

## PERSBERICHT

Donderdag 20 augustus 2009

### Iedereen gamet? Op zoek naar de groeiende groep casual gamers in Vlaanderen

**Gent, 20/08/09 - Niemand kan er omheen: van het legendarische Pong van Atari, over de NES, Xbox en Playstation 2, tot de laatste generatie vaste en handheld spelconsoles (Wii, Playstation 3,...): langzaam maar zeker heeft gaming zich weten op te werken van de ‘dada’ van echte geeks tot een volwaardig entertainmentmedium dat een veel breder publiek aanspreekt. Uit een grootschalige online bevraging bij 3188 Vlamingen, georganiseerd door MICT (Onderzoeksgroep voor Media en ICT, verbonden aan UGent en IBBT), blijkt dan ook dat er naast de ‘hardcore gamers’ en de ‘non-gamers’ een omvangrijke groep ‘casual gamers’ bestaat. Het betreft hier een bont allegaartje van mensen uit verschillende leeftijdsgroepen, zowel mannen als vrouwen. Wie dus dacht dat videospelletjes niets voor vrouwen zijn, heeft het bij het verkeerde eind: maar liefst de helft van de casual gamers, zijn vrouwen. De casual gamer speelt voornamelijk gratis games via internet en voorgeïnstalleerde PC-spelletjes.**

In navolging van een survey-onderzoek rond gaming in Vlaanderen uit 2008, waaruit bleek dat ‘dé gamer niet bestaat’, organiseerde MICT dit jaar opnieuw een grootschalig onderzoek rond gaming. Deze keer lag de focus op de groeiende, maar relatief onbekende groep ‘casual gamers’. In totaal vulden maar liefst 3188 Vlamingen de vragenlijst volledig in. Er werd eerst gepeild naar het algemene mediagedrag van de respondenten, om vervolgens dieper in te gaan op het spelen van videospellen en hoe de respondenten over het algemeen staan tegenover gaming.

Op basis van een aantal vragen met betrekking tot hun gamegedrag, konden we drie groepen onderscheiden in de bevroegde steekproef:

1. De **hardcore gamer** (46%): is overwegend mannelijk en student, woont bij ouders of familie, maakt intensief gebruik van nieuwe media als tijdverdrijf of ontspanning, gamet gemiddeld 2 uur op een weekdag en 3,5 uur tijdens het weekend en ziet zichzelf dan ook als ‘gamer’ en zet zich af van de klassieke gaming-stereotypen (vindt bv niet dat gaming vooral een jongensactiviteit is).
2. De **non-gamer** (16%): is ouder, hoger opgeleid, eerder vrouwelijk en gebruikt traditionele media met als voornaamste doel zichzelf te informeren. Dit type gebruikt het minst nieuwe media, speelt nooit videospelletjes en onderschrijft de meeste gaming-stereotypen (zoals bv ‘gaming is voor pubers’).
3. De **casual gamer** (38%): ongeveer de helft van de casual gamers is vrouw. Dit type gamer kan zowel jong als oud zijn (maar is gemiddeld wel ouder dan de hardcore gamers en jonger dan de non-gamers), maakt vrij veel gebruik van zowel klassieke als nieuwe media en speelt gemiddeld op een weekdag 30 min videospelletjes, terwijl dit op een zaterdag of zondag licht oploopt tot ongeveer 40 min.

#### Wie is de casual gamer?

Zoals hierboven reeds gesteld, zijn de casual gamers de meest heterogene groep van de drie. Opvallend is dat het vooral de 50-plussers zijn die het langst spelen (gemiddeld 75 min op een weekdag en 90 min in het weekend). Bovendien zijn het vooral mannen, de jongeren tot 18 en de 33-50-jarigen die vaak tot dagelijks spelen. De casual gamers die minstens 1 keer per week een videospel spelen, doen dit voornamelijk wanneer ze thuis zijn: zowel overdag als ‘s avonds (vóór 24u).

Typisch voor de casual gamers is de populariteit van gratis spelletjes die via het Internet kunnen gespeeld worden (bv. flash games zoals online poker, Spele.nl-spelletjes, Facebook-spelletjes,...) en spelletjes die bij het besturingssysteem van de computer horen (zoals Patience). Een kleine 30% van de respondenten speelt minstens een keer per week een gratis spelletje via het Internet, 24% doet dit op een console en bijna 11% speelt minstens wekelijks een spel op de computer dat bij het besturingssysteem hoort (bv. Patience). Ook GSM's en smartphones worden gebruikt als gameplatform. Aangekochte PC-spellen die al dan niet via het internet worden gespeeld zijn minder populair. Ook spellen op handheld consoles worden minder frequent gespeeld. Opvallend is dat het vooral vrouwen zijn die gratis spelletjes op de PC of via Internet spelen. Mannen daarentegen spelen vaker dan vrouwen spelletjes op hun mobiele telefoon.

### **Casual games spelen met vrienden**

De casual gamer speelt voornamelijk met vrienden (59%) terwijl de categorie 'familie' op de tweede plaats staat. Wanneer we kijken naar de man/vrouw verschillen, valt op dat mannen vaker met vrienden (zowel 'echte' als virtuele vrienden), collega's, kennissen en onbekenden spelen dan vrouwen. Vrouwelijke casual gamers blijken dus vaker alleen te spelen.

Op vlak van genres zijn de casual games (Tetris, Mijnenveger,...) de absolute nummer 1 (49%), gevolgd door Flash games (43%) (kleine spelletjes die via internet gespeeld kunnen worden) en race games (38%). Ook party games (bv. Buzz, Guitar Hero, Wii Sports,...) zijn erg populair (31%), evenals Shooters (33%), het genre dat in de studie van vorig jaar onbetwist op de eerste plaats stond. Minder populair zijn dan weer 'Massively Multiplayer Online Games' (of kortweg MMOG's zoals bv. World of Warcraft) (10%), adventure games (12%) en fighting games (12%). Wanneer we de favoriete genres analyseren volgens geslacht, dan dringt een ander beeld zich op: de favoriete genres van vrouwen zijn overduidelijk: casual games (bv. Tetris, Patience,...), flash games (spelletjes die op internet worden gespeeld, bv. op Facebook, spele.nl,...), party games (bv. Buzz, Guitar Hero, Wii Sports,...) en simulators (zoals bv. The Sims). Bij de mannelijke casual gamers staan shooters op nummer 1, gevolgd door race games en strategy games, genres die meer aanleunen bij het beeld van de 'klassieke gamer'.

### **Hoe ziet de ideale game eruit voor de casual gamer?**

Ongeveer de helft van de casual gamers vindt het belangrijk dat een videospel duidelijk omschreven regels en doelen heeft, vindt het leuk om snel overweg te kunnen met een videospel, en geeft de voorkeur aan videospellen die samen met iemand anders gespeeld kunnen worden. Toch blijken ook uitdaging en competitie een rol te spelen: iets meer dan 56% vindt het belangrijk dat een videospel een uitdaging vormt en 58% probeert vaak een zo hoog mogelijke score te bereiken. Daarnaast vindt de meerderheid (57%) het ook leuk als de moeilijkheidsgraad van het spel toeneemt naarmate het spel vordert.

### **De casual gamer ziet zichzelf niet als gamer maar gaat niet akkoord met de clichés rond gaming**

De casual gamers blijken minder vatbaar te zijn voor het immersieve element eigen aan sommige games: iets meer dan 1 op 2 respondenten gaat niet akkoord met de stelling 'wanneer ik een videospel speel, vergeet ik de wereld rondom mij'. Voor deze groep vormt het spelen van spelletjes maar één van de manieren om vrije tijd door te brengen: 85% van hen vindt het belangrijk om ook tijd vrij te maken voor andere zaken zoals gaan sporten, afspreken met vrienden,... . Tot slot beschouwen de casual gamers zichzelf niet als gamers. Toch gaan ze net als de hardcore gamers overwegend niet akkoord met gangbare stereotypen zoals 'games zijn enkel voor jongens en pubers', 'games veroorzaken gewelddadig gedrag' en 'alle gamers zijn nerds'. Bovendien vinden ook de casual

gamers dat gaming te eenzijdig wordt voorgesteld in de media (61% akkoord) en dat gaming evenwaardig is aan andere vrijetijdsbestedingen (43%).

*In bijlage vindt u ook het volledige rapport, voor meer info:*

### **Over MICT**

De onderzoeksgroep voor Media en ICT (MICT) is verbonden aan het Interdisciplinair Instituut voor BreedBand Technologie en de Vakgroep Communicatiewetenschappen van de Universiteit Gent. MICT voert zowel fundamenteel sociaalwetenschappelijk onderzoek als toegepast en beleidsgericht onderzoek uit in het domein van de nieuwe media en informatie- en communicatietechnologieën. In het onderzoek staat niet enkel de eindgebruiker centraal, maar wordt er tevens belang gehecht aan de visie en strategieën van alle actoren betrokken in het innovatieproces: de hardware- en softwareproducenten, de service- en contentproviders, de media-instellingen, de reclamesector, de beleidsverantwoordelijken,... Het onderzoek spitst zich niet alleen toe op het eindproduct: MICT kan ingezet worden doorheen het hele ontwikkelingsproces van nieuwe ICT-toepassingen. De onderzoeksgroep heeft een sterke expertise in zowel kwalitatief als kwantitatief empirisch onderzoek.

### **Contact MICT**

Dimitri Schuurman T. 09 264 91 54 | M. 0486 68 40 94 | E. [Dimitri.Schuurman@Ugent.be](mailto:Dimitri.Schuurman@Ugent.be)  
Katrien De Moor T. 09 264 84 59 | M. 0495 44 80 12 | E. [KatrienR.DeMoor@Ugent.be](mailto:KatrienR.DeMoor@Ugent.be)

### **Over IBBT**

IBBT, het Interdisciplinair instituut voor BreedBand Technologie, is een onderzoeksinstituting opgericht op initiatief van de Vlaamse regering, gericht op de Informatie- en CommunicatieTechnologie (ICT) in het algemeen, en de ontwikkeling van breedbandtoepassingen in het bijzonder. De primaire missie van IBBT is het vormen van hoogcompetent menselijk kapitaal en het verrichten van multidisciplinair onderzoek ten dienste van zowel het Vlaamse bedrijfsleven als van de Vlaamse overheid. Het jaarlijkse werkingsbudget bedraagt 23,2 miljoen euro. Sinds de oprichting in 2004 startte IBBT ruim 100 projecten op met meer dan 300 organisaties. Deze projecten streven naar de gezamenlijke ontwikkeling van innovatieve toepassingen in diverse domeinen, zoals gezondheidszorg, mobiliteit, nieuwe media en e-government.

### **Contact IBBT**

Jothi Blonrock  
Gaston Crommenlaan 8 bus 102, 9050 Gent  
T. 09 331 48 03 | F. 09 331 48 05 | M. 0476 89 50 83 | E. [jothi.blonrock@ibbt.be](mailto:jothi.blonrock@ibbt.be) | [www.ibbt.be](http://www.ibbt.be)