf maandelijks werknemers zal kunnen uitbetalen. De striktheid rond contracten en aanwerving in de Vlaamse context spelen hier ook een rol. De samenloop van al deze factoren zorgt voor een landschap waar ondernemerschap ontmoedigd wordt, wat op zich weer zorgt dat er minder kansen zijn voor de volgende groep werkzoekenden.

3.3 PROFESSIONALISERING

De kleinere bedrijven zeggen binnen Vlaanderen de juiste profielen te vinden. Waar dit voordien deels problematisch was (De Pauw et al., 2008) lijkt dit nu niet langer een knelpunt. Hier zijn twee verklaringen voor te vinden: hogere opleidingen schaven hun programma bij en leveren steeds sterkere profielen af. **Digital Arts & Entertainment** startte in 2006 en leverde in 2009 een eerste lichting afgestudeerden. Het curriculum is ondertussen verder aangepast met de intrede van een nieuw traject gericht op startups. Het Independent Game Production-traject focust op de business aspecten van een gamebedrijf. Hiermee hoopt DAE dat meer afgestudeerden een eigen onderneming opzetten. In het verleden is gebleken dat weinig DAE alumni zelf startten. DAE zelf is slechts op de hoogte van 3 studio's die door alumni gestart zijn. DAE wijdt dit aan de focus die, bij aanvang van de opleiding, voornamelijk lag op profielen die kunnen meedraaien tijdens een productie.

Voor de verdere ontwikkeling van het curriculum ziet DAE baat bij een **masteropleiding**, echter hierin lijken ze voorlopig geen uitweg te vinden. Als onderdeel van Howest heeft DAE geen mandaat om een master te kunnen organiseren. Van de afgestudeerden ziet DAE dat zo'n 10% verder studeert. Deze studenten vinden hun weg naar een Master Informatica of professionele masters in het buitenland. In Vlaanderen bestaat deze vorm van professionele master niet, al zou dit het ideale vervolgetraject zijn volgens DAE. Met de bestaande master in de kunsten hebben de studenten volgens DAE weinig raakvlak.

Tegelijk vindt er ook een verschuiving plaats in het soort games dat in de markt gezet wordt: kleinere, zogenaamde indiegames zijn sinds enige jaren populair geworden. Het verwachtingspatroon van de consument is hier anders dan bij de titels afgeleverd door grote uitgevers. De vaak retro geïnspireerde grafische stijl en eenvoudigere gameplay worden net als meerwaarde beschouwd. Dergelijk spel heeft lagere vereisten in ontwikkeling en maakt daarom de markt toegankelijker voor startende ondernemingen.

Flanders DC, VAF, FIT en FLEGA zien vooral een gebrek aan ondernemerschap als problematisch bij de Vlaamse ontwikkelaars. Op basis van hun contacten met ontwikkelaars heerst de indruk dat ontwikkelaars te weinig oog hebben voor de ondernemerskant van hun projecten.

“Hoe ga ik om met een bedrijf als ondernemer, ik voel dat heel veel mensen in onze sector, jonge mensen dat niet genoeg in hun vingers hebben.”- David Verbruggen, FLEGA

Ze zijn voornamelijk geïnteresseerd in het maken van games en steken daar het meeste tijd en moeite in. Uit gesprekken met ontwikkelaars komt dit ook naar voor: liefst van al houden

ze zich met het **creatieve** bezig. Enkelen zouden iemand anders aannemen om de **bedrijfsvoering** op zich te nemen. Echter, gezien de **hoge loonkost** om nog iemand aan te nemen, gebeurt dit vaak niet.

In het buitenland zien ondernemers dat **clustervorming** van bedrijven een belangrijke bron is van talent. Omwille van de eigenheden van het ontwikkelen van een videogame productie kennen bedrijven een groot verloop tussen de verschillende fases van een project. Binnen een cluster kan personeel dat vertrekt meteen aan de slag in een ander bedrijf. Wanneer het bedrijf dan voor een volgend project productie moet opschalen, kan het beroep doen op een pool van talent die in andere bedrijven kennis heeft vergaard. In Québec ondervindt Larian daar de voordelen van.

“...omdat we in andere landen een grotere pool hebben waaruit we kunnen teren voor ervaring die aanwezig is, dus mensen die andere posities gedaan hebben... we zitten in Québec in Canada, daar is het eigenlijk bijna als een Hollywood-model. Mensen werken aan een productie en ze gaan naar een andere productie.” – Swen Vincke, Larian Studios

In Vlaanderen **ontbreekt deze cluster aan bedrijvigheid** in de gamesector, waardoor het moeilijker wordt voor de werknemer om ervaring op te doen binnen Vlaanderen, met als gevolg dat de werkgever elders op zoek gaat.

3.4 INTELLECTUELE EIGENDOM

De droom van heel wat ontwikkelaars is een eigen succesvol entertainmentgame lanceren. De ontwikkeling van een product en merknaam vergen grote inspanningen, een innovatieve insteek en een flinke portie geluk. **Eigen IP ontwikkelen** is de deur naar structurele groei voor een bedrijf. Het zijn net die projecten die grote winsten kunnen opleveren, al hangt daar een groot risico aan vast. De mogelijke winst uit eigen IP te ontwikkelen geeft ontwikkelaars **ademruimte** om volgende eigen projecten na te streven. Naast eigen IP ontwikkelen kan een ontwikkelaar ook work-for-hire uitvoeren. Ontwikkelaars met weinig ervaring staan ook in een zwakkere positie in onderhandeling met uitgevers, een feit waar de Vlaamse ontwikkelaars zich zeer van bewust zijn. De angst om de eigendom over de ontwikkelde IP te verliezen is dan ook reëel wanneer een ontwikkelaar met een uitgever in zee gaat. De ervaring van de meer gevestigde Vlaamse ontwikkelaars leert dat dit vaak een stadium is waar een ontwikkelaar door moet om ervaring en vooral geloofwaardigheid op te bouwen (zie ook De Pauw et al., 2008).

3.5 NETWERKEN EN KENNISDELING

Ondanks een heel aantal events, waaronder de FLEGA cafés, Brotaru in Brussel en House of Indie in Antwerpen, is kennisdeling binnen de sector nog te beperkt gangbaar. Op deze evenementen worden voornamelijk creatieve projecten besproken, games voorgesteld en gespeeld. De interesse van ontwikkelaars ligt bij het creatieve en minder bij het zakelijke. Via digitaal communicatieplatform Slack wordt wel regelmatig gecommuniceerd en worden sector-gerelateerde vragen gesteld. Er maken ongeveer 50 personen gebruik van dit platform

en er is bijna dagelijks communicatie. Deze groep is organisch ontstaan na dat het vorige digitale platform minder courant gebruikt werd.

“Nu wordt er gebruik gemaakt van een slack, waar we met een heel aantal ontwikkelaars dan op zitten en dat is nu momenteel het platform waar we kennis op delen. Dus mensen vragen van heel praktische vragen. Bijvoorbeeld vorige week van, hoe gaan jullie naar Gamescom? Of spreken we samen af? Hoe vaak schrijf je artikels op je website? Hoe pakken jullie dat aan? Hoe motiveren jullie jezelf om nieuws te verspreiden over uw game? Zulke zaken. Hiervoor was een LinkedIn-groep, die is nu iets minder actief, denk ik. Het is meer naar Slack aan het verhuizen.” - Bernard Francois, PreviewLabs

Binnen groepen als Cronos, dat bedrijven uit de bredere IT-sector omvat, bestaat er ook een actieve cultuur van **kennis** en **informatiedeling** waarbij partnerships worden gestimuleerd en zelfs projecten worden doorgegeven.

Opmerkelijk is dat er weinig gevestigde waarden zijn in Vlaanderen; weinig bedrijven hebben een lange succesvolle track-record die hun kennis en ervaring kunnen delen met de sector. Een groot deel van de bedrijven zijn nog niet lang actief (Bogte, 2016) en zouden baat zijn bij begeleiding of coaching. Zowel Flanders DC als VAF hebben de ambitie om een vorm van coaching op te zetten, maar ontbreken sectorspecifieke kennis. De werking van Flanders DC is wel meer toegespitst op de noden van jonge bedrijven op zoek naar bijstand bij het opzetten van hun bedrijf. Er is slechts een handvol mensen in Vlaanderen met dit soort kennis en zij hebben vaak ook hun eigen zaak te beheren.

Met andere sectoren bestaat weinig of geen contact. Work-for-hire biedt echter een stabiele bron van inkomsten en samenwerking met nieuwe sectoren kan tot **marktverruiming** leiden. Deze piste verder verkennen en samenwerking en kennismaking bevorderen lijkt opportuun voor de gamesector. Een hindernis hier is de perceptie van andere sectoren op de gamesector. Flanders DC geeft aan in het verleden match-making events te hebben opgezet in samenwerking met FLEGA en ziet er baat bij dit te blijven doen. Samenwerkingsverbanden via innovatieprojecten bieden ook een oplossing om de gamesector in contact te laten komen met andere sectoren. In het verleden is reeds succesvol gebruik gemaakt van iMinds ICON en voormalige iWT projecten. Ontwikkelaars ondervinden deze werking als zeer positief.

3.6 SECTORVISIE

Er wordt opgemerkt door partijen die contact hebben met ontwikkelaars dat de sector **geen coherente visie** lijkt te hebben. FLEGA is als beroepsfederatie de logische stem om een eensgezinde visie op de kaart te zetten. Met de huidige middelen is er weinig ruimte voor FLEGA om zich op deze taak te richten. FLEGA speelt een belangrijke rol naar de sector toe. De sectorvertegenwoordiger polst bij zijn leden naar hun noden om d.m.v. een online poll om te toetsen waar aandacht op gevestigd moet worden. FLEGA werkt tevens samen met andere partijen om workshops en evenementen op te zetten. FLEGA wordt vanuit de sector zelf gestuurd en kan daarom rekenen op heel wat aanwezigen tijdens deze evenementen. Het is de meest logische partij om een visie uit te werken en te bewerkstelligen.

Het gebrek aan een visie valt dan enerzijds te wijten aan het feit dat de bedrijven aan zeer uiteenlopende projecten werken: er valt moeilijk een lijn te trekken in het soort games dat Vlaamse ontwikkelaars maken. Er is geen organisch gegroeide niche waar meerdere ontwikkelaars zich reeds in bevinden waarrond structureel steun zou kunnen worden uitgebouwd. Anderzijds sluit dit aan bij het luik mentaliteit: de contactmomenten verlopen voornamelijk tijdens informele momenten waarbij enkel de creatieve aspecten van de industrie besproken worden, namelijk de games waaraan gewerkt wordt.

Het voorstel werd geopperd om **vanuit beleidskant een richting** aan te geven, met het idee dat binnen die niche zich een kennisvoorsprong zou kunnen ontwikkelen. De ontwikkelaars vinden dit echter geen goed idee. Zij erkennen dat het Vlaams landschap zeer divers is en dat met dergelijke maatregel een groot deel van de bedrijven uit de boot zou vallen. De ontwikkelaars zien zelf momenteel geen lijn en vinden het voorbarig om dergelijke keuze op te leggen.

“We moeten niet denken dat we alwetend zijn. Dat dat het nieuw ding gaat zijn. Je gaat natuurlijk wel een nieuwe scene creëren. Als je wil dat alle VR hier moet zitten, dan kan je dat inderdaad wel doen. Maar ja, dan zitten we misschien over twee jaar met iets totaal anders, waar we dan totaal geen industrie meer hebt omdat je niet iemand had die op dat stuk is beginnen focussen. Ik vind dat een beetje gevaarlijk.” – Dirk Van Welden, i-illusions

Bovendien is het **moeilijk in te schatten** wat er binnen enkele jaren relevant zal zijn. Bij een foutieve keuze zou het wel eens het einde van de sector kunnen betekenen. Indien er rond dergelijk project gewerkt zou worden, zou het dan ook wenselijker zijn om af te wachten en te bekijken wat er organisch uit de sector groeit, om daar dan steun te gaan bieden.

“Ik zou zeggen laat eerst de Belgische industrie maar bewijzen dat ze potentieel hebben in die richting om dan misschien meer focus op te leggen. Maar nu om opeens te zeggen ‘we gaan deze of deze specifieke game-genre of hoe je het ook wilt noemen gaan sponsoren’ dat lijkt me niet direct interessant.” – Lukas Nijsten, The Artistocrats

3.7 MENTALITEIT

Ontwikkelaars hebben sterke overtuigingen over hun sector waar ze moeilijk van afstappen. Volgens ontwikkelaars is de gamesector anders dan andere sectoren. Deze opvatting zorgt ervoor dat er weinig baat wordt gezien bij ontwikkelaars om hulp te aanvaarden van partijen die geen beroepservaring hebben in gaming. Omdat er echter weinig ervaren en succesvolle profielen zijn in Vlaanderen, is het moeilijk een geschikt persoon te vinden die **workshops of coaching** kan begeleiden en ook aanvaard wordt door de ontwikkelaars. Flanders DC haalt het voorbeeld aan van een event rond ideeën pitchten, waar de feedback bevestigde dat de ontwikkelaars argwanend kijken naar iedereen die niet uit de sector komt.

“Dan krijg je wel feedback van; ja maar dat ging niet over gaming, dat is los van gaming, die kent niets van de game-industrie. Terwijl dat net de bedoeling was om ze los te trekken van de game-industrie, dus we hebben daar wel nog wat werk aan.” – Pascal Cools, Flanders DC

Flanders DC haalt aan dat ze reeds langere tijd ervaring hebben met modeontwerpers en designers en ook daar ondervonden ze hetzelfde fenomeen. Flanders DC ziet een aantal facetten van ondernemerschap even zeer gelden voor deze creatieve beroepen net als voor andere beroepen. Ontwikkelaars hebben voornamelijk interesse in het eigenlijke maken van een spel. Liefst houden ze zich niet bezig met de ondernemerskant of de dagelijkse zaakvoering. Voor velen maakte dit geen deel uit van hun opleiding en sommigen weten zich wel te omringen met de juiste kennis. Echter het gebrek aan interesse en gebrek aan stabiel inkomen zorgen ervoor dat iemand in dienst nemen voor deze taken vaak niet aan de orde is. Uit de ervaringen van de het VAF Gamefonds blijkt dat er bedrijven zijn die het goed doen, zonder doorgedreven aandacht te besteden aan de zakelijke kant van hun activiteiten. Bijkomende kennis in bedrijfsvoering zou deze bedrijven nog verder kunnen versterken.

Game-ontwikkelaars zijn gepassioneerd met het ontwerpen van hun eigen entertainment game, hun eigen IP. De ervaring van de gevestigde ontwikkelaars toont aan dat work-for-hire, of toegepaste games, een belangrijke stap vormen in het groeiproces van een bedrijf. Ontwikkelaars zijn vaak **terughoudend om work-for-hire te doen**, tenzij ze er financieel toe worden gedwongen. Ze vermijden dan ook contacten te leggen met andere sectoren, wat nochtans een bron van marktverruiming zou kunnen meebrengen.

3.8 MARKETING

Bij Flanders DC heerst het gevoel dat marketing en PR te weinig aandacht krijgen van ontwikkelaars. Een realistisch budget voor marketing is gelijk aan dat van de productiekost. Marketing en PR worden vaak door de ontwikkelaars zelf uitgevoerd, omdat zij het gevoel hebben dat ze zelf de unieke kenmerken van de markt beter kennen dan een marketingbedrijf, of dat hun eigen activiteiten betere resultaten leveren. Dit is een tijdrovende activiteit die de ontwikkelaar niet in andere activiteiten kan steken.

Voor de sector in zijn geheel ziet Flanders DC een plaats weggelegd voor een **Vlaams of Belgisch games label**, naar analogie met gelijkaardige acties in de mode en designwereld. Voor de omvang van de veelal kleinere bedrijven in de sector is elke bijkomstige taak een grote klus. Door krachten te bundelen moet elk bedrijf niet afzonderlijk hetzelfde werk doen en één sterk label is beter dan meerdere kleine labels.

De sector is reeds met gebundelde krachten naar buiten getreden met een **Belgische stand op Gamescom**. Gamescom is één van de belangrijkste beurzen voor videogames wereldwijd en de grootste in Europa. Startups.be heeft hier een voortrekkersrol genomen om op federaal niveau de krachten en middelen te bundelen. Een stand op Gamescom is namelijk niet goedkoop en beide landsdelen hebben weinig middelen. Door zowel FIT als Awex te betrekken in deze opzet, delen de Vlaamse en Waalse ontwikkelaars één stand. Via Startups is ook een regeling getroffen met FIT omtrent de steunaanvraag. De werking van FIT bestaat erin bedrijven te ondersteunen, niet sectoren. Daarom moet elk bedrijf afzonderlijk steun aanvragen voor buitenlandse beurzen. Voor Gamescom is er echter een regeling getroffen met FIT om dit niet per bedrijf afzonderlijk te doen. Deze actie werd zeer positief onthaald door de sector.

3.9 LEERPLICHT

Meer dan andere niches in de Vlaamse gamesector hebben ontwikkelaars voor leerplichtonderwijs te kampen met zeer specifieke eigenheden aan hun product. Om te garanderen dat de producten op zoveel mogelijk scholen gebruikt zouden kunnen worden, wordt in rekening gebracht dat de infrastructuur op die scholen niet dezelfde is als in een doorsnee huishouden. Dit zorgt ervoor dat producten voor leerplicht ontwikkeld er grafisch minder modern uitzien en technologisch niet de laatste ontwikkelingen kunnen volgen. Kinderen krijgen echter uit entertainment hoek wel deze aspecten onder ogen en in vergelijking wordt het leerplichtproduct minder aantrekkelijk voor hen.

Omwille van inhoudelijke vereisten zijn voor het leerplichtonderwijs ontwikkelde producten sterk gebonden aan de regio. Deels omwille van de taal, deels omwille van het curriculum. Deze producten kunnen slechts rekenen op een kleinere, lokale markt, in tegenstelling tot andere games die globaal potentieel hebben.

“Dan is het curriculum anders. Dan is de stof dat je moet verwerken in je spel anders... Je kunt niet zomaar zeggen: “We zetten dat hier in 5 talen op de appstore en voilà, het komt binnen”. Dat gaat niet... Dat is voor ons zelfs een zeer groot struikelblok.” – Alex vanden Abeele, Die Keure

De kostprijs van productie blijft echter hoog. De ontwikkelaars proberen dit deels te omzeilen door **producten te ontwikkelen die makkelijker in andere regio's afgezet kunnen worden**, maar steeds moeten ze langs lokale uitgeverijen die het lokale curriculum kennen.

Scholen zijn ook niet altijd bereid om te betalen voor digitale producten. Het hangt sterk af van de school zelf of ze vertrouwen hebben in de meerwaarde hiervan. In het zoeken naar een model om deze producten te verkopen, worden ze soms gebundeld met de papieren methode.

Uit al het bovenstaande valt af te leiden dat de ontwikkeling van producten voor het leerplichtonderwijs zijn eigen problemen meebrengt. Voornamelijk de uitgeverijen van schoolboeken staan sterk in deze markt, omdat zij reeds over het distributienetwerk beschikken naar de juiste klanten toe.

3.10 LESSONS LEARNED

OPSTART IS PRECAIR

De start van een jong bedrijf is een moeilijke fase. Om een eigen project te kunnen beginnen, moet een bedrijf kapitaal hebben om enkele maanden of jaren te overbruggen voordat het inkomsten verdient. Daarvoor kan het beroep doen op een uitgever, investeerders of overheidssteun. Bij gebrek aan kapitaal moet work-for-hire worden verricht. Hiervoor zijn echter klanten nodig. Om klanten aan te trekken heeft is een portfolio nodig om ervaring aan te tonen. In beide gevallen kan een startend bedrijf alle hulp gebruiken.

INVESTEERDERS ZIJN SCHAARS

Gamebedrijven vinden moeilijk investeerders. Het risico verbonden aan gameproductie ligt te hoog, de sector is niet goed gekend en het product heeft een negatieve connotatie. Er is nood aan match-making tussen de gamebedrijven en investeerders en een gewaarwordingscampagne omtrent de werking en hoge returns in de gamesector.

PROFESSIONALISERING: ONDERNEMERSCHAP

Er is een gebrek aan ondernemerschap bij gamebedrijven. Het dossier dat bij VAF ingediend moet worden voor het Gamefonds komt overeen met een goed bedrijfsplan. VAF merkt op dat dit voor velen problematisch is. Ook sectorfederatie FLEGA ziet dat dit een lacune is bij sommige leden. De ontwikkelaars zelf zijn meestal technisch of creatief onderlegd, en hebben meer aandacht voor deze aspecten dan voor ondernemerschap. Er werden reeds ad-hoc coaches bij bedrijven gezet, en zowel VAF als Flanders DC zien er baat bij dit verder uit te breiden.

MENTALITEIT

De ontwikkelaars zien hun sector als zeer specifiek. Dit zorgt voor problemen wanneer andere actoren proberen kennis over te dragen. Flanders DC en FLEGA organiseren samen workshops voor de sector. Wanneer de begeleider geen praktijkervaring heeft, klagen ontwikkelaars. Bij het Gamefonds bestaan de commissies uit leden met verschillende achtergronden: academisch, overheid, journalistiek en praktijk in gaming, film en communicatie. Ook hier wordt praktijkervaring als belangrijk geacht, en wordt de bekwaamheid van niet-ontwikkelaars in vraag gesteld.

VISIE

Flanders DC ziet er baat bij voor de sector om een visie uit te werken. Momenteel zijn er bedrijven met sterk uiteenlopende omzet, die sterk uiteenlopende producten maken. Het zou, volgens Flanders DC, de sector een kennisvoordeel kunnen geven om in een bepaalde technologie te investeren, of rond een bepaald thema te werken. Naast een kennisvoordeel kan dit ook uitmonden in een identiteit voor de Vlaamse industrie. Er werd hier gewezen op visie ontwikkelen door bepaalde type games te ontwikkelen of het uitdenken van een label naar investeerders toe. Dit kan een Vlaams label zijn, maar evengoed Belgisch, gezien de nauwere samenwerking tussen Vlaamse en Franstalige koepelfederaties en gezien de kleinere verschillen in markt en games tussen Vlaanderen en Wallonië.

DEEL IV

**ANALYSE VAN
INTERNATIONAAL
BELEID &
ONDERSTEUNINGS-
MECHANISMEN VOOR DE
GAMESECTOR**

4 ANALYSE VAN INTERNATIONAAL BELEID EN ONDERSTEUNINGSMECHANISMEN VOOR DE GAMESECTOR

Vanuit de gevoelde nood om de gamesector te ondersteunen, en gekaderd binnen een bredere visie op groei, tewerkstelling en duurzaamheid van de culturele en creatieve industrieën, investeerden overheden de laatste decennia steeds meer in de videogame-industrie in Europa en daarbuiten. Overheidsondersteuning richt zich daarbij zowel op de industriële ontwikkeling, onderzoek, tewerkstelling en opleiding. De laatste jaren kreeg de gamesector ook vanuit flankerende bevoegdheidsdomeinen aandacht, met het toenemend belang van *serious gaming*. Vooral bij die laatste is afhankelijkheid van ondersteuning voor onderzoek en ontwikkeling overigens ook groter (Stewart & Misucara, 2013: 10).

Uit de literatuurstudie van beleidsvoorbereidende rapporten in Europa en internationaal zien we een aantal beleidsaanbevelingen regelmatig terugkomen. Het gaat dan o.m. om een specifieke vraag voor **steun aan export**, de **ondersteuning van serious gaming** in bepaalde domeinen en vooral dan kleine onafhankelijke ontwikkelaars, het onderzoeken van **de haalbaarheid van investeringsfondsen**, meer gericht inzetten op **training in de game-industrie**, **clustervorming**, het **delen van faciliteiten en kennis** en aansluiting zoeken met **flankerende beleidsdomeinen** (e-inclusie, e-health, etc.) (o.m. Hangjung, 2010; Williamson, 2008; Park, et al. 2014; Conway & deWinter, 2016; Blamire, 2010; De Prato, et al. 2010).

Dit deel heeft tot doel internationale initiatieven en structuren voor gamebeleid te inventariseren en evalueren. Het bestaat uit twee delen:

- Een **'horizontale' casestudie** van 10 landen die gericht inzetten op een (geïntegreerd) gamebeleid en hiervoor ook incentives uitwerkten. Hier wordt een globaal overzicht gegeven van de maatregelen en onderscheidende kenmerken van beleid en markt in kaart gebracht.
- Een **'verticale' casestudie** van relevante beleidsinitiatieven binnen een select aantal cases. Hierbij wordt ingegaan op de specifieke werking, impact en relevantie voor de Vlaamse context.

De methode die hiervoor toegepast wordt is de *Quickscan*-methode. De **quickscan-methode** is een vorm van kwalitatief casestudieonderzoek gericht op het analyseren van specifieke aspecten binnen een groot aantal cases en daarbij grote hoeveelheid kwantitatieve en kwalitatieve data systematisch te mappen en te vergelijken (Esser & Hanitzsch, 2012, Gerring, 2007; Stake, 2006; Yin, 2009). Quickscans zijn opgebouwd uit een (i) literatuurstudie; (ii) analyse van beleidsdocumenten en cijfergegevens; (iii) mapping van initiatieven en beleidsorganen; (iv) cross-case vergelijking en analyse op basis van de mapping; en (v) in-depth analyse van een beperkt aantal cases. Quickscans worden vaak in beleidsevaluerend en -voorbereidend onderzoek toegepast. Met betrekking tot beleidsincentives is wetenschappelijke data vaak erg ontoegankelijk en case-gericht. Data binnen onderzoeksrapporten met betrekking tot specifieke initiatieven is vaak ook op een

sui generis-manier bijeengebracht, zonder systematisch te vergelijken op een aantal kenmerken, gemeenschappelijkheden en verschillen.²

4.1 CATEGORISERING VAN STEUNMAATREGELEN

De **scope en omvang** van maatregelen verschilt danig. Soms gaat het om steunmaatregelen voor de bredere creatieve industrieën waar ook game-ontwikkelaars gebruik van kunnen maken (bv. in Oostenrijk), soms om maatregelen ter ondersteuning van KMO's en zelfstandigen, en zaaikapitaal voor innovatief ondernemen (Nederland); soms gaat het om steun binnen onderzoekscentra voor innovatie en onderzoek (iMinds in Vlaanderen, TEKES in Finland, Utrecht Center for Game Research).

Ook het **instrumentarium** voor de ondersteuning van de gamesector verschilt danig en omvat vaak een combinatie van meerdere mechanismen, overigens net zoals het ondersteuningsbeleid voor film, televisie, documentaire en andere creatieve takken (Conway & deWinter, 2016; Raats et al., 2016). Soms worden steunmaatregelen uitgewerkt binnen investeringsfondsen die privaat uitgebaat wordt (bv. Mediatonic Game Fund in Finland); soms gaat het om steun aan netwerken van kleine bedrijven en start-ups (bv. de Nederlandse Game Garden en steun aan incubators), soms gaat het om pure subsidiemechanismen.

En ook de **organisatie (governance)** van de steunmaatregelen verschilt. Soms zijn maatregelen ingebed binnen een afzonderlijk fonds voor game-ondersteuning (bv. Gamefonds in Nederland), soms binnen bredere audiovisuele fondsen (bv. Wallimage Crossmedia in Wallonië, het New Danish Screen programma in Denemarken of steun van het Danish Film Institute, AVEK in Finland, steun van het Noors filminstituut). In nog andere gevallen gaat het om regionale fondsen (zoals bv. in Frankrijk, Noorwegen, Verenigd Koninkrijk en Duitsland). Ook de EU zelf heeft, in de vorm van steun binnen het Creative Europe programma (voorheen MEDIA), steunmaatregelen uitgewerkt voor de gamesector (Creative Europe, 2015).

Een studie uitgevoerd i.o.v. de Europese Commissie (uit 2013) catalogeert de rol van overheidsbeleid voor de gamesector in vijf types (Stewart & Misucura 2013: 71):

OVERHEIDSBELEID	DOMEINEN
Steun aan de videogame-industrie	Steunmaatregelen in de vorm van belastingvoordelen (Frankrijk, Canada, Verenigd Koninkrijk) Ondersteuningsprogramma's voor opleiding en training binnen de gamesector Regionaal/nationaal beleid gericht op ondersteuning van structuren en bedrijven (Nederland, Frankrijk, Duitsland, etc.)
Onderzoek en ontwikkeling	Ondersteuning van fundamenteel en toegepast onderzoek naar digitale games en alle daaraan

² Binnen IMEC-SMIT werden quickscans o.m. gebruikt voor het mappen en evalueren van beleidsinitiatieven inzake mediawijsheid en e-inclusie.

	gerelateerde technologieën Ondersteuning voor onderzoek naar digitale game-cultuur
Ondersteuning voor de serious game- en toegepaste game-industrie en gebruik	Ondersteuning van de ontwikkeling en innovatie van digitale games binnen toegepast gebruik (bv. Gericht op sociale inclusie) Ondersteuning en stimuleren van het gebruik van digitale games binnen het onderwijs Ondersteuning van 'serious games' en simulaties voor militair gebruik Publieke aanbestedingen voor game-toepassingen gericht op innovatie en ontwikkeling
Regulering	Regulering van content Regulering van consumentengebruik/markten
Leiderschap	Steun om digitale koploper te worden Steun aan coördinatie/leiderschap voor de ontwikkeling en het gebruik van digitale games in toegepaste domeinen

Op basis van bovenstaande typologie, aangevuld met andere beleidsrapporten (zie o.m. uit JRC-IPTS, 2013) en bredere categorisering van overheidssteun aan de culturele en creatieve industrieën (o.m. Hesmondhalgh 2002; Pauwels 1995), focussen we in onze analyse op volgende types instrumenten:

- Directe subsidiëring op ad hoc-, project- en organisatieniveau;
- Tax shelter en andere fiscale maatregelen (tax rebates, tax credit, etc.)
- Steun aan opleiding en training;
- Steun aan specifieke ad hoc en pilootprojecten;
- Flankerende beleidsmaatregelen (bv. steun aan KMO's, specifieke regionale steunmaatregelen, etc);
- Steun aan clustervorming en creatieve hubs.

4.2 HORIZONTALE VERGELIJKING VAN INTERNATIONALE CASES

In dit deel wordt een systematisch overzicht gegeven van initiatieven en structuren inzake gamebeleid in diverse landen. Het heeft tot doel een duidelijk, systematisch en volledig overzicht te geven van diverse factoren gelinkt aan beleid: hoe overheid inzet op een gamebeleid; welke budgetten toegekend worden (voor zover toegankelijk voor onderzoek) voor de uitwerking van concrete initiatieven; de mate waarin game-incentives deel uitmaken van een verzelfstandigde structuur of van bredere audiovisuele of (digitale) mediafondsen; de mate waarin de ondersteuning ad hoc, projectmatig of structureel is en hoe de gamemarkt zelf is gestructureerd. Volgende landen werden meegenomen in de analyse: **Canada, Denemarken, Duitsland, Finland, Frankrijk, Nederland, Noorwegen, Zweden**, het **Verenigd Koninkrijk** en de **Europese Unie** (enkel supranationale maatregelen).

4.2.1 Canada

Omvang sector	Geschatte omzet in 2016: €1.209.000.000 (Newzoo) Aantal werknemers: 20.400 in 2015 Aantal bedrijven: 472 in 2015 Groei (indien gekend): Stijging van 24% in FTE's sinds 2013.
Specifieke karakteristieken sector	Sterk regionaal geclusterd Zeer aantrekkelijke voorwaarden voor game bedrijven Nakend tekort van geschoolde professionals
Specifieke karakteristieken beleid	Volledig geïntegreerd beleid met regionale steun, diverse flankerende maatregelen en directe federale steun; sterk vanuit een economische én culturele insteek (o.a. door aspect van tweetaligheid in Canada)
Belangrijkste ondersteuning voor gamesector	Canada Media Fund (CMF)
Belangenvereniging	Entertainment Software Association (ESA) Society of Composers, Authors and Music Publishers of Canada (SOCAN) De Vancouver ACM Siggraph
Fiscale maatregelen	BC Interactive Digital Media Tax Credit Québec Production of Multimedia Titles Tax Credit Ontario Interactive Digital Media Tax Credit
Steun aan clusters	Indirect door de taksmaatregelen: Québec, Ontario, British Columbia
Onderwijsinstellingen met specifieke opleidingen	Topscholen in Vancouver, Toronto. Belangrijke opleidingen rond gaming, softwareontwikkeling en visuele kunsten in hubs als Toronto, Vancouver en Québec.

MARKTOMVANG. Canada publiceerde enkele van de meest succesvolle gameproducties ooit, waaronder de Assassin's Creed serie (Ubisoft Montréal), de Fifa World Cup serie (EA Canada), NHL (EA Canada), Mass Effect (BioWare) en Dragon Age (BioWare). De Canadese game-industrie is **sterk geconcentreerd in bepaalde regio's**. 80% van de studio's bevinden zich in de provincies Québec, British Columbia en Ontario. Québec is de grootste van die hubs (met 29,4% van alle gamestudio's en 14 daarvan zijn grote bedrijven. De tweede grootste hub is British Columbia, voornamelijk in en rond Vancouver. Uitgaven in de game-industrie voor Québec, British Columbia en Ontario zijn respectievelijk \$1,14 miljard (€767 miljoen), \$576 miljoen (€388 miljoen) en \$264 miljoen (€178 miljoen) (ESA, 2015). Op korte termijn zijn er veel gamebedrijven zich in Montréal gaan vestigen, waardoor sommigen het als de Canadese 'Silicon Valley' van de game-industrie zijn gaan bestempelen. Ironisch genoeg zijn er ook veel multinationals en Europese spelers die geprofiteerd hebben van de taksvoordelen hier. Enkele belangrijke competitieve voordelen van de Canadese industrie zijn de **leefbaarheid van de steden, taal en nabijheid bij de VS**. Verder is er ook de gunstige wisselkoers van de Canadese dollar die investeringen aantrekkelijk maakt, de sterke inzet op onderwijs en de focus op creatieve clusters via kruisbestuiving tussen regio's, industrie en onderwijs. De 42 grootste studio's stellen ongeveer 60% van de mensen te werk (gemiddeld goed voor 221 personeelsleden per bedrijf) (Secor, 2011). De sector brengt jaarlijks 30 miljard Canadese dollar (€20,2 miljard) op voor het BNP, wat een stijging van 31% is tegenover 2013 (ESA, 2015). In 2014 werkten de bedrijven aan 1280 projecten, een stijging van 41% tegenover 2013. 60% van de projecten waren action & adventure games, 35% puzzels, 34% family-oriented, 33% strategie, 31% role-playing games. 65% waren projecten voor mobiele devices (gemiddeld

budget \$500.000 (€336.000) voor 190 dagen met gemiddeld 10 personeelsleden). 13% is voor consoles gemaakt (met een gemiddeld budget van 17 miljoen euro) en een team van 45 tot 65 mensen. 90% van de inkomsten komen uit export.

FINANCIËLE ONDERSTEUNING. Canada wordt naast Zuid-Korea als één van de sterkste beleidsondersteuners gezien van de game-industrie (Nieborg en de Kloet: 2013). Het Canada Media Fund (CMF) biedt ondersteuning, financiering en ontwikkeling van productie van Canadese content over alle mediaplatformen heen. Het wordt gefinancierd door de Canadese overheid en bijdragen van de kabel, satelliet en IPTV-diensten. In totaal heeft het fonds jaarlijks \$371,2 miljoen (€249,6 miljoen) ter beschikking. Steun voor games valt onder het ‘experimental stream’ en richt zich op producten met commercieel potentieel voor de Canadese media-industrie of publiek gebruik voor Canadezen. Het fonds biedt zowel steun voor ontwikkeling (max. \$300.000 of €200.000), productie (max. \$1.200.000 of €800.000) of marketing (max. \$400.000 of €269.000) van digitale producten, in de vorm van subsidies en investeringen. Meer informatie over de fiscale regionale maatregelen zijn terug te vinden in de verticale casestudie.

NAAM	BEREIK	MIDDEL-EN	GAME-FONDS
Canada Media Fund	Nationaal	Subsidie	●
Creative BC Interactive Fund	Regionaal	Subsidie	●
Ontario Media Development Corporation Interactive Digital Media Fund	Regionaal	Subsidie	●

Legende (geldig voor alle volgende overzichtstabellen)

●	Zelfstandig gamefonds
●	Gamefonds, maar maakt deel uit van een groter fonds (bv. Filmfonds, Innovatiefonds, fonds voor creatieve industrieën, ...)
●	Geen gamefonds, maar de sector kan er beroep op doen

LEADERSHIP. Wat betreft belangenverenigingen en koepelorganisaties, is de Entertainment Software Association of Canada (ESAC) de grootste. Zij vertegenwoordigen alle grote videogame bedrijven, uitgevers, ontwikkelaars en nationale distributeurs. Ze zetten zich beleidsmatig zowel op nationaal als provinciaal/federaal niveau in voor de sector, en publiceren op regelmatige basis onderzoek die de impact van de sector belicht. Met het oog op internationale uitstraling organiseren ze in samenwerking met de sector, jaarlijks de Canadian Video Game Awards. Verder is er nog de Society of Composers, Authors and Music Publishers of Canada (SOCAN) en het internationale ACM Siggraph, een non-profit gemeenschap van onderzoekers, ontwikkelaars en andere professionals binnen videogame- en interactieve technieken.

ESA (2016) formuleerde in een recente studie enkele aanbevelingen die komaf zouden moeten maken met het nakende tekort aan getalenteerde en competente werknemers op de arbeidsmarkt van de gamesector. In het betoog wordt het gebrek aan zakelijke begeleiding en ondersteuning voor talentontwikkeling en kennisdeling aangekaart. De sectororganisatie beveelt beleidsmakers aan om een nationale strategie rond ICT- en

digitale vaardigheden op te stellen die de noden binnen de industrie weerspiegelt, om wetgeving en programma's te ontwikkelen die stakeholders ondersteunen, en blijvend investeren in een sterke samenwerking met de provincies.

4.2.2 Duitsland

Omvang sector	Omzet: €2.810.000.000 omzet 2015 Aantal werknemers: 31.293 Aantal bedrijven: 510 Groei: +4,5% omzet sinds 2014
Specifieke karakteristieken sector	Sterk geclusterd rond 6 grote steden Focus op applied interactive games: serious games, gamification, virtual reality, eSports en 3D-simulaties
Specifieke karakteristieken beleid	Gamesector valt onder breder beleid van creatieve en culturele industrieën. De nadruk voor steun ligt in Duitsland sterk op innovatie Federaal beleid aangaande gamesector is zeer mager, geen integratie met andere beleidsdomeinen Steun en beleid is sterk regionaal georganiseerd Gevoeligheid voor gewelddadige games
Belangrijkste ondersteuning voor gamesector	Het Initiative kultur-kreativwirtschaft der Bundesregierung en de Kulturstiftung des Bundes, aangevuld met regionale filmfondsen
Belangenvereniging	BIU (Bundesverband Interaktive Unterhaltungssoftware) G.A.M.E. (German Games Industry Association) Stiftung Digitale Spielkultur
Fiscale maatregelen	Geen specifieke taks incentives voor de game-industrie, wel maatregelen aangaande lonen die relevant zijn voor de sector
Steun aan clusters	6 Regionale clusters die al dan niet gesteund worden door regionale overheden, waar de aanwezigheid van nationale, internationale game -en filmbedrijven en universiteiten zorgen voor kruisbestuiving
Onderwijsinstellingen met specifieke opleidingen (5 voornaamste)	De Universiteit van Toegepaste Wetenschappen in Hamburg (sinds 2009) aan de Faculteit Design, Media en Informatie een Master "Sound, Vision, Games" Games Academy, de Filmuniversiteit Babelsberg Konrad Wolf en de Universität der Künste in Berlijn Hogeschool Mediadesign in Düsseldorf en het Game Lab in Keulen De Frankfurt Games Academy biedt cursussen "Digital Media", "Media & Design Management" en "Animation and Game"

MARKTOMVANG. De gaming industrie in Duitsland staat zowel bekend om haar grote studio's die AAA games produceren (bv. Deck13 Interactive, Daedalic Entertainment en Crytek), als om haar start-up en *indie scene* (met bv. Studio Fizbin, Rat King Entertainment, Headup Games). Duitsland is één van de wereldleiders in verkoop van games (Walter, 2015). De jaarlijkse gamebeurs **Gamescom** in Keulen en de **International Games Week Berlin** zijn evenementen met internationale faam.

FINANCIËLE ONDERSTEUNING. Duitsland biedt steun aan gamebedrijven in verschillende fasen van het bedrijfs- en ontwikkelingsproces: van praktische steun (begeleiding en informatie) tot subsidies en gunstige leningen:

- De **Kulturstiftung des Bundes** werd in het leven geroepen door de Duitse overheid (in 2002) en het beleid wordt uitgevoerd door het Kabinet Cultuur en

Media. Het is geen gamefonds, maar de sector maakt er wel aanspraak op. De stichting heeft als doel het bevorderen van innovatieve programma's en projecten in een internationale context. Daarnaast legt de stichting een focus op culturele uitwisseling en grensoverschrijdende samenwerking. Het initieert en ondersteunt projecten in alle culturele sectoren. Financiële steun kan enkel aangevraagd worden indien het om een **internationaal project** gaat. Het fonds verleent geen steun aan individuen (zelfstandigen) of groepen mensen die niet werkzaam zijn binnen een organisatie. De Kulturstiftung des Bundes had in 2012 een totaalbudget van (projectgerelateerde funding) €8.394.000. Hiermee werden in totaal 149 projecten gesteund, waarvan 8 in de categorie 'interdisciplinair en nieuwe media'. Het gaat om een subsidiefonds dat maximaal 80% van het totale projectbedrag steunt en subsidies verleent tussen €50.000 en €250.000 (Kulturstiftung des Bundes, 2013).

- Sinds 2007 is er het **Initiative Kultur-Kreativwirtschaft der Bundesregierung**, waar de 'Software- en Game-industrie' 1 van de 11 subsectoren is. Het wordt gecoördineerd door het Ministerie van Economie en Energie, naast de Federale Commissie voor Cultuur en Media, en staat in voor het verhogen van het (internationale) concurrentievermogen en de werkgelegenheid van de creatieve industrie. Naast een **informatieportaal** voor professionals en bedrijven in de creatieve en culturele industrie, promoot het voornamelijk samenwerking met andere bedrijfstakken en het innovatiepotentieel van de sector. In de beschrijving van de kernthema's van het initiatief nemen maatschappelijke games (en game mechanics) een prominente plaats in (Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes, 2015).
- In 2012 werd de **Stiftung Digitale Spielekultur** opgestart, een gezamenlijk initiatief van de Federale Commissie voor Cultuur en Media, BIU en G A M E. De stichting is een adviesraad, wiens 14 leden actief zijn in politiek, opleiding, wetenschap, maatschappij en cultuur. De raad biedt steun aan projecten met als doel de relevantie van digitale games in de maatschappij te verhogen en organiseert jaarlijks de uitreiking van de prestigieuze Deutschen Computerspielpreis.
- Duitsland biedt **geen fiscale stimulansen** die zich specifiek richten op de gamesector. Het INVEST-fonds (zie ook later) biedt echter wel een belastingincentive aan bedrijven die risicokapitaal durven investeren. Business angels ontvangen 20% van hun investering belastingvrij terug, indien ze minimaal €10.000 in start-ups investeren.

Geen enkel Duits ondersteuningssysteem is een volledig zelfstandig gamefonds. Steun aan games maakt steeds slechts een klein deel uit van het totaalbedrag van het steunfonds. Steunbedragen verschillen van fonds tot fonds, en van het stadium van ontwikkeling waarin het game zit. Voor de ontwikkeling van een concept, gaat het in de meeste gevallen om maximaal €20.000 steun. Voor het ontwikkelen van een prototype schommelen steunbedragen tussen €60.000 - €80.000, en voor het ontwikkelen van het game zelf lopen steunbedragen op tot max. €250.000. Eén fonds (Nordmedia) levert ook steun voor promotionele doeleinden (max. €50.000 per project).

De meeste financiële steunmaatregelen leggen een bepaalde focus op het type games die ze ondersteunen. Zo steunt het nationale fonds enkel games en **innovatieve projecten in een internationale context**. Enkele van de regionale fondsen geven de voorkeur aan games met **culturele of educatieve waarde**. De financieringssystemen die zich in de eerste plaats richten op innovatie, leggen hun focus op kapitaalinjecties voor jonge bedrijven en/of start-ups. Gevestigde waarden komen hier niet in aanmerking voor steun. Het Duitse beleid staat ook bekend om haar **gevoeligheid voor gewelddadige games** (Kreimeier, 1999). In 1994 werd het USK (Unterhaltungssoftware Selbstkontrolle) opgericht om digitale games te voorzien van een leeftijdsclassificatie, met als doel het beschermen van kinderen en jongeren. Uitgevers dienen tot op heden vaak te knippen of censureren in expliciete games om in aanmerking te komen voor uitgave op de Duitse markt. Gewelddadige games komen bijgevolg nooit in aanmerking voor overheidssteun. De meeste fondsen koppelen **voorwaarden aan hun steunbijdrage**. Zo wordt voor vrijwel elk fonds een eigen inbreng verwacht (die niet afkomstig is van andere overheidssteun), gaande van 10 tot 50%. Regionale fondsen verwachten overigens dat 100% van de investering besteed wordt in de eigen regio en al dan niet dat de game studio er een vestiging of hoofdzetel heeft.

Volgens critici staan Duitse **regionale overheden** (bv. Beieren, Hamburg) veel verder in het stimuleren van de gamesector dan de nationale overheid (Conditt, 2014). Op regionaal niveau zijn er veel steun- en clusterinitiatieven die zich richten op de bredere audiovisuele sector, maar waar de gamesector ook op kan intekenen. Vrijwel elk fonds neemt ook advies, coaching, uitwisseling en netwerktaken op zich. Bij regionale steunfondsen gaat het steeds om steun in de vorm van renteloze of gunstige leningen:

- Zo heeft het **Medienboard Berlin-Brandenburg** een specifiek fonds voor innovatieve audiovisuele content dat steun verleent aan de ontwikkeling en productie van mobiele applicaties, transmedia, VR en games. Het jaarlijks budget van het fonds is €1 miljoen (Medienboard Berlin-Brandenburg GmbH, 2015).
- Het **Digital Content Funding Scheme** van Baden-Württemberg is een erg vergelijkbaar regionaal fonds, maar zij steunen enkel interactieve mediacontent met een educatieve of culturele relevantie. Hun jaarlijks totaalbudget ligt met €500.000 ook lager. (MFG, 2014).
- Het **FilmFoederFonds** verleent sinds 2009 steun aan gamebedrijven in de regio Beieren. Het steunt high-quality computergames met culturele en educatieve waarde, en heeft hiervoor een jaarlijks budget van €450.000. In 2015 leverde het steun aan 11 gameprojecten, twv. €563.000 (FFF Bayern, 2016).
- Het gamesfonds van **Nordmedia** wordt beheerd door het Nedersaksische filmfonds en steunde in 2015 12 projecten twv. €421.601 (Nordmedia, 2016).
- Tot slot is er de **Film und Medien Stiftung NRW** van de regio Noordrijn-Westfalen. Het FMS focust voornamelijk op filmprojecten, maar sinds 2014 is er een pilootfinancieringssysteem genaamd 'Innovativer Audiovisueller Inhalte' (cf. Het IAI-fonds van Medienboard Berlin-Brandenburg en het DCFS), waar de gamesector het grootste deel van de koek krijgt. Elke bedrijfsvorm in de creatieve industrie komt in aanmerking voor steun: van eenmanszaak tot KMO's en vennootschappen met beperkte aansprakelijkheid. In 2014 werden 10 games gesteund binnen dit pilootfonds twv. €489.400 (Film- und Medienstiftung NRW, 2015).

NAAM	BEREIK	MIDDELE N	GAME-FONDS
Kulturstiftung des Bundes	Nationaal	Subsidies	●
Medienboard & Funding of Innovative Audio-Visual Content	Regionaal	Leningen	●
FilmFoederFonds	Regionaal	Leningen	●
Digital Content Funding Scheme	Regionaal	Leningen	●
Film und Medien Stiftung NRW: Digitale Inhalte	Regionaal	Leningen	●
NRW Kreativkredit	Regionaal	Leningen	●
Nordmedia	Regionaal		●
INVEST	Nationaal	Investeringsfonds	●
Innovations Starter	Regionaal	Investeringsfonds	●
InnoRampUp	Regionaal	Subsidie	●

OPLEIDING EN TRAINING. Wat betreft professionele training en begeleiding, werd in 2007 het competentiecentrum voor cultuur en creativiteit opgericht. Als onderdeel van de Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft der Bundesregierung, richt het centrum zich op kennisoverdracht en netwerkvorming, met als kernobjectieven het verhogen van de concurrentiekracht van ondernemingen en professionals, alsook het creëren van jobs. Een andere kerndoelstelling is interdisciplinariteit (cross-over) tussen andere sectoren.

STEUN AAN START-UPS, ONDERNEMEN EN AANTREKKEN INVESTERINGEN.

Duitsland zet sterk in op het faciliteren van innovatie en start-ups. Binnen deze context werken de publieke en de private sector vaak samen, aan de hand van investeringsfondsen en maatregelen voor *business angels*. De gamesector wordt hierbinnen niet specifiek vermeld, maar ze kan er wel aanspraak op maken. Belangrijke initiatieven zijn:

- **Kultur und Kreativpiloten Deutschland:** een onderscheiding van de Federale Overheid, die jaarlijks aan 32 bedrijven wordt uitgereikt. De onderscheiding kan zowel gewonnen worden door mensen met een pril idee als ervaren bedrijven binnen de creatieve industrie. De 32 'piloten', krijgen 1 jaar lang toegang tot mentoren, workshops, en elkaar om hun idee en/of bedrijf verder uit te bouwen.
- **INVEST:** een subsidie voor risicokapitaal van het Federaal Ministerie voor Economische Zaken en Energie om toegang tot kapitaal te geven aan jonge, innovatieve bedrijven. Dit doen ze o.a. door *business angels* te rekruteren en aan te sporen om risico-investeringen aan te gaan. Het budget van het fonds is €150 miljoen over een tijdsspanne van 4 jaar en loopt sinds 2013 (BAFA, 2016, p. 41).
- **Business Angels Netzwerk Deutschland (BAND)** valt onder het Ministerie voor Economische Zaken en Energie en staat in voor het in contact brengen van start-ups met ervaren bedrijven die zowel kapitaal als kennis willen investeren. Het is ook een centraal platform waar alle informatie en documentatie gebundeld staat. Naast het leveren van advies en cijfers, organiseren ze jaarlijks *summits* en netwerkevenementen.

- **Innovations starter programma:** initiatief van de Hamburgse Investitions- und Förderbank. Het is een investeringsfonds om onderzoek, ontwikkeling en innovatie te versterken in Hamburg en het ondernemersklimaat te verbeteren. Om dit te bereiken worden jonge, innovatieve bedrijven (met zetel in Hamburg) kapitaalinjecties gegeven van €500.000, met een plafond van €1 miljoen in totaal. Het fonds heeft een budget van €12 miljoen euro en wordt beheerd door de Stad Hamburg en het Europees Fonds voor Regionale Ontwikkeling (EFRE). Het Innovation Starter fonds steunt start-ups & KMO's die reeds gestart zijn en sneller willen groeien (max. 6 jaar oud) (IFB HAMBURG, 2015).
- **InnoRampUp:** initiatief van de Hamburgse Investitions- und Förderbank. Het is een aanvullend fonds van het ministerie voor Economische Zaken, Verkeer en Innovatie van Stad Hamburg. De focus van beide ligt op start-ups. InnoRampUp steunt start-ups in de beginfase (max. 2 jaar oud), (IFB HAMBURG, 2015).

LEADERSHIP. De twee belangenverenigingen die de Duitse computer- en videogame-industrie vertegenwoordigen op media- en beleidsniveau zijn BIU en G.A.M.E. BIU (Bundesverband Interaktive Unterhaltungssoftware) is één van de grootste verenigingen, met 26 leden die instaan voor 85% van de Duitse markt en 55% van de Duitse werknemers in de sector. BIU fungeert als overleg- en adviesorgaan, en organiseert jaarlijks sectorevenementen zoals Gamescon. G.A.M.E. (German Games Industry Association) is de grootste associatie binnen de Duitse gamesector met 105 leden en focust zich op mediawetgeving, media voor kinderen en bescherming van eindgebruikers. Op Europees niveau richtten zij de European Game Developer Federation (zie later) op.

4.2.3 Denemarken

Omvang sector	Omzet: €2.200.000.000 in 2014 Aantal werknemers: niet gekend Aantal bedrijven: 266 in 2014 Groei: +36% omzet sinds 2013
Specifieke karakteristieken sector	Focus op mobile games Naast enkele grote bedrijven, voornamelijk kleine, jonge gamebedrijven Beeld van de sector in de media alterneert tussen 'game over' en erg optimistisch over de toekomstperspectieven. Sectororganisaties plaatsen het potentieel van de sector ergens ertussen. Onderwijs is goed afgestemd op de sector (dankzij DADIU)
Specifieke karakteristieken beleid	Games vallen binnen filmbeleid Beleid besteed vooral aandacht aan games om andere maatschappelijke problemen op te lossen (onderwijs, e-health) Gebrek aan zakelijke begeleiding
Belangrijkste ondersteuning voor gamesector	Danish Film Institute
Belangenvereniging	IGDA Denmark Pro-F
Fiscale maatregelen	Geen fiscale voordelen
Steun aan clusters	Arsenalet Game Incubation
Onderwijsinstellingen met specifieke opleidingen	DADIU Game IT College

MARKTOMVANG. Denemarken heeft een volledige infrastructuur voor de gamesector, van retailers (bv. Gucca, BilligeSpil, GameStop), distributeurs (bv. Game Outlet, Nordic Game Supply, Creative Distribution), tot ontwikkelaars (bv. IO Interactive, Playdead, Interceptor Entertainment, Press Play, Novasa Interactive, Reto-Moto, Serious Games Interactive) en uitgevers (bv. EA, Ubisoft, Microsoft, Sony).

FINANCIËLE ONDERSTEUNING. Er is geen afzonderlijk gamebeleid in Denemarken. De gamesector kampt er met twee grote struikelblokken, namelijk toegang tot financiering en een gebrek aan zakelijke expertise. Belangrijke maatregelen voor de sector maken deel uit van de nationale overeenkomst voor film (2011-2014) en worden uitgevoerd door het Deense Film Instituut. Verder is er het in 2013 uitgegeven 'Plan for Growth in the Creative Industries & Design', waarin 4 kernthema's beschreven worden om de groei van de Deense creatieve industrie te garanderen. Naast het verbeteren van zakelijke vaardigheden en toegang tot publieke financiering wil de overheid (Ministerie van Ondernemen en Groei) de marktontwikkeling van nieuwe creatieve producten (waaronder games) versnellen, zich richten op sterke opleidingen en onderzoek en Denemarken promoten als een internationale creatieve hub (Ministry of Business and Growth Denmark, 2013).

Het **Deense gamefonds** maakt deel uit van het grotere Deense Filmfonds (DFI). De focus van het gamefonds ligt op Deense digitale games voor kinderen en adolescenten en op games die de Deense cultuur uitdragen. Projecten die (verondersteld) schadelijk zijn voor de doelgroep, of pornografische projecten komen niet in aanmerking voor steun. Het gaat om subsidiesteun, doch een zekere eigen inbreng wordt verwacht. Projecten mogen niet enkel gefinancierd worden door overheidssteun. Het totale Deense filmfonds verleent DKK 2 miljard (€268,4 miljoen) over een periode van 4 jaar, maar hiervan gaat slechts 1% (DKK 5 miljoen per jaar) naar game development. Echter, in 2015 werd beslist om de steun te verdubbelen naar ongeveer 3% van het totale jaarbudget. In 2015 kregen 30 gameprojecten steun, zowel op vlak van conceptontwikkeling, prototyping als productie.

Om de 4 jaar gebeurt er een systematische effectenbeoordeling van de Deense filmovereenkomst ter voorbereiding op nieuwe beleidsovereenkomsten. In maart 2010 werden er ook interviews afgenomen met stakeholders uit de game-industrie, die over het algemeen positief zijn over het gameluik van het DFI fonds. Voornaamste conclusies en aanbevelingen die voortkwamen uit de bevraging omvatten: (i) het uitbreiden van de steun naar games voor alle doelgroepen; (ii) leg de nadruk voor steunverlening op het project/idee, niet op de mate van ervaring van het team; (iv) verwijder de *offset*-eis, waardoor andere overheidssteun wordt gecompenseerd, (v) organiseer meer programma's voor zakelijke begeleiding, talentontwikkeling en advies; (vi) richt een fysiek multimediacentrum op waar industrie en opleiding elkaar ontmoeten en (vii) creëer een kader waar investeerders en game-ontwikkelaars elkaar kunnen ontmoeten en ideeën aan elkaar kunnen pitchen om twijfel weg te nemen.

Het Ministerie van Onderwijs kondigde recent de lancering aan van een **ontwikkelingsfonds voor digitale leermiddelen**. Het is geen gamefonds an sich, maar de toegewezen projecten bevatten veel spelelementen. In totaal gaat het om DKK

15 miljoen (€2 miljoen) voor het ontwikkelen van innovatieve digitale leermiddelen, over een tijdspanne van 2 jaar. In ronde 1 werden 85 kandidaturen ingediend, waarvan er 19 financiering kregen (16 conceptontwikkeling- en 3 productiesteun).

STEUN AAN START-UPS, ONDERNEMEN EN AANTREKKEN INVESTERINGEN. Er zijn verschillende programma's voor zakelijke begeleiding en professionalisering in Denemarken, vooral dan voor de bredere creatieve sector en innovatie. Doch stemmen vanuit de sector luiden dat het huidig aanbod niet volstaat.

- **Interactive Denmark** (zie later) biedt enkele trajecten, waaronder **Growing Games**. Growing Games is een serie van gratis workshops, waar bedrijven go-to-market strategieën leren om hun games aan de man te brengen eenmaal ze klaar zijn.
- **Kapitalrejsen.dk** is een platform dat *bottom-up* ontwikkeld werd door Copenhagen Entertainment als poging om alle kennis te aggregeren voor het financieren van games. Het is in essentie niet meer dan een opslagplaats van kennis voor de sector (documenten, rapporten, artikels, ...).
- **The Center for Culture and Experience Economy (CKO)/ Creative Business Cup (CBC)** werd opgericht door het Ministerie van Ondernemen en Groei, samen met het Ministerie van Cultuur. Het centrum stond van 2009-2015 in voor het promoten van de Deense cultuur- en ervaringseconomie, door het faciliteren van bedrijven in de culturele industrie. Het Agentschap kwam tot een einde in december 2015, maar veel van haar initiatieven worden overgenomen door Creative Business Cup. Doel is om de **bewustwording van alle creatieve takken** te vergroten in de zakenwereld en andere industrieën. CBC blijft in eerste instantie een wedstrijd om het creatieve en zakelijke potentieel van enkele start-ups (nationaal, maar ook internationaal in de internationale CBC) te begeleiden en te laten concurreren.
- De voornaamste **game incubator** (Arsenalet Game Incubation) in Denemarken wordt gesponsord door het Europese ERDF Fonds (Interreg Öresund-Kattegat-Skagerrak) en de Central Denmark Region en wordt geleid door The Animation Workshop. De incubator biedt fysieke kantoorruimte (gratis gedurende 9 maanden) voor eenmanszaken en voor ondernemingen in gaming met maximaal 3 medewerkers. Daarnaast bieden ze workshops, seminars, netwerkevenementen en toegang tot business tools specifiek voor hun sector.
- **Start-up Denmark:** Denemarken zet ook in op het aantrekken van start-ups en talent uit het buitenland. Start-up Denmark is een samenwerking tussen het Ministerie van Business en Groei en het Ministerie van Immigratie, Integratie en Huisvesting. Samen met YouNoodle (San Francisco, USA), een bedrijf dat zich specialiseert in het verbinden van de innovatieve start-ups met de juiste opportuniteiten, probeert Start-up Denmark buitenlandse (niet-EU) ondernemers aan te trekken naar Denemarken. Dit moet Denemarken helpen om bepaalde industrieën heruit te vinden, jobs te creëren en de internationale concurrentiekracht te verhogen. De organisatie is niet specifiek gericht op games, maar biedt wel interessante kansen om buitenlands talent te herbergen. Start-up Denmark helpt bij het verkrijgen van werkvergunningen in Denemarken, niet om financiering te krijgen.

- **Open Jobs:** programma van Start-up Denmark mee gefinancierd door het Europese Social Fund, de regionale overheid van Copenhagen, en uitgevoerd door Copenhagen Capacity, een non-profit organisatie die zich inzet om internationale hoogopgeleide werknemers aan te trekken. Naast alle vacatures in de game-industrie, voorziet de site informatie over de work/life balance in Denemarken.
- **Innovation Incubator Scheme:** dit werd opgericht door het Ministerie van Hoger Onderwijs en Wetenschap en beheerd wordt door 4 grote investeringsfondsen. Aan de hand van professionele begeleiding, *pre-seed* en *seed capital*, probeert het schema een belangrijk pijnpunt van starters aan te pakken, namelijk: commitment krijgen van investeerders. Het schema richt zich niet specifiek op de gamesector, maar er is wel een 'interactive' luik, waar (computer) games een prominente plaats innemen. Zij maken dus ook aanspraak op financiering binnen het schema. 1 van de beheerders van het fonds (CAPNOVA) heeft zelfs een specifieke divisie (Game Invest), die zich volledig toewijdt aan start-ups binnen de game-industrie. Wanneer het fonds financiering verleent (max. DKK 2,5 miljoen of €335.000), wordt verwacht dat er een supplementaire privé-investering wordt ingezameld van minimum 60% van de totale overheidsinvestering. Het fonds heeft een jaarlijks budget van DKK 200 miljoen (€27 miljoen). Er zijn 3 fasen waarbinnen ondersteuning kan aangevraagd worden: vooronderzoek naar technologische perspectieven en commercieel potentieel (max. DKK 80.000 of €10.000), *pre-seed* financiering ter initiële kapitaalinjectie en beginnende ontwikkeling van de start-up (max. DKK 3.5 miljoen of €470.000), en *seed* financiering voor verdere ontwikkeling (max DKK 2.5 miljoen DKK of €335.000).
- **Growing Investors:** dit is een samenwerking tussen Happy42 (bedrijf in innovatie, ondernemerschap en creativiteit) en Interactive Denmark (belangenvereniging). Growing Investors mikt op het in contact brengen van angel investeerders (met interesse in de digitale industrie) met beloftevolle start-ups. Het initiatief verleent steun in de vorm van netwerkevenementen en advies (aan zowel investeerders als aan start-ups). Hieraan gekoppeld is het **Kapitalfond**, een initiatief van Shareplay en Interactive Denmark, in samenwerking met CAPNOVA (zie eerder). Beide partijen proberen momenteel een investeringsfonds op te richten (met publieke en private middelen) van DKK 100 miljoen (€13,4 miljoen). Het fonds zal zich specifiek richten op computer games, e-learning en e-health.

NAAM	BEREIK	MIDDELEN	GAME-FONDS
Het Deens Film Instituut	Nationaal	Subsidies	
Nordic Game Initiative	Internationaal (zie Zweden)	x	
Ontwikkelingsfonds voor digitale leermiddelen	Regionaal	x	
Innovation Incubator Scheme	Nationaal	Investeringsfonds	
Growing Investors & Kapitalfond	Nationaal	Investeringsfonds	

OPLEIDINGEN. DADIU, de Deense nationale academie van digitale interactieve entertainment, is een samenwerking tussen universiteiten, kunstacademia en de game-industrie in heel Denemarken. Over een tijdspanne van 2 jaar, en in samenspraak met alle stakeholders, werd het concept van de opleiding vormgegeven. DADIU richt zich op het samenbrengen van verschillende kenmerken van game-ontwikkeling en wil de studenten praktijkervaring bijbrengen. Het Deense Ministerie van Wetenschap financierde het eerste jaar, het tweede jaar werd gefinancierd door het Ministerie van Cultuur, dat tot op heden permanente steun levert voor DADIU. Er is ook het **GameIT College**, dat exclusief opleidingen aanbiedt binnen het vakgebied van games, echter voornamelijk met een technische focus.







LEADERSHIP. **Interactive Denmark** is de grootste clusterorganisatie voor de digitale creatieve industrie en staat in voor de groei van de sector (zowel op de internationale markt, als door cross-over met andere Deense sectoren). Interactive Denmark ontvangt steun van enkele regionale overheden en werkt samen met andere (belangen)verenigingen zoals de Deense producentenvereniging Pro-F, en investeringsmaatschappij CAPNOVA. Naast het adviseren van beleid, mikken zij op het aantrekken van investeerders, ontwikkelden ze het business-begeleidingsplatform SOLID (een 12-weken durende cursus voor digitale bedrijven die eigen IP willen opbouwen) en monitoren ze de sector. Daarnaast is er IGDA Denmark (Deense tak van de International Game Developers Association) een non-profit organisatie die instaat voor de uitwisseling van kennis en know-how binnen de sector. Zij vertegenwoordigen en promoten de Deense game-ontwikkelaars in de (internationale) media op internationaal vlak en staan mee in voor het adviseren van het Deense beleid.

4.2.4 Europese Unie

Omvang sector	Omzet: €19.700.000.000 (in 2015)
Specifieke karakteristieken sector	46% van de Europese game studio's hebben minder dan 10 FTE's en 91% van hun CEO's zijn mannen (in 2012) Vooral de opkomst van digitale distributie, en daarmee het inkorten van de klassieke retail value chain, zorgde de voorbije jaren voor groei. Free-to-Play en mobile games deden het de voorbije jaren beter dan Europese platformen en hardware ontwikkelaars
Specifieke karakteristieken beleid	Gefragmenteerd binnen meerdere steunprogramma's. Sterk inzetten op (pan-Europese) samenwerking en opleiding
Belangrijkste ondersteuning voor gamesector	Creative Europe
Belangenvereniging	European Games Developer Federation Interactive Software Federation of Europe European Creative Business Network
Fiscale maatregelen	

Binnen Creative Europe zijn er maatregelen die initiatieven (in de vorm van workshops en/of online coaching sessies) gericht op het **versterken van vaardigheden en netwerkcapaciteiten** van audiovisuele professionals. De focus ligt op het opbouwen van nieuwe capaciteiten en expertise, uitwisselen van kennis, verspreiden van best practices, vergemakkelijken van toegang tot internationale markten, ontwikkelen van

nieuwe businessmodellen, versterken van internationale en grensoverschrijdende samenwerkingen tussen professionals.

NAAM	BEREIK	AARD MIDDELEN	GAME-FONDS
Creative Europe - MEDIA Subprogramme	EU	Subsidies	
H2020	EU	Subsidies	
European Investment Fund	EU	Investeringsfonds	
European Regional Development Fund	EU	Subsidies	
Cosme Programme	EU	Leninggaranties kapitaalinvestering	
Innovfin Programme	EU	Leninggaranties kapitaalinvestering	

FINANCIËLE ONDERSTEUNING. Het **CREATIVE EUROPE - MEDIA Subprogramme** wordt gesteund door het DG voor Educatie en Cultuur en beheerd door het EACEA (Education, Audiovisual & Culture Executive Agency). Het is een verderzetting van het MEDIA-programma dat liep van 2007-2013. De focus van het fonds ligt op games met grensoverschrijdende (EU en internationaal) commerciële ambities. De MEDIA-steun wordt toegekend als subsidie. Toegekende subsidies mogen niet meer dan 50% van de ontwikkelingskosten opmaken. Het fonds heeft een jaarlijks budget van €2,5 miljoen en loopt van 2014-2020. In 2014 waren er 259 aanvragen voor videogame steun, waarvan 45% niet in aanmerking kwamen. Het gemiddeld steunbedrag per project bedroeg in 2015 €125.000. Enkel bedrijven met bewezen ervaring (gepubliceerde game in de voorbije 2 jaar, met bijgevoegd sales rapport) komen in aanmerking voor steun. Individueel komen nooit in aanmerking voor steun.

ONDERZOEK. **Horizon 2020** is het grootste Europese onderzoeks- en innovatieprogramma met bijna €80 miljard financiering over een periode van 7 jaar (2014 - 2020). Binnen het fonds worden verschillende calls uitgeschreven rond wetenschappelijke, industriële en maatschappelijke thema's. H2020 is geen gamefonds, maar het biedt interessante mogelijkheden voor de industrie. De European Games Developer Federation publiceerde onlangs een lijst met alle H2020 calls (2016-2017) die van belang kunnen zijn voor (serious) game-ontwikkelaars (EGDF, 2016). Eén van de calls (ICT-24-2016: Gaming and gamification) richt zich specifiek op serious game-ontwikkelaars en heeft een totale waarde van €1 miljoen. Het doel ervan is een verhoogd gebruik van gaming technologieën in initiatieven rond onderwijs en sociale inclusie.

Boo Games, gefinancierd door het European Union's Regional Development Fund, is een onderzoeksproject dat het belang van de gamesector voor de Europese economie wil

aantonen aan regionale overheden. Het project probeert huidige en toekomstige struikelblokken voor regionaal beleid bloot te leggen en zoomt in op aspecten zoals publieke financiering, incentives voor private investeringen, talentontwikkeling, clusterontwikkeling en verbeteren van de publieke perceptie van het potentieel van digitale games. Het project wil meer ervaren regio's met minder ervaren regio's aan elkaar koppelen om van elkaar te leren en zo het beleid rond digitale en interactieve media te bevorderen.

STEUN AAN CLUSTERS EN INCUBATOREN. Het **European Regional Development Fund** komt vaak aan bod wanneer het gaat om steun aan clusters en/of fysieke incubatoren. Het fonds focust haar investeringen wel op innovatie & onderzoek, de 'digital' agenda en steun aan KMO's. Steun aan bepaalde regio's gebeurt in de vorm van subsidies en wordt beheerd door regionale overheden in de gastlanden.

Buiten belangenverenigingen zijn er geen echte game netwerken. Er is **Eureka**, een publiek gefinancierd, intergouvernementeel netwerk van 40 landen, dat als doel het verhogen van de Europese concurrentiële positie heeft. Dit doen ze door innovatie gedreven ondernemerschap en samenwerking tussen universiteiten, onderzoeksinstellingen en industrie te versterken. Eureka biedt zelf geen financiering aan, maar wijst innovatieve projecten in de juiste richting. In 2013 haalden 317 Eureka projecten in totaal financiering ter waarde van €1.5 miljard.

STEUN AAN START-UPS, ONDERNEMEN EN INVESTERINGEN AANTREKKEN. Naast enkele fondsen die specifieke programma's of calls hebben voor de gamesector, zijn er ook enkele fondsen die zich richten op ondernemerschap:

- **European Investment Fund:** Het fonds werd opgericht door de EU en is onderdeel van de European Investment Bank. Per lidstaat zijn er publieke en private financiële instellingen (banken, private equity bedrijven, venture capital fondsen) die instaan voor het beheer van het fonds. COSME en Innovfin (zie hieronder) zijn beide onderdeel van het European Investment Fund. Het EIF richt zich op KMO's en biedt steun in 3 vormen: microfinanciering voor (toekomstige) ondernemers of mini-ondernemingen die op zoek zijn naar een lening onder €25.000, leningen voor KMO's om hun groei te versnellen en *equity* voor ondernemers die op zoek zijn naar investeerders. Alle partijen moeten een proposal en businessplan indienen om in aanmerking te komen. In 2015 stond er een totaalbedrag van €19.438 miljoen via het fonds open.
- Het **COSME Programme** wordt beheerd door het EIF en voert de Small Business Act (SBA) van de EU Commissie (DG Internal Market, Industry, Entrepreneurship and SMEs) uit. COSME is het EU-programma om concurrentievermogen van KMO's te verhogen en verleent steun door het faciliteren van toegang tot financiering, alsook het ondersteunen van internationalisering en aanboren van (nieuwe) markten. Steun van het programma komt enerzijds in de vorm van leninggaranties, waarbij het programma garanties en tegengaranties verstrekt aan financiële instellingen zodat zij meer leningen en leasingdiensten aan KMO's kunnen verstrekken. Anderzijds zal het programma via kapitaalinvesteringen risicodragend kapitaal verstrekken aan beleggingsfondsen die investeren in KMO's. Verder financiert COSME enkele webportalen die zich

richten op de oprichting en uitbreiding van KMO's, en KMO Helpdesks voor intellectuele-eigendomsrechten (IPR).

- **InnovFin:** dit is een gezamenlijk initiatief van de European Investment Bank Group (EIB) en de European Commissie, dat valt onder Horizon 2020 en wordt ook beheerd door het European Investment Fund. InnovFin doelt op het faciliteren en accelereren van toegang tot financiering voor innovatieve bedrijven. Het gebrek aan financiering voor innovatieve bedrijven wordt als één van de kernredenen gezien die onderzoek en innovatie belemmeren. Steun komt ook in de vorm van leninggaranties en in de vorm van kapitaalinvesteringen (cf. COSME). Naast financiering levert InnovFin ook advies en coaching voor elke fase van het innovatieproces (fase 1: concept en haalbaarheid, fase 2: demonstratie, market replication en R&D, fase 3: commercialisatie).

LEADERSHIP. De **European Games Developer Federation** is de overkoepelende organisatie van vakorganisaties uit 10 EU-landen. Samen vertegenwoordigen ze ongeveer 1500 game studio's en 25.000 professionals in de Europese sector. Interactive Software Federation of Europe (ISFE) probeert diezelfde invloed op beleid uit te oefenen. ISFE staat ook in voor de Gametrack, een monitoring per kwartaal die inzoomt op profielen en speelgedrag van Europese gamers. Tot slot is er het European Creative Business Network (ECBN), een non-profit vereniging die de belangen van de culturele en creatieve industrieën vertegenwoordigt.

4.2.5 Finland

Omvang sector	Omzet: €2.400.000.000 Aantal werknemers: 2700 Aantal bedrijven: 290 Groei: Zo'n 33% vergeleken met 2014
Specifieke karakteristieken sector	Game-industrie drijft (nog steeds) vooral op mobiele games Zo'n 40% van bedrijven geconcentreerd in regio Helsinki, de rest in lokale groei-hubs in Finland Van de 29 nieuwe bedrijven in 2015 was zo'n derde opgericht door mensen met eerdere ervaring
Specifieke karakteristieken beleid	Steun voornamelijk vanuit Fins economisch en innovatiebeleid Implementatie innovatiebeleid sterk gedecentraliseerd, maar subsidies wel geconcentreerd bij 2 fondsen
Belangrijkste ondersteuning voor gamesector	Tekes fonds
Sectororganisaties	Neogames Finland IGDA Finland Suomen Pelinkehittäjät Ry (Finnish Game Developers Association)
Fiscale maatregelen	Geen specifieke tax incentives voor de game-industrie, wel enkele stimulansen die ook voor de sector relevant zijn
Steun aan clusters	Synergie tussen regionale overheden (die o.a. EU funding toekennen) , bedrijven, onderwijsinstellingen en sectorverenigingen
Onderwijsinstellingen met specifieke opleidingen	Diverse opleidingen, terug te vinden op: http://www.neogames.fi/en/education-research/

MARKTOMVANG. De Finse game-industrie wordt beschouwd als een succesverhaal, met internationaal bekende, goed renderende game-bedrijven zoals Rovio (bekend van Angry Birds) en Supercell (bekend van Hay Day, en Clash of Clans). Deels verklarend is het feit dat de game-industrie in Finland met een kleine binnenlandse markt steeds sterk heeft ingezet op de internationale markt. Ook de invloed van Nokia, eind jaren '90 – begin 2000, wordt gezien als belangrijke factor die maakte dat verschillende mobile game developers al vroeg actief waren in Finland. Ook de combinatie van private investeringen en subsidies (via TEKES) en een gevestigde game development community (mede dankzij verschillende sectororganisaties) worden gezien als ingrediënten voor het Finse succesverhaal (Latva, 2014). De omzet in 2015 werd geraamd op €2.4 miljard, wat overnames, fusies, game merchandising, licenties en allerlei investeringen in de sector omvat.

FINANCIËLE STEUN: Steun aan de gamesector lijkt vooral onder economisch en innovatiebeleid te vallen. Finland probeert met de implementatie van haar innovatiebeleid een goed evenwicht te behouden tussen wetenschaps-, onderzoeks- en innovatiebeleid enerzijds en financiering en implementatie anderzijds (Lähteenmäki-Smith, 2014, p. 99). Het innovatiebeleid is grotendeels gedecentraliseerd binnen verschillende agentschappen. Subsidiëring gebeurt voornamelijk door TEKES en de Academie van Finland voor respectievelijk, technologie en innovatie en wetenschappelijk onderzoek.

TEKES, het Fins agentschap voor Technologie en Innovatie valt onder het Fins Ministerie van Tewerkstelling en Economie. Het werd al in 1983 opgericht om de Finse industrie te stimuleren na de economische recessie in de jaren 70. In 2012 lanceerde dit fonds het Skene Games Refueled programma dat liep tot 2015. Het zette specifiek in op het verhogen van de expertise, competenties en competitiviteit van de game-industrie. De gamesector kon echter voordien al (en nog steeds) beroep doen op algemene TEKES-funding en -leningen. Zowel entertainment als serious games kwamen in aanmerking. Interessant is dat het programma ook specifiek gamification ondersteunde, wat kon leiden tot cross-overs met andere bedrijven en industrieën. Waar het TEKES fonds voor de game-industrie ondersteuning biedt bij ontwikkeling, worden er door het Ministerie van Tewerkstelling en Economie ook subsidies toegekend voor promotie en marketing-activiteiten in het buitenland. Neogames coördineert gezamenlijke applicaties van game-bedrijven voor dergelijke exportsubsidies.

Verder kunnen game-bedrijven in Finland voor subsidies ook beroep doen op het **AVEK fonds**. Dit Promotiecentrum voor Audiovisuele Cultuur werkt nauw samen met de Finse copyright organisatie Kopiosto. AVEK kent via de Digidemo en Creademo-programma's overheidssubsidies toe (vanuit het Ministerie voor Onderwijs en Cultuur) en niet specifiek gericht zijn op de gamesector.

DigiDemo is bedoeld om culturele content en dienstverleningsprojecten te promoten, R&D van bedrijven te verbeteren en de uitdagingen aan te pakken die zich stellen voor cultureel beleid in een digitale samenleving. Subsidies worden toegekend aan R&D projecten waarin innovatief digitaal werk wordt ontwikkeld op het vlak van cultuur en entertainment. **CreaDemo** is bedoeld om tot nieuwe producten, methoden of diensten te

komen die gebaseerd zijn op of gebruik maken van creatieve expertise. Subsidies worden dan ook toegekend aan R&D projecten die dergelijke innovaties beogen. DigiDemo projecten kunnen twee keer per jaar ingediend worden, CreaDemo projecten jaarlijks. Innovativiteit en marktpotentieel spelen een belangrijke rol bij de selectie van projecten.

Er zijn **geen belastingvoordelen** specifiek voor de game-industrie. Wel kunnen bepaalde fiscale stimulansen interessant zijn voor gamebedrijven zoals de mogelijkheid om start-up uitgaven, bepaalde opleidingskosten en R&D-uitgaven af te trekken van het belastbaar inkomen. Er is ook een systeem om te vermijden dat bedrijven die ook in het buitenland belasting op een bepaald inkomen moeten betalen, dubbel belast worden. Dit zou kunnen verklaren waarom Finland toch als 'belastingvriendelijk' land wordt beschouwd door game-ontwikkelaars. Een aanzienlijk deel van game-ontwikkelaars (9,5%) in een GDC Europe survey (uit 2014) kiest voor Finland als land met de beste tax incentives voor game development. De meerderheid (47%) koos voor het Verenigd Koninkrijk.

NAAM	BEREIK	MIDDELEN	GAME - FONDS
TEKES	Nationaal	Subsidie en lening	●
AVEK (DigiDemo en CreaDemo)	Nationaal	Subsidie	●
ELY centra	Regionaal	Subsidie	●
Regionale ontwikkelingsbedrijven	Regionaal	Subsidie	●
Mediatonic Game and Media Brand Investment Fund	Nationaal	Investeringsfonds	●
Sitra	Nationaal	Investeringsfonds	●
Finnvera	Nationaal	Leningen, investering, garanties	●
FiBAN	Nationaal	Private investering	●
BAF	Nationaal	Private investering, crowdfunding	●
Invest in Finland	Nationaal	Buitenlandse investering	●

Finland is onderverdeeld in 18 regio's en één autonome provincie (°Åland). Elke regio heeft daarbij zijn eigen Raad, een samenwerking tussen municipale overheidsinstanties, die ontwikkeling en planning overziet op basis van de noden in die regio. De plannen die de Regionale Raad opstelt geven ook richting aan de implementatie van de programma's verbonden aan het EU Structureel Fonds via welke de regio's ook steun kunnen krijgen. Bij de regionale implementatie van innovatiebeleid spelen **regionale ontwikkelingscentra (ELY)**, die nauw samenwerken met de Regionale raden, en regionale ontwikkelingsbedrijven en incubatoren een belangrijke rol. Ze stimuleren de competitiviteit van de gegeven regio.

ELY-centra brengen TEKES-financiering en expertise, internationaal onderzoek en ontwikkeling en netwerken naar de regio's en helpen regionale bedrijven en onderzoeksorganisaties (inter)nationale onderzoeks- en ontwikkelingsprojecten opstarten. Ze kennen funding toe uit het European Regional Development Fund (ERDF) en European Social Fund (ESF).

STEUN AAN START-UPS, ONDERNEMEN EN INVESTERINGEN AANTREKKEN:

Naast subsidiefondsen kunnen gamebedrijven zich ook richten tot investeringsfondsen:

- **SITRA:** investeert op de eerste plaats in fondsen, maar doet ook rechtstreekse investeringen van ondernemingskapitaal in start-ups. De organisatie wordt dan mede-eigenaar gedurende de opstartfase (eerste 4 tot 10 jaar).
- **Mediatonic Game and Media Brand Investment Fund:** is een bedrijf dat project cofinanciering en -beheer ondersteunt. Het investeert in intellectueel eigendomsrechten van o.a. commerciële games (naast andere mediaproducten), in plaats van bedrijfsaandelen, in Finland en andere Scandinavische landen.
- **Finnvera:** is een bedrijf onder nationaal beheer dat diverse vormen van financiële ondersteuning biedt voor kleine tot grote ondernemingen. Zo biedt het steun voor de start, groei, internationalisering en export d.m.v. leningen, garanties, investeringen en bescherming voor exportrisico's.

Binnen sommige regio's hebben zich specifiek game-hubs of netwerken gevormd, ondersteund door regionale ontwikkelingssentra of -bedrijven. **Kainuun Etu Oy** bijvoorbeeld, is een regionaal ontwikkelingsbedrijf dat de lead had in het EU Kainuu Gaming Cluster project bedoeld om een gaming cluster in de Kainuu regio te vormen. Het regionale ontwikkelingsbedrijf **Cursor** steunt actief de regionale game-industrie-hub **Playa** (Zuid-Oost Finland) en biedt samen met partners hulpmiddelen aan om bedrijven (vooral start-ups) te ondersteunen met business development, financiering, publiceren en netwerken in binnen- en buitenland. In diezelfde regionale hubs is ook een lokale werking actief van IGDA Finland.

Tot slot zijn er instanties die private investeerders samenbrengen en in contact brengen met groeibedrijven.

- **FiBAN:** is een non-profit netwerk van 500 *business angels* die interesse hebben om te investeren in start-ups. Eén van de leden werd in 2013 gelauwerd als 'business angel of the year' omdat het de eerste private investeerder was in 'Supercell' dat mobiele games ontwikkelt en al meerdere prijzen won.
- **BAF:** Waar FiBAN zich meer op lokale investeerders lijkt te richten, onderhoudt Business Angels Finland een globaal netwerk van meer dan 6000 investeerders. In samenwerking met pocketventure.com bieden ze ook crowdfunding gebaseerd op beloning (i.e. voorverkoop) of aandelen.
- **Invest in Finland** is een apart geval omdat het zich niet tot de Finse industrie richt, maar tot buitenlandse investeerders die geïnteresseerd zijn om in Finland een bedrijf te starten. Dergelijke diensten omvatten o.a. het identificeren van opportuniteiten, het vinden van een geschikte locatie, ondersteunen van netwerking en start-up advies.

LEADERSHIP. In Finland zijn er drie organisaties actief die de gamesector bij elkaar brengen en vertegenwoordigen en de belangen van gamebedrijven en -ontwikkelaars behartigen.

- **Neogames** is een non-profit, op lidmaatschap gebaseerde koepelorganisatie die de ontwikkeling van de Finse game-industrie wil versnellen, coördineren en ondersteunen. Naast bedrijven uit de game-industrie kunnen ook onderzoeks- en onderwijsorganisaties lid worden. Neogames stimuleert actieve netwerking nationaal en internationaal door netwerk, rekruterings- en handelsevents in Finland te organiseren alsook trips naar en vertegenwoordiging op buitenlandse events en beurzen. Omdat de meeste onderwijsinstellingen die game-gerelateerd onderwijs aanbieden, lid zijn van Neogames, biedt deze koepelorganisatie niet alleen een mooi overzicht van deze instellingen. Op die manier zorgt Neogames er ook voor dat de onderwijs- en onderzoekssector de vinger aan de pols kan houden bij wat er leeft in de gamesector.
- **IGDA Finland**, de Finse aftakking van de International Game Developers Association heeft als doel de professionele ontwikkeling van Finse game-ontwikkelaars te stimuleren en internationale erkenning voor de Finse game developer community te vergroten. Netwerking, uitwisseling en *community* vorming stimuleren vormt een onderdeel van de missiestatement van IGDA Finland. IGDA Finland vrijwilligers hebben acht regionale hubs (naast de Helsinki community) opgericht waarbinnen meetings, events en andere IGDA gerelateerde activiteiten plaatsvinden in samenwerking met lokale organisaties waaronder ook universiteiten en hoger onderwijs. Via de regionale hubs wordt er ondersteuning geboden voor het realiseren van game projecten.
- **Suomen Pelinkehittäjät Ry (Finnish Game Developers Association)** verbindt zich ertoe de belangen van de Finse game-industrie te vertegenwoordigen in samenwerking met de overheid, correcte informatie over de games industrie te verspreiden, de integriteit van de Finse game-industrie te beschermen, gamebedrijven te vertegenwoordigen in binnen- en buitenland, en de ontwikkeling van de game-industrie te ondersteunen via events en training. De organisatie is lid van Neogames en lijkt van informatie, events vooral via deze koepelorganisatie te verspreiden.

4.2.6 Frankrijk

Omvang sector	Omzet: Gemiddelde omzet 2014: €3.805.971 (game-industrie, niet enkel development studios), Totaal in 2015: €2.800.000.000 Aantal werknemers: Gemiddeld 12.7 FTE in development studio's (in 2015), zo'n 5000 directe jobs in totaal (in 2014) Aantal bedrijven: 300-tal bedrijven (2014) Groei: Geschatte groei in omzet van 10% (in 2015 t.a.v. 2014), marktgroei van 6%
Specifieke karakteristieken sector	3 dominante regio's: Îles de France, Languedoc Rousillon en Rhône-Alpes Auvergne Veel jonge, 'indie' spelers, naast enkele grote, gevestigde spelers Vooral zelf-gefinancierde productie, beperkte aantrekkelijkheid van game development studios voor financiële instellingen Meerderheid ontwikkelaars biedt ook services aan (incl. niet-game gerelateerde diensten) Export naar internationale markt wordt steeds belangrijker
Specifieke karakteristieken beleid	Gamebeleid als onderdeel van beleid richting film en animatie Culturele inslag en criteria gebonden voor bescherming kwetsbare groepen
Belangrijkste ondersteuning voor gamesector	FAJV
Sector-organisaties	SNJV (Syndicat National du Jeu Vidéo) SELL (Syndicat des Editeurs de Logiciels de Loisirs) Capital Games AFJV (L'Agence Française pour le Jeu Vidéo)
Fiscale maatregelen	Tax credit (Crédit Impôt Jeu Vidéo)
Steun aan clusters	Steun aan regionale audiovisuele- en mediaprojecten via regionale aftakkingen van het Ministerie van Cultuur (DRAC)
Onderwijsinstellingen met specifieke opleidingen	Réseau des écoles de jeux vidéo, opgericht door het SNJV om de kwaliteit van de opleidingen te waarborgen

MARKTOMVANG. De Franse game-industrie is verhoudingsgewijs gekenmerkt door relatief veel game-ontwikkelaars. Zo'n 3/4^{de} van de betrokken gamebedrijven brengt games uit en doet dat onafhankelijk. De meerderheid van de bedrijven is ook relatief jong en klein, met enkele grote spelers zoals Ubisoft. Door de onzekerheid over het al dan niet succesvol kunnen uitbrengen van games en hieraan gekoppeld moeilijkheden om bankkredieten te bekomen, kiezen veel ontwikkelaars ervoor om ook de rol van service provider op te nemen, inclusief diensten die niet game-gerelateerd zijn.

FINANCIËLE ONDERSTEUNING. In Frankrijk valt gamebeleid onder het filmbeleid, hoofdzakelijk onder het CNC (Centre national du cinéma et de l'image animée). Zij zijn betrokken bij diverse steunmaatregelen waarop de gamesector kan aanspraak maken. Het **FAJV** (fonds d'aide au jeu vidéo), wordt gefinancierd door het Ministerie van Economie, Financiën en Industrie en is in beheer van CNC onder het Ministerie van Cultuur en Communicatie. Het fonds komt voort uit FAEM (le fonds d'aide à l'édition multimédia sinds '89) waar videogames sinds 2003 ook terecht konden. Vanaf 2008 werd er overgegaan tot een apart orgaan voor videogames, onder het bredere CNC-fonds.

DICRéAM (dispositif d'aide pour la création artistique multimédia et numérique) is een tweede fonds in beheer van het CNC. Opgericht in 2002 is het een samenwerking tussen het CNC, Centre National du Livre en alle departementen van het Ministerie van Cultuur (SG, DGCA, DGLFLF). Het fonds biedt **ondersteuning voor creatie van artistieke multimedia in het veld van digitale kunst**, bij voorkeur van **interdisciplinaire** aard. Game studio's maken bijgevolg ook aanspraak op subsidies. Steun richt zich op 3 pijlers: pre-productie, productie en distributie.

Financieel gezien kan de game-industrie in Frankrijk gebruik maken van een tax credit. **Crédit Impôt Jeu Vidéo** (CIJV) laat aan bedrijven die videogames maken toe om 20% van de uitgaven gelinkt aan de productie van videogames en die hebben bijgedragen aan de diversiteit van Franse en Europese creaties, af te trekken van hun belastingen. Tax credit in Frankrijk is enkel van toepassing op videogames die geaccrediteerd werden door het CNC. Voorwaarden hiervoor zijn dat de ontwikkelingskost van de game hoger is dan € 100.000 en de game bedoeld is om op de markt uitgebracht te worden. Verder dienen de auteurs en medewerkers van de game hoofdzakelijk van Frankrijk of een andere EU lidstaat te komen, of een ander land dat met Frankrijk een fiscale overeenkomst heeft. Er moet bovendien sprake zijn van een originele, kwalitatieve bijdrage op het vlak van game-ontwikkeling. Pornografische of gewelddadige games kunnen hier geen aanspraak op maken. Wel werd in 2015 het tax credit-systeem versoepeld zodat ook 18+ games (volgens PEGI-rating) in aanmerking komen. Kosten die ingebracht kunnen worden zijn: onkosten van werknemers, lonen, sociale bijdragen, copyrights en exploitatierechten, en algemene bedrijfsonkosten - enkel indien deze kosten werden gemaakt in de periode tussen voorwaardelijke en definitieve vergunning.

NAAM	BEREIK	MIDDELEN	GAME-FONDS
FAJV	Nationaal	Subsidies	
RIAM	Nationaal	Subsidies, Leningen	
DICRéAM	Nationaal	Subsidies	
Pôle Image MAGELIS	Regionaal: Charentes	Subsidies, Infrastructuur	
FPPJV	Nationaal	Lening	
Creative start-up (Serre Numérique)	Regionaal: Valenciennes	Subsidies, Leningen, Infrastructuur, Diensten	

Ook is er het **FPPJV** (Fonds de prêts participatifs au secteur du jeu vidéo), dat werd opgericht door Ministerie van Cultuur en Communicatie, in samenwerking met CNC en wordt beheerd door IFCIC (<http://www.ifcic.fr/ifcic/activites/jeu-video.html>). IFCIC is een kredietinstelling om bij te dragen aan de ontwikkeling van de culturele industrie in Frankrijk, door de toegang tot bancaire financiering te vergemakkelijken. Het fonds maakt deel uit van een breder fonds dat zich richt op de gehele culturele creatieve industrie, maar heeft een apart luik voor de game-industrie. Het gaat om **equity leningen, met gunstige terugbetalingsvoorwaarden** (tot 7 jaar). Het budget voor dit fonds wordt ter beschikking gesteld door het CNC.

START-UPS, ONDERNEMEN EN INVESTERINGEN AANTREKKEN. Het RIAM (Recherche et Innovation en Audiovisuel et Multimédia) netwerk werd in 2001 opgericht door het CNC en het Ministerie van Onderzoek en Industrie, met als doel het produceren van innovatieve producten en diensten. Sinds 2007 werkt het samen met OSEO innovation (en Bpi France). RIAM financiert KMO's voor onderzoek en het ontwikkelen van programma's en innovatieve tools in de audiovisuele - en multimediasector. Het fonds richt zich niet specifiek op games, maar wel op de creatie van innovatieve technologie. Het fonds biedt twee types steun: voor haalbaarheidsstudies enerzijds en voor R&D-projecten anderzijds.

Creative Start-up is een initiatief van incubator Serre Numérique. Serre Numérique wil onderzoek, onderwijs en ondernemerschap op 1 plaats samenbrengen en huisvest naast start-ups ook 3 scholen en allerlei technologische services (FabLab, VR Ruimte, test labo, Motion Capture Studio, ...). Via Creative Start-up kunnen geselecteerde start-ups steun ontvangen in de vorm van subsidies en leningen, maar ook infrastructuur, toegang tot bovengenoemde diensten en adviserende sessies van ervaren bedrijven. Het initiatief is niet specifiek gericht op de ontwikkeling van games, maar wel op digitale ontwikkeling zodat de sector er wel beroep op kan doen. Dit is ook het geval voor gelijkaardige initiatieven zoals 'Le Cargo' in Parijs dat een plek biedt voor jonge innovatieve bedrijven in de sector van de creatieve industrie en digitale content. Le Cargo maakt als initiatief deel uit van het innovatiebeleid van het Parijse departement en de regio Île de France.

Er zijn **geen specifieke regionale gamefondsen**, maar binnen de regionale aftakkingen van het Ministerie van Cultuur (DRAC) wordt er wel steun verleend aan audiovisuele en mediaprojecten. Elke regio heeft zijn eigenheid. Sommige regio's krijgen veel regionale steun (financieel of via begeleiding), ook voor de ondersteuning van de audiovisuele sector, met aandacht voor multimedia, trans-media en digitale werken, incl. videogames. Zo is er **Pôle Image MAGELIS**, een steunfonds voor ontwikkeling en innovatie in het veld van animatie, videogames en multimedia. De nadruk ligt op het artistieke en creatieve karakter van projecten. Verder is het ook een fysieke campus met 11 scholen, en huisvest het domein 90 bedrijven in de audiovisuele sector. Het is geen specifiek gaming fonds, maar richt zich op innovatieve animatie, film, videogames, digital image en comics. Het biedt subsidies aan voor pre-productie (conceptontwikkeling) en productie. Voor de aanvrager is er een verplichte en significante budgetspending in de regio Charentes. De steunmaatregel wordt beschreven als een regionale aanvulling op nationale en Europese steun, in overeenstemming met het CNC. Naast subsidies biedt het fonds in samenwerking met de Kamer voor Koophandel en Industrie ook een incubator aan.

LEADERSHIP. Het **Syndicat National du Jeu Vidéo** (SNJV and IDATE, 2015; France is the second in the world for the production of video games, 2014) is de nationale vereniging van alle game-ontwikkelaars en -uitgevers, maar ook zelfstandigen, freelancers en regionale associaties. Hun doel is om beleid en wetgeving te adviseren. De SNJV voert een jaarlijkse barometer uit van de sector waarop de meeste van bovenstaande gegevens over de gamesector zijn gebaseerd. Zij bewerkstelligden o.a. "Le Game" (marketingcampagne voor Franse videogames) en de Video Game Tax Relief reform. "Le Game" werd uitgedragen als keurmerk met de bedoeling om de diversiteit en sterkte van Franse

videogames te promoten. Een andere organisatie is het **Syndicat des Editeurs de Logiciels de Loisirs**, de vereniging van Franse videogame-uitgevers. Het behartigt hun belangen voor media en beleid. Verder is er nog Capital Games (Parijs en Île de France) die regionaal instaan voor het bundelen van middelen, het vertegenwoordigen van de sector, het verdedigen van het lokale concurrentievermogen en het vergroten van de werkgelegenheid in de regio. L' Agence Française pour le Jeu Vidéo (AFJV) is een onafhankelijke vereniging die de werkgelegenheid in de sector wil verhogen door het aanbieden van een netwerk van informatie en zakelijke connecties. Naast een platform voor nieuws en onderzoek uit de sector, heeft het agentschap een speciaal gedeelte gewijd aan serious games.

Om de professionele ontwikkeling van de game-industrie te stimuleren hebben SNJV en instituten die game-gerelateerde opleidingen aanbieden samen een scholennetwerk gestart: **Réseau des écoles de jeux vidéo**. Bedoeling is om een duidelijk overzicht te geven van het beschikbare aanbod, industrie en vormingssector dichterbij elkaar te brengen, en zo tot een meer kwalitatief aanbod te komen dat afgestemd is op de noden van de sector.

4.2.7 Nederland

Omvang sector	Geschatte omzet: €155.000.000-€225.000.000 Aantal FTE's: 3030 in 2015 Aantal bedrijven: 455 in 2015 Groei van 42% in aantal bedrijven sinds 2012
Specifieke karakteristieken sector	Focus op serious games, online en mobile Sector is erg verweven met beleid en probeert via verscheidene initiatieven ook te leren van elkaar en van andere sectoren
Specifieke karakteristieken beleid	Beleid zet zwaar in op innovatie, MKB's en ondernemerschap Geïntegreerd beleid door de topsectoren, waar naast structureel overleg tussen onderwijs, industrie en beleid, ook wordt geijverd voor cross-overs met andere sectoren Veel programma's en aandacht voor zakelijke begeleiding en ondersteuning van talent en kennisdeling
Belangrijkste ondersteuning voor gamesector	Innovatiefonds MKB+ en GameON
Belangenvereniging	Topteam & Dutch Creative Council Federatie Dutch Creative Industries Dutch Game Association
Fiscale maatregelen	Wet Bevordering Speur- en Ontwikkelingswerk (WBSO) Research en Development Aftrek (RDA) Innovatiebox
Steun aan clusters	Hilversum Mediastad Dutch Game Garden Center for Applied Games
Onderwijsinstellingen met specifieke opleidingen	44 fulltime game-opleidingen in Nederlandse Universiteiten en Hogescholen, wat jaarlijks 1600 afgestudeerden binnen de sector oplevert. Er is binnen de sector echter onenigheid over zowel de kwaliteit van de opleidingen, als de kwaliteit van afgestudeerde studenten.

MARKTOMVANG. De Nederlandse game-industrie maakte op korte tijd een enorme groei door, echter niet altijd even stabiel (van de 320 gamebedrijven in 2011, sloten ongeveer 1/3e hun deuren in de jaren erop). Nederlandse gamebedrijven zijn bijgevolg relatief jong (meer dan de helft is jonger dan 5 jaar) en klein (gemiddeld 7 medewerkers) (DGG, 2016). De kern van activiteiten ligt in entertainment en applied games. Sinds 2014 verschoof de focus van serious en applied games opnieuw naar entertainment. Echter, een gebrek aan business- en marketingexpertise zorgt vaak voor moeilijkheden bij het lanceren van een nieuw game. Gamebedrijven die applied games maken, overleven voornamelijk op work-for-hire. Enkele van de grootste spelers zijn Spil Games, Zylom en Ranj.

Volgens de Games Monitor 2015 (DGG) wordt 21% van de financiering van Nederlandse gamestudio's opgehaald door beroep te doen op crowdfunding. Voor crowdfunding wordt beroep gedaan op traditionele crowdfunding- en crowdpublishingkanalen zoals Kickstarter (tussen 2013-2015 slaagden 7 Nederlandse game bedrijven erin om hun bedrag op te halen, tussen de €4.000 en €345.000), maar ook op nieuwe platformen, die zich specifiek richten op game development, waaronder Gambitious, Gamekicker en Fig. Naast crowdfundingkanalen, kan de sector ook beroep doen op enkele grootschalige financieringssystemen.

FINANCIËLE ONDERSTEUNING. In Nederland wordt de gamesector als aparte subsector beschreven in beleidsteksten, maar maakt hij steeds deel uit van de bredere Creatieve Industrie. Men spreekt van *het topsectorenbeleid*, waar de Creatieve Industrie (waaronder gaming) één van de negen topsectoren is. Het beleid stimuleert samenwerking over alle topsectoren heen (met MKB's als de motor van innovatie, export, banen en economische groei), om de sector internationaal goed te positioneren, talenten aan te trekken (human capital) en maatschappelijke problemen gericht aan te pakken. In eerste instantie richtte het Nederlandse beleid zich op bevordering van de groei (werkgelegenheid, omzet en toegevoegde waarde) van de sector (Van Erp et al., 2014). Gaandeweg verschuift de aandacht meer naar het brede maatschappelijke en economische belang van de creatieve industrie, wat zich vertaalt in het stimuleren van samenwerking van de creatieve industrie met andere sectoren, namelijk cross-overs. Uit deze overweging kwam het topsectorenbeleid voort.

Het **Stimuleringsfonds Creatieve Industrie** werd geïnitieerd door het Ministerie van Onderwijs, Cultuur & Wetenschap. Projectsubsidies worden aangewend voor het versterken van internationalisering, talentontwikkeling en samenwerking binnen de creatieve industrie. In 2015 gingen de activiteiten van het fonds in totaal om 64% subsidies, 32% programma's (subsidies en opdrachten binnen urgente vraagstukken zoals bv. zorghuisvesting, onderwijsomgeving, talentontwikkeling in internationale context) en 4% overige activiteiten. In 2015 deed het Stimuleringsfonds een open oproep voor applied games met een totaalbudget van €250.000, met als doel 4 tot 5 voorstellen te selecteren. Totaalbudget van het volledige fonds bedroeg in 2015 €17.797.041, totaalbudget aan subsidies van het Gamefonds bedroegen slechts €134.460. In 2015 werd 106 keer steun aangevraagd (voor een bedrag van €2.327.092), waarvan 14 toegekend.

Het Stimuleringsfonds heeft een systematische manier van kwaliteitscontrole. Ze verzamelen aan de hand van software kwantitatieve gegevens van de gedigitaliseerde subsidieaanvragen. Voorbeelden van indicatoren zijn o.a.: inhoudelijke en financiële voortgang, afronding en verantwoording van gesubsidieerde projecten (Jaarverslag 2015,

p. 148). Verder is er een jaarlijkse interne evaluatie en organiseert het fonds publieke debatten met de industrie om hun werking door te lichten. Daar is de voornaamste focus het afzetten van doelstellingen ten opzichte van behaalde resultaten. Ten slotte werd er in 2014 (nulmeting) en in 2015 (herhaling) een klantentevredenheidsstudie van het Stimuleringsfonds uitgevoerd bij relevante stakeholders. Hier werd vooral gekeken naar de dienstverlening, de bereikbaarheid, de behulpzaamheid, en de goede en duidelijke adviesverlening van het Stimuleringsfonds.

Verder zijn er in Nederland enkele specifieke innovatiefondsen en fondsen die ondernemerschap stimuleren, waar de sector ook op kan intekenen. Deze zijn vaak ruimer dan de gamefondsen. Het **Innovatiefonds MKB+** van het Ministerie van Economische Zaken (uitvoering door Rijksdienst voor Ondernemend Nederland (RVO.nl)) wil start-ups met innovatieve ideeën (o.a. binnen de creatieve sector) steunen, en valt uiteen in het Innovatiekrediet en de Seed Capital-regeling. De insteek van het fonds is dat ondersteuning vanuit MKB+ kan helpen om andere financiering over de streep te trekken. Tussen de periode van 2012-2015 heeft het fonds €500.000.000 ter beschikking. Het innovatiekrediet kende in 2012 36 keer steun toe, waarvan 3 projecten binnen de topsector creatieve industrie. Het gemiddeld steunbedrag per project bedroeg €1.470.000.

Ook de regeling **vroegefasefinanciering**, werd ontwikkeld door het Ministerie van Economische Zaken (uitgevoerd door de Rijksdienst voor Ondernemend Nederland (RVO.nl) en de Stichting voor de Technische Wetenschappen (STW)). De vroegefasefinanciering moet ervoor zorgen dat een idee van de planfase tot aan de effectieve start komt (creëren en verifiëren van commerciële concepten, identificeren van de geschikte markt en ontwikkelen van de juiste licenties) komt. Steun wordt verleend in de vorm van leningen met een rente van 4,99% (2016).

Tot slot is er nog de **MKB Innovatiestimulering Topsectoren (MIT)**. Voor dit fonds werken het ministerie van Economische Zaken en de regio's (provincies) samen om nationale en regionale instrumenten zo veel mogelijk te harmoniseren en onderling te verbinden. Het stimuleringsfonds biedt steun aan de MKB's in de vorm van advies- en haalbaarheidsprojecten, R&D-samenwerkingsprojecten, kennisvouchers en TKI-Innovatiemakelaars en -netwerkactiviteiten. Totaalbudget van het fonds is €50.000.000 in 2015.

Er zijn geen specifieke belastingvoordelen voor de gamesector. Echter, de **Wet Bevordering Speur- en Ontwikkelingswerk** (WBSO) kan in sommige gevallen toegepast worden door gamebedrijven. Door de regeling hoeft er minder loonheffing afgedragen te worden over de loonkosten, indien het over R&D-werk gaat. Elke zelfstandig ondernemer die per jaar vijfhonderd uren of meer aan R&D-werk doet, komt in aanmerking. Daarnaast is er ook de **Research en Development Aftrek** (RDA). Een echte tax shelter of durfkapitaal-regeling blijkt er in Nederland niet te zijn, al behoort dit tot de duidelijke aanbevelingen van de Dutch Creative Industries Council aan de overheid (2012). Tot slot is er de **Innovatiebox**, waarbij ondernemers bij het aanvragen van een octrooi of een S&O-verklaring voor een eigen innovatie de winsten uit hun innovaties kunnen onderbrengen in de Innovatiebox. Deze box is een speciale tariefbox (5%) binnen de

vennootschapsbelasting. Om gebruik te kunnen maken van de Innovatiebox, moet de winst voor minstens 30% het gevolg zijn van het verleende octrooi.

NAAM	BEREIK	MIDDELEN	GAME-FONDS
Stimuleringsfonds creatieve industrie	Nationaal	Subsidies	
Growing Games	Nationaal	x	
Innovatiefonds MKB+	Nationaal	Investeringsfonds	
Game On	Nationaal	Investeringsfonds	
Fonds Cultuur+Financiering	Nationaal Regionaal	& Leningen	
Vroegefasefinanciering	Nationaal	Leningen	
MKB Innovatiestimulering Regio en Topsectoren (MIT)	Nationaal Regionaal	& Subsidies	

ONDERZOEK EN ONDERWIJS. Naast het topsectorenbeleid, is er de nauwe samenwerking met onderwijs en onderzoek, via ClickNL. Het kennis- en innovatienetwerk van de Nederlandse creatieve industrie. De onderzoeksagenda van ClickNL Games focust zich van 2016-2019 op 5 thema's, namelijk: creatie en visualisering van zowel aantrekkelijke virtuele werelden, als betekenisvolle virtuele karakters, interactietechnologie en het creëren van speelse interactie, game design principes (game mechanics) en het meten van de effectiviteit van de games (validatie), goed begrip van de context waar, en de manier waarop serious games beter kunnen worden toegepast & het ontwikkelen van een Games Ecosysteem (ontsluiting, netwerking, onderzoek stimuleren, ...) (TKI CClickNL, 2015).

Binnen onderzoek is het **Expertisecentrum voor Games en Game-Design (EGG)**, een samenwerking tussen de Hogeschool voor de Kunsten Utrecht, TNO en TFI Regio Utrecht, belangrijk. Het EGG werd opgericht om een bijdrage te leveren aan de ontwikkeling van kwalitatief hoogstaande toegepaste games in Nederland en doet dit door zowel (potentiële) opdrachtgevers als ontwikkelaars kennis en advies te bieden in de vorm van insights, feiten en cijfers. Het **GATE** (Game Research for Training and Entertainment) onderzoeksproject omvatte dan weer vier onderzoeksthema's en had als ambitie het ontwikkelen van een internationale kennisdatabank aangaande game technologie, zowel voor serious als entertainment games.

START-UPS, ONDERNEMEN EN INVESTERINGEN AANTREKKEN. Naast financiële steun, biedt het Nederlandse beleid uitvoerige zakelijke begeleiding en kennisdeling, in diverse vormen:

- **Topteam & de Dutch Creative Council:** Beide organisaties zijn een samenwerking tussen de Ministeries van OCW, EZ en BZ en fungeren als strategisch adviesorgaan voor de creatieve industrie. Hun kerndoelen omvatten het stimuleren van kennis en innovatie, het voeden van human capital, internationalisering van de

sector en 'crossovers' tussen creatieve sectoren onderling en andere sectoren van de Nederlandse economie bewerkstelligen. Het Topteam Creatieve Industrie en de Dutch Creative Council omvatten 5 werkgroepen waarbinnen ze begeleiding aanbieden: kennis en innovatie, talentontwikkeling en ondernemerschap, waarde van creatie en communicatie, internationalisering en financiering. De Dutch Creative Council resulteert in enkele belangrijke initiatieven zoals bv. het Internationaliseringsprogramma Duitsland (2015-2016), een overkoepelende PR-campagne voor de sector op 9 main events in de Duitse *creative event scene* die moet zorgen voor extra zichtbaarheid binnen de Duitse markt. Een ander interessant voorbeeld is de publicatie 'Show me the money' die de financieringsmogelijkheden voor de creatieve industrie inventariseert.

- **Stimuleringsfonds Creatieve Industrie:** biedt zakelijke ondersteuning via hun Open Oproepen: zo waren er oproepen voor deelname aan Gamescom 2015 (DE) en GDA San Francisco (USA), die beide deel uitmaakten van het programma Internationalisering van het Stimuleringsfonds (er is ook een programma talentontwikkeling). Verder organiseerde het fonds in 2015 bijeenkomsten en spreekuren en nam het deel aan expertmeetings en netwerkbijeenkomsten om het contact en de kennisuitwisseling tussen de verschillende stakeholders en het fonds te bevorderen (Stimuleringsfonds, 2016).
- **Creative Holland**, dat bedrijven uit de creatieve industrie op weg helpt om hun product te exporteren naar het buitenland. Het Creative Business Intelligence Platform is een tijdelijk project van de creatieve industrie en de financiële sector waarin structureel de toepasbaarheid onderzocht wordt van nieuwe, alternatieve financieringsvormen (waaronder incubators, crowdfunding en online marktplaatsen).
- **iMMovator Cross Media Network:** een netwerkorganisatie die zich richt op het versterken van de crossmediasector met de nadruk op innovatie en economisch rendement. Ze doen dit door het opzetten van een structuur voor kennisdeling en contactmomenten tussen bedrijven, overheden en kennisinstellingen (Cross Media Cafés, Masterclasses, Workshops).
- **Growing Games:** een *bottom up*-initiatief van de Dutch Game Garden, iMMovator, Dutch Games Association en Economic Board Utrecht. Het is een meerjarig stimuleringsprogramma (2013-2016) ter bevordering van de duurzame groei van de Nederlandse applied gamesector. Specifieke doelen zijn de ontwikkeling van nieuw talent, validatie en keurmerken, schaalvergroting en slimmere processen, het vergroten van marktkansen en internationalisering. Het fonds werkt nauw samen met ClickNL.
- **GameOn:** is een samenwerking van ondernemers in de game-industrie met de Rijksoverheid (Ministeries van Economische Zaken, Binnenlandse Zaken en OCW). Beide partijen zullen 50% investeren in een investeringsfonds van €10.000.000 dat als doel heeft om de groei van de Nederlandse industrie te versnellen in het segment van online en mobiele games. De doelgroep voor het fonds zijn start-ups en buitenlandse game studio's die zich in Nederland willen vestigen.
- Het **Fonds Cultuur+Financiering:** stichting zonder winstoogmerk en initiatief van Cultuur+ Ondernemen (dat ook zakelijke begeleiding biedt in de vorm van mentoring, coaching en advies). Het fonds richt zich niet specifiek op de gamesector, maar op de bredere doelgroep van kunstenaars, creatieven en

culturele instellingen. Het gaat om op maat gemaakte leningen tot maximaal €40.000 met een rente van 3%, aangevuld met trainings- en begeleidingsfaciliteiten voor de leningnemers.

Er zijn enkele belangrijke **game incubatoren** in Nederland die al dan niet regionale steun ontvangen. Eén ervan is Hilversum Mediastad, een locatie die onderwijs, cultuur en industrie uit de AV-media fysiek met elkaar verbindt. De gekende Dutch Game Garden probeert start-up gamebedrijven te stimuleren door het aanbieden van hun faciliteiten (**DGG Business Centers**) en bijkomend advies en begeleiding. DGG zet ook sterk in op talentontwikkeling van de sector, o.a. door hun DGG Event, innovatie-matchmaking en -netwerkvorming en DGG Support (peer based ondersteuning van startende gamebedrijven). **Indietopia** is dan weer een incubator die zich richt op indiegame-ontwikkelaars in Groningen. Tot slot is er het **Center for Applied Games** in Amsterdam, waar bedrijven, organisaties en initiatieven op het gebied van applied games onder één dak worden samengebracht. Door financiering, ontwikkeling en (internationale) distributie bij elkaar te brengen, en door regelmatig professionaliseringsactiviteiten te organiseren, wil het centrum een bijdrage leveren aan de economische ontwikkeling van de Nederlandse gamesindustrie.

LEADERSHIP: In Nederland is overleg tussen de sector en de overheid structureel georganiseerd via de topteam, de Dutch Creative Council en ClickNL (zie hierboven). Daarnaast is er de overkoepelende **Federatie Dutch Creative Industries** voor alle branche- en beroepsorganisaties en de **Dutch Game Association**. De DGA is de sectorassociatie van de Nederlandse game-industrie met als missie het verhogen van het potentieel van de sector, op nationaal en internationaal niveau. Onder hun diensten vallen o.a. de samenwerking versterken (cross-overs), business opportuniteiten blootleggen, de industrie vertegenwoordigen bij beleid en media, game-onderwijs ondersteunen, innovatie stimuleren en getalenteerde start-ups begeleiden via de Dutch Game Garden.

4.2.8 Noorwegen

Omvang sector	Omzet: €36.300.000 in 2014 Aantal werknemers: 565 Aantal bedrijven: 140
Specifieke karakteristieken sector	Relatief onderontwikkelde sector, in vergelijking met Scandinavische buurlanden. Eenmanszaken komen vrijwel niet voor in de Noorse gamesector
Specifieke karakteristieken beleid	Focus op innovatie en internationalisering Beleid biedt voornamelijk steun aan projecten met een commercieel potentieel, in tegenstelling tot voorheen toen vooral het uitdragen van de Noorse cultuur prioritair was. Sinds kort staat het groeipotentieel van de videogamesector hoger op de agenda bij zowel Ministerie van Cultuur, als Ministerie van Handel
Belangrijkste ondersteuning voor gamesector	Norwegian Film Institute & Innovation Norway
Sectororganisaties	Produsentforeningen Sinds 2015 is er een nieuwe beleidsraad voor de creatieve en culturele industrieën die tweemaal per jaar bij elkaar komt GameDev Norway
Fiscale maatregelen	SkatteFUNN
Steun aan clusters	Oslo, Bergen, Trondheim
Onderwijsinstellingen met specifieke opleidingen	Norwegian University of Science and Technology biedt een Masterprogramma in Game Technology University of Bergen: Bachelor in Digital Culture University of Agder Master Multimedia and Educational Technology NorOff Hogeschool heeft een specifieke Bachelor of Interactive Media - Games

MARKTOMVANG. De Noorse game-industrie staat nog grotendeels in haar kinderschoenen. Enkele grote titels in Noorwegen geproduceerd zijn Among the Sleep, Teslagrad, Fun Run en The Secret World. De grootste spelers zijn Funcom, Playfish en Bertheussen IT. Hoewel de overheid inzet op het ondersteunen van nieuwe sectoren en het uitdragen van de Noorse cultuur, zijn het nog steeds vooral de olie-industrie en huizenmarkt die grote successen oogsten (en bijgevolg grote investeringen binnenhalen). Enkele kernrandvoorwaarden voor een succesvolle game-industrie zoals gemakkelijke toegang tot hogere opleidingen, kennis van Engels en gezondheidszorg, zijn nochtans gedekt. Experts wijzen erop dat specifieke opleidingen voor de gamesector nog niet uitgebouwd zijn. Slechts enkele universiteiten bieden (recent) game-opleidingen aan, waardoor er tot dusver weinig samenwerking is tussen opleiding en de industrie. Ten tweede vormen de hoge loonkosten in Noorwegen een barrière. Er moeten al aanzienlijk meer games verkocht worden om break-even te draaien dan in andere landen. Ten derde is er weinig infrastructuur voor gamebedrijven, noch gespecialiseerde distributiekanaalen. Hoogopgeleide Noren trekken daarom naar het buitenland of worden opgepikt door de bloeiende oliesector, waardoor de game-industrie nog meer moeite ondervindt om te groeien (Extra Credits, 2014). Hoewel er tussen 2012-2014 een groei opgemaakt kon worden van 26%, is de totale groei van de sector met 30 procentpunten gezakt sinds 2008 (BI:CCI, 2015, p. 44). De 10 grootste bedrijven (waaronder Funcom, Dirtybit en Attensi) zijn goed voor 77% van de totale omzet.

FINANCIËLE ONDERSTEUNING. De gamesector valt in Noorwegen onder de creatieve industrieën. Er zijn enkele belangrijke nationale en regionale ondersteuningssystemen waar de gamesector steun kan aanvragen:

- **Norwegian Film Institute:** beheert een subsidiefonds voor het Ministerie van Cultuur. Hoewel er geen specifieke voorwaarden verbonden zijn aan steunaanvragen, richt het fonds zich op producten met een commerciële focus. In 2015 was het totaalbudget van het fonds NOK 256.505.598 (€28 miljoen), net geen 10% ging naar financiële steun aan videogames (Norsk Filminstitutt, 2016). Naast Ontwikkelings- productiesteun, biedt het NFI ook steun voor promotie in binnen- en buitenland.
- **Innovation Norway:** opgezet door het Ministerie van Handel. Het fonds verleent advies en dienstverlening, subsidies, als laag risicoleningen en innovatieleningen; en ondersteunt innovatie en businessontwikkeling in Noorwegen en daarbuiten. Het gaat niet om een specifiek gamefonds, maar de industrie maakt er wel aanspraak op. Innovation Norway organiseert ook bootcamps specifiek gericht op gamebedrijven, om hun te helpen hun spel op de markt te krijgen van idee tot klant. In 2015 had het fonds in totaal NOK 6.1 miljard (€668,3 miljoen) ter beschikking (Innovasjon Norge, 2016).
- **Kulturrådet:** een fonds volledig gefinancierd door het Ministerie van Cultuur en beheerd door de Arts Council Norway. Het gaat niet om een gamefonds, maar om een fonds dat Noorse cultuur en de audiovisuele sector moet bevorderen. Games krijgt dus ook steun, maar het gaat om een erg kleine minderheid. Het volledige jaarbudget was in 2015 NOK 1.123 miljoen (€123,3 miljoen), waarvan slechts NOK 12 miljoen (€1,3 miljoen) besteed werd aan de restcategorie 'Post 74', waaronder o.a. historische games vallen.
- **Go Global Games:** In februari 2016 werd dit beloftevolle initiatief gelanceerd door het Ministerie van Cultuur, het Norwegian Film Institute en Innovation Norway, met als doel het aanboren van de internationale markt voor Noorse games en zo verkoop- en exportinkomsten van Noorse videogames te verhogen. Voorlopig zijn er geen resultaten bekend van het fonds.

Verder zijn er enkele sterk uitgebouwde regionale filmfondsen, die sinds kort ook steun verlenen aan videogames:

- **FUZZ:** Het Fuzz Midt Norge Fund, opgericht door het Stadsbestuur van Bergen, beheert FUZZ. FUZZ is een investeringsfonds dat renteloze leningen verschaft en wordt gevoed door privé-investeringen (80%) en subsidies van het Ministerie van Cultuur (20%). Tussen 2009 en 2015 verleende het fonds steun aan 9 videogames ter waarde van NOK 5.130 miljoen (€563,6 miljoen).
- **Film Kraft Fund:** is een vergelijkbaar fonds dat jaarlijks gefinancierd wordt door de Rogaland County Council en het Norsk filminstitutt (Ministerie van Cultuur). De nadruk ligt op producten met een commerciële focus. In juni 2016 fuseerde FUZZ met het Film Kraft fonds, tot het **Zefyr** fonds.
- **Film3:** een investeringsfonds gefinancierd door overheidssubsidies. Ook hier ligt de nadruk op producten met een commerciële focus, en enkel aanvragen van Noorse bedrijven komen in aanmerking (coproducties zijn toegestaan). Bij de ontwikkeling van interactieve audiovisuele producten (zoals games), ligt de nadruk op content

voor kinderen en adolescenten. Tot op heden verleende F3 echter nog maar één keer steun aan een game (twv. NOK 180 000 of €19.776).

The Research Council (bestaat intussen niet meer) richtte het belastingvoordeel **SkatteFUNN** op. Binnen dit schema worden belastingvoordelen geboden aan bedrijven die investeren in R&D binnen de Noorse industrie en bedrijfs wereld. Hoewel het schema zich niet specifiek richt op games, wordt het vaak toegepast binnen de sector. Het belastingvoordeel loopt op tot 20% (voor KMO's, 18% voor grote bedrijven) van de totale R&D projectkost, met een plafond van € 1 miljoen.

NAAM	BEREIK	MIDDELE N	GAME-FONDS
Norwegian Film Institute	Nationaal	Subsidies	●
Kulturrådet	Nationaal	Leningen	●
Nordic Game Program	Nationaal	Subsidies	●
Fuzz Midt Norge Fund	Regionaal	Leningen	●
Film Kraft Fund	Regionaal	Subsidies	●
Zefyr	Regionaal	Leningen en Subsidies	●
Innovation Norway	Nationaal	Leningen en Subsidies	●
Filminvest3	Regionaal	Investeringsfonds	●
Go Global Games	Nationaal		●

NETWERKVORMING EN CLUSTERS. Wat betreft steun aan netwerken, is er het **Centre for Creative Industries (BI:CCI)**, dat valt onder het Departement van Cultuur en Communicatie, uitgevoerd wordt door de BI Norwegian Business School en instaat voor het promoten van de Noorse creatieve industrieën. Dit doen ze d.m.v. onderzoek en cross-overs tussen onderwijs, studenten en de industrie. Verder ijveren ze voor meer zichtbaarheid van de creatieve industrieën in de media. Vanuit de industrie zijn er ook enkele netwerken voortgekomen die intussen sterk uitgebouwd zijn. **JoinGame** is een resourcenetwerk dat financiering krijgt van de Noorse Research Council. Ze verbinden mensen uit game-onderzoek, studenten, design en ontwikkeling en staan in voor het organiseren van tweejaarlijkse workshops met deelnemers zowel uit de industrie als uit de academische sector. Naast de workshops biedt het netwerk voornamelijk een digitaal platform waar relevante contacten gelegd kunnen worden. Verder richtten 3 gamestudio's het Hamar Game Collective op, een incubator met de gedeelde visie om een gezamenlijke werkplek te creëren waar ideeën, advies en kennis uitgewisseld kunnen worden.

LEADERSHIP. Overleg tussen beleid en industrie, net zoals tussen onderwijs en industrie is nog pril. Sinds 2015 is er een nieuwe beleidsraad voor de creatieve en culturele

industrieën die tweemaal per jaar bij elkaar komt en tot doel heeft om de globale concurrentiekracht van de Noorse creatieve industrieën te verhogen. Voor de gamesector zijn er 2 prominente leden uit de industrie opgenomen (Ministry of Culture, 2015). Verder zijn er 2 voornamelijk belangenverenigingen voor de game-industrie, **GameDev Norway** en **Produsentforeningen**. GameDev Norway werd in 2011 opgericht door de gilde van game-ontwikkelaars in Bergen, vanuit een gedeelde visie dat van elkaar leren zou zorgen voor een sterkere en snellere groei van de sector. GameDev heeft intussen 5 regionale aftakkingen en vertegenwoordigt Noorse game-ontwikkelaars in media en beleid. Ze organiseren workshops, conferenties, game jams en andere sociale evenementen met relevante industrieën. De Norwegian Film and TV Producers' Association (Produsentforeningen) werd opgericht in 1930 en fungeert zowel als sectorvereniging als vakbond. Naast deelname aan het maatschappelijk debat voor de sector, bieden ze seminaries en evenementen, alsook gratis juridisch advies.

4.2.9 Verenigd Koninkrijk

Omvang sector	Omzet: €4.870.000.000 in 2015 Aantal werknemers: 10.300 in 2015 Aantal bedrijven: 1.902 Groei (indien gekend): 7,4% stijging in omzet t.o.v. 2014. Jaarlijkse groei van 22% in aantal game bedrijven
Specifieke karakteristieken sector	Sterke regionale clustering (opleiding en industrie lopen gelijk) Productie van zowel award winning AAA-games (PC en console), als iOS mobile games 95% van gamebedrijven zijn KMO's
Specifieke karakteristieken beleid	Beleid focust niet enkel op financiering, maar ook op zakelijke begeleiding en ondersteuning van kennis en talentontwikkeling
Belangrijkste ondersteuning voor gamesector	UK Game Fund en Creative England
Belangenvereniging	BIMA UKie
Fiscale maatregelen	Video Games Tax Relief
Steun aan clusters	Pools van succes: Brighton; Cambridge; Cardiff; Guildford and Aldershot; Edinburgh; Dundee; Liverpool; London; Manchester; Oxford; Sheffield and Rotherham; Warwick and Stratford-upon-Avon
Onderwijsinstellingen met specifieke opleidingen	In 2014 boden 115 instellingen in het VK, 315 videogame-opleidingen aan.

MARKTOMVANG. Het Verenigd Koninkrijk is de tweede grootste videogamemarkt in Europa (na Duitsland) en de zesde grootste ter wereld (NewZoo, 2015), met een omzet van 3.830 miljoen dollar. Games als Wipeout, Grand Theft Auto en Tomb Raider werden in de UK ontwikkeld. In 2009 was de omzet van de gamesector voor het eerst groter dan van de UK-filmmarkt. In totaal zijn 7.000 mensen actief in de directe videogamesector. Langzaam maar is ook Noord-Ierland belangrijk geworden, vooral dan door de mobiele games.³ Het VK maakte een sterke groei door op relatief korte tijd. Negen op tien bedrijven

³ De belangrijkste spelers zijn Rebellion uit Oxford (Alien vs Predator, Harry Potter, Call of Duty, Medal of Honour.), Sumo Digital in Scheffield (FIFA, Sonic), Traveller's Tales in Cheshire (Lego Star Wars), Eurocom uit

begonnen hun activiteiten gedurende de jaren 2000 of 2010. Tussen 2011 en 2013 groeide het aantal bedrijven met 22% per jaar, wat vooral te verklaren is door de sterke groei van iOS-bedrijven. De sector UK kan opgedeeld worden tussen bedrijven bezig met mobiele games en bedrijven die zich focussen op de traditionele gaming platforms. Volgens NESTA is de economische activiteit van de sector geschat op een Gross value added van 1,72 miljard pond (Mateos-Garcia et al. 2014).

Game-industrieën zijn sterk geclusterd binnen bepaalde regio's en vooral een beperkt aantal grote steden. De helft van de bedrijven in de UK zijn gelokaliseerd in het Zuiden van Engeland en Londen. De game-industrie is ook sterker gecentraliseerd dan andere creatieve industrieën, al zijn de laatste jaren diverse bedrijven opgericht in het noorden. Het zijn ook regio's en steden waar andere creatieve industrieën sterk geclusterd zijn (reclame, mode, software, audiovisueel en film). Regio's met hogere breedbandtoegang hebben ook hogere activiteiten van game-ontwikkelaars. In Londen alleen al zijn 566 bedrijven actief. Het Londense **Playhubs** (non-profit organisatie) is een fysieke incubator voor cross-functionele game bedrijven. Naast een co-working ruimte met lage huur, worden er ook op regelmatige basis sociale evenementen, panels, presentaties, ed. gehouden.

FINANCIËLE STEUN. Het belangrijkste steunfonds is het **UK Games Fund** van het Departement voor Cultuur, Media en Sport. Het fonds wordt geleid door UK Games Talent en Finance CIC, een speciaal hiervoor opgerichte non-profit om de sector te helpen ontwikkelen. Het fonds legt een sterke focus op de beginfase van game-developmentbedrijven, wanneer er aan prototypes gewerkt wordt. Er worden meerdere types steun geboden: wedstrijden voor afgestudeerden en studenten, prototyping subsidies (kern) en occasionele ontwikkelingssubsidies. Het maximale steunbedrag is £25.000 indien het om prototyping gaat en £50.000 voor projecten die al verder staan, maar deze subsidie wordt veel minder verleend. De subsidie mag nooit meer dan 50% van de totaalcost van het project inhouden. Het fonds zal lopen gedurende 4 jaar, de eerste applicatieronde ging van start in november 2015. Totaalbudget van het fonds is £4 miljoen (€4,6 miljoen). Zelfstandigen komen niet in aanmerking voor steun.

Verder zijn er drie fondsen (nationaal en regionaal) onder beheer van Creative England:

- **Creative England's GamesLabs:** De regionale Games labs (in totaal 3) worden gefinancierd door het European Regional Development Fund, gesteund door het UK Regional Growth Fund en uitgevoerd door Creative England. Er zijn enkele kleine verschillen in aard van steun per lab, maar het gaat voornamelijk om subsidies en terugbetaling van aankoopkosten in hard- en software. GamesLab Campus werkt samen met PlayStation en investeert bijgevolg in game bedrijven die games ontwikkelen voor PlayStation®4 en PlayStation®Vita.⁴

Derby (Mortal Kombat, Duke Nukem), Evolution Studios in Cheshire (Motorstorm), the Creative Assembly in Sussex (Stormrise, Empire: Total War), Black Rock Studios uit Brighton (Split/Second, MotoGP), Bizarre Creations in Liverpool (Blur, Geometry Wars), Crytek UK in Nottingham (Star Wars: Battlefront), Rare in Leicestershire (Perfect Dark, Battletoads), Realtime Worlds (All Points Bulletin), Ruffian Games (Crackdown) en Rockstar North (GTA) in Schotland, Zoë Mode (Singstar), Rocksteady Studios (Arkham Asylum), Sports Interactive (Peggle) in Londen en ten slotte Lionhead (Black and White), Criterion (Black, Need for Speed), Codemasters (Colin McRae, DIRT) en Media Molecule (Little Big Planet) in Guildford.

⁴ Creative England schreef in mei 2015 een tender uit om de werking van GamesLab te evalueren. De studie zou afgerond zijn in september 2015, maar werd niet online gepubliceerd.

- **Creative England Games Development Fund:** met steun van het UK Government Department for Business, Innovation and Skills (financiering door hun Regional Growth Fund). Om de commerciële ontwikkeling en groei van de UK game-industrie (buiten Londen) te stimuleren worden investeringen gemaakt tussen £50.000 (€58.000) en £150.000 (€174.500) aan gamestudio's die hun groeipotentieel kunnen aantonen. Voor elke £1 die CE investeert, moeten zij ook £1 investeren. Steun is hier enkel toegankelijk voor bedrijven die minimaal 3 jaar bestaan en minimaal £100.000 (€116.000) omzet draaien.
- **Creative England Business Loan Fund:** richt zich enkel op het territorium 'greater London'. Het fonds verleent steun in de vorm van interestvrije leningen aan de creatieve industrie in zijn geheel, maar wel enkel voor 'digital' bedrijven. Terugbetaling gebeurt over een periode van 3 jaar. De lening mag maximaal 50% van de totale projectkosten dekken, de aanvrager moet zelf 50% kapitaal kunnen aantonen (match funding 50:50). Het eigen aandeel van de aanvrager mag persoonlijk kapitaal, omzet van het bedrijf, of financiering via andere kanalen zijn. Leningen kunnen van £50.000 tot £200.000 gaan per project en worden beveiligd d.m.v. obligatieleningen.

Verder is er ook het **BFI Film Fund**, die de interactie met filmpubliek wil verhogen, en daarom een klein deel financiering voorziet voor digitale- en cross-mediaprojecten. Hieronder kunnen dus ook games vallen, maar enkel als ze gericht zijn op het engageren van het filmpubliek (bv. door het incorporeren van karakters in games of animatie). Ten slotte is er de **Unreal Dev Grant**. De beurs werd opgericht door Epic Games (USA), maar richt zich op de internationale markt. Epic Games, die de development engine 'Unreal Engine 4' ontwikkelde, moedigt studio's aan om hun software te gebruiken d.m.v. hun Unreal Dev Grants-programma. De software wordt gratis ter beschikking gesteld. Wanneer een game gelanceerd wordt, betalen de makers 5% royalty fees na de eerste \$3.000 (€2.700) omzet (per product, per kwartaal). In sommige gevallen biedt Epic Games een beurs aan. De enige vereiste is dat het game ontwikkeld wordt met de UE4 software. Verder zijn er 'no strings attached': behoud van IP, vrije keuze in manier van uitgeven en de beurs mag besteed worden zonder enige beperking of verplichtingen naar Epic Games toe. Het gaat om een in totaal \$5.000.000 (€4,46 miljoen) ontwikkelingsfonds, waarbij beurzen van \$5.000 tot \$50.000 gaan.

In 2014 werd de **Video Games Tax Relief** (VGTR) opgericht, intussen één van de belangrijkste overheidsondersteuning in het VK. De game *tax relief* kwam er ook kort nadat er ondersteunende fiscale maatregelen in de film en tv-sector waren uitgewerkt (zie later). Bedrijven die in aanmerking komen en uitgaven doen in de Europese Economische Gemeenschap, kunnen tot 20% van de 'kernuitgaven' terugkrijgen (Henry 2016). Hierop wordt dieper ingegaan in de verticale casestudie.

NAAM	BEREIK	MIDDELEN	GAME-FONDS
UK Games Fund	Nationaal	Subsidies	●
Creative England's GamesLab	Regionaal	Subsidies	●
Creative England Games Development Fund	Nationaal	Investeringsfonds	●
Creative England Business Loan Fund	Regionaal	Leningen	●
BFI Film Fund	Nationaal	Subsidies	●
Unreal Dev Grant	Nationaal	Subsidies	●

START-UPS, ONDERNEMEN EN INVESTERINGEN AANTREKKEN. De Britse game-industrie kan ook rekenen op overheidssteun in de vorm van marketing. Zo is er de Britain is **GREAT Campagne**, een samenwerking tussen UK Trade & Investment (UKTI), het Ministerie voor Toerisme en het Ministerie voor Onderwijs. De 'GREAT' campagne is een internationale promotiecampagne dat de UK en al haar troeven naar voor brengt om mensen aan te moedigen om zaken te doen met, en te investeren in, de UK. De campagne richt zich op alle industrieën binnen de UK, maar tijdens de Olympische Spelen van 2012 in London, werd de UK Game-industrie in de schijnwerpers gezet (Lee, 2013). **All 4 Games** is een publishing kanaal en adviesbureau dat opgericht werd vanuit de industrie (Channel 4) en als doel heeft steun te bieden in elke fase van de game lifecycle (Kamen, 2015). All 4 games doet dit door pre-release, launch, en post-launch hulp te bieden. Het platform brengt zelf 5 à 6 games uit per jaar, en ondersteunt daarnaast bedrijven in het publiceren en promoten van hun game.

Wat betreft zakelijke begeleiding, zijn er meerdere initiatieven waar de sector kan aankloppen:

- **The Video Games Mentor Network** werd opgezet door UKie en Nesta, met als doel het adviseren van gamebedrijven. Het is een aftakking van Nesta's Creative Business Mentor Network, specifiek gericht op de gamesector. Bedrijven die geselecteerd worden binnen het programma krijgen één-op-één zakelijk advies in tien 2-uur durende sessies, gespreid over 1 jaar. Verder mogen ze gedurende 1 jaar deelnemen aan allerhande workshops, network events en masterclasses.
- **Nesta's Founders' Lodge:** is een tweedaagse cursus, georganiseerd door Nesta, dat zich focust op de missie, visie en het business model van bedrijven.
- **UK Trade & Investment Trade Missions:** organiseert naast evenementen op eigen bodem (bv.: *Digital Gaming - Internationalising UK Talent*), ook handelsmissies naar het buitenland om de UK Game Developers te promoten (naast

1 op 1 begeleiding, steunt UKTI deelnemende bedrijven ook £500 of €582 om reiskosten te dekken).

Voor het aantrekken van nieuw talent in de sector is er o.a. het **Transfuzer-programma** van het UK Game Fund. Het werd ontwikkeld om een platform te bieden voor jong creatief talent. Het is een talentprogramma, gefinancierd door de overheid, dat de pipeline jaarlijks wil aanvullen met getalenteerde afgestudeerde game-ontwikkelaars. De wedstrijd begeleidt teams door het ontwikkelingstraject van concept, naar prototyping en publishing. Het winnende team krijgt een kapitaalboost van £25.000 (€30.000) om het spel daadwerkelijk te ontwikkelen. Gelijkaardig is het **BAFTA National Young Games Designers Competition**: De focus van deze wedstrijd ligt op het verhogen van het bewustzijn over verschillende carrièremogelijkheden binnen de game-industrie, op jonge leeftijd (10-18 jaar). De wedstrijd is tweeledig en belooft de strafste game (game making award) en het strafste game concept (game concept award) met een trofee.

Dan is er ook de organisatie **Creative Skillset** en hun **Skills Investment Funds**, gesteund door het Departement voor Cultuur, Media en Sport, in samenwerking met de industrie. Creative Skillset investeert in het opleiden, trainen en onderhouden van vaardigheden in de creatieve industrieën (met een aparte tak voor gaming), om de groei en toekomst van de industrie te garanderen. De industrie investeerde zelf £16 miljoen (€18,5 miljoen) in het fonds, een investering die verdubbeld werd door de overheid tot £32 miljoen (€37 miljoen) (gespreid over 2 jaar). Het volledige fonds gaat naar opleidingen, *boot camps*, workshops, ed. om het talent binnen de industrie verder te voeden. Dan is er ook nog het **Video Games Ambassadors Scheme**, een aftakking van het STEM (Science, Technology, Engineering and Maths) Ambassador scheme, dat professionals uit de gamingindustrie aanmoedigt om als vrijwilliger jongeren te inspireren om een carrière in de sector na te streven. Het initiatief werd opgericht en wordt beheerd door UKie (zie verder).

ONDERWIJS EN ONDERZOEK. Het Serious Games Institute is een internationaal centrum voor toegepast onderzoek in serious games. Het faciliteert de groei van serious games en verbindt experts in de sector, door onderzoek en ontwikkeling van dergelijke producten, platformen en technologieën te steunen. Next Gen Skills streeft ernaar om ICT-vaardigheden (relevant voor de industrie) te bestuderen en beschrijven, alsook ze in te bedden in opleidingen over het gehele curriculum in het VK. De campagne promoot opleidingen in wiskunde, fysica, kunst- en computerwetenschappen om de groei van het VK haar digitale, creatieve en hi-tech industrieën te verzekeren. Ze werken samen met beleid, onderzoeks- en onderwijsinstellingen en associaties uit de industrie. De (overheidsgesteunde) Next Gen Skills Academy probeert diversiteit in de industrie te verhogen door jonge schoolverlaters workshops en stages aan te bieden om praktijkervaring op te doen.

LEADERSHIP. UKie (The Association for UK Interactive Entertainment) is de beroepsorganisatie die zich wijdt aan de steun, groei en promotie van de Britse games- en interactieve entertainmentindustrie. UKie zit mee rond de tafel om beleid te adviseren en steunt haar leden door het aanbieden van marktinformatie, business support en trainingen.

Naast UKie is er ook **BIMA**, de sectorvereniging van de Britse digitale industrie, die de sector vertegenwoordigt voor beleid en media. **TIGA** lobbyt vooral op politiek niveau.

4.2.10 Zweden

Omvang sector	Omzet: €930.000.000 in 2014 Aantal werknemers: 3.117 Aantal bedrijven: 213 Groei van 35% omzet in 2014 t.o.v 2013
Specifieke karakteristieken sector	5 grote regionale clusters, alsook 5 grote gamebedrijven Ingebedde gamecultuur
Specifieke karakteristieken beleid	Klemtoon op ondersteuning van randvoorwaarden zoals onderwijs, sociale zekerheid, onderzoek en innovatie
Belangrijkste ondersteuning voor gamesector	Geen
Belangenvereniging	Dataspelsbranschen Spelplan ASGD ANGI
Fiscale maatregelen	Geen
Steun aan clusters	Scandinavian Game Developers Business Incubator Sweden Game Arena Nordic Innovation House Stockholm Game Development Hub
Onderwijsinstellingen met specifieke opleidingen	Playground Squad The Game Assembly Futuregames Academy University of Skövde University of Uppsala

MARKTOMVANG. De Zweedse gamesector zit in de lift. Tussen 2006 en 2014 is de sector met 39% gegroeid. In 2014 steeg de omzet er met 35% tot een totaal van €930 miljoen. De meeste bedrijven draaien positieve balansen. De werkgelegenheid steeg met 23% in datzelfde jaar (583 extra fulltime krachten) waarvan 17% afkomstig van nieuw opgerichte bedrijven. De totale waarde van de sector wordt geschat op meer dan €2.75 miljard in 2015. In totaal werken 3.117 mensen in de sector. De helft daarvan werkt in de vijf grootste bedrijven, die ook 77% van de totale omzet innemen. De belangrijke clusters voor game-ontwikkeling zijn Stockholm en Malmö. 78% is daar werkzaam (Dataspelsbranschen, 2015). Andere belangrijke clusters zijn Uppsala, Göteborg en Skövde. De belangrijkste spelers zijn King, Mojang, Dice, Avalanche en Starbreeze, Massive en G5 Entertainment. Belangrijke titels uit Zweden zijn Battlefield 3, Minecraft, Amnesia: The Dark Descent, Star Wars: Battlefront en Candy Crush.⁵ Het succes van de Zweedse gamesector hangt samen met de goede culturele proximateit (cultuur verschilt niet danig van veel exporteerbare landen), het hoge aantal technisch hooggeschoolde werkkrachten en de ondernemingsgezindheid.

Zweden is naast videogame-ontwikkeling ook toonaangevend voor haar internationale **gamecultuur**. Het is de basis van Dreamhack, niet alleen de grootste LAN-party ter wereld, maar ook een belangrijk e-sport (competitief gamen) evenement. Dreamhack toernooien worden nu al tweemaandelijks gehouden met meer dan 20.000 deelnemers en

⁵ Minecraft bracht voor developer Mojang in 2012 230 miljoen dollar binnen (winstmarge van 39,30%). Het had daarmee een omzet die drie keer groter was dan de tweede grootste game developer in Zweden (Di, 2013). Meer dan 700 miljoen mensen spelen één van de twee Zweedse successen Minecraft of Candy Crush (Gaudiosi, 2015).

een prijzenpot die elk jaar aanzienlijk stijgt. Het Youtube-kanaal van de Zweed Felix Kjellberg (alias PewDiePie) die games becommentarieert, was het meest populaire Youtube-kanaal in 2013. Vandaag heeft de man meer dan 47 miljoen volgers (goed voor 12 miljoen dollar aan inkomsten in 2015) (US News, 2015). Een ander initiatief is Geek Girl Meetup dat in 2008 in Zweden werd opgericht en ondertussen ook bestaat in o.a. Denemarken, Honduras en de UK. Het is een bijeenkomst gericht op meisjes geïnteresseerd in programmeren, web en gaming en wil stereotypen doorbreken en nieuwe rolmodellen in de verf zetten. Democreativity ten slotte, is een Zweedse campagne gericht op het inspireren van game-ontwikkelaars (waar ook ter wereld) om in te gaan tegen stereotypen tijdens gaming (Girlgeekmeetup, 2016). Jaarlijks worden ook de Swedish Game Awards georganiseerd (sinds 2002). Het project wordt getrokken door Excitera, een vereniging van studenten binnen het Royal Institute of Technology. De overheid financierde ook samen met de koepelorganisaties onderzoek naar stereotypering in videogames, en wil een label uitwerken voor seksistische videogames (The Guardian, 2014). Het voorstel kreeg wereldwijd veel aandacht en vormt tot vandaag inzet van scherpe discussies. Bovendien was de Zweedse game-industrie, in samenwerking met onderzoeksbureau Praxikon, eveneens de stuwende kracht achter het nieuwe Diversi project dat zich eveneens inzet voor diversiteit in games.

FINANCIËLE STEUN. Zweden kan niet rekenen op fiscale voordelen voor game-ontwikkelaars en het belastingsysteem zorgt ervoor dat Zweedse bedrijven internationaal niet kunnen concurreren met andere landen voor gunstige tarieven. Omgekeerd levert het gratis onderwijs en uitgebouwde sociale zekerheid wel een belangrijke aantrekkingspool voor talent op. Ondanks vraag van de sector, is de strategie van de overheid er één waar ze bewust niet investeert via leningen of subsidies in game-ontwikkeling (of in één andere specifieke sector wat dat betreft). Wel investeert ze in diverse maatregelen die de randvoorwaarden verbeteren voor ondernemen en werken in de game-industrie. Onderwijs is er één van, incubatoren en clusters, onderzoek en ontwikkeling, innovatie (breder dan enkel gaming) en makkelijkere immigratieprocedures zijn een aantal ervan. In 1990 investeerde de overheid in een steunprogramma dat elk kind toegang moest geven tot een computer in huis, wat deels het grote aantal computer-savvy geschoold personeel verklaart, alsook penetratie van consoles en het aantal gamers in Zweden. Dezelfde ambities werden voor breedband gemaakt, waardoor nagenoeg elk gezin en elke school tegen 2000 over breedband beschikte in Zweden (in oktober 2013, 99% van alle huishoudens en bedrijven) (PTS, 2014).

Tot 2015 bestond er het **Nordic Game Fund**, een koepel die in totaal 112 projecten door de jaren heen heeft gesteund in Denemarken, Zweden, IJsland en Noorwegen. Financiering kwam vooral uit de sector zelf. Zweden toont dat overheidssteun cruciaal blijft, maar niet sectorspecifiek hoeft te zijn en dat marktontwikkeling niet afhankelijk is van goedkopere investeringen in games en bedrijven.

START-UPS, ONDERNEMEN EN INVESTERINGEN AANTREKKEN. **Swedish Game Arena** is een incubator en cluster die toegang biedt tot infrastructuur, werkplekken en faciliteiten gesteund door Skövde stad, het Gothia Science Park en de Universiteit van Skövde. De cluster brengt mensen samen binnen digital games, entertainment, onderwijs en opleidingsinitiatieven. Onder de noemer Sweden Game Arena wil het geheel van start-ups en bedrijven zich internationaal profileren en activiteiten en investeerders naar zich

toetrekken. De hub organiseert ook de **Sweden Game Conference**. De incubator biedt studio's aan uitgerust met hardware en software, kantoren, toegang tot coaches en expertise, toegang tot zaai kapitaal en financiering, internationale verkoop en marketing, juridische informatie, netwerking, opleiding en zakelijke ondersteuning. Ze verlenen bijstand bij het verhuizen, oprichten van bedrijven of aanwerven van mankracht (swedengamearena.com). Stugan is een 'accelerator'-programma waarbij 15 teams van 23 game-ontwikkelaars uit 10 landen samen gezet worden in een hut in Zweden gedurende acht weken. Het project wordt door succesvolle ontwikkelaars zelf gesteund, die zichzelf ook als coach verbinden aan het project. In tegenstelling tot vele van de grote internationale accelerators, behouden deelnemers ook alle eigendom op intellectuele rechten. Vinnova, het innovatie-agentschap van de Zweedse overheid financiert mee.

Het Ministerie van Buitenlandse Zaken lanceerde ook het digitaal platform **Showcase Sweden** dat beheerd wordt door **Kreativ Sektor**, de overkoepelende sectororganisatie van de creatieve industrieën in Zweden. Het is een digitale collectie van de meest indrukwekkende producten en bedrijven uit de Zweedse creatieve sector. Het initiatief verleent geen financiële steun, maar is een marketingkanaal naar de buitenwereld toe.

ONDERWIJS EN ONDERZOEK. De belangrijkste **opleidingen** bevinden zich binnen de 'higher vocational' opleidingen, waar praktijk centraal staat. **Playground Squad** (in Falun), biedt specifieke, zeer toegewijde opleidingen aan, waar stage en *learning-by-doing* de basis vormen en nauw aansluiting gezocht wordt met de praktijk, met studenten die ook meewerken aan game-ontwikkeling. Opleidingen duren 2 jaar met stages van 6 maand; **The Game Assembly in Malmö** (gelijkaardige opleidingen van 2,5 jaar waarvan 1/3^e door te brengen op een werkplek), **Futuregames Academy** in Stockholm (90 weken opleiding), de **University of Skövde** en **University of Uppsala**. **Interactive Institute Swedish ICT** is een onderzoeksinstituut opgericht in 1998 door de Swedish Foundation for Strategic Research (SSF), dat zich specifiek toelegt op gebruikerservaring. Het centrum bestudeert interactie, gamedesign, visualisering, gebruikersgedrag, geluid, games en entertainment. Het onderzoekscentrum produceert zelf ook diensten en producten en geeft advies aan bedrijven en publieke organisaties. Het instituut is in handen van Swedish ICT, een consortium van verschillende onderzoeksinstituten bezig met ICT-onderzoek en ontwikkeling. Swedish ICT valt op zijn beurt onder RISE (**Research Institutes of Sweden**), wat onder de overhead ressorteert (gelijkaardig met iMinds). Het Interactive Institute heeft 62 werknemers in 6 steden. 37% van de financiering komt van de industrie, 32% van de Zweedse overheid, 32% uit nationale projectfinanciering, 7% uit de internationale industrie en 7% uit EU-projecten.

LEADERSHIP. Er vindt regelmatig overleg plaats tussen de koepelorganisaties en het onderwijs. **Dataspelsbranschen** (Swedish Games Industry) is het uithangbord van de industrie en doet monitoring over de sector. **Spelplan ASGD** overkoepelt de ontwikkelaars en producenten, **ANGI** is de belangenvereniging voor de uitgevers en distributeurs.

4.3 VERTICALE VERGELIJKING VAN INTERNATIONALE CASES

Dit deel gaat dieper in op het gamebeleid in landen die kunnen gelden als *best practice*. Daarbij worden een aantal relevante incentives meer diepgaand geanalyseerd. Er wordt getracht een evenwicht te vinden naargelang het type ondersteuning en geografische en contextuele spreiding. Volgende aspecten komen in de analyse aan bod:

- Specifieke doelstellingen van het overheidsincentive;
- Concrete werking en randvoorwaarden van het incentive;
- De waargenomen en/of verwachte impact op de sector;
- De vergelijkbaarheid met de Vlaamse case
- De toepasbaarheid/haalbaarheid in een Vlaamse context.

5 initiatieven worden hieronder dieper belicht:

- Video Game Tax Relief (Verenigd Koninkrijk)
- TEKES-fonds (Finland)
- Canadees regionaal gamebeleid (Canada)
- Topsectorenbeleid (Nederland)
- Democreativity (Zweden)

4.3.1 Video Game tax relief (Verenigd Koninkrijk)

CONTEXT & OMSCHRIJVING VAN DE MAATREGEL

Het Video Game Tax Relief voorstel voorziet belastingvoordelen aan bedrijven door enerzijds vermindering aan te bieden bij de **berekening van de belastbare winsten**, en anderzijds **terugbetalingen aan te bieden als het bedrijf verlies heeft gemaakt** (Creative Industries Statistics, 2015). Hierdoor wordt een aantrekkelijk belastingklimaat gecreëerd waarbij de potentiële winst hoger ligt en een deel van de mogelijke risico's mee gedragen wordt door de overheid. Hoewel de vereiste stelt dat enkel games die cultureel Brits zijn in aanmerking komen, voorziet de culturele test die de games moeten doorstaan voldoende ruimte voor een brede waaier aan games. Deze **culturele test** vormt dan ook de belangrijkste sluis in het VGTR systeem (Video games companies to begin claiming tax relief, 2014).

SPECIFIEKE BEPALINGEN VOOR ONDERSTEUNING

Om aanspraak te kunnen maken op de VGTR dient de videogame te voldoen aan verschillende voorwaarden:

- De videogame moet Brits zijn, bedoeld voor levering. 50% van de productie of post-productie dient plaats te vinden in het VK en 25% van de kernuitgaven moet besteed worden aan goederen en diensten binnen de Europese Economische Ruimte.
- Enkel de kernuitgaven komen in aanmerking voor de Tax Relief. Dit zijn de kosten verbonden aan design, productie en het testen van de game.
- De game dient, om in aanmerking te kunnen komen voor Tax Relief, voldoende te scoren op de Cultural Test, een instrument dat eerder ingevoerd werd voor de steunmaatregelen aan de filmindustrie. Hiervoor dient de game een score van

minstens 16 op een totaal van 31 punten te behalen op de vragen (zie tabel hieronder). Het British Film Institute evalueert de score op de culturele test.

Indien het game-bedrijf voldoet aan de vereisten van de test, kan het bedrijf aan de hand van de kost voor de productie van de game in aanmerking komen voor de belastingvoordelen onder het VGTR-programma. Indien de game het bedrijf winst heeft opgebracht kan zo een bijkomende vermindering van het belastbaar inkomen worden bekomen. Deze vermindering, net als alle voordelen die de VGTR inhoudt, is echter enkel van toepassing op de kernuitgaven van de game. Indien de berekening van de omzet van het bedrijf een verlies inhoudt, kan een deel hiervan gerecupereerd worden onder de vorm van een Tax Credit, een rechtstreeks uitbetaalde uitkering aan het bedrijf. Hierdoor kunnen bedrijven een deel van het risico verlichten dat gepaard gaat met het produceren van nieuwe games die niet gekoppeld zijn aan bestaande properties, reeksen of beproefde genres. Zo kunnen bedrijven 25% van de ingebrachte verliezen recupereren aan de hand van een rechtstreeks uitbetaalde vergoeding. De tabel hieronder toont de criteria die in aanmerking komen voor de culturele test.

	Section A – Cultural content	
A1	Set in the UK or an EEA state or (Up to 3 points will be awarded for set in an undetermined location)	Up to 4 Points
A2	Lead characters British or EEA citizens or residents (or characters from an undetermined location)	Up to 4 Points
A3	Video game based on British subject matter or relates to an EEA state or underlying material	4 points
A4	Original dialogue recorded mainly in English language or one of six UK indigenous languages	Up to 4 Points
	Section B – Cultural contribution	
B	Video game represents/reflects British creativity, British heritage or diversity	Up to 4 Points
	Section C – Cultural hubs	
C1	At least 50% of the conceptual development or storyboarding or programming or design takes place in the UK	2 points
C2	At least 50% of the music recording or audio production or voice recording takes place in the UK	1 point
	Section D – Personnel	
D1	1 of the 3 lead project leaders is an EEA citizen or resident	1 point
D2	1 of the 3 lead scriptwriters is an EEA citizen or resident	1 point
D3	1 of the 3 lead composers is an EEA citizen or resident	1 point
D4	1 of the 3 lead artists is an EEA citizen or resident	1 point
D5	1 of the 3 lead programmers is an EEA citizen or resident	1 point
D6	1 of the 3 lead designers is an EEA citizen or resident	1 point
D7	At least 1 of the 7 key HoDs is an EEA citizen or resident	1 point
D8	At least 50% of the development team are EEA citizens or residents	1 point
Total		31 points

Culturele test criteria (British Film Institute)

IMPACT VAN DE MAATREGEL

Na signalen van dalende werkgelegenheid en slinkende investeringen in de Britse game-industrie gedurende de periode 2008-2011, staat de Britse game-sector momenteel op een sterke positie. Hoewel de Zweedse game-industrie momenteel beschouwd wordt als het gedoodverfde centrum voor game-ontwikkeling in Europa, voorziet een survey binnen de volgende 5 jaar een **inhaalbeweging voor de Britse game-industrie**. Verwacht wordt dat de recente invoer van de VGTR de huidige groei van de industrie verder zal ondersteunen.

Sinds haar invoer in 2014 heeft de VGTR maar liefst **140 aanvragen** uitbetaald, goed voor **£417 miljoen** aan uitgaven (€485 miljoen). De totale steun die hieraan werd toegekend omvat **£45.9 miljoen** (€53,3 miljoen). De Britse Association for UK Interactive Entertainment is overtuigd van de bijdrage die de VGTR levert aan de competitiviteit van de Britse sector, die de sector in staat stelt *“to create jobs across the country, take creative risks, and it opens up more routes to financing.”* (Twist, 2016).

WENSELIJKHEID EN REALISEERBAARHEID VOOR VLAAMS BELEID

Hoewel de schaal van de Britse belastingvoordelen de mogelijkheden van de Belgische context overstijgt, wordt de invoer van dergelijke maatregelen binnen de industrie unaniem positief gekaderd. FLEGA, de belangenbehartiger van de Vlaamse game-industrie, pleit al enige tijd voor de uitbreiding van de Belgische belastingvoordelen in de vorm van een Tax Shelter. Een pleidooi dat nu ook overgenomen wordt door het recent opgerichte FABgames dat de belangen behartigt van de gamesector op nationaal niveau. Begin 2016 kondigde de overheid een uitbreiding van de belastingvoordelen aan, waaronder Tax Shelter, de invoer van sociale stimuli met inbegrip van lagere loonkosten voor innovatieve start-ups, en fiscale incentives voor projecten die gebruik maken van crowdfunding, en digitale investeringen. FLEGA ijvert hieromtrent voor de toepassing van deze maatregelen op game-bedrijven, met inbegrip van niet enkel start-ups maar ook de bestaande spelers. De huidige populariteit van kickstarter-projecten en het inmiddels tweemaalige kickstarter succesverhaal van Vlaamse ontwikkelaar Larian Studio, getuigt van de waarde van dergelijke financieringsmodellen. Bovendien is het zaak in te zetten op de opgebouwde kennis en ervaring van Larian Studio's om een gunstig klimaat te creëren waarin gelijkaardige projecten de mogelijkheid krijgen financiering te vinden.

Het Britse systeem dat bedrijven toelaat een deel van de opgelopen verliezen te verlichten d.m.v. een rechtstreeks uitbetaalde vergoeding (de tax credit), kan tevens het stimuleren van een innovatieve en minder conservatieve game-industrie in de hand werken. Door het creëren van een financiële buffer waarbij het risico van het medium wordt opgevangen door belastingvoordelen, houdt het produceren van innovatieve games een lager financieel risico in. Gezien deze maatregel echter nog niet in voege is in het Belgische belastingsysteem houdt dit wel een grotere investering in qua infrastructuur in vergelijking met de Tax Shelter-maatregel waar momenteel veel vraag naar is, en welke al bestaat voor de filmsector.

4.3.2 TEKES (Finland)

CONTEXT EN HISTORIEK

Het Ministerie van Tewerkstelling en Economie zette in 2012 de werkgroep 'ICT 2015' op om een strategie voor te bereiden die de impact van veranderingen in de ICT-industrie moest opvangen en tegelijkertijd de sector moest hervormen en de competitiviteit ervan verhogen (21 paths towards a frictionless Finland, 2013). Maatregelen die hierin specifiek werden voorgesteld voor de game-industrie waren zowel de beschikbaarheid verhogen als de kwaliteit van opleidingen voor de game-industrie te verbeteren. Ook het implementeren van pilootprojecten om gamification te stimuleren en vormen van game interfaces in andere industrieën en de publieke sector te integreren, stonden op het programma (Salminen, & Lamminmäki, p. 57). De werkgroep ging in samenwerking met koepelorganisatie Neogames over tot acties zoals profilering en overleg met relevante onderwijsinstellingen in Finland en het stimuleren van kennisoverdracht vanuit de game-industrie naar andere sectoren, bv. via het **Skene - Games Refueled programma**, maar ook andere initiatieven zoals Games for Health Finland, waar de focus specifiek op het ontwikkelen van games ligt voor de gezondheidssector.

De steun van de overheid aan de Finse gamesector kent een lange geschiedenis. Sinds 2000 is Tekes, dat later het hierboven vernoemde Skene-programma zou opzetten, het belangrijkste publieke financieringsorgaan voor onderzoek en innovatie. Het kent jaarlijks financiële steun toe aan de Finse gamesector (Korhonen, 2012). Bovendien heeft de Finse overheid de gaming-industrie duidelijk geïdentificeerd als een groeiende sector met groot potentieel, dit mogelijk in navolging van het verlies van het economisch vlaggenschip Nokia, dat opgekocht werd door Microsoft. Er wordt dan ook strategisch ingezet op het behouden van internationale ICT-bedrijven waaronder game-uitgever Electronic Arts.

OMSCHRIJVING VAN DE MAATREGEL

Skene vormde het eerste programma van het Tekes-fonds dat zich specifiek richt op de Finse gamesector. Hoewel Tekes al lange tijd steun voorziet voor de game-industrie, was het uitgangspunt van Skene hoofdzakelijk het accelereren van Finse game-bedrijven met klemtoon op de ondersteuning van start-ups. De 28 miljoen euro die hiervoor beschikbaar gesteld werd, is niet louter bedoeld voor game-ontwikkelaars maar richt zich ook op de ontwikkeling van de bredere game-industrie. Ook gevestigde bedrijven en onderzoekscentra kunnen aanspraak maken op de fondsen. Toch valt op dat ongeveer 70% van alle Tekes fondsen gebruikt worden voor KMO's. Hiermee hoopt de Finse overheid de lokale game-industrie te katapulteren tot hot-spot van game-ontwikkeling. Het Skene project is van geringe duur, maar beoogde wel langdurige en blijvende gevolgen voor de industrie, d.m.v. een korte injectie van gerichte steun. Dit verklaart ook de flexibele inhoud van het programma. Zo bood Skene zowel beurzen en leningen aan voor bedrijven als steun voor onderzoek, en kon de financiering voor het project schommelen van 10.000 tot meer dan 1 miljoen euro. Gewoonlijk geldt dat Tekes ongeveer 50% van de projectkosten voor haar rekening neemt.

Er werd ook aandacht besteed aan het leggen van relaties en contacten tussen de verschillende spelers in de industrie, met de bedoeling via deze weg relaties uit te bouwen die niet enkel een meerwaarde kunnen bieden, maar ook innovatieve projecten kunnen voortbrengen. Hiervoor kon het beroep doen op het netwerk van Team Finland, een

koepelorganisatie die mikt op de promotie en verspreiding van Finse bedrijven op de internationale markt en alle publiek gefinancierde organisaties van Finland verbindt.

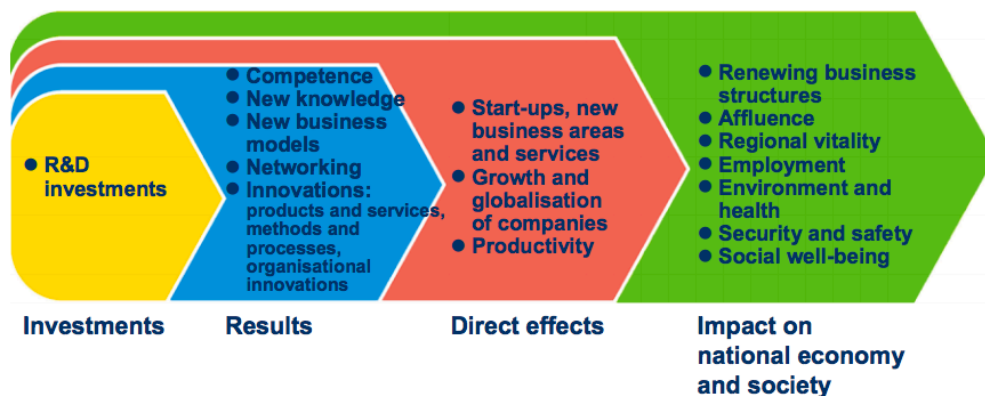
SPECIFIEKE BEPALINGEN VOOR ONDERSTEUNING

Volgende criteria worden meegenomen voor toekenning van steun vanuit Tekes:

- Jonge start-ups, gevestigde bedrijven, en onderzoeksinstituten kunnen aanspraak maken op de publieke financiering.
- Het project moet al private financiering vergaard hebben. De Tekes-steun dient er deels toe om het risico van investering in jonge bedrijven in hun incubatiefase te minimaliseren door dit deels te dragen met publieke gelden. Bovendien beoogt het hierdoor een antwoord te bieden op de terughoudendheid van private financierders om te investeren in game-projecten.
- Grotere, gevestigde bedrijven (meer dan 500 werknemers) kunnen op Tekes-steun rekenen mits de projecten die ze voorstellen een duidelijke impact hebben op derden, of indien het bedrijf zichzelf tracht te vernieuwen om haar positie in het globaal waardenetwerk te veranderen. Hiermee beoogt Tekes vruchtbare samenwerking te creëren tussen de verschillende spelers. Grote bedrijven gebruiken een som gelijkwaardig aan de Tekes-steun die ze ontvingen om onderzoek aan te kopen bij publieke onderzoeksorganisaties en het uitbesteden van taken aan KMO's.
- Ook onderzoeksinstituten kunnen steun krijgen. Het onderzoeksproject moet wel een duidelijke impact op de bedrijfswereld kunnen voorleggen, of in samenwerking met bedrijven worden uitgevoerd. Tekes wil hier de commercialisering van onderzoeksresultaten faciliteren. Ook bij de steunverlening aan onderzoeksorganisaties toont zich een duidelijke nadruk op het tot stand brengen van samenwerkingsverbanden tussen verschillende actoren binnen de industrie.

IMPACT VAN DE MAATREGEL

Om de impact van de maatregelen in te schatten ontwikkelde Tekes zelf een impact-evaluatiemodel. Het heeft tot doel om project per project de impact na te gaan op bedrijven, specifieke sectoren en industrieën, clusters en netwerken. Hierbij wordt niet enkel gekeken naar de directe resultaten van de investering,, maar wordt in belangrijke mate ook aandacht besteed aan de bredere socio-economische impact van de investering (zie figuur hieronder).



Kader voor monitoring en impactanalyse (Bron: Tekes)

Het laatste luik is hierbij cruciaal voor de steun die de organisatie biedt aan projecten. Tekes hoopt immers met ieder gesteund project en ieder programma een zo groot mogelijke impact te genereren op lange termijn. Duurzaamheid is dan ook een cruciaal begrip binnen de Tekes-steun. De volgende 4 impactniveaus worden nader bekeken tijdens het evaluatieproces. Hierbij wordt steeds rekening gehouden met de **toegevoegde waarde** die de Tekes steun het project verschaft (Hyvärinen, 2015, OECD, 2008):

Input	Hier wordt nagegaan in hoeverre de publieke financiering van het project via Tekes-steun de private financiering verhoogt . Daarnaast heeft Tekes tot doel om bij wijze van financiering haar klanten aan te sporen om meer te investeren in R&D (OECD, 2008). Evaluatierapporten benadrukken dat Tekes hierin slaagt. De publieke financiering die Tekes aanbiedt blijkt namelijk niet voor een vermindering van private investeringen te zorgen, maar blijkt deze te vergroten.
Bedrijven	Een volgend niveau peilt naar de mate waarin investering in R&D-projecten het gedrag van het bedrijf stuurt. Dit kan de vorm aannemen van nieuwe methoden die door het bedrijf gehanteerd worden, samenwerkingsverbanden die als gevolg van de investering ontstaan zijn, en netwerkmogelijkheden. Daarnaast wordt ook nagegaan in hoeverre de financiering die Tekes aanbiedt geslaagd is in haar opzet om bedrijven aan te zetten meer en vaker te investeren in ambitieuzere R&D-projecten.
output	Het derde niveau van de neemt de output van het bedrijf onder de loep, en of de financiering vanwege Tekes een invloed heeft op de bedrijfsprestaties van de begunstigden. Dit kan de vorm aannemen van verhoogde publicaties, patenten, licenties, of nieuwe producten, diensten en processen.
Socio-economische impact	Investeringen kunnen een verhoging teweegbrengen in het menselijk kapitaal van de begunstigde bedrijven, wat op zijn beurt positieve gevolgen kan hebben voor economische groei op lange termijn. Daarnaast wordt nagegaan hoe nieuwe inzichten of bedrijfsmodellen verspreid worden over en een impact hebben op de bredere samenleving. Dit laatste vormt een belangrijke motivatie voor de financiering die Tekes aanbiedt. De bedoeling is namelijk om via de publieke financiering van de organisatie bedrijven aan te stimuleren in de ontwikkeling van nieuwe producten, diensten, processen en methoden die de competitiviteit en groei van de plaatselijke economie kunnen aanscherpen, en antwoorden kunnen bieden op maatschappelijke vraagstukken.

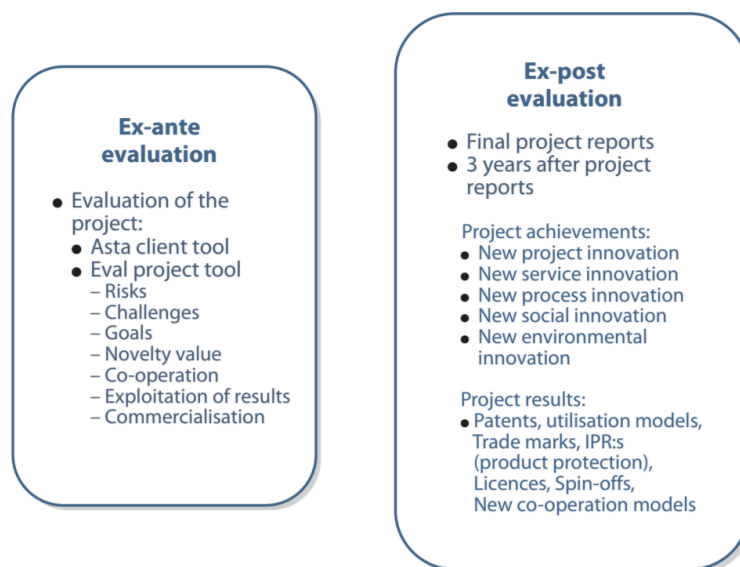
WENSELIJKHEID EN REALISEERBAARHEID VOOR VLAAMS BELEID

Het Finse financieringsmodel is **stabiel**. Tekes voorziet jaarlijks steun aan de game-industrie, en richt zich niet enkel tot game-ontwikkelaars maar op een diverse groep spelers. Tekes werkt bovendien samen met **Team Finland**, een organisatie gericht op het promoten van Finland en openen van mogelijkheden voor Finse bedrijven op de

internationale markt. Om dit te realiseren vormt Team Finland een netwerk van alle publiek gefinancierde bedrijven over verschillende sectoren. Zo'n netwerk, waarbij eveneens aandacht wordt besteed aan het promoten van Vlaamse of Belgische games in het buitenland, gelijkaardig aan de werking van Flanders Image, kan een belangrijke stimulans bieden voor de game-industrie. Bovendien biedt een koepel als Team Finland een platform voor communicatie en samenwerking tussen de verschillende publiek gefinancierde organisaties, waardoor game-bedrijven optimaal steun kunnen krijgen.

Daarnaast is de steun die Tekes biedt in belangrijke mate gebaseerd op het aanmoedigen van **zelfstandigheid** bij de begunstigde bedrijven. Zo heeft de organisatie niet simpelweg tot doel bedrijven te ondersteunen in de ontwikkeling en uitvoer van projecten, maar hoopt Tekes d.m.v. een financiële prik bedrijven aan te zetten meer te investeren in risicovollere maar innovatieve projecten.

De Finse impactstudies zijn in het bijzonder leerrijk voor de Vlaamse context. Daarnaast is ook het **evaluatiemodel** dat door Tekes gehanteerd wordt voor individuele projecten nuttig. Een eerste ex-ante evaluatie beoordeelt projecten op individuele basis aan de hand van vragen naar de impact van financiering, mogelijke innovaties die uit het project kunnen voortvloeien, het kapitaal van het bedrijf in kwestie (economisch, sociaal en menselijk), en de indirecte impact die het project kan hebben. Van zodra het project steun krijgt wordt een **monitoring** uitgevoerd. Hoe grondig ieder project gevolgd wordt tijdens deze fase is afhankelijk van een risico-categorisering die tijdens de ex-ante evaluatie wordt toegewezen. Projecten met hoger risico krijgen hierdoor prioriteit. De monitoring van het project houdt hoofdzakelijk het inkijken van tussentijdse rapporten in waar de begunstigde Tekes van voorziet, en boekhoudkundige overzichten. De figuur vat het systeem samen:



Evaluatiekader Tekes: methoden en impact (Bron: Hyrvänen, 2015)

Tenslotte wordt ook een ex-post evaluatie uitgevoerd. Hierbij wordt 3 jaar na afloop van het project een laatste verslag naar Tekes gestuurd. Hierdoor kan de organisatie nagaan welke innovaties op het gebied van nieuwe projecten, diensten, of processen het project verwezenlijkt heeft (Hyvärinen, 2015). Hierdoor verkrijgt Tekes een duidelijk beeld van de effecten die de steunmechanismen op langere termijn gehad hebben voor het bedrijf.

4.3.3 Topsectorenbeleid (Nederland)

OMSCHRIJVING VAN DE MAATREGEL

Het Nederlandse topsectorenbeleid werd in 2012 ingezet en heeft tot doel de Nederlandse kenniseconomie te stimuleren met oog op de EU-2020 strategie. Hiervoor werden 9 verschillende topsectoren geïdentificeerd, meer bepaald: Chemie, Creatieve Industrie, Energie, High Tech Systemen en Materialen, Life Sciences & Health, Agro & Food, Logistiek, Tuinbouw en Uitgangsmaterialen, en Water. De keuze voor de topsectoren werd ingegeven door 4 factoren. De sectoren hebben een **hoge kennisintensiteit**, zijn **exportgeoriënteerd**, hebben vooral **specifieke wet- en regelgevingen**, en kunnen een belangrijke **bijdrage** leveren **aan het oplossen van maatschappelijke vraagstukken**. De nadruk die hierbij gelegd wordt op **Applied Gaming** –de toepassing van game-elementen in andere sectoren zoals de zorg, onderwijs, en defensie– hoeft dan ook niet te verbazen (Growing Games: Applied gaming in Nederland, serious business, 2013). Aan de hand van dit beleid streeft de Nederlandse overheid ernaar de publieke investeringen in de industrieën efficiënter in te zetten.

Kenmerkend voor het topsectorenbeleid is de bottom-up aanpak. De overheid voorziet de betreffende sector, bestaande uit professionals en onderzoekers, een podium om een agenda op te stellen. Dit vanuit de optiek dat de sector zelf het best weet welke kansen aangegrepen kunnen worden en waar mogelijke hindernissen liggen. Vanuit de agendapunten die de sectoren zelf aanreiken kan de overheid vervolgens antwoord bieden aan de hand van randvoorwaarden die het concurrentievermogen van de Nederlandse economie kunnen verhogen. Er wordt ook een duidelijke nadruk gelegd op samenwerkingsverbanden, zowel tussen actoren binnen eenzelfde sector, als tussen verschillende industrieën en overheden. Opvallend echter is dat, ondanks de bottom-up aanpak, de invloed van de overheid op de game-industrie eerder negatief gepercipieerd wordt door professionals. In reactie op de vraag indien de overheid een positieve invloed heeft op de sector, gaat slechts 18% van de respondenten akkoord. Voor 44% van de ondervraagden is het antwoord neutraal; nog eens 39% schat de invloed negatief in (Games Monitor, 2015).

SPECIFIEKE BEPALINGEN VOOR ONDERSTEUNING

Voor de creatieve industrie voorziet de overheid een budget van €250.000 voor de oprichting van de **Dutch Creative Industries Council** (D-CIC). Deze organisatie overziet de ontwikkeling van de creatieve industrie als topsector. De agenda ervan is bepaald op basis van overleg tussen overheid en sector. Daarnaast vormt ze een aanspreekpunt voor de overheid en andere sectoren. De oprichting van het D-CIC kwam er op vraag van de industrie zelf. Voor haar oprichting in 2012 ontbrak de creatieve industrie immers aan een strategisch orgaan dat in naam van de gehele sector in dialoog kon treden met de overheid.

Om verder in te zetten op publiek-private samenwerkingen met kennisinstellingen werd daarnaast ook een topconsortium kennis en innovatie (TKI) opgericht voor iedere topsector. Deze consortia hebben tot doel innovatieve producten en diensten te ontwikkelen binnen elke topsector. Voor de creatieve industrie werd dit het kennis- en innovatienetwerk **CLICKNL**. Samen met de **Dutch Games Association**, de

sectororganisatie van de Nederlandse game-ontwikkelaars, zorgen beide organisaties voor de uitbouw van een krachtiger netwerk en het verspreiden van kennis onder de verschillende betrokken actoren (www.dutchgamesassociation.nl, www.click.nl).

Verder maakte de overheid in 2012 €1 miljoen vrij voor onderzoek binnen het budget van onafhankelijke onderzoeksorganisatie TNO. Datzelfde jaar zou TNO de 'Creative Challenge Weeks' organiseren, waarin teams van bedrijven bij elkaar gebracht worden om gedurende een week antwoorden te ontwikkelen op maatschappelijke vraagstukken.

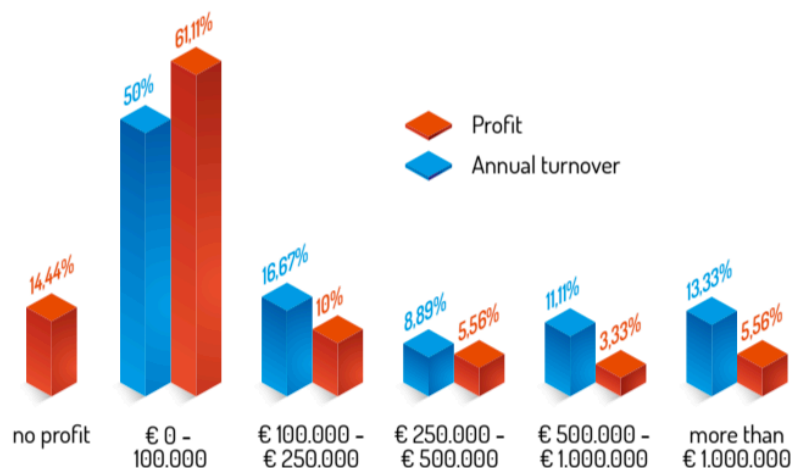
Verder gaf de overheid ook de aanzet tot het oprichten van het Fonds voor de Creatieve Industrie. Dat verdere samenwerking tussen de overheid, private ondernemingen en particulieren wil stimuleren. Dit fonds heeft bovendien ook tot doel de aantrekkelijkheid van de Nederlandse creatieve industrie op internationaal niveau te vergroten. Hiervoor werd jaarlijks een budget van €11,4 miljoen voorzien. Voorstellen voor projecten met een zichtbare maatschappelijke meerwaarde kunnen door het Topteam Creatieve Industrie, dat bestaat uit leidende figuren uit de creatieve sector, worden ingediend.

Bovendien verbindt de overheid er zich via het topsectorenbeleid toe om kennis en informatie betreffende steunmaatregelen zoals het MKB+ Innovatiefonds duidelijker te verspreiden binnen de creatieve industrie (Naar de top - Het bedrijvenbeleid in actie(s), 2012).

Ook worden de decentrale overheden aangespoord om een duidelijke invulling te geven aan het topsectorenbeleid. Concreet vertaalt zich dit voor de game-industrie, waar Amsterdam inzet op Metrocampus en Eindhoven Brainport verder ontwikkelt, in regionale labs en incubators als Dutch Game Garden voor de regio Utrecht. Zo zal de stad meewerken aan evenementen als de Nederlandse Gamedagen en Game in the City om de Nederlandse game-industrie verder te steunen en te promoten (Naar de top - Het bedrijvenbeleid in actie(s), 2012, p. 37).

IMPACT VAN DE MAATREGEL

De impact van het Nederlandse topsectorenbeleid op de gamesector is voorlopig **onduidelijk**. Hoewel ingezet wordt op de verdere uitbouw van incubatoren, welke duidelijke voordelen vertonen voor de industrie, wordt recent **merkbaar negatiever gerapporteerd** over de Nederlandse gamesector. De Nederlandse sector blijkt weinig groei te kennen. Waar de Finse game-industrie de laatste jaren aanzienlijk in omzet gegroeid, was dit bij de Nederlandse sector niet het geval. De omzet van de Nederlandse game-industrie wordt geraamd op €150-225 miljoen. Het aantal gamebedrijven is wel zichtbaar gestegen, maar de overgrote meerderheid van de industrie bestaat uit kleine eenmansbedrijfjes met een erg lage winstmarge. Meer dan de helft van de bedrijven in Nederland heeft een omzet van minder dan €100.000, en 15% van de bedrijven maakt verlies.



Jaarlijkse omzet en winst van Nederlandse gamebedrijven (Bron: Games Monitor – The Netherlands 2015)

Een mogelijke verklaring voor de negatieve perceptie van de sector kan gezocht worden in de nadruk die hoofdzakelijk gelegd wordt op *applied games*. De Games Monitor 2015 rapporteert namelijk dat de nadruk van het topsectorenbeleid op de applied games sector ligt en dat de hoofdmoot van onderzoek in applied games gevoerd wordt (Games Monitor, 2015). Hierdoor krijgt de entertainment games sector minder toegang tot financiële steun van de overheid. Ook het uitblijven van een sterke organisatie die in dialoog kan treden met de overheid, wordt geïdentificeerd als een pijnpunt in het Games Monitor rapport, ondanks de oprichting van het Topteam Creatieve Industrie en de Dutch Creative Industries Council. Hoewel het topsectorenbeleid interessante steunmaatregelen voorziet voor de creatieve industrie, blijft de entertainment gamesector grotendeels in de kou staan (Games Monitor, 2015).

WENSELIJKHEID EN REALISEERBAARHEID VOOR VLAAMS BELEID

De Nederlandse case voorziet een boeiend voorbeeld van een *bottom-up* strategie waarbij de sector wordt aangesproken om een belangrijke rol en verantwoordelijkheid op te nemen in het uitwerken van agendapunten voor beleid. Hierdoor kan de overheid doelgericht inspelen op de noden van de industrie, en wordt meteen een kanaal geopend waarlangs de verschillende stakeholders met elkaar kunnen communiceren. Het is dan ook zaak dat de overheid hierin toenadering zoekt en gebaseerd op de Nederlandse case een gericht beleidsplan uitwerkt waarbij gehoor wordt gegeven aan niet enkel de noden maar ook de opportuniteiten die de Belgische industrie identificeert. Knelpunt in Nederland bleek de grote nadruk die gelegd wordt op Applied Games, ten nadele van steunmaatregelen die geboden worden aan de Nederlandse entertainment gamesector. Enerzijds wijst dit op het belang van enige sturing, tegelijkertijd toont het dat deze sturing nooit als beperkend mag worden opgevat naar andere bedrijven in de sector toe.

Ook de game-incubator Dutch Game Garden, een deels door de overheid gefinancierde cluster die verschillende gamebedrijfjes kantoorruimte biedt, kan leerrijk zijn voor de Belgische industrie. De Dutch Game Garden organiseert en neemt deel aan verschillende evenementen, waaronder lezingen, workshops en game jams. Deze projecten betrekken o.a. jongeren bij de game-industrie gedurende jamsessies waarbij ze op coaching kunnen

rekenen van professionals zoals de Make a Game Day. DGG richt zich bovendien zowel op initiaties voor het breder publiek als professionalisering d.m.v. het verspreiden van kennis betreffende design als het opstellen een businessplan voor studenten gedurende het jaarlijkse Summer Game Dev. Ook promoot het de industrie zowel in binnenland als internationaal d.m.v. het Indigo project. Een interactieve showcase van een selectie aan games gecreëerd door Nederlandse game-ontwikkelaars. Deze showcase is jaarlijks te bezoeken en wordt ook in een meer bescheiden vorm uitgevoerd op speciale events zoals de Games Developer Conference in San Francisco of Gamescom in Keulen (www.dutchgamegarden.nl).

4.3.4 Regionaal gamebeleid (Canada)

CONTEXT EN HISTORIEK

De Canadese game-industrie bevindt zich in een sterke positie. Een rapport van Nordicity (2015) wijst op de stabiliteit en het vertrouwen van de sector, met slechts 8% van de respondenten die een krimpende omzet voorziet de volgende 2 jaar. De Canadese industrie is sterk gebonden aan regionale clusters, waaronder British Columbia, Ontario, en Québec. British Columbia kent veruit de langste geschiedenis, met commerciële successen zo vroeg als de jaren '80. Provinciale taksmaatregelen vormen een aanzienlijke bron van inkomsten voor Canadese game-bedrijven. Zo zijn deze programma's goed voor maar liefst 11% van de inkomsten. Dit is een groot verschil met nationale steunmaatregelen, welke geraamd worden op 2% van de totale inkomsten van game-bedrijven (Nordicity, 2015). Deze belastingvoordelen voor de Canadese game-industrie kennen bovendien een langere geschiedenis. Sinds 1997 kent Québec al steunmaatregelen gericht op het ondersteunen en stimuleren van de groeiende gamesector. Dit zorgt niet enkel voor stabiliteit in de steunmaatregelen die voorzien worden, maar werkt ook uitnodigend voor investeerders en bedrijven om zich te vestigen in Canada.

OMSCHRIJVING VAN DE MAATREGELEN

Ontario

Hoewel Ontario beschouwd wordt als één van de sterkste mediaclusters in Noord-Amerika, stond haar game-industrie lange tijd in de schaduw van Vancouver en Montréal. In 2003 ontwikkelde de gemeenteraad van Toronto een tienjarenplan om de stad een culturele renaissance te geven. Vooral de grote hoeveelheid aan kleine bedrijven werd gezien als hindernis voor de ontwikkeling van de game-industrie in Toronto. In 2008 bleek 90% van de bedrijven minder dan 30 werknemers te huizen, en was er slechts één bedrijf met meer dan 100 werkrachten. Dit schaalprobleem bleek ook uit de statistieken op nationaal niveau, waarbij 40% van alle Canadese game-bedrijven in Toronto gevestigd was, hoewel slechts 16% van de werknemers in de industrie in Ontario aan de slag gingen. De aanwezigheid en het aantrekken van kleine start-ups wordt dan wel gezien als een belangrijke factor voor de groei van de industrie, maar brengt ook instabiliteit met zich mee. In 2008 identificeerde men verschillende werkpunten waar betrokken actoren aan konden werken om de game-industrie tegen 2012 naar een hoger niveau te brengen.⁶ Het

⁶ Interessante werkpunten die in het rapport worden aangehaald zijn o.a. het belang van publieke financiering, private financiering, clusters, de aanwezigheid van een incubator en het opzetten van samenwerkingen tussen verschillende industrieën. Het rapport duidt ook op het belang van financiering in de eerste fases van ontwikkeling, waarbij ontwikkelaars een werkend prototype produceren. Deze zijn belangrijk voor het aantrekken en opwekken van interesse bij uitgevers.

rapport onderlijnde het belang van het organisch laten groeien van lokale gamebedrijven. Toch wordt ook belang gehecht aan het aantrekken van multinationale uitgevers om binnen de grenzen een studio te openen. Op kortere termijn is dit voordelig door schaalvergroting, de instroom van kapitaal, en de legitimiteit die de aanwezigheid van een grote internationale speler de plaatselijke industrie kan bieden. Dit kan er bovendien voor zorgen dat de industrie sneller een kritieke massa bereikt, en de aanwezigheid van een grote speler kan op langere termijn de groei van andere bedrijven stimuleren (Secor, 2008, p. 13; Financial Post, 2012). Het is waarschijnlijk dat de provincie vanuit deze optiek multinational Ubisoft aansprak voor de oprichting van een studio in Toronto in 2009. De overheid verbond zich ertoe om in ruil hiervoor maar liefst \$263 miljoen (€178 miljoen) over een periode van 10 jaar in het bedrijf te investeren. Op zijn beurt zou Ubisoft zelf meer dan \$500 miljoen (€338,3 miljoen) in de uitbouw van de studio investeren, en zouden een 800-tal jobs gecreëerd worden. Hiermee hoopte Ontario het succes en de positieve invloed van de aanwezigheid van Ubisoft op de creatieve sector van Montréal binnen de eigen grenzen te herhalen. Om de creatie van jobs te waarborgen behoudt de overheid zich het recht toe jaarlijks de financiële rapporten van de Ubisoft studio in Toronto in te kijken (The Globe and Mail, 2009). De studio produceerde in de daaropvolgende jaren games uit de Ubisoft reeksen *Splinter Cell*, *Far Cry*, en *Assassin's Creed*.

Een uitbreiding van het bestaande Tax Credit systeem werd onder de aandacht gebracht. Inmiddels is de Tax Credit opgetrokken van 30% naar 40%, en werd de beperking tot bedrijven met een omzet kleiner dan \$20 miljoen (€13,5 miljoen) geschrapt. Ook duidde het rapport op de mogelijkheden van een certificaat voor de Tax Credit dat game-ontwikkelaars zekerheid zou kunnen verschaffen over het te verwachten bedrag. Dit zou dan als onderpand gebruikt kunnen worden voor het aanvragen van leningen, waardoor ontwikkelaars makkelijker aan financiële middelen kunnen raken (Secor, 2008).

Montréal

Montréal's gamecluster ontstond in de vroege jaren '90 en is sterk getekend door de nadruk op de Franse taal die er door de overheid van Québec wordt gelegd. Het is dan ook niet verwonderlijk dat ook Montréal het Franse gamebedrijf Ubisoft wist aan te trekken, hoewel dit heel wat voeten in de aarde had. Zo werd de komst van Ubisoft gesubsidieerd door zowel de federale als regionale overheid. In totaal kon Ubisoft rekenen op een tegemoetkoming van \$25.000 (€17.000) per werkracht per jaar, en dit gedurende een periode van 5 jaar. Hiervan werd \$15.000 (€10.000) gedekt door de regionale en \$10.000 (€7.000) door de federale overheid. De subsidie, bij haar ontstaan een voorstel van lobbyist Sylvain Vaugeois, veroorzaakte enige controverse bij andere bedrijven. Uiteindelijk werd de steunmaatregel, die om en bij 50% van de loonkosten van Ubisofts werkrachten dekte teruggeschroefd naar de huidige 37,5% (LaPresse, 2007). De subsidiëring van Ubisoft betekende echter het begin van de steunmaatregelen die Québec multimediabedrijven zou bieden. De komst van multinational Ubisoft zorgde er ook voor dat de multimedia-industrie van Québec zichzelf sterker ging organiseren om hun interesses te verdedigen bij de overheden. Organisaties als het Centre d'Expertise er de Services Application Multimédia (CESAM) en de Association des producteurs en multimédia du Québec (APMQ) waren hier het product van (Tremblay & Rousseau, 2005; Alliance Numérique). In 2004 bood Ubisoft een job aan 700 van de 1200 werknemers in de game-industrie van Québec. Hiermee was het een van de grootste dochterondernemingen van de Franse multinational. Het aantrekken van de gamefirma zorgde ervoor dat de

game-industrie van Québec op de kaart werd gezet. Ook in het buitenland verhoogde de komst van Ubisoft het profiel van Québecs gamesector (Tremblay & Rousseau, 2005).

De groei van getalenteerde werkkrachten in Montréal bleek ook belangrijk voor het aantrekken van Electronic Arts, een andere multinational binnen de game-industrie, en nieuwe investeringen in de vorm van overnames van kleinere bedrijven (Contrasts in Clustering, p. 221).

Nadat de steunmaatregelen die Québec aanbood aan gamebedrijven onder druk kwamen te staan en verminderd werden in 2014, werden de maatregelen na hevig protest van de sector terug verhoogd. Een maximum werd echter wel toegevoegd. Het nieuwe maximum aan arbeidskosten dat in aanmerking kan komen voor de steunmaatregel, is tegenwoordig vastgelegd op \$100.000 (€67.500) per werknemer, per jaar. Hierdoor kan een bedrijf maximum \$37.500 (€25.000) van de loonkosten van een werknemer terugkrijgen, en dit indien het een Franstalig multimediacomplex project betreft.

Categories and rates further to the amendments

	Base tax credit (depending on the qualified labour expenditure)	Plus: Premium for French (if applicable)
Category 1		
Multimedia title intended to be commercialized that is not a vocational training title	30.00%	7.50%
Category 2		
Other multimedia title, including a vocational training title	26.25%	—

Budget 2015-2016 (Bron: Ministère des Finances du Québec, 2015)

British Columbia

De game-industrie van Vancouver schoot al snel uit de startblokken door de overname van het lokale bedrijf Distinctive Software door Amerikaanse game-gigant Electronic Arts. EA gebruikte hierop de vestiging in Vancouver voor productontwikkeling. In 2007 bood de game-industrie van Vancouver nog werk aan 52% van de Canadese videogame professionals. In 2012 was dit aantal echter al gedaald tot 28%, terwijl de industrie in Québec groeide tot 53%. De lagere belastingvoordelen van de regio zetten gamebedrijven aan groenere oorden op te zoeken in Ontario of Québec. Zo zou de plaatselijke vestiging van Rockstar Games naar Ontario getrokken zijn en schrapten Capcom Vancouver en Microsoft respectievelijk 20 en 35 jobs. Ook de Electronic Arts vestiging, het grootste game-bedrijf in Vancouver, bouwde systematisch af (Financial Post, 2012).

De British Columbia Interactive Digital Media Tax Credit (IDMTC) laat bedrijven namelijk toe 17.5% te recupereren van de loonkosten die vallen onder het huidige belastingjaar met betrekking tot de productie van interactieve digitale mediaproducten. Deze worden breed gedefinieerd als producten die interactief gebruikt worden en bestaan uit een combinatie van applicatiebestanden en databestanden in een digitaal format. Om in aanmerking te komen dienen deze producten in hoofdzaak bedoeld te zijn voor het onderwijzen,

informereren of entertainen van de gebruiker. Hiermee ligt het belastingvoordeel dat British Columbia biedt merkbaar lager dan in de twee concurrerende regio's.

Volgende tabel geeft een overzicht van de verschillende maatregelen per provincie.

TAKSMAATREGEL	KENMERKEN
BC Interactive Digital Media Tax Credit (British Columbia)	Vrijstelling voor 17,5% van de uitgaven die in aanmerking komen. Kan niet gecumuleerd worden met andere taksmaatregelen
Québec Production of Multimedia Titles Tax Credit (Québec)	Categorie 1: IP-generating producenten bedoeld voor commerciële exploitatie: 30% van het werk dat in aanmerking komt (+ 7,5% voor Franstalige bedrijven) Categorie 2: alle andere producten: 26,25% van het werk dat in aanmerking komt. Gespecialiseerde bedrijven (bedrijven met 75% van de activiteiten in categorie 1) kunnen tot 30% op jaarbasis claimen van arbeidskosten
Ontario Interactive Digital Media Tax Credit (Ontario)	40% van uitgaven in arbeid en tot €100.000 van de marketing en distributie-uitgaven voor games van bedrijven die in aanmerking komen 35% van uitgaven in arbeid voor bedrijven die 'specified products' ontwikkelen 35% van uitgaven in werk voor gespecialiseerde digitale bedrijven voor de ontwikkeling van digitale games

Elke taksmaatregel verschilt ietwat in wie in aanmerking komt en welk type van de uitgaven effectief gesteund wordt, maar algemeen gezien geldt dat de taksmaatregelen gelden voor de bredere 'interactieve digitale media-industrie'. Alleen in Ontario is er een specifieke opdeling gemaakt voor gespecialiseerde 'digital game'-bedrijven (Nordicity, 2013).

IMPACT VAN DE MAATREGEL

De regionale steunmaatregelen aangeboden in Canada vormen een aanzienlijk deel van het productiebudget van de gamebedrijven. Overigens blijkt duidelijk dat de belastingvoordelen in de verschillende regio's cruciaal zijn voor de competitiviteit van de lokale sector, en dit niet enkel op internationaal, maar ook nationaal vlak. In hun vergelijking van de verschillende clusters in Canada leggen Britton, Tremblay en Smith de vinger op de voordelen die het aantrekken van grote multinationale gamebedrijven kunnen bieden voor de lokale sector. Niet alleen stimuleren dergelijke grote firma's de grootte van de arbeidsmarkt in de plaatselijke game-industrie, ze voorzien ook in talentontwikkeling voor arbeidskrachten uit de regio. Daarnaast zorgen deze firma's eveneens voor stabiele jobs in een anders volatiele sector, stellen Britton, Tremblay en Smith (2009).

Volgens CMF is de impact van de videogame-industrie op de Canadese economie \$1,7 miljard (€1,15 miljard). ESA benadrukt echter wel dat de taksvoordelen geen zaligmakende oplossing zijn *"You can have a jurisdiction that has really good tax credits, but without the other pieces of the puzzle -- without the talent and the other conditions that make it a*

good place to do business -- you're not going to be able to attract investors. It is not a simple 'tax credits equal video games' situation." (ESA, 2010). Daarenboven geeft niet elke regio takscredieten, waardoor er een drain ontstaat tussen de regio's; bedrijven trokken bijvoorbeeld weg uit Vancouver richting Ontario en Québec (mede door de hoge huurprijzen van gebouwen).

Bedrijven gaven aan dat de taksvoordelen vooral een impact hebben op **het aantal projecten** waar ze mogelijk zich op kunnen toeleggen; in tweede instantie op het **behoud van werknemers**, en in derde en vierde instantie op **inkomsten en winsten** en op **zichtbaarheid van de sector**. De maatregelen hebben volgens gamebedrijven minder impact op de internationale marketing en verkoop en inkomsten uit nieuwe distributieplatformen. Belangrijkste factoren voor groei zijn volgens bevroagde bedrijven: overheidssteun, de beschikbaarheid van goed personeel, kwaliteit van hoger onderwijs en opleidingsprogramma's.

In een peiling naar de **effectiviteit** van de overheidsmaatregelen ter ondersteuning van de videogame-industrie, kwamen enkele belangrijke aspecten naar voor (Nordicity, 2013). Bedrijven hebben het meest steun nodig voor R&D en HR (arbeidskosten). De overheidssteun droeg hiervoor ook het meeste bij. De overheid droeg minder bij tot maatregelen die helpen in aspecten zoals rekrutering van buitenlandse arbeidskrachten en migratie. De sector gaf de taksvoordelen aan als één van de sterktes van de industrie en dat de voortzetting van deze steun beslissend zal zijn voor de verdere groei van de sector. Sommigen gaven aan dat de taksmaatregelen niet genoeg mee aangepast worden aan de veranderende noden en structuur van de industrie. De maatregelen in Québec bijvoorbeeld, waren gebonden aan specifieke functies en vaardigheden die misschien niet langer overeenstemmen met de eigenlijke job en samenstelling van teams in de sector.

Een studie van KPMG uit 2013 peilde naar de economische aantrekkelijkheid van 14 leidende landen voor digitale media. Canada stond op de eerste plaats door de laagste taksen op digitale ontwikkelingen en - toepassingen, vooral door de taksmaatregelen en andere ondersteuning voor de digitale media-industrie en videogamesector.

Het risico van de maatregel is het voortdurende risico van een uitstroom van talent naar andere Canadese regio's, doordat de financiële regimes in de verschillende regio's vooral ook met elkaar concurreren. Het is dan niet verwonderlijk dat de dreiging van een dergelijke braindrain naar het buitenland en andere fiscaal voordelige regio's binnen Canada een belangrijke kaart is die door de industrie wordt uitgespeeld om te pleiten voor het behoud van belastingvoordelen (Lien, 2014). De grote competitiviteit onder de verschillende regio's brengt belangrijke, negatievere gevolgen met zich mee. De verschillende regio's staan onder grote druk om elkaar te overtroeven in fiscale voordelen in een poging het verlies van belangrijke spelers en talentvolle werknemers te vermijden. Daarbovenop toont de case in Vancouver eveneens de perverse effecten van een beleid dat te zwak is om efficiënt te concurreren, maar desondanks een financiële aderlating vormt.

WENSELIJKHEID EN REALISEERBAARHEID VOOR VLAAMS BELEID

Het eerder genoemde Secor-rapport voor het stimuleren van de game-industrie van Ontario bevat een bron aan lessen voor de Vlaamse industrie. Een belangrijk punt waarop in het rapport de aandacht gevestigd wordt is de creatie van een centrale schakel voor de communicatie tussen overheid en industrie. Een duidelijk aanspreekpunt voor de industrie binnen de overheid, zoals voorgesteld in het Secor rapport, kan eveneens nuttig blijken voor het verspreiden van kennis betreffende steunmechanismen en het in contact brengen van de industrie met private financiering.

Wel moet gewezen worden op de lange geschiedenis die de Canadese belastingvoorwaarden kennen. Dit straalt immers stabiliteit en zekerheid uit naar potentiële investeerders om voor producties in Canada te kiezen. Hierdoor weet Canada, ondanks de aanwezigheid van voordeligere maar prille steunmaatregelen in het buitenland, nog steeds investeerders meer aan te trekken. De Belgische overheid kan een voorbeeld nemen aan het Canadese succesverhaal door in te spelen op de vraag van de game-industrie om het Tax Shelter-systeem toe te passen op videogames. Niet alleen kan de Belgische industrie op deze wijze internationale studio's en uitgevers aantrekken voor het opzetten van een vestiging in België, maar kan eveneens geteerd worden op het succesverhaal en de gevestigde waarde van het Tax Shelter programma in de filmindustrie. Het koppelen van een heldere campagne die ook gericht is op internationale spelers aan de implementatie van de Tax Shelter op games is hiervoor cruciaal.

4.3.5 Democrativity (Zweden)

CONTEXT EN HISTORIEK

Democreativity (www.democreativity.se) is een digitaal platform aangeboden door de Zweedse overheid in samenwerking met de diensten **Swedish institute**, **Visit Sweden**, en **Business Sweden**. Het kadert binnen een breder initiatief dat de creatie van een sterke Zweedse identiteit en nationale cultuur dient te bestendigen en uit te dragen naar de buitenwereld (Christensen, 2016). Dat de Zweedse overheid hiervoor nieuwe media omarmt is niet nieuw. Aan de hand van het eerdere **Curators of Sweden**-project ijverde de Zweedse overheid voor een inclusief en democratisch gelaat te verspreiden door iedere week een nieuwe Zweedse burger 7 dagen lang toegang te verschaffen tot de officiële Zweedse Twitter-account. Hierdoor kreeg de burger een platform waarlangs men als interim-ambassadeur de wereld kan toespreken (Christensen, 2016). Het gaming-gerelateerd luik van Democreativity liep van maart 2013 tot januari 2014, waarna de tweede incarnatie van Democreativity zich richtte op de mode-industrie en sharewear.

Een ander initiatief uit 2007 was de oprichting van een virtuele ambassade in Second Life door de Swedish Institute, de overheidsorganisatie die in hoofdzaak het verspreiden van de Zweedse brand behartigt. Hiermee trachtte Zweden zich te profileren als technologisch progressief land en haar internationale zichtbaarheid te vergroten. De ambassade, die eveneens bevolkt werd door de avatars van Zweedse ambtenaren, kon rekenen op heel wat aandacht van traditionele media. Na twee jaar en slinkende media-aandacht werd de virtuele ambassade niet langer bemand.

De nadruk op een **duidelijk zichtbaar merk en herkenbare identiteit** is typisch is voor de Zweedse case. Zo ziet de overheid bewust af van financiële steun en draagt de industrie op zelf een voortrekkersrol in het opzetten van projecten zoals **Diversi**, hetgeen

streeft naar meer diversiteit en inclusiviteit in games. Om het Zweedse merk te versterken, en de **uitstraling van Zweden als een technologisch progressief en democratisch land** naar buiten toe te vergroten, wordt gemigreerd tussen initiatieven, projecten en media. Interessant blijkt dan ook dat hoewel het Democreativity project net als de virtuele ambassade leeg en verlaten achterblijft, het eerder vernoemde Diversi project, dat door de Zweedse gaming-industrie in samenwerking met onderzoeksbureau Praxikon werd opgezet, de fakkel overneemt.

OMSCHRIJVING VAN DE MAATREGEL

Het Democreativity-platform streefde ernaar als inspiratiebron en katalysator te dienen voor nieuwe innoverende games, en dit niet enkel met oog op de Zweedse grenzen maar ook de wereld daarbuiten. Om dit doel te bereiken wortelde het project zich in het **kernwoord democratie**. Openheid voor nieuwe ideeën en een inclusieve houding worden hierbij vooropgesteld en uitgedragen als kernpunten van de Zweedse levensstijl. Democratie werd binnen het Democreativity project immers niet enkel gedefinieerd als zijnde vrijheid van expressie, maar ook impressie, waarbij dit laatste de waarden van openheid en inclusiviteit volledig omvat. De keuze om het initiatief toe te spitsen op het medium gaming is niet toevallig: games worden geïdentificeerd als **belangrijkste Zweedse cultureel exportproduct**.

Daarnaast richtte het project zich zowel op ontwikkelaars als op de **brede spelerscommunity**. Via het platform kan eenieder suggesties aanleveren voor personages, locaties en winscenario's. Deze werden vervolgens enerzijds voor iedereen toegankelijk gemaakt op de website aan de hand van een database met upvote systeem, en anderzijds herwerkt tot een beknopte brief met commentaar van een adviesraad, opgemaakt uit zowel mannelijke als vrouwelijke videogame professionals. Deze brief kan door bezoekers geraadpleegd worden op de Democreativity website, en werd doorgestuurd naar de Universiteit van Skövde waar het deel uitmaakte van het Game-design curriculum. Daarnaast wordt eveneens het productieproces van het medium, waarbij tijdens testfasen vaak de bredere spelersgemeenschap betrokken wordt voor het uittesten van de game, aangehaald als belangrijke factor voor de keuze voor games (VisitSweden, 2014).

SPECIFIEKE BEPALINGEN VOOR ONDERSTEUNING

Er wordt vooral gestreefd naar innoverende, coöperatieve games met diversiteit aan locaties en personages. Het democratisch en inclusief karakter van het project is hierdoor onderhevig aan dezelfde kritieken als het Curators of Sweden initiatief, dat onder haar ogenschijnlijk progressief en open karakter toch enkele duidelijke restricties inhoudt (Christensen, 2016). De publicatie van een door Democreativity geïnspireerde game vergt dat de game duidelijke banden vertoont met de Democreativity brief, een door de adviesraad verwerkte lijst van alle ontvangen suggesties op de Democreativity website. Gezien er weinig duidelijkheid is over de verwerking van de verschillende suggesties tot de finale brief, is het moeilijk na te gaan hoe objectief dit verwerkingsproces precies is. Daarnaast is de eerder vermelde vereiste een belangrijke restrictie op de openheid die Democreativity promoot. De innovativiteit van de door het project opgeleverde projecten is hierdoor sterk geketend aan de waarden die Democreativity in haar Brief vooropstelt.

IMPACT VAN DE MAATREGEL

Volgens de eigen website werd Democreativity opgepikt door media, ministers, conferenties, universiteiten en opinieleiders, en bereikte het 147 miljoen mensen. Daarnaast ontving de database meer dan 500 suggesties uit 126 landen. De games die het project heeft voortgebracht zijn echter beperkt. Slechts 4 games zagen het daglicht, waarvan 1 nooit volledig werd afgewerkt en niet beschikbaar is via de website. Het is daarom zaak de vraag te stellen in hoeverre het initiatief vooral een positieve impact heeft gehad op de Zweedse *brand*, en in hoeverre het blijvende gevolgen heeft voortgebracht voor de gaming-industrie.

Hoewel de Zweedse overheid hier bewust niet in voorziet, is duidelijk dat de Zweedse game-industrie pleit voor concretere interventies en steunmaatregelen voor de game-industrie. Toegang tot financieel en menselijk kapitaal wordt door de industrie nog steeds geïdentificeerd als pijnpunt voor de toekomst van de Zweedse gamesector, die sterke concurrentie ervaart van de VS, het VK, Canada, en Finland. Deze landen bieden namelijk een gunstig financieel klimaat voor start-ups en game-bedrijven (Dataspelbranschen, 2015, p. 25).

Het vaandel van diversiteit en inclusiviteit in games werd sinds januari 2015 overgenomen door de koepelorganisatie **Diversi** (www.diversi.nu). Deze organisatie werd opgericht door de Zweedse game-industrie en onderzoekscentrum Praxikon, met financiering van Zwedens agentschap voor innovatie Vinnova. Via haar netwerk van zowel de industrie, het onderwijs, als de community streeft Diversi ernaar diversiteit te promoten en innovatieve games voort te brengen.

Het Democreativity project van de Zweedse overheid houdt een **minimale financiële investering** in, maar biedt gunstige samenwerkingsperspectieven voor onderwijs, industrie en de bredere spelersgemeenschap. Belangrijk blijft echter oog te houden voor de verwezenlijking van langdurige positieve gevolgen voor de industrie. Waar de Zweedse overheid migreert tussen media en initiatieven met als grootste objectief het vergroten van de zichtbaarheid van de Zweedse *brand*, kan een dergelijk initiatief met inbegrip van het opbouwen van langdurige samenwerkingen tussen de verschillende actoren vruchtbaar zijn voor de Vlaamse context.

WENSELIJKHEID EN REALISEERBAARHEID VOOR VLAAMS BELEID

De realiseerbaarheid ervan voor de Belgische context, is hoog. Het Democreativity-platform wordt grotendeels gedragen door de gebruikers. De inbreng vanwege de organisatie zelf is op zich minimaal. De suggesties en ideeën voor nieuwe games worden ingestuurd door gebruikers. Het zijn bovendien ook de gebruikers die de discussies betreffende specifieke suggesties op de website verder voeren. Hierin wordt niet gemodereerd door de organisatie zelf. Deze speelt echter wel een actieve rol bij de verwerking van de ontvangen suggesties in de Democreativity Brief. Deze wordt opgesteld en voorzien van citaten door de advisory board die voor het Democreativity project wordt samengesteld.

Toch dient aandacht te worden besteed aan blijvende effecten. De aandacht voor duurzaamheid binnen Democreativity eerder laag. Samenwerkingsverbanden met onderwijsinstellingen werden gelegd, maar blijven onvoldoende benut. De beperkte duurtijd van het initiatief moet in deze in overweging worden genomen. Net als de stichting van Zwedens virtuele ambassade in Second Life, die uit gebruik raakte van zodra de aandacht van traditionele media verzwakte, is Democreativity eerder een kort marketingproject dat zich na een klein jaar ontpopte tot een volgende iteratie die zich stortte op de mode-industrie (Bengtsson, 2011; Sharewear, n.d.). Hoewel Democreativity duidelijke banden vormde met onderwijsprogramma's voor game-development aan de Universiteit van Skövde, was ook deze samenwerking eenmalig en van korte duur. De Vlaamse overheid doet er goed aan een gelijkaardige campagne op duurzame wijze te laten wortelen in samenwerkingsverbanden met game-opleidingen, zodat op jaarlijkse basis thema's worden aangereikt aan game-studenten die innovatieve en creatieve game-projecten kunnen ontwikkelen binnen hun opleiding. Hiervoor kan een voorbeeld worden genomen aan de werking van de wetenschapswinkel (www.wetenschapswinkel.be), waar een samenwerking wordt gecreëerd tussen verschillende actoren betrokken bij wetenschappelijk onderzoek. Op deze wijze kan een Belgische invulling van het Democreativity project game-studenten, professionals, uitgevers, en eventuele derde partijen die een verdere uitwerking zoeken van een game-concept met elkaar kunnen brengen om innovatieve games te produceren en blijvende samenwerkingsverbanden te laten ontkiemen.

4.4 CONCLUSIES

Uit de landenvergelijking zijn meerdere gelijkenissen te halen. Enkele van de belangrijkste buitenlandse tendensen worden hieronder kort opgelijst.

VISIE VOOR DE SECTOR

- Gamebeleid valt voornamelijk onder het audiovisuele-, Film-, of creatieve industrieënbeleid. Vaak werden bestaande maatregelen toegevoegd aan de werking van filmfondsen als het over directe steun gaat.
- De industrie moet tot op heden vaak intekenen op beleid rond innovatie en/of start-ups, wegens het ontbreken van een duidelijk gamebeleid. Focus (van de sector en / of het beleid) ligt in sommige gevallen op een bepaalde niche (kinderen en adolescenten, VR, eSports, serious games). Indien er geen specifieke focus is vastgelegd vanuit beleid, worden er soms specifieke fondsen of specifieke (eenmalige) calls opgericht.
- Regionaal beleid volstaat volgens de sector niet en wordt liefst ondersteund met nationale maatregelen.
- Weinig tot geen beleid / fondsen voeren een evaluatieproces uit.
- Het is duidelijk dat de overheid kiest voor een bredere aanpak dan enkel directe steunverlening. Ook wordt in succesvolle landen een belangrijke inbreng van de sector zelf verwacht, wat ook de noodzaak aan professionele vertegenwoordiging vergroot.

FINANCIËLE ONDERSTEUNING

- Steun komt niet enkel in de vorm van subsidies, maar ook als leningen / investeringen. Elke steunvorm heeft zijn voor- en nadelen.
- Belastingvoordelen en andere flankerende maatregelen (onderwijs, gezondheidszorg, ed.) maakt het voor de sector interessant om zich ergens te vestigen en vergroot het volume producties.

- Financiële ondersteuning focust vooral op conceptontwikkeling, prototyping en development, minder op marketing, distributie en IP-ontwikkeling.
- Zelfstandigen en gevestigde waarden (grote bedrijven), vallen vaak uit de boot als het gaat over directe steun in de vorm van subsidies.
- Er is weinig ondersteuning voor financieringsvormen zoals business angels en/of crowdfunding, hoewel belangenverenigingen wel het belang van private investeerders aankaarten.
- Beleidsondersteuning is geen conditio sine qua non voor succesvolle sector.

PROFESSIONALISERING

- Professionele begeleiding en training gebeuren zowel door speciaal opgerichte organisaties (vanuit beleid), belangenverenigingen en/of fondsen. Dit zorgt er echter voor dat de sector zich vaak niet bewust is van de mogelijkheden.
- Slechts enkele landen bieden mentorshipprogramma's, waar prille ideeën of bedrijven voortgestuwd worden door ervaringsdeskundigen.
- Landen waar talentmanagement-initiatieven ontbreken, of waar weinig overleg is tussen onderwijs en industrie, krijgen te kampen met een tekort aan inzetbare professionals.
- Veel trainingen draaien rond het ontwikkelen van business skills, wat nu vaak een lacune blijkt bij jonge gamebedrijven.

NETWERKEN EN KENNISDELING

- Netwerken en kennisdeling gebeurt zowel fysiek als digitaal & zowel bottom-up up als top-down.
- Structureel overleg (bv. adviesraad) zorgt voor een meer mature sector (zowel wat betreft onderwijs als industrie), die ook verder reikt in andere industrieën (cross-overs).
- Fysieke hubs brengen meestal dezelfde vaste spelers samen: onderwijs, lokale overheid, AV sector en game-industrie. Soms wordt ook nationale - of EU steun gebruikt om deze verder uit te diepen.
- Het belang van de sectororganisaties is groot, ze verstrekken niet enkel informatie, maar ze houden ook vinger aan de pols wat betreft de noden van de industrie, analyse van huidige beleidsoplossingen en aanbevelingen / advies voor de toekomst.

MARKETING

- Sommige landen lanceren marketingcampagnes om hun gamesector (of bredere creative industries) in de verf te zetten.
- Enkele landen hebben een keurmerk voor games en andere lokaal geproduceerde (digitale) producten.
- Deelname aan internationaal gerenommeerde beurzen (handelsmissies al het ware), wordt over het algemeen beschouwd als een erg interessant marketingkanaal.
- Het organiseren van nationale Video Game Awards.
- Initiatieven kiezen vaak voor een sterk webportaal als uithangbord voor de sector en voor het aantrekken van financiële steun.
- De sector baat niet enkel bij een kader waar industrie-onderwijs-beleid elkaar vindt, maar ook waar investeerders en game-ontwikkelaars elkaar leren kennen, kunnen ontmoeten en leren begrijpen.

CRITERIA VOOR DEELNAME AAN STEUN

- De voornaamste voorwaarden voor het ontvangen van steun zijn o.a.:

- o hoofdzetel in land / regio.
- o aantonen van eigen inbreng (meestal 10-50%), spenderen van steunbedrag in eigen regio / land.
- o specifieke inhoudelijke vereisten (bv. educatieve of culturele waarde).
- o content voor kinderen of adolescenten.
- o bedrijfsfase (bv. jonger dan 3 jaar).

Onderstaande tabel geeft op vereenvoudigde wijze een overzicht van enkele kernindicatoren die per land onderzocht werden in de Quicksan. Via drie kleurcodes wordt per land aangegeven of er al dan niet sprake is van de indicator. Het kan zowel gaan om nationale als regionale initiatieven, zowel bottom up als top down georganiseerd. De kleurcode wijst met andere woorden enkel op aanwezigheid voor zover de uitgevoerde Quicksan aantoonde.

- Een rood vak wijst op het ontbreken van de indicator.
- Een groen vak duidt op de aanwezigheid van (minimaal één) initiatief dat: zich structureel voordoet en/of zich specifiek (en exclusief) richt op de game-industrie. Het duidt op aanwezigheid van de indicator, specifiek en exclusief gericht op de gamesector.
- Een oranje vak duidt op de aanwezigheid van (minimaal één) initiatief dat: zich voordoet, maar niet op structurele wijze en/of, zich mede richt op de game-industrie, maar onder de noemer van de bredere audiovisuele, culturele en/of industrie en/of zich richt op andere sectoren (bv. innovatie of maatschappij), maar waar de game-industrie ook aanspraak op maakt.

	CA	DE	DK	EU	FI	FR	NL	NO	VK	ZW
Gamebeleid?	Oranje	Oranje	Oranje	Oranje	Oranje	Oranje	Oranje	Oranje	Oranje	Oranje
Taksmaatregelen	Oranje	Oranje	Rood	Rood	Oranje	Oranje	Oranje	Oranje	Oranje	Rood
(onafhankelijk) gamefonds?	Oranje	Oranje	Oranje	Oranje	Oranje	Oranje	Oranje	Oranje	Oranje	Rood
Andere steunfondsen	Rood	Oranje	Oranje	Oranje	Oranje	Oranje	Oranje	Oranje	Oranje	Rood
Structureel overleg	Rood	Oranje	Oranje	Oranje	Oranje	Oranje	Oranje	Oranje	Oranje	Oranje
Specifieke gameopleidingen	Oranje	Oranje	Oranje	Rood	Oranje	Oranje	Oranje	Oranje	Oranje	Oranje
Bijscholing en coaching	Oranje	Oranje	Oranje	Oranje	Oranje	Oranje	Oranje	Oranje	Oranje	Oranje
Belangenverenigingen	Oranje	Oranje	Oranje	Oranje	Oranje	Oranje	Oranje	Oranje	Oranje	Oranje
Steun aan clusters, netwerken, hubs, ...	Oranje	Oranje	Oranje	Oranje	Oranje	Oranje	Oranje	Oranje	Oranje	Oranje
Systematische (impact)evaluatie	Rood	Rood	Oranje	Oranje	Oranje	Oranje	Oranje	Rood	Oranje	Rood

Onderstaande tabel lijst enkele relevante *best practices* per land op. Sommige komen voor in meerdere landen. Uitgebreide beschrijvingen zijn te vinden in de horizontale casestudie.

LAND	BEST PRACTICES PER LAND
CA	Regionaal beleid voornamelijk in de vorm van sterke regionale belastingvoordelen.
DE	Sterke zakelijke begeleiding van de creatieve- en game-industrie. Aan de hand van een competentienetwerk en enkele mentorshipprogramma's, worden mensen en bedrijven met een pril idee op weg gezet om hun idee / bedrijf verder uit te bouwen.
DK	Een nationale samenwerking van 2 jaar tussen overheid, onderwijs en de game-industrie, leidde tot een zeer toegepast opleidingskader dat zicht richt op het samenbrengen van verschillende kenmerken van game-ontwikkeling en de studenten praktische ervaring wil bijbrengen.
EU	Heldere focus van Europese gamesfondsen, zonder uitdrukkelijk bepaalde partijen te bevoordelen of uit te sluiten: projecten met grensoverschrijdende commerciële ambities of op het gebruik van gaming technologieën in sociale, educatieve of maatschappelijke context. Bepaalde fondsen werken met open oproepen of calls (bv. H2020), waarmee specifieke relevante thema's tijdelijk een boost kunnen krijgen.
FI	Het aantrekken van (buitenlandse) investeringen en sterke steun aan jonge innoverende bedrijven . Zowel specifieke initiatieven (bv. <i>Invest in Finland</i>) als zakelijke begeleiding van (game)fondsen zetten hier sterk op in. Sterke monitoring en impactmeting .
FR	De grootste nationale sectorvereniging in Frankrijk (SNJV) voert een jaarlijkse barometer uit, wiens resultaten dienst doen als informatiebron voor de sector, media en beleidsadvies.
NL	Het topsectorenbeleid dat zich richt op cross-overs tussen de game-industrie en andere sectoren, om maatschappelijke problemen aan te pakken en gaat uit van een bottom-up aanpak gebaseerd op overleg met de sector .
NO	Noorwegen richtte onlangs een structurele beleidsraad op voor de game-industrie, die tweemaal per jaar samenkomt om elkaar te informeren en adviseren.
VK	Het Video Game Tax Relief programma dat zich richt op de gamesector en hordes zoals hoge personeelskosten, uitbestedingen in fiscaal interessantere landen en bijgevolg, braindrains, aanpakt.
ZW	Beleid zet in op innovatietrajecten en flankerende maatregelen voor de sector, en verwacht bijgevolg meer bottom-up initiatief van de sector.

Volgende tabel geeft een overzicht van de belangrijkste ondersteuningssystemen (en hun specifieke kenmerken) van de gamingsector per land. Het is voor deze tabel echter belangrijk in acht te nemen dat het een overzicht biedt, maar geen basis tot vergelijking vormt. Er zijn in elk land tal van andere contextuele, beleidsmatige en structurele factoren die de groei van de sector beïnvloeden, wat een eenvoudige vergelijking van fondsen erg bemoeilijkt. Zweden werd niet opgenomen in dit overzicht, aangezien er tijdens de horizontale casestudie geen financiële ondersteuningssystemen voor de game-industrie geregistreerd werden.

LAND	CA	DE	DK	EU	FI	FR	NL	NO	VK
Naam	Canada Media Fund (CMF)	Kultur-stiftung des Bundes	Danish Film Institute	Creative Europe	Tekes	Fonds d'aide au jeu vidéo (FAJV)	Stimulerings-fonds Creatieve Industrie	Norwegian Film Institute	UK Game Fund
Gamefonds									
Beheer	CMF	Cultuur-stichting	DFI	EACEA	Tekes	CNC	Mediafonds	Norwegian Film Institute	UK Games Talent en Finance CIC
Bevoegdheid	Ministerie van Erfgoed	Kabinet Cultuur en Media	Ministerie van Cultuur	DG Educatie en Cultuur	Ministerie van Tewerkstelling en Economie	Ministerie van Cultuur en Communicatie	Ministerie Onderwijs Cultuur, en Wetenschap	Ministerie van Cultuur	Departement Cultuur, Media en Sport
Jaarlijks budget (miljoen €)	€27,6 (11.4% van totale budget)	€1 (12% van totaalbudget)	€0,6 (1% van totale DFI budget)	€2,5	€7,5 (enkel Skene)	€3	€0,3 (2% van totale budget)	€2,77 (10% van totale NFI budget)	€1,16
Type steun	Subsidies Investering	Subsidies	Subsidies	Subsidies	Subsidies Leningen	Subsidies	Subsidies	Subsidies	Subsidies
Games vallen onder	Experimental stream	'inter-disciplinair en nieuwe media'	Game dev.	MEDIA Sub-programma	Skene Games Refueled programma	/	Gamefonds	Norwegian Game Support Program	/
Focus	Games met commercieel potentieel	Innovatieve projecten in een internationale context	Digitale games voor kinderen en jeugd + games die de Deense cultuur uitdragen	Games met grensoverschrijdende commerciële ambities (EU & internat.)	Game start-ups + Finland positioneren als game dev. hotspot	Innovatieve games met een patrimoniale waarde	Online en mobiele games	Producten met een commerciële focus	Beginfase van game development bedrijven
Maximum steun-bedragen	€200.000 ontwikkeling €815.000 productie €270.000 marketing	€50.000 concept €250.000 ontwikkeling	€10.000 concept €200.000 productie	€50.000 concept €150.000 productie	Geen maxima opgegevens	gemiddeld €118.000 per dossier	€25.000 concept €125.000 productie	€25.000 concept €100.000 ontwikkeling	€29.000 prototyping €58.000 verder proces

DEEL V

CONCLUSIES & AANBEVELINGEN

5 CONCLUSIES EN AANBEVELINGEN

5.1 BEST PRACTICES

Uit de vergelijking met buitenlandse cases kunnen we 10 factoren destilleren die bijdragen tot een succesvolle gamesector. We beschouwen ze hier achtereenvolgens:

- 1. Inzetten op clustervorming:** In alle landen en regio's met een succesvolle gamesector zijn gamebedrijven geclusterd binnen bepaalde productieve hubs. De reden hiervoor ligt in een combinatie van factoren: aantrekkelijkheid van de steden om zich te vestigen, nabijheid van hoger gespecialiseerd onderwijs, de voorziening van locaties voor game-ontwikkeling, de nabijheid van één of meerdere grote spelers, etc. De voordelen voor bedrijven zijn ook legio: het delen van kennis en infrastructuur, de aanwezigheid van geschoolde arbeidskrachten, makkelijkere rekrutering uit het hoger onderwijs, de nabijheid en de culturele en sociale uitstraling die het de steden geeft, etc. Vaak gaat het om clusters die natuurlijk ontstaan en tijd nodig hebben om zich echt te ontwikkelen. Toch kunnen overheden een belangrijke rol spelen in het aantrekken of ontwikkelen van clusters: het inrichten van incubatoren, aanreiken van taks incentives voor bepaalde regio's, aanwezigheid van facilitaire voorzieningen en *real estate*, het bundelen van vaak gefragmenteerde professionele voorzieningen (juridisch advies, marketing, etc.) binnen eenzelfde hub, het aanwenden van Europese steun voor regionale ontwikkeling, etc. Het succes hiervan is echter wisselend en vaak onzeker, simpelweg omdat bepaalde samenwerkingen niet op te dringen zijn en de ontwikkelingen in de sector zelf onzeker zijn. Dit wordt nog versterkt in hubs die vooral (terecht) inzetten op jonge start-ups, vandaar dat vele van de hubs ook opgebouwd zijn rond één grote speler. In verschillende cases is het opvallend dat gewezen wordt op het strategisch belang van de aanwezigheid van grote studio's/publishers in de regio. Regio's als Ontario en Québec in Canada hebben ook actief maatregelen ondernomen om een speler als Ubisoft daar te laten activiteiten ontplooiën. Clusters hangen sterk samen met de aanwezigheid van één of meerdere grotere bedrijven en aanwezigheid van hooggeschoolde arbeidskrachten.
- 2. Het belang van flankerende maatregelen:** Alle onderzochte cases tonen dat succesfactoren voor ontwikkeling van de gamesector vaak niet alleen terug te leiden zijn tot de mate van directe overheidssteun, maar ook de combinatie van contextuele omstandigheden die mee de aantrekkelijkheid en het ondernemersklimaat van een land of regio bepalen. Voor Canada is taal en de nabijheid van de VS als afzetmarkt cruciaal gebleken, net als de simpele migratieprocedures en de aantrekkelijkheid van de steden (Toronto, Montréal, etc.). Voor Zweden wegen de hoge loonkosten door op investeringen, maar is dit niet nefast gebleken voor de ontwikkeling van de gamesector door de aantrekkelijkheid van het Zweedse democratisch model en sociale zekerheid. Investeren in de gamesector betekent dus ook investeren in de randvoorwaarden voor de gamesector. Game-ontwikkelaars zullen zich bijvoorbeeld sneller vestigen in steden die ook aantrekkelijk zijn om in te leven.
- 3. Fiscale maatregelen vaak het effectiefst:** Op korte termijn lijken fiscale voordelen de meest directe positieve gevolgen te hebben. Fiscale maatregelen komen zowel de work-for-hire projecten, die cruciaal zijn in het groeiproces van bedrijven, als

eigen IP ontwikkeling ten goede. Zowel in het Verenigd Koninkrijk als in Canada hebben de tax break en tax credit-systemen gezorgd voor een sterke groei van de productiviteit. Voordelen zijn dat het de uitgaven in de gamesector vergroot, het komt tegemoet aan de dure ontwikkelingskost en loonkosten. Nadeel van de tax creditsystemen is dat het – bij erg succesvolle systemen – zwaar kan beginnen wegen op begrotingen (zie VK voor de film en televisiekredieten) en inkomsten van landen en regio's. Bovendien worden landen en regio's elkaars concurrent in het aanbieden van zo gunstig mogelijke taksmaatregelen.

- 4. Inzetten op zakelijke aspecten van de gamesector:** Nagenoeg alle van de onderzochte cases zetten op verschillende manieren in op het versterken van het algemeen ondernemingsklimaat en het ondernemingskarakter van actoren in de gamesector. Maatregelen die we op dit vlak zien omvatten veelal financiële steun voor jonge starters, het ondersteunen van netwerking en haalbaarheidstrajecten en het aanbieden van ondernemingsadvies (bv. het Nederlands fonds MKB Innovatiestimulering Topsectoren in Nederland). Specifiek in Denemarken wordt ook ingezet op het aantrekken van buitenlands ondernemend talent (zie eerder Start-up Denmark). Daarnaast wordt er sterk ingezet op het aanscherpen van zakelijke skills, veel meer dan in bijkomende creatieve opleidingen. Het inzetten op zakelijke aspecten komt ook sterk aan bod in de clusterwerking, waarbij bepaalde aspecten die verder af liggen van de capaciteit en expertise van startende bedrijven, aangeboden wordt door incubatoren, of gedeeld worden binnen bepaalde netwerken (bv. Juridisch advies, boekhouding).
- 5. Investeren in start-ups:** We stellen vast dat hoewel de opstartkosten van jonge bedrijfjes op zich niet dusdanig groot is, deze fase voor bedrijven wel erg risicovol kan zijn. Binnen de onderzochte landen wordt vanuit de overheid hier sterk op ingezet: steunprogramma's privilegiëren bijvoorbeeld innovatieve projecten en jonge talenten (Finland) of bieden logistieke voorzieningen en onderdak aan start-ups – al dan niet binnen incubatoren.
- 6. Overheid als uithangbord voor de gamesector:** Een label is net zoals binnen andere takken van de creatieve sector (denk aan de 'Antwerpse Zes', de 'Deense Nordic Noir', etc.) ook belangrijk voor de gamesector, vooral dan in kleine landen waarvan productiecapaciteit en distributiekanaal onmogelijk kunnen opboksen tegen de grote markten. Overheden kunnen accenten leggen in de steun die ze aanreiken en zo mee bepaalde niches ondersteunen, kunnen een portaalfunctie uitoefenen, meestappen in marketing en promotie van de gamesector, bijdragen in promocampagnes als award-shows of het uitdragen van een 'label' als creatieve sector (cf. Le Game keurmerk initiatief van de Franse sectororganisatie SNJV), of nog, actoren binnen het veld samenbrengen en verenigen naar binnen- en buitenlandse investeerders toe.
- 7. Tijd:** Hoewel uitzonderingen als Zweden aantonen dat landen op erg korte termijn kunnen uitgroeien tot topspelers in de Europese en internationale gamemarkt, stellen we vast dat succesvolle game-industrieën vaak geworteld zijn in een traditie van game-ontwikkeling en een relatief lange historiek kennen. De recente plannen van het Finse TEKES bijvoorbeeld gaven op korte termijn een boost aan de sector, het fonds zelf kent een veel langere historiek, net als de meeste spelers die in Finland gevestigd

zijn. Nieuwe incentives haken ook vaak aan op reeds bestaande incentives die hun nut al hebben bewezen, zoals de UK tax credit voor games.

8. De overheid als match-maker tussen investeringen en gameontwikkelaar:

Vaak ontbreekt het spelers aan capaciteit en knowhow om met investeerders in contact te komen. Eén van de manieren waarop landen hieraan tegemoet komen is wat in punt 6 werd beklemtoond: het aanbieden van een centraal portaal voor investeerders met duidelijke mogelijkheden en voordelen voor investeringen naar buitenland en binnenland toe. We stellen echter ook vast dat in diverse landen en regio's (waaronder Duitsland, Finland, Nederland en Denemarken prominent) zowel vanuit beleid als industrie werk wordt gemaakt van het bijeenbrengen van investeerders zoals business angels en game-ontwikkelaars. In sommige gevallen nemen netwerkmomenten de vorm aan van wedstrijden waarbij starters nadien niet alleen kunnen rekenen op een financiële boost, maar ook een begeleidingstraject.

9. Vele steunmaatregelen leggen inhoudelijke focus:

In vele gevallen brengen steunmaatregelen een bepaalde sturing aan in de keuze van hun selectie voor ondersteuning, wat overigens niet altijd even enthousiast onthaald wordt door de gamesector zelf (cf. de uitbreiding van het Franse tax credit-systeem naar 18+ games in Frankrijk onder druk van de sector). Gamefondsen benadrukken vaak het belang van hetzij de educatieve aspecten van games, hetzij het innovatieve, hetzij de internationale exploitatiebaarheid, culturele representatie of afwezigheid van genderstereotypen of excessief geweld. Met projecten als Democreativity of de nadruk op gender-gelijkheid wist op die manier een klein land als Zweden toch een belangrijke maatschappelijke rol op te nemen in de internationale gamesector, wat het land ook duidelijker als gamemarkt profileert.

10. Succes toe te schrijven aan de mix van factoren en mate van

'geïntegreerd beleid': Het is erg moeilijk om ten volle in te schatten welke de impact van specifieke maatregelen is en in hoeverre alle maatregelen als welkom dan wel als drempel voor de ontwikkeling van de sector worden ervaren. Zo lijken initiatieven in Nederland op papier erg gunstig voor de ontwikkeling van start-ups en *serious games*, in de praktijk werden ze door de sector sterk bekritiseerd. Het simpelweg voorzien van maatregelen biedt geen garantie op het succes ervan, ook andere variabelen, zoals budgetten van de gamefondsen of de toegankelijkheid van de procedures, spelen mee en tonen vaak erg grote verschillen. Waar wel merkbaar positieve evoluties werden opgetekend, werd dit in het rapport meegegeven (de taksmaatregelen in Canada en VK, de impact van het Finse Skene Games Refueled-programma, etc.). Ook zien we dat in elk van de onderzochte landen, maatregelen die de gamesector ondersteunen, gefragmenteerd zitten over meerdere spelers, fondsen en maatregelen. In geen enkel van de onderzochte landen is gamebeleid sterk gecentraliseerd, en gezien de diversiteit van de sector en de voorzieningen is dit wellicht ook niet wenselijk. Ook bieden succesvolle landen niet noodzakelijk steun op alle aspecten van de waardeketen aan. Marketing en promotie bijvoorbeeld is enkel bij de grotere landen en sterke markten als Finland opgenomen in het portfolio van ondersteunende instanties. Uit de analyse blijkt dat succes *in de combinatie* van alle bovenstaande factoren zit en dat maatregelen vaak enkel een effect hebben op de gamesector als ze ingepast worden binnen het geheel van maatregelen. Met geïntegreerd beleid wordt ook sterk gekeken naar de rol van de sector zelf. We

stelden vast dat heel wat maatregelen ter ondersteuning van de sector (coaching, portaal, opleiding) wel vaak ondersteund worden door overheden, maar de sector hier vaak een trekkende rol speelt.

5.2 AANBEVELINGEN

De aanbevelingen hieronder zijn gebaseerd op de brede sectorbevraging en internationale vergelijking. We houden daarbij zoveel mogelijk rekening met de bestaande Vlaamse context, bv. de diverse bevoegdheidsdomeinen (media en cultuur, onderwijs, economie, wetenschap en innovatie) en bevoegdheidsniveaus (stedenbeleid, Vlaanderen en federaal) en bestaande maatregelen. De aanbevelingen kaderen binnen het **voorstel voor een geïntegreerd gamebeleid**. Het geïntegreerd gamebeleid dient tegemoet te komen uit van volgende doelstellingen voor de gamesector:

1. **Ondernemen**
2. **Investeren**
3. **Innoveren**
4. **Implementeren**

Het portfolio van maatregelen die de overheid daarbij kan nemen zijn de volgende:

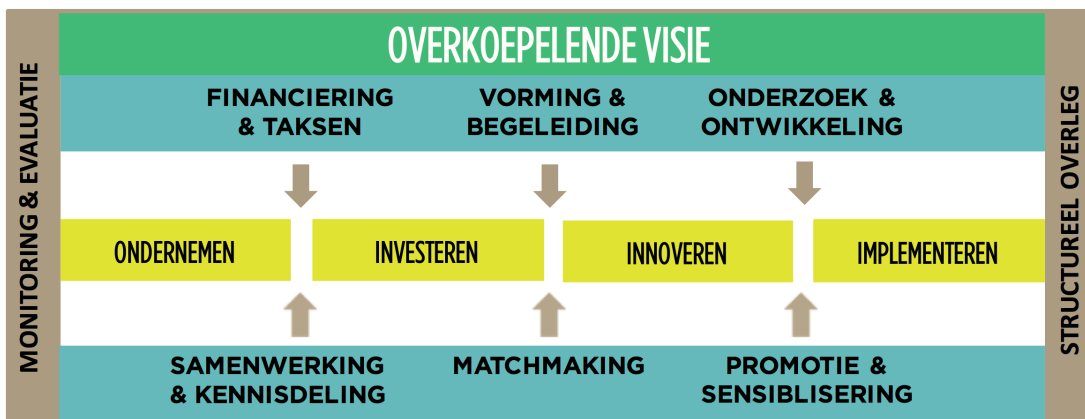
1. **financiering en taksvoordelen**
2. **vorming en begeleiding**
3. **onderzoek en ontwikkeling**
4. **samenwerking en kennisdeling**
5. **matchmaking**
6. **promotie en sensibilisering**

Onderstaande figuur schematiseert de bouwstenen van een geïntegreerd gamebeleid. We merken daarbij op dat sommige **maatregelen ook kunnen inwerken op meerdere doelstellingen**, of omgekeerd dat meerdere maatregelen tegemoetkomen aan eenzelfde doelstelling. Ter illustratie: een centraal webportaal voor de gamesector kan zowel tegemoet komen aan het signaleren van beschikbare steunmaatregelen voor game-ontwikkelaars én het doel om investeringen aan te trekken.

In de aanbevelingen wordt telkens een aantal **concrete actiepunten** aangereikt. Daarbij wordt ook een 'uitvoerder' voorgesteld. Het gaat om een actor die hier hetzij vanuit de finaliteit, hetzij vanuit eerdere ervaring, hetzij vanuit de capaciteit en middelen, deze rol zou kunnen opnemen. Dit hoeft echter niet te betekenen dat andere actoren daarom helemaal niet in aanmerking komen om bepaalde rollen te vervullen.

Tot slot merken we nog op dat we in de aanbevelingen een indicatie geven van de termijn waarbinnen de voorgestelde actielijnen best worden uitgevoerd. Daarbij wordt met **korte termijn** (binnen 1 jaar) bedoeld, **middellange termijn** (1-3 jaar) en **lange termijn** (4 jaar en meer).

De figuur op de volgende pagina vat het geïntegreerd beleid schematisch samen:



De volgende aanbevelingen vloeien hieruit voort:

1. Aanzwengelen van directe investeringen in game-ontwikkeling en aantrekken productiviteit in de (Vlaamse) gamesector

We stellen vast dat het moeilijk blijkt om investeerders aan te trekken om te investeren in game-ontwikkeling en game-ontwikkelaars zelf ook moeilijk de weg vinden naar potentiële investeerders. Tegelijkertijd merken we dat de loonkost vaak het grootste struikelblok is voor game-ontwikkelaars en het risico op succes bovendien vaak erg beperkt is. Het gevoelig optrekken van de middelen van het Gamefonds behoort tot de mogelijkheden, maar dan moet ook de finaliteit van het fonds in dat licht gewijzigd worden. De analyse toonde dat taksmaatregelen bij de bestaande cases erg productief waren. Vergelijkende analyses van fiscale maatregelen toonde aan dat **takskrediet**-systemen in de praktijk het meest transparant en effectief zijn (zie o.m. Olsberg-SPI, 2014). Uit de bevraging bleek de sector ook voorstander van een tax credit-systeem, al is het onderscheid tussen tax credit, tax rebate en tax shelter-maatregel niet voor iedereen duidelijk. Aangezien de **tax shelter** al ingevoerd is in België, lijkt een uitbreiding naar de gamesector daar het meest aangewezen in plaats van een bijkomend mechanisme toe te voegen in het portfolio aan steunmaatregelen. Omdat de dynamiek voor de gamesector echter niet dezelfde is als voor film en televisie, zou dit kunnen gekoppeld worden aan een proefperiode waarbij ook de effectiviteit van de maatregel duidelijk gemonitord wordt. Andere pistes zijn een uitbreiding van de activiteiten van Cultuurinvest in de gamesector of een systeem van achtergestelde leningen, maar die werden niet genoemd in de interviews. Op lange termijn kan de haalbaarheid van een 'Game Flanders', een economisch fonds met 'hard money' verplichtingen naar het model van Screen Flanders, worden onderzocht om de competitiviteit van de Vlaamse gamesector te vergroten.

ACTIEPUNTEN	UITVOERING	TERMIJN
Uitbreiding tax shelter naar gamesector	FOD Financiën	MT
Onderzoeken haalbaarheid en wenselijkheid uitbreiding Screen Flanders naar gamesector	Minister van Economie en Cultuur, i.s.m. VAF	LT

2. Versterken van het VAF Gamefonds als een cruciale schakel in de ondersteuning van de gamesector

Het gamefonds is de bekendste steunmaatregel, wordt als belangrijkste ondersteuning gezien en de ervaringen ermee zijn nagenoeg uitsluitend positief. Het verkrijgen van VAF Gamefonds steun werkt ook als hefboom naar andere financiering toe. Het feit dat er een selectieprocedure is, waar een commissie over oordeelt, schept vertrouwen om andere financiering aan te trekken. Toch zijn er een aantal concrete actiepunten voor de werking en effectiviteit ervan:

(1) Er is geringe kritiek op de werking en **procedures**, die vooral in beginstadium te veel geënt waren op de filmaanvragen. Langs de andere kant wijst de kritiek ook op het belang van het aanscherpen van de zakelijke skills van de sector en het inzetten op begeleiding bij het opstellen van projectaanvragen.

(2) De vereiste budgetten van spelers ligt vaak veel hoger dan de beschikbare middelen van het Gamefonds toelaten. Het probleem zit vooral in de **steun per aanvraag die vrij laag** ligt om een wezenlijk verschil te maken. Dat de pot middelen beperkt is, heeft ook nog het effect dat game-ontwikkelaars minder vragen dan noodzakelijk, in de hoop effectief steun te krijgen. De gemiddelde som aangevraagd per jaar daalt doorheen de tijd, al blijft het totaal aantal aanvragen per jaar rond de 30 schommelen. Het beperkte totaalbudget dwingt nagenoeg tot fragmentering van hele kleine potjes steun (indien 150.000 gegeven wordt, kunnen slechts 4 games steun krijgen).

(3) Het is voor bepaalde spelers **niet duidelijk wat de finaliteit** van het VAF Gamefonds is, dat voornamelijk focust op het uitbouwen van een portfolio en aanbieden van kansen aan game-ontwikkelaars, eerder dan het ondersteunen van een internationaal competitief game. Naast het verscherpen van de missie van het VAF Gamefonds moet deze ook bedrijven doorverwijzen wanneer deze het Gamefonds ontgroeid zijn.

(4) Er bestaat kritiek op de selectiecommissies van het VAF, die te weinig experts met praktijkervaring als ontwikkelaar zouden bevatten. De **beschikbare poule experts is nu te klein** (in vergelijking met bvb. Filmfonds) en zou waar mogelijk moeten worden uitgebreid.

(5) Ten slotte weerklonk kritiek op het **gebrek van feedback** van de commissie, wat vooral voor eerste indieners erg belangrijk is.

De noodzaak van financiële overheidssteun voor de ontwikkeling van **educatieve games**, bleek eerder al uit het ICON project [Games@school](#). In onze analyse zien we dat projecten voor het leerplichtonderwijs weliswaar gemiddeld het meeste steun ontvangen, maar dat er, net zoals voor andere serious games, relatief weinig aanvraagdossiers voor ingediend worden vergeleken met entertainment games. Ontwikkelaars lijken deze games eerder in opdracht te maken, dan op eigen initiatief. Mogelijks is een belemmerende factor het feit dat enkel een ontwikkelaar of uitgever een aanvraag kan indienen bij het VAF gamefonds en niet een organisatie die vragende partij is voor een game. Door een expliciete steuncategorie "Leerplichtonderwijs" aan te houden - iets wat we in het buitenland nergens terugvinden - wordt er ook impliciet

van uitgegaan dat ontwikkelaars aanvoelen welke games hiervoor geschikt zijn. Ook moet opgemerkt worden dat games inzetten in het onderwijs staat niet gelijk staat met serious games in de les. Niet alleen kunnen serious games ook buiten de les relevant zijn voor leerlingen, formeel leren kan ook plaatsvinden rond entertainment games (bv. door kritisch een bestaande game te bespreken) of door zelf games te personaliseren en maken (Bleumers et al, 2012).

Een mogelijke piste om verder over na te denken is om de bestaande categorieën te vereenvoudigen tot entertainment games enerzijds en serious games anderzijds én voor beiden budget beschikbaar te maken voor projecten die expliciet proberen de vertaalslag te maken naar het onderwijs met behulp van onderwijskundigen. Daarbij kan vanuit de jury geadviseerd worden om deze stap te zetten wanneer die opportuun lijkt, maar nog niet in het project was opgenomen. Op die manier kunnen middelen vanuit onderwijs flexibel aangewend voor het brede scala aan manieren waarop games kunnen relevant zijn voor het leerproces van schoolgaande kinderen en jongeren. Omdat het niet expliciet naar voor kwam uit deze bevraging en dus verdere exploratie behoeft, nemen we dit niet als concreet actiepunt op.

ACTIEPUNTEN	UITVOERING	TERMIJN
Duidelijker communiceren over doelstellingen Gamefonds steun	VAF	KT
Handhaven totaalbudget Gamefonds als minimum, om echte gamesector uit te bouwen is substantiële verhoging vereist	Vlaamse Overheid	KT LT
Gamebedrijven aanmoedigen reële inschatting te maken van minimum benodigde steun	Flanders DC Flega	KT
Uitbreiden poule selectiecommissies	VAF	KT
Uitbreiden feedback (vooral bij eerste aanvraag)	VAF	KT
Uitbreiden kennis en expertise van bestaand VAF staf en Raad van Bestuur in dynamiek en specificiteit van de Gamesector	VAF	KT
Proposals en projectaanvragen vast onderdeel laten worden in curriculum opleidingen creatieve sector	Hoger Onderwijs	MT

3. Waarborgen van een kwalitatief opleidings- en begeleidingsaanbod, met specifieke aandacht voor zakelijke vaardigheden en ondernemerschap

Een kwalitatief aanbod van opleidingen en begeleidingsmogelijkheden houdt rekening met de noden van de game-industrie. Hier kan in navolging van buitenlandse cases werk gemaakt worden van een **duidelijk overzicht van het opleidingsaanbod** voor de sector. Dat kan gekoppeld worden aan **overleg tussen onderwijs- en vormingspartners** enerzijds en **industrie** anderzijds die lacunes kan zichtbaar maken, maar ook bewustzijn van de sector omtrent het aanbod kan verhogen.

Een gevoelde nood bleek het **gebrek aan ondernemerschap** bij game-ontwikkelaars. Zowel VAF als Flanders DC zetten reeds in op coachingtrajecten om ondernemerschap te bevorderen. Hoewel ontwikkelaars zelf de nood niet aangeven, wordt deze als **zeer belangrijk geacht** vanuit de instanties die steun geven. Het is nodig om het nut van dergelijke trajecten ook over te brengen aan de ontwikkelaars. Noch VAF, noch Flanders DC heeft echter gamespecifieke kennis in huis. Omdat VAF steun biedt op projectmatige basis lijkt de werking van Flanders DC interessanter om gamebedrijven in de opstart ondernemerschap bij te brengen. Het lijkt eerder logisch dat vorming m.b.t. zakelijke aspecten en ondernemerschap ondergebracht worden bij Flanders DC en opleidingen die gelinkt zijn aan creatieve aspecten opgenomen worden bij het Vlaams Audiovisueel Fonds. Mediarte.be, die via de Mediacademie ook opleidingen aanbiedt aan haar leden, waaronder ook game-ontwikkelaars, zou in samenspraak met Flanders DC en VAF zelf een niche kunnen ontwikkelen in opleidingen. Dit met het oog op het tegengaan van fragmentering in het opleidingsaanbod.

ACTIEPUNTEN	UITVOERING	TERMIJN
Portaal met overzicht opleidings- en begeleidingsaanbod (naast andere relevante info, zie aanbeveling 4 en 5)	Onderwijs, Mediawijs, Flanders DC, FIT, VAF, CJSM, Flega, Mediarte.be	MT
Opzetten coaching trajecten voor ondernemerschap	Flanders DC	KT

4. Monitoren van de sector en de impact van steunmaatregelen

Eén van de cruciale aspecten is het monitoren van de dynamiek en omvang van de sector en het in kaart brengen van de impact van specifieke games. Net binnen de creatieve sectoren, die zichzelf en hun publieke steun vaak moeilijker kunnen legitimeren, is dit van cruciaal belang. Ook voor het in kaart brengen van trends, opvangen van mogelijke bedreigingen of nagaan van de effectiviteit van bestaande steunmaatregelen, is monitoring erg belangrijk. We stelden vast dat de gamesector hier nog achterop hinkt, hoewel de laatste jaren pogingen werden ondernomen door o.a. Flega en Flanders DC. Het vereist echter een **meer nauwgezette rapportering** vanuit de sector. Het VAF kan hierbij gegevens opvragen van alle gesteunde projecten en dit ook meer expliciet in de voorwaarden voor steun opnemen. De belangenverenigingen kunnen de opbrengsten voor niet-VAF gesteunde games opvragen en waar enigszins mogelijk, delen. Ook bestaat de mogelijkheid om complementair te werken waarbij VAF instaat voor de dataverzameling, maar de analyse door een onafhankelijk onderzoekscentrum wordt gedaan. Problematisch blijft echter de gebrekkige afbakening binnen NACE-codes, waardoor top-down sectorfoto's erg moeilijk worden.

ACTIEPUNTEN	UITVOERING	TERMIJN
Systematisch opvragen en bijeenbrengen data van (gesteunde) projecten, opbrengsten, internationale verkoop, bedrijfsinformatie, budgetten, etc.	VAF Flega	MT
Ontwikkelen van instrument ter berekening van effectiviteit en impact van steun	VAF	MT

5. Match-making, bewustmaking en sensibilisering

De overheid heeft een belangrijke rol te spelen als bruggenbouwer tussen de gamesector enerzijds en investeerders, andere sectoren, en de consument anderzijds. Gamebedrijven zijn zich vaak onvoldoende bewust van de beschikbare financieringsmogelijkheden, zeker van die middelen die niet specifiek op de sector gericht zijn. Een **transparant overzicht van subsidies en alternatieve vormen van financiering** waarop Vlaamse gamebedrijven aanspraak kunnen maken (per groei- en ontwikkelfase) is relevant voor sector en beleid.

Het stimuleren van investering én van samenwerking en kennismaking tussen sectoren via **netwerkmomenten en coaching-trajecten** is opportuun. Dit vraagt echter ook het aanpakken van de negatieve perceptie van de gamesector en het wegwerken van ongenueanceerde vooroordelen ten aanzien van gaming. Hiertoe kan specifiek ingezet worden op het beter informeren van mogelijke investeerders over het potentieel en de meerwaarde van gaming. Dergelijke sensibilisering is overigens ook relevant voor het brede publiek, dat via de media vaak vooral wordt geconfronteerd met potentiële negatieve gevolgen van gaming. Zowel Mediawijs en VRT zetten hier reeds op in (zie Medianest.be en programma-aanbod Ketnet rond games).

ACTIEPUNTEN	UITVOERING	TERMIJN
Inrichten sessies en begeleiding van business angels	Flanders DC	MT
Publicatie met financieringsmogelijkheden voor de gamesector	Flanders DC	KT
Portaal met overzicht jobs in de sector, mogelijke steunaanvragen, data over omvang sector, promotie Vlaamse games, coaching en trainingsinitiatieven , met luik bedoeld voor sector en luik bedoeld voor (internationale) investeerders	Onderwijs, Flega, CJSM, Mediarte.be, VAF, FIT, Flanders DC	MT
Sensibiliseren ouders en leerkrachten van voordelen gaming	o.a. Mediawijs	KT
Al spelend inzetten op aanscherpen creatieve vaardigheden kinderen en ouders	o.a. VRT	KT

6. Aanbrengen en verscherpen visie in Vlaams gamebeleid

Door inhoudelijke accenten te leggen in calls voor het Gamefonds kan **richting gegeven** worden aan de sector. Dit **enkel in samenspraak** met de sector zelf. Inspelen op niche kan competitief voordeel bieden, maar kan, indien uitsluitend hiertoe beperkt, erg verlamdend werken voor bestaande spelers. Ontwikkelaars kijken hier twijfelachtig naar, indien dit top-down bepaald zou worden, uit angst geen aanspraak te kunnen maken op het fonds. Het is daarom belangrijk de sector te betrekken in de keuze en duidelijk te maken welke voordelen hier uit geput kunnen worden. Naast een competitief voordeel geeft dit ook een 'gezicht' aan de Vlaamse gamesector.

ACTIEPUNTEN	UITVOERING	TERMIJN
Aanbrengen inhoudelijke accenten in calls van het VAF, in overleg met sector en op basis van gemonitorde trends	VAF	KT
Meewerken aan Vlaams/Belgisch label voor de gamesector	Mediawijs, Flega, VAF, CJSM, FIT, Flanders DC	MT

7. Stimuleren van innovatie door onderzoek

Onderzoek vormt een belangrijk pad naar innovatie. Vanuit die optiek wordt overheidssteun van fundamenteel en toegepast onderzoek naar digitale games en alle daaraan gerelateerde technologieën en game-cultuur door de Europese commissie ook terecht gezien als ondersteuning van de gamesector (Stewart & Misucura, 2013). Dit onderzoek neemt diverse vormen aan, al dan niet gepaard met ontwikkeling: onderzoek naar technologische perspectieven, haalbaarheid en commercieel potentieel van bepaalde games, toepassingen en tools, het bestuderen van de gebruikscontext en effectiviteit van games, etc. Beschikbare steun voor onderzoek en ontwikkeling richt zich vaak op **serious games** (en het toepassen van game technologie in andere sectoren), die hier meer afhankelijk van lijkt te zijn. In de gamesector weerklinkt hierrond echter ook kritiek, vanuit de aanname dat ook in een entertainment context onderzoek zijn waarde heeft. Op Europees niveau omvat het onderzoeks- en innovatieprogramma Horizon 2020, calls rond game-gerelateerde thema's. In Vlaanderen bieden VLAIO (voormalig IWT) en iMinds steun voor onderzoek en ontwikkeling (bv. iMinds ICON programma). Belangrijk daarbij is dat de samenwerkingen tussen onderzoek en industrie daarbij vertrekt vanuit een gevoelde nood bij de sector en/of het doelpubliek. De vermelde ervaringen rond dergelijke samenwerkingen waren positief.

Eerder dan een deel van het VAF Gamefonds-budget ter beschikking te stellen van onderzoek, lijkt het op korte termijn meer adequaat om samen met industrie (vertegenwoordigd door FLEGA) en onderzoek (vertegenwoordigd door DiGRA Flanders) de **diverse opportuniteiten voor samenwerking** tussen industrie en onderzoek te **identificeren**, alsook de steunmechanismen die hiervoor aanwezig zijn.

ACTIEPUNTEN	UITVOERING	TERMIJN
Identificeren van opportuniteiten en beschikbare middelen voor samenwerking tussen onderzoek en industrie voorafgaand, tijdens en na ontwikkeling van game(technologie)	VAF, FLEGA, VLAIO en DiGRA Flanders	KT

8. Inzetten op clustervorming, maar enkel vanuit een gevoelde nood en behoefte

Clusters worden vanuit beleid erkend als belangrijk voor “het ondersteunen van concurrentievermogen, duurzame groei, innovatie en jobcreatie” (Terconceptnota aan de Vlaamse Regering, 2015, p. 2). De analyse toonde dat landen en regio’s met een succesvolle gamesector gekenmerkt zijn door clustering van bedrijven. Of het potentieel van clusters ook voor de gamesector in Vlaanderen (bv. rond de game-incubatoren in Genk, Leuven en Kortrijk) wordt waargemaakt, is momenteel echter minder duidelijk. Over de impact van bestaande ‘hubs’ in Vlaanderen is immers weinig gekend. Voorop staat wel dat creatieve clusters meer moeten zijn dan een infrastructuurproject, en moeten uitgaan van een wederzijdse afhankelijkheid en voordelen.

In deze kan het nieuwe clusterbeleid, dit voorjaar goedgekeurd door de Vlaamse regering, relevant zijn. Hierdoor kunnen zowel startende als bestaande clusterinitiatieven steun aanvragen om respectievelijk dynamiek op gang te brengen binnen een groep van bedrijven (innovatieve bedrijfsnetwerken) of binnen een grootschalige cluster een lange termijnstrategie en competitiviteitsprogramma uit te werken. Dit beleid legt ook de klemtoon op internationalisering; voor speerpuntprojecten is dit zelfs een vereiste. De creatieve industrie maakt deel uit van de voor de overheid strategische domeinen, die aanleiding kunnen geven tot speerpuntclusters. We merken echter op dat succesvolle clusters in het buitenland vaak opgebouwd zijn rond grote steden en aantrekkelijke polen voor tewerkstelling en leefomstandigheden.

Via steun kunnen **huidige samenwerkingen geïntensifieerd** worden en nieuwe samenwerkingen gevoed worden. Clusters hoeven niet noodzakelijk vanuit de Vlaamse overheid alleen ondersteund te worden, we stellen vast dat bij veel van de succesvolle clusters internationaal de onderwijsinstellingen, private spelers, koepelverenigingen, maar ook grote bedrijven en steden zelf, belangrijke ondersteuners zijn.

ACTIEPUNTEN	UITVOERING	TERMIJN
De effectiviteit van bestaande clusters evalueren met het oog op verdere uitbouw van (aansluiting bij) clusters voor de gamesector	Kabinet Media, CJSM	KT
Indien positief geëvalueerd, naar het voorbeeld van een Flanders Smart Hub (gericht op Vlaams-Brabant), clusterwerking actief stimuleren in regio's waarin gamesector sterk actief is. ⁷	Min. van Werk, Economie, Innovatie en Sport, VLAIO, Flanders Smart Hub	MT

9. Organiseren structureel overleg en dialoog

Net omdat de gamesector veel meer dan andere creatieve takken bevoegdheidsoverschrijdend is, is dialoog moeilijker te organiseren, net als de afbakening van verantwoordelijkheden en rollen in de sector. Belangrijk is het afstemmen tussen overheid, onderwijs, onderzoek en de sector zelf om tijdig in te spelen op gevoelde noden en kansen. Dergelijk overleg kan het best opgevat worden als een beperkte groep met vertegenwoordigers uit de verschillende takken (zie hieronder) en met verantwoordelijken voor welbepaalde domeinen. Er kunnen vervolgens werkgroepen ingericht worden voor specifieke domeinen (bv. Uitwerken Vlaams/Belgisch label, oppikken trends voor het geven van sturing aan de calls van het VAF Gamefonds, etc.). De werkgroep kan ook de accenten voor een langetermijnvisie voor de sector uittekenen en de monitoring van de sector opzetten. Belangrijk bij het organiseren van dit overleg is (i) regelmaat, (ii) inclusiviteit (m.a.w. iedereen moet het gevoel hebben betrokken te zijn op dezelfde manier), (iii) duidelijke sturing (één of twee actoren moeten dit overleg structureren), (iv) verantwoordelijkheden afbakenen en actoren ter verantwoording kunnen roepen wanneer afspraken in werkgroepen niet nageleefd worden.

ACTIEPUNTEN	UITVOERING	TERMIJN
Installeren van een werkgroep gamesector met vertegenwoordigers van alle overheden en sector	Flega, VAF, FIT, Flanders DC, CJSM, onderwijs	KT

⁷ <http://www.flanderssmarthub.be/projecten/>

Onderstaande figuur vat de actiepunten samen binnen het geïntegreerd gamebeleid:



BIBLIOGRAFIE

LITERATUUR (DELEN I t.e.m. V)

- Apestaartjaren (2016). Onderzoeksrapport Apestaartjaren 5. Retrieved from [datum van uitgifte rapport = 12-13 mei; www.apestaartjaren.be].
- Bakie, R. (2010). A brief history of video games. In S. Rabin (Ed.), Introduction to game development (2nd ed.). Boston, MA: Cengage Learning.
- Blamire, R. (2010). Digital Games for Learning. Conclusions and recommendations from the IMAGINE project. Report for the European Commission, November 2010.
- Bleumers, L., All, A., Mariën, I., Schurmans, D., Van Looy, J., Jacobs, A., Willaert, K., & De Grove, F. (2012) Edited by J. Stewart. State of Play of Digital Games for Empowerment and Inclusion: A Review of Literature and Empirical Cases. JRC-IPTS Technical Report.
- Bogte, K. (2016). Gaming in Vlaanderen. Retrieved from www.flega.be
- Britton, J. N. H., D.-G. Tremblay, and R. Smith. 2009. Contrasts in Clustering: The Example of Canadian New Media. European Planning Studies 17: 211-234.
- Conway, S. & deWinter, J. (2016) (eds.). Video Game Policy: Production, Distribution, and Consumption. Londen: Routledge.
- De Grove, F., & Van Looy, J. (2011). Computerspellen in het onderwijs. Retrieved from http://www.ond.vlaanderen.be/ict/onderzoek/files/rapport_computerspellen.pdf.
- De Pauw, E., Pleysier, S., Van Looy, J., Bourgonjon, J., Rutten, K., Vanhoooven, S., & Soetaert, R. (2008). Ze krijgen er niet genoeg van! Jongeren en gaming, een overzichtsstudie. Retrieved from http://www.lincvzw.be/sites/default/files/documenten/Ze_krijgen_er_niet_genoeg_van.pdf
- De Prato, G., Feijoo, C., Nepelski, D. Bogdanowicz, M & J.P. Simon (2010). Born Digital/Grown Digital: Assessing the future competitiveness of the EU Video Games Software Industry, JRC European Commission, EUR 24555 EN.
- De Voldere (I.), Wastyn (A.), Berckmoes (T.), Durinck (E.), Strobbe (F.). (2015). Onderzoek naar de mogelijkheden van aanvullende financiering voor de culturele sector.
- Departement Cultuur, Jeugd, Sport en Media. (2015). Onderzoek naar de mogelijkheden van aanvullende financiering voor de culturele sector
- Digimeter. (2015). Adoption and usage of media & ICT in Flanders. iMinds. Ghent
- Esser, F. & Hanitzsch, T. (2012) 'On the Why and How of Comparative Inquiry in Communication Studies', In: Esser, F. & Hanitzsch, T. (Ed.) The Handbook of Comparative Communication Research. Routledge, New York, pp.3-22.
- Flemish Gaming Association (2015). Annual report 2014. Brussel: Flega.
- Gatz (S.) (2014). Beleidsnota Media 2014-2019
- Gerring, J. (2007) Case Study Research. Principles and practices. Cambridge University Press, Cambridge. Gill, T.G. (2011) Informing with the Case Method. A guide to case method research, writing and facilitation. Informing Science Press, Santa Rosa.
- Hangjung Z. (2010). Overview of the Korean Game Industry and Policy. Presentation at IPTS workshop, European Commission, JRC-IPTS.
- Hesmondhalgh, D. (2002). The Cultural Industries. Londen: Sage Publications.

- Juul, J. (2012). *A casual revolution: Reinventing video games and their players*. Cambridge, MA: The MIT Press
- Muyters, P. (2015). *Terconceptnota aan de Vlaamse Regering. Betreft: Clusterbeleid*. Retrieved from http://www.ewi-vlaanderen.be/sites/default/files/bestanden/vr_2015_1707_doc_0842_1ter.pdf
- Nieborg, D.B. & Kloet, B.J. (2013). *The European Game Industry*. Research Grant Council.
- Park, I.S., Kim M., Ingyu, O. & Hwan, K. (2014). *2014 Modularization of Korea's Development Experience: The Success Story of the Cultural Industry in Korea: The Case of the Game Industry*
- Porter, M. E. *The Competitive Advantage of Nations*. New York: Free Press, 1990.
- Raats, T., Evens, T. & S. Ruelens (2016). *Challenges for sustaining local audiovisual ecosystems. Analysis of financing and production of domestic TV fiction in small media markets*. In: *Journal of Popular Television*, 4(1): 129-147.
- Rombouts, T., Robeyns, E., Stassen, J., Vandenbroucke, J., De Bruyn, P. (2008). *Voorstel van resolutie betreffende de ondersteuning van de gamesector in Vlaanderen*. Vlaams Parlement, 5 juni 2008.
- Stake, R.E (2006) *Multiple Case Study Analysis*. The Guilford Press. New York.
- Stanton, R. (2015). *A Brief History Of Video Games: From Atari to Xbox One*: Hachette UK
- Stewart, J. & Misuraca, G. (2013). *The Industry and Policy Context for Digital Games for Empowerment and Inclusion: Market Analysis, Future Prospects and Key Challenges in Videogames, Serious Games and Gamification*, JRC-IPTS, Report for the European Commission.
- Tremblay D-G & Rousseau, S. (2005). *The Montreal multimedia sector: A cluster, a new mode of governance, or a simple co-location?* *Journal of Regional Science*, 28(2): 299-328.
- VAF Gamefonds jaarverslagen 2012-2015
- Van Aniel, W., & Schramme, A. (2015). *Creatieve industrieën in Vlaanderen*. Retrieved from <http://www.FlandersDC.be/sites/default/files/FDC%202015%20-%20Impactstudie.pdf>
- Vermeulen, M. (2014). *Drie inspirerende gamification voorbeelden*. Retrieved from <http://www.winstonwolfe.be/drie-inspirerende-gamification-voorbeelden/>
- Vlaams Audiovisueel Fonds (2016a). *VAF/Gamefonds*. Retrieved from <http://www.vaf.be/gamefonds/>
- Vlaams Audiovisueel Fonds (2016b). *VAF/Gamefonds jaarverslag 2015*. Retrieved from http://www.vaf.be/uploads/media/VAF_Gamefonds_jaarverslag_2015.pdf
- Vlaams Audiovisueel Fonds & Vlaamse Gemeenschap (2012). *Beheersovereenkomst Gamefonds 2012*. Brussel: VAF en Vlaamse Gemeenschap.
- Williamson, B. (2008). *Policy Recommendations Report*, November 2008.
- Yin, R.K. (2009) *Case Study Research. Design and Methods*. (4th Edition). Sage, Los Angeles.

GECITEERDE INTERVIEWS

- Cools Pascal, interview voor Flanders DC, 28 juni 2016
- De Bruyne Trees, interview voor Studio 100, 6 juli 2016
- Di Stefano Andrea & Keesom Ferry, interview voor Mode4, 28 juli 2016
- Druout Pierre, Puttemans Karla, van Hellemont Karen, interview voor VAF, 1 juli 2016
- Francois Bernard, interview voor PreviewLabs, 18 juli 2016
- Haelterman Kevin, interview voor LuGuS Studios, 5 juli 2016
- Nijsten Lukas, interview voor The Artistocrats, 4 juli 2016
- Van Welden Dirk, interview voor i-illusions, 4 juli 2016
- Vanden Abeele Alex & Vermeulen Vicky, interview voor Die Keure, 7 juli 2016
- Verbeek Steven, interview voor Crazy Monkey Studios, 6 juli 2016
- Verbruggen David, interview voor FLEGA, 21 juni 2016
- Vincke Swen, interview voor Larian Studios, 29 juni 2016

Bronnen DEEL IV

CANADA

- About ACM SIGGRAPH | ACM SIGGRAPH (n.d.). Retrieved from <http://www.siggraph.org/about/about-acm-siggraph>
- About SOCAN | SOCAN (n.d.). Retrieved from <http://www.socan.ca/about>
- CMF (2016). Experimental Stream – Innovation Program. Guidelines 2016-2017. Retrieved from http://www.cmf-fmc.ca/documents/files/programs/2016-17/guidelines/2016-17_exp_innovation_prog_guidelines.pdf
- CVA | Canadian Video Game Awards (n.d.). Retrieved from <http://www.cvawards.ca/#>
- Entertainment Software Association Of Canada (2015). Essential Facts About The Canadian Video Game Industry. Retrieved From Http://Theesa.Ca/Wp-Content/Uploads/2015/11/ESAC_2015_Booklet_Version02_14_Digital.Pdf
- Interactive Digital Media Fund | Ontario Media Development corporation (n.d.). Retrieved from http://www.omdc.on.ca/interactive/Interactive_Digital_Media_Fund.htm
- Interactive Fund | Creative BC (n.d.). Retrieved from <http://www.creativebc.com/programs/development-funding/interactive-fund#interactive-fund-details>
- Lien, T. (2014). *Tax credit cuts threaten future of Montréal video game industry*. Polygon. Retrieved from: <http://www.polygon.com/2014/6/24/5835260/tax-credit-cuts-threaten-future-of-Montréal-video-game-industry>
- Newzoo (2016, June). Top 100 Countries By Game Revenues. Newzoo. Retrieved from <https://newzoo.com/insights/rankings/top-100-countries-by-game-revenues/>
- Nordicity (2013). Canada's Video Game Industry in 2013. Retrieved from <http://www.nordicity.com/media/20131022nrrgwqnz.pdf>
- Nordicity (2015). Canada's Video Game Industry in 2015. Retrieved from <http://www.nordicity.com/media/20151210faebhea.pdf>
- Parry, J. (2015). What will happen if Vancouver's video game industry loses its tax credit? In: BCBusiness (online), 5 januari.

- The ESA (2016, March). Playing For The Future. The Critical Role of Skills for Canada's Video Game Industry. Retrieved from <http://theesa.ca/wp-content/uploads/2016/03/DawsonStratESACReportEnglish-Final.2.pdf>
- Unknown (2010, September 7). UK vs. Canada: Do Tax Breaks Build An Industry? Gamasutra. Retrieved from http://www.gamasutra.com/view/feature/134488/uk_vs_canada_do_tax_breaks_build_hp?print=1
- Vancouver video game indies look to revitalize the industry, 2012. Retrieved from <http://business.financialpost.com/entrepreneur/vancouver-video-game-indies-look-to-revitalize-the-industry>
- Who we are & How we help | ESAC (n.d.). Retrieved from <http://theesa.ca/about/>

DUITSLAND

- About 2016 | International Games Week (n.d.). Retrieved from <http://www.gamesweekberlin.com/2016/about-2016>
- About BAND | BAND (n.d.). Retrieved from <http://www.business-angels.de/en/>
- About Us | Womanize! (n.d.). Retrieved from <http://net.womenize.de/>
- Affairs and Energy (BMWi). Retrieved from <http://www.bmwi.de/Dateien/KuK/PDF/kompetenzzentrum-kultur-und-kreativwirtschaft-des-bundes-englische-version,property=pdf,bereich=bmwi2012,sprache=de,rwb=true.pdf>
- Conditt, J. (2014, November 8). In the shadow of Gamescom: Germany's game scene struggling to grow up. Engadget. Retrieved from <https://www.engadget.com/2014/08/11/in-the-shadow-of-gamescom-germanys-game-scene-struggling-to-gr/>
- Die Branche | Kultur- und Kreativwirtschaft (n.d.). Retrieved from <https://www.kultur-kreativ-wirtschaft.de/>
- Federal Office of Economic Affairs and Export Control (2016, February). Report 2015/2016. Energy. Promotion of economic development and SMEs. Foreign trade. BAFA. Retrieved from http://www.bafa.de/bafa/en/the_office/publications/bafa_report_2015_2016.pdf
- FFF Bayern (2016). Jahres Ruckblick 2015. FFF. Retrieved from <http://www.fff-bayern.de/presse/publikationen/>
- Film- und Medienstiftung NRW (2015). Jahresbericht 2015. FMS. Retrieved from http://www.filmstiftung.de/app/uploads/2016/07/FS_Jahresbericht-2015_1-61-2.pdf
- Germany Trade and Invest (2016 / 2017). Fact sheet: The German Gaming Industry. Retrieved from http://www.gtai.de/GTAI/Content/EN/Invest/_SharedDocs/Downloads/GTAI/Fact-sheets/Business-services-ict/fact-sheet-gaming-industry-en.pdf?v=7
- <http://www.gamescom-cologne.com/gamescom/index-9.php>
- IFB HAMBURG (2015). Jahresbericht 2014. IFB. Retrieved from https://www.ifbhh.de/fileadmin/pdf/aktuelles/jahresberichte/Jahresbericht_2014.pdf
- INVEST - Zuschuss für Wagniskapital | BMWi (n.d.). Retrieved from <http://www.bmwi.de/DE/Themen/Mittelstand/Mittelstandsfinanzierung/invest.html>
- Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes (2015). Unsere Themen & Formate für 2015. Retrieved from <http://www.kultur-kreativ-wirtschaft.de/KuK/Redaktion/PDF/plakat-spielplan,property=pdf,bereich=kuk,sprache=de,rwb=true.pdf>

- Kreimeier, B. (1999, August 27). Killing Games: A Look At German Videogame Legislation. Gamasutra. Retrieved from http://www.gamasutra.com/view/feature/131856/killing_games_a_look_at_german_.php
- Kulturstiftung des Bundes (2013, June 17). Jahresbericht der Kulturstiftung des Bundes für das Wirtschaftsjahr 2012. KSB. Retrieved from <http://www.kulturstiftung-des-bundes.de/sites/KSB/download/jahresberichte/Jahresbericht-2012.pdf>
- Medien- und Filmgesellschaft Baden- Württemberg (2014). Merkblatt Digital Content Funding. MFG. Retrieved from https://film.mfg.de/polopoly_fs/7.5056.1466760961!/file/dcf_merkblatt.pdf
- Medienboard Berlin-Brandenburg GmbH (2015). Funding Guidelines. Medienboard. Retrieved from https://www.medienboard.de/fileadmin/user_upload/pdf/Richtlinien-Merkblaetter/Funding_Guidelines_2015.pdf
- Nordmedia (2016, February 3). Geschäftsbericht 2015. Nordmedia. Retrieved from https://www.nordmedia.de/pages/presse/publikationen/subpages/ct_80091/index.html
- The Federal Government Centre of Excellence for the Cultural and Creative Industries (2014). Work Creatively. With Success! Federal Ministry for Economic
- Über den deutschen Computerspielpreis | Deutscher Computerspielpreis (n.d.). Retrieved from <http://deutscher-computerspielpreis.de/>
- Über die auszeichnung | Kultur- und Kreativpiloten Deutschland (n.d.). Retrieved from <http://kultur-kreativpiloten.de>
- Über GAME | GAME (n.d.). Retrieved from <http://game-bundesverband.de/mitgliederservices/>
- Über uns | BIU (n.d.). Retrieved from <http://www.biu-online.de/ueber-uns/ueber-den-biu/>
- Über uns | Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes (n.d.). Retrieved from <http://kreativ-bund.de/ueber-uns>
- Über uns | Stiftung Digitale Spielekultur (n.d.). Retrieved from <http://stiftung-digitale-spielekultur.de/sammlung/%C3%BCber-uns>
- Walter, T. (2015, August 3). International Insight: Germany. MCV | The Market for Computer & Video Games. Retrieved from <http://www.mcvuk.com/news/read/international-insight-germany/0153634>

DENEMARKEN

- About | Start-up Denmark (n.d.). Retrieved from <http://www.startupdenmark.info/#about-us>
- About Us | IGDA Denmark (n.d.). Retrieved from <http://www.igda.dk/about/>
- Askholm, K. (2016, May 30). Growing Games CPH: Where do we go now? Interactive Denmark. Retrieved from <http://interactivedenmark.dk/article/growing-games-cph-go-to-market>
- Background | DADIU (n.d.). Retrieved from <http://www.dadiu.dk/background/>
- College | Game College (n.d.). Retrieved from <http://www.gameitcollege.dk/college/>
- Creative Business Cup | Creative Business Cup (n.d.). Retrieved from <http://www.creativebusinesscup.com/section/creative-business-cup>
- Creative Business Cup continues. CKO is closed | CKO (n.d.). Retrieved from <http://www.cko.dk/uk/>
- Danish Producers' Association| Pro-F (n.d.). Retrieved from <http://pro-f.dk/content/danish-producers-association>

- DFI (2016, March, 17). Årsberetning 2015. DFI. Retrieved from <http://www.dfi.dk/Nyheder/FILMupdate/2016/Marts/Filminstituttet-udgiver-Aarsberetning-2015.aspx>
- Get a life and a career | Open Jobs (n.d.). Retrieved from <http://gaming.talentattractiondenmark.com/>
- Interactive Denmark (2015, November 2). Det Interaktive Danmark i Tal 2014. Retrieved from [http://interactivedenmark.dk/sites/interactivedenmark.dk/files/Articlefiles/Det Interaktive Danmark-i-tal-02112015_1.pdf](http://interactivedenmark.dk/sites/interactivedenmark.dk/files/Articlefiles/Det%20Interaktive%20Danmark-i-tal-02112015_1.pdf)
- Ministry of Business and Growth Denmark (2013, February 7). Denmark at work. Plan for growth in the creative industries and design. Retrieved from <https://www.evm.dk/english/news/2013/07-02-13-denmark-at-work-plan-for-growth-in-the-creative-industries-and-design>
- Prasad, S. (2015, April, 20). Start-Up Denmark Teams Up With Younoodle To Find High-Growth Startups In Denmark. Younoodle. Retrieved from <https://ww2.younoodle.com/2015/04/20/start-up-denmark-teams-up-with-younoodle-to-find-high-growth-startups-in-denmark/>
- Scandinavian Game Developers (2011). The Danish Game Industry - an overview. Retrieved from <http://www.scangame.dk/downloads/danish%20overview%20spilbranchen.pdf>
- Support to Video Games | DFI (n.d.). Retrieved from <http://www.dfi.dk/Service/English/Funding/Terms-Games-2012.aspx>
- The Market for Computer & Video Games (2015, March 25). International Factfile 2015: Denmark. MCVUK. Retrieved from <http://www.mcvuk.com/news/read/international-factfile-2015-denmark/0147217>
- Velkomst | Kapitalrejsen (n.d.). Retrieved from <http://kapitalrejsen.dk/>
- What is Arsenalet Game Incubation | Arsenalet (n.d.). Retrieved from <http://www.arsenalet.dk/game-hub-scandinavia/>

EUROPA

- About ISFE | Interactive Software Federation Of Europe (n.d.). Retrieved from
- About Us | Boo Games (n.d.). Retrieved from <http://www.boogames.eu/about-us/>
- COSME. Europe's programme for small and medium-sized enterprises | European Commission (n.d.). Retrieved from <http://ec.europa.eu/growth/smes/cosme/>
- Creative Europe (2015). European Game Support Systems. National and Regional public funds for interactive and games. Report prepared by Media Desk Denmark and Media Desk Spain.
- Driving the Industry | European Games Developer Federation (n.d.). Retrieved from <http://www.egdf.eu/>
- Education, Audiovisual & Culture Executive Agency (2015, March, 3). Annual Activity Report 2014. EACEA. Retrieved from https://eacea.ec.europa.eu/sites/eacea-site/files/eacea_aar_2014.pdf
- Education, Audiovisual & Culture Executive Agency (2016). Annual work programme 2015. EACEA. Retrieved from https://eacea.ec.europa.eu/sites/eacea-site/files/eacea_mp_2015.pdf
- EGDF (2016). Draft HORIZON2020 work programmes 2016-17 for game. EGDF. Retrieved from <http://www.egdf.eu/draft-horizon2020-work-programmes-2016-17->

[for-game-developers-serious-game-developers-and-organisations-supporting-game-developers/](#)

- Eureka (2016, April 21). Innovation Across Borders: Annual Report 2015. Eureka. Retrieved from <http://www.eurekanetwork.org/sites/default/files/AR%20EUREKA%202015-final-web.pdf>
- European Commission (2015, April 15). COSME: Het Europese Programma Voor KMO's. Retrieved from <http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/9783>
- European Games Developer Federation (2012). European Online Game Survey 2012. EGDF. Retrieved from <http://www.egdf.eu/wp-content/uploads/2014/03/CNG-Brochure-Final.pdf>
- European Investment Fund (2016, May 20). Annual Report 2015. EIF. Retrieved from http://www.eif.org/news_centre/publications/eif_annual_report_2015.pdf
- <http://www.isfe.eu>
- InnovFin – EU Finance for innovators | European Investment Bank (n.d.). Retrieved from <http://www.eib.org/products/blending/innovfin/index.htm>
- Members | European Creative Business Network (n.d.). Retrieved from <http://ecbnetwork.eu/who-we-are/>
- The MEDIA sub-programme of Creative Europe | Digital Single Market (n.d.). Retrieved from <https://ec.europa.eu/digital-single-market/en/media-sub-programme-creative-europe>
- TOPIC: Gaming and gamification | Research & Innovation (2015, October 14). Retrieved from <http://ec.europa.eu/research/participants/portal/desktop/en/opportunities/h2020/topics/ict-24-2016.html>
- Training | Creative Europe (n.d.). Retrieved from https://ec.europa.eu/programmes/creative-europe/media/training_en
- van Dreunen, J. (2015). GLOBAL GAMES MARKET REPORT—2015. SuperData. Retrieved from <https://www.superdataresearch.com/blog/global-games-market-2015/>
- What is Eureka | Eureka (n.d.). Retrieved from <http://www.eurekanetwork.org/>
- Who we are | EIF (n.d.). Retrieved from http://www.eif.org/who_we_are/index.htm

FINLAND

- 21 paths towards a frictionless Finland: Report of the ICT 2015 Working Group (2013). Retrieved from: <http://studylib.net/doc/8905358/21-paths-to-a-frictionless-finland>.
- Asikainen, R. (2013, November 26). Finnish Business Angel of the Year. Retrieved from <http://www.fiban.org/news/finnish-business-angel-of-the-year-vuoden-bisnesenkeli-2013-jari-ovaskainen>
- Education | Neogames. (n.d.). Retrieved from <http://www.neogames.fi/en/education-research/>
- European Structural & Investment Funds - European Commission. (n.d.). Retrieved from http://ec.europa.eu/contracts_grants/funds_en.htm
- FAQ | Neogames. (n.d.). Retrieved from <http://www.neogames.fi/en/faq/>
- Funding for game companies | Tekes. (n.d.). Retrieved from <https://www.tekes.fi/en/programmes-and-services/recently-ended-programmes/game-funding/services/>

- Gamasutra - Tax breaks still a sore spot for many devs, GDC Europe survey says. (2014, July 10). Retrieved from http://www.gamasutra.com/view/news/220058/Tax_breaks_still_a_sore_spot_for_many_devs_GDC_Europe_survey_says.php
- Hiltunen, K., Latva, S., & Kaleva, J.-P. (2016). The Game Industry of Finland 2015. Neogames. Retrieved from <http://www.neogames.fi/the-game-industry-of-finland-2015/>
- <http://www.localfinland.fi/en/authorities/regional-economic-development/Pages/default.aspxhttps://ec.europa.eu/growth/tools-databases/regional-innovation-monitor/organisation/1%C3%A4nsi-suomi/centre-economic-development-transport-and-environment-pirkanmaa>
- <https://ec.europa.eu/growth/tools-databases/regional-innovation-monitor/organisation/1%C3%A4nsi-suomi/centre-economic-development-transport-and-environment-pirkanmaa>
- Hyvärinen, J. (2015). Evaluation of Tekes Activities: Main Methods and Impacts. Helsinki: Tekes. Retrieved from https://www.tekes.fi/globalassets/julkaisut/evaluation_of_tekes_activities.pdf
- ICT2015 | Polku 7: Pelit ja pelillisuus. (n.d.). Retrieved August 5, 2016, from <http://ict2015.fi/toimenpiteet/polku-7-pelit-ja-pelillisuus/>
- Korhonen, K. (2012). Skene Games refueled. Retrieved from http://www.tekes.fi/globalassets/global/ohjelmat-ja-palvelut/ohjelmat/skene/aineistot/kari_korhonen_skene_launch_and_outlines.pdf
- Korhonen, K. (2012). Tekes: Skene programme launch and outlines [Presentation]. Retrieved from <http://www.tekes.fi/en/programmes-and-services/recently-ended-programmes/game-funding/material/>
- Lähteenmäki-Smith, K. (2014). Implementing Innovation Policy. In K. Halme, I. Lindy, K. A. Piirainen, V. Salminen, & J. White (Eds.), Finland as Knowledge Economy 2.0: Lessons on Policies and Governance (pp. 97–112). Washington, D.C., USA: International Bank for Reconstruction and Development / The World Bank.
- Latva, S. (2014, July 22). Why the success of the Finnish game industry is like the Tour de France peloton | Pocket Gamer.biz | PGbiz. Retrieved from <http://www.pocketgamer.biz/comment-and-opinion/59500/why-the-success-of-the-finnish-game-industry-is-like-the-tour-de-france-peloton/>
- Salminen, V., & Lamminmäki, K. (2014). Embracing Industrial Renewal. In K. Halme, I. Lindy, K. A. Piirainen, V. Salminen, & J. White (Eds.), Finland as Knowledge Economy 2.0: Lessons on Policies and Governance (pp. 45–58). Washington, D.C., USA: International Bank for Reconstruction and Development / The World Bank.
- Tekes (2015). *10 Years of funding and networks for the Finnish game industry [Presentation]*. Retrieved from <http://www.neogames.fi/2015-tekes-10-years-of-funding-and-networks/>
- Tekes (2016). Finnish game industry grew into a two billion euro business.
- Tekes (2016). *Innovation funding with proven impact*. Retrieved from http://www.tekes.fi/globalassets/julkaisut/vaikuttavuus_miniesite_2016_eng.pdf
- Tekes (2016). Tekes Magazine. Retrieved at: www.tekes.fi.

FRANKRIJK

- CNC - crédit d'impôt jeu vidéo. (n.d.). Retrieved from <http://www.cnc.fr/web/fr/credit-d-impot-jeu-vidéo>
- CNC (2012). Les aides au jeu vidéo français. Retrieved from http://www.cnc.fr/web/fr/bilans?p_p_auth=NeCS5rMS&p_p_id=20&p_p_lifecycle=1&p_p_state=exclusive&p_p_mode=view&p_p_col_id=column-1&p_p_col_count=1&_20_struts_action=%2Fdocument_library%2Fget_file&_20_folderId=17459&_20_name=DLFE-4415.pdf
- France is second in the world for the production of video games. (2014, April). Retrieved from <http://www.diplomatie.gouv.fr/en/french-foreign-policy/economic-diplomacy-foreign-trade/events/article/france-is-second-in-the-world-for>
- Le Cargo. (n.d.). Retrieved from <http://www.lecargo.paris/#6>
- SELL (2016). Essential Video Game News - Market, Consumption, Use. Retrieved from http://www.essentiel-jeu-vidéo.fr/media/pdf/EJV_01_2016_EN.pdf
- SNJV and IDATE (2015). Annual survey of the French video game industry - Second edition. Retrieved from http://www.snjv.org/wp-content/uploads/2015/12/SNJV_barometre2015_Oct15_ENG_V2.pdf

NEDERLAND

- About | Indietopia (n.d.). Retrieved from <http://indietopia.org/about/>
- About Community Powered Publishing | Fig (n.d.). Retrieved from <https://www.fig.co/>
- About Gambitious | Gambitious (n.d.). Retrieved from <http://www.gambitious.com/>
- About the Dutch Games Association | Dutch Games Association (n.d.). Retrieved from <https://dutchgamesassociation.nl/thoughts/147>
- About Us | Gamekicker (n.d.). Retrieved from <https://crowdfunding.gamekicker.org/>
- Retrieved from <http://www.cko.dk/uk/>
- Clusters (n.d.). Retrieved October 6, 2016, from <http://www.vlaio.be/themas/clusters>
- Creative Council (2016). Creative Council. Retrieved at: www.creative-council.nl
- Digital | Creative Holland (n.d.). Retrieved from <http://www.creativeholland.com/nl/digital>
- Digital Culture | Het Nieuwe Instituut (n.d.). Retrieved from <http://hetnieuweinstituut.nl/en/digital-culture>
- Dutch Creative Council (2015). Show me the Money. Toegang tot financiering voor de creatieve industrie. Retrieved from http://www.clicknl.nl/wp-content/uploads/2015/06/2015_Toegang-Financiering_Creatieve_Industrie1.pdf
- Dutch Creative Council (n.d.). Topsectoren: hoe & waarom. DCI. Retrieved from http://www.creative-council.nl/_docs/Topsectoren_8.pdf
- Dutch Creative Industries Council (2012, September 24). De Creatieve Industrie: Aanjager door Grenzen te Verleggen. Beroepsorganisatie Nederlandse Ontwerpers Retrieved from http://www.bno.nl/upload/nieuws/c/Nieuws_CreativeCouncilBriefInformateurs.pdf
- Dutch Game Garden (2016, February 5). Games Monitor 2015. DGG. Retrieved from <http://www.dutchgamegarden.nl/news/nieuwsdetail/the-games-monitor-2015-the-full-report-284/>

- Federatie Dutch Creative Industries | FDGI (n.d.). Retrieved from <http://dutchcreativeindustries.nl/federatie-dutch-creative-industries/>
- GATE (2012). Growing Knowledge for Games. GATE. Retrieved from http://gate.gameresearch.nl/UserFiles/File/GATE_magazine2012screen.pdf
- Innovator (2016). Growing games applied gaming. Retrieved at: <http://innovator.nl/nieuws/growing-games-applied-gaming-nederland-serious-business>
- Informatie | Mediastad (n.d.). Retrieved from <http://mediastadevents.nl/>
- Innovatiebox | Belastingdienst (n.d.). Retrieved from <http://www.belastingdienst.nl/wps/wcm/connect/bldcontentnl/belastingdienst/zakelijk/winst/vennootschapsbelasting/innovatiebox/>
- NRC Handelsblad (2016). Succesverhaal gamesector bleek een zeepbel - nu zitten deze mensen zonder werk.
- Open Oproep Applied Games | Stimuleringsfonds Creatieve Industrie (n.d.). Retrieved from http://stimuleringsfonds.nl/nl/het_fonds/open_oproepen/open_oproep_applied_games/
- Organisatie | iMMovator Cross Media Network (n.d.). Retrieved from <http://www.immovator.nl/organisatie>
- Over Ons | Expertisecentrum voor Games en Game-Design (n.d.). Retrieved from http://www.expertisecentrumgames.nl/over_ons
- Research & Developmentaftrek (RDA) | Belastingdienst (n.d.). Retrieved from http://www.belastingdienst.nl/wps/wcm/connect/bldcontentnl/belastingdienst/zakelijk/winst/inkomstenbelasting/inkomstenbelasting_voor_ondernemers/research_en_developmentaftrek
- Stimuleringsfonds Creatieve Industrie (2015). Jaarverslag 2015. Retrieved from http://files.stimuleringsfonds.nl/public/jaarverslag2015/Jaarverslag_2015_Stimuleringsfonds_Creatieve_Industrie.pdf
- Stimuleringsfonds Creatieve Industrie (2016, April 5). Jaarverslag 2015. Retrieved from <http://files.stimuleringsfonds.nl/public/jaarverslag2015/index.html>
- TKI CLICKNL (2015, May 28). Kennis- en Innovatieagenda Creatieve Industrie 2016-2019. ClickNL. Retrieved from http://www.clicknl.nl/wp-content/uploads/2015/06/Okt-2015-CLICKNL_KIA-3.pdf
- Topsectoren (2016). Topsectorenbeleid. Retrieved at: <https://www.topsectoren.nl/innovatie>
- Topteam Creatieve Industrie & Dutch Creative Council (2016). Bouwen aan een creatieve samenleving: Jaarverslag 2015. Retrieved from http://dutchcreativeindustries.nl/wp-content/uploads/2016/05/DCC_Jaarverslag2015_LR_spreads.pdf
- Van Erp, J., Németh, A., Rutten, P., Slot, E. & Zuurmond, J. (2014). Designing a Country Creative industries in the Netherlands. Ministry of Education, Culture and Science. Retrieved from http://dutchcreativeindustries.nl/wp-content/uploads/Designing-a-Country-Creative-Industries-in-the-Netherlands_EN.pdf
- WBSO: fiscale regeling voor research en development | Rijksdienst voor Ondernemend Nederland (n.d.). Retrieved from <http://www.rvo.nl/subsidies-regelingen/wbso>
- What We Do | Dutch Game Garden (n.d.). Retrieved from <http://www.dutchgamegarden.nl/about/what-we-do/>

NOORWEGEN

- About | Centre for Creative Industries (BI:CCI) (n.d.). Retrieved from <http://www.bi.edu/research/centre-for-creative-industries/>
- About Filminvest3 | Film3 (n.d.). Retrieved from <http://www.film3.no/omoss/english>
- About Us | Hamar Game Collective (n.d.). Retrieved from <http://www.hamargamecollective.com/about/>
- Alle prosjekter 2006 - 2015 | FUZZ (n.d.). Retrieved from <http://fuzz.no/?p=43>
- BI: Centre for Creative Industries (2015). Kreativ næring i Norge 2008-2014. Retrieved from:
<http://www.bi.edu/CenterFiles/BICCIfiles/Kreativ%20n%C3%A6ring%20i%20Norge%202008%20-%202014.pdf>
- Extra Credits (2014, December 10). Global Games: Norway - The Challenges of Norwegian Game Companies. Youtube. Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=DYyzKbXebSE>
- Forskningsradet (2013, October 3). SkatteFUNN - incentivising companies to invest in research, development and innovation. Retrieved from
- <http://www.producentforeningen.no/Nyheter.aspx?media=5>
- <http://www.skattefunn.no/prognett-skattefunn/English/1253989461805?lang=en>
- Innovasjon Norge (2016). Annual Report 2015. Retrieved from <http://www.innovasjonnorge.no/aarsrapport/2015/index.html#keynumbers>
- Kulturrådet (2016). Årsmelding 2015. Retrieved from <http://www.kulturradet.no/documents/10157/fbca7e3c-4b29-4c78-a942-26962c4daac7>
- Meldahl, P. (2015, July 17). Bootcamp for spillbedrifter: Det å få produktet ut i Verden. Spillmakerlauget. Retrieved from <http://spillmakerlauget.no/2015/07/17/bootcamp-for-spillbedrifter-det-a-fa-produktet-ut-i-verden/>
- Ministry of Culture (2015, August 27). NOK 10 million to new pilot export programme for Norwegian computer games companies. Government.no. Retrieved from <https://www.regjeringen.no/en/aktuelt/nok-10-million-to-new-pilot-export-programme-for-Norwegian-computer-games-companies/id2437329/>
- Ministry of Culture (2015, June 26). This is the new policy council for the cultural and creative industries, which has been tasked with improving Norway's cultural and creative competitiveness. Government.no. Retrieved from <https://www.regjeringen.no/en/aktuelt/this-is-the-new-policy-council-for-the-cultural-and-creative-industries-which-has-been-tasked-with-improving-norways-cultural-and-creative-competitiveness/id2425215/>
- Norsk Filminstitutt (2016, May 20). Årsrapport 2015. Retrieved from <http://www.nfi.no/bransje/viktig/nfis-%C3%A5rsrapport-for-2015>
- Om fondet | Filmkraft (n.d.). Retrieved from <http://www.filmkraft.no/filmfond/om-fondet>
- Om JoinGame | JoinGame (n.d.). Retrieved from <http://joingame.idi.ntnu.no/doku.php/open/home>

- Regelverk for Filminvest3 AS | Film3 (n.d.). Retrieved from <http://www.film3.no/tilskudd/regelverk-filminvest3>
- Retrieved from <http://www.bi.edu/research/centre-for-creative-industries/>
- Stafford, P. (2015, June 10). Norway's Booming Games Industry. Motherboard. Retrieved from <http://motherboard.vice.com/read/norways-booming-games-industry>
- The Film Fund on the West Coast of Scandinavia | FUZZ (n.d.). Retrieved from http://fuzz.no/?page_id=18
- Virke Produsentforeningen (2015). Spillbransjen 2015. Retrieved from http://www.virke.no/bransjer/Documents/Virke_Spillbransjen2015.pdf
- Wang, A.I. (n.d.). JoinGame? – Nasjonalt ressursnettverk på dataspill. Joingame. Retrieved from: <http://joingame.idi.ntnu.no/lib/exe/fetch.php/wiki/joingamesoknad-revidert-v2.pdf>
- Welcome to the Centre for Creative Industries | (BI:CCI) (n.d.).

VERENIGD KONINKRIJK

- | Nesta (n.d.). Retrieved from <http://www.nesta.org.uk/founders-lodge>
- About | GREAT Britain (n.d.). Retrieved from <http://www.greatbritaincampaign.com/#!/about>
- About | Next Gen Skills (n.d.). Retrieved from <http://www.nextgenskills.com/about-us/>
- About | Video Games Ambassadors (n.d.). Retrieved from <http://www.gamesambassadors.org.uk/about/>
- About BAFTA YGD | BAFTA YGD (n.d.). Retrieved from <http://ygd.bafta.org/>
- About BIMA | BIMA (n.d.). Retrieved from <http://www.bima.co.uk/about-bima/index.asp>
- About SGI | Serious Games Institute (n.d.). Retrieved from <http://www.seriousgamesinstitute.co.uk/legal/about-sgi.aspx>
- About Us | Ukie (n.d.). Retrieved from <http://ukie.org.uk/about>
- About Us | Tranzfuser (n.d.). Retrieved from <http://tranzfuser.com/>
- Association for UK Interactive Entertainment (UKie) (2016). UK Video Games Factsheet.
- BBC News (2010) The changing face of NI's video gaming industry. BBC News (retrieved on 3 August 2016), Url: <http://www.bbc.com/news/10154989>
- British Film Institute (2016). The cultural test. Retrieved from: www.bfi.org.uk
- Creative England (2015, May). Invitation to Tender: GamesLab End of Programme Evaluation Reports For Creative England. Retrieved from <http://applications.creativeengland.co.uk/assets/public/resource/161.pdf>
- Geekgirlmeetup (2016). About us. (online) geraadpleegd op 3 augustus, url: <http://www.geekgirlmeetup.co.uk/about-us/>
- Henry, T. (2016). Why haven't you applied for the UK Video Games Tax Relief? Pollen insights, online (retrieved on 3 August), url: <https://insights.pollen.vc/articles/why-havent-you-applied-for-the-uk-video-games-tax-relief>
- https://creativeskillset.org/who_we_help/creative_businesses/skills_investment_funds
- HM Revenu & Customs (2016). Video Games Development Company Manual. Retrieved from <https://www.gov.uk/hmrc-internal-manuals/video-games-development-company-manual>.

- HM Treasury & The Rt Hon David Gauke MP (2014). Video games companies to begin claiming tax relief. Retrieved from <https://www.gov.uk/government/news/video-games-companies-to-begin-claiming-tax-relief>
- International Trade Activities | UKie (n.d.). Retrieved from <http://ukie.org.uk/international-trade-shows>
- Kamen, M. (2015, April 17). Channel 4 opens Glasgow-based 'All 4 Games' studio. Wired. Retrieved from <http://www.wired.co.uk/article/channel-4-launches-all-4-games-arm>
- Lee, A. (2013, August 14). LBP and Moshi adorn campaign for UK game development. Develop-Online. Retrieved from <http://www.develop-online.net/news/lbp-and-moshi-adorn-campaign-for-uk-game-development/0115601>
- Lee, A. (2013, October 2). UKTI taking British game creators on Mexican tour. Develop-Online. <http://www.develop-online.net/news/ukti-taking-british-game-creators-on-mexican-tour/0183988>
- Mateos-Garcia, J., Bakhshi, H. & Lenel, M. (2014, September 25). A Map of the UK Games Industry. Nesta. Retrieved from http://www.nesta.org.uk/sites/default/files/map_uk_games_industry_wv.pdf
- NESTA (2011) Next Gen. Transforming the UK into the World's Leading Talent Hub for the Video Games and Visual Effects Industries. A Review by Ian Livingstone and Alex Hope. London: NESTA.
- Newzoo (2016, April 21). Free Global Games Market Report. Retrieved from <http://resources.newzoo.com/global-games-market-report>
- The Founders' Lodge. An intensive two-day course for creative leaders, where you will sharpen your business plans and learn new skills in an inspiring and tranquil setting.
- TIGA (2014). A Guide to video games tax relief. Retrieved from <http://www.grant-thornton.co.uk/Documents/Guide-to-Video-Games-Tax-Relief.pdf>
- Ukie (n.d.). The games industry in numbers. Ukie. Retrieved from <http://ukie.org.uk/research>
- UKTI trade mission to GDC | Generator (n.d.). Retrieved from <http://generator.org.uk/ukti-trade-mission-to-gdc/>
- Unknown (2010, September 7). UK vs. Canada: Do Tax Breaks Build An Industry? Gamasutra. Retrieved from http://www.gamasutra.com/view/feature/134488/uk_vs_canada_do_tax_breaks_built.php?print=1
- Video Games Mentor Network. Advising and nurturing games businesses with an appetite for growth | UKie (n.d.). Retrieved from <http://www.nesta.org.uk/video-games-mentor-network#sthash.yr7OdMNM.dpuf>
- What are the Skills Investment Funds? | Creative Skillset (n.d.). Retrieved from
- What is Playhubs? | Playhubs (n.d.). Retrieved from <http://playhubs.com/>

ZWEDEN

- About | Showcase Sweden (n.d.). Retrieved from <https://showcase.swedishaffair.net/#/pages/about>
- About Us | Interactive Institute Swedish ICT (n.d.). Retrieved from <https://www.tii.se/about-us>
- Bengtsson, S. (2011). Virtual nation branding: the Swedish embassy in Second Life. Journal of Virtual Worlds Research, vol. 4, nr. 1. Retrieved from <https://jvwr-ojs-utexas.tdl.org/jvwr/index.php/jvwr/issue/view/200>
- Christensen, C. (2016). @Sweden: Curating a Nation on Twitter. Popular Communication, 11, p. 30-46.
- Dataspelbranchen (2015). Game developer index 2015. Based on 2014 Swedish Annual Reports. Dataspelbranchen. Retrieved from <http://www.swedishgamesindustry.com/media/152276/gamedeveloperindex%202015.pdf>
- Di (2013, September 10). Mojang slår rekord för svenska spel. In Di (online). Url: <http://www.di.se/artiklar/2013/9/10/mojang-slar-rekord-for-svenska-spel/> (geraadpleegd op 3 augustus).
- Gaudiosi, J. (2015). Why Sweden is offering aspiring game developers a cabin in the woods. (online). Fortune. Retrieved from <http://fortune.com/2015/05/14/sweden-accelerator-stugan/>
- <http://kreativsektor.se/>
- <http://open.dreamhack.se/>
- <http://www.nordicgameprogram.org/>
- <http://www.vinnova.se/en/>
- The Guardian (2014, December 14). Gamergate: Swedish gaming companies tackle sexism in video games. The Guardian. Retrieved from <https://www.theguardian.com/sustainable-business/2014/dec/19/gamergate-swedish-gaming-companies-tackle-sexism-in-video-games>
- The Swedish Post and Telecom Authority (2014, March 21). Sweden well on its way to achieving the EU broadband targets (online). PTS. Retrieved from <http://www.pts.se/en-GB/News/Press-releases/2014/Sweden-well-on-its-way-to-achieving-the-EU-broadband-targets/>
- This is us! | Stugan (n.d.). Retrieved from <http://www.stugan.com/about-us/>
- US News (2015, Oktober 15). Video game star 'PewDiePie' takes in \$12 million, heads Forbes list of top YouTube earners (online). US News. Retrieved from <http://www.usnews.com/news/business/articles/2015/10/15/forbes-lists-video-gamer-pewdiepie-as-top-youtube-earner>

Over de onderzoekers

Lizzy Bleumers

Lizzy Bleumers (iMinds-SMIT) studeerde magna cum laude af als Master Psychologie aan de K.U.Leuven in 2004. Na enkele jaren van fundamenteel onderzoek naar visuele waarneming, volgde zij een post- academisch programma in user-centered design waaraan eveneens een stage gekoppeld was bij een bedrijf gespecialiseerd in gebruiksvriendelijkheidsonderzoek. Sinds zij in mei 2008 bij SMIT begon te werken, is ze betrokken geweest bij verschillende iMinds-projecten waarin zij de beleving en gebruik van games en (semi-)virtuele omgevingen onderzoekt. Zo voerde zij o.a. studies uit naar de beleving van stadsspelen én gemedieerde speelse communicatie tussen familieleden. Ze werkte mee aan het Europees DGEI project waarin het potentieel van digitale games voor sociale inclusie werd onderzocht. Momenteel is zij binnen iMinds-SMIT verantwoordelijk voor al het onderzoek omtrent gaming, learning en educatie. Vanuit haar expertise op gaming zetelt zij ook in de stuurgroep van de Vlaamse afdeling van de Digital Games Research Association (DiGRA Vlaanderen). Lizzy organiseert ook Ludic City, een lezingenreeks rond game-play en stedelijk leven.

Tim Raats

Prof. Dr. Tim Raats is docent aan de vakgroep communicatiewetenschappen van de Vrije Universiteit Brussel en senior onderzoeker bij iMinds-SMIT, verbonden aan dezelfde universiteit. Tim doetert Politieke Economie van de Creatieve Industrieën, Encyclopedie van de Communicatiewetenschappen, Mediabeleid en Europees media- en communicatiebeleid. Tim werkt als projectleider binnen de Policy Unit van SMIT aan onderzoek m.b.t. de audiovisuele sector, publieke omroep en televisieproductie en -financiering in kleine landen. Zijn onderzoeksinteresses bevinden zich op het snijvlak tussen mediamanagement en -beleid, met specialisatie in publieke omroep en samenwerking, en fictieproductie en financiering in kleine mediamarkten. Hij is in die hoedanigheid betrokken bij het HERA-project MeCETES (Mediating Cultural Encounters Through European Screens) dat distributiepatronen en -beleid van Europese film en tv onder de loep neemt. Tim is co-auteur van 'Een VRT voor morgen of morgen geen VRT meer' en publiceerde in diverse verzamelwerken en wetenschappelijke tijdschriften.

Sanne Ruelens

Sanne Ruelens is onderzoeker bij iMinds-SMIT, verbonden aan de Vrije Universiteit Brussel. Zij behaalde in 2009 een master in de communicatiewetenschappen aan de KULeuven, met een masterproef over het grindhouse cinema genre en de interpretatie ervan in Quentin Tarantino's Death Proof. Na 3 jaar ervaring in het uitwerken van media- en merkstrategieën bij verscheidene Vlaamse reclamebureau's, vervoegde ze iMinds-SMIT in juli 2013. Haar onderzoeksinteresses bestaan zowel uit kwalitatieve onderzoeksmethodes, als de brede waaier van media, audiovisuele en creatieve industrieën. Zij was o.a. betrokken bij onderzoek naar het opstarten van een digitaal stipplatform, een analyse van financiering van tv-fictie in Vlaanderen (i.o.v. Kabinet Media), en een behoeftenanalyse van talentmanagement in de audiovisuele sector (i.o.v. Kabinet Media), de VRT stakeholderbevraging i.o.v. de Sectorraad Media

en een benchmarkstudie over publieke omroepen i.o.v. het Departement, Cultuur, Jeugd, Sport en Media.

Ruben Vandenplas

Ruben Vandenplas is sinds augustus 2016 als onderzoeker verbonden aan iMinds-SMIT. In 2015 studeerde hij af als Master in de Communicatiewetenschappen aan de Vrije Universiteit Brussel. In zijn masterthesis onderzocht hij parasociale ervaringen in games aan de hand van de getuigenissen van spelers en actor-network theory. Dit leidde tot het ontwikkelen van een model voor onderzoek naar parasociale ervaringen, specifiek gericht op games. Sinds 2015 is hij als vrijwillig medewerker aan onderzoeksgroep CEMESO.

Jan Van Looy

Prof. dr. Jan Van Looy is professor aan de onderzoeksgroep voor Media & ICT (iMinds-MICT) aan Universiteit Gent, België. Hij was co-auteur van het rapport en het boek Jongeren en Gaming in 2008 waarbinnen hij verantwoordelijk was voor de mapping van de Vlaamse gamesector. In de afgelopen vijftien jaar heeft hij meer dan honderd tijdschriftartikelen, hoofdstukken in boeken en congrespapers geschreven die verband houden met videogaming en immersieve media, zoals over speler identificatie, de antecedenten van gamer identiteit, de impact van stereotype threat op game-ervaringen, de adoptie van games door leerkrachten, de effectiviteit van serious games om talen te leren, games als bewustmaking tool, games & wiskunde, brandveiligheidsstraining, persoonlijke empowerment en sociale inclusie. De huidige onderzoeksinteresses van het "Gaming & Immersieve Media Lab" (www.mict.be/gaming) hebben betrekking op neurologisch onderzoek van flow ervaringen, de psychofysiologische effecten van gender stereotype threat, methodologie voor serious games effectiviteitsonderzoek, speler-volharding bij exergames en de quality of experience bij augmented reality.

Lotte Vermeulen

Lotte Vermeulen is een onderzoeker aan de onderzoeksgroep voor Media & ICT (iMinds-MICT), Universiteit Gent. Onlangs heeft zij haar Ph.D over digital games en vrouwen ingediend in samenwerking met het Centrum voor Cinema en Media Studies (CIMS). In dit project poogde zij om de rol die games spelen in het alledaagse leven van vrouwen beter te begrijpen en wat het medium voor hen betekent. Dit project resulteerde in tal van wetenschappelijke publicaties in internationale en nationale tijdschriften die een ruime verspreiding kennen. Ook de populariserende pers merkte haar werk op waardoor het veelvuldig vertaald werd naar niet-academische contexten. Voorts was Lotte actief als onderzoeker binnen verschillende andere projecten zoals gebruikersonderzoek van stereoscopische 3DTV applicaties, het adoptiepotentieel van een telesurgery scenario, augmented reality in de werkcontext enz.

Jan Waeben

Jan Waeben is junior researcher aan de onderzoeksgroep voor Media & ICT (iMinds-MICT) aan Universiteit Gent, België. In 2014 studeerde hij met summa cum laude af als MSc in Communication Studies aan de Vrije Universiteit Brussel. Tijdens zijn master

werkte hij op beleidsonderzoek naar innovatiesteun voor gedrukte pers in Vlaanderen aan de onderzoeksgroep SMIT van de VUB en bracht hij 6 maanden door aan de Hankuk University of Foreign Studies in Seoul, Zuid Korea. Na de studies werkte hij als strateeg bij een digitaal marketing agentschap en als editor en vertaler op freelance basis. Sinds Juni 2016 is hij actief aan de onderzoeksgroep MICT en werkt hij rond mediabeleid.