



Vrije Universiteit Brussel

Online Content Delivery systemen voor videogames:

Een nieuwe kans voor de game-industrie?

Proefschrift ingediend voor het behalen van de graad van
Master in de Communicatiewetenschappen

Student: Aster Stein

Promotor: prof. dr. Jo Bauwens

Faculteit Letteren en Wijsbegeerte
Academiejaar 2007-2008

Abstract

AUTHOR: STEIN ASTER

TITLE: Online content delivery systems for videogames: a new chance for the gaming industry?

UNIVERSITY: Vrije Universiteit Brussel

PROMOTOR: prof. dr. Jo Bauwens

YEAR: 2008

KEY WORDS: Online content delivery, video game piracy, digital delivery

Abstract:

The music industry is confronted with an online piracy problem. However, Apple struck gold when it launched its online content delivery platform iTunes, from which users could legally download digital music to their computers. In this paper we will assess if online content delivery platforms for videogames could reach a similar level of success in turning piracy into profit on the Flemish market. We polled the consumer side using an online survey, and the producer side using interviews. Our findings suggest that it is still too early for this technology to break through, but that it is gaining popularity. Consumers are not yet used to the concept of virtual goods. It is expected that the acceptance will grow in the next 5 to 10 years.

Samenvatting

AUTEUR: STEIN Aster

TITEL: Online content delivery systemen voor videogames: een nieuwe kans voor de game-industrie?

UNIVERSITEIT: Vrije Universiteit Brussel

PROMOTOR: Prof. Dr. Jo Bauwens

JAAR: 2008

SLEUTELWOORDEN: online content delivery, videogame piraterij, digital delivery

Samenvatting:

De toenemende snelheden van internetverbindingen maken het steeds gemakkelijker om volledige pc-games illegaal te downloaden. De videogame-industrie klaagt al jaren over de hoge mate van piraterij. We kunnen een gelijkaardig fenomeen zien bij de muziekindustrie. Sinds de komst van digitale geluidsbestanden, vooral mp3, wordt op grote schaal muziek illegaal gedownload. De komst van de draagbare muziekspeler iPod van Apple zorgde voor een explosie aan legale muziekdownloads. In dit proefschrift zullen we onderzoeken of een vergelijkbaar succes kan gehaald worden met het downloaden van volledige pc-games via online content delivery.

We geven eerst een overzicht van softwarepiraterij in Europa. Daarna bespreken we een aantal theorieën die de oorzaken, gevolgen en oplossingen voor piraterij behandelen. Daarna bekijken we online content delivery (OCD) van dichterbij. Onmisbaar bij het gebruik van OCD is digital rights management (DRM). Dat is een manier om digitale goederen te beveiligen door ze te koppelen aan persoonlijke gegevens van een gebruiker. Op deze manier is het in principe onmogelijk om ongeoorloofde kopieën te maken van gedownloade content. Door het adoptiepotentieel van OCD te onderzoeken kunnen we een inschatting maken in welke mate de markt interesse heeft in deze innovatie. In een case study evalueren we de innovativiteit van een reeds bestaand platform, Steam van softwarebedrijf Valve.

We ontleden daarna de verschillende tussenstappen in de waardeketen van een videogame om te zien welke partijen er allemaal meewerken aan het totstandkomen van een nieuwe pc-game. Zo komen we bij het empirisch onderzoek. Dat beginnen we door kort uitleg te geven over de gevolgde methodologie van de survey en de schalen om het adoptiepotentieel te bepalen.

Om antwoorden te krijgen van de consumenten hebben we een aantal vragen voorgelegd aan studenten van de Vrije Universiteit Brussel. Die gingen oa over het gebruik van videogames, het aankoopgedrag, het downloadgedrag en piraterij en de segmentatie volgens adoptiepotentieel. Door deze segmentatie kunnen we preciese marktsegmenten opstellen die de communicatie over OCD in goede banen moeten leiden. Door goede communicatie naar de innovators en de early adopters wordt de kans dat de innovatie een goede verspreiding over de massamarkt kent gemaximaliseerd. De aanbodzijde werd bestudeerd via experteninterviews. We hebben kunnen spreken met Bas Meijer, de Benelux CRM manager van publisher Electronic Arts. Daarnaast hebben we een gesprek met Swen Vincke, de managing director van de Belgische ontwikkelaar Larian Studios.

In het laatste besluitende hoofdstuk worden de onderzoeksvragen overlopen en van antwoord voorzien. Zo blijkt dat de Vlaamse studenten nogal veel pc-games illegaal downloaden, bijna de helft van hun maandelijks toegestaan downloadvolume gaat naar games. Er is op dit moment nog maar weinig interesse in OCD voor het bekomen van nieuwe games. De gebruikers lijken nog niet klaar om digitale goederen als evenwaardig aan boxed games te zien. OCD is nu nog maar bezig aan de verspreiding onder de meest innoverende gebruikers, de innovators en early adopters. De massamarkt wordt nog niet bereikt. Dat zal pas voor over ongeveer 5 tot 10 jaar zijn. De consument moet nog meer wennen aan e-commerce, en het gebruik van digitale goederen. Er is ook bijna geen negatieve peer pressure rond piraterij aanwezig. Mensen keuren het met andere woorden niet af, terwijl illegaal downloaden niets anders is dan diefstal van intellectuele eigendom.

De experts zien de toekomst van OCD wel rooskleurig in, omdat er verschillende voordelen voor de game-industrie aan verbonden zijn. Via OCD kunnen makers bijvoorbeeld direct in contact treden met de klanten, en zo tussenstappen overslagen, die hen mogelijk meer geld opleveren. Het is eenvoudiger om controle te houden over je content, door implementatie van DRM. Kleinere studio's kunnen via een digitaal distributiekanaal ook eenvoudiger de markt bereiken, met een lager risico.

Tot slot kunnen we besluiten dat OCD voorlopig geen oplossing voor het piraterijprobleem is. Er zullen altijd mensen zijn die niet willen betalen voor software. Maar OCD zou wel extra inkomsten kunnen genereren door in te spelen op impulszoekers die bijvoorbeeld ingaan op speciale acties.



Vrije Universiteit Brussel

FACULTEIT LETTEREN EN WIJSBEGEERTE

Online Content Delivery systemen voor videogames: Een nieuwe kans voor de gamesindustrie?

Proefschrift

Aster Stein

2007-2008

Promotor: prof. dr. Jo Bauwens



Voorwoord	7
Inleiding	9
1. Probleemstelling	11
1.1. Problematisering.....	11
1.2. Onderzoeksvragen.....	13
2. Relevantie.....	13
2.1. Maatschappelijke relevantie	14
2.2. Wetenschappelijke relevantie	14
3. Onderzoeksopzet	15
Deel I – Theorie	17
Hoofdstuk 1: Piraterij	17
1.1. Definitie	17
1.2. Wettelijk kader	18
1.2.1. Internationaal	18
1.2.2. Nationaal	19
1.2.3. Bestrafing	20
1.3. Distributie.....	21
1.4. Situatie in Europa	22
1.5. Redenen voor piraterij	26
1.5.1. Moral development	27
1.5.2. Equity theory	28
1.5.3. Moral intensity	28
1.5.4. Netwerkeffect	29
1.5.5. Self Control theory	30
1.6. Gevolgen van piraterij	30
1.6.1. Verschraving van het aanbod	30
1.6.2. Toegenomen vraag	30
1.6.2.1. Netwerkeffect.....	30
1.6.2.2. Samplingeffect	31
1.6.3. Standaardzetting.....	31
1.7. Kost van piraterij	32

1.7.1.	De copyrighthouder	32
1.7.2.	De plaats van oorsprong.....	32
1.7.3.	Sociale kost	33
1.8.	Antwoorden op piraterij	33
1.8.1.	Self-Control theorie	33
1.8.2.	Piraterij tolereren	34
1.8.3.	Meer value for money bieden	34
1.8.4.	Business model veranderen	36
1.8.5.	Repressie	37
1.8.5.1.	Afschrikken.....	37
1.8.5.2.	Afkeuren	37

Hoofdstuk 2: Online Content Delivery..... 38

2.1.	Definitie	38
2.2.	Digital Rights Management.....	38
2.3.	Adoptiepotentieel.....	39
2.3.1.	Innovatietheorie.....	39
2.3.2.	Kopieergedrag	40
2.3.3.	Innovation Forecasting	41
2.4.	Case: Steam	43
2.4.1.	Inleiding	43
2.4.2.	Voorstanders	45
2.4.3.	Kritieken	46
2.4.4.	Innovativiteitsanalyse	47
2.4.4.1.	Criteria.....	47
2.4.4.2.	Conclusie.....	51

Hoofdstuk 3: Distributie 52

3.1.	Definitie	52
3.2.	Waardeketen.....	52
3.2.1.	Software developers	52
3.2.2.	Software publishers	53
3.2.3.	Retailers	54

Deel II – Empirie 55

Hoofdstuk 4: Methodologie..... 55

4.1. Inleiding 55

4.2. Survey 56

 4.2.1. Populatie..... 56

 4.2.2. Vragen..... 57

 4.2.3. DSI- en PSI-schaal 58

4.3. Experteninterviews..... 59

Hoofdstuk 5: Resultaten 61

5.1. Vraagzijde: consumenten..... 61

 5.1.1. Gebruik van pc-games 61

 5.1.2. Aankoopgedrag 62

 5.1.3. Downloadgedrag en piraterij 63

 5.1.3.1. Soort bestanden 64

 5.1.3.2. Manier van downloaden 65

 5.1.3.3. Piraterij..... 70

 5.1.4. Segmentatie..... 72

5.2. Aanbodzijde: game-industrie 76

 5.2.1. Publisher: Electronic Arts..... 76

 5.2.1.1. Piraterij 76

 5.2.1.2. Online Content Delivery 77

 5.2.1.3. Digital Rights Management..... 79

 5.2.1.4. State of the industry 80

 5.2.2. Developer: Larian Studios..... 80

 5.2.2.1. Piraterij 81

 5.2.2.2. Online content delivery 82

 5.2.2.3. Digital Rights Management..... 83

 5.2.2.4. State of the industry 83

Hoofdstuk 6: Besluit 85

6.1. Hoe ziet het downloadgedrag eruit? 85

6.2. Wat is de attitude tegenover OCD? 85

 6.2.1. Het ideale OCD-platform 86

6.3.	Is de Vlaamse markt klaar voor OCD?.....	87
6.4.	OCD als alternatief voor piraterij?.....	88
6.5.	Slotconclusie	89
6.5.1.	Kritische reflecties	89
Deel III – Bibliografie.....		90
1.	Monografieën.....	90
2.	Wetenschappelijke Artikels	90
3.	Andere documenten	91
4.	Websites.....	91
5.	Geschreven pers en blogs.....	93
Deel IV – Bijlagen.....		96
1.	E-mails	96
1.1.	VUB-nieuwsbrief 10 maart 2008	96
1.2.	E-mail naar de grote studierichtingen	96
2.	Enquête.....	97
3.	Outprints websites	113
4. Interviews.....		146
4.1.	Bas Meijer.....	146
4.2.	Swen Vincke	153
5. Lijst van figuren		158

Voor jou.
Door jou.

Voorwoord

Het voorwoord van een thesis zal in veel gevallen ironisch genoeg het laatste zijn dat een student tijdens zijn universitaire carrière schrijft. Hier heb ik tijdens mijn tijd op de VUB naartoe geleefd, zowel met vlagen van moed, wanhoop als pure schrik. Het werk leek soms onoverkomelijk, en de strijd op voorhand verloren.

Ik wil eerst en vooral mijn ouders bedanken voor de vele jaren steun en vertrouwen die ze mij hebben gegeven sinds ik zo lang geleden voor de eerste keer de schoolpoort van de Mariaschool binnenliep. Ik hoop dat het eindresultaat de vele grijze haren waard is geweest.

Uiteraard ook bedankt aan de verschillende proffen, docenten, assistenten en leerkrachten die me door de jaren heen, vak voor vak naar dit voorwoord hebben begeleid. In het bijzonder prof. Jo Bauwens voor het aanvaarden van het promotorschap van deze masterproef. Eveneens een dankwoord aan prof. Caroline Pauwels om me te blijven motiveren wanneer het examen weer eens niet lukte.

Ter afsluiting nog een woordje voor iedereen die mijn loopbaan als student aangenamer en interessanter heeft gemaakt. Beste medestudenten, klasgenoten, commilitones, vrienden,.... bedankt.

Aster
Juli 2008

Inleiding

De hoge snelheid waaraan gegevens via internet kunnen worden gedownload hebben naast perfect legale toepassingen ook een schaduwzijde. Het web biedt, zelfs voor de minder gevorderde gebruiker, toegang tot software, muziek, films of ander materiaal dat auteursrechtelijk beschermd is. Maar daarnaast zijn er vooral voor de muziekbranche ook e-businesses opgekomen die het mogelijk maken op legale wijze materiaal te downloaden. Een bekend voorbeeld is iTunes, het *online content delivery*- en *digital rights management*-platform van Apple. Minder bekend, maar in volle opmars, zijn de platforms voor een volledig legale digitale aankoop en toelevering van videogames, zoals Steam van spelletjesmaker Valve Software.¹

In het kader van deze masterproef onderzoeken we zowel de vraagzijde als de aanbodzijde van pc-games. We gaan na hoe het illegale downloadgedrag er bij Vlaamse studenten uitziet, en in welke mate er al sprake kan zijn van legaal downloaden van videogames. We onderzoeken of ze met illegaal downloaden zouden stoppen en waarom dat dan zou zijn. Onder invloed van de trendy iPod zagen we een toename van legale muziekdownloads via iTunes. Consumenten konden zonder hun stoel te verlaten een veelheid aan nummers snel, eenvoudig en vooral legaal downloaden. We gaan op zoek naar de houding van gamers tegenover digitale goederen, en of legale downloads het tij kunnen doen keren voor de markt van de pc-games, waar piraterij een veel voorkomend probleem is.² We proberen de verschillen tussen de traditionele winkelverkoop en digitale verkoop bloot te leggen. De markt zal gesegmenteerd worden volgens de innovativiteit van de consumenten op gebied van online content delivery. Daardoor kunnen we een beeld krijgen van het marktpotentieel van deze nieuwe distributievorm.

Door middel van interviews onderzoeken we ook hoe experts uit de videogame-industrie de problematiek van piraterij bij videogames, en de mogelijkheden van digitale distributie zien.

In dit eerste inleidende hoofdstuk geven we de omkadering van dit onderzoek weer. We diepen de probleemstelling, relevantie en het onderzoeksopzet verder uit.

Daarna volgt het theoretische Deel I. Dit omvat de literatuurstudie met zowel wetenschappelijke- als journalistieke bronnen. We rekenen internetblogs die als

¹ BBC NEWS. Game net distribution 'lift off'.

<http://news.bbc.co.uk/2/hi/technology/6687405.stm>, zie bijlagen: p. 113.

Datum van raadpleging: 22 oktober 2007.

² BBC NEWS. Rampant piracy threatens PC games.

<http://news.bbc.co.uk/2/hi/technology/6449421.stm>, zie bijlagen: p. 114.

Datum van raadpleging: 22 oktober 2007.

gezaghebbend worden gezien ook tot deze laatste groep. De literatuur werd ondergebracht in drie hoofdstukken.

Het eerste hoofdstuk behandelt piraterij bij videogames. We beschrijven de belangrijkste oorzaken, gevolgen en oplossingen voor de piraterijproblematiek die in de literatuur worden aangegeven. Deze zullen we nadien toetsen aan de resultaten van het empirisch onderzoek.

In het tweede hoofdstuk hebben we het over *online content delivery* (OCD) als technologie en distributiekanaal. We bekijken de specifieke manier van beveiliging door middel van *digital rights management* (DRM). Daarna wordt de methode voor het vaststellen van het adoptiepotentieel behandeld. We maken ook een case study van Steam, één van de grote legale downloadplatforms, waarvan we de innovativiteit zullen toetsen aan de hand van vijf evaluatiecriteria.

Hoofdstuk 3 handelt over de 'traditionele' distributie van games. We ontleden de verschillende stappen in de waardeketen die uitmondt in een afgewerkte pc-game in het winkelrek.

Deel II omvat de empirie. In hoofdstuk 4 beschrijven we de methodologie die voor de uitvoering van deze masterpaper werd gevolgd. Het onderzoek bestaat uit een kwantitatieve en een kwalitatieve component. Om een gefundeerd antwoord te kunnen formuleren op de onderzoeksvragen hebben we zowel de consumentenzijde als de producentenzijde van pc-games onderzocht, via respectievelijk een survey en experteninterviews. Voorts wordt een uitgebreide toelichting gegeven bij de DSI- en PSI-schalen die we zullen gebruiken als tool om het adoptiepotentieel van Online Content Delivery te evalueren.

Het vijfde hoofdstuk bestaat uit een gedetailleerde uiteenzetting van de onderzoeksresultaten. Eerst worden de resultaten van de vragenlijst onder Vlaamse studenten gepresenteerd. We maken de segmentatie van onze groep respondenten om een inschatting te kunnen maken van het adoptiepotentieel van online content delivery. Daarna volgen de interviews met CRM Manager Bas Meijer van Electronic Arts en Swen Vincke, de managing director van Larian Studios. Electronic Arts is één van de grootste ontwikkelaars en uitgevers van videogames. Larian Studios is een Belgische ontwikkelaar die in 2002 wereldwijd faam verwierf met het rollenspel Divine Divinity.

In het besluitende zesde hoofdstuk pogen we een afdoend antwoord te geven op de onderzoeksvragen van waaruit we vertrokken zijn. We sluiten af met kritische bedenkingen over het eigen onderzoek.

1. Probleemstelling

1.1. Problematisering

De game-industrie is in volle bloei, aangezien het een relatief jonge industrie is die nog maar zo'n 30 jaar bestaat.³ Piraterij is er in deze branche altijd al in zekere mate geweest, want digitale content is gemakkelijk te kopiëren, zonder ingrijpende veranderingen in kwaliteit. De opkomst van het internet heeft hier nog meer toe bijgedragen omdat de verspreiding van kopieën op wereldwijde schaal kan gebeuren, en dit aan een steeds toenemende snelheid.⁴

We kunnen videogames vinden op verschillende platforms: console, PC of handheld. We spitsen ons in dit onderzoek toe op de pc-games. De reden hiervoor is dat het gebruiken van kopieën van games op console- en handheld platforms minder voor de hand liggend is. De software is voor een specifiek toestel geschreven, dat op zijn beurt vaak een hardwarematige beveiliging heeft waardoor enkel originele games opgestart kunnen worden. Deze beveiligingen zijn ook te omzeilen, maar hiervoor moeten er al meer complexe ingrepen gebeuren, die daarnaast ook nog geld en knowhow vereisen. De beveiliging van pc-games daarentegen gebeurt softwarematig. En wat door een programmeur geschreven is, kan door een andere programmeur relatief gemakkelijk ongedaan gemaakt worden. Deze gekraakte versies, zonder kopieerbeveiliging dus, zijn vervolgens gratis via internet beschikbaar. Iedereen kan via peer-to-peer netwerken, nieuwsgroepen, forums, bittorrent, IRC, etc. aan de nieuwste *warez*⁵ geraken.

In de literatuur vinden we een theoretisch wetenschappelijk discours terug dat minder negatief staat tegenover piraterij dan dat van de privé-sector. We vinden verschillende auteurs die piraterij in beperkte mate geen nadeel voor de sector vinden. Het wordt niet als wenselijk gedrag bestempeld, maar onderzoeken tonen aan dat onder bepaalde omstandigheden een beperkte hoeveelheid piraterij de eigenaar van de software zelfs ten goede kan komen.⁶

³ TRENDS CASH. De miljoenen van de Belgische game-industrie.

<http://www.trends.be/nl/4-227-41627/de-miljoenen-van-de-belgische-game-industrie.html>, zie bijlagen: p. 115.

Datum van raadpleging: 24 oktober 2007.

⁴ HILL (C. W.L.). Digital piracy: causes, consequences, and strategic responses. In: *Asia Pacific Journal of Management*, 2007, vol. 24, p. 10.

⁵ Afgeleid van het Engelse woord 'wares' voor 'goederen'. Deze term wordt vooral in verband met internet gebruikt om alle soorten content aan te duiden waarvan de verplichtingen rond het auteursrecht niet worden gerespecteerd, en duidt dus illegale digitale goederen aan.

⁶ PEITZ (M.), WAELBROECK (P.). Piracy of digital products: a critical review of the theoretical literature. In: *Information economics and policy*, 2006, vol. 18, 26 p. 450

Publicaties die door de industrie worden opgesteld geven, niet verbazend, een enger beeld weer waarin piraterij altijd als negatief wordt gezien. Van de Europese gamers geeft 40% aan wel eens een spel illegaal te hebben verkregen. Driekwart van de illegale games blijken pc-games te zijn.⁷ De overgrote meerderheid van de respondenten geeft als bron van deze illegale games familie of vrienden aan. De vraag blijft dan waar die mensen de games vandaan halen. Eén op vier geeft echter expliciet peer-to-peer sites aan, en één op zeven downloadt direct van op een website.⁸ Het gaat hier ook niet over kleine hoeveelheden games. De gamers die wel eens een illegaal spel hebben verkregen, bezitten gemiddeld 19 gekopieerde games, ongeveer een derde van hun totale collectie.⁹ Dit is een gemiddelde, en de verschillen tussen de landen uit de steekproef zijn groot. België maakte nog geen deel uit van die steekproef.

Het is geen grote verrassing dat muziek het meest wordt gedownload, op legale of illegale wijze. Bijna 70% van de Europese internetgebruikers zegt al eens muziek te hebben gedownload. Slechts 28% geeft aan al eens een volledig spel te hebben gedownload.¹⁰ Dit kan misschien deels verklaard worden door de veel kleinere bestandsgrootte van muziekbestanden en het grotere gemak waarmee deze kunnen gedownload worden, maar dat is een ander onderzoeksveld. Volledige games zijn vaak minstens bijna 100 keer groter dan een muziekbestand, ongeveer 700mb. Als we echter gaan kijken of de muziek en games die werden gedownload van legale of illegale bronnen komen, zien we iets interessant. Bij de muziek komt ongeveer de helft van de bestanden van een legale bron, zoals iTunes of andere online music stores. Maar bij de videogames zien we dat slechts een vierde legaal werd gedownload.¹¹

Waarom wordt de helft van de muziek, en slechts een vierde van de videogames legaal gedownload? Zou het kunnen dat de legale downloadplatforms voor games niet bekend zijn? Het klassieke argument voor het illegaal downloaden blijft dat games te duur zijn in aankoop, en dat het gemakkelijker is om er via internet aan te raken.¹² Zou het voor de game-industrie dan geen tijd zijn om deze argumenten als een kans te zien om een deel van de illegale downloads om te zetten in legale downloads die inkomsten opbrengen? Er zijn tegenwoordig enkele legale OCD-platforms voor games actief die nog maar weinig aandacht hebben gekregen. Er zijn argumenten voor strategieën waarbij software gratis

⁷ NIELSEN ENTERTAINMENT. *Video gamers in Europe – 2007*. Interactive Software Federation of Europe, 2007, p. 3.

⁸ IDEM, p. 22.

⁹ IDEM, p. 25.

¹⁰ IDEM, p. 31.

¹¹ IDEM, p. 32.

¹² IDEM, p. 33.

gedownload kan worden bij wijze van test, of voor het krijgen van een dominante plaats op de markt.¹³

1.2. Onderzoeksvragen

De hoofdvraag van dit onderzoek is of online content delivery een nieuwe kans biedt om de piraterij die de game-industrie treft tegen te gaan en om te buigen naar legale downloads.

Het onderzoek zal geoperationaliseerd worden aan de hand van de volgende deelvragen:

- Hoe ziet het downloadgedrag van Vlaamse jongeren er uit op gebied van videogames?
- Wat is de attitude van Vlaamse jongeren tegenover de online content delivery voor pc-games?
- Is de Vlaamse markt klaar voor online content delivery?
- Kan online content delivery een alternatief worden voor illegaal downloaden?

Deze vragen houden verband met het kantelmoment tussen illegaal downloaden en legaal downloaden. Via een enquête zal onderzocht worden of de theorie bij echte consumenten in de praktijk staande blijft. Door experteninterviews bij producenten en leveranciers van games hopen we een beter inzicht te krijgen in hoe zij de toekomst van online content delivery in Vlaanderen zien.

Op deze vragen kan zeker een antwoord geformuleerd worden. Er moet wel steeds rekening mee worden gehouden dat de respondenten uitspraken zullen doen over mogelijk gedrag, en over mogelijk illegale zaken.

2. Relevantie

Er bestaat een verschil tussen het standpunt van de industrie en dat van de wetenschappelijke literatuur. Softwaremakers en auteursrechtenorganisaties zien zichzelf veel inkomsten mislopen door piraterij. Er worden steeds meer maatregelen getroffen om piraterij tegen te gaan. Wetenschappelijke auteurs brengen echter verschillende argumenten aan om aan te tonen dat downloaden niet per se nefaste gevolgen voor de industrie heeft.

Indien de producenten te strikte controlemechanismen zouden invoeren, kan het gebruikersgemak erg negatieve invloed ondervinden. Er kunnen ook situaties ontstaan die weliswaar goed bedoeld zijn als anti-piraterijmaatregel, maar waarbij vragen kunnen gesteld worden met betrekking tot de privacy van rechtmatige gebruikers.

¹³ PEITZ (M.), WAELBROECK (P.). Piracy of digital products: a critical review of the theoretical literature. In: *Information economics and policy*, 2006, vol. 18, 26 p.

2.1. Maatschappelijke relevantie

Bedrijven proberen in ons kapitalistische systeem hun winsten te maximaliseren. Hun kosten in overweging nemend, voeren ze een bepaalde prijs voor een bepaald product. Als hetzelfde product aan een lagere prijs te verkrijgen is, zoals in het geval van internetpiraterij, is de markt niet meer in evenwicht. Een gedeelte van de consumenten gaat de software aan een lagere kost downloaden. Er gaan inkomsten verloren voor de producenten, waardoor de winst afneemt.

Producenten willen piraterij dus duidelijk ontmoedigen, bijvoorbeeld door gerechtelijke stappen te ondernemen. Dit heeft dan drie gevolgen. Het aanbod van piraten zal dalen (de 'prijs' van illegale software zal stijgen) maar de kosten van de producent zullen ook stijgen. En hier moet hij dan een afweging maken tussen kosten en baten.¹⁴ Een aantal scenario's worden naar voor geschoven, waarin de producenten de consumenten kunnen overtuigen om de legale en originele versie van hun software te kopen. Door de prijs te verlagen gaan meer consumenten, die niet allemaal evenveel belang hechten aan officiële software, op legale wijze software aanschaffen. Er kunnen ook verschillende versies uitgebracht worden om aan prijsdiscriminatie te doen: een lagere prijs voor minder functionaliteit. Ontbundelen, het in stukken verkopen van content die een geheel vormde, is al een beproefde strategie gebleken bij de muziekverkoop via iTunes. Je kan enkel het liedje kopen dat je wil, en niet direct heel de cd. Vervolgens kan de producent ook incentives geven om legale software te kopen. Je krijgt een meerwaarde, zoals technische bijstand, updates, extra's, etc. bij je aankoop. Of het businessmodel moet herzien worden. Online distributie via downloads brengt alles dichterbij de consument, op een logistiek vereenvoudigde manier, wat de drempel tot aankopen verlaagt.¹⁵ Steam, het OCD-platform van Valve, kan automatisch updates binnenhalen, er wordt gratis content aangeboden, nieuwe games kunnen exclusief vroeger gedownload worden dan ze in de winkel liggen, etc. Het zijn een aantal 'voordelen' die er niet zijn bij illegaal gedownload of gekraakte games. Zouden deze zaken de mensen die illegaal games downloaden kunnen aanzetten om meer games op legale wijze aan te schaffen?

2.2. Wetenschappelijke relevantie

Er is een duidelijk verschil tussen het discours in de wetenschappelijke literatuur over digitale piraterij, en dat van de industrie. De actoren die door piraterij hun inkomsten voor een deel in rook zien opgaan staan veel negatiever tegenover het verschijnsel. In de literatuur wordt piraterij niet goedgepraat, maar verschillende auteurs komen tot de conclusie dat piraterij niet altijd slecht hoeft te zijn. Er zijn ook uitspraken over hoe bedrijven zouden moeten reageren op het fenomeen van digitale piraterij. Een opvallende

¹⁴ HILL (C. W.L.). Digital piracy; causes, consequences, and strategic responses. In: *Asia Pacific Journal of Management*, 2007, vol. 24, p. 16.

¹⁵ IDEM, pp. 20-21.

aanbeveling is dat bedrijven er soms beter aan doen zich erbij neer te leggen dat er piraterij is. De impact op de winsten zou veel negatiever zijn door (kostelijke) actie te ondernemen, dan door te laten begaan.

Maar tot nu toe is nog geen onderzoek gedaan naar hoe de aanbevelingen in de praktijk zouden uitdraaien. We hopen een beeld te scheppen over hoe de consument zou reageren op strategieën zoals prijsdalingen, ontbundeling, groter gemak bij het verkrijgen van software, etc. Ook lijken de producenten zelf niet zoveel betrokken te zijn geweest bij de onderzoeken die gedaan zijn. Er worden al jarenlang in de literatuur bepaalde strategieën naar voor geschoven die slechts in enkele gevallen door de industrie werden geïmplementeerd. Indien blijkt dat veranderingen aan de huidige manier van games verkopen een positieve uitkomst zouden hebben, is het in het voordeel van zowel producent als consument dat er een nieuw businessmodel komt.

De eindgebruiker krijgt een origineel kwaliteitsproduct aangeleverd aan een lagere prijs, zowel financieel gezien als in termen van moeite, knowhow, risico. En de producent ziet zijn product minder bedreigd worden door piraterij, wat o.a. weer in een hogere kwaliteit van toekomstige producten geïnvesteerd kan worden.¹⁶

Onze enquête die is uitgevoerd onder studenten van de VUB en jongeren van de derde graad middelbaar onderwijs, zal worden vergeleken met eerder uitgevoerde vragenlijsten op Europese schaal. We zullen ook peilen naar hoe innovatief de groep respondenten is om een uitspraak te kunnen doen over het adoptiepotentieel van online content delivery.

3. Onderzoeksopzet

In november 2007 begon de eerste fase van deze masterproef. Na goedkeuring van het thema door de promotor begon de uitdieping van het literatuuronderzoek. Er zijn wetenschappelijke- en vulgariserende artikels verzameld in verband met piraterij, internetpiraterij, de *warez-scene*, digitale distributie, Steam, videogamegebruik, etc. Dit mondde uit in het indienen van een voorlopig onderzoeksopzet, half december 2007. Na het groen licht van de promotor lag het werk even stil voor de examens van het eerste semester.

Vanaf februari 2008 hebben we de focus dan verlegd naar het ontwikkelen van de vragenlijst die we in het kader van dit onderzoek hebben uitgevoerd. De literatuur werd verder bestudeerd en uitgebreid met werken rond enquêteonderzoek. De eerste versie van de vragenlijst was klaar begin maart, en werd vervolgens na enkele laatste aanpassingen online geplaatst via de website van Thesistools.com. Half april werd de vragenlijst afgesloten, en kon met de verwerking begonnen worden. Als motivatie om deel te nemen

¹⁶ IDEM, pp. 17-18.

werd onder de respondenten ad random een waardebon van een bekende gameshop verloot.

Het onderzoek heeft een kwantitatief en een kwalitatief gedeelte. Om te onderzoeken of online content delivery een draagvlak kan hebben bij consumenten werd gekozen voor de vragenlijst. De producenten worden kwalitatief onderzocht door semi-gestructureerde experteninterviews af te nemen. Op deze manier komen er experten uit de ontwikkeling en productie van pc-games aan het woord. Hun uitleg moet inzichten geven in het voor- of nadeel dat ze zouden hebben aan het implementeren van OCD in hun branche.

Deel I – Theorie

Hoofdstuk 1: Piraterij

1.1. Definitie

In dit onderzoek speelt het fenomeen van de piraterij een grote rol. Er zijn echter verschillende verschijningsvormen van. Daarom moeten we het begrip zorgvuldig aflijnen door te definiëren wat we eronder verstaan voor deze masterproef.

Naast de tastbare goederen zijn er in de laatste decennia ook digitale goederen ontstaan. Software, muziek-, film- of andere bestanden, alles wat gedigitaliseerd kan worden. Een eigenschap van deze digitale goederen is dat ze gemakkelijk opgeslagen en gecomprimeerd kunnen worden zonder informatie te verliezen. Het is mogelijk om er een onbeperkt aantal kopieën van te maken die technisch gezien identiek zijn. Maar toch kan gezegd worden dat het origineel vaak een meerwaarde heeft aangezien er vaak ook tastbare goederen aan gekoppeld zijn zoals een mooie doos, handleiding of extra artwork.¹⁷ Daarnaast is er ook nog een meer symbolische waarde omdat het een origineel is en geen kopie.

Algemeen bedoelen we met piraterij in deze context het kopiëren van digitale goederen op illegale wijze, dus zonder aan de verplichtingen in verband met het auteursrecht te voldoen, voor enige andere reden dan het back-uppen van een digitale eigendom.¹⁸ Meer specifiek is een kopie een exacte replica van een originele gegevensdrager, die op een andere gegevensdrager is overgezet. Als eenvoudigste voorbeeld denken we aan een CD of DVD die integraal wordt gekopieerd en op een lege CD of DVD wordt gebrand. Maar het is ook mogelijk om de kopie als een digitaal bestand op de harde schijf van een computer te bewaren, dan spreken we van een *image* van het origineel. Deze image kan via software dan in een virtueel schijfstation geladen worden, en gebruikt worden net zoals een originele CD of DVD. We zullen hier ook van een kopie spreken indien een image van het internet of van een lokaal netwerk is gedownload, en dus niet door de gebruiker zelf is gemaakt.

De illegale digitale goederen waarover dit onderzoek handelt worden gegroepeerd onder de noemer *warez*. Deze term, met een -z op het einde, geeft aan dat het om digitale goederen onder auteursrecht gaat die vaak online verspreid worden zonder enige financiële tegenprestatie. 'warez' is de verzamelterm voor alle soorten illegale digitale

¹⁷ PEITZ (M.), WAELBROECK (P.). Piracy of digital products: a critical review of the theoretical literature. In: *Information Economics and Policy*, 2006, nr 18, p 450.

¹⁸ HIGGINS (G.E.). Digital Piracy: an examination of low self-control and motivation using short-term longitudinal data. In: *CyberPsychology & behaviour*, 2007, vol. 10, nr. 4, p. 523.

goederen, met onderverdelingen zoals *appz* (applicaties), *moviez* (films), *gamez* (spelletjes). In dit onderzoek moet de term 'piraterij' in de enge zin geïnterpreteerd worden: het onbetaald verspreiden van warez via internet of beschrijfbaar media. Een te brede interpretatie doet denken aan de illegale verkoop van gekopieerde digitale goederen als zijnde originele producten.

1.2. Wettelijk kader

1.2.1. Internationaal

Het eerste initiatief dat is genomen ter erkenning van auteursrechten was de Conventie van Bern in 1886. Bijna alle landen ter wereld zijn tot de huidige versie (2005) van het verdrag toegetreden. Het komt er in deze conventie op neer dat een auteur automatisch het eigendomsrecht bezit over zijn creatief werk. Hij blijft de rechthebbende totdat hij expliciet afstand doet van zijn rechten, of tot 50 jaar na zijn dood.^{19, 20}

Lidmaatschap van de World Trade Organisation (WTO) vereist aansluiting bij TRIPS (agreement on Trade-Related aspects of Intellectual Property Rights). TRIPS is een minimumovereenkomst, de aangesloten landen zijn dus vrij om strengere nationale regels op te leggen. De inhoud is in grote mate gebaseerd op de Conventies van Parijs en Bern, zodat landen die de Conventies niet ondertekend hebben, ze toch moeten volgen als ze lid willen worden van de WTO. TRIPS vult de Conventies aan met een aantal nieuwere of strengere bepalingen (software, databanken, verhuring, artiesten, streeknamen...). Maar even belangrijk is dat TRIPS ook voorziet in een belangrijke vrijstelling op artikel 6bis van de Conventie van Bern, de morele rechten van de auteur.^{20, 21} Dit was vooral op vraag van aanhangers van de Angelsaksische copyright-traditie.

Op Europees niveau is de Richtlijn Auteursrecht (2001/29/EG) het belangrijkste. Ze voorziet in harmonisering van de verschillende nationale wetgevingen in de Unie.²²

¹⁹ BELGISCHE DIENST VOOR INTELLECTUELE EIGENDOM. *Auteursrecht en naburige rechten*. Brussel, F.O.D. Economie.

http://mineco.fgov.be/intellectual_property/patents/author_law_nl_001.htm#Belangrijkste, zie bijlagen: p. 116.

Datum van raadpleging: 19 mei 2008.

²⁰ WORLD INTELLECTUAL PROPERTY ORGANISATION. *Summary of the Berne Convention*. Geneve, Verenigde Naties.

http://www.wipo.int/treaties/en/ip/berne/summary_berne.html, zie bijlagen: p. 117.

Datum van raadpleging: 19 mei 2008

²¹ WORLD TRADE ORGANISATION, Intellectual property: protection and enforcement. Geneve, WTO.

http://www.wto.org/english/thewto_e/whatis_e/tif_e/agrm7_e.htm, zie bijlagen: p. 118.

Datum van raadpleging: 19 mei 2008

²² BELGISCHE DIENST VOOR INTELLECTUELE EIGENDOM. *Auteursrecht en naburige rechten*. Brussel, F.O.D. Economie.

http://mineco.fgov.be/intellectual_property/patents/author_law_nl_001.htm#Belangrijkste, zie bijlagen: p. 116.

1.2.2. Nationaal

De nationale wetgeving verschilt uiteraard van land tot land, maar is in de Europese Unie grotendeels omgezet vanuit het gemeenschapsrecht. In België zijn met betrekking tot piraterij de volgende wetten van belang²³:

- Wet van 30 juni 1994 betreffende het auteursrecht en de naburige rechten. (WAN)
- Wet van 30 juni 1994 betreffende omzetting in Belgisch recht van de Europese richtlijn van 14 mei 1991 betreffende de rechtsbescherming van computerprogramma's. (WRC)
- Wet van 22 mei 2005 betreffende de omzetting in Belgisch recht van de Europese Richtlijn 2001/29/EG van 22 mei 2001 betreffende de harmonisatie van bepaalde aspecten van het auteursrecht en de naburige rechten in de informatie-maatschappij.
- Wet van 15 mei 2007 betreffende de bestraffing van namaak en piraterij van intellectuele eigendomsrechten. (WBNP)

De wetgeving stelt zowel het uploaden als downloaden van auteursrechtelijk beschermde werken via internet strafbaar. Het uploaden wordt gezien als het misdrijf van namaking: een ongeoorloofde mededeling aan het publiek zonder toestemming van de rechthebbende. Het downloaden zonder vergoeding voor de rechthebbende, ongeacht de gebruikte methode, is een illegale reproductie van beschermde werken.²⁴

In de wet op auteursrecht wordt in hoofdstuk IV, V en Vbis wordt de reproductie voor eigen gebruik, en voor educatief gebruik besproken. In de tweede wet wordt in art. 6 gezegd dat een reservekopie door de rechtmatige eigenaar niet verboden mag worden.

De auteur heeft dus steeds recht op een vergoeding. De vergoeding bestaat uit een heffing op lege media of apparatuur om aan reproductie te doen. Dit vertaalt zich in de bijdrage voor reprografie, of meer met betrekking tot videogames, de auvibel-bijdrage die op audiovisuele- en multimedadragers wordt geheven. De auvibel-tarieven zijn in mei 2008 vastgesteld op €0,12 per lege CD en €0,59 per lege DVD.²⁵ De invoering van de auvibel-

Datum van raadpleging: 19 mei 2008

²³ BELGIAN ANTI-PIRACY FEDERATION. *Juridische info - wetgeving*.

<http://www.anti-piracy.be/nl/indexb.php?n=141>, zie bijlagen: p. 119.

Datum van raadpleging: 20 mei 2008.

²⁴ IDEM, Internetpiraterij.

<http://www.anti-piracy.be/nl/indexb.php?n=132>, zie bijlagen: p. 120.

Datum van raadpleging: 20 mei 2008.

²⁵ AUVIBEL. *Tarieven van de onderworpen goederen*.

<http://www.auvibel.be/nl/203.html>, zie bijlagen: p. 121.

Datum van raadpleging: 19 mei 2008

bijdrage stootte op nogal wat kritiek aangezien ze ongeveer een verdubbeling van de prijzen van lege media met zich meebracht.

1.2.3. Bestrafing

Rechthebbenden hebben sterkere middelen in handen gekregen om hun rechten te beschermen via juridische weg. Artikel 42 van TRIPS schrijft voor dat leden burgerlijke procedures moeten mogelijk maken die rechthebbenden kunnen inroepen bij inbreuken. Het vaakst wordt een rechtszaak aangespannen tegen verdachten van productie, distributie of verkoop van gepirateerde werken. Artikel 61 schrijft voor dat leden minstens het moedwillig maken van kopieën met commercieel doel strafbaar moeten stellen. Vervolging voor alle (kleine) inbreuken zou echter onrealistisch zijn omdat de kosten van een procedure hoger zouden liggen dan wat het zou opbrengen. Artikel 51 verplicht lidstaten tot het invoeren van administratieve sancties, waardoor rechthebbenden goederen bij de douane kunnen laten blokkeren als ze verdacht worden gepirateerd te zijn.²⁶

In België gelden voor inbreuken op de WAN (art. 80 ev.), WRC (art. 10) en WBNP (art. 8) boetes van €550 tot €550000 en/of een gevangenisstraf van 3 maand tot 3 jaar. Bij herhaling worden de minima en maxima verdubbeld. De illegale goederen worden verbeurdverklaard en eventueel vernietigd. Het strafrecht (art. 191) voorziet wegens namaking in een gevangenisstraf van 1 maand tot 6 maand.²⁷

Deze wetgeving is uiteraard een goede zaak. Maar voor softwarepiraterij via internet of via vrienden is ze moeilijk toepasbaar. De praktijk wijst uit dat zolang de eindgebruiker niet buitensporig in de kijker gaat lopen met het verkopen van gekopieerde games, vervolging meestal uitblijft. Het delen via internet of LAN-parties kan moeilijk gecontroleerd worden. Internetproviders geven om privacyredenen ook slechts zelden gegevens over het downloadgedrag van hun klanten vrij.

Er zijn in België al een paar invallen geweest op LAN-parties. Dat zijn bijeenkomsten van pc-gamers die hun computers in een groot lokaal netwerk met elkaar verbinden om in groep te spelen. Omdat de computers allemaal met elkaar verbonden zijn is het dus mogelijk om onderling bestanden te delen of uit te wisselen. In mei 2005 was er een inval op een LAN-party in Gent omdat de organisatoren de mogelijkheid op het delen van warez aankondigden.

²⁶ VITHLANI (H.). *The economic impact of counterfeiting*. Parijs, OECD, 1998, pp. 5-7.

²⁷ BELGIAN ANTI-PIRACY FEDERATION. *Juridische info - sancties*.

<http://www.anti-piracy.be/nl/indexb.php?n=204>, zie bijlagen: p. 123.

Datum van raadpleging: 20 mei 2008.

1.3. Distributie

Hoe komen kopieën van games nu op de computer van de eindgebruiker terecht? Er is een heus distributienetwerk actief waardoor warez reeds voor hun officiële release heel snel beschikbaar zijn via het internet. Het is gekend als *the scene*, een soort online subcultuur met eigen regels en gewoonten. Voor de verschillende *release groups* die actief zijn in the scene draait alles rond prestige en respect dat verdiend wordt door het zo snel mogelijk uitbrengen van zoveel mogelijk topmateriaal. Elke soort warez heeft zijn gespecialiseerde release groups, die elkaar de loef proberen af te steken op gebied van snelheid of kwaliteit. The scene is opgebouwd als een piramide met verschillende niveaus. Bij elk niveau raken meer en meer piraten betrokken.²⁸

De achterliggende gedachte is dat the scene digitaal materiaal ter beschikking stelt van de wereld. Er wordt over het algemeen geen geld gevraagd in ruil voor warez. Het is bon ton om andere warez in ruil te geven. Dit in tegenstelling tot groeperingen die software of films op een schijfje branden, van een hoesje voorzien, en het product verkopen, soms als zijnde authentiek. Hier wordt door the scene zelfs op neergekeken, en als echt crimineel bestempeld.

Alles begint bij een *supplier*, iemand die betrokken is bij de productie of distributie van een game en zo aan een origineel schijfje geraakt. Dit kan bijvoorbeeld een werknemer zijn van het bedrijf dat de CD's of DVD's van de game in kwestie perst. Of een hacker die op de server van een bedrijf inbreekt en een kopie weet te maken van de bestanden die op de uiteindelijke schijf geperst zullen worden. Dit gebeurt allemaal in de schaduwen en is uiteraard illegaal. De gegevens worden effectief op een of andere manier gestolen van de makers. De supplier doet dit vaak om zelf in ruil toegang te krijgen tot servers met de laatste nieuwe warez.

Release groups werken samen met een aantal suppliers die hen van het nieuwste materiaal voorzien. Ze gaan aan de inhoud van het digitaal product sleutelen om het klaar te stomen voor het grote publiek. Dit heeft de laatste jaren meestal nog uitsluitend als doel de ingebouwde kopieerbeveiliging te kraken, anders kan de software niet gebruikt worden. Het gebeurt regelmatig dat verschillende groepen, gedreven door prestige, gelijktijdig aan dezelfde release werken en het is dus altijd een race tegen de klok om als eerste het materiaal uit te brengen. Voor de doorbraak van breedbandverbindingen werden filmpjes of geluidsfragmenten regelmatig verwijderd of verkleind om de bestandsgrootte te beperken. Zo een versie van een game heet een *rip*. Dit is nu nog slechts zelden het geval. Tegenwoordig wordt vaak de integrale installatie-CD of –DVD online gezet, dan hebben we het over een *iso*.

²⁸ HOWE (J.). *The shadow internet*.

<http://www.wired.com/wired/archive/13.01/topsite.html>, zie bijlagen p. 124.

Datum van raadpleging: 5 mei 2008

De release group die als eerste een werkende kopie op de *topsites* waar ze mee samenwerkt plaatst wint. Deze topsites zijn slechts bij weinigen bekend en bovendien streng beveiligd. Het zijn servers aan de top van de piramide, waarop alle warez hun verspreiding over het internet beginnen. Er zouden slechts een dertigtal topsites bestaan. Eens de kopie op de topsite staat worden piraten van niveau lager verwittigd en beginnen ze de kopie zo snel mogelijk te verspreiden naar *dump sites*. Dit zijn servers waar een veel grotere groep piraten toegang toe heeft. Deze sites werken met een uploadratio. Voor elke eenheid (megabyte, gigabyte,...) die een piraat op de server zet, mag hij een bepaald aantal eenheden in ruil downloaden. Het is dus in het belang van de piraat om een bepaalde kopie op de dump site te zetten voordat één van zijn collega's dat doet want eenzelfde titel kan geen twee keer op dezelfde dump site worden gezet. Zo kan de piraat ook weer aan nieuw materiaal geraken. Uploaden gebeurt niet enkel om downloadcredits te verdienen, maar vaak ook gewoon vanwege het respect van de collega's of voor de kick van de snelste te zijn.

Van op de dump sites kan de grootste verspreiding dan beginnen via peer-to-peer netwerken, bittorrent en nieuwsgroepen. Dit is het laagste niveau waar de meeste piraten zich op bevinden. Er is geen uitzonderlijke expertise vereist om op dit niveau aan materiaal te geraken. Vaak kan er gedownload worden zonder de vereiste om zelf nieuw materiaal in ruil te geven.²⁹

Een kritische noot is aan de orde. Onderzoek naar de exacte werking van the scene is moeilijk. De informatie die beschikbaar is komt van insiders die uit de biecht klappen. Het gaat om illegale activiteiten uit de onderwereld van het internet. Wetenschappelijk onderzoek hiernaar is schaars, maar kan een nuttig inzicht geven in de werking ervan om er beter op te kunnen inspelen.

1.4. Situatie in Europa

Het is nuttig om na te gaan in welke mate softwarepiraterij, meer specifiek voor pc-games, een probleem vormt voor de game-industrie. Indien er slechts een beperkt aandeel van de games op illegale wijze wordt verkregen, weegt een status quo in een kosten-batenanalyse misschien zwaarder door dan actie ondernemen tegen piraterij. Deze cijfers kunnen dan vergeleken worden met de resultaten van de enquête onder Vlaamse studenten en scholieren die is uitgevoerd voor dit onderzoek.

Op regelmatige tijdstippen organiseert de Interactive Software Federation of Europe (ISFE) een onderzoek onder gamers in dat kader. Er zijn echter voorafgaand een aantal opmerkingen over deze enquêtes. Voor dit onderzoek gebruiken we de resultaten van

²⁹ MOTION PICTURE ASSOCIATION OF AMERICA. *The pyramid of internet piracy*.
http://www.mpa.org/press_releases/pyramid_of_piracy.pdf, zie bijlagen: p. 142.

Datum van raadpleging: 20 mei 2008.

2005 en van 2007. Voor elk land dat is opgenomen werden 400 respondenten gezocht. Er zijn een aantal verschillen tussen beiden. In die laatste zijn meer landen opgenomen. Dit zal de nauwkeurigheid ongetwijfeld ten goede komen, maar door de hoge cijfers voor piraterij in Letland in het bijzonder moeten de gemiddelden wat gerelativeerd worden. Als verklaring hiervoor geven de onderzoekers dat online surveys in de Baltische Staten en Oost-Europa nog niet zo doorgedrongen zijn als in West-Europa. De enquête van 2007 is uitgebreider en werd online afgelegd terwijl die van 2005 telefonisch gebeurde. De verschillen tussen de landen onderling zijn ook aanzienlijk, en we mogen de mogelijkheid op minimalisering door respondenten niet onderschatten vanwege het soms gevoelige onderwerp. We overlopen de belangrijkste resultaten.

We beginnen met de situatie in 2005.³⁰ De resultaten tonen een hoog mediaverbruik, met videogames als een grote vorm van vrijetijdsbesteding. Het favoriete platform om te gamen is de Playstation 2 (44%), op de voet gevolgd door de pc (40%). De gemiddelde pc-gamer speelt 7,2 uur per week, met een totale gamecollectie (alle platforms) van net geen 19 videospellen. Dit sluit aan bij een Spaans onderzoek uit 2006, waar de gemiddelde Spaanse collectie bestond uit 20,4 pc-games.³¹ Er is een aanzienlijk probleem van piraterij bij videogames. 44% van de gamers zegt al eens een gekopieerde game te hebben verkregen. Dit getal is niet platformspecifiek en heeft dus betrekking op zowel pc als consoles. De respondenten die over gekopieerde games beschikken hebben er gemiddeld 7,62 van in hun collectie, wat staat voor ongeveer 40%.

In 2007 zijn er opmerkelijke veranderingen.³² De pc is nu het favoriete platform voor videogames (50%). De nu toch al meer verouderde Playstation 2 is nog slechts voor 26% van de gamers de favoriete console. De speelduur wordt hier anders uitgedrukt. 39% van de pc-gamers speelt 1u tot 5u, 30% speelt 6u tot 10u en 26% speelt meer dan 11u per week. De totale collectie spellen is ook spectaculair groter geworden, namelijk 48,6 games. Het Europees gemiddelde ligt zo hoog vanwege de enorm hoge cijfers van de Letse respondenten. De onderzoekers wijzen erop dat bij hen de aankoopfrequentie laag ligt en het aantal illegaal bekomen games hoog, wat suggereert dat de meeste games er op illegale wijze gedownload werden. In 2007 zeggen ongeveer evenveel respondenten (40%) dat ze al eens een gekopieerde game in het bezit hebben gekregen. Dat getal zakt wel naargelang de leeftijd toeneemt, maar de onderzoekers halen de mogelijkheid aan van een aanvaardingscultuur thuis. Ouders bezitten een aantal gekopieerde games, en de kinderen gaan het hebben van kopieën normaal vinden. Het aantal kopieën in de collectie is bijna verdrievoudigd, namelijk 19,1 games. Er moet nogmaals opgemerkt worden dat Letland

³⁰ NIELSEN INTERACTIVE ENTERTAINMENT. *Video gamers in Europe – 2005*. S.I. Interactive Software Federation of Europe, 2005, p. 20.

³¹ GFK EMER AD HOC RESEARCH. *Study on video gaming usage & attitude 2006*. S.I. Adese, 2006, p. 79.

³² NIELSEN INTERACTIVE ENTERTAINMENT. *Video gamers in Europe – 2007*. S.I. Interactive Software Federation of Europe, 2007, p. 20.

het gemiddelde enorm omhoog haalt. Als we een gemiddelde berekenen met dezelfde deelnemende landen als de enquête van 2005 komen we nog steeds een hoger getal uit, maar de toename is minder groot.

De vragenlijst van 2007 biedt uitgebreidere data rond piraterij dan de vorige versie. Zo blijkt dat de gespecialiseerde winkel veruit de grootste bron van videogames is, 62% van de Europeanen haalt daar spellen vandaan. Als we kijken naar de bronnen waar games op illegale wijze vandaan komen zien we dat familie en vrienden (52%) met voorsprong de meest voorkomende bron zijn. Daarna komen de internetbronnen, peer-to-peer (26%) en websites (16%). Straatverkoop speelt ook nog steeds een niet te verwaarlozen rol met 19%. Van de respondenten die al gekopieerde games hebben bekomen, is de pc (76%) het platform waarvoor dit het vaakst gebeurt, wat volgens de onderzoekers wijst op het gemak waarmee pc-games kunnen gedownload worden.

Een volgend interessant luik is dat er ook gepeild werd naar de attitudes tegenover piraterij. Dit is op kwantitatieve manier gebeurd waar de respondenten op een 5-puntenschaal konden aangeven in welke mate ze zich bij een aantal uitspraken aansloten. 63% van de Europeanen vindt dat een gekopieerd spel kopen een misdrijf is. Het is weinig verwonderlijk dat het gemiddelde bij mensen die reeds gekopieerd spellen bezitten lager ligt, op 55%. Het cijfer van de Letse respondenten ligt zelfs op slechts 39%, wat volgens de onderzoekers wijst op een algemenere aanvaarding van piraterij als normale praktijk. Van de Europeanen vindt 56% dat piraterij de game-industrie schade toebrengt. Bijna de helft van de ondervraagden (48%) vindt dat kopieën een goede prijs/kwaliteitsverhouding hebben en iets minder mensen (44%) vinden dat kopieën van mindere kwaliteit zijn dan de originelen. De groep respondenten die wel al gekopieerde games in de collectie heeft laat zich positiever uit over de kwaliteit, omdat ze al hebben kunnen ondervinden dat een kopie in weze de kwaliteit van het origineel benadert. Over de legaliteit van kopieën heerst enige twijfel. Bijna een derde (30%) van de respondenten zegt dat het legaal is een game te kopiëren. In de vraag die in de studie wordt gebruikt is echter niet gespecificeerd of het om een back-up of om een illegale kopie gaat. Het is mogelijk dat sommige respondenten hierdoor niet goed wisten waarover het precies ging. In onze vragenlijst onder Vlaamse studenten is duidelijk vermeld dat het om een kopie voor eigen gebruik gaat. Bij 30% van de ondervraagden zit de schrik erin dat illegale games hun pc kunnen beschadigen. Hetzelfde aantal respondenten is van mening dat gekopieerde games door criminele groepen worden gemaakt. En 23% vindt dat gekopieerde games eigenlijk niemand kwaad doen.

Ruim de helft van de Europese gamers (51%) kent iemand die een gekopieerde game in zijn bezit heeft. Zoals eerder al vermeld is het aantal gekopieerde games per collectie redelijk hoog. En dit zien we terug in de cijfers van het aantal mensen dat iemand kent met minstens 10 gekopieerde games in zijn bezit, nog steeds 38%. Een kleine minderheid (16%) zegt echter zelf al eens een game gekopieerd te hebben voor zichzelf of voor

vrienden. Van deze kleine groep geeft 82% aan dat ze zouden stoppen met het produceren van kopieën indien de prijs van de originelen zou dalen. De prijs blijkt ook in een Spaanse enquête uit 2006 voor 61% van de respondenten een doorslaggevende factor te zijn bij het al dan niet kopen van een pc-game.³³ De link met criminele groepen of met juridische vervolging lijkt een veel kleinere motivatie te zijn om te stoppen.

Er is ook onderzoek gedaan naar het downloadgedrag in het algemeen, zowel legaal als illegaal dus. Het is geen grote verrassing dat muziek het meest wordt gedownload, 69% van de Europese internetgebruikers heeft het al eens gedaan. Volledige videogames, platform niet nader bepaald, worden het minst vaak gedownload (28%). Als gevraagd wordt of deze zaken legaal of illegaal worden gedownload zien we dat het voor de muziek redelijk gelijk opgaat, maar bij de videogames haalt drie kwart van de downloaders deze van onofficiële sites.

De hoofdreden (76%) voor het downloaden is dat games te duur zijn. Op de tweede plaats komen het gemak (46%) en minder moeite om eraan te geraken (43%). Naar de toekomst toe ziet de helft van de downloaders hun gedrag niet veranderen, maar een vijfde zegt meer te zullen downloaden.

De groep die geen videogames downloadt heeft hier ook haar redenen voor. Zo zegt bijna de helft (46%) dat ze liever een tastbaar product in handen hebben. Voor 35% duurt het nog te lang om een game binnen te halen en 29% vindt het gemakkelijker om ze in de winkel te gaan kopen. Er is ook nog onzekerheid over het feit of het wel legaal is bij 27% van de respondenten. Tevens geeft bijna een derde aan dat ze in de toekomst mogelijk wel games zullen downloaden.

Er is onderzoek gebeurd naar de optimale prijs voor een pc-game. Als een game te goedkoop wordt aangeprijsd kan de indruk ontstaan dat het om een low-budgettitel gaat die onmogelijk goed kan zijn. Een te hoge prijs leidt dan weer tot consumenten die van de aankoop gaan afzien. Het gaat hier om de optimale prijs voor een groep Spaanse respondenten. Het snijpunt van de curven die een te hoge en een te lage prijs weergeven voor kwaliteitsgame is de optimale prijs, vastgesteld op €24. Er kan ook een prijsklasse worden opgesteld. Deze klasse ligt tussen de snijpunten van 'te goedkoop' en 'niet goedkoop', en 'te duur' en 'niet duur', namelijk tussen €16,40 en €47,50. De prijs die als normaal wordt gezien bedraagt €29.³⁴

Voor de Belgische markt zijn er cijfers van FEDIS, de Belgische federatie van distributeurs. Een interessant gegeven is de evolutie van verkochte eenheden en de bijbehorende omzet van pc-games. In de periode 2002 werden 0,8 miljoen pc-games verkocht. In 2006 is dit volume met net geen 130% gestegen tot 1,8 miljoen verkochte stuks. Wat betreft de

³³ GFK EMER AD HOC RESEARCH. *Study on video gaming usage & attitude 2006*. S.I. Adese, 2006, p. 52.

³⁴ IDEM, p.97.

omzet was deze in 2002 €30 miljoen. De omzet steeg tot 39 miljoen in 2006, ofwel slechts 30%.³⁵

Het is merkwaardig dat er tegenover zo een grote toename in volume geen evenredige toename in omzet staat. Er zijn geen verdere details gegeven die deze cijfers verklaren. Mogelijke verklaringen kunnen zijn dat er minder A-titels (topgames) werden verkocht en veel meer goedkopere budgettitels. Eventueel worden snel ontwikkelde kindertitels of 'edutainment' software ook in de statistieken van pc-games opgenomen. In de top 10 van meest verkochte games van 2006 staan in elk geval een aantal A-titels, hoewel het onderscheid tussen de pc-versie en consoleversie van een titel niet gemaakt is.³⁶ Of zou dit suggereren dat pc-games gemiddeld genomen gewoon goedkoper zijn geworden? In dat geval zou het argument dat games te duur zijn, en dus een oorzaak voor piraterij, niet meer opgaan. Maar zoals uit reeds gevoerde onderzoeken blijkt, zeggen gamers dit nog steeds. Heeft de industrie hier dan met een imago-probleem te maken? Verder onderzoek hiernaar is nodig.

Daarnaast zijn de consolegames qua afzet met 126% omhoog gegaan, met een toename in omzet van 219%.³⁷ Dit is eigenlijk volledig omgekeerd dan de pc-games. Hoe valt dit te verklaren? Zijn consolegames duurder geworden? Worden verschillende games vaker samen als pakket verkocht, waarbij het pakket als 1 game telt aan de prijs van 2 of 3 games? Worden de spelconsoles en hardware zelf ook in deze cijfers opgenomen? Dit zou een vertekend beeld geven, want laptops of computerhardware worden zeker niet bij de cijfers van pc-game opgenomen.

De Business Software Alliance komt met het nieuws dat tussen 2006 en 2007 het gebruik van illegale software op pc's gedaald is met 2% tot 25%.³⁸

1.5. Redenen voor piraterij

Piraterij, het illegaal kopiëren van pc-games in dit geval, is in essentie niet meer of minder dan diefstal van intellectuele eigendom. Maar zo voelt het bij de vele consumenten van

³⁵ FEDIS – *Entertainment*.

<http://www.fedis.be/menu.asp?id=3547&lng=nl&niveau1=0&from=notif&m=0>, zie bijlagen: p. 125.

Datum van raadpleging: 10 mei 2008.

³⁶ BVF, IFPI. *The Belgian Home Entertainment Market 2006*. S.I. BVF & IFPI Belgium, 2007, p. 32.

³⁷ FEDIS – *Entertainment*.

<http://www.fedis.be/menu.asp?id=3547&lng=nl&niveau1=0&from=notif&m=0>, zie bijlagen: p. 125.

Datum van raadpleging: 10 mei 2008.

³⁸ BUSINESS SOFTWARE ALLIANCE. *Illegaal gebruik van software in België gedaald tot 25%*.

<http://w3.bsa.org/belgium-dutch/press/newsreleases/ILLEGAAL-GEBRUIK-VAN-SOFTWARE-IN-BELGIE-GEDAALD-TOT-25.cfm>, zie bijlagen: p. 126.

Datum van raadpleging: 20 mei 2008.

gekopieerde games niet aan. Zoals uit de gegevens van onze enquête zal blijken, denkt de meerderheid er niet aan om dezelfde game uit een winkel te stelen. In de wetenschappelijke literatuur vinden we een aantal oorzaken of redenen voor piraterij terug. Dit gaat dan vaak over het aankopen van gekopieerde software of goederen. De volgende theorieën kunnen volgens ons ook toegepast worden op onze enge interpretatie van piraterij.

1.5.1. Moral development

Geïnspireerd door het werk van Jean Piaget ontwikkelde de psycholoog Lawrence Kohlberg zijn ontwikkelingstheorie. Die zegt dat de levenslange ontwikkeling van de menselijke persoonlijkheid progressief via 6 fasen verloopt, verdeeld over 3 niveaus van morele ontwikkeling. Het ultieme doel is het bereiken van hoogste niveau. Elke fase laat toe op een betere manier met morele dilemma's om te gaan dan de vorige.^{39, 40}

- Niveau I: Preconventioneel niveau

In het eerste niveau wordt de moraliteit van daden egocentrisch bepaald door wat de directe gevolgen ervan zijn. Het is het kenmerkende niveau bij kinderen. In de eerste fase bestaat moreel gedrag uit het volgen wat een autoriteit zegt, en elk gedrag dat straf vermijdt. Er is geen interesse in hoe anderen iets zouden kunnen zien. In de tweede fase worden de noden van anderen in beperkte mate ingezien, en dat dit dus kan gebruikt worden om er zelf zoveel mogelijk voordeel uit te halen.^{39, 40}

- Niveau II: Conventioneel niveau

Op het tweede niveau vinden we adolescenten en volwassenen terug. Wie op dit niveau zit, denkt als lid van een gemeenschap van mensen.

In fase 3 van de ontwikkeling wordt rekening gehouden met wat de nabije omgeving vindt, en wordt naar een zo positief mogelijke indruk gestreefd. De goede bedoelingen achter een handeling zijn van belang. Fase 4 is wat uitgebreider, de persoon wil de wetten van de hele samenleving naleven om hem in stand te houden.^{39, 40}

- Niveau III: Postconventioneel niveau

In dit niveau ontstaat het inzicht dat de samenleving een verzameling van individuen is. Het belangrijke zijn de principes die het een goede samenleving maken.

In fase 5 komt het inzicht dat iedereen een eigen standpunt kan hebben, en dat er consensus moet bereikt worden om zoveel mogelijk mensen tevreden te stellen. Fase 6

³⁹ CRAIN (W.C.). *Theories of development: concepts and applications*. Englewood Cliffs, Prentice-Hall, 1985, pp. 118-136.

⁴⁰ N.N. *Kohlberg's moral stages*.

<http://www.haverford.edu/psych/ddavis/p109g/kohlberg.stages.html>, zie bijlagen: p. 127.

Datum van raadpleging: 21 mei 2008.

wordt niet door iedereen bereikt, maar bestaat uit de realisatie dat wetten maar zouden moeten gelden voor zover ze (abstract en ethisch gezien) rechtvaardig zijn.^{39, 40}

Charles Hill voert aan dat deze theorie van toepassing is omdat digitale piraterij vaker voorkomt bij mannelijke jongeren die nog op het preconventioneel niveau zouden zitten: zoveel mogelijk voordeel halen, en een lage mate van bestraffing. En daar zit het verschil met diefstal van fysieke goederen uit een winkel, de kans op bestraffing is veel groter.

Hij kan ook verklaren waarom piraterij veel voorkomt bij mensen die het conventioneel niveau bereikt hebben. Hij argumenteert dat er te weinig druk vanuit de omgeving het gedrag afkeurt. Piraterij wordt als aanvaardbaar gedrag beschouwd. Peer-pressure rond diefstal van fysieke goederen daarentegen is wel sterk ontwikkeld, waardoor dezelfde individuen niet uit een winkelrek zouden stelen.⁴¹

1.5.2. Equity theory

De equity theory werd door John Adams ontwikkeld in 1963 en is sindsdien verder uitgewerkt. Hij zegt dat personen streven naar eerlijkheid, of billijkheid bij hun sociale omgang. In andere woorden, iemand zal aanvoelen dat hij eerlijk behandeld wordt als de verhouding tussen de inputs en de outcomes vergelijkbaar is met de andere deelnemer(s) aan de sociale uitwisseling. Wie zich onder- of overgewaardeerd voelt zal actie ondernemen om de billijkheid binnen de relatie te herstellen.⁴²

Met betrekking tot piraterij kan deze theorie toegepast worden op de prijs van originele games. Er zijn onderzoeken, waaronder onze eigen vragenlijst, die aantonen dat gamers de prijs van originele games te hoog vinden. De gamers vinden de hoge prijzen oneerlijk, vooral in het licht van grote winsten die de spelletjesmakers opstrijken. Ze willen dit gevoel van oneerlijkheid compenseren door op illegale wijze hun games te downloaden tegen een (even oneerlijke) lage prijs. Hill voert ook aan dat het ontstaan van copyleft bewegingen zoals de Free Software Movement of de Open Source beweging, bijdragen aan het oneerlijkheidsgevoel dat gebruikers ervaren. Deze groepen staan voor gratis software, en kunnen de indruk opwekken dat net betalende software een kwalijk verschijnsel is.⁴³

1.5.3. Moral intensity

Moral intensity kunnen we het best begrijpen door de term te vertalen naar "ethische geladenheid" van een dilemma. Deze bepaalt grotendeels mee hoe geneigd een persoon is om onethisch gedrag te vertonen. Hoe groter de moral intensity, hoe minder geneigd

⁴¹ HILL (C.W.). Digital piracy: causes, consequences and strategic responses. In: *Asia pacific journal of management*, 2007, vol. 24, pp. 11-12.

⁴² IDEM, p. 12.

⁴³ IBIDEM.

iemand zal zijn om het dilemma tot uitvoering te brengen. Moral intensity wordt bepaald door zes punten:⁴⁴

- Magnitude of consequences: de schade die de tegenpartij door het gedrag oploopt.
- Social consensus: de mening van de omgeving dat een bepaald gedrag onethisch is.
- Probability of effect: de waarschijnlijkheid dat de uitvoering een schadelijk gevolg zal hebben voor de dader.
- Temporal immediacy: de tijd die verloopt tussen de daad en de negatieve gevolgen ervan.
- Proximity: de verbondenheid (sociaal, cultureel, psychologisch of fysiek) van een individu met wie schade oploopt door een onethische daad.
- Concentration of effect: de mate waarin de schade van onethisch gedrag geconcentreerd is.

Hill argumenteert dat digitale piraterij een lage mate van moral intensity kent, en dat er dus een grote mate van piraterij zal voorkomen: het is voor een individu geen groot dilemma of hij wel of niet tot piraterij zal overgaan:

Een downloader denkt dat één kopie van MS Office toch geen kwaad doet aan Microsoft. Er blijkt voorts geen grote negatieve peer-pressure⁴⁵ op illegaal kopiëren of -downloaden te bestaan. Voor de persoon die voor het dilemma staat is het onwaarschijnlijk dat een kopie de maker schade zal berokkenen. Bijgevolg is de temporal immediacy ook laag. De softwarebedrijven worden gezien als onpersoonlijke giganten waar de kopieerder geen band mee heeft, de onpersoonlijkheid van het internet draagt hier nog toe bij. Aangezien een heel bedrijf schade oploopt is er een lage mate van concentration of effect.⁴⁶

1.5.4. Netwerkeffect

"The utility derived from consumption depends directly or indirectly on the consumption decision of other consumers."⁴⁷

In bovenstaand citaat vatten Peitz en Waelbroeck heel kort samen waar het bij het netwerkeffect om draait. Als een bepaald product heel populair is gaan er meer en meer mensen dat product beginnen gebruiken. Een klassiek voorbeeld hiervan is Windows XP, of MS Office van Microsoft. Naast een grote groep legitieme gebruikers zijn er ook heel veel

⁴⁴ IDEM, pp. 12-13.

⁴⁵ Dit wordt eveneens bevestigd door onze onderzoeksresultaten, cfr. infra, punt 5.1.3.3 op p. 70.

⁴⁶ HILL (C.W.). Digital piracy: causes, consequences and strategic responses. In: *Asia pacific journal of management*, 2007, vol. 24, p. 13.

⁴⁷ PEITZ (M.), WAELBROECK (P.). Piracy of digital products: a critical review of the theoretical literature. In: *Information economics and policy*, 2006, vol. 18, p. 461.

illegale (gekraakte) versies van deze software in omloop. Net omdat er zoveel gebruikers zijn kan men bijna niet anders dan ook die software te gaan gebruiken. Anders kunnen digitale bestanden niet correct verspreid en weer geopend worden. Voor wie de legale versie niet kan betalen blijft er soms enkel het illegale alternatief over.

1.5.5. Self Control theory

Higgins onderzocht wat de invloed van motivatie en tijd is op digitale piraterij. Hij baseert zich hierbij op de self-control theorie die zegt dat bij een inefficiënte of inconsistente opvoeding het kind een grotere kans heeft om een lage mate van zelfcontrole te ontwikkelen. En individuen met lage zelfcontrole vertonen vaker afwijkend of zelfs crimineel gedrag, waar softwarepiraterij ook onder valt.⁴⁸

1.6. Gevolgen van piraterij

1.6.1. Verschraling van het aanbod

Het ontwikkelen en produceren van een digitaal goed vereist een aanzienlijke investering van tijd en middelen. We mogen ook niet vergeten dat niet elk product succesvol zal worden, of überhaupt zijn ontwikkelingsfase zal overleven. De kosten van research, ontwikkeling, testen, produceren, marketing zijn enorm. Als hier tegenover geen evenredige opbrengst staat zullen de makers steeds minder geneigd zijn om opnieuw te investeren in een volgend nieuw idee. Een maker moet met zijn product in andere woorden niet enkel de kosten die eraan vooraf gingen recupereren, maar daarbovenop al voor een volgende of nog een vorige keer provisie aanleggen.⁴⁹ Piraterij kan de aanvoer van nieuw materiaal dus negatief beïnvloeden. Als de return kleiner wordt door piraterij, zal er minder nieuw materiaal beschikbaar komen.⁵⁰

1.6.2. Toegenomen vraag

1.6.2.1. Netwerkeffect

Het netwerkeffect hebben we in zijn negatieve rol al gezien in punt 1.5.4 als aanleiding om aan piraterij te doen. Maar er is ook een positief gevolg van gesuggereerd. Door het succes van een bepaald digitaal goed gaan andere softwaremakers complementaire producten en

⁴⁸ HIGGINS (G.E.). Digital Piracy: an examination of low self-control and motivation using short-term longitudinal data. In: *CyberPsychology & behaviour*, 2007, vol. 10, nr. 4, pp. 465-466.

⁴⁹ KOTLER (P.). *Principes van marketing, derde editie*. Pearson Education Benelux, 2003, pp. 528-557.

⁵⁰ HILL (C.W.). Digital piracy: causes, consequences and strategic responses. In: *Asia pacific journal of management*, 2007, vol. 24, pp 17-18.

diensten aanbieden.⁵¹ Daarenboven kan piraterij een positief effect hebben op de vraag door het netwerkeffect nog verder te vergroten. De waarde van het digitaal product in kwestie neemt dus toe, waardoor legale verkoop ook zal stijgen. Sommige auteurs menen zelfs dat het succes van bepaalde producten, zoals het programma Excel tegenover Lotus, er gekomen is door een grotere tolerantie voor piraterij vanwege Microsoft.^{52, 53}

Het netwerkeffect is dus eigenlijk een dubbelzijdig zwaard. Een bepaalde mate van piraterij aanvaarden kan het netwerkeffect van je software vergroten, en dus je inkomsten ook doen stijgen. Maar langs de andere kant blijft piraterij een misdrijf en een verlies aan inkomsten.

1.6.2.2. Samplingeffect

Voor een consument tot de aankoop overgaat, wil hij graag testen of een bepaald goed aan zijn wensen zal voldoen. Dit is ook zo bij een proefrit met een auto, een gratis staaltje wasmiddel of in de cd-winkel naar enkele liedjes luisteren. En zo gaat het ook met software. Er worden online beperkte demoversies van een programma of een pc-game verspreid, of versies die geregistreerd moeten worden om de volledige functionaliteit te verkrijgen. Als ze legaal geactiveerd worden, betekent het direct meer omzet voor de auteur. Indien de software illegaal wordt gebruikt, vergroot ze het netwerkeffect, en dus ook de wil om het product legaal aan te schaffen bij bepaalde gebruikers. Indien geen, of ontoereikende demoversies beschikbaar zijn kan het voorkomen dat gebruikers een illegale versie downloaden om te testen, en dan pas bij een volgende nieuwe officiële versie tot aankoop overgaan.⁵⁴

Een marketingtechniek die we soms tegenkomen is het opzettelijk 'lekker' op internet van een liedje uit een nieuwe muziek-CD. In de hoop dat het goed bevonden wordt door het publiek, met uiteraard hogere verkoopcijfers voor het legale album als gevolg.⁵⁵

1.6.3. Standaardzetting

Piraterij kan ertoe bijdragen dat een product zo populair wordt, dat het de standaard wordt tegenover zijn concurrenten. Hill geeft het voorbeeld van het besturingssysteem Windows XP dat een grote verspreiding kent. Het is gewoon moeilijk om met iets anders te werken vanwege compatibiliteitsproblemen die zich kunnen voordoen. Het netwerkeffect ligt hier aan de basis van, kan een "positive feedback loop" aanzwengelen. Hierdoor komen er weer

⁵¹ PEITZ (M.), WAELBROECK (P.). Piracy of digital products: a critical review of the theoretical literature. In: *Information economics and policy*, 2006, vol. 18, p. 461.

⁵² IDEM, pp. 464.

⁵³ HILL (C.W.). Digital piracy: causes, consequences and strategic responses. In: *Asia pacific journal of management*, 2007, vol. 24, p. 18.

⁵⁴ IBIDEM.

⁵⁵ IBIDEM.

meer complementaire producten op de markt, waardoor het product als standaard nog meer bevestigd wordt.

Een verder gevolg van standaardzetting is dat het moeilijker wordt om naar een product van de concurrentie over te stappen. De gebruiker moet dan tijd en moeite investeren in het aanleren ervan. Tijdens een concurrentiestrijd rond een bepaald product kan het de moeite lonen voor de makers om een zekere tolerantie voor piraterij aan de dag te leggen, zodat hun product meer kans maakt om er als standaard uit te komen.⁵⁶

1.7. Kost van piraterij

1.7.1. De copyrighthouder

De auteur van een beschermd werk krijgt met een daling in zijn verkoopcijfers te maken omdat hij niet kan concurreren met, al dan niet gratis via internet bekomen, illegale kopieën. De kwaliteit van het spel op zich is in principe immers dezelfde.⁵⁷

Indien de eindgebruiker problemen ondervindt met de illegale game, die er door het kraken of een andere piraterijgerelateerde activiteit zijn ingeslopen, kan hij de auteur hiervoor verkeerdelijk verantwoordelijk houden. Dit houdt een verlies aan goodwill in, waardoor de consument minder snel een nieuwe aankoop bij die auteur zal overwegen.⁵⁸

Als de auteur via juridische weg zijn rechten wil beschermen of doen gelden, kruipt hier ook een aanzienlijke hoeveelheid middelen in.⁵⁹

1.7.2. De plaats van oorsprong

Ondernemers gaan minder investeren in bepaalde gebieden als die een slechte reputatie hebben.⁶⁰ Bijvoorbeeld een fabriek in Polen waar de game op DVD of CD wordt geperst. Als blijkt dat er bij elk nieuw spel een vroege kopie wordt gestolen door een supplier (zie punt 1.3 over de distributie van warez) die het vervolgens online zet, zal dat gebied minder aantrekkelijk worden voor nieuwe investeringen. Dat kan uiteraard een banenverlies, en verlies aan knowhow tot gevolg hebben voor het betrokken gebied. De OECD schatte in 1998 dat het banenverlies door piraterij (in de brede zin: alle soorten producten) in de Verenigde Staten en Europa samen ongeveer tweehonderdduizend banen bedraagt.⁶¹ We kunnen ons afvragen hoe dit getal in de voorbije 10 jaar geëvolueerd is.

⁵⁶ IDEM, pp. 18-19.

⁵⁷ VITHLANI (H.). *The economic impact of counterfeiting*. Parijs, OECD, 1998, p. 22, zie bijlagen: p. 122.

⁵⁸ IBIDEM.

⁵⁹ IBIDEM.

⁶⁰ IDEM, pp. 22-23.

⁶¹ IDEM, p. 24.

Voor de bestaande bedrijven is het ook niet motiverend om veel te investeren in het ontwikkelen van nieuwe concepten of technologieën, als er weinig inkomsten uit verkoop tegenover staan. Dit kan leiden tot een verschraving van het aanbod.⁶²

Ook mag het verlies aan belastingsinkomsten voor de overheid niet vergeten worden.⁶³ Indien een game niet via een officieel kanaal bekomen wordt, wordt er ook geen belasting op betaald.

We zouden toch de bedenking willen maken. Indien er al dan niet geld wordt gevraagd voor een kopie, zal een deel ervan althans uiteindelijk terug naar de economie/belastingen vloeien. Er moet immers apparatuur gekocht worden voor het maken en gebruiken van kopieën. Het is niet ver gezocht om aan te nemen dat jongeren die regelmatig pc-games downloaden, gamen als hobby hebben. En dus vaker zakgeld investeren om hun systeem te upgraden dan de doorsnee gebruiker, of naast hun pc nog spelconsoles bezitten. Om die hobby te financieren kunnen ze eventueel ook kopieën verkopen aan kennissen die er zelf niet aan kunnen geraken. Het zou een interessant onderwerp zijn voor verder onderzoek, om uit te zoeken waar dat geld naartoe vloeit.

1.7.3. Sociale kost

Ook de consument is de dupe van piraterij. Het aanbod zal kwalitatief lager zijn door de verschraving vanwege lagere investeringen door de industrie.⁶⁴

En er mag ook niet vergeten worden dat piraterij vaak ergens in het proces gepaard gaat met criminaliteit. De eindgebruiker die een pc-game downloadt van internet doet eigenlijk aan diefstal. Maar bij suppliers komt 'echte' diefstal voor, soms wordt er fysiek ingebroken in een bureau of gebouw om een origineel te bemachtigen. Zwart geld dat op dat niveau circuleert kan afkomstig zijn uit criminele activiteit, en het verder financieren.⁶⁵

1.8. Antwoorden op piraterij

1.8.1. Self-Control theorie

In punt 1.5.5 zegt Higgins dat aan de mate van zelfcontrole niet veel meer veranderd kan worden in het latere leven. Maar er kunnen wel stappen ondernomen worden om de motivatie om aan piraterij doen, te verminderen. Uit het onderzoek blijkt dat het moeilijker maken om aan digitale piraterij te doen zou helpen. Hij denkt aan betere

⁶² IDEM, p. 23.

⁶³ IBIDEM.

⁶⁴ IBIDEM.

⁶⁵ IBIDEM.

encryptie, en dus sterkere kopieerbeveiligingen. Dit zou impulsieve piraten met een lager doorzettingsvermogen ontmoedigen, en dus piraterij verminderen.⁶⁶

Maar het ontwikkelen van een te zware kopieerbeveiliging lijkt geen goede zaak. Als direct resultaat zal het de piraterij verminderen, maar het drijft ook de ontwikkelingskosten omhoog, en schrikt consumenten af door een bijgevolg hogere prijs.^{67, 68}

Het moet echter opgemerkt worden dat de release groups het zware werk doen in het kraken of omzeilen van kopieerbeveiligingen. Een illegale versie van een pc-game kan meestal gedownload en direct gebruikt worden. In de meeste downloads is reeds een gekraakt opstartbestand verwerkt. De moeilijkheid voor de eindgebruikers bestaat dus niet zozeer uit het overkomen van de kopieerbeveiliging. Eerder uit het zoeken van een goede bron van warez, en een aantal gerelateerde stukjes software te leren gebruiken om de pc-games geïnstalleerd te krijgen. Hierbij is het waarschijnlijk dat motivatie dezelfde rol speelt, maar de beleidsmakers hebben er geen invloed meer op. De release groups willen het voor iedereen net zo laagdrempelig mogelijk houden.

1.8.2. Piraterij tolereren

Indien het product van de producent sterk door het netwerkeffect kan beïnvloed worden, doet hij er goed aan om piraterij te tolereren. Maar dit zou hij slechts moeten doen zolang het hem voordeel kan opleveren op gebieden als sampling of standaardzetting. Eens dat voorbij is begint het de moeite te lonen om repressief op te treden tegen piraten.

Om aan sampling te doen kan de producent overwegen om zelf een legaal alternatief aan te bieden. Zo kan hij zelf de kwaliteit van zijn sample bepalen, zodat hij door slechte ervaringen van gebruikers van de piraatversie geen klanten verliest. Via digital rights management kan er een grote mate van controle gehouden worden over legale samples.⁶⁹

1.8.3. Meer value for money bieden

De mogelijke oplossingen die volgens de equity theory uit punt 1.5.2 voorgesteld worden, draaien er rond de consument meer waar voor zijn geld te bieden. Om tegemoet te komen aan de illegale downloaders die vinden dat de prijs van software oneerlijk is, lijkt de strategie voor de handliggend. Als de prijs naar beneden gaat, wordt het origineel weer aantrekkelijker voor deze groep.⁷⁰

⁶⁶ HIGGINS (G.E.). Digital Piracy: an examination of low self-control and motivation using short-term longitudinal data. In: *CyberPsychology & behaviour*, 2007, vol. 10, nr. 4, p. 527.

⁶⁷ IDEM, p. 523.

⁶⁸ PEITZ (M.), WAELBROECK (P.). Piracy of digital products: a critical review of the theoretical literature. In: *Information economics and policy*, 2006, vol. 18, p. 464, p. 466

⁶⁹ HILL (C.W.). Digital piracy: causes, consequences and strategic responses. In: *Asia pacific journal of management*, 2007, vol. 24, p. 20.

⁷⁰ IDEM, p. 20.

Wat de producent ook kan doen is de markt segmenteren, en klanten dus meer 'op maat' gesneden pakketten aanbieden. Dat wil dan zeggen, een eenvoudiger pakket tegen een lagere prijs. Maar dat is met pc-games moeilijk te bereiken aangezien een pc-game doorgaans een verhaal heeft waar moeilijk stukken van weg kunnen vallen. Er kan bijvoorbeeld wel een multiplayer-functie weggelaten worden. Maar misschien kunnen beter pakketten gemaakt worden van oudere titels, voor de verzamelaars. Of collecties van verschillende games uit dezelfde reeks tegen een voordeelprijs.⁷¹

Een andere strategie is het ontbundelen van het product. Denk aan het succes van de online muziekwinkel iTunes waar gebruikers individuele liedjes kunnen downloaden, in plaats van direct een hele CD te moeten kopen waar ook liedjes op staan die ze niet interessant vinden. Zo is de initiële prijs voor de consument lager, en is de kans groter dat hij tot een aankoop overgaat.⁷²

Dankzij OCD kunnen we bij videogames het ontbundelen sinds kort terugvinden als *episodic gaming*. De verhaallijn wordt in een aantal hoofdstukken opgedeeld. Het is niet hetzelfde als uitbreidingen op een reeds bestaande titel. Het is meer zoals een televisiereeks. Elke episode is een volwaardige game, en loopt verder waar het vorige deel, vaak met een cliffhanger, eindigde. De speelduur van elke episode is misschien iets korter dan een 'gewoon' spel, maar de prijs en het risico voor de consument liggen ook een stuk lager. Voor de speler is die opdeling een motivatie om de volgende episodes ook aan te schaffen, en zeker als dat tegen een voordelige prijs is. Voor de producenten zijn er ook voordelen mee verbonden. De ontwikkeling van elke episode is eenvoudiger en kleinschaliger omdat het verhaal en de technologie reeds ontworpen zijn. Dat drukt kosten, en zorgt voor een stabielere inkomstenstroom. De prijs voelt laag aan voor de consument, maar als alle delen opgeteld worden kan een hogere opbrengst dan een normale game gerealiseerd worden.⁷³ De marketing loopt eenvoudiger omdat spelers het product al kennen na het eerste deel. Het ontwikkelingsrisico wordt gespreid over een aantal episodes. Bij het vorderen van de episodes worden nieuwe klanten aangetrokken die eerdere episodes ook willen gespeeld hebben om mee te zijn met het verhaal. De meest vooraanstaande games in het episodisch formaat zijn nu het zesdelige *Sam & Max* van Telltale Games, en het vierdelige *Half-Life 2* van Valve. Deze spelvorm lijkt bijzonder geschikt te zijn voor digitale distributie en slaat enorm aan bij het publiek.^{74, 75}

Een andere methode om meer waarde te creëren is het aanbieden van exclusieve diensten, enkel aan wie de titel legaal heeft aangeschaft. Als de speler zijn game

⁷¹ IDEM, p. 21.

⁷² IBIDEM.

⁷³ CHAPPELL (A.). Online distribution and publishing of next generation computer games for consoles and personal computers. *School of electronic and computer science*, Southampton, 2003, p. 4.

⁷⁴ HILL (C.W.). Digital piracy: causes, consequences and strategic responses. In: *Asia pacific journal of management*, 2007, vol. 24, p. 21.

⁷⁵ BOKITCH (C.). *First In Half-life Episodic Trilogy Debuts At Number 1*.

<http://www.steampowered.com/v/index.php?area=posts&id=648&cc=BE>, zie bijlagen: p. 128.

Datum van raadpleging: 29 mei 2005.

registreert via een unieke code of DRM krijgt hij bijvoorbeeld toegang tot extra content, belangrijke updates, technische ondersteuning, etc.⁷⁶

1.8.4. Business model veranderen

Er zijn in de muziekbranche al pogingen ondernomen om te werken met een online abonnement, in plaats van met één prijs per titel. Voor software zou zich dat vertalen in een laag geprijsde minimumversie van een programma. De volledige functionaliteit, ondersteuning en updates worden verkregen door het maandelijks betalen van een bijdrage.⁷⁷

Het idee van volledige online software, *streaming*, bestaat ook. Het idee is dat er geen initiële aankoop nodig is. Om de software te gebruiken, huurt de klant tijd op de server, en betaalt dus per sessie.⁷⁸ Er bestaan al een aantal pure online flash- of text-based games, zoals *Runescape* of *Planetarion*. Voor games van dezelfde grafische kwaliteit als de huidige op CD of DVD, is de bandbreedte van de meeste internetverbindingen nog niet voldoende.

Uit onderzoek blijkt dat de prijs niet de enige belangrijke determinant is voor internetpiraterij. Het snel bevredigen van de behoefte naar spelen is ook een belangrijke factor. De downloadsnelheid en efficiënte zoekmogelijkheden spelen hier een aanzienlijke rol bij. Daar is piraterij nu net goed in, dus moeten de producenten leren uit hoe piraten online aan software geraken. Vervolgens moeten ze er een legaal alternatief voor bieden.⁷⁹

We halen iTunes aan als voorbeeld hiervan. Het is via de online store van iTunes heel eenvoudig om via de zoekfunctie het liedje te vinden dat je wil horen. Met een paar klikken is de aankoop afgehandeld en begint het downloaden. De behoefte van de gebruiker is dus in hooguit enkele minuten bevredigd. Het zou een illegale downloader ongeveer evenveel tijd kosten om hetzelfde liedje te vinden, maar dan zijn er geen garanties voor de kwaliteit of de veiligheid. Het kan een verborgen virus zijn, de geluidskwaliteit kan laag zijn, de downloadsnelheid kan lager liggen,... Deze onzekerheden kunnen een aantal illegale downloaders aanzetten om het liedje toch legaal te gaan downloaden.

⁷⁶ HILL (C.W.). Digital piracy: causes, consequences and strategic responses. In: *Asia pacific journal of management*, 2007, vol. 24, p. 21.

⁷⁷ IBIDEM.

⁷⁸ IBIDEM.

⁷⁹ IBIDEM.

1.8.5. Repressie

Door repressieve maatregelen te nemen kan ingespeeld worden op een aantal gewetensaspecten van illegaal downloaden. Deze maatregelen zullen ervoor zorgen dat een individu de morele kost te hoog gaat vinden, voor wat het hem opbrengt.

1.8.5.1. Afschrikken

In punt 1.5.1 hebben we de moral development theorie bekeken. Uit onderzoek blijkt dat een groot aandeel van de illegale downloaders in het preconventionele niveau van moral development zitten. Ze willen dus zoveel mogelijk straf vermijden door hun acties. De strategie zou dan zijn om een aantal van deze mensen hard te bestraffen op een goed gedocumenteerde manier. Een voorbeeld stellen met andere woorden. Gewoon de bestraffing van anderen zal voor een aantal piraten al reden genoeg zijn om te stoppen of minderen. Deze tactiek lijkt volgens de eerste resultaten te werken. In de maanden na een grote openbare rechtszaak tegen muziekpiraten, daalde het aantal illegale downloads van 29% naar 18%.⁸⁰

De vraag is of deze daling tijdelijk of structureel is. Naar alle waarschijnlijkheid zullen op bepaalde momenten nieuwe voorbeelden moeten gesteld worden om de piraten eraan te herinneren wat er kan gebeuren. We nemen de mogelijkheid aan dat indien duidelijk wordt dat de pakkans toch eigenlijk nog niet zo groot is, het illegaal downloaden weer zal hernemen.

1.8.5.2. Afkeuren

Er kunnen ook maatregelen genomen worden waardoor de moral intensity (zie punt 1.5.3) van de beslissing tot illegaal downloaden zo hoog wordt, dat mensen zelf beslissen om het niet te doen. Hill stelt voor dat er overlegd moet worden tussen de rechthebbenden en de betrokken *key institutions* om hen te overtuigen toe te zien op het naleven van auteursrechten en het stigmatiseren van piraterij.⁸¹

Voor videogames zouden deze key institutions bijvoorbeeld gameshops, gamesbladen of internetproviders kunnen zijn. Op deze manier wordt de sociale consensus verstevigd dat piraterij een ongewenste activiteit is, en wordt het door de omgeving afgekeurd. Bestraffingen door grote rechtszaken kunnen ook afkeurend werken omdat het individu dan een grotere probability of effect ervaart. Dit draagt bij tot een hogere moral intensity van illegaal downloaden.

⁸⁰ IDEM, p. 22.

⁸¹ IDEM, p. 23.

Hoofdstuk 2: Online Content Delivery

2.1. Definitie

Dit is een distributiemodel waarbij een gebruiker legaal van thuis uit via internet content kan aankopen en downloaden naar zijn computer. Het is een relatief nieuwe vorm van distributie, die slechts mogelijk werd door de hogere internetsnelheden en de hoge penetratiegraad van breedbandverbindingen.

Een voordeel is de mogelijkheid op direct contact tussen de ontwikkelaar of uitgever en de consument. Ook de tussenhandel kan worden uitgesloten wat resulteert in meer inkomsten voor de verkoper. De verkoper heeft ook een grotere mate van controle over zijn product door digital rights management. Er zijn echter nadelen zoals kosten voor bandbreedte, servers, privacygaranties, etc.⁸² In de literatuur wordt ook gesproken over 'digital distribution' of 'digital delivery'. Deze term impliceert het legale karakter van de distributievorm, in contrast met het illegaal downloaden via peer-to-peer netwerken of andere bronnen.

2.2. Digital Rights Management

Dit is een recente technologie die bijna onlosmakelijk verbonden is met de digitale distributie van content. Het is een systeem waardoor de auteur of distributeur controle kan houden over wie de content kan gebruiken. De gebruiker krijgt bij betaling als enige de gebruikersrechten voor het product op zijn computer. Uiteraard is het systeem niet waterdicht en kan het gekraakt worden. Maar het beperkt piraterij wel in zekere mate. Deze technologie is echter controversieel. Er is bezorgdheid dat het auteursrecht te hard zal worden afgedwongen, en dat er teveel privacy moet worden opgegeven.⁸³ De producenten kunnen immers zeer nauwkeurig, per regio, per land... monitoren wat de speler allemaal doet. Ze kunnen precieze statistieken opstellen en bijvoorbeeld gerichte marketingboodschappen sturen. Voor verschillende landen kan ook een verschillende prijszetting gebeuren op deze manier, zodat Europeanen bijvoorbeeld niet enkel in dollar gaan betalen als die heel zwak staat.⁸⁴ Sommige games moeten aan bepaalde beperkingen voldoen voor ze in een land op de markt mogen komen. Zo is het geweld in videogames in Duitsland meer beperkt dan in Vlaanderen. Via het IP-adres van de gebruikers kan achterhaald worden van waar de gebruiker is, om bijbehorende beperkingen te activeren.

⁸² BEINISCH (Y.), PAUNOV (C.). Digital Broadband Content: The online computer and video game industry. S.I., OECD, 2005, p. 30.

⁸³ LIEBOWITZ (S.). Policing pirates in the networked age. In: *Policy Analysis*, 2002, nr. 438, pp. 16-19.

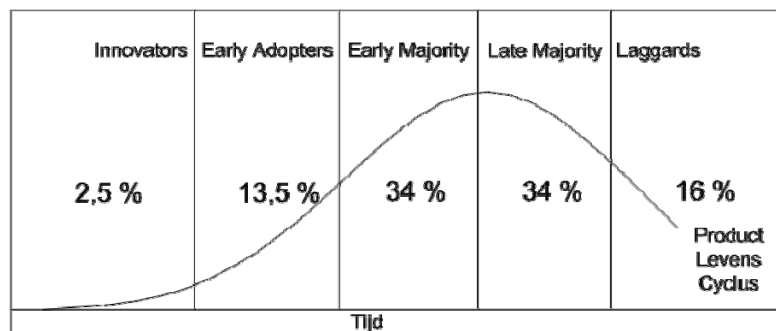
⁸⁴ PEITZ (M.), WAELBROECK (P.). Piracy of digital products: a critical review of the theoretical literature. In: *Information economics and policy*, 2006, vol. 18, 26 p. 470.

2.3. Adoptiepotentieel

2.3.1. Innovatietheorie

De succesvolle lancering van een nieuw product of een technologische innovatie is voor een groot stuk te danken aan goede communicatie. Everett Rogers zette met *Diffusion of Innovations*⁸⁵ innovatietheorie op de kaart. Die beschrijft op welke manier een idee verspreid wordt binnen een groep.

Dat kan ook toegepast worden op de verspreiding van een nieuw product. Het komt er op neer dat een innovatie verschillende fasen doorloopt tijdens zijn levenscyclus (Figuur 1). In elke fase gaat een bepaalde groep consumenten over tot aanvaarding van de nieuwigheid. Op die manier gaan ze de volgende groep overtuigen om ook over te gaan tot adoptie, tot het product het einde van zijn levenscyclus heeft bereikt.



Figuur 1 (bron: <http://nl.wikipedia.org/wiki/Afbeelding:Plc.gif>)

Volgens een normaalverdeling kunnen we de verschillende groepen onderscheiden: innovators, early adopters, early majority, late majority en laggards. De eerste groep, de innovators, schaft meteen een nieuw product aan, ongeacht de prijs en het werkelijke nut. Deze mensen zijn bereid een risico te nemen door de laatste nieuwe innovaties direct aan te schaffen. De early adopters worden vaak als belangrijke groep omschreven omdat zij het product kunnen doen doorbreken op de massamarkt. Ze zijn minder avontuurlijk dan de innovators, maar willen nog steeds over nieuwe zaken beschikken. De verkoop stijgt, en er wordt naar hen opgekeken door de early majority. Zij luisteren naar de commentaren van de early adopters en beslissen dan of ze tot adoptie overgaan. De innovatie bereikt met deze groep de massamarkt, de verkoop neemt nog steeds toe om op een gegeven moment zijn piek te bereiken. Langzaam begint de verkoop weer af te nemen. Iedereen kent het product nu, en de late majority laat zich ook overtuigen om de innovatie aan te schaffen. Ze zijn sceptisch tegenover nieuwigheden en wachten af tot de meerderheid het product heeft getest en goed bevonden. De laggards zijn conservatief en wachten tot het product al lang een vaste waarde in de gemeenschap is geworden. Ze

⁸⁵ ROGERS (E. M.). *Diffusion of Innovations*. New York, Free Press of Glencoe, 1962, 367p.

worden pas overtuigd door speciale acties of kortingen. De verkoop daalt sterk in deze laatste fase, tot het product uiteindelijk van de markt verdwijnt.⁸⁶

Het idee kan zich over de markt verspreiden vanwege opinieleiders. Dit zijn personen binnen de verschillende groepen die voor een bepaald product invloed kunnen uitoefenen op de volgende groep. Daarom worden marketinginspanningen in grote mate op deze opinieleiders gericht.⁸⁷

Rogers onderscheidt vijf kenmerken die bepalen hoe snel een innovatie geadopteerd wordt:^{88, 89}

- Relatief voordeel: wat de innovatie beter maakt dan reeds bestaande producten.
- Compatibiliteit: hoe goed het product aansluit bij de noden en waarden van de consument.
- Complexiteit: hoe moeilijk de innovatie te begrijpen of bedienen is.
- Deelbaarheid: hoe uitgebreid je de nieuwigheid kan proberen zonder grote kosten te moeten maken.
- Communiceerbaarheid: hoe duidelijk de voordelen van de innovatie kunnen waargenomen of beschreven worden door anderen.

Deze vijf kenmerken van Rogers zijn nadien aangevuld met nog verschillende andere determinanten voor adoptiesnelheid. Zoveel zelfs dat het onoverzichtelijk en onpraktisch dreigt te worden.⁹⁰ We houden het bij de oorspronkelijke vijf. Deze kenmerken moeten goed overwogen worden bij de ontwikkeling van het nieuwe product en in de communicatiestrategie er rond. In het tweede deel van dit onderzoek zullen we aan de hand van deze kenmerken en de resultaten van de enquête proberen een ideaal OCD-platform te schetsen. In de gevalstudie (zie punt 2.4.4) zullen we het reeds bestaande platform Steam evalueren op vlak van innovativiteit.

2.3.2. Kopieergedrag

John Carter betoogt dat bij de marketing van een nieuw product de focus zou moeten liggen op communicatie naar de innovators en early adopters, in plaats van al van in het begin naar heel de markt te communiceren. Het is veel kostenefficiënter om gericht naar

⁸⁶ KOTLER (P.). *Principes van marketing, derde editie*. Pearson Education Benelux, 2003, p. 222.

⁸⁷ IBIDEM.

⁸⁸ IBIDEM.

⁸⁹ ROGERS (E. M.). *Diffusion of Innovations, 5th edition*. New York, The Free Press, 2003, pp. 265-266.

⁹⁰ DE MAREZ (L.), VYNCKE (P.), BERTE (K.), SCHUURMAN (D.), DE MOOR (K.). Adopter segments, adoption determinants and mobile marketing. In: *Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing*, 2007, vol. 16, p. 81.

deze eerste twee segmenten te communiceren, dan zal het kopieergedrag bij de latere segmenten wel volgen.^{91, 92}

Maar hier beperkt hij de communicatie die moet gebeuren bij de adoptie van een innovatie tot enkel de innovators en early adopters: de minder innovatieve segmenten zullen de nieuwigheid wel aanvaarden omdat ze zullen zien dat het gewoon een beter product is dan het oude. Wij volgen Lieven De Marez en Gino Verleye in hun kritiek op deze visie. Doelgroepspecifieke marketingcommunicatie moet het kopieergedrag aanwakkeren in het begin, maar doorheen de levenscyclus van het product ook ondersteunen en gaande houden. Anders zal de introductie op de massamarkt zeer moeizaam verlopen.⁹³

De Marez en Verleye bouwen hierop verder door te argumenteren dat het beter is met een basispakket de markt te betreden. Teveel of overbodige toepassingen bij de lancering aanbieden, kan een afschrikkend effect hebben. Vanwege hun innovatieve ingesteldheid zullen de innovators en early adopters het product wel aanschaffen, maar bestaat het risico om de sprong naar de massamarkt niet te halen. Dit is het gevaar van ' *too much too soon*'.⁹⁴

Indien het product wel onder een geschikte vorm wordt aangeboden is de kans op kopieergedrag door minder innovatieve segmenten veel groter. Maar hoe kan de kloof met de massamarkt overbrugd worden? De Marez en Verleye refereren hiermee aan het werk van Geoffrey Moore, *Crossing the chasm*.⁹⁵ De massamarkt moet de innovators en early adopters gaan kopiëren. De innovatie zal redelijk eenvoudig moeten gehouden worden, met eigenschappen die zowel de innovators, early adopters en early majority interessant vinden. Zaken aanbieden in het product of de communicatie er rond, die de majority niet interesseren, moet vermeden worden.⁹⁶

2.3.3. Innovation Forecasting

Om het ' *too much too soon*'-scenario te vermijden is het dus nodig om de verschillende segmenten zo nauwkeurig mogelijk te omschrijven. Een van de meest gebruikte instrumenten hiervoor is de (*Domain Specific Innovativeness*) DSI-schaal van Goldsmith en Hofacker. Een persoon krijgt zes likert-items rond het domein in kwestie, waarop hij

⁹¹ CARTER (J.). Why settle for 'early adopters'? In: *Admap Magazine*, 1998, vol. 33, nr. 3, p. 4.

⁹² DE MAREZ (L.), VERLEYE (G.). Innovatie-segmentatie: adoptie van digitale televisie in Vlaanderen. In: VERLEYE (G.), DOOLAEGE (B.) (eds.). *Nieuwe communicatietechnologie in Vlaanderen: een doorlichting*. Gent, Academia Press, 2002, p. 61, 67.

⁹³ IDEM, p. 67.

⁹⁴ IDEM, p. 66.

⁹⁵ MOORE (G.A.). *Crossing the chasm: marketing and selling high-tech products to mainstream customers*. New York, HarperCollins, 1999, 227 p.

⁹⁶ DE MAREZ (L.), VERLEYE (G.). Innovatie-segmentatie: adoptie van digitale televisie in Vlaanderen. In: VERLEYE (G.), DOOLAEGE (B.) (eds.). *Nieuwe communicatietechnologie in Vlaanderen: een doorlichting*. Gent, Academia Press, 2002, p. 70.

een score van 1 tot 5 moet geven. Op deze manier kunnen de respondenten gesegmenteerd worden volgens *arbitrary cutoffs* of volgens *fixed percentages*. Volgens de arbitrary cutoff methode gebeurt de segmentatie op basis van arbitraire grenzen in de totaalscore (vb. 26 tem. 30 zijn innovators,...). Bij de fixed percentages gebeurt de verdeling volgens de normaalverdeling van Rogers (de hoogste 2,5% zijn innovators,...).⁹⁷

De Marez en Verleye merken terecht op dat deze schaal de innovativiteit voor een heel domein omschrijft, en dus niet productspecifiek genoeg is. Ze halen een aantal voorbeelden aan die illustreren dat innovators voor een bepaald domein niet per se ook innovator zijn voor een specifiek product binnen het domein.⁹⁸ De DSI-schaal kan voor specifieke producten niet gebruikt worden. Daarom ontwikkelden ze een bijkomende schaal die samen met de DSI-schaal gebruikt moet worden: de (*Product Specific Innovativeness*) PSI-schaal.⁹⁹

De Marez en Verleye ontwikkelden de PSI-schaal die eenvoudig, voorspellend en productspecifiek moest zijn. Zo kan relatief snel, op basis van verschillende surveyvormen, een segmentatie van de doelmarkt worden opgesteld voor een nog te lanceren innovatie. Met de resultaten kan vervolgens een gericht communicatieplan worden opgesteld, waardoor het kopieergedrag optimaal kan verlopen. Aangezien de respondenten vragen zullen krijgen over een innovatie, iets wat in principe nieuw is, is het belangrijk dat ze het nieuwe product op een objectieve manier zo goed mogelijk leren kennen. Dan kan de vragenlijst voor de PSI-segmentatie worden ingevuld. Deze bestaat uit drie likert-items om de PSI-score te bepalen, aangevuld met andere vragen om de eigenschappen van de bekomen segmenten nadien te kunnen beschrijven. De eerste vraag stelt vast in welke mate de respondent geïnteresseerd is in het product in het algemeen. In de twee volgende vragen wordt de interesse naar een optimaal en sub-optimaal product gemeten. Door de combinaties van de antwoorden op de drie vragen te verwerken, komen we dan tot een productspecifieke innovatiesegmentatie, waarvan de betrouwbaarheid en validiteit bewezen is.¹⁰⁰

Een kort voorbeeld van de totstandkoming van de PSI-segmentatie:

- Op de algemene vraag antwoordt iemand dat hij het product(concept) direct zou aanschaffen, hij is dus zeker een innovator.

⁹⁷ IDEM, pp. 77-78.

⁹⁸ IDEM, pp. 78-79.

⁹⁹ De PSI-schaal was de 'under-construction' benaming voor wat uiteindelijk PSAP zou heten. Inhoudelijk is er niet veel verschil, in de PSAP-schaal is meer rekening gehouden met prijsverschillen en willingness-to-pay tussen de optimale en suboptimale versies van de innovatie.

¹⁰⁰ DE MAREZ (L.), VERLEYE (G.). Innovatie-segmentatie: adoptie van digitale televisie in Vlaanderen. In: VERLEYE (G.), DOOLAEGE (B.) (eds.). *Nieuwe communicatietechnologie in Vlaanderen: een doorlichting*. Gent, Academia Press, 2002, pp. 81-86.

- Iemand toont veel interesse voor de innovatie in het algemeen. Dan heeft hij naar verwachting ook evenveel interesse voor het optimale product. Als hij vervolgens voor het suboptimale product nog steeds een zekere interesse toont kunnen we zeggen dat hij een early adopter is. Niet bij de eersten, maar hij zal toch nog snel overtuigd kunnen worden tot adoptie.
- Iemand die weinig interesse toont in de nieuwigheid in het algemeen, matige interesse in het optimale pakket en weinig interesse in het suboptimale product zal late majority zijn. Hij wacht lang, en zal pas tot adoptie kunnen overtuigd worden door speciale acties of kortingen.

Eens de DSI- en PSI-segmentatie opgesteld is kan via een eenvoudige kruistabel geanalyseerd worden hoe groot het verschil is tussen het domein en het product. Uit de case die De Marez en Verleye gebruiken in hun werk bleek dat het grootste deel van de marketinginspanningen nutteloos zou zijn indien er enkel naar de DSI-segmenten gecommuniceerd zou worden.¹⁰¹ We zullen deze analyse ook maken bij het opstellen van de segmentatie voor online content delivery om het gevaar voor nutteloze communicatie te evalueren.

2.4. Case: Steam

2.4.1. Inleiding

Het grootste digitale distributieplatform op het moment van schrijven is Steam van spelletjesmaker Valve. In mei 2007 kondigde Valve aan dat er 13 miljoen Steam-accounts actief waren.¹⁰² Nog geen jaar later, in februari 2008 werd de kaap van de 15 miljoen actieve accounts gehaald.¹⁰³ Het principe is dan ook relatief eenvoudig. Een gebruiker kan gratis lid worden van Steam en de client-software installeren op de computer. Vervolgens kan de catalogus van beschikbare games doorbladerd worden, en met enkele klikken van de muisknop koop je een game. Deze wordt vanaf dan automatisch voor je beheerd door Steam. Het downloaden gebeurt automatisch; soms kan er zelfs al gespeeld worden voordat de titel volledig is gedownload. Eens dat klaar is controleert Steam voor elke speelsessie of je game nog up-to-date is, en haalt indien nodig updates binnen. Op elk moment kan de eigenaar van een spel dat door Steam wordt beheerd een back-up maken op een beschrijfbaar medium. Het ergste dat kan gebeuren in geval van een computerpanne is dat het spel helemaal opnieuw moet gedownload worden indien er geen back-up voorhanden is. Op 30 mei 2008 kondigde Valve een nieuwe functionaliteit aan,

¹⁰¹ IDEM, pp. 87-88.

¹⁰² BOKITCH (C.). Steam Surpasses 13 Million Accounts. In: *Steam News*.
<http://www.steampowered.com/v/index.php?area=news&id=1050&cc=BE>, zie bijlagen: p. 130.
 Datum van raadpleging: 17 mei 2008.

¹⁰³ TWELKER (E.). Steam Reaches 15 Million Accounts. In: *Steam News*.
<http://www.steampowered.com/v/index.php?area=news&id=1431&cc=BE>, zie bijlagen: p. 131.
 Datum van raadpleging: 17 mei 2008.

Steam Cloud. Deze functie laat toe dat een speler zijn instellingen en voortgang in een game kan bewaren op een server van Valve, zodat ze altijd en overal beschikbaar zijn.

Maar hoe is Steam zo groot kunnen worden, en waarom niet één van de concurrenten? In 2002 begon Steam oorspronkelijk eerder als een controlemechanisme om piraterij te beperken en updates te automatiseren. Elke game die door moederbedrijf Valve uitgegeven wordt, moet via Steam aan de persoonlijke gegevens van de gebruiker gekoppeld worden. Maar er kwamen gaandeweg meer toepassingen beschikbaar zoals de online store en Steam Community.^{104, 105}

Het lijkt erop dat Valve in november 2004 de 'killer application' had om Steam met kop en schouders boven de concurrenten te laten uitsteken. Om het populaire en sterk verwachte Counter Strike en Half-Life 2 te kunnen spelen, moesten gebruikers een Steam-account hebben en de game registreren. De games werden zowel via Steam als in de retail aangeboden, maar zijn enkel speelbaar na een controle op hun echtheid door de DRM-servers van Valve. Na de release van Half-Life 2 waren er trouwens een tijd problemen omdat de capaciteit van de DRM-servers van Steam ontoereikend was.¹⁰⁶ Valsspelers tijdens online multiplayer spelletjes worden door het Valve Anti Cheat (VAC) systeem van de speelservers geweerd. Deze games gaven Steam een enorm grote gebruikersbasis, en zorgden ervoor dat online content distribution een vaste waarde werd binnen het gamelandschap.¹⁰⁷

Steam gebruikt een eigen systeem van bestandsindeling, alle nodige computerbestanden zitten gegroepeerd in enkele grote paraplubestanden. Dit laat de speler toe om al te beginnen gamen terwijl de rest van het spel in de achtergrond verder wordt gedownload. Het zorgt er ook voor dat gebruikers niet per ongeluk belangrijke bestanden kunnen verwijderen... of kwaadwillig aanpassen.

Nieuwe titels kunnen heel eenvoudig aangekocht worden via de ingebouwde beveiligde betalingsmodule. Er kan direct betaald worden via kredietkaarten, of indirect via bv. PayPal. Onmiddellijk nadat de aankoop afgerond is, staat de nieuwe aanwinst in de lijst van spellen, en kan aan het downloaden begonnen worden. Steam verkoopt ook third party titels. Dit zijn dan games van andere developers of publishers die via het Steam netwerk worden gedistribueerd. In de wandelgangen klinkt het dat de opbrengsten hier liggen op 40% voor Valve en 60% voor de betrokken partij.¹⁰⁸

¹⁰⁴ SIMPSON (A.). The Steam Platform. In: *The Steam Review*.
<http://steamreview.org/posts/steampatform>, zie bijlagen: p. 132.

Datum van raadpleging: 23 april 2008.

¹⁰⁵ CHAPPELL (A.). Online distribution and publishing of next generation computer games for consoles and personal computers. *School of electronic and computer science*, Southampton, 2003, pp. 3-5.

¹⁰⁶ IDEM, p. 4.

¹⁰⁷ SIMPSON (A.). The Steam Platform. In: *The Steam Review*.
<http://steamreview.org/posts/steampatform>, zie bijlagen: p. 132.

Datum van raadpleging: 23 april 2008.

¹⁰⁸ CHAPPELL (A.). Online distribution and publishing of next generation computer games for consoles and personal computers. *School of electronic and computer science*, Southampton, 2003, p. 4.

Via de ingebouwde instant messenger, Friends, kan je chatten met kennissen die aan het spelen zijn of eventueel op dezelfde server gaan meespelen. Via de Steam-servers kan er online gespeeld worden, en kan er ondertussen via voice-chat verder gepraat worden.

Valve stelt sinds eind januari 2008 de Steamworks Suite gratis ter beschikking van developers en publishers om in hun games te verwerken. De ontwikkelaars kunnen kiezen welke applicaties van Steam ze in hun game verwerken. De voordelen zijn dat de game kan geïntegreerd worden in het hele Steam-netwerk. Er kunnen statistieken doorgestuurd worden, antipiraterij maatregelen genomen worden, regiocontrole, etc. Distributie via het Steam-netwerk is echter niet verplicht. De game mag zelfs via een concurrent verdeeld worden.¹⁰⁹

Dat klinkt bijzonder vrijgevig en groothartig van Steam, en ze verdienen inderdaad aan Steamworks op zich geen geld. Dat mag iedereen gratis in zijn games inbouwen. Maar de speler moet zich dan wel bij Steam registreren en komt zo onvermijdelijk in contact met de catalogus van de online store van Steam. Wat zo toch tot meer klanten voor Steam leidt.¹¹⁰

Via de cliënt-software die op miljoenen computers is geïnstalleerd, verzamelt Steam ook gegevens over de hardwareconfiguraties van de gebruikers. De gegevens worden mits toestemming naar Valve gestuurd in het kader van de Valve Hardware Survey die om de paar maanden gehouden wordt. Die gegevens kunnen handig zijn om bij het maken van een nieuwe game rekening te houden met wat voor systemen de meeste gamers werken.¹¹¹

2.4.2. Voorstanders

Via digitale distributieplatforms zoals Steam, zouden kleine onafhankelijke ontwikkelaars zich kunnen vrijvechten uit het traditionele patroon. Een nieuw onbekend concept wordt vanwege het risico door een publisher vaak niet opgepikt. Via Steam zijn er op 8 juni 2006 reeds 24 zulke 'indie' games te koop in België.¹¹²

¹⁰⁹ VALVE SOFTWARE, *Introducing Steamworks*.

<http://www.steampowered.com/steamworks/index.php>, zie bijlagen: p. 133.

Datum van raadpleging: 9 juni 2008.

¹¹⁰ GRANT (C.). Valve shares SteamWorks toolset with PC development world. In: *Joystiq*.

<http://www.joystiq.com/2008/01/29/valve-shares-steamworks-toolset-with-pc-development-world/>,

zie bijlagen: p. 134.

Datum van raadpleging: 9 juni 2008.

¹¹¹ CROLL (A.). PC Gamer Secrets According to Valve's Steam Network. In: *GigaOm*.

<http://gigaom.com/2008/04/27/what-valves-steam-network-tells-us-about-pc-gamer-platforms/>, zie bijlagen: p. 135.

Datum van raadpleging: 9 juni 2008.

¹¹² Volgens de resultaten die we krijgen na een zoekopdracht in de Steam Store, via onze Belgische Steam-account.

2.4.3. Kritieken

Om Steam te kunnen gebruiken moet er in principe een internetverbinding aanwezig zijn. In offline-modus kunnen enkel de games gespeeld worden die volledig up to date zijn. Zo was voor Half-Life 2 een werkende internetverbinding nodig om het spel op te starten. In de eerste plaats om een Steam account aan te maken en het spel te registreren, daarnaast om het spel op zijn echtheid te controleren. Wie geen internetverbinding had, kon het spel dat hij zonet in de winkel had gekocht niet spelen.¹¹³

Ook al lijkt een online winkel toegankelijk voor klanten van over heel de wereld, via het IP-adres kan worden bepaald van waar iemand is. Zo kunnen bepaalde games niet beschikbaar zijn in een bepaalde regio, of tegen een andere prijs, vanwege onderlinge regelingen tussen Valve en de uitgever of ontwikkelaar van die game.¹¹⁴ Goede informatie rond dit soort regelingen is moeilijk te vinden. Vaak wordt over zulke zaken gezwegen, of politiek geantwoord. Enkele reacties die een grote website bij lokale afdelingen van publishers wist te verzamelen over prijsverschillen tussen verschillende landen:

Ubisoft: *“Ubisoft is still studying the different options concerning the digital market and official announcements on this subject could be made in the coming months.”*¹¹⁵

THQ AU: *“Unfortunately we are unable to comment on the situation with Steam at this stage.”*¹¹⁶

Sega AU: *“We honestly have nothing to do with Steam here in Australia.”*¹¹⁷

Atari AU: *“This is a US deal with Steam done by Atari Inc and has nothing to do with Atari Australia” Kotaku AU got a bit more of an answer, managing to get it’s “US-only due to licensing agreements.”*¹¹⁸

Rockstar: *No response.*¹¹⁹

¹¹³ CHAPPELL (A.). Online distribution and publishing of next generation computer games for consoles and personal computers. *School of electronic and computer science*, Southampton, 2003, p. 4.

¹¹⁴ IBIDEM.

¹¹⁵ SIMMS (C.). *Getting Steamed: digital distribution for games isn't there yet.*

<http://www.cnet.com.au/broadband/0,239036008,339288255,00.htm>, zie bijlagen: p. 143.

Datum van raadpleging: 23 april 2008.

¹¹⁶ IBIDEM.

¹¹⁷ IBIDEM.

¹¹⁸ IBIDEM.

¹¹⁹ IBIDEM.

Er wordt volgens sommige mensen ook teveel vanzelf door Steam gedaan. De automatische updates zijn handig, maar het is niet mogelijk voor de gebruiker om ervoor te kiezen niet te updaten, wanneer dat eventueel zou nodig kunnen zijn.

Er worden ook serieuze vragen gesteld bij het feit dat door de DRM-politiek van verschillende OCD platforms de tweedehandsmarkt volledig onmogelijk wordt gemaakt. Wie legaal een spel koopt kan het later niet meer doorverkopen. Het zou onmogelijk zijn om de eigendom van een game af te staan aan iemand anders.^{120, 121}

Het prijsbeleid van Steam ligt soms onder vuur omdat sommige games zelfs duurder zijn via download (zonder doos, handleiding, CD,... dus) dan bij een retailer, of gewoon niet te verkrijgen. Omdat heel de logistiek wegvalt bij online distributie verwachten consumenten net een lagere prijs, wat vaak ook terugkomt in boodschappen rond digitale distributie.¹²²

Dat zou te wijten kunnen zijn aan distributierechten en wat Valve aanrekent voor digitale distributie. Als een game digitaal stukken goedkoper zou zijn, zouden de retailers *not amused* zijn. Ze zouden bepaalde producten van Valve kunnen weren uit hun rekken. Digitale distributierechten zijn regio-afhankelijk en zouden de online prijzen zo op hetzelfde niveau als retail kunnen brengen. Daarbij moet nog een marge voor Valve zelf bijgeteld worden. Zo kan de online prijs al snel oplopen.¹²³

2.4.4. Innovativiteitsanalyse

2.4.4.1. Criteria

We evalueren Steam volgens de vijf punten van Rogers, die reeds toegelicht werden in punt 2.3.1.

- Relatief voordeel

Waarom zou een consument ervoor kiezen om via Steam zijn of haar gamecollectie uit te breiden? Wat zijn de voordelen tegenover de andere distributiekkanalen?

Voor wie geen verkooppunt in de buurt heeft, of gewoon liever thuisblijft, is het handig dat via Steam een degelijk aantal games gedownload kan worden via internet. Het bespaart de

¹²⁰ CHAPPELL (A.). Online distribution and publishing of next generation computer games for consoles and personal computers. *School of electronic and computer science*, Southampton, 2003, p. 5.

¹²¹ HONG (Q.). Question of the week responses: digital game distribution. In: *Gamasutra*. http://www.gamasutra.com/features/20050620/hong_01.shtml, zie bijlagen: p. 136.

Datum van raadpleging: 8 juni 2008.

¹²² CHAPPELL (A.). Online distribution and publishing of next generation computer games for consoles and personal computers. *School of electronic and computer science*, Southampton, 2003, p. 6.

¹²³ SIMMS (C.). Getting *Steamed: digital distribution for games isn't there yet*. http://www.cnet.com.au/broadband/0_239036008_339288255_00.htm, zie bijlagen: p. 143.

Datum van raadpleging: 23 april 2008.

consument tijd en moeite om naar de winkel te gaan. Maar afhankelijk van de verbindingssnelheid met internet kan deze tijd weer verloren gaan tijdens het downloaden van een grote game. Voor verschillende nieuwe games bestaat bij Steam de mogelijkheid om te *pre-loaden*. Hier downloadt de gebruiker het grootste deel van het spel al voordat het officieel wordt uitgebracht. De bestanden zijn via encryptie vergrendeld. Op de dag van de officiële release wordt het laatste blok bestanden vrijgegeven, samen met de sleutel om te encryptie te ontcijferen. Bij nieuwe games kan er op deze manier weer tijd bespaard worden. De catalogus wordt ook regelmatig uitgebreid met nieuwe titels, of oudere games die reeds lang uit de winkelrekken verdwenen zijn. Bij het opstarten van het programma worden nieuwe games of promoties gemeld aan de gebruiker.

Al de games die reeds via Steam gekocht zijn, worden automatisch geüpdatet indien nodig. Bij een game die los in de winkel wordt gekocht zit steeds vaker ook een al dan niet automatische updatefunctie ingebouwd, maar vaak moet nog via de website van de uitgever of ontwikkelaar gezocht worden naar en of er updates beschikbaar zijn.

Dankzij het eigen systeem van bestandsindeling kunnen oudere games steeds gespeeld worden op recente computers. Interessant voor liefhebbers, want het komt vaak voor dat oude games, die voor achterhaalde besturingssystemen zijn geschreven, niet meer werken op moderne computers. Een minder ervaren gebruiker kan zeer eenvoudig een spel installeren en weer verwijderen, zonder het gevaar dat belangrijke bestanden per ongeluk worden verwijderd. Met een paar klikken kunnen de installatiegegevens van een gedownload spel worden geback-up't, klaar om op CD of DVD te worden gebrand voor herinstallatie.

Er moet verder onderzoek gebeuren naar of er structureel een aanzienlijk verschil in prijsniveau is tussen OCD en boxed retail of niet. Het is aannemelijk dat wegens het ontbreken van tussenhandelaars de prijzen lager kunnen worden gehouden in een online omgeving. Maar de uitgevers moeten erop letten dat ze de retailers nog aan hun zijde houden zolang de winkelverkoop een groot aandeel blijft houden. Als ze online steeds ver onder de prijs van de winkeliers duiken, zouden de winkeliers bepaalde producten kunnen weren uit hun gamma.

Het community-aspect van Steam lijkt ook een belangrijk voordeel. Door te registreren en te gamen via Steam bouwt de speler een online persoonlijkheid op. Statistieken over het spelverloop, of een systeem van virtuele *achievements* geven een gamer steeds meer aanzien. Op elk moment tijdens of na het spelen kan chatcontact of voice-communication onderhouden worden met vrienden of kennissen die ook Steam gebruiken.

Het kan ook interessant zijn te onderzoeken wat het ecologisch voordeel is van digitale distributie. Voor games die puur online verkocht en gedownload worden, moeten immers geen media, handleidingen of verpakkingen geproduceerd worden. Wie ver van een retailpunt woont kan een traject uitsparen door te downloaden.

- Compatibiliteit

Wat zijn de noden en waarden van de consument, en hoe compatibel is Steam ermee? Om deze evaluatie te maken, moeten we naar de resultaten van onze enquête kijken.

Iets meer dan de helft van de respondenten vindt dat ze elke maand genoeg datalimiet hebben om te downloaden wat ze willen. Er is dus nog plaats om extra zaken, zoals games via Steam, te downloaden indien gewenst. En bijna driekwart van de deelnemers download wel eens een pc-game. Maar de deelnemers zijn geen grote downloaders van pc-games, want slechts 4% downloadt het vaakst games. Het vaakst worden individuele liedjes gedownload. 68% van de deelnemers is bekend met online content delivery, en 38% heeft het ook daadwerkelijk al eens gebruikt. 30% onder hen ziet zichzelf OCD in de toekomst wel eens gebruiken. We zien ook dat ongeveer een kwart van de pc-games gedownload wordt, meestal op illegale wijze. Een nipte meerderheid (55%) wil in de winkel de verschillende dozen van games kunnen bekijken omdat dat er gewoon bijhoort, voor ongeveer evenveel onder hen maakt de verpakking immers uit of ze de game al dan niet kopen. De meningen zijn verdeeld over of het voordeliger is in een echte winkel of in een online store, met een zeer lichte meerderheid (27%) die vindt dat het niet voordeliger is. De meesten kunnen er zich gewoon geen duidelijke mening over vormen (37%). Iets meer dan de helft van de consumenten (52%) zegt dat ze liever in een echte winkel een nieuwe game gaan kopen. Slechts 17% koopt liever vanuit zijn bureaustoel een game, tegenover de 52% die er liever op uit trekt. Bijna de helft (44%) van de ondervraagden staat positief tegenover de veiligheid van online betalingssystemen. Ze willen echter meestal via overschrijving betalen (45%) en per titel betalen. De meeste respondenten geven aan een goede tot zeer goede computerkennis te hebben.

Laten we deze resultaten vergelijken met de huidige mogelijkheden van Steam. Qua datalimiet valt het nog mee. Een nieuwe pc-game neemt al snel minstens een gigabyte in, maar dat kan er bij de meeste gebruikers nog vanaf. Er is ook al ervaring met het downloaden van pc-games aanwezig, maar muziekbestanden spannen nog steeds de kroon. De meerderheid is op de hoogte van wat online content delivery inhoudt, vanwege de vele muziekdownloads is dit waarschijnlijk aan iTunes toe te schrijven. De stap naar het downloaden van videogames is op dit gebied niet zo groot. Dat blijkt uit het aanzienlijk aantal gebruikers dat zich in de toekomst via online content delivery pc-games ziet downloaden.

De meerderheid van de gamers wil echter naar de winkel gaan, en rondkijken naar de verschillende dozen met pc-games. Bij Steam blijft dit rondkijken beperkt tot prentjes en filmpjes, en enkel van de games die in de catalogus zitten. Voor velen is het geen volledige winkelervaring als ze dat niet kunnen doen.

De mensen willen geen huurformules of abonnementsformules. Ze willen betalen per game. Niet iedereen beschikt over een kredietkaart, dus willen velen per overschrijving kunnen betalen. Steam voldoet op dit vlak nog niet om een groter gedeelte van de markt aan te spreken. Je betaalt per titel, maar op dit moment is het nog niet mogelijk om per overschrijving te betalen. En aangezien het een digitaal platform is, komen er geen dozen meer bij aan te pas. Maar dat is op zich geen drama voor de technologie. Voorlopig vormt online content delivery een aanvulling op de boxed retail. Games die enkel via OCD beschikbaar zijn, zijn zeldzaam.

- Complexiteit

De clientsoftware van Steam is eenvoudig in gebruik en onderhoud. De initiële installatie omvat het downloaden van het installatiebestand van de client, en vervolgens het installeren ervan. Daarna houdt het programma zichzelf en de pc-games die het beheert automatisch up-to-date. De speler moet zelf niet meer op zoek gaan naar de juiste updates. Alles wordt door de Steam servers aangeleverd aan hoge snelheden.

De verschillende onderdelen van Steam, zoals de store of de lijst met games, zijn altijd zichtbaar via tabbladen. Een game aankopen via Steam verloopt ook eenvoudig. Na een keuze te hebben gemaakt zijn er verschillende betalingsmethodes beschikbaar, al komt het altijd wel neer op een kredietkaart. Wie niet zelf over een kredietkaart beschikt blijft dus wat in de kou staan. Na de aankoop begint het spel automatisch te downloaden met een metertje dat de voortgang aangeeft.

Voor wie liever van thuis uit games wil kopen via internet zal Steam geen grote problemen stellen. Maar er moet uiteraard wel software geïnstalleerd worden om het te kunnen gebruiken, en in die zin is de gewone gameswinkel eenvoudiger. Je gaat binnen, betaalt en loopt buiten met een fysiek object. Als je het beu bent kan je het tweedehands verkopen, en dat gaat niet als er digital rights management bij is betrokken.

- Deelbaarheid

De clientsoftware van Steam is volledig gratis te downloaden en te gebruiken. Een gebruiker betaalt enkel voor de games die hij downloadt, niet voor andere diensten. Wie geen games koopt kan Steam ook gewoon gebruiken om gratis demo-versies of filmpjes te downloaden. De demo's worden op gelijkaardige manier gedownload en in de lijst met spelletjes gezet zoals een betalende game. Nadien is het eenvoudig om de volledige versie aan te schaffen via enkele keren klikken. Hier heeft Steam dan eigenlijk meer een sampling functie, want veel andere nuttige zaken kan je er anders niet mee doen. De software is voorlopig enkel beschikbaar voor pc-gebruikers, niet voor Macintosh. En uiteraard is een internetaansluiting noodzakelijk. Maar wegens de mogelijkheid om gratis en zonder aankoopverplichting demo's en andere sampling binnen te halen, vinden we dat Steam een zeer hoge deelbaarheid heeft. Iedereen kan er uitgebreid van proeven zonder extra kosten te maken.

- Communiceerbaarheid

Er wordt veel over Steam gecommuniceerd binnen de gaming-community. Dat gebeurt enerzijds op georganiseerde wijze zoals tijdschriften, websites of blogs en anderzijds mond-aan-mond. In de pers werd ruim op voorhand al geschreven dat de topgame Half-Life 2 enkel na aansluiting bij Steam te spelen zou zijn. Via de blogs en nieuwssites over videogames komen allerlei meningen over Steam naar boven. De mogelijkheid om een nieuwe game al te kunnen spelen vanaf middernacht op de dag van release werd ook benadrukt voor deze game. Voor de doelgroepen die er dichtbij staan kan er dus vlot gecommuniceerd worden. Maar meer gematigde spelers houden deze kanalen misschien minder in het oog. Om hen te bereiken zou het voor de marketingafdeling van Valve ook

niet moeilijk zijn om via reclame kort de belangrijkste voordelen van hun Steam platform aan te prijzen.

2.4.4.2. Conclusie

Als we Steam op basis van deze criteria beoordelen kunnen we zeggen dat het innoverend is wegens de manier, de snelheid en het gemak waarmee een koper een nieuw spel in huis kan halen. Impulsieve kopers kunnen zich gemakkelijk laten verleiden door de vele speciale kortingen of voordelige pakketten die regelmatig in de kijker worden gezet via het 'Steam News'. Met een gemiddelde ADSL verbinding ligt de tijd tussen de aankoopbeslissing en het effectief spelen ongeveer op 2 à 3 uur voor een nieuw spel. Voor oudere games, die meestal ook niet meer in de winkels liggen, is dit veel sneller. Enkel de tijdsduur is geen doorslaggevend argument, want op die tijd kan een consument ook wel naar een echte winkel gaan. Maar er is geen moeite meer vereist aangezien de koper zich niet moet verplaatsen. Het feit dat updates automatisch gebeuren kan een heel goede zaak zijn voor de minder gevorderde computergebruikers. Een consument kan geen slechte zaak doen met het uittesten van Steam, want er kan veel gratis gedownload worden bij wijze van test.

Een hinderpaal is voorlopig de datalimiet die door internetproviders wordt opgelegd. De meeste gebruikers hebben elke maand voldoende bandbreedte¹²⁴, maar als er meer games zouden gedownload worden zal dit cijfer zeker naar het negatieve toe veranderen. Een internetverbinding is vereist voor het spelen, updaten en back-uppen van sommige titels, wat niet altijd goed uitkomt.

¹²⁴ Volgens de resultaten van onze survey, zie p. 166.

Hoofdstuk 3: Distributie

3.1. Definitie

In dit hoofdstuk bespreken we de verschillende fasen die een videogame doorloopt voordat hij te koop wordt aangeboden in een winkel of e-store. De game-industrie lijkt qua structuur erg op het Hollywood-model in de filmindustrie.¹²⁵ Soms worden er stappen overgeslagen, of komen er extra stappen bij. We spreken over traditionele distributie als we het hebben over het fysiek vershippen van tastbare producten zoals cd's en doosjes die in een winkel terecht komen. Digitale distributie gebeurt in principe zonder overdracht van een tastbaar product. Software wordt digitaal opgeslagen op een *content server*. Als een consument een bepaalde titel koopt, krijgt hij de toelating een kopie te downloaden voor persoonlijk gebruik. Een bepaalde DRM-technologie wordt op de gegevens toegepast zodat de kopie enkel bruikbaar is voor die ene specifieke consument. Waar traditionele distributie neerkomt op 'dozenschuiven' met voor elke tussenpersoon extra kosten voor logistiek, marketing, belastingen,... komen bij digitale distributie kosten kijken voor bandbreedte en onderhoud van servers.

3.2. Waardeketen

3.2.1. Software developers

Zoals zoveel zaken, begint het allemaal met een idee of concept. Een kleine studio komt met een nieuw idee voor een spel en zoekt vervolgens naar financiering bij een publisher. Als het project financieel ondersteund is kan door de studio gewerkt worden aan de verdere ontwikkeling. Hun inkomsten bestaan uit royalty's op de verkochte eenheden. Er zijn een paar honderd studio's actief wereldwijd. In de begindagen van computerspelletjes kon één enkele persoon vaak heel de ontwikkeling voor zich nemen. Maar omdat de technologie steeds geavanceerder wordt, en de klant steeds veeleisender, werkt er tegenwoordig vaak een heel team aan een spel. Dat verklaart mee de hoge ontwikkelingskosten voor een game.

De persoon die met het nieuwe idee komt is de *game designer*. Hij ontwikkelt het verhaal van het spel en bedenkt het concept van de gameplay. Er zijn een aantal notabele game designers van in de beginperiode die nu hun eigen studio leiden, zoals Sid Meier, Will Wright of John Romero. Tijdens het hele ontwikkelingsproces houden zij er toezicht op dat de game volgens hun visie ontwikkeld wordt.

¹²⁵ CONLEY (J.), ANDROS (E.), CHINAI (P.), LIPKOWITZ (E.), PEREZ (D.). Use of a Game Over: Emulation and the Video Game Industry, A White Paper. In: *Northwestern Journal of Technology and Intellectual Property*. 2004, vol. 2, nr. 2, pp. 27-29.

Het team dat de praktische ontwikkeling doet bestaat uit verschillende specialisten. Het kan zijn dat eenzelfde persoon verschillende rollen heeft tijdens de ontwikkeling. De *game artist* ontwikkelt alle visuele aspecten van het spel, zoals het uiterlijk van karakters en omgevingen, de animaties, etc. De *level designer* ontwerpt de structurele aspecten van de omgevingen. Hij bedenkt raadsels en moeilijkheden die de speler moet overwinnen om tot het einde te geraken. Hij bouwt de omgevingen ook in 3D op en verwerkt de visuele stijl die de game artist heeft bedacht erin. De *sound engineer* zorgt voor al de geluidseffecten, muziek, dialoog en de bewerking ervan. De *game programmer* schrijft de computercodes die nodig zijn om het uiteindelijke spel te doen draaien. Hij krijgt het werk van de verschillende teamleden en integreert alles tot een afgewerkt spel. Tijdens het proces zijn er *testers* actief die feedback geven over de hele spelervaring, met het oog op een zo afgewerkt mogelijk product in de rekken te leggen.

Er zijn onafhankelijke studio's die contractueel met een publisher in zee gaan. Dat zijn de *third party games* van een bepaalde publisher. Een publisher kan zelf ook eigenaar zijn van verschillende studio's die dan *first party games* maken. De *game producer* moet voor de publisher het hele project overzien.

3.2.2. Software publishers

Dit zijn de grote uitgeverijen van videogames. Door de hogere kosten die gepaard gaan met ontwikkeling en marketing van nieuwe games¹²⁶ hebben we de voorbije jaren verschillende overnames en fusies gezien. Het aantal publishers valt met tientallen te beschrijven, waaronder enkele heuse majors zoals Activision Blizzard, Electronic Arts of Ubisoft.

De publisher staat in voor de volledige financiering van een nieuwe game. Zij dragen dus het meeste risico. Als de game het slecht doet op de markt verdient de publisher minder geld. De developer krijgt meestal royalty's uitbetaald op verkochte eenheden, gemiddeld 10% - 15%, maar dit kan soms oplopen tot 40%.¹²⁷ Na de ontwikkeling zorgt de publisher ook voor distributie, verpakking, marketing, klantendienst, etc. Meer dan de helft van de games verkoopt niet goed genoeg om winst te maken. Daarvoor zorgen de blockbuster titels die af en toe gemaakt worden, zoals Half-Life of Grand Theft Auto. Een publisher kan op verschillende platforms actief zijn om het risico verder te spreiden.

Er is kritiek op dit systeem omdat de geldschieter uiteraard behoorlijk wat heeft te zeggen over uiteindelijke content van het spel. Hierbij kan het commerciële gemakkelijk de overhand krijgen op het creatieve, waardoor nieuwe concepten soms geen kans krijgen.

¹²⁶ CHAPPELL (A.). Online distribution and publishing of next generation computer games for consoles and personal computers. *School of electronic and computer science*, Southampton, 2003, p. 1.

¹²⁷ IBIDEM.

Door direct naar de consument te gaan, wanneer een developer zijn eigen game publiceert, is er volledige creatieve controle. Maar veel meer risico. Voor die *indie games* zou digitale distributie een mogelijkheid kunnen zijn om dat risico te verlagen.¹²⁸ Bekende voorbeelden van zulke games zijn Audiosurf en Darwinia. Deze games zijn te koop via de website van de ontwikkelaars, en ook via Steam.

3.2.3. Retailers

De laatste tussenstop tussen de producenten en de consumenten is vaak de winkel waar de game in de rekken verschijnt. In België werken er ongeveer 3000 mensen in de videogame-retail.¹²⁹ Dat zijn oa. de gespecialiseerde gamestores, grootwarenhuizen en speelgoedwinkels. De softwarehuizen hebben er gigantische marketingbudgetten voor over om hun game boven de verschillende concurrerende producten uit te laten springen.

Publishers zijn te vinden voor online distributie, maar letten wel op dat ze 'hun' retailers niet tegen de schenen stampen of te hard beconcurreren. De winkelruimte is beperkt, en in die zin heeft de retailer een zekere macht over de publishers. De grootste opbrengst komt nog steeds uit retail. In België werden in 2005 meer dan 4 miljoen games (alle platforms) verkocht.¹³⁰

¹²⁸ IBIDEM.

¹²⁹ DESMET (L.). De miljoenen van de Belgische game-industrie. In: *Trends*, 24 augustus 2006. <http://www.trends.be/nl/4-227-41627/de-miljoenen-van-de-belgische-game-industrie.html>, geraadpleegd op 5 juni 2008.

¹³⁰ IBIDEM

Deel II – Empirie

Hoofdstuk 4: Methodologie

4.1. Inleiding

Om onderbouwde antwoorden op de onderzoeksvragen te kunnen formuleren leek de meest aangewezen methode enerzijds een onderzoek van de vraagzijde en anderzijds van de aanbodzijde van pc-games. Deze twee polen bepalen immers of een nieuw distributiekanaal een succes kan worden. Als de consument zich niet kan vinden in een nieuwe manier van distributie, is het op voorhand al een nuloperatie. Hetzelfde geldt voor de makers en uitgevers van pc-games.

Om een overzicht te krijgen van de consumenten hebben we een online vragenlijst opgesteld en via de website van Thesistools.com beschikbaar gesteld. Het voordeel van het gebruik van deze website is dat de vragen automatisch worden omgezet naar een database gedreven enquête. Er kan gemakkelijk gepretest worden, en indien nodig kunnen veranderingen aangebracht worden alvorens de enquête online beschikbaar te stellen. Op regelmatige momenten kan de gebruiker tussentijdse resultaten zien, en ze afhalen in een formaat dat voor statistische verwerking gebruikt kan worden.

Na een eerste literatuurstudie zijn we tot een aantal topcis gekomen waarover nadien specifieke vragen werden geformuleerd. Een aantal vragen zijn ook overgenomen of gebaseerd op reeds uitgevoerde enquêtes om de resultaten gemakkelijk te kunnen vergelijken. Uit de literatuur bleek dat studenten het vaakst betrokken zijn bij illegaal downloaden en kopiëren, dus hebben we de vragenlijst gericht naar de VUB-studenten en studenten van de derde graad middelbaar onderwijs.

Nadat de voorlopige vragenlijst klaar was, werd met goedkeuring van de promotor een definitieve versie opgesteld en opengesteld voor het publiek. Om de doelgroep uit te nodigen deel te nemen aan de enquête, verscheen op 10 maart 2008 een bericht in de Elektronische nieuwsbrief van de VUB en werden kennissen persoonlijk gecontacteerd. Er werd gevraagd naar pc-gamers die minstens een keer per jaar een nieuw spel bekomen. De initiële respons was lager dan gehoopt, en dus werd een herinneringsmail gestuurd naar de studenten van de grootste studierichtingen op 25 maart 2008. Om jongeren onder de 18 jaar te bereiken werd contact opgenomen met de directie van het Heilig-Hartcollege te Wezembeek-Oppeem. Daar werd een bericht op het online leerplatform gezet, zichtbaar voor de leerlingen van het vierde, vijfde en zesde middelbaar ASO. Ook werden er enkele leerlingen van het Vrij Technisch Instituut van Torhout bereikt. Op 17 april 2008 werd de vragenlijst afgesloten met 186 respondenten. De verwerking gebeurde met SPSS v13. Prof. De Marez van de Universiteit Gent was zo vriendelijk om verschillende SPSS-macro's op het verkregen databestand toe te passen. Dit had als doel de respondenten punten toe te kennen voor de door hem ontwikkelde DSI- en PSI-schalen.

4.2. Survey

4.2.1. Populatie

In de tijdspanne waarin de vragenlijst online stond hebben 188 respondenten gereageerd op een van de oproepen die we gelanceerd hebben. Een eerste oproep verscheen op 10 maart 2008 in de elektronische nieuwsbrief van de Vrije Universiteit Brussel¹³¹. Er was een piek in de respons in de dagen na de verschijning van de nieuwsbrief. Maar dan viel de instroom van nieuwe respondenten quasi stil. De populatie had nog niet het gewenste streefdoel van 100 respondenten bereikt, dus is er via elvas een herinneringsmail gestuurd naar de studierichtingen met het grootst aantal ingeschreven studenten.¹³² Ook werd de directie van het Heilig-Hartcollege te Wezembeek-Oppem gecontacteerd. Er werd een oproep op de online leeromgeving geplaatst, met een aantal respondenten tot gevolg. Deze twee acties resulteerden in een aanzienlijke toename van deelnemers. De vragenlijst werd eind april afgesloten met een totaal van 188 respondenten, waarvan er 145 de vragenlijst tot op het einde hebben ingevuld.

De gemiddelde leeftijd van de respondenten is 21,5 jaar, met een grote meerderheid in de leeftijdsklasse 18-20 jaar. We zien ook dat de grootste groep deelnemers in een universitaire bacheloropleiding zit.¹³³ Dat valt binnen de verwachtingen vanwege het grote aantal VUB-studenten dat werd uitgenodigd om deel te nemen.

De interesse in games blijkt nog steeds vooral bij mannen te liggen, zij vertegenwoordigen ongeveer 80% van de deelnemers.¹³⁴ Op technisch vlak krijgen we het volgende beeld. Bijna 90% van de deelnemers beschikt over een breedbandverbinding met het internet, met een licht voordeel van ADSL.¹³⁵ Bij velen kan er dus aan hoge snelheid gedownload worden. Het lichte voordeel voor breedband via de telefoonlijn is ook terug te vinden in de keuze van de internetprovider. Belgacom (44%) heeft samen met kleinere ADSL-providers (ongeveer 16%) een voorsprong op kabelinternet van Telenet (40%).¹³⁶ Met de computerkennis zit het wel goed. Op een schaal van 1 tot 5 krijgen we een gemiddelde waarde van 3,99 te zien. Het traditionele verschil tussen mannen (4,19) en vrouwen (3,29) op dit gebied is er wel nog steeds.¹³⁷

Bijna de helft van de deelnemers (49%) gebruikt al langer dan 7 jaar internet, 35,7% tussen 5 en 7 jaar, 12,6% tussen 3 en 5 jaar en 2,8% minder dan 3 jaar.¹³⁸

¹³¹ De tekst van deze oproep is openomen in de bijlagen op p. 96.

¹³² De tekst van deze e-mails is opgenomen in de bijlagen op p. 96.

¹³³ Figuur 2, zie bijlagen: p. 158.

¹³⁴ Figuur 3, zie bijlagen: p. 158.

¹³⁵ Figuur 4, zie bijlagen: p. 159.

¹³⁶ Figuur 7, zie bijlagen: p. 160.

¹³⁷ Figuur 5 en Figuur 6, zie bijlagen: pp. 159-160.

¹³⁸ Figuur 16, zie bijlagen: p. 167.

4.2.2. Vragen

In de inleiding van de enquête werden de respondenten kort ingelicht waarover de vragenlijst gaat. Er werd ook verzekerd dat ze anoniem konden deelnemen indien gewenst, maar dat wie kans wou maken op de waardebon wel een geldig e-mail adres moest achterlaten.

De eerste reeks vragen ging over het downloadgedrag. Eerst over bandbreedte; de beschikbare datalimiet en hoeveel daarvan naar pc-games downloaden ging. Daarna volgden vragen over wat voor content er gedownload werd zowel op illegale als legale wijze. En tot slot hoe er gedownload werd, via welk systeem, hoeveel en hoe dat in de toekomst zou gebeuren.

De volgende reeks vragen ging over pc-games. Er waren vragen over waar de pc-games vandaag gehaald worden. Dan volgde een reeks vragen over het aankopen van games, waarin wordt gevraagd in welke mate de deelnemer akkoord gaat met verschillende stellingen. Met deze vragen hopen we een beeld te krijgen van het belang van het verkooppunt, een fysiek product in handen hebben en de omstandigheden waarin een nieuw spel gekocht kan worden.

Daarna volgde een eerste reeks vragen om het adoptiepotentieel in kaart te brengen met de DSI-schaal. Dit onderdeelje werd vooraf gegaan door een korte definiëring van wat we onder het domein ICT verstaan. De vragen zelf stonden nog niet op die pagina, om de kans te vergroten dat iedereen vanuit dezelfde begripsomschrijving vertrok. Vervolgens volgden zes likert-scales die gebaseerd waren op het onderzoek van prof. De Marez.¹³⁹

De volgende reeks vragen ging over kopieergedrag en piraterij. In deze reeks wilden we vaststellen in welke mate piraterij voorkomt onder de respondenten, en hoe groot de illegale collectie games is. We probeerden ook meer te weten te komen over de rol van derden in kopieergedrag, en over de attitudes tegenover piraterij. We hebben ook vragen gesteld over het eventuele stoppen met kopiëren of illegaal downloaden.

De volgende vragen ging over online content delivery. Om te beginnen was er de tweede reeks vragen over het adoptiepotentieel. De twee blokken, DSI en PSI, werden niet vlak na elkaar in de vragenlijst gezet. Dit komt de betrouwbaarheid van de antwoorden ten goede. De vragen werden weeral vooraf gegaan door een kort woordje uitleg over wat we onder online content delivery verstaan. Daarna volgden vragen over de manier waarop respondenten aan legaal downloaden willen doen.

Om de enquête af te sluiten waren er nog vragen naar demografische gegevens zoals de leeftijd, verbindingssnelheid met het internet, de internetprovider, de ervaring met computers en internet, en het opleidingsniveau. Er werd de mogelijkheid gegeven om een e-mail adres achter te laten om deel te nemen aan de verloting van een waardebon, met een duidelijke vermelding dat het niet verplicht was. De waardebon is gewonnen door een scholier van het Heilig-Hartcollege.

¹³⁹ DE MAREZ (L.), VERLEYE (G.). Innovatie-segmentatie: adoptie van digitale televisie in Vlaanderen. In: VERLEYE (G.), DOOLAEGE (B.) (eds.). *Nieuwe communicatietechnologie in Vlaanderen: een doorlichting*. Gent, Academia Press, 2002, p. 77.

4.2.3. DSI- en PSI-schaal

Om een inschatting te kunnen maken van het adoptiepotentieel van online content delivery, hebben we een aantal specifieke likert-vragen in de enquête verwerkt. Aan de hand van de antwoorden kunnen we aan de respondent een puntenwaarde toekennen, die zijn mate van interesse in een bepaalde innovatie weergeeft. Eerst in het algemene domein ICT, vervolgens meer specifiek voor online content delivery. De stellingen werden telkens vooraf gegaan door een korte begripsomschrijving.

De DSI-stellingen waren:

- Over het algemeen ben ik één van de eersten van mijn vriendenkring die een nieuwe ICT in huis haalt.
- Als ik hoor dat er een nieuwe ICT is uitgekomen, ben ik meteen geïnteresseerd genoeg om hem in huis te halen.
- Vergeleken met mijn vrienden bezit ik weinig nieuwe ICT's.
- Over het algemeen ken ik als laatste van mijn vriendenkring de naam van een nieuwe ICT.
- Ik zou nooit een nieuwe ICT in huis halen als ik hem nog niet zelf geprobeerd of ervan gehoord heb.
- Ik heb graag een nieuwe ICT in mijn bezit voordat anderen hem ook hebben.

Deze vragen dienen om de innovativiteit ten opzichte van het hele ICT gebied weer te geven. Maar ICT is heel ruim, en de onderverdeling in segmenten zal niet zo precies verlopen. We moeten een segmentatie bekomen die specifiek over online content delivery gaat. Anders gaat, zoals in punt 5.1.4 zal worden aangetoond, een aanzienlijke hoeveelheid marketinginspanning verloren. Daarom hebben we op een andere plaats in de enquête een aantal likert-stellingen geplaatst om de Product Specific Innovativeness te kunnen opstellen. Hiermee kunnen we exacter bepalen hoe de segmenten eruit zien. De stellingen peilen naar hoe waarschijnlijk het is dat de respondent de innovatie zal adopteren.

Dit waren de PSI-stellingen:

- Stel dat vanaf morgen iedereen de mogelijkheid heeft om via een OCD-platform pc-games te downloaden. Zoals je OCD nu ziet, in welke mate denk je er zelf gebruik van te gaan maken?
- Stel dat er een voor jou perfect OCD-systeem beschikbaar is (goede games, gemakkelijk, snel, veilig,...) en de prijzen van de games liggen zeker niet hoger dan wat je ervoor wil geven. In welke mate ben je dan geïnteresseerd om het te gebruiken?

- Stel dat er een OCD-systeem beschikbaar is dat niet je optimale systeem is omdat het er op één of ander vlak (iets minder goede games, iets ingewikkelder, iets minder snel, soms veiligheidsproblemen,...) van afwijkt. In welke mate ben je dan geïnteresseerd om dat (voor jou althans sub-optimale) systeem te gebruiken?

Wie hoog scoort op de vragen is innovatief voor de technologie 'online content delivery'. Met de eerste vraag stellen we vast of de respondent überhaupt interesse heeft in de innovatie. Wie sowieso geen interesse heeft, zal op de volgende vragen ook laag scoren en zal bij de laatste segmenten horen. De respondenten die een perfect systeem direct zouden aanschaffen, de tweede vraag, scoren hoog. Wie voor de derde vraag zegt een suboptimaal systeem nog steeds direct aanschafft is waarschijnlijk een innovator. Wie een perfect systeem snel zou aanschaffen, maar een suboptimaal systeem niet zo snel is meer gematigd, en zal waarschijnlijk bij de majority horen.

Aangezien de verwerking van de antwoordcombinaties een aanzienlijk werk is, hebben we kunnen gebruik maken van de hulp van prof. Lieven De Marez, die de PSI-schaal mee ontwikkeld heeft. Na het afsluiten van de enquête heeft prof. De Marez op voorhand gemaakte macro's laten werken op de antwoorden van de DSI- en PSI-stellingen. Op deze manier kon de verwerking automatisch via SPSS verlopen. Zo wordt duidelijk hoe de 'echte' segmenten eruit zien voor online content delivery.

Als we de resultaten van de beide schalen met elkaar vergelijken, zien we eveneens het verschil tussen de domein- en product innovators. Wie ICT-innovator is, is daarom geen innovator voor online content delivery in het bijzonder. Het verschil tussen beiden illustreert de verloren marketinginspanning.

Het nut van het bepalen van deze resultaten is dat we zien in welke mate er bij consumenten interesse is in online content delivery als nieuwe afleveringswijze van computergames. Als er veel interesse blijkt te zijn, kan het voor de industrie een aanzienlijk voordeel opleveren om deze technologie verder te ontwikkelen en promoten.

4.3. Experteninterviews

Om inzicht te krijgen in de wereld waarin pc-games tot stand komen hebben we voor experteninterviews geopteerd. In eerste instantie werden de experts aangeschreven met de vraag of ze mee wilden werken aan dit onderzoek, en een aantal onderwerpen waarover gepraat zou worden. Naar de verschillende experts werden gelijkaardige mails gestuurd.

Voor de interviews zelf werd een maximale tijdsduur van een uur afgesproken. Verder werd de garantie gegeven dat het interview enkel voor dit onderzoek zou opgenomen en verwerkt worden. De experts die hun medewerking verleenden werden telefonisch

gecontacteerd voor een gesprek. Het gesprek werd opgenomen en integraal uitgetypt en is in de bijlagen opgenomen.¹⁴⁰

¹⁴⁰ Zie punt 4, vanaf p. 146.

Hoofdstuk 5: Resultaten

5.1. Vraagzijde: consumenten

5.1.1. Gebruik van pc-games

Laten we om te beginnen bekijken hoe het gamegebruik er bij Vlaamse studenten uitziet. Dagelijks spelen de deelnemers gemiddeld 1,62 uur op hun pc.¹⁴¹ Daarmee behoren ze net bij de 'zware gamers' in Europa. Die spelen per week 11 uur of meer, wat neerkomt op gemiddeld minstens 1,6 uur per dag.¹⁴²

Om die tijd spelend door te brengen zijn er natuurlijk games nodig. We vroegen de respondenten een schatting te maken van het aantal gekopieerde en originele games dat ze samen in hun collectie hebben. De Vlaamse student heeft een verzameling van gemiddeld 41,1 titels. Dat cijfer geeft een licht vertekend beeld aangezien er een minderheid is die erg veel games, honderden, in zijn collectie heeft zitten.¹⁴³ Daarmee zit onze steekproef onder het Europese gemiddelde van 48,6 games.¹⁴⁴

Waar komen deze games dan vandaan? Op de eerste plaats staat de traditionele retail. Dat zijn de grootwarenhuizen, gamestores, CD- en DVD-winkels. Ongeveer 75% van de gamers zegt hier al eens een spel vandaan gehaald te hebben. 71% heeft al eens van familie of vrienden een aanwinst voor hun collectie gekregen. Het internet kon één op drie bekoren als plaats om eens op legale wijze games aan te schaffen, legaal downloaden is er even populair als postorderverkoop via internet. Maar dan geeft bijna 61% van de respondenten aan al eens op illegale wijze een pc-game te hebben gedownload.¹⁴⁵ Dit beeld vinden we ook gedeeltelijk terug bij de vraag waar het vaakst een nieuwe game vandaan komt. Ruim 55% van de gamers koopt het vaakst via traditionele retail een nieuw spel. Daarna volgt het illegaal downloaden via internet, dat is voor bijna 24% van de respondenten de populairste bron van nieuwe games. 8,3% duidt de familie en vrienden aan als eerste bron, vervolgens postorder met 6,3%. Op een bescheiden laatste plaats vinden we het legaal downloaden terug, met slechts 3%. Het is duidelijk dat dit kanaal nog niet tot de mainstream is doorgebroken.¹⁴⁶

¹⁴¹ Figuur 8, zie bijlagen: p. 161.

¹⁴² NIELSEN INTERACTIVE ENTERTAINMENT. *Video gamers in Europe – 2007*. S.I. Interactive Software Federation of Europe, 2007, p. 9.

¹⁴³ Figuur 9, zie bijlagen: p. 162.

¹⁴⁴ NIELSEN INTERACTIVE ENTERTAINMENT. *Video gamers in Europe – 2007*. S.I. Interactive Software Federation of Europe, 2007, p. 11.

¹⁴⁵ Figuur 10, zie bijlagen: p. 163.

¹⁴⁶ Figuur 11, zie bijlagen: p. 164.

De Europese cijfers zijn wat gematigder. De grootste bron van games is wel nog steeds retail. Er komen echter aanzienlijk minder games van familie of vrienden, slechts 42%. Postorder via internet is iets populairder dan bij ons, 42% van de Europese gamers heeft het al eens gedaan. En 36% heeft in 2007 al eens een volledig spel van internet afgehaald. Als we bekijken waar vorig jaar het vaakst nieuwe games vandaan kwamen in Europa, zien we iets braveres cijfers dan bij de Vlaamse studenten. 68% van de games komt het vaakst uit de retail, 13% uit postorderverkoop via internet, 9% komt uit illegale internetbronnen en 6% van de familie.¹⁴⁷

De Vlaamse studenten halen dus ongeveer dubbel zo vaak pc-games van het internet. Is het piraterijprobleem hier gewoon veel groter, of is er meer aan de hand?

5.1.2. Aankoopgedrag

Hoe denkt onze groep respondenten over het aankopen van pc-games in de winkel, op de traditionele manier? We vroegen hun mening over een aantal stellingen waarop ze konden antwoorden met (1) helemaal oneens, (2) eerder oneens, (3) neutraal, (4) eerder eens, (5) helemaal eens. Deze antwoorden groeperen we als (1&2) negatief, (3) neutraal en (4&5) positief.

Een nieuwe pc-game kopen is blijkbaar geen ondoordachte actie. De grote meerderheid (78%) weet op voorhand al precies welk spel ze willen hebben. Ze gaan dus naar de winkel met als doel een bepaald spel te kopen. Dat is begrijpelijk aangezien een nieuw spel niet zo goedkoop is. Zo vindt 58% dat pc-games te duur zijn. Er is een redelijk grote grijze massa (21%) die de prijzen wel goed vindt zoals ze zijn. Een zelfde aantal respondenten (21%) vindt zelfs dat de games niet te duur zijn. Maar zelfs al vinden de consumenten games vaak te duur, ze willen wel betalen voor het product dat ze in ruil krijgen. Zo zegt slechts 23% onder hen dat ze een game niet zouden kopen als ze ervoor moesten betalen tegenover 66% die wel zonder problemen willen betalen.

De meeste kopers (59%) gaan liever naar de winkel, in plaats van het via internet te kopen en direct te downloaden. De moeite om erop uit te trekken is er niet teveel aan voor velen, 61% heeft er geen probleem mee om zich naar de winkel te begeven. In de winkel kijken de kopers graag wat rond naar wat er allemaal in de rekken staat. Voor 63% onder hen is het kunnen vastnemen van de verschillende dozen met games een echt onderdeel van de winkelervaring. Voor 58% is de verpakking niet zo belangrijk, het is nog altijd wel de game die telt. De verpakking maakt voor 53% geen verschil tussen kopen of niet. Misschien heeft deze voorkeur voor traditionele retail wel nog een beetje te maken met onzekerheid over de veiligheid van online transacties. De helft (50%) heeft vertrouwen in online betalingen, 20% weet niet of het wel veilig is of niet, en 30% vindt dat het

¹⁴⁷ NIELSEN INTERACTIVE ENTERTAINMENT. *Video gamers in Europe – 2007*. S.I. Interactive Software Federation of Europe, 2007, p. 19.

onbetrouwbaar is. Het winkelen lijkt een manier te zijn om een beetje op de hoogte te blijven van het aanbod, of geeft een voorkeur aan om echt een fysiek product in handen te hebben. De nood aan het 'veilige' gevoel van een fysiek product zien we terugkomen. Minder dan de helft van de consumenten (47%) is ervan overtuigd dat een legaal gedownload spel dat per ongeluk gewist wordt, niet onherroepelijk verloren is. 21% denkt dat ze het dan wel kwijt zijn, maar een aanzienlijke 32% weet het niet.

De aankoop lijkt niet speciaal te worden uitgesteld tot er een koopje te rapen valt voor het spel dat men in gedachten had. 63% antwoordt negatief op de vraag of ze pas een game kopen als er een interessant aanbod of speciale actie is. De aankoopbeslissing wordt ook maar in minimale mate door de vriendenkring gestuurd want slechts 20% zou een game kopen als de vrienden het ook kopen.

Er is grote onzekerheid over welke manier van kopen voordeliger is, online of retail. 27% denkt dat het voordeliger is, 30% denkt van niet en de meerderheid van 42% weet het gewoon niet.¹⁴⁸

5.1.3. Downloadgedrag en piraterij

De meeste internetproviders in Vlaanderen hebben een maandelijkse datalimiet. Opmerkelijk is dat ruim één derde van de respondenten niet weet hoeveel upload- en downloadverkeer ze elke maand mogen hebben. Als sanctie op het overschrijden van die limiet staat immers vaak een fikse snelheidsbeperking of een meerkost. Bij de meesten is de limiet 12 GB per maand, maar de weinige abonnementen die een extreem hoge limiet aanbieden brengen het gemiddelde op net geen 22 GB.¹⁴⁹

Over het algemeen lijken sancties niet zo vaak nodig te zullen zijn, want meer dan de helft van de respondenten zegt op het einde van de maand volume genoeg, of zelfs op overschot te hebben. Toch komt ruim 37% niet toe met het hun toegekende datavolume.¹⁵⁰

Als we meer in detail gaan kijken naar de tevredenheid over de datalimieten, krijgen we een genuanceerder beeld. Een beeld dat er misschien op wijst dat de datalimieten gewoon te laag liggen bij de verschillende abonnementen. We zien steeds dat meer dan de helft van de respondenten niet toekomt met de datalimiet van zijn abonnement. Vanaf een limiet hoger dan 45 GB per maand slaat dit pas om.¹⁵¹ Een reden zou kunnen zijn dat de snelheden steeds toenemen, de content steeds in bestandsgrootte groeit, maar dat de toegestane datalimieten niet evenredig snel meegroeien.

¹⁴⁸ Figuur 27, zie bijlagen p. 175.

¹⁴⁹ Figuur 12, zie bijlagen: p. 165.

¹⁵⁰ Figuur 13, zie bijlagen: p. 166.

¹⁵¹ Figuur 14, zie bijlagen: p. 166.

Voor dit onderzoek is het interessant om te weten hoeveel volume de studenten maandelijks besteden aan het downloaden van pc-games. Het gaat hier dan zowel over illegaal als legaal downloaden. Bijna 36% van de respondenten kan er geen cijfer op plakken. Zij die wel een schatting hebben, downloaden maandelijks gemiddeld meer dan 9,5 GB aan pc-games. Voor dit cijfer is ook weer de duiding van toepassing dat een kleine groep (16%) heel veel downloadt en zo het gemiddelde optrekt. 34% zegt thuis te horen in de groep die 0 GB tot 1 GB downloadt. De overige 14% haalt maandelijks gemiddeld tussen 1 GB en 4 GB pc-games binnen.¹⁵²

Het downloaden van games lijkt vooral sinds 2000 te zijn toegenomen. Rond de eeuwwisseling begon het aantal breedbandverbindingen immers aan zijn sterke klim. Slechts 7,7% van de respondenten downloadde meer dan 7 jaar geleden al pc-games. 20,8% is hier tussen 5 en 7 jaar geleden mee begonnen. 22,3% doet het al 3 tot 5 jaar. 26,3% is er in de laatste 3 jaar mee begonnen, en 23,1% is er nog geen jaar mee bezig.¹⁵³

5.1.3.1. Soort bestanden

Het zal geen grote verrassing zijn dat de populairste downloads individuele liedjes zijn, 85,6% van de ondervraagden heeft al eens zulke bestanden binnengehaald. Zowel legale als illegale muziekbestanden zijn relatief klein, snel te downloaden en gemakkelijk te vinden. Daarna komt de applicatiesoftware zoals besturingssystemen, tekstverwerkers, tekenprogramma's en dergelijke. 67% geeft toe al eens zulke software te hebben gedownload. Sommige toepassingen zijn relatief duur en worden daarom vaak illegaal gedownload. Met 61,1% hebben filmbestanden een derde plaats in de rangschikking. Het komt vaak voor dat kort nadat een film in de zalen komt, of soms zelf nog voor de release, een film al integraal online staat. Dat zijn vaak versies die met een camera in een bioscoopzaal gefilmd zijn. De kwaliteit ervan laat echter vaak te wensen over. Soms gebeurt het dat piraten een *DVDrip* op internet plaatsen. Dat is een volledige film die van op een DVD is omgezet naar een filmbestand met zeer hoge beeld- en geluidskwaliteit.¹⁵⁴ Bioscopen nemen steeds meer maatregelen hiertegen, zo is Kinopolis eind mei 2008 gestart met een soort kliklijn waar je '*cammers*' kan melden in ruil voor een aantal DVD's.¹⁵⁵

Daarna volgen op ongeveer gelijke voet de TV-series (56,8%), muziek-cd's (55,7%) en pc-games (58,9%). Televisiereeksen komen al snel na hun eerste uitzending op internet te

¹⁵² Figuur 15, zie bijlagen: p. 167.

¹⁵³ Figuur 17, zie bijlagen: p. 168.

¹⁵⁴ Figuur 18, zie bijlagen: p. 168.

¹⁵⁵ VAN LEEMPUTTEN (P.). *BAF en Kinopolis verklaren oorlog aan filmpiraten*.

<http://www.zdnet.be/news.cfm?id=85712>, zie bijlagen: p. 137.

Datum van raadpleging: 12 juni 2008.

staan. Door het Amerikaanse TV-netwerksysteem kunnen piraten soms op voorhand al afleveringen van een programma oppikken terwijl ze via straalverbinding naar de televisiestations in het netwerk worden verzonden. Een minderheid (10,3%) heeft al eens een game voor een spelconsole gedownload. Het is mogelijk om via bepaalde technische ingrepen, zoals het plaatsen van een *modchip* de beveiliging van spelconsoles te omzeilen. Op deze manier kunnen games voor bv. Playstation 2, Wii of xbox illegaal worden gedownload en gespeeld. Een minderheid, want dit is meestal te ingewikkeld voor de casual gamer. Er worden door sommigen (3,8%) ook nog andere zaken aangegeven die ze downloaden, zoals stripverhalen of boeken. Slechts een minieme 2,7% van de ondervraagde studenten zegt nog nooit iets van de vorige zaken te hebben gedownload.¹⁵⁴ Als we bekijken welke bestanden de deelnemers het vaakste downloaden, krijgen we een andere rangschikking. Op de eerste twee plaatsen prijken de muziekbestanden: individuele liedjes (39,8%) en volledige muziek-cd's (18,8%). Dan volgen de audiovisuele bestanden: TV-series (13,3%) en films (12,7%). En daarna volgen de softwarebestanden: pc-games en applicaties met beiden 3,9%. Op de laatste plaats staan de grootste bestanden: consolegames (1,1%) en DVD's (1,6%). En tot slot met 1,1% de andere bestandstypes.¹⁵⁶

5.1.3.2. Manier van downloaden

We zien dus dat een grote groep respondenten wel eens materiaal downloadt waarop auteursrechten rusten. We kunnen onderscheid maken tussen de legale en illegale downloads door te kijken op welke manier bestanden worden binnengehaald. De meeste manieren waarop de eerder vernoemde gegevens kunnen binnengehaald worden zijn namelijk illegaal voor auteursrechtelijk beschermde werken. We geven een overzicht van courante downloadmethodes.

De traditionele *peer-to-peer* netwerken (FastTrack, eDonkey, Gnutella,...) kunnen gebruikt worden door verschillende speciale programma's waar zoekfuncties ingebouwd zijn. De bestanden die door gebruikers van zo een netwerk gedeeld worden, kunnen opgezocht en gedownload worden door anderen. Deze netwerken worden vaak gebruikt voor het illegaal downloaden van bestanden. Toch is juridische actie tegen de netwerken moeilijk aangezien ze zelf geen illegale bestanden op hun servers hebben, en enkel gebruikers met elkaar in contact brengen. Zolang ze daarbij het delen van auteursrechtelijk beschermde bestanden niet aanmoedigen, kunnen er zeer moeilijk juridische stappen ondernomen worden.

Bittorrent is technisch gezien ook een peer-to-peer protocol. Toch is het verschillend van hierboven vermelde peer-to-peer netwerken op gebied van anonimiteit en functionaliteit. Het protocol is in 2001 ontwikkeld met de bedoeling de distributie van grote bestanden efficiënter en goedkoper te maken. In het traditionele client-server model draagt de server de volledige kost van apparatuur en bandbreedte voor de verspreiding van een bestand.

¹⁵⁶ Figuur 19, zie bijlagen: p. 169.

Het principe achter bittorrent is dat iedereen meehelpt aan de distributie van het bestand. Elke stukje dat een gebruiker al heeft gedownload van het origineel, kunnen andere gebruikers van hem downloaden. Op deze manier helpt elke gebruiker in de *swarm* mee met de distributie, en niet enkel één server.¹⁵⁷ Om die reden is bittorrent zowel voor legaal als illegaal gebruik heel populair. Er is geen sprake van digital rights management, dus deze vorm is legaal indien op het bestand dat verdeeld wordt voor publiek gebruik is. Als legaal voorbeeld denken we aan het erg populaire spel 'World Of Warcraft' van Blizzard, dat updates op deze manier verspreid onder de spelers. Er is ook bijzonder veel illegale content beschikbaar. Iedereen die bv. een bepaalde film wil downloaden moet eerst een klein *torrent*-bestandje opzoeken via een torrentsite, het binnenhalen en openen met één van de vele beschikbare programma's. Het torrent-bestandje is een metafile met verwijzingen naar centrale servers, *trackers*, die bijhouden wie er de film in kwestie allemaal heeft en wil hebben. De trackers brengen die personen dan op basis van peer-to-peer in contact met elkaar. Op de trackers zelf worden dus geen illegale bestanden bewaard. Honderden gebruikers kunnen op deze manier met elkaar verbonden worden in een soort netwerkje, en kleine stukjes data onderling verzenden en ontvangen. Er kunnen vaak commentaren achtergelaten worden over een individuele torrent, zodat anderen de kwaliteit ervan op voorhand kunnen beoordelen. Deze manier van distributie verdeelt de benodigde bandbreedte over verschillende gebruikers, zodat vele kleintjes één groot geheel maken.

Online content delivery is ook al bij velen bekend. Als we naar de hoge cijfers van muziekdownloads kijken zou iTunes van Apple daar wel in grote mate verantwoordelijk voor kunnen zijn. Deze manier van downloaden is legaal, aangezien er een vergoeding voor rechthebbenden wordt betaald. Digital rights management is op dit moment de beste manier om een bepaalde persoon de rechten op het gebruik van een digitaal goed te verschaffen. Het bestand in kwestie wordt gekoppeld aan de persoonlijke gegevens van de koper. De verdeling van bestanden gebeurt meestal via een client-server model. Het netwerk achter een OCD-platform bestaat uit verschillende content servers. Er kunnen verschillende servers ingezet worden om een bestand aan hoge snelheid af te leveren, naar gelang van de capaciteit, prijs van bandbreedte, aantal gebruikers, geografische locatie van de server en gebruiker.

Met *one-click-hosting* bedoelen we websites waar gebruikers snel, en vaak ook anoniem, allerlei soorten bestanden kunnen uploaden. Als dat klaar is krijgt de uploader een URL waarlangs anderen het bestand kunnen downloaden. Er zijn veel van dit soort websites, en de hoofdkomst komt uit reclame. Voordat iemand een bestand kan downloaden zal hij vaak een bepaalde tijd reclame moeten bekijken. Betalende gebruikers krijgen voordelen zoals een vrijstelling van reclame, hogere snelheden, langere hosting, etc. Er zijn heel

¹⁵⁷ BITTORRENT.ORG. *What is bittorrent?*

<http://www.bittorrent.org/introduction.html>, zie bijlagen: p. 138.

Datum van raadpleging: 13 juni 2006.

veel perfect legale toepassingen van one-click-hosting, maar deze vorm van distributie wordt steeds meer gebruikt voor het verdelen van illegale bestanden. Het is namelijk moeilijker om als downloader of uploader betrapt te worden. En de hostingbedrijven, zoals RapidShare of Megaupload, zijn zelf ook goed beschermd tegen gebruikers die beschermde content uploaden. Ze moeten niet zelf actief op zoek gaan naar illegale bestanden, ze moeten ze enkel verwijderen indien iemand de bestanden rapporteert als zijnde illegaal.¹⁵⁸

Het *Internet Relay Chat* protocol bestaat al sinds eind jaren 1980. Het laat gebruikers toe een server op te zetten waar heel veel anderen samen kunnen komen in chatrooms, *channels*. Verschillende servers samen vormen een IRC-netwerk, zoals Quakenet of EFnet. Het is ontworpen om in real-time chatberichten naar een hele groep gebruikers te sturen, maar privécommunicatie en datatransfers zijn ook mogelijk. Daardoor is dit soort servers ook bijzonder populair bij softwarepiraten. Vaak zijn de warez-kanalen op IRC de primaire bronnen van nieuw materiaal voor het grote publiek. Het is mogelijk om een *bot*, een computergestuurde virtuele gebruiker, op te zetten die bestanden direct naar een andere gebruiker kan versturen. De bot maakt reclame in speciale warez-kanalen die meestal gespecialiseerd zijn in een bepaald type warez. Door een bepaald codewoord te typen maakt de bot een privé-verbinding met de gebruiker en kunnen de bestanden naar keuze gedownload worden. Vaak wordt voor dit systeem van piraterij gewerkt met een *ratio*. Gebruikers krijgen per geuploadede eenheid data de mogelijkheid om een aantal eenheden van de server te downloaden. Daardoor krijgt de eigenaar van de bot regelmatig nieuw materiaal binnen. IRC is in zekere zin elitair omdat het gebruik voor beginners niet zo evident is.¹⁵⁹

Nieuwsgroepen, tot slot, zijn ongeveer zo oud als het internet zelf, ze dateren al van in het begin van de jaren 1980. Een *newsserver* bestaat uit vele honderden, duizenden nieuwsgroepen. Deze groepen verzamelen tekstberichten over een specifiek onderwerp. Het lijkt sterk op een server waar een gebruiker een e-mail naar kan sturen die vervolgens voor iedereen in de groep zichtbaar wordt. Het is ook mogelijk om, zoals bij e-mails, een bestand mee te sturen in bijlage. Dat bestand kan dan ook door iedereen weer gedownload worden naar de eigen computer. Naast IRC zijn nieuwsgroepen zowat de grootste primaire bronnen van warez. Nieuw materiaal verschijnt hier dus het eerst voor het grote publiek, en dan pas via bittorrent, one-click-hosting of peer-to-peer. Bij nieuwsgroepen bestaat er geen ratio-systeem en gebruikers kunnen vrijwel anoniem, newsservers houden vaak geen gegevens over de gebruikers bij, een enorme hoeveelheid gepirateerd materiaal downloaden. Internetproviders bieden vaak een beperkte toegang tot nieuwsgroepen aan.

¹⁵⁸ ROETTIGERS (J.). Piracy Beyond P2P: One-Click Hosters. In: *Newteevee*. <http://newteevee.com/2007/06/17/one-click-hosters/>, zie bijlagen: p. 139.

Datum van raadpleging: 13 juni 2008.

¹⁵⁹ JOLO. *Downloading files from IRC*.

<http://www.irchelp.org/irchelp/security/war2.html>, zie bijlagen, p. 140.

Datum van raadpleging: 13 juni 2008.

De toegang tot groepen die bekend staan om hun illegale inhoud zoals warez of extreme porno wordt vaak geblokkeerd. Er zijn echter verschillende betalende third-party servers die tegen een kleine maandelijkse bijdrage onbeperkte toegang aanbieden. Net zoals IRC lijken nieuwsgroepen voor veel gebruikers te ingewikkeld om ermee te beginnen.¹⁶⁰

Daarnaast zijn er nog een aantal andere manieren die in onze steekproef slechts een enkele keer als varia zijn genoemd. Dat zijn de *LAN-parties*, het uitwisselen van harde schijven of private *FTP-servers*. Een LAN-party is een bijeenkomst van soms slechts een paar, soms honderden computerfanaten. Een aantal dagen lang staan hun computers in een groot lokaal netwerk in verbinding met elkaar, meestal om in groep te gamen. Er worden ook vaak illegale bestanden onderling uitgewisseld via dat netwerk. Na een paar invallen door de politie in de voorbije jaren is dit echter afgenomen. Private FTP-servers zijn bijzonder moeilijk op te sporen. De gegevens om een verbinding te maken worden vaak goed beschermd in afgeschermdede gedeelten van internetforums, enkel voor de ingewijden. Een FTP-server lijkt net op een harde schijf met een indeling in verschillende directories. De gebruiker kan rondkijken en naar zijn eigen schijf kopiëren wat hij wil, al dan niet via een ratio-systeem.

Welke manieren van downloaden zijn gekend bij de respondenten, en welke gebruiken ze? Bijna alle deelnemers (89,8%) kennen de peer-to-peer netwerken zoals Limewire of eMule. Deze worden vaak gebruikt om muziekbestanden te downloaden, maar andere content is er ook te vinden. Vervolgens staan Bittorrent (71,5%), online content delivery (68,8%) en one-click-hosting (65,1%) op de lijst. Het minst gekend zijn de IRC-chatservers (39,2%) en de nieuwsgroepen (37,1%). Slechts 4,8% kent geen enkele van deze manieren.¹⁶¹

De cijfers over het gebruik tonen gelijkaardige verhoudingen, behalve voor online content delivery. Van de respondenten heeft 87% als eens gebruik gemaakt van peer-to-peer. Daarna volgt 60,3% die al eens van one-click-hosting gedownload hebben, en 58,2% heeft bittorrent al gebruikt. We zien dat nog maar 38% al effectief gebruik heeft gemaakt van online content delivery. Een minderheid heeft al eens IRC (22,3%) of nieuwsgroepen (21,2%) gebruikt.¹⁶²

We hebben expliciet de vraag gesteld op welke manier, via welk kanaal, de respondent het vaakst pc-games downloadt. Daarop antwoordde 28,8% dat ze geen pc-games downloaden. We kunnen er dus van uitgaan dat deze groep terugvalt op retail, postorder of familie. De rest van de respondenten downloadt wel eens een volledig spel. En slechts 6,5% van de ondervraagde gamers downloadt het vaakst een game via het legale online content delivery. Dit kanaal wordt dus nog niet vaak gebruikt als bron van pc-games. Dat

¹⁶⁰ ROETTIGERS (J.). Essay: Usenet, the original piracy hotbed. In: *Newteevee*.
<http://newteevee.com/2007/06/02/usenet/>, zie bijlagen: p. 141.

Datum van raadpleging: 13 juni 2008.

¹⁶¹ Figuur 20, zie bijlagen: p. 169.

¹⁶² Figuur 21, zie bijlagen: p. 170.

wil zeggen dat ongeveer 65% van de ondervraagden bij het downloaden van een game, dit op illegale wijze doet. De grootste bron van illegale games is bittorrent, waar 28,3% het vaakst zijn pc-games downloadt. Daarna volgen de downloads van one-click-hosting sites (13%) en de peer-to-peer netwerken (12,5%). 7,1% downloadt pc-games het vaakst van een 'andere' bron. Daarbij zijn FTP-servers en LAN-parties als grootste bronnen aangegeven. De minst populaire bronnen voor gedownloade pc-games zijn de nieuwsgroepen en IRC.¹⁶³

We hebben gevraagd hoeveel procent van de games via dat vaakst gebruikte kanaal komen. De groep die voor het downloaden van games het vaakst bittorrent gebruikt, haalt hier gemiddeld 72% van hun games vandaan. Aangezien dat via bittorrent is, gaat het zeer waarschijnlijk over illegale downloads. Wie het vaakst peer-to-peer gebruikt voor pc-games, haalt hier gemiddeld 36,5% van zijn games (illegaal) vandaan. De weinigen die het vaakst via nieuwsgroepen pc-games downloaden, halen hier 91,7% van hun games vandaan. We kunnen ervan uitgaan dat dit gevorderde gebruikers zijn die nog maar zelden een pc-game kopen. Via one-click-hosting wordt 64% van de games gedownload. De groep die het vaakst IRC gebruikt om pc-games te downloaden, haalt hier 76,7% vandaan. Er is een kleine groep gamers die het vaakst via online content delivery zegt pc-games te downloaden. Zij halen 52,2% van hun games binnen via dit legale platform. Nog een kleine groep downloadt het vaakst pc-games op een andere manier, zoals via FTP of LAN. Zij halen 62,5% van hun games daar vandaan.¹⁶⁴

We zien dus cijfers die suggereren dat verschillende gebruikers een favoriete manier hebben om games te downloaden, en ongeveer 60% van hun games via dat favoriete kanaal halen. De meer extremere cijfers van peer-to-peer en nieuwsgroepen kunnen volgens ons verklaard worden door de eigenheid van de kanalen in kwestie. Peer-to-peer is beter geschikt voor het downloaden van muziekbestanden, en nieuwsgroepen worden gebruikt door een ervaren harde kern die nog maar zelden een origineel spel koopt.

Hoe schatten de respondenten hun toekomstig downloadgedrag in? Peer-to-peer zal het populairste platform blijven. 61,7% zegt dat ze er in de toekomst van gebruik zullen maken. Bittorrent (49,4%) en one-click-hosting (47,2%) volgen als tweede populairste platforms in de toekomst. Online content delivery zal door 31,1% eens gebruikt worden. Een minderheid zal de gevorderde platforms nieuwsgroepen (15%) en IRC (12,2%) gaan gebruiken. Er haken ook mensen af, 10% zal geen enkel platform gebruiken in de toekomst. Een kleine 3,3% zou één van de andere platforms gebruiken.¹⁶⁵

¹⁶³ Figuur 22, zie bijlagen: p. 171.

¹⁶⁴ Figuur 23, zie bijlagen: p. 171.

¹⁶⁵ Figuur 24, zie bijlagen: p. 172.

5.1.3.3. Piraterij

Eerst en vooral gaan we kijken of de respondenten zelf over gekopieerde pc-games beschikken. Daarmee bedoelen we games die ze van internet hebben gedownload of van iemand gekregen hebben op CD of DVD zonder te betalen. De antwoorden zijn duidelijk, 73,2% zegt van wel en de overige 26,8% zegt niet over gekopieerde pc-games te beschikken.¹⁶⁶ De groep die gekopieerde games bezit, heeft er gemiddeld 25,6 de collectie. Dit gemiddelde wordt omhoog getrokken door een klein aantal extreme collecties. De meesten (68%) hebben 1 tot 15 gekopieerde games. In puntje 5.1.1 hebben we vastgesteld dat de gemiddelde collectie bestaat uit 41,1 titels. Meer dan de helft van de pc-games zou dus gekopieerd zijn.

Ongeveer de helft van de respondenten (51,6%) heeft nog nooit zelf een pc-game gekopieerd, of iemand anders van een kopie voorzien. De andere helft (45,8%) zegt dat wel al gedaan te hebben. In de directe omgeving van de respondenten blijkt piraterij een veel voorkomend fenomeen te zijn. 91,5% kent in zijn of haar directe omgeving iemand met gekopieerde games. Mensen met meer dan 10 gekopieerde games zijn hen ook niet vreemd, namelijk 74,5% kent zo iemand.¹⁶⁷

Laten we vervolgens naar de attitudes tegenover piraterij kijken. We hebben de respondenten gevraagd om punten te geven van 1 (helemaal oneens) tot 5 (helemaal eens) op een aantal stellingen rond piraterij. We hebben de antwoorden gegroepeerd als (1&2) negatief, (3) neutraal en (4&5) positief.

Het zal weinigen verbazen, maar we hebben toch de vraag gesteld uit principe. Is het stelen van een pc-game uit een winkelrek illegaal? Een stalinistische 97% zegt hierop 'ja'. Dat staat in schril contrast met de hoge cijfers voor illegaal downloaden die we hierboven zien. Een pc-game downloaden is in geen geval minder illegaal dan het stelen uit een winkelrek. Er is dus duidelijk een verschil in perceptie tussen een boxed en een gedownload product. Zo vindt 55% van de respondenten dat het kopiëren van games schadelijk is voor de industrie. Opmerkelijk is dat 27% het niet zou kunnen zeggen of het schadelijk is of niet. Ongeveer dezelfde cijfers voor de stelling dat het kopiëren van games eigenlijk niemand kwaad doet. 49% antwoordt dat het wel kwaad kan, en 30% weet het niet. Dit suggereert dat de schadelijke gevolgen voor de game-industrie beter benadrukt zouden moeten worden in antipiraterij-campagnes. Er is geen algemene overtuiging dat piraterij schadelijk is. In punt 1.5.3 over moral intensity hebben we praktisch proberen te illustreren waarom niet. Een groot gedeelte (78%) denkt niet dat gekopieerde games afkomstig zijn van criminele groepen. En 52% vindt het kopen van een gekopieerde game een misdad. Deze cijfers zijn kenmerkend voor de overtuiging die in de warez-scene heerst. Het gaat om het onder elkaar delen van warez zodat iedereen ervan kan genieten. Er wordt gekopieerd zonder vergoeding aan de auteurs, maar er wordt ook geen geld aan

¹⁶⁶ Figuur 25, zie bijlagen: p. 173.

¹⁶⁷ Figuur 26, zie bijlagen: p. 174.

verdiend op de rug van de auteurs. De verschillende release groups moedigen het aankopen van een game aan, indien de titel geapprecieerd wordt. Het verkopen van kopieën wordt inderdaad als misdadig bestempeld en afgekeurd, zoals straatverkoop van kopieën als zijnde originelen, of verkoop op de speelplaats van de school.

Hoe zit het met de kwaliteit van kopieën? 57% weet dat een gekopieerde game hun computer niet zal beschadigen. De software op zich is immers hetzelfde dan het origineel. Maar een aanzienlijke groep van 24% is hier niet zeker van. 19% is van mening dat gekopieerde games de computer wel kunnen beschadigen. De groep is mooi verdeeld in 40% die vinden dat een kopie van lagere kwaliteit is, en 40% die vinden dat de kwaliteit net hetzelfde is. Maar over het algemeen vinden de respondenten dat een kopie wel nog steeds een goede prijs/kwaliteitsverhouding heeft.

Van negatieve peer pressure over kopiëren kunnen we allerm minst spreken. 90% van de deelnemers zegt dat hun vrienden het niet zouden afkeuren als ze pc-games zouden kopiëren.¹⁶⁸

We vroegen ons af onder invloed van welke factoren er wel veranderingen zouden komen in het kopieer- of downloadgedrag van de ondervraagden. De respondenten kunnen aangeven dat ze (1) zeker niet stoppen tot (5) zeker wel stoppen in een bepaalde situatie. Voor een groot gedeelte van de ondervraagde gamers blijkt de prijs toch een doorslaggevend element te zijn. Een aanzienlijke 63% ziet zichzelf stoppen met kopiëren of downloaden indien de prijs van originele games zou dalen. Slechts 12% wil van geen ophouden weten en zal blijven op illegale wijze nieuwe pc-games verkrijgen. De overige 25% weet het niet, en de eindbeslissing zou best wel eens kunnen afhangen van op welke manier de gepercipieerde waarde van een game zou veranderen. Een pure prijsdaling lijkt niet voor iedereen genoeg motivatie, dus misschien kan het toevoegen van extra's meer mensen over de streep trekken. Hiervoor zou 37% van de gamers het kopiëren en illegaal downloaden wel willen opgeven. Aan de prijs van de lege media ligt het niet in elk geval. Slechts 13% antwoordt dat bij ze een verdere prijsstijging, zoals bijvoorbeeld na het invoeren van de Auvibel-heffing, zouden stoppen met downloaden of kopiëren. Het is nu in elk geval meer dan ooit ook stukken goedkoper en veiliger om alles op een harde schijf te bewaren dan op DVD te branden.

In welke gevallen, buiten aan de prijs of gepercipieerde waarde van een pc-game te sleutelen, zouden gamers nog stoppen met downloaden of kopiëren? Anonimiteit is voor velen een kostbaar gegeven als het met piraterij en kopieën te maken heeft. Zo zegt 55% van de gamers te zullen stoppen als je voor het spelen van een game ergens moet inloggen of persoonlijke gegevens registreren. Niet verder omschreven 'strengere politiecontroles' zou een goede 45% ontmoedigen om nog te kopiëren. Deze twee hebben met elkaar te maken aangezien een persoonlijke registratie en de opspoorbaarheid door de instanties dicht bij elkaar liggen.

Zou het de moeite lonen om op de fundamentele luiheid van mensen in te spelen? Dat lijkt slechts in mindere mate zo te zijn. 36% zou stoppen als het moeilijker wordt om de

¹⁶⁸ Figuur 28, zie bijlagen: p. 176.

kopieerbeveiliging te omzeilen. Nu bestaat deze ingreep vaak enkel uit het vervangen van een aantal bestanden of het genereren van een registratienummer. De kleine programmatjes hiervoor zijn gratis van op verschillende websites te downloaden, en worden door de release groups samen met de pc-game online gezet. De eindgebruiker komt in principe niet in contact met een meer ingewikkelde kopieerbeveiliging, waardoor we mogelijk het lage cijfer kunnen verklaren. Vervolgens zou net geen derde van de gamers (30%) het illegaal downloaden of kopiëren afzweren als ze minder moeite moeten doen om aan originelen te komen. Legaal downloaden vanwege het gemak is dus geen ultieme oplossing, maar zou toch een mooie bijdrage kunnen leveren aan het tegengaan van piraterij. Indien het moeilijker wordt om aan illegale kopieën te komen zou 34% stoppen met kopiëren. De verspreiding van warez moet volgens ons worden tegengegaan door op het hoogste niveau de topsites te bestrijden om de verspreiding te bemoeilijken en vertragen. Het zou voor de eindgebruikers gewoon iets langer duren voordat ze een nieuw spel in handen krijgen, en als het product 'gratis' te verkrijgen is wil men al eens meer geduld uitoefenen.

Weeral blijkt peer pressure een minimaal verschil te maken. We stelden de vraag of kopieer- of downloadgedrag zou stoppen indien de ouders het zouden verbieden. Een kleine 17% zou stoppen, maar ruim 62% zegt dat dat niet het geval zou zijn. De ouders hebben hierin zeer weinig te zeggen, waarschijnlijk omdat de gemiddelde leeftijd van onze groep boven de 20 jaar ligt. Dus verbieden kunnen ze in principe niet meer op die leeftijd, maar er wordt ook bijna geen rekening mee gehouden door de jongeren. We zien hetzelfde indien de familie of vrienden ermee zouden stoppen. 62% geeft aan dat dat voor hen geen reden zou zijn om ook te stoppen met illegaal downloaden of kopiëren.¹⁶⁹

5.1.4. Segmentatie

In de online enquête hebben we vragen verwerkt om de innovativiteit van de respondenten in kaart te brengen. De gebruikte schalen zijn de DSI-schaal en PSI-schaal die we eerder in deze masterpaper besproken hebben.¹⁷⁰

De eerste reeks vragen gebruiken we om te peilen naar de innovativiteit voor het hele ICT-domein. Met een puntenwaarde van 1 tot 5 gaven de respondenten hun mate van akkoord weer. Hiermee krijgen we een beeld van hoe de innovatie-segmenten er voor onze groep respondenten uitziet. Als we de segmenten kennen, kan er gericht gecommuniceerd worden om de kansen dat een innovatie aanslaat te maximaliseren.

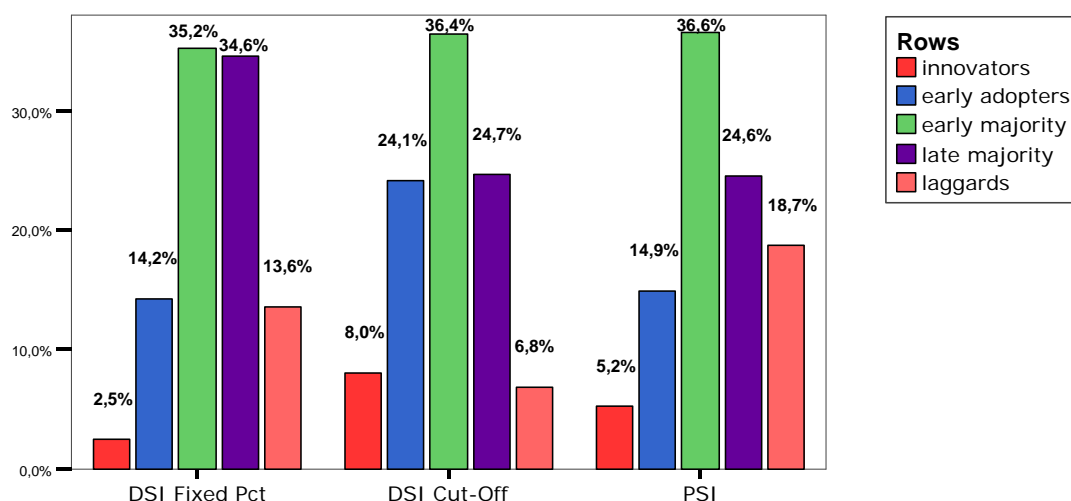
Om de schaal op te stellen bekeken we twee manieren waarop de punten van de respondenten kunnen geïnterpreteerd worden, volgens fixed percentages of arbitrary cut-offs. Bij de eerste methode volgen we de normaalverdeling die Rogers voorstelt, waarbij de 2,5% hoogste scores innovators zijn etc... De tweede methode geeft ons het beeld op

¹⁶⁹ Figuur 29, zie bijlagen: p. 177.

¹⁷⁰ Zie punt 4.2.3 over de DSI- en PSI-schaal.

basis van de scores, waarbij iedereen met een score van 26 tem. 30 als innovator wordt gezien, etc. Wij houden rekening met de cutt-off methode, in navolging van de kritiek van Carter op de vaste percentages: niet elke populatie volgt mooi de normaalverdeling. Ter illustratie van het verschil tussen beiden, vermelden we de verdeling volgens Rogers ook.

Dit geeft ons het volgende beeld:



We merken direct dat een normaalverdeling volgens Rogers de werkelijke groep innovators en early adopters onderschat. Deze groepen zijn van groot belang bij de communicatie rond een innovatie omdat zij de doorbraak op de massamarkt zullen aanmoedigen.

De DSI-schaal geeft een ruw beeld van de doelgroep, en toont enkel de segmentatie voor ICT in het algemeen. Om een preciezer beeld te geven van de specifieke segmenten voor Online Content Delivery moeten we de PSI-schaal gebruiken. Om deze op te stellen hebben we de respondenten weer punten laten geven op stellingen rond een optimale en een sub-optimale vorm van Online Content Delivery.

De groep deelnemers bestaat uit 5,2% innovators voor Online Content Delivery. Deze mensen zullen met andere woorden zo snel mogelijk gebruik maken van OCD. De early adopters maken 14,9% deel uit van de groep. Zij zijn nog niet helemaal over de streep getrokken om OCD te gebruiken, maar zijn er in de nabije toekomst zeker wel voor te vinden. De grootste groep is de early majority, met 36,6%. Zij wachten nog af en voelen nog geen nood om OCD te gebruiken. Na verloop van tijd zullen de early adopters hen aanzetten om een OCD-technologie te adopteren die misschien beter aansluit bij hun verwachtingen.

We merken ook op dat de laatste groep, de laggards, aanzienlijk groter is bij de PSI-segmentatie dan bij de DSI-segmentatie. Zij zien echt geen reden om OCD te gaan gebruiken, en zullen dit enkel doen als het niet anders kan.

Laten we dan nu de vergelijking maken tussen DSI en PSI als basis voor de marketinginspanningen. Als de campagne zou worden opgezet volgens de 'traditionele' DSI-segmenten zou er veel moeite verloren gaan. Het belang van PSI-segmentatie kunnen we aantonen door middel van de volgende kruistabel:

DSI vs PSI

Count		PSI-segmenten (OCD)					Total
		innovators	early adopters	early majority	late majority	laggards	
DSI-segmenten (ICT)	innovators	1	0	1	4	5	11
	early adopters	2	6	14	4	5	31
	early majority	3	6	16	17	7	49
	late majority	1	6	15	6	4	32
	laggards	0	2	3	2	3	10
Total		7	20	49	33	24	133

We werken het voorbeeld uit voor de innovators. Als de communicatie georganiseerd wordt volgens de DSI-segmenten, dan zou de inhoud te breed zijn omdat er naar de 11 ICT-innovators zou gecommuniceerd worden, in plaats van de naar de 7 innovators die in OCD interesse hebben. En wat meer is, de communicatie zou grotendeels nutteloos zijn omdat slechts 1 ICT-innovator ook innovator is voor online content delivery. De boodschappen zouden dus voor slechts 1 op de 11 (9%) ICT-innovators nuttig zijn, met de overige 91% als 'verspilde' inspanning. De meerderheid van de innovators, waar volgens een DSI-segmentatie naar zou gecommuniceerd moeten worden, heeft zelf weinig tot geen interesse in online content delivery (4+5, bijna 82%). Hetzelfde beeld komt naar voor als we de diagonaal verder volgen. Daarmee is het belang van de PSI-segmentatie volgens ons aangetoond.

De communicatie rond OCD als nieuw distributiekanaal moet gericht worden op de innovators en early adopters die volgens de PSI-segmentatie bekomen zijn. We moeten dan ook profielen opstellen van deze groepen om een gerichte communicatie mogelijk te maken. We isoleren deze twee segmenten uit de deelnemers aan onze vragenlijst. Aangezien onze vragenlijst hoofdzakelijk door studenten is ingevuld, en redelijk klein is, zijn de uitspraken enkel representatief voor deze kleine groep. Om echte resultaten voor de gehele Vlaamse markt te bekomen is uitgebreider onderzoek nodig met een grote random steekproef.

De gemiddelde innovator/early adopter uit onze groep is meestal een man uit de leeftijdsklasse 18-23 jaar uit het universitair onderwijs. Hij heeft een goede computerkennis (3,96 op 5) en gebruikt al langer dan 5 jaar internet. Hij speelt dagelijks gemiddeld 1 uur en 42 minuten pc-games. Zijn collectie telt gemiddeld 38 games. Door het mediagebruik van deze groep te analyseren kan een geschikte communicatiestrategie opgesteld worden om hen zo goed mogelijk te bereiken.

Voor de eerste twee segmenten is de verschijningsvorm van de innovatie niet zo belangrijk. Zij nemen de innovatie vaak in huis, gewoon omdat het iets nieuw is, en houden niet zoveel rekening met de inbegrepen toepassingen. We moeten ons meer richten op de verlangens en noden van de early majority, zodat de kans op adoptie door de massamarkt maximaal is. We zetten een aantal belangrijke kenmerken of noden op een rijtje, en geven een aantal ideeën weer om hierop in te spelen.

De early majority bestaat voor 80% uit mannen en is gemiddeld bijna 21 jaar (20,7) oud. Ze spelen net geen anderhalf uur per dag op hun pc.¹⁷¹ Drie vierde onder hen haalt het vaakst games uit een legale bron, en ongeveer 26,5% downloadt illegaal. Er is dus reeds enige ervaring met het downloaden van games aanwezig.¹⁷² De meeste gamers hechten een zeker belang (3,53 op 5) aan een doos die ze kunnen in handen hebben tijdens het kiezen van een nieuwe pc-game, maar dit is niet doorslaggevend (2,47 op 5).¹⁷³ Misschien kan in een online omgeving dit gevoel nagebootst worden door 3D-modellen van doosjes te doorlopen, in plaats van een lijst met enkel titels of screenshots. De early majority heeft op het moment van schrijven een lichte voorkeur (3,47 op 5) voor de echte winkel tegenover het legaal downloaden. Dit wordt verder onderstreept door de lagere score die het kopen vanuit de bureaustoel krijgt tegenover naar de winkel gaan (2,59 op 5). Er bestaat geen duidelijkheid over of het voordeliger is om online te kopen (3 op 5).¹⁷⁴ Er zou verder onderzoek moeten gebeuren naar eventuele prijsverschillen tussen online winkels en retail. Er lijkt wel een consensus te zijn dat pc-games op dit moment te duur zijn (3,69 op 5). De mogelijkheid om een lagere prijs te bieden bestaat omdat spelletjesmakers direct naar de klant kunnen. Maar ze willen de retail ook te vriend houden, door hen niet te hard te beconcurreren via eigen online verkoop. Er zullen immers nog geruime tijd games via beide kanalen te koop zijn, en daarmee heeft de retail een zekere macht. Als bepaalde dozen uit de rekken worden geweerd, bereikt de publisher enkel maar het online-segment, dat nu nog klein is. Bij de early majority is er een duidelijke voorkeur voor betalingen via overschrijving, goed voor 55%, waar de andere betalingsmethodes rond de 15% blijven steken. Dit staat in contrast met de innovators en early adopters waar kredietkaarten en overschrijvingen op hetzelfde niveau staan. Het vertrouwen in online betalingen is niet erg hoog (3,35 op 5)¹⁷⁵, wat een verklaring zou kunnen zijn voor de uitgesproken voorkeur voor bankoverschrijvingen. Het feit dat mensen van deze leeftijd doorgaans geen kredietkaart hebben kan ook meespelen. Als OCD de sprong naar de massamarkt succesvol wil maken, zal hier de nodige aandacht aan besteed moeten worden. We denken aan een systeem waarmee een gebruiker via overschrijving of domiciliëring geld overmaakt naar een elektronische portefeuille bij de OCD-dienst. Het idee dat een legaal gedownload game voorgoed kwijt is indien hij bv. door een computerpanne verloren gaat,

¹⁷¹ Figuur 33, p. 180.

¹⁷² Figuur 30, p. 178.

¹⁷³ Figuur 31, p. 178.

¹⁷⁴ Figuur 32, p. 179

¹⁷⁵ Figuur 34, p. 181.

bestaat slechts in kleine mate (2,59 op 5).¹⁷⁶ Maar het idee bestaat nog, en het zou geen kwaad kunnen te benadrukken dat de eindgebruiker wel degelijk veilig zit. De OCD-technologie moet dan ook zeker een functie hebben om back-ups te maken van reeds geïnstalleerde games.

5.2. Aanbodzijde: game-industrie

Om een beter inzicht te krijgen in het potentieel van online content delivery hebben we ook de aanbodzijde van het kanaal bestudeerd. We hebben twee experts terzake geïnterviewd, met vragen over ao. piraterij, digital rights management en distributie via internet en retail.

5.2.1. Publisher: Electronic Arts

Bas Meijer is Benelux CRM Manager van de Electronic Arts in Nederland. Hij wou ons te woord staan mits expliciete vermelding dat het gesprek op persoonlijke titel werd gehouden. Het e-commerce traject van EA wordt namelijk internationaal aangestuurd, en de individuele Benelux CRM Manager kan over het algemene bedrijfsbeleid dus geen officiële uitspraken doen in naam van EA. Het bedrijf is een van de majors aan de top van de gamesindustrie en is zowel publisher als ontwikkelaar van topgames op verschillende platforms. Het is daarnaast reeds actief op gebied van online content delivery via de *EA-store*.

5.2.1.1. Piraterij

Piraterij is op dit moment nog geen 'doodsteek' voor de game-industrie, maar het is wel merkbaar aanwezig. De markt voor pc-games is nog steeds groot, maar is aan het teruglopen. Dat zou mede te verklaren zijn door illegale downloads.¹⁷⁷

Het is een prioriteit om hiertegen actie te ondernemen. Dat kan ten eerste door het moeilijker te maken om illegale games te downloaden. Maar dat kan ten tweede ook door mensen een aantrekkelijker alternatief te bieden, in de vorm van goede redenen om de legale game aan te schaffen. Die kunnen gaan van de mogelijkheid om op een legale server te spelen, tot allerlei extra services. Het moet een toegevoegde waarde hebben om een game te kopen in plaats van illegaal te downloaden.¹⁷⁸

Bij games die uit zichzelf een zware online-component hebben, zoals de online roleplaying game 'World Of Warcraft', of de shooter 'Battlefield', is er minder sprake van piraterij. Mensen spelen bij dit soort games gewoon liever op een legale server. En dat gaat veel eenvoudiger voor wie de game legaal heeft verkregen. Daar zit een toegevoegde waarde

¹⁷⁶ Figuur 35, p. 181.

¹⁷⁷ MEIJER (B.), 6 mei 2008, zie bijlagen: p. 146.

¹⁷⁸ IBIDEM

in, en mensen erkennen dat ook. Wie de game op die manier wil spelen heeft een account nodig met allerlei persoonlijke gegevens en vaak ook creditcardinformatie. Wie illegaal bezig is, is niet zo happig om zulke noodzakelijke gegevens vrij te geven. Dat is een voorbeeld van service die geboden wordt als tegengewicht voor illegale producten.¹⁷⁹

EA is aangesloten bij instanties die het illegale downloaden tegengaan (zoals stichting BREIN, BAF, etc.) en heeft zelf ook een internationale afdeling die zich daarmee bezig houdt. Maar de voorkeur gaat dus naar een tweeledige strategie: illegaal downloaden actief bemoeilijken, maar langs de andere kant een goed en aantrekkelijk alternatief bieden zodat het aantrekkelijker wordt een game legaal aan te schaffen.¹⁸⁰

In de ontwikkeling van een game kruipt veel tijd, geld en moeite. Het bezitten van illegale kopieën mag nooit aanvaardbaar worden, en mensen horen voor zulke (digitale) producten te betalen. Net zoals ze een ander product ook niet uit de winkel zouden stelen. Piraterij is een feit, en daar kan je je ogen voor sluiten of je kan er heel hard tegen vechten. Maar het is beter de middenweg te bewandelen en de mensen te overtuigen legaal te gaan door de voordelen die eraan zijn verbonden. De consument moet snappen wanneer hij illegaal bezig is, maar ook aanvoelen dat er veel voordelen verbonden zijn aan het legale product.¹⁸¹

Een veel voorkomende klacht is dat pc-games te duur zijn en daarom illegaal worden gedownload. Maar uiteindelijk zal een vergroting van het illegale circuit leiden tot een verschraving van het aanbod. Als het minder lucratief wordt om een game te maken voor de pc, dan zal het platform 'pc' zeker niet hoger op de prioriteitenlijst komen te staan. Integendeel, de platforms waar wel groei mogelijk is zullen meer aandacht krijgen. Hier kunnen we in zekere zin spreken van een vicieuze cirkel: hoe meer je markttechnisch uit een kanaal haalt, hoe meer investeringen er terug naartoe zullen vloeien. Als het marktaandeel van pc-games vermindert zullen de investeringen ook verminderen.¹⁸²

5.2.1.2. Online Content Delivery

Boxed verkoop zal nooit helemaal verdwijnen. Onderzoeken wijzen wel uit dat er een steeds grotere groep zal gaan kiezen om legaal te downloaden. Maar daarnaast zal er ook steeds een groep mensen blijven die naar de winkel gaat voor de aankoop van pc-games. Dat kan dan zijn vanwege de service die ze krijgen, omdat ze toch aan het shoppen zijn of omdat ze gewoon liever een game in een doosje hebben. Volgens Bas Meijer speelt het gemak waarmee de content de consument bereikt hierbij een grote rol. Zoals bij verschillende andere media zal een nieuw medium een oud nooit helemaal verdrücken. De komst van de radio heeft de kranten niet van de kaart geveegd, of na televisie zijn er nog

¹⁷⁹ IBIDEM

¹⁸⁰ IDEM, pp. 146-147.

¹⁸¹ IDEM, p. 147.

¹⁸² IBIDEM

steeds radioluisteraars. Er zullen nieuwe modellen van retail komen; dat het zal veranderen is zeker, maar retail zal nooit helemaal verdwijnen.¹⁸³

Voor de digitale verkoop van games wordt dezelfde prijs gevraagd als in de retail, aangezien dit nog steeds het grootste kanaal is. De retailers worden erbij betrokken, en worden eerder als partner gezien dan als concurrenten. Wat op dit moment voor EA het belangrijkste is, is aanwezig zijn op de digitale markt, als toekomstige markt in ontwikkeling. Daarnaast moet de consument ook een alternatief hebben, dat niet doen zou kortzichtig zijn. Dat alternatief is voor EA de EA Store. Alhoewel vaak wordt gedacht dat dit concurrentie voor de retail is, ziet EA dat niet zo. Zij zien het als een markt waar ze nu gewoon aanwezig op moeten zijn. En het biedt uiteraard ook het voordeel dat er direct van de publisher aan de consument kan worden geleverd. Bas Meijer is gewonnen voor een digitale markt waar de retailers ook bij betrokken worden, zodat Electronic Arts haar content ook via verschillende online stores van verschillende retailers kan aanbieden.¹⁸⁴

Voor elke partij zou een direct kanaal tussen de leverancier en de consument interessanter en kosten efficiënter zijn wegens lagere logistieke- en overheadkosten. Het digitaal vershippen heeft verschillende voordelen tegenover doosjes vershippen. Maar voor de consument maakt het niet zoveel uit waar het product vandaan komt, van de publisher of via de winkel. Mensen hebben sowieso een voorkeur voor een bepaald kanaal of een bepaalde retailer. De consument zal uiteindelijk kiezen welk kanaal voor hem het meest interessant is, omwille van prijs, loyaliteit of andere redenen. Maar de diversiteit zal altijd blijven bestaan.¹⁸⁵

Er zijn reeds een aantal kanalen voor digitale verkoop (bvb. Direct2Drive, Steam, EA Store,...) van videogames. Maar sommige winkels hebben ook hun eigen kanaal (bvb. Free Record Shop voor muziek). Een publisher heeft volgens Meijer nooit de intentie om het helemaal alleen te doen. Hij wil uiteindelijk zoveel mogelijk producten verkopen, en dat betekent dus via zoveel mogelijk kanalen afzetten. Dat is in het verleden de beste strategie gebleken, en dat zal ook digitaal zo zijn. Zouden consumenten het wel zien zitten om een veelheid aan cliëntprogramma's op hun computer te moeten installeren om via verschillende kanalen legaal te downloaden? Er zal een omkadering moeten komen rond hoe dat kan gebeuren. Dat heeft in principe niet zoveel met de cliënt te maken, eerder met wat voor DRM-systeem je gebruikt. Er zal op een gegeven moment wel een standaard komen voor de beveiliging van digitale producten, meent Bas Meijer. Het zou gewoon niet handig zijn om verschillende cliëntprogramma's te hebben die op hun beurt ook nog compatibel moeten zijn met elkaar. En hierbij zal gemak wederom een doorslaggevende factor zijn. Als je je iPod aansluit, kan je met een druk op de knop nieuwe muziek in het eigen formaat van iTunes downloaden en afspelen. Andere formaten kunnen omgezet worden, maar in dit geval is het gemak bij iTunes het grootst. Er zal dus kortom meer

¹⁸³ IDEM, pp. 147-148.

¹⁸⁴ IDEM, p. 150.

¹⁸⁵ IDEM, p. 148.

standaardisatie bij de kanalen plaatsvinden, niet zozeer een vermindering in het aantal verkooppunten. Niemand is gebaat bij een monopolie op het kanaal. Hoe die standaard vorm zal krijgen valt nog af te wachten.¹⁸⁶

In Vlaanderen zijn de mensen wat minder gewend via internet te kopen dan in Nederland. Via internet kopen en betalen met een kredietkaart wordt nog niet als normaal gezien.¹⁸⁷ Daartegenover staat de Amerikaanse markt waar het doodnormaal is vanwege de sterke inburgering van de kredietkaart. Om dit op te vangen gebruikt EA *click-and-buy*. Dat is een financiële intermediair, zoals Paypal. Het bedrijf verzorgt de online betaling voor een aankoop, en haalt dan nadien het bedrag van de bankrekening van de consument. Hier is geen kredietkaart voor nodig, maar de consument moet het bedrijf wel toestemming geven om geld van de rekening te halen, zoals bij een domiciliëring. Als de consument na de aankoop zelf het bedrag moet overschrijven, is de tijd die gewonnen wordt door een online bestelling snel alweer verloren, dus lijken kredietkaarten of permanente betalingsopdrachten de enige nuttige betalingswijze. Het gebruik van prepaid-kaartjes wordt verder onderzocht, maar lijkt voorlopig vooral nuttig voor games op basis van een abonnement of virtuele portefeuilles waar je met een points-systeem content kan kopen.¹⁸⁸

5.2.1.3. Digital Rights Management

De DRM-technologie is nog in volle ontwikkeling. Er zijn nu soms kritieken op, zoals dat mensen na een computerpanne hun game niet meer kunnen spelen of niet op een andere computer kunnen spelen. Alhoewel het nu nog toekomstmuziek is, zou er met een steeds sneller en handiger internet wel eens een grote slag te slaan kunnen zijn in het streamen van content. De connectiviteit tussen toestellen neemt ook steeds toe, het wordt draagbaarder en je zal uiteindelijk altijd en overal je content kunnen consumeren. Je zal bij wijze van spreken nooit meer hoeven te downloaden. Op kortere termijn moet je voor gevallen zoals verlies een service kunnen bieden aan de consument zodat ze hun game opnieuw kunnen downloaden voor eigen gebruik. Bij EA Store is dat bijvoorbeeld het geval. De digitale content zit gekoppeld aan de account van de gebruiker, en daar zijn dan weer betalingsgegevens aan gekoppeld. Die worden over het algemeen niet graag aan andere mensen doorgegeven. Een gebruiker koopt bij EA Store in eerste instantie de rechten om een game te downloaden en te spelen. Daar kan dan door de consument een back-up van

¹⁸⁶ IDEM, pp. 148-149.

¹⁸⁷ Tussen 2006 en 2007 is de omzet van online-verkoop met 70% toegenomen. Dit mede door de mogelijkheid om online te betalen via de gewone debetkaart, in plaats van enkel via kredietkaart: FEDIS. *Eerste forum Online Betalingen analyseert evolutie verschillende betaalmethoden*. <http://www.fedis.be/print.asp?id=5233&lng=nl&niveau1=0&from=no>, zie bijlagen: p. 125.

Datum van raadpleging: 19 april 2008.

¹⁸⁸ IDEM, pp. 151-152.

gemaakt worden, maar hij kan er ook als betalende extra service voor kiezen een back-up op de server van EA te gebruiken.¹⁸⁹

Door het gebruik van DRM wordt de tweedehandsmarkt buitenspel gezet, omdat het doorverkopen van een game zou betekenen dat spelers ook hun account mee moeten doorgeven. En daar zijn de betalingsgegevens aan gekoppeld, die mensen doorgaans niet willen vrijgeven. Daarnaast zijn er ook ingame statistieken of avatars gekoppeld aan de account, welke gamers ook niet graag kwijt zijn. Maar volgens Bas Meijer is dit geen doorslaggevende factor in de keuze voor een digitaal of een boxed product. Consumenten kopen hoofdzakelijk een game om hem te spelen, en niet met het idee hem door te verkopen. Een game kan digitaal voor iemand anders gekocht worden, maar de eigendom kan na de aankoop niet doorgegeven worden.¹⁹⁰

5.2.1.4. State of the industry

Voor kleine studio's en publishers kan een evolutie naar digitale distributie zeer interessant zijn. Als een retailer moet kiezen tussen een kleine nichegame of een grote titel, zal die laatste vaak de voorkeur krijgen. Schapruimte is immers steeds meer een schaars goed, vooral vanwege de verschillende platforms. Via digitale distributie kan dit probleem omzeild worden omdat ze zo toch een markt kunnen creëren voor hun game, die ze normaal gesproken niet zouden krijgen omdat hun game té niche is. Een succesverhaal als voorbeeld hiervan is de game 'Psychonauts'.¹⁹¹

De Vlaamse markt is te vergelijken met de Nederlandse. Over het algemeen staat e-commerce in Vlaanderen wel nog wat meer in zijn kinderschoenen. Door de wetgeving rond verkoop op afstand verloopt de realisatie ervan wat moeilijker dan elders. In Nederland zijn er al een aantal retailers die een volledige internettak hebben uitgebouwd, zoals bol.com of Bart Smit. In België hebben oa. Fnac en Colruyt al een aantal initiatieven lopen, maar de Vlaming lijkt wat terughoudender op gebied van kopen via internet. Volgens Bas Meijer is er een sterke binding met de traditionele winkel, waar hij kan kopen, uitzoeken, en een groot assortiment ter beschikking heeft. Het rondkijken in de winkel geniet nog steeds de voorkeur tegenover rondkijken op internet. Men geniet ervan, het is meer een uitje. Uit gesprekken met mensen uit Belgische e-commercefederaties blijkt dat er vanwege de overheid ook geen stimulans komt om e-commerce een boost te geven.¹⁹²

5.2.2. Developer: Larian Studios

Swen Vincke is Managing Director van de Belgische developer Larian Studios. Deze studio heeft een aantal zeer succesvolle producten gemaakt, waaronder de met verschillende

¹⁸⁹ IDEM, pp. 149-150.

¹⁹⁰ IDEM, pp. 152-153.

¹⁹¹ IDEM, pp. 150-151.

¹⁹² IDEM, p. 151.

internationale awards bekroonde game 'Divine Divinity', en 'KetnetKick' in opdracht van de VRT. Het leek ons interessant om deze studio te contacteren in verband met de mogelijkheden die online content delivery kan bieden aan de 'kleinere' spelers.

5.2.2.1. Piraterij

Er zijn volgens Swen Vincke twee manieren om naar de grote discrepantie tussen het aantal spelers en de verkoopcijfers van games te kijken. De eerste stelt dat piraterij weldegelijk een probleem is. Maar de andere manier, de klassieke theorie, zegt dat mensen die illegale games spelen ze toch niet zouden kopen indien dat de enige manier was om eraan te komen en dat je er dus eigenlijk geen verlies op maakt. Het is moeilijk te zeggen welke van de twee er nu juist is. Maar op dit gebied is er een interessante studie gebeurd van iemand die een online casual game verkocht. De maker heeft geëxperimenteerd met de kopieerbeveiliging van zijn game. Op een bepaald moment had hij deze heel sterk gemaakt, en merkt dat hij daarop bijna geen meerverkoop meer haalde. Toen de beveiliging zwak was, waren er miljoenen spelers, terwijl er met de sterke beveiliging slechts enkele honderdduizenden waren. De beveiliging liet hij daarna maar op zwak staan.¹⁹³

De sterke beveiliging zorgde ervoor dat kopiëren niet meer kon, en dan bleven de spelers weg. Dat suggereert dat gamebedrijven een deel gekopieerde games zullen moeten aanvaarden. Hier moet meer onderzoek naar gebeuren om zeker te kunnen zeggen of dit al dan niet klopt. Maar het kan intuïtief aangevoeld worden. Games worden vooral gekocht door kinderen tot 12 à 13 jaar, dan is er een gat, en dan beginnen de verkoopcijfers weer te stijgen tot 28 à 30 jaar. Bij de kinderen is het duidelijk dat het eigenlijk de ouders zijn die de game kopen. En kinderen hebben de technische kennis nog niet om games te kopiëren. Eens rond de 30 jaar oud hebben ze zelf wel geld, maar ontbreekt de tijd om te kopiëren en kopen ze de game gewoon als ze geïnteresseerd zijn. Daartussen wordt veel gespeeld, maar dat past niet in een studentenbudget omdat games redelijk duur zijn. Dus dan kopiëren ze maar. Als ze eenmaal een kopie te pakken hebben, zullen ze het origineel toch niet meer kopen. Het is echter een heel flou gebied en het is moeilijk hier intelligente uitspraken over te doen. De meeste cijfers komen van bedrijven die anti-piraterijsoftware verkopen, of van uitgevers. Het is een probleem, maar er kan niet echt veel aan gedaan worden. Behalve misschien de prijs van games doen dalen, maar dat is dan weer een ander probleem.¹⁹⁴

Piraterij blijft een inbreuk op de auteursrechten, maar bestrijding via de juridische weg lijkt geen goed idee. Het zal vaak de moeite niet lonen wegens de hoge kosten. Het zijn meestal uiteindelijk de mensen die niet voldoende middelen hebben om originelen te

¹⁹³ VINCKE (S.), 9 mei 2008, zie bijlagen: p. 153.

¹⁹⁴ IBIDEM.

kopen, die kopiëren. Die mensen dan nog eens voor de rechtbank slepen zal niet veel helpen.¹⁹⁵

5.2.2.2. Online content delivery

Op een digitale manier games verkopen zou voor kleinere studio's zeker voordelig zijn. In het klassieke model heb je de ontwikkelaar, uitgever, distributeur en de winkel. En dan zijn er meestal nog een aantal stappen tussen. De koek moet altijd verdeeld worden, dus de prijs van een spel wordt altijd hoog. Als een spel in de winkel 50 euro kost, houdt de ontwikkelaar daar, als het meezit, 7 of 8 euro van over. Tussen die 7 à 8 euro en de 50 euro die de consument betaalt, zit dus redelijk wat geld in een mysterieuze zone. Direct sales worden steeds belangrijker. Indien de ontwikkelaar rechtstreeks aan de consument zou kunnen verkopen aan een lagere prijs meent Swen Vincke dat minder piraterij een logisch gevolg zou zijn.¹⁹⁶

Oudere games die uit de winkel verdwenen zijn, en digitaal opnieuw worden aangeboden, kunnen vaak genieten van een tweede leven. Een game heeft namelijk meerdere levens. Na de oorspronkelijke release komt er een budgetrelease, daarna maakt het deel uit van compilaties, etc. Door digital delivery krijg je nog eens extra verkoop. Dat laatste zit ook in de lift, en wordt belangrijker tegenover het klassieke model van een cd in de winkel.¹⁹⁷

Als ontwikkelaar zou Vincke liever hebben dat alles digitaal zou zijn. Beide modellen gaan echter nog een tijd naast elkaar blijven bestaan, de box is nog lang niet weg. Dan sta je voor een probleem. Een doos heeft een hogere productiekost, omdat er uitgevers en distributeurs, etc. bij betrokken zijn. Ga je dan de prijs van het digitale product aanpassen aan de hogere boxed prijs om ervoor te zorgen dat de consumenten die een doos kopen van 20 of 30 euro meer zich niet bekocht voelen, of ga je effectief zeggen dat digital delivery gewoon goedkoper is? In dat laatste geval gaan de winkeliers zich bekocht voelen, en dat is ook een probleem.¹⁹⁸

De gepercipieerde waarde van een boxed product wordt verhoogd door er extra's bij te steken, maar games blijven duur en de prijs zou naar beneden moeten kunnen. Als een ontwikkelaar dezelfde marge houdt, en de marge voor de andere partijen valt weg, dan worden games automatisch goedkoper. Daarvoor moet wel overgegaan worden naar puur digitale aanlevering. Zover is de markt nu zeker nog niet, dat zal nog zeker 5 à 10 jaar duren. Maar het is zeker dat het daar naartoe zal evolueren.¹⁹⁹

Op dit ogenblik zien we dat de verschillende uitgevers hun eigen systeem proberen op te zetten. Dat is omdat ze geen marge willen geven aan de eigenaar van een platform. Wie bijvoorbeeld iets op Steam wil verkopen, moet rekening houden met een serieuze marge

¹⁹⁵ IDEM, p. 156.

¹⁹⁶ IDEM, pp. 153-154.

¹⁹⁷ IDEM, p. 154.

¹⁹⁸ IDEM, p. 155.

¹⁹⁹ IBIDEM.

voor concurrent Valve. Dat is een motivatie om een eigen systeem op te zetten. Langs de andere kant is daar een aanzienlijke R&D- en servicekost aan verbonden. Er moet een afweging gemaakt worden, en voor de kleine studio's zal het waarschijnlijk voordeliger uitkomen hun catalogus op een bestaand platform aan te bieden. Voor grote uitgevers is het interessanter om een eigen platform op te bouwen. De verschillende platformhouders zullen hun platform open stellen, en zij die genoeg volume hebben om de kosten te verantwoorden zullen hun platform houden. Er zullen hiervoor standaarden komen.²⁰⁰

5.2.2.3. Digital Rights Management

Als een ontwikkelaar de prijs van een game effectief naar beneden wil doen, is een vorm van DRM onmisbaar. De productiekost van een game is enorm hoog en moet uiteindelijk terugverdiend worden. Een van de methoden om dat te bereiken is DRM. Swen Vincke begrijpt dat sommige consumenten zeer kritisch staan tegenover *rights issues* zoals regio-beperkingen of de tweedehands-problematiek. Maar het is een model dat nog steeds in evolutie is, en de markt zal uiteindelijk beslissen wat werkt en wat niet.²⁰¹ Maar het is en blijft een business, en iedereen probeert zijn verkoop te maximaliseren. De implementatie van DRM werkt, de verkoopcijfers zijn hoog en er blijken weinig negatieve effecten te zijn.²⁰²

Er worden allerlei soorten experimenten gedaan, en wie uiteindelijk de juiste methode te pakken krijgt zal er goed mee verdienen. Het is voor ontwikkelaars echter moeilijk. Langs de ene kant willen ze hun rechten als ontwikkelaar beschermen, maar langs de andere kant willen ze de consument niet op de zenuwen werken. Die wordt steeds mondiger, en het is niet eenvoudig om een middenweg te vinden. Op 'Divine Divinity' had Larian Studios een heel agressieve kopieerbeveiliging gezet, wat voor veel kritiek bij de consumenten zorgde. Maar aan de andere kant lagen de verkoopcijfers wel redelijk hoog. Een keuze maken is dus moeilijk.²⁰³

5.2.2.4. State of the industry

Vincke ziet geen specifieke verschillen tussen de Vlaamse markt en andere markten. Redelijk veel mensen kopen een game omdat ze hem in de winkel zien staan, als impulsaankoop of als geschenkaankoop. Kerstmis is nog steeds verantwoordelijk voor een heel groot deel van de gamesmarkt. Dan denken we aan ouders of grootouders die iets kopen voor de kinderen. Zij zouden zeker niet digitaal gaan aankopen. Voorlopig is een ander probleem nog steeds dat het redelijk lang duurt om een game binnen te halen. In de

²⁰⁰ IDEM, p. 156.

²⁰¹ IDEM, p. 154.

²⁰² IDEM, p. 156.

²⁰³ IBIDEM.

winkel kan je het spel direct meenemen. Bij consoles zien we ook een sterke stijging in digitale downloadbare content. Op een gegeven moment zal het allemaal digitaal worden. Zo had Microsoft met tegenzin *HD DVD*-ondersteuning ingebouwd in de *Xbox 360*, maar eigenlijk zitten ze te wachten tot alles via digital delivery werkt. Dan hebben ze er uiteraard meer controle over, en zit je niet met de knoeiboel van patches en dergelijke meer.²⁰⁴

²⁰⁴ IDEM, pp. 155-156.

Hoofdstuk 6: Besluit

6.1. Hoe ziet het downloadgedrag eruit?

Het lijkt erop dat de toegestane downloadlimieten van de providers te laag zijn. De bestandsgrootte van de online content neemt steeds toe, maar de limieten groeien niet evenredig mee. Dit bandbreedteprobleem vormt een belemmering voor legaal downloaden op grotere schaal.

Uit onze vragenlijst blijkt dat er redelijk veel illegaal wordt gedownload. Voor 25% van de respondenten worden nieuwe pc-games het vaakst illegaal via internet gedownload, waar dat voor slechts 3% het vaakst op legale manier gebeurt. De deelnemers halen gemiddeld ongeveer 9,5GB per maand aan games binnen. Dat is bijna de helft van hun gemiddelde limiet van 22GB. Peer-to-peer zal volgens de respondenten hun meest gebruikte downloadplatform blijven. Ongeveer één derde onder hen zal in de toekomst gebruik maken van OCD.

Voor de spellenmakers is piraterij een probleem waar ze mee zitten en moeilijk vanaf zullen geraken. Juridische acties ondernemen tegen individuele piraten is vaak onbegonnen werk. De enige alternatieven lijken het legaal downloaden aantrekkelijker te maken dan illegaal downloaden. Dat zou kunnen door goede service of gebruiksvriendelijkheid. Digitale distributie is nog steeds in volle ontwikkeling, en gewoon aanwezig zijn op deze markt is voorlopig het hoofddoel. Legaal downloaden wordt in vergelijking met boxed retail nog niet zoveel gedaan. Maar de overtuiging is er, dat dit in het komende decennium zeker aan populariteit zal winnen.

6.2. Wat is de attitude tegenover OCD?

Op dit moment lijkt het nog te vroeg voor de grote doorbraak van online content delivery. De adoptie door de innovators en early adopters is nog volop bezig. We zien de cijfers wel steeds stijgen, en meer en meer mensen wagen zich aan kopen via internet. Swen Vincke plakt een getal op de doorbraak: over 5 à 10 jaar, en daar kunnen wij ons bij aansluiten. Nu is de consument gewoon nog té gehecht aan de traditionele manier van kopen: je betaalt, en dan moet je een object mee naar huis kunnen nemen. De consumenten moeten nog meer ervaring met online aankopen opdoen.

De industrie staat heel positief tegenover digitale toelevering van pc-games. Op die manier is het eenvoudiger om controle te houden op het product. De maker kan relatief eenzijdig beslissen bepaalde updates door te voeren. De speler kan zeer nauwkeurig gemonitord worden in zijn speel- en koopgedrag.

Nu wordt er vooral ervaring opgedaan door actoren die reeds actief zijn met een OCD-platform. Er is een heilige overtuiging dat de markt zal uitwijzen naar welke kant OCD zal

evolueren. Via nog te ontwikkelen standaarden zouden verschillende platforms onderling compatibel zijn, wat uiteindelijk het gemak voor de eindgebruiker ten goede moet komen. Wie het gemakkelijkste systeem heeft, en de beste catalogus heeft, zal een sterke speler worden.

Voor kleinere producenten zijn er ook goede zaken te doen. Het is voor hen eenvoudiger om via een digitale weg een product op de markt te krijgen, en het risico is minder hoog. Er is geen grote investering nodig voor de productie van games die in een winkelrek terecht komen, waar ze misschien nooit verkocht zullen worden. En daarnaast, hoe minder stappen in de waardeketen kunnen worden overgeslagen, hoe meer inkomsten naar de makers zelf gaan.

Bij de consument is er een prille positieve houding waar te nemen. Het zal nog een aantal jaren duren voordat OCD een courante vorm van gameverkoop wordt. De producenten bereiden zich er alvast op voor, want zij zien het zeer positief in.

6.2.1. Het ideale OCD-platform

Hoe moet dit platform eruit zien? Winkelen via het ideale online content delivery platform moet zoveel mogelijk lijken op de echte winkel. Er wordt op dit moment nog veel waarde gehecht aan 'de winkelervaring' en 'de zekerheid' van een fysiek product. Een virtuele winkel met rekken waarin de verschillende 'doosjes' doorlopen kunnen worden zou hierop kunnen inspelen. Daarmee bedoelen we geen parallelle virtuele wereld zoals 'Second Life'. Dat zou de meer casual gebruiker teveel afschrikken. Een overzichtelijke startpagina van waaruit snel en efficiënt tussen verschillende genres, uitgevers en prijsklassen van pc-games kan geklikt worden lijkt ons het beste. Als de consument de verschillende dozen bekijkt kan hij dan meer informatie over de game krijgen door middel van filmpjes, commentaren, screenshots, etc.

Om de impulszoekers te prikkelen moeten de nieuwste games, of games waar een speciale actie op loopt direct zichtbaar zijn. Elke 'korting', 'bundel' of 'speciaal aanbod' wekt al snel interesse. Er moeten ook regelmatig van dat soort aanbiedingen georganiseerd worden, zodat de koper nu en dan het positieve gevoel krijgt van 'een goed zaakje' gedaan te hebben.

De mensen willen geen huurformules of abonnementsformules. Ze willen betalen per game, waar ze dan ook voor altijd eigenaar van blijven. Er moet een garantie zijn die zegt dat bij een eventueel failliet van de makers van een game, de gebruiksrechten op het digitaal product nog steeds volledig in handen van de koper blijven. Een eenvoudige backup-functie moet de twijfelaars over de streep trekken. Direct na het downloaden moet door het programma worden aangeboden om een 'hard copy' van de installatiebestanden te maken. Minder gevorderde computergebruikers moeten dan in principe slechts op 'ja' klikken om van hun virtueel product iets tastbaar te maken.

Niet iedereen beschikt over een kredietkaart, dus willen velen per overschrijving kunnen betalen of via internet met de debetkaart. Voor minderjarigen moeten dan wel de nodige

garanties worden gegeven in verband met de veiligheid en privacy. Er is ouderlijke toestemming en -toezicht nodig zolang het kind minderjarig is, zeker als de betalingsmethoden zouden uitbreiden naar meer toegankelijke manieren.

Het is begrijpelijk dat de makers van een game een controlemechanisme inbouwen, om illegaal kopiëren te minimaliseren. Digital rights management lijkt goed te werken. In het ideale geval zou het echter mogelijk moeten zijn om het gebruikersrecht van een game af te kunnen staan aan iemand anders. Als een deel van de initiële kost door een consument kan gerecupereerd worden, kan dat hem stimuleren om sneller een nieuwe game aan te schaffen met dat geld.

6.3. Is de Vlaamse markt klaar voor OCD?

Uit de vragenlijst blijkt dat consumenten een voorkeur hebben voor een fysiek product. Ze vinden het leuk om door de rekken te lopen en rond te kijken. Het lijkt alsof de consument de 'veiligheid' van een tastbaar product nodig heeft. Bij een computerpanne kan je altijd de DVD weer uit de doos halen en het spel zonder problemen opnieuw installeren. Ze bezitten ook echt iets in ruil voor hun geld, iets wat je kan zien liggen en wat ruimte inneemt.

Vanuit de industrie krijgen we optimistisch beeld. Volgens Bas Meijer van publisher Electronic Arts is er zeker een markt voor, maar blijft de vraag nog hoe groot deze is. Hij is van mening dat die markt nu nog niet zo groot is, beperkt tot de early adopters. Hij heeft er echter vertrouwen in dat het een groeiende markt is. Swen Vincke van developer Larian Studios is overtuigd dat distributie uiteindelijk helemaal digitaal zal verlopen, en ziet dat over zo'n 5 tot 10 jaar gebeuren. Op dit moment is de traditionele distributie nog verantwoordelijk een groot deel van de inkomsten, vanwege het gemak en de snelheid van het 'snel iets oppikken' uit de winkel.

Ook volgens de marketingdirecteur van Valve, Doug Lombardi, zal retail een heel belangrijk kanaal blijven. Er zullen altijd consumenten zijn die ofwel producten uit de winkel verkiezen, ofwel digitale producten, of een mengeling van beiden.²⁰⁵

De experts waarmee we gesproken hebben, menen dat de markt voor OCD op dit moment nog in volle ontwikkeling is. Meer bandbreedte, betere DRM-technologie en een betere gewenning aan e-commerce van het publiek is nodig. Tot het zover is doet de industrie alvast ervaring op. We zitten nog in het begin van de adoptiecurve van OCD, de innovatie verspreid zich onder de innovators en early adopters.

²⁰⁵ BORLAND (J.). Game industry's Steam-powered war.

<http://www.gamespot.com/news/6112757.html>, zie bijlagen: p. 144.

Datum van raadpleging: 9 juni 2008.

6.4. OCD als alternatief voor piraterij?

Om piraterij te minimaliseren zou een gelijktijdige wereldwijde release aan dezelfde prijs geen slechte zaak zijn. Dit is nu moeilijk omdat er erg veel met regiospecifieke regelingen, heffingen of rechten wordt gewerkt.²⁰⁶ De prijs is voor velen doorslaggevend in de beslissing tussen kopen of illegaal downloaden. Er zou een middenweg moeten gevonden worden tussen de lagere prijs die in theorie via een online kanaal mogelijk is, en de prijs die in de retail gevraagd worden. De spelletjesmakers zijn in een zekere zin nog gebonden aan retail. Zolang dit het grootste distributiekanaal blijft, kan er aan de prijs niet erg veel geraakt worden. Er kunnen wel gemakkelijk online kortingen en speciale acties opgezet worden om de impuls koper proberen over de streep te trekken.

Digital rights management is zeker een hulp in de strijd tegen piraterij. Maar zoals bijna alle software is DRM de ultieme oplossing. Er komen nog steeds gekraakte versies van games uit op internet.

Strengere controles en identiteitsregistratie zou voor de grootste groep een goede reden zijn om te stoppen met illegaal downloaden. Maar hier vormt privacy dan weer een issue, want de vraag blijft hoe ver je mag gaan met het vragen van persoonlijke gegevens en registratie ervan.

Hij lijkt erop dat de consumenten die nu illegaal downloaden niet erg veel van gewoonte zouden veranderen door de komst van online content delivery. Er bestaat nauwelijks negatieve peer pressure rond piraterij, en dat lijkt een fundamenteel probleem. Er is een in zekere zin een cultuur van aanvaarding ontstaan rond piraterij, zoals die er niet is tegenover winkeldiefstal.

Bas Meijer gelooft dat OCD een alternatief kan zijn voor illegale downloads. Het krijgen van voordelen van legale producten, zoals bonussen of de mogelijkheid om via legale servers te spelen, gaat absoluut werken volgens hem.

De boxed retail zal nooit helemaal verdwijnen, maar naast de online verkoop bestaan. Om de winst te maximaliseren zullen de verschillende producenten hun games via verschillende kanalen blijven aanbieden. In de Belgische context is er voorlopig nog geen ideaal klimaat gecreëerd voor OCD, de bestaande wetgeving is wat te beperkend.

Als we beide zijden naast elkaar leggen moeten we op deze vraag eerder negatief antwoorden. Online content delivery zal het eenvoudiger maken om op legale manier content aan te schaffen. Dit zal waarschijnlijk enkele illegale downloaders overtuigen om minder te downloaden. De prijzen kunnen soms iets lager lijken door speciale aanbiedingen, of kleine nichegames kunnen het grote publiek gemakkelijker bereiken. Het legale circuit zal hooguit iets groeien, maar het illegale circuit zal niet erg veel verkleinen door OCD.

²⁰⁶ SIMMS (C.). Getting *Steamed: digital distribution for games isn't there yet*.

http://www.cnet.com.au/broadband/0_239036008_339288255_00.htm, zie bijlagen: p. 143.

Datum van raadpleging: 23 april 2008.

6.5. Slotconclusie

Ons onderzoek wijst uit dat online content delivery op dit moment nog in een prille fase van ontwikkeling zit. Dit distributiekanaal voor pc-games is nog niet wijd verspreid, en is nog niet aanvaard als valide bron van nieuwe games. Het is nog niet eenvoudig en snel genoeg voor de doorsnee gebruiker om via OCD aan nieuwe games te komen. Het nieuwe kanaal zal ook nog lange tijd naast de traditionele boxed verkoop blijven bestaan, en zo de reeds bestaande kanalen aanvullen. De industrie ziet het veel rooskleuriger in. In de strijd tegen piraterij zal OCD volgens ons slechts een kleine impact hebben. Wie echt niet wil betalen voor content, zal het via het internet altijd wel ergens gratis vinden. Piraterij zal een veel voorkomend probleem blijven omdat het min of meer aanvaard wordt door de omgeving. Inspanningen zouden zich moeten richten op een negatieve beeldvorming van piraterij en een positieve beeldvorming van legale eigendom van games. Beveiligingen die ontwikkeld zijn door mensen, zijn uiteindelijk te kraken door anderen.

Is OCD voor pc-games een nieuwe kans voor de game-industrie? Op dit moment nog niet. En we denken niet dat het zover zal komen. De mensen zijn nog teveel gehecht aan de winkel met fysieke producten. Als de populariteit blijft stijgen de komende jaren, zijn er wel mogelijkheden. We zien het illegaal downloaden dan niet spectaculair afnemen, maar eerder legaal downloaden toenemen, zodat de industrie er uiteindelijk toch beter uitkomt. Het aanbod zal uitbreiden en meer games zullen het publiek kunnen bereiken.

6.5.1. Kritische reflecties

Tijdens het onderzoek werden een aantal moeilijkheden duidelijk. Een groot probleem was het vinden van wetenschappelijke bronnen van informatie. De technologie die wordt onderzocht is nog relatief nieuw, en weinig beschreven in wetenschappelijke werken. Er is veel verwezen naar publieke bronnen, zoals gespecialiseerde websites, blogs of publicaties in de pers. Statistisch materiaal is door commerciële bedrijven gemaakt, in opdracht van een vereniging of een bedrijf uit de sector en is in haar interpretaties mogelijk gekleurd. Bepaalde studies die interessant en relevant leken volgens de abstracts, waren enkel beschikbaar tegen een hoge prijs.

Tijdens interviews met experts konden bepaalde zaken niet in de diepte besproken worden omdat ze gebonden waren aan het bedrijfsgeheim. Het bleek ook bijzonder moeilijk om mensen van in de business vast te krijgen.

De populatie van ons enquêteonderzoek bestaat grotendeels uit VUB-studenten en de conclusies van dit onderzoek zouden dus niet gegeneraliseerd mogen worden over de hele Vlaamse bevolking. Hiervoor is een grotere random steekproef aangewezen, waar zowel gamers als niet-gamers willekeurig in vertegenwoordigd zijn.

Deel III – Bibliografie

1. Monografieën

CRAIN (W.C.). *Theories of development: concepts and applications*. Englewood Cliffs, Prentice-Hall, 1985, 306 p.

DE MAREZ (L.), VERLEYE (G.). Innovatie-segmentatie: adoptie van digitale televisie in Vlaanderen. In: VERLEYE (G.), DOOLAEGE (B.) (eds.). *Nieuwe communicatietechnologie in Vlaanderen: een doorlichting*. Gent, Academia Press, 2002, 253 p.

KOTLER (P.). *Principes van marketing, derde editie*. Pearson Education Benelux, 2003, 975 p.

MOORE (G.A.). *Crossing the chasm: marketing and selling high-tech products to mainstream customers*. New York, HarperCollins, 1999, 227p.

ROGERS (E. M.). *Diffusion of Innovations*. New York, Free Press of Glencoe, 1962, 367p.

ROGERS (E. M.). *Diffusion of Innovations, 5th edition*. New York, The Free Press, 2003, 551 p.

2. Wetenschappelijke Artikels

CARTER (J.). Why settle for 'early adopters'? In: *Admap Magazine*, 1998, vol. 33, nr. 3, 7 p.

CHAPPELL (A.). Online distribution and publishing of next generation computer games for consoles and personal computers. *School of electronic and computer science*, Southampton, 2003, 7 p.

CONLEY (J.), ANDROS (E.), CHINAI (P.), LIPKOWITZ (E.), PEREZ (D.). Use of a Game Over: Emulation and the Video Game Industry, A White Paper. In: *Northwestern Journal of Technology and Intellectual Property*. 2004, vol. 2, nr. 2, 30 p.

DE MAREZ (L.), VYNCKE (P.), BERTE (K.), SCHUURMAN (D.), DE MOOR (K.). Adopter segments, adoption determinants and mobile marketing. In: *Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing*, 2007, vol. 16, 18 p.

HIGGINS (G.E.). Digital Piracy: an examination of low self-control and motivation using short-term longitudinal data. In: *CyberPsychology & behaviour*, 2007, vol. 10, nr. 4, 7 p.

HILL (C.W.L.). Digital piracy; Causes, consequences, and strategic responses. In: *Asia Pacific Journal of Management*, 2007, vol. 24, 25 p.

LIEBOWITZ (S.). Policing pirates in the networked age. In: *Policy Analysis*, 2002, nr. 438, 28 p.

PEITZ (M.), WAELBROECK (P.). Piracy of digital products: a critical review of the theoretical literature. In: *Information economics and policy*, 2006, vol. 18, 27 p.

3. Andere documenten

BEINISCH (Y.), PAUNOV (C.). *Digital Broadband Content: The online computer and video game industry*. S.I., OECD, 2005, 68 p.

<http://www.oecd.org/dataoecd/19/5/34884414.pdf>, zie bijlagen: p. 129.

GFK EMER AD HOC RESEARCH. *Study on video gaming usage & attitude 2006*. S.I. Adese, 2006, 115 p.

BVF, IFPI. *The Belgian Home Entertainment Market 2006*. S.I. BVF & IFPI Belgium, 2007, 33 p.

MOTION PICTURE ASSOCIATION OF AMERICA. *The pyramid of piracy*.

http://www.mpa.org/press_releases/pyramid_of_piracy.pdf, zie bijlagen: p. 142.

NIELSEN INTERACTIVE ENTERTAINMENT. *Video gamers in Europe – 2005*. S.I. Interactive Software Federation of Europe, 2005, 25 p.

NIELSEN INTERACTIVE ENTERTAINMENT. *Video gamers in Europe – 2007*. S.I. Interactive Software Federation of Europe, 2007, 46 p.

VITHLANI (H.). *The economic impact of counterfeiting*. Parijs, OECD, 1998, 48p.

<http://www.oecd.org/dataoecd/11/11/2090589.pdf>, zie bijlagen: pp. 122.

4. Websites

AUVIBEL. *Tarieven van de onderworpen goederen*.

<http://www.auvibel.be/nl/203.html>, zie bijlagen: p. 121.

Datum van raadpleging: 19 mei 2008.

BELGIAN ANTI-PIRACY FEDERATION. *Piraterij*.

<http://www.anti-piracy.be/nl/indexb.php?n=132>, zie bijlagen: p. 120.

Datum van raadpleging: 20 mei 2008.

BELGIAN ANTI-PIRACY FEDERATION. *Juridische info - sancties.*

<http://www.anti-piracy.be/nl/indexb.php?n=204>, zie bijlagen: p. 123 **Error! Bookmark not defined..**

Datum van raadpleging: 20 mei 2008.

BELGIAN ANTI-PIRACY FEDERATION. *Juridische info - wetgeving.*

<http://www.anti-piracy.be/nl/indexb.php?n=141>, zie bijlagen: p. 119.

Datum van raadpleging: 20 mei 2008.

BELGISCHE DIENST VOOR INTELLECTUELE EIGENDOM. *Auteursrecht en naburige rechten.*
Brussel, F.O.D. Economie.

http://mineco.fgov.be/intellectual_property/patents/author_law_nl_001.htm#Belangrijkste, zie bijlagen: p. 116.

Datum van raadpleging: 19 mei 2008.

BITTORRENT.ORG, *What is bittorrent?*

<http://www.bittorrent.org/introduction.html>, zie bijlagen p. 138.

Datum van raadpleging: 13 juni 2006.

BORLAND (J.). *Game industry's Steam-powered war.*

<http://www.gamespot.com/news/6112757.html>, zie bijlagen: p. 144.

Datum van raadpleging: 9 juni 2008.

BUSINESS SOFTWARE ALLIANCE. *Illegaal gebruik van software in België gedaald tot 25%.*

<http://w3.bsa.org/belgium-dutch/press/newsreleases/ILLEGAAL-GEBRUIK-VAN-SOFTWARE-IN-BELGIE-GEDAALD-TOT-25.cfm>, zie bijlagen: p. 126.

Datum van raadpleging: 20 mei 2008.

FEDIS. *Entertainment.*

<http://www.fedis.be/menu.asp?id=3547&lng=nl&niveau1=0&from=notif&m=0>, zie bijlagen: p. 125.

Datum van raadpleging: 10 mei 2008.

FEDIS. *Eerste forum Online Betalingen analyseert evolutie verschillende betaalmethoden.*

<http://www.fedis.be/print.asp?id=5233&lng=nl&niveau1=0&from=no>, zie bijlagen: p. 125.

Datum van raadpleging: 19 april 2008

JOLO. *Downloading files from IRC.*

<http://www.irchelp.org/irchelp/security/war2.html>, zie bijlagen, p. 140.

Datum van raadpleging: 13 juni 2008.

N.N. *Kohlberg's moral stages*.

<http://www.haverford.edu/psych/ddavis/p109g/kohlberg.stages.html>, zie bijlagen: p. 127.

Datum van raadpleging: 21 mei 2008.

SIMMS (C.). *Getting Steamed: digital distribution for games isn't there yet*.

<http://www.cnet.com.au/broadband/0,239036008,339288255,00.htm>, zie bijlagen: p. 143.

Datum van raadpleging: 23 april 2008.

VAN LEEMPUTTEN (P.). *BAF en Kinopolis verklaren oorlog aan filmpiraten*.

<http://www.zdnet.be/news.cfm?id=85712>, zie bijlagen: p. 137.

Datum van raadpleging: 12 juni 2008.

VALVE SOFTWARE, *Introducing Steamworks*.

<http://www.steampowered.com/steamworks/index.php>, zie bijlagen: p. 133.

Datum van raadpleging: 9 juni 2008.

WORLD INTELLECTUAL PROPERTY ORGANISATION. *Summary of the Berne Convention*.

Geneve, Verenigde Naties.

http://www.wipo.int/treaties/en/ip/berne/summary_berne.html, zie bijlagen: p. 117.

Datum van raadpleging: 19 mei 2008.

WORLD TRADE ORGANISATION. *Intellectual property: protection and enforcement*,

Geneve, WTO.

http://www.wto.org/english/thewto_e/whatis_e/tif_e/agrm7_e.htm, zie bijlagen: p. 118.

Datum van raadpleging: 19 mei 2008

5. Geschreven pers en blogs

BOKITCH (C.). *First In Half-life Episodic Trilogy Debuts At Number 1*. In: *Steam News*.

<http://www.steampowered.com/v/index.php?area=posts&id=648&cc=BE>, zie bijlagen: p. 128.

Datum van raadpleging: 29 mei 2005.

BOKITCH (C.). *Steam Surpasses 13 Million Accounts*. In: *Steam News*.

<http://www.steampowered.com/v/index.php?area=news&id=1050&cc=BE>, zie bijlagen: p. 130.

Datum van raadpleging: 17 mei 2008.

CROLL (A.). PC Gamer Secrets According to Valve's Steam Network. In: *GigaOm*.
<http://gigaom.com/2008/04/27/what-valves-steam-network-tells-us-about-pc-gamer-platforms/>, zie bijlagen: p. 135.

Datum van raadpleging: 9 juni 2008.

DESMET (L.). De miljoenen van de Belgische game-industrie. In: *Trends Cash*.
<http://www.trends.be/nl/4-227-41627/de-miljoenen-van-de-belgische-game-industrie.html>, zie bijlagen: p. 115.

Datum van raadpleging: 24 oktober 2007.

GRANT (C.). Valve shares SteamWorks toolset with PC development world. In: *Joystiq*.
<http://www.joystiq.com/2008/01/29/valve-shares-steamworks-toolset-with-pc-development-world/>, zie bijlagen: p. 134.

Datum van raadpleging: 9 juni 2008.

HONG (Q.). Question of the week responses: digital game distribution. In: *Gamasutra*.
http://www.gamasutra.com/features/20050620/hong_01.shtml, zie bijlagen: p. 136.

Datum van raadpleging: 8 juni 2008.

HOWE (J.). The shadow internet. In: *Wired*.
<http://www.wired.com/wired/archive/13.01/topsite.html>, zie bijlagen: p. 124.

Datum van raadpleging: 5 mei 2008

N.N. Game net distribution 'lift off'. In: *BBC News – Technology*.
<http://news.bbc.co.uk/2/hi/technology/6687405.stm>, zie bijlagen: p. 113.

Datum van raadpleging: 22 oktober 2007.

N.N. Rampant piracy threatens PC games. In: *BBC News – Technology*.
<http://news.bbc.co.uk/2/hi/technology/6449421.stm>, zie bijlagen: p. 114.

Datum van raadpleging: 22 oktober 2007.

ROETTGERS (J.). Piracy Beyond P2P: One-Click Hosters. In: *Newteevee*.
<http://newteevee.com/2007/06/17/one-click-hosters/>, zie bijlagen: p. 139.

Datum van raadpleging: 13 juni 2008.

ROETTGERS (J.). Essay: Usenet, the original piracy hotbed. In: *Newteevee*.
<http://newteevee.com/2007/06/02/usenet/>, zie bijlagen: p. 141.

Datum van raadpleging: 13 juni 2008.

SIMPSON (A.). The Steam Platform. In: *The Steam Review*.
<http://steamreview.org/posts/steamplatform>, zie bijlagen: p. 132.

Datum van raadpleging: 23 april 2008.

TWELKER (E.). Steam Reaches 15 Million Accounts. In: *Steam News*.

<http://www.steampowered.com/v/index.php?area=news&id=1431&cc=BE>, zie bijlagen: p. 131.

Datum van raadpleging: 17 mei 2008.

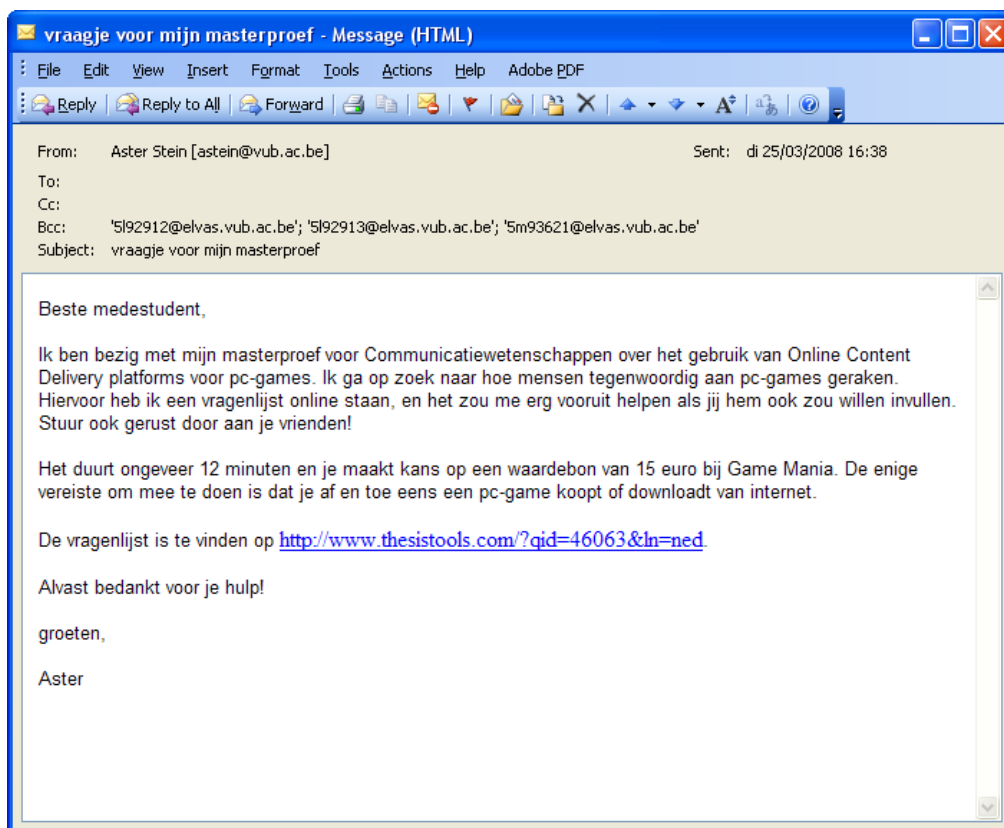
Deel IV – Bijlagen

1. E-mails

1.1. VUB-nieuwsbrief 10 maart 2008

	<p>Brussel vzw een enquête die peilt naar jullie behoeften rond openbaar vervoer in Brussel zodat het huidige aanbod nog verbeterd kan worden. Goed om weten: jouw mening zal rechtstreeks invloed hebben op de aanpak van het Brussels openbaar vervoer en een nieuwe editie van het goedkope studentenabonnement.</p> <p>Laat dus je stem horen en <u>vul deze korte vragenlijst in</u>.</p> <p>De enquête loopt nog tot en met 1 april 2008. Deelnemen is de moeite waard want er zijn een aantal leuke prijzen te winnen: een iPod Touch (8GB), een draagbare DVDspeler (Sony DVPF720) en 5 geschenkdoozjes met tickets (4 stuks/doozje) voor de bioscoop (Kinopolis).</p> <p>Waar halen pc-gamers hun games?</p> <p>Waar halen pc-gamers hun games? Hoe zit het met piraterij? Zit er ook toekomst in legale downloadsystemen; denk aan een soort iTunes voor pc-games...? Allemaal vragen waar Aster Stein een antwoord op zoekt in zijn masterproef. Hij nodigt dan ook iedereen uit om een korte online enquête in te vullen.</p> <p>Meedoen wordt beloond, want als je een geldig e-mailadres nalaat dan maak je kans op een waardebon van 15 euro bij Game Mania. Laat je liever geen e-mailadres achter? Geen probleem, je kan de enquête ook anoniem invullen. Meer info: astein@vub.ac.be</p> <p>De Vrije Universiteit Brussel scoort op het Groot Vlaams Studentenkampioenschap</p> <p>Vorige week vonden in Leuven de halve finales, troosting en finales van alle</p>
--	---

1.2. E-mail naar de grote studierichtingen



2. Enquête

Online Content Delivery

Waar halen pc-gamers hun games? Hoe zit het met piraterij? Zit er ook toekomst in legale downloadsystemen; denk aan een soort iTunes voor pc-games...?

Allemaal vragen waar ik mee in mijn hoofd zit, en die ik via mijn masterproef hoop te beantwoorden.

Bedankt dat je me verder wil helpen met mijn thesisonderzoek, elke deelnemer aan deze enquête is van onschatbare waarde. Door een geldig e-mail adres achter te laten maak je overigens kans op een cadeaubon van 15 euro van Game Mania.

Probeer elke vraag zo goed mogelijk in te vullen voor jouw situatie. De vragenlijst neemt ongeveer 12 minuten tijd in beslag.

Je blijft anoniem, enkel je antwoorden worden geregistreerd. Je mag deelnemen onder een schuilnaam als je dat wil.

Het downloadgedrag

1.	Hoeveel gigabyte (=1000 megabyte) internetverkeer mag je per maand hebben op de aansluiting die je het meest gebruikt?
	<input type="radio"/> Ik weet het niet <input type="radio"/> <input type="text"/>

2.	Wat vind je van je huidige maandelijkse limiet van internetverkeer die je mag hebben?
	<input type="radio"/> De data-limiet van mijn internetprovider is hoog genoeg, ik heb nog volume over. <input type="radio"/> De data-limiet van mijn internetprovider is ideaal, ik heb geen overschot maar kom ook niets tekort. <input type="radio"/> De data-limiet van mijn internetprovider is te laag, ik moet regelmatig extra volume bestellen. <input type="radio"/> Ik weet het niet.

3. Hoeveel gigabyte (=1000 megabyte) besteed je gemiddeld genomen per maand aan het downloaden van pc-games? Het mag een ruwe schatting zijn.

Ik weet het niet

4. Welke zaken download je wel eens (legaal of illegaal) in hun volledige versie van internet? Het gaat dus niet om shareware of demo-versies.

Muziek-cd's (volledige CD)

Liedjes (individueel liedje)

Pc-games

Console-games (vb. Playstation 2, Wii,...)

Applicaties (vb. Adobe Photoshop, Windows XP,...)

Films (enkel de film)

DVD's (volledige DVD van een film)

TV-series of -programma's

Ik download niets van vorige

5. Van welke zaken download je het meest aantal titels (legaal of illegaal) in hun volledige versie van internet? Het gaat dus niet om shareware of demo-versies.

Muziek-cd's (volledige CD)

Liedjes (individueel liedje)

Pc-games

Console-games (vb. Playstation 2, Wii,...)

Applicaties (vb. Adobe Photoshop, Windows XP,...)

Films (enkel de film)

DVD's (volledige DVD van een film)

TV-series of -programma's

Andere

Ik download niets van vorige

6.	Welke van de volgende downloaddiensten ken je?										
	<table> <tr> <td><input type="checkbox"/> Bittorrent (ook wel afgekort als torrent of BT)</td> <td><input type="checkbox"/> Peer-to-peer (p2p, vb. Limewire, Kazaa,...)</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Newsgroups (ook gekend als usenet of nieuwsgroepen)</td> <td><input type="checkbox"/> One Click Hosting sites (vb. rapidshare, megaupload,...)</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> IRC server</td> <td><input type="checkbox"/> Online Content Delivery (iTunes, Steam, Direct2Drive, Gametap,...)</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Ik ken er geen enkele van</td> <td></td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="text"/></td> </tr> </table>	<input type="checkbox"/> Bittorrent (ook wel afgekort als torrent of BT)	<input type="checkbox"/> Peer-to-peer (p2p, vb. Limewire, Kazaa,...)	<input type="checkbox"/> Newsgroups (ook gekend als usenet of nieuwsgroepen)	<input type="checkbox"/> One Click Hosting sites (vb. rapidshare, megaupload,...)	<input type="checkbox"/> IRC server	<input type="checkbox"/> Online Content Delivery (iTunes, Steam, Direct2Drive, Gametap,...)	<input type="checkbox"/> Ik ken er geen enkele van		<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/> Bittorrent (ook wel afgekort als torrent of BT)	<input type="checkbox"/> Peer-to-peer (p2p, vb. Limewire, Kazaa,...)										
<input type="checkbox"/> Newsgroups (ook gekend als usenet of nieuwsgroepen)	<input type="checkbox"/> One Click Hosting sites (vb. rapidshare, megaupload,...)										
<input type="checkbox"/> IRC server	<input type="checkbox"/> Online Content Delivery (iTunes, Steam, Direct2Drive, Gametap,...)										
<input type="checkbox"/> Ik ken er geen enkele van											
<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>										
7.	Welke van de volgende downloaddiensten heb je al eens gebruikt?										
	<table> <tr> <td><input type="checkbox"/> Bittorrent (ook wel afgekort als torrent of BT)</td> <td><input type="checkbox"/> Peer-to-peer (p2p, vb. Limewire, Kazaa,...)</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Newsgroups (ook gekend als usenet of nieuwsgroepen)</td> <td><input type="checkbox"/> One Click Hosting sites (vb. rapidshare, megaupload,...)</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> IRC server</td> <td><input type="checkbox"/> Online Content Delivery (Steam, Direct2Drive, Gametap,...)</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Ik heb geen enkele van vorige al gebruikt</td> <td></td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/></td> <td><input type="text"/></td> </tr> </table>	<input type="checkbox"/> Bittorrent (ook wel afgekort als torrent of BT)	<input type="checkbox"/> Peer-to-peer (p2p, vb. Limewire, Kazaa,...)	<input type="checkbox"/> Newsgroups (ook gekend als usenet of nieuwsgroepen)	<input type="checkbox"/> One Click Hosting sites (vb. rapidshare, megaupload,...)	<input type="checkbox"/> IRC server	<input type="checkbox"/> Online Content Delivery (Steam, Direct2Drive, Gametap,...)	<input type="checkbox"/> Ik heb geen enkele van vorige al gebruikt		<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>
<input type="checkbox"/> Bittorrent (ook wel afgekort als torrent of BT)	<input type="checkbox"/> Peer-to-peer (p2p, vb. Limewire, Kazaa,...)										
<input type="checkbox"/> Newsgroups (ook gekend als usenet of nieuwsgroepen)	<input type="checkbox"/> One Click Hosting sites (vb. rapidshare, megaupload,...)										
<input type="checkbox"/> IRC server	<input type="checkbox"/> Online Content Delivery (Steam, Direct2Drive, Gametap,...)										
<input type="checkbox"/> Ik heb geen enkele van vorige al gebruikt											
<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>										
8.	Welke van de volgende downloaddiensten gebruik je het meest om pc-games te downloaden?										
	<table> <tr> <td><input type="radio"/> Bittorrent (ook wel afgekort als torrent of BT)</td> <td><input type="radio"/> Peer-to-peer (p2p, vb. Limewire, Kazaa,...)</td> </tr> <tr> <td><input type="radio"/> Newsgroups (ook gekend als usenet of nieuwsgroepen)</td> <td><input type="radio"/> One Click Hosting sites (vb. rapidshare, megaupload,...)</td> </tr> <tr> <td><input type="radio"/> IRC server</td> <td><input type="radio"/> Online Content Delivery (iTunes, Steam, Direct2Drive, Gametap,...)</td> </tr> <tr> <td><input type="radio"/> Andere</td> <td><input type="radio"/> Ik download geen games</td> </tr> </table>	<input type="radio"/> Bittorrent (ook wel afgekort als torrent of BT)	<input type="radio"/> Peer-to-peer (p2p, vb. Limewire, Kazaa,...)	<input type="radio"/> Newsgroups (ook gekend als usenet of nieuwsgroepen)	<input type="radio"/> One Click Hosting sites (vb. rapidshare, megaupload,...)	<input type="radio"/> IRC server	<input type="radio"/> Online Content Delivery (iTunes, Steam, Direct2Drive, Gametap,...)	<input type="radio"/> Andere	<input type="radio"/> Ik download geen games		
<input type="radio"/> Bittorrent (ook wel afgekort als torrent of BT)	<input type="radio"/> Peer-to-peer (p2p, vb. Limewire, Kazaa,...)										
<input type="radio"/> Newsgroups (ook gekend als usenet of nieuwsgroepen)	<input type="radio"/> One Click Hosting sites (vb. rapidshare, megaupload,...)										
<input type="radio"/> IRC server	<input type="radio"/> Online Content Delivery (iTunes, Steam, Direct2Drive, Gametap,...)										
<input type="radio"/> Andere	<input type="radio"/> Ik download geen games										
	<input type="text"/>										

9.	Hoeveel procent van je pc-games haal je daar ongeveer vandaan?
	<input type="radio"/> Ik weet het niet <input type="radio"/> <input style="width: 150px; height: 15px;" type="text"/>

10.	Welke van de volgende downloaddiensten zal je in de toekomst waarschijnlijk eens gebruiken?										
	<table border="0"> <tr> <td><input type="checkbox"/> Bittorrent (ook wel afgekort als torrent of BT)</td> <td><input type="checkbox"/> Peer-to-peer (p2p, vb. Limewire, Kazaa,...)</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Newsgroups (ook gekend als usenet of nieuwsgroepen)</td> <td><input type="checkbox"/> One Click Hosting sites (vb. rapidshare, megaupload,...)</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> IRC server</td> <td><input type="checkbox"/> Online Content Delivery (iTunes, Steam, Direct2Drive, Gametap,...)</td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> Geen enkele</td> <td></td> </tr> <tr> <td><input type="checkbox"/> <input style="width: 150px; height: 15px;" type="text"/></td> <td></td> </tr> </table>	<input type="checkbox"/> Bittorrent (ook wel afgekort als torrent of BT)	<input type="checkbox"/> Peer-to-peer (p2p, vb. Limewire, Kazaa,...)	<input type="checkbox"/> Newsgroups (ook gekend als usenet of nieuwsgroepen)	<input type="checkbox"/> One Click Hosting sites (vb. rapidshare, megaupload,...)	<input type="checkbox"/> IRC server	<input type="checkbox"/> Online Content Delivery (iTunes, Steam, Direct2Drive, Gametap,...)	<input type="checkbox"/> Geen enkele		<input type="checkbox"/> <input style="width: 150px; height: 15px;" type="text"/>	
<input type="checkbox"/> Bittorrent (ook wel afgekort als torrent of BT)	<input type="checkbox"/> Peer-to-peer (p2p, vb. Limewire, Kazaa,...)										
<input type="checkbox"/> Newsgroups (ook gekend als usenet of nieuwsgroepen)	<input type="checkbox"/> One Click Hosting sites (vb. rapidshare, megaupload,...)										
<input type="checkbox"/> IRC server	<input type="checkbox"/> Online Content Delivery (iTunes, Steam, Direct2Drive, Gametap,...)										
<input type="checkbox"/> Geen enkele											
<input type="checkbox"/> <input style="width: 150px; height: 15px;" type="text"/>											

[verder...](#)

Informatie over pc-games

11.	Van waar heb je al eens een pc-game bekommen? (gekocht, gekregen, gedownload,...)
	<input type="checkbox"/> Gespecialiseerde winkel (vb. Game Mania,...) <input type="checkbox"/> Grootwarenhuis of speelgoedwinkel (vb. Carrefour,...) <input type="checkbox"/> Vrienden of familie <input type="checkbox"/> Muziek- of DVD-winkel (vb. Fnac, Free Record Shop,...) <input type="checkbox"/> Besteld via een website, geleverd met de post <input type="checkbox"/> Gedownload van internet op legale wijze <input type="checkbox"/> Gedownload van internet op illegale wijze <input type="checkbox"/> <input style="width: 150px; height: 15px;" type="text"/>

12.	Van waar bekom je het vaakst je pc-games? (het grootste aantal titels)
	<input type="radio"/> Gespecialiseerde winkel (vb. Game Mania,...) <input type="radio"/> Grootwarenhuis of speelgoedwinkel (vb. Carrefour,...) <input type="radio"/> Vrienden of familie <input type="radio"/> Muziek- of DVD-winkel (vb. Fnac, Free Record Shop,...) <input type="radio"/> Besteld via een website, geleverd met de post <input type="radio"/> Gedownload van internet op legale wijze <input type="radio"/> Gedownload van internet op illegale wijze <input type="radio"/> Andere

13.	Wat is je mening over de volgende uitspraken?	
	helemaal oneens	helemaal eens
Voordat ik een pc-game ga kopen weet ik al precies welke game ik wil hebben.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De verschillende dozen met pc-games kunnen vastnemen en bekijken is een deel van de winkelervaring.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
De verpakking (hoesje, box) van een pc-game maakt voor mij uit of ik hem koop of niet.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Een game online kopen en direct downloaden is voordeliger dan naar een echte winkel gaan.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik koop liever een pc-game in de winkel dan dat ik hem online koop en direct download.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Verpakking of geen verpakking, het is de pc-game die voor mij telt.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik koop liever nieuwe pc-games van uit mijn bureaustoel dan naar de winkel te moeten gaan.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik heb vertrouwen in de veiligheid van online betalingssystemen. (vb. kredietkaart, PayPal,...)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik ben mijn legaal gedownloade pc-game voor altijd kwijt als hij per ongeluk gewist wordt van mijn computer.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pc-games zijn te duur in de winkel.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Als ik ervoor moest betalen zou ik een pc-game gewoon niet kopen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Als mijn vrienden een bepaald spel kopen, zou ik dat spel ook kopen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik koop enkel games als ik een interessant aanbod krijg. (vb. een bundel van 5 games tegen een voordeelprijs,...).	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

[verder...](#)

Informatie- en Communicatietechnologie (ICT)

De volgende vraag gaat over hoe snel je mee bent met vernieuwingen op gebied van

Informatie- en Communicatietechnologieën, kortweg ICT.

De term ICT kan je ruim interpreteren: nieuwe computersoftware, nieuwe onderdelen, nieuwigheden ivm internet,...

14.	In welke mate ben je het eens met de volgende uitspraken?				
		helemaal oneens			helemaal eens
Over het algemeen ben ik één van de eersten van mijn vriendenkring die een nieuwe ICT in huis haalt.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Als ik hoor dat er een nieuwe ICT is uitgekomen, ben ik meteen geïnteresseerd genoeg om hem in huis te halen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Vergeleken met mijn vrienden bezit ik weinig nieuwe ICT's.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Over het algemeen ken ik als laatste van mijn vriendenkring de naam van een nieuwe ICT.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik zou nooit een nieuwe ICT in huis halen als ik hem nog niet zelf geprobeerd of ervan gehoord heb.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Ik heb graag een nieuwe ICT in mijn bezit voordat anderen hem ook hebben.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

[verder...](#)

Kopieergedrag en piraterij

Welkom in het midden van de vragenlijst! Ga aub door tot op het einde, het duurt niet lang meer.

15. Ben je in het bezit van gekopieerde pc-games? Hiermee bedoelen we een pc-game die door iemand anders op een lege CD of DVD is gebrand, of die je via internet gedownload hebt zonder te betalen.

- Ja
- Nee
- Ik weet het niet

16. Hoeveel pc-games (gekopieerd en origineel samen) heb je ongeveer in je bezit? Het mag een ruwe schatting zijn.

17. Hoeveel gekopieerde pc-games heb je ongeveer in je bezit? Het mag een ruwe schatting zijn.

18. Ken je iemand die gekopieerde pc-games in zijn bezit heeft. Hiermee bedoelen we ook de mensen die games downloaden zonder te betalen.

- Ja
- Nee
- Ik weet het niet

19.	Ken je iemand die meer dan 10 gekopieerde pc-games in zijn bezit heeft. Hiermee bedoelen we ook de mensen die games downloaden zonder te betalen.
	<input type="radio"/> Ja <input type="radio"/> Nee <input type="radio"/> Ik weet het niet

20.	Heb je ooit zelf een pc-game gekopieerd of aan anderen bezorgd?
	<input type="radio"/> Ja <input type="radio"/> Nee <input type="radio"/> Ik weet het niet

21.	Wat is je mening over de volgende uitspraken?	
	helemaal oneens	helemaal eens
	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>	<input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/> <input type="radio"/>
	Als ik pc-games zou kopiëren zouden mijn vrienden dat afkeuren.	
	Een pc-game uit een winkelrek stelen is illegaal.	
	Een gekopieerde pc-game kopen is een misdaad.	
	Het kopiëren van pc-games is schadelijk voor de games-industrie.	
	Een gekopieerde pc-game heeft een goede prijs/kwaliteit-verhouding.	

Een gekopieerde pc-game is van lagere kwaliteit dan het origineel.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Een kopie maken van een pc-game voor eigen gebruik mag.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Een gekopieerde pc-game kan mijn computer beschadigen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kopies van pc-games worden door criminele groepen gemaakt.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pc-games kopiëren doet eigenlijk niemand kwaad.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Aan mij verliest de industrie geen geld, als ik voor een pc-game moest betalen zou ik hem niet kopen.	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

22.	Zou je stoppen met het kopiëren of illegaal downloaden van pc-games als...				
		zeker niet stoppen		zeker wel stoppen	
...als de prijs van originele games daalt?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...als er strenger door de politie gecontroleerd wordt?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...als je ouders of voogd het verbieden?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

...als er meer extra's (gadgets, filmpjes, soundtrack,...) bij de originelen zitten?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...als je familie of vrienden ermee stoppen?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...als de kopieerbeveiliging moeilijker omzeild of gekraakt kan worden?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...als je verplicht bent je identiteit te registreren (vb. inloggen voor je kan spelen)?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...als je minder moeite moet doen om aan een origineel te geraken?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...als het moeilijker wordt om eraan te geraken?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
...als de prijs van lege CD's of DVD's zou stijgen?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

verder. . .

Online Content Delivery

Om de volgende drie vragen nauwkeurig te kunnen beantwoorden, even een kort woordje uitleg.

Heb je al eens gehoord van iTunes? Dit is een voorbeeld van een **Online Content Delivery (OCD) systeem**. Het zijn **computerprogramma's** waarmee je **tegen betaling volledig legaal** gegevens kan **downloaden**. Je bent dan de enige wettige eigenaar van de gegevens die je hebt gekocht en gedownload naar je computer.

In het geval van iTunes nemen die gegevens de vorm aan van een digitaal liedje. Maar hetzelfde principe kan ook gebruikt worden voor bijvoorbeeld films, programma's, of **in dit geval pc-games**.

In het kader van deze vragenlijst hebben we het over een computerprogramma waarmee je door een lijst van beschikbare titels van pc-games kan bladeren. Als je een game ziet die je leuk vindt, kan je hem online kopen. Je mag de game dan downloaden naar je computer, en bent er de eigenaar van. In geval van verlies mag je het spel opnieuw downloaden, of een backup op een CD of DVD branden.

Het verschil met een 'echte' winkel is dat je nu dus enkel een digitaal bestand hebt gekocht en gedownload, in plaats van een CD of DVD uit een rek halen met dezelfde game op.

[verder...](#)

Online Content Delivery

23.	1="zo snel mogelijk", 2="ik denk van wel", 3="ik wacht nog af, misschien later", 4="ik denk van niet", 5="zeker niet".				
		zo snel mogelijk		zeker niet	
	Stel dat vanaf morgen iedereen de mogelijkheid heeft om via een OCD-platform pc-games te downloaden. Zoals je OCD nu ziet, in welke mate denk je er zelf gebruik van te gaan maken?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Stel dat er een voor jou perfect OCD-systeem beschikbaar is (goede games, gemakkelijk, snel, veilig,...) en de prijzen van de games liggen zeker niet hoger dan wat je ervoor wil geven. In welke mate ben je dan geïnteresseerd om het te gebruiken?	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
	Stel dat er een OCD-systeem beschikbaar is dat niet je optimale systeem is, maar er op één of ander vlak (iets minder goede	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

games, iets ingewikkelder, iets minder snel, soms veiligheidsproblemen,...) van afwijkt. In welke mate ben je dan geïnteresseerd om dat (voor jou althans sub-optimale) systeem te gebruiken?

24. Op welke manier zou je het liefst voor pc-games die je downloadt via Online Content Delivery willen betalen?

- Direct via kredietkaart (VISA, AMEX,...)
- Indirect via kredietkaart (vb. Paypal,...)
- Met een overschrijving via mijn bankrekening
- In cash door middel van prepaid kaartjes (vb. Pay&Go, iTunes,...)
-

25. Onder welke formule zou je het liefst via Online Content Delivery pc-games willen downloaden?

- Zoals in een echte winkel: ik betaal per game en ben dan ook voor altijd eigenaar ervan.
- Zoals verhuur met credits: ik koop een aantal huurbeurten. Als ik klaar ben met game A kan ik game B downloaden, maar dan kan ik A niet meer spelen.
- Zoals verhuur met tijd: ik betaal elke maand een vast bedrag abonnementsgeld. Als ik klaar ben met game A kan ik game B downloaden, maar dan kan ik A niet meer spelen.

[verder...](#)

Algemene informatie

Dit is de laatste pagina, er resten nog een paar belangrijke demografische vragen.

26. Hoeveel uur besteed je gemiddeld genomen per dag aan het spelen van pc-games?

27. Welk type interverbinding heb je of gebruik je het meest?

- Modem via gewone telefoonlijn
- Modem via ISDN-verbinding
- ADSL (vb. Belgacom)
- Kabel (vb. Telenet)
- Netwerkverbinding (op universiteit of het werk)
- Ik weet het niet

28. Bij welke internetprovider ben je klant? (vb. Dommel, Skynet, Telenet,...)

- Ik weet het niet

29. Ongeveer hoe lang gebruik je al internet?

- minder dan een jaar
- tussen één en drie jaar
- tussen drie en vijf jaar
- tussen vijf en zeven jaar
- langer dan zeven jaar

30. Ongeveer hoe lang download je al pc-games van internet? (op legale of illegale wijze)

- minder dan een jaar
- tussen één en drie jaar
- tussen drie en vijf jaar
- tussen vijf en zeven jaar
- langer dan zeven jaar

31. Hoe zou je je kennis van computers en internet omschrijven?

beginner gevorderd

32. Wat is je geslacht?

- man
- vrouw

33. Hoe oud ben je? (vul het aantal jaren in)

34. Wat is je huidig opleidingsniveau?

35. Als je wil kans maken op de waardebon van 15 euro bij Game Mania, laat dan hier

	<p>een geldig e-mail adres achter.</p> <p>Wens je anoniem deel te nemen, mag je een naam verzinnen.</p>
	<input type="text"/>

[klaar! versturen. . .](#)

BBC NEWS | Technology | Game net distribution 'lift off' - Mozilla Firefox

File Edit View History Bookmarks Tools Help

DS News CWK.com DLRP Fans Forum ESC PERishing Index The Awful Forums SOD DVDPost Keybase pc banking ZatevYenden Photobucket Releaslog RLST.OG... Facebook | Home

BBC NEWS | Technology | Game net distribution 'lift off' - Mozilla Firefox

Home News Sport Radio TV Weather Languages

International version About the versions

Low graphics Accessibility help

News services Your news when you want it

Search

NEWS

Watch One-Minute World News

Last Updated: Thursday, 24 May 2007, 16:09 GMT 17:09 UK

Printable version

Email this to a friend

Game net distribution 'lift off'

Steam, an online distribution platform for videogame content, has signed up more than 13 million users, the system's owners Valve has said.

More than 150 PC games can be downloaded via Steam and the system has also been used to automate more than 2,500 updates to existing games.

More than 150 games can be downloaded via Steam

SEE ALSO

- Game industry faces serial killer
- 12 Jul 06 | Technology
- Half Life 2 dominates game awards
- 17 Dec 04 | Technology
- PlayStation embraces online world
- 03 Oct 06 | Technology

RELATED INTERNET LINKS

- Steam
- Xbox
- PlayStation
- Nintendo

The BBC is not responsible for the content of external internet sites

TOP TECHNOLOGY STORIES

- Unsafe chargers 'flooding' the UK
- 'No decision' on giant database
- Cern lab goes 'colder than space'
- News feeds

MOST POPULAR STORIES NOW

MOST E-MAILED MOST READ

- Dog rescues woman from kangaroo
- Iran 'silent' over nuclear deal
- Obama opens foreign tour in Kabul
- Batman film takes a record \$66.4m
- Moonies founder 'hurt in crash'

Most popular now, in detail

News Front Page

Americas Asia-Pacific Europe Middle East South Asia UK

Business Health Science/Nature Technology

Entertainment

Also in the news

Video and Audio

Have Your Say

In pictures Country Profiles Special Reports

RELATED BBC SITES

SPORT WEATHER ON THIS DAY EDITORS' BLOG

Sony, Microsoft and Nintendo have all started online services for downloading games onto consoles.

Gabe Newell, president and co-founder of Valve, said: "In Steam's case, we have millions of customers who are gamers and dozens of customers who are developers and publishers.

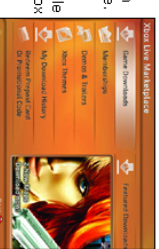
"In the past year, we've added over 100 new titles from third parties, grown to over 13 million active accounts."

Steam was developed as a way to auto-update Valve's multiplayer games but now has evolved into a platform used by many leading publishers and developers.

Games such as Call of Duty 2, Top Spin 2 and Half Life 2 can be downloaded via the service.

Microsoft lets Xbox 360 users buy and download arcade-style titles via its online service Xbox Live.

New and classic titles can be



http://www.bbc.co.uk/1/hi/technology/66872405.stm

3. Outprints websites



Rampant piracy threatens PC games

threatening the future of the PC games industry, Todd Hollenshead, head of Doom 3 creator id software has said.

He warned that unless the problem was tackled some companies could relegate the PC to a second tier platform.

"Some developers are taking that approach," he told the Game Developers Conference in San Francisco last week.

Global piracy cost the US games industry more than \$4bn in 2004, not including losses from net piracy.

Mr Hollenshead said the PC games industry was still not taking the threat of piracy seriously.

"I find myself when I have a discussion about piracy trying to convince people it's a serious problem.

"Some estimates show that as much as 50% of game sales are lost to piracy in the US.

"In Eastern Europe, Asia and South America the losses are estimated to be 90% plus," he said.

He added: "Piracy is rampant at this moment."

He said the problem of cracked copies of PC games circulating online was particularly worrying.

The community who love PC games needs to recognise the problem and coming the well we all drink from
Todd Hollenshead

'Startling!'



Enemy Territory has already been leaked online

TODOROW'S WORLD
In San Francisco and Silicon Valley
Behind the mask
The people behind the effects at Industrial Light and Magic

NEWS
Designer hopes for love in games
Virtual worlds set for shake-up
Sony unveils its new 3D universe
Video game makers pick top titles
Volunteers sign up to build game
Google helps terabyte data swaps
Videogames industry is maturing

FEATURES
In Pictures: Inside Lucasfilm
Data Death Star
Blogging the Valley
Inside Silicon Valley
Web 2.0 wonders: Stumbleupon
Web 2.0 wonders: Zoomr
Web 2.0 wonders: Mebo
Web 2.0 wonders: Yelp

RELATED INTERNET LINKS
Game Developers Conference
Id Software
The BBC is not responsible for the content of external internet sites

TOP TECHNOLOGY STORIES
Unsafe chargers 'flooding' the UK
'No decision' on giant database
Cern lab goes 'colder than space'

News feeds

MOST POPULAR STORIES NOW

Trends.be

Powered by: Trends Knack Cash kanaal Z Bizz Moneytek Top 100.000
Niet aangemeld



De doortart van Leterne
Nieuws, analyse en commentaar bij
de politieke crisis



Wamingen moeten het been
sijf houden
Trends-hoofdediteur Guido
Muylaert over de politieke crisis

Google Custom Search

ZOEK

nl fr

RSS

De miljoenen van de Belgische game-industrie

24/08/2006 00:00

Computerspelletjes zijn in dertig jaar uitgegroeid tot een multimiljar denimdustrie. België pikt daar een zeer bescheiden graantje van mee. Maar er komt beweging in. De achterblijvers zien het groeiende belang van deze sector in. En linec ontwikkelt een revolutionaire technologie om games onafhankelijk van de hardware te maken

- NIEUWS
- Belgie
- Europa
- Wereld
- Economie
- Bedrijven
- Beleid
- E-business
- Financie
- Mensen
- Geldzaken
- Cultuur
- Wetenschap
- Sport
- Technologie
- KANALEN
- Mensen
- Gastronomie
- Bodytalk
- Personal Finance
- Business Tips
- Reizen
- TV-Tips
- Lifestyle

MAGAZINE

- Trends in pdf
- Deze week
- Archief
- Opinie
- Tools
- Publicatie
- Acties
- Wedstrijden
- FORA
- Knack
- Relanzen

Trends.be extra

Onderzoeksrapport van
Nielsen: Video Games in
the EU - 2005

De mens speelt slechts wanneer hij in de volgende betekenis van het woord een mens is, en hij is slechts volledig een mens wanneer hij speelt.

De Duitse filosoof en historicus Friedrich Schiller (1759-1805) wist het al in de achttiende eeuw. Het belang van de gamesector stond dus in de sterren geschreven. Maar het filosofische gepens van Schiller is inmiddels voorbijgeloofd door de harde economische werkelijkheden van de industrie.

De Belgische sector van de games is goed voor een omzet van 192 miljoen euro, blijkt uit cijfers van de Belgian Luemboorg Interactive Software Association (Bilisa). Die club verenigt de producenten van video- en computerspelletjes. De videogames eisen een almaar dominantere positie op in de vrijetijdsbesteding van de gemiddelde Belg. In 2005 namen er in ons land 4,1 miljoen mensen over de

Actuapedia Praktische

- Zederekening
- Hoofdrekening
- Adresboek
- Vierkant
- Online winkelen
- Koelket
- Bedrijfswagen
- Successie
- Kredietraad
- Lesplan

300.000 woorden verhandeld!

OK

MEER OP TRENDS.BE

MEER ACTUEEL

- Consument gebruikt internet als wapen
- Niemand gerintresseerd in "belangrijker" recla...
- Het wordt weer oorlog op internet
- Microsoft andersmaal buitenspel
- "Dat Aldi kanten verliest, klokt niet"
- AOL maakt het zichzelf moeilijk
- Unilever blijft moeilijk

MEER GELEZEN

Aals door Google

Philips zoekt jou

Bekijk nu onze site en pak jouw
carrierekans in de IT sector!

www.sadcareer.philips.com

NIEUWSBRIEF

abonnemenen.be

NEEM EEN ABONNEMENT

Hoe stress-proof is uw bedrijf?

Trends GAZETIEN 2008

Alle Ventures in Financiën FINANCIËL CAREERS

GRATIS DE NIEUWSTE ZOMERBROCHURES

Hightech

Vraag hier gratis de jaarkverslagen aan van uw keuze

De Belgische Dienst voor de Intellectuele Eigendom: auteursrecht en naburige rechten - Mozilla Firefox

DS Nieuws CWI.com Dier Fans Forum ESC PPSBing Index The Awful Forums DVDBox Keytrade pc banking Zakewienden Photocheck Releaselog RLS.OG... Facebook Home

De Belgische Dienst voor de Intel... 3

8. Belangrijkste regelgeving met betrekking tot het auteursrecht en de naburige rechten:

1° Internationale regelgeving

- Berner Conventie voor de bescherming van werken van letterkunde en kunst van 9 september 1886, aangenomen te Parijs op 4 mei 1886, herzien te Berlijn op 13 november 1908, aangenomen te Bern op 20 maart 1914, herzien te Rome op 2 juni 1928, te Brussel op 26 juni 1948, te Stockholm op 14 juli 1967 en te Parijs op 24 juli 1971, goedgekeurd bij wet van 25 maart 1999 (B.S. 10 november 1999).
- Internationaal Verdrag inzake de bescherming van uitvoerende kunstenaars, producenten van fonogrammen en omroeporganisaties, gedaan te Rome op 26 oktober 1961, goedgekeurd bij wet van 25 maart 1999 (B.S. 10 november 1999).
- Overeenkomst inzake de handelsaspecten van de intellectuele eigendom, goedgekeurd bij wet van 23 december 1994 (B.S. 23 januari 1997).

2° Europese regelgeving

- Richtlijn 2001/18/EG van het Europees Parlement en de Raad van 27 september 2001 betreffende het volgrechten behoeve van de auteur van een oorspronkelijk kunstwerk (Pub. L 272/32, 13 oktober 2001).
- Richtlijn 2001/29/EG van het Europees Parlement en de Raad van 22 mei 2001 betreffende de harmonisatie van bepaalde aspecten van het auteursrecht en de naburige rechten in de informatemaatschappij (Pub. L 167/10, 22 juni 2001).
- Richtlijn 96/9/EG van het Europees Parlement en de Raad van 11 maart 1996 betreffende de rechtsbescherming van databanken (Pub. L 77/20, 27 maart 1996).
- Richtlijn 93/98/EEG van de Raad van 29 oktober 1993 betreffende de harmonisatie van de beschermingsstermijn van het auteursrecht en van bepaalde naburige rechten (Pub. L 290/9, 29 oktober 1993).
- Richtlijn 93/83/EEG van de Raad van 27 september 1993 tot coordinatie van bepaalde voorschriften betreffende het auteursrecht en naburige rechten op het gebied van de satellitomroep en de doorzichte via de kabel (Pub. L 248/15, 27 september 1993).
- Richtlijn 92/100/EEG van de Raad van 19 november 1992 betreffende het verhuurrecht, het uitleenrecht en bepaalde naburige rechten op het gebied van intellectuele eigendom (Pub. L 346/62, 27 november 1992).
- Richtlijn 91/250/EEG van de Raad van 14 mei 1991 betreffende de rechtsbescherming van computerprogramma's (Pub. L 122/42, 17 mei 1991).
- Richtlijn 87/54/EEG van de Raad van 16 december 1986 betreffende de rechtsbescherming van topografieën van halfgeluidsproducten (Pub. L 24/36, 27 januari 1987).

3° Belgische regelgeving

Wetten

- **Wet van 31 augustus 1998** houdende omzetting in Belgisch recht van de Europese richtlijn van 11 maart 1996 betreffende de rechtsbescherming van databanken.
- **Wet houdende omzetting in Belgisch gerechtelijk recht van de Europese richtlijn van 11 maart 1996** betreffende de rechtsbescherming van databanken.
- **Wet van 20 mei 1997** op de financiering van het toezicht op de vennootschappen voor het beheer van auteursrechten en van naburige rechten bepaald in de wet van 30 juni 1994 betreffende het auteursrecht en de naburige rechten (B.S. 23 januari 1999).
- **Wet van 30 juni 1994** betreffende het auteursrecht en de naburige rechten (B.S. 27 juli 1994, err. B.S. 5 november 1994 en 22 november 1994) zoals gewijzigd door de wet van 3 april 1995 (B.S. 1995) en de wet van 31 augustus 1998 (B.S. 14 november 1998).
- **Wet van 30 juni 1994** houdende omzetting in Belgisch recht van de Europese richtlijn van 14 mei 1991 betreffende de rechtsbescherming van computerprogramma's (B.S. 27 juli 1994).

Done



WORLD INTELLECTUAL PROPERTY ORGANIZATION

Home > About WIPO > Treaties and Contracting Parties

TREATIES AND CONTRACTING PARTIES

- Home
- General Information
- Contracting Parties
- Notifications
- Members of WIPO Bodies
- Statistics
- Related Documents

RELATED LINKS

- Collection of Laws (CLEA)
- Joint Recommendations
- UPOV Web Site
- Member States

E-NEWSLETTERS

Subscribe to receive updates

ABOUT WIPO

IP SERVICES

PROGRAM ACTIVITIES

RESOURCES

NEWS & EVENTS

Summary of the Berne Convention for the Protection of Literary and Artistic Works (1886)

The Convention rests on three basic principles and contains a series of provisions determining the minimum protection to be granted, as well as special provisions available to developing countries which want to make use of them.

(1) The three basic principles are the following:

- (a) Works originating in one of the contracting States (that is, works the author of which is a national of such a State or works which were first published in such a State) must be given the same protection in each of the other contracting States as the latter grants to the works of its own nationals (principle of "national treatment").
- (b) Such protection must not be conditional upon compliance with any formally (principle of "automatic" protection).
- (c) Such protection is independent of the existence of protection in the country of origin of the work (principle of the "independence" of protection). If, however, a contracting State provides for a longer term than the minimum prescribed by the Convention and the work ceases to be protected in the country of origin, protection may be denied once protection in the country of origin ceases.
- (2) The minimum standards of protection relate to the works and rights to be protected, and the duration of the protection:
 - (a) As to works, the protection must include "every production in the literary, scientific and artistic domain, whatever may be the mode or form of its expression" (Article 2(1) of the Convention).
 - (b) Subject to certain permitted reservations, limitations or exceptions, the following are among the rights which must be recognized as exclusive rights of authorization:
 - the right to translate,
 - the right to make adaptations and arrangements of the work,
 - the right to perform in public dramatic, dramatic-musical and musical works,
 - the right to recite in public literary works,
 - the right to communicate to the public the performance of such works,
 - the right to broadcast (with the possibility of a contracting State to provide for a mere right to equitable remuneration instead of a right of authorization),
 - the right to make reproductions in any manner or form (with the possibility of a contracting State to permit, in certain special cases, reproduction without authorization provided that the reproduction does not conflict with the normal exploitation of the work and does not unreasonably prejudice the legitimate interests of the author, and with the possibility of a contracting State to provide, in the case of sound recordings of musical works, for a right to equitable remuneration),
 - the right to use the work as a basis for an audiovisual work, and the right to reproduce, distribute, perform in public or communicate to the public that audiovisual work.

The Convention also provides for "moral rights," that is, the right to claim authorship of the work and the right to object to any mutilation or deformation or other modification of, or other derogatory action in relation to, the work which would be prejudicial to the author's honor or reputation.

(c) As to the duration of protection, the general rule is that protection must be granted until the expiration of the 50th year after the author's death. There are, however, exceptions to this general rule. In the case of anonymous or pseudonymous works, the term of protection expires 50 years after the work has been lawfully made available to the public, except if the pseudonym leaves no doubt as to the author's identity or the author discloses his identity during that period; in the latter case, the general rule applies. In the case of audiovisual (cinematographic) works, the minimum term of protection is 50 years after the making available of the work to the public ("release").

WORLD TRADE ORGANIZATION THE WTO | WTO HOME | TRADE TOPICS | RESOURCES | DOCUMENTS | COMMUNITY FORUMS



UNDERSTANDING THE WTO: THE AGREEMENTS

Intellectual property: protection and enforcement

The WTO's **Agreement on Trade-Related Aspects of Intellectual Property Rights (TRIPS)**, negotiated in the 1986-94 Uruguay Round, introduced intellectual property rules into the multilateral trading system for the first time.

Origins: into the rule-based trade system... [back to top](#)

- Basics
- Agreements
- Overview
- Tariffs
- Agriculture
- Standards and safety
- Textiles
- Services
- Intellectual property**
- Anti-dumping, subsidies etc.
- Non-tariff barriers
- Punitive tariffs
- Trade policy reviews
- Setting disputes
- Cross-cutting and new issues
- The Doha agenda
- Developing countries
- The organization
- Abbreviations

Ideas and knowledge are an increasingly important part of trade. Most of the value of new medicines and other high technology products lies in the amount of invention, innovation, research, design and testing involved. Films, music recordings, books, computer software and on-line services are bought and sold because of the information and creativity they contain, not usually because of the plastic, metal or paper used to make them. Many products that used to be traded as low-technology goods or commodities now contain a higher proportion of invention and design in their value – for example branded clothing or new varieties of plants.

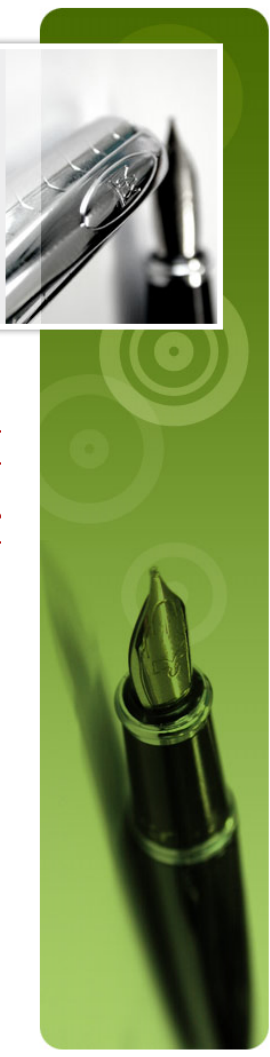
Creators can be given the right to prevent others from using their inventions, designs or other creations – and to use that right to negotiate payment in return for others using them. These are “intellectual property rights”. They take a number of forms. For example books, paintings and films come under copyright; inventions can be patented; brandnames and product logos can be registered as trademarks; and so on. Governments and parliaments have given creators these rights as an incentive to produce ideas that will benefit society as a whole.

The extent of protection and enforcement of these rights varied widely around the world, and as intellectual property became more important in trade, these differences became a source of tension in international economic relations. New internationally-agreed trade rules for intellectual property rights were seen as a way to introduce more order and predictability, and for disputes to be settled more systematically.

Types of intellectual property

The areas covered by the TRIPS Agreement

- Copyright and related rights
- Trademarks, including service marks
- Geographical indications
- Industrial designs
- Patents
- Layout-designs (topographies) of integrated circuits
- Undisclosed information, including trade secrets



Juridische info | Wetgeving

Over BAF

- Juridische info**
- Wetgeving
- Misdrijven
- Sancities
- Jurisprudentie
- Media
- Info per sector
- Filmpiraterij
- Videogames piraterij
- Internetpiraterij
- Partners
- Links
- Members

15 mei 2007 - Wet betreffende de bestraffing van namaak en piraterij van intellectuele eigendomsrechten (WBMP)

30 juni 1994 - Wet houdende omzetting in Belgisch recht van de Europese richtlijn van 14 mei 1991 betreffende de rechtsbescherming van computerprogramma's (WRC)

30 juni 1994 - Wet betreffende het auteursrecht en de naburige rechten (WAN)

25 april 2004 - Koninklijk Besluit betreffende de vergoedingsrechten voor openbare uitleening van de auteurs, vertolkende of uitvoerende kunstenaars, producenten van fonogrammen en producenten van eerste vastleggingen van films

29 april 2004 - Richtlijn 2004/48/EG van het Europees Parlement en de Raad betreffende de handhaving van intellectuele eigendomsrechten

5 juli 2004 - Koninklijk besluit houdende oprichting van een Raad voor de Intellectuele Eigendom

21 oktober 2004 - Verordening (EG) nr. 1891/2004 van de Commissie tot vaststelling van uitvoeringsbepalingen van Verordening (EG) nr. 1383/2003 van de Raad inzake het optreden van de douanearautoriteiten ten aanzien van doeders van namaak, wordt vermoed dat zij inbreuk maken op

Downloads

Wet betreffende het auteursrecht en de naburige rechten

Wet houdende omzetting in Belgisch recht van de Europese richtlijn van 14 mei 1991 betreffende de rechtsbescherming van computerprogramma's

Wet betreffende de bestraffing van namaak en piraterij van intellectuele eigendomsrechten

BAF - Belgian Anti-piracy Federation - Home - Internetpiraterij - Mozilla Firefox

File Edit View History Bookmarks Tools Help

http://www.anti-piracy.be/nl/index.php?m=132

DS Nieuws CWI.com Dier Fans Forum ESC PEPSting Index The Awful Forums DVDPost Keytrade pc banling Zakewienden PhotoBucket Releaselog | RLS.OG... Facebook | Home

Facebook Aster Stein TSFE - Studies & Reports > Industry an... BAF - Belgian Anti-piracy Federat... Keytrade pc banling

bafe Belgian Anti Piracy Federation

NL FR EN Home | Sitemap | Contact

Zoeken

Over BAF

Juridische info

Media

Info per sector

Filmpiraterij

Video games piraterij

Internetpiraterij

- Illegale websites herkennen
- Legaal downloaden
- Illegale aanbiedingen

Partners

Links

Members

Zoeken




Internetpiraterij

De auteurswet is ook toepasbaar op inbreuken die via het Internet gepleegd worden. Men kan twee strafbare handelingen onderscheiden, nl. het "uploaden" of ter beschikking stellen van auteursrechtelijk beschermde bestanden en het downloaden of kopiëren van dergelijke bestanden naar de eigen PC.

Iemand die auteursrechtelijk beschermde bestanden (muziek, films, games, boeken) op het Internet beschikbaar maakt, ongeacht de methode (bijvoorbeeld door ze op een website te plaatsen of door ze ter beschikking te stellen via file-sharing programma's), maakt zich schuldig aan het misdrijf van namaking. Het gaat hier immers om het ongeoorloofd mededelen aan het publiek, zonder voorafgaande toestemming van de rechthebbende(n).

Het downloaden van films, muziek, games e.d., zonder voorafgaande toestemming van de auteur en ongeacht de overdrachtmethode (via websites, peer-to-peer programma's enz.), dient beschouwd te worden als een illegale reproductie. Bij illegaal downloaden gaat het om het kopiëren van werken die oorspronkelijk ter beschikking zijn gesteld en die gedownload worden zonder een vergoeding te betalen aan de rechthebbenden.

Links

Hoe worden illegale films op het Internet verspreid?

Piramidale voorstelling van Internetpiraterij

Done

DS Nieuws CW.com DUP Fans Forum ESC PDRS Index The Awful Forums 500 DVDPost Keytride pc banking Zakewienden PhotoBucket ReleaseLog | RLSLOG... Facebook | Home

Avyibel - Tarieven - Mozilla Firefox

File Edit View History Bookmarks Tools Help

http://www.avyibel.be/nl/203.html

Avyibel - Tarieven

AVYIBEL

ORGANISATIE
 Voorstelling
 Statuten
 Organen
 Jaarverslagen
 Medewerkers

DE VERGEMING
 Waar om
 Bijdrageplichtig
 Tarieven
 Aanpaktes
 Controles

E-Commerce
 FAQ

DE VERDELING
 Rechtenbepanden
 Bestagen

WETTELJK KADER
 Reglementen
 Wetgeving

RECHTSpraak

DOCUMENTEN
 Identificatie
 Aanpaktes

MELDPUNT

Nederlands **Français** **Deutsch** **English**

Zoeken **Stemmap** **Disclaimer** **Video**

Collectieve beheersverenootschap voor het kopiëren voor eigen gebruik van geluidswerken en audiovisuele werken

Tarieven van de onderworpen goederen

Deze lijst heeft niet tot doel volledig te zijn en geeft ter informatie filial de toestellen en dragers waar die tot op heden onderworpen zijn. **De vermelde tarieven zijn exclusief BTW.**
 Indien u vragen hebt omtrent een toestel of drager, aarzel dan niet om ons te contacteren.

Audiotoeestellen
 Voorbeeld: Casseterecorder,...

Geliktur eerde audiotoeestellen
 Voorbeeld: Radio-cassette recorder, hifi's,...

Analoge geluidsdragers
 Voorbeeld: Audiocassette,...

Numerieke geluidsdragers
 Voorbeeld: Audio CD, Minidisk,...

Videoeestellen
 Voorbeeld: Videorecorder, DVD-recorder,...

Gemittur eerde videoeestellen
 Voorbeeld: DVD-speler met videorecorder

Categorie AUDIO:
 3% van de verkoopprijs voor groothandelaars en fabrikanten
 3% van de aankooprijs voor kleinhandelaars

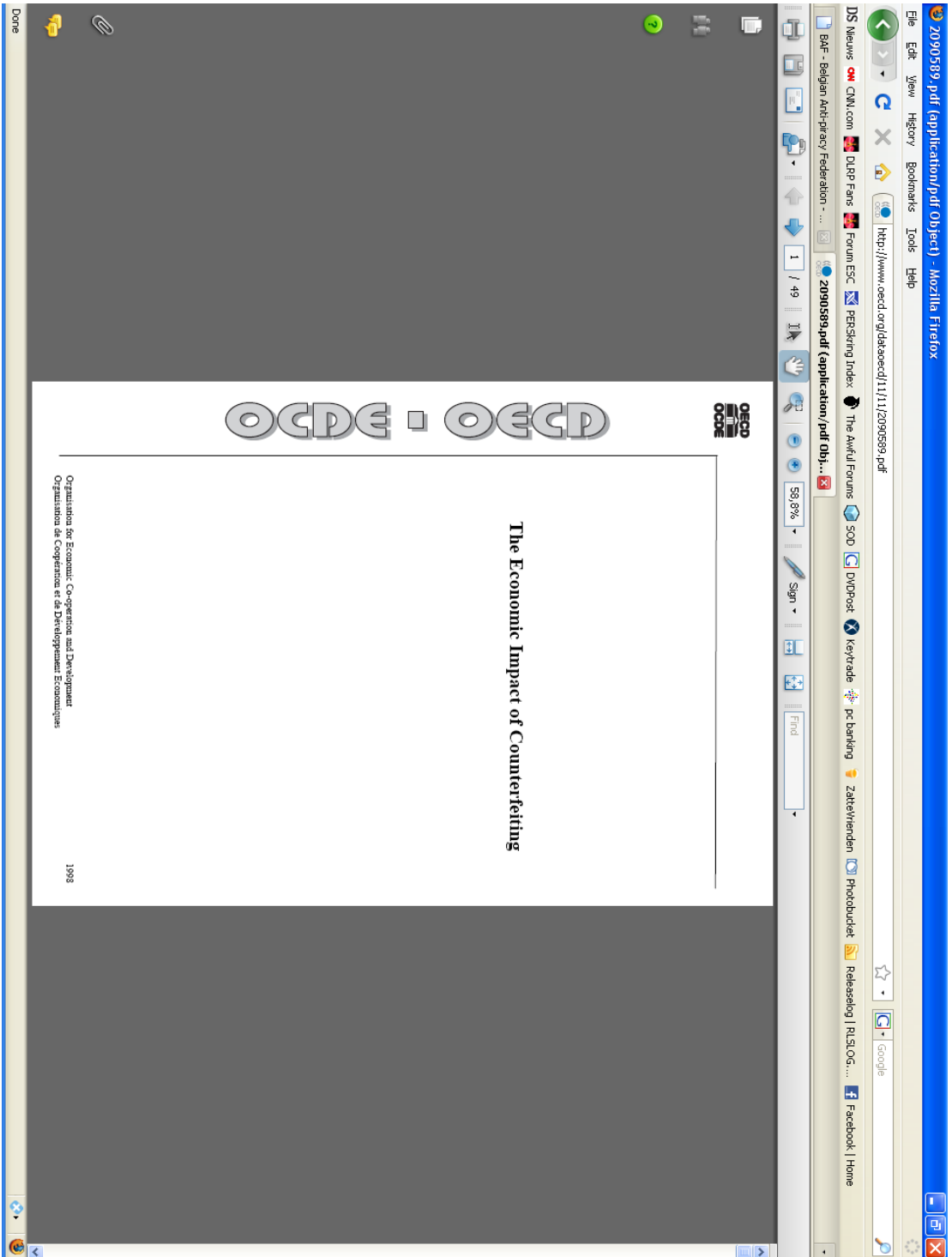
Categorie VIDEO:
 3% van de verkoopprijs voor groothandelaars en fabrikanten
 3% van de aankooprijs voor kleinhandelaars
 1,5% van de verkoopprijs voor groothandelaars en fabrikanten
 1,5% van de aankooprijs voor kleinhandelaars

€ 0,10/uur
 € 0,23/uur

1,5% van de aankooprijs voor kleinhandelaars

3% van de verkoopprijs voor groothandelaars en fabrikanten
 3% van de aankooprijs voor kleinhandelaars
 1,5% van de verkoopprijs voor groothandelaars en fabrikanten
 1,5% van de aankooprijs voor kleinhandelaars

Done



BAF - Belgian Anti-piracy Federation - Home - Juridische info - Sancties - Mozilla Firefox

File Edit View History Bookmarks Tools Help

DS Nieuws CWI.com Dier Fans Forum ESC PEPSting Index The Awful Forums 500 DVDPost Keytrade pc banking Zakewienden PhotoBucket Releaselog | RLS.OG... Facebook | Home



http://www.anti-piracy.be/nl/index.php?n=204

BAF - Belgian Anti-piracy Federation - ... BAF - Belgian Anti-piracy Federat...

bafe BELGIAN ANTI-PIRACY FEDERATION

NL FR EN Home | Sitemap | Contact

Zoeken

Over BAF

Juridische info

- Wetgeving
- Misdrijven
- Sancties**
- Jurisprudentie

Media

Info per sector

Filmpiraterij

Video games piraterij

Internetpiraterij

Partners

Links

Members

Juridische info | Sancties

Auteursrecht - art. 80 ev WAN

- Geldboete van € 550 tot € 550.000 env/of gevangenisstraf van 3 maanden tot 3 jaar
- In geval van herhaling: verdubbeling van de minima en maxima van de voorziene straffen
- Aanpakking env/of bekendmaking van het vormis op kosten van de maker
- In geval van herhaling: definitieve of tijdelijke sluiting van de inrichting van de maker
- Toewijzing aan de burgerlijke partij van de ontvangsten en de verbeurdverklaarde voorwerpen, in mindering of ten belope van het gelden nadeel

Computerprogramma's - art. 10 WRC

- Geldboete van € 550 tot € 550.000 env/of gevangenisstraf van 3 maanden tot 3 jaar
- In geval van herhaling: verdubbeling van de minima en maxima van de voorziene straffen
- Verbeurdverklaring van de materiele dragers waarmee de overtredding werd gepleegd

Kopieën van merken - art. 8 WRNP

- Geldboete van € 550 tot € 550.000 env/of gevangenisstraf van 3 maanden tot 3 jaar
- In geval van herhaling: verdubbeling van de minima en maxima van de voorziene straffen
- Verbeurdverklaring van de betrokken producten alsmede de voorwerpen die tot het plegen van het misdrijf hebben gediend, eventueel in mindering of ten belope van het geleden nadeel
- Vernietiging van de inbreukmakende goederen
- Definitieve of tijdelijke, gehele of gedeeltelijke sluiting van de door de veroordeelde geëxploiteerde inrichting en een permanent of tijdelijk verbod op de uitoefening van handelsactiviteiten door de veroordeelde

Done

WIRED

HOME | SUBSCRIBE » | SECTIONS » | BLOGS » | READ MAGAZINE

Issue 13.01 - January 2005
Subscribe to WIRED magazine and receive a FREE gift!

The Shadow Internet

They start with a single stolen file and pump out bootleg games and movies by the millions. Inside the pirate networks that are terrorizing the entertainment business.

By Jeff Howe

Page 1 of 4 [next >](#)

Just over a year ago, a hacker penetrated the corporate servers at Valve, the game company behind the popular first-person shooter *Half-Life*. He came away with a beta version of *Half-Life 2*. "We heard about it," says 23-year-old Frank, a well-connected media pirate. "Everyone thought it would get bootlegged in Europe." Instead, the hacker gave the source code to Frank - it turned out that he was a friend - so that Frank could give *Half-Life 2* to the world. "I was like, 'Let's do this thing, yo!'" he says. "I put it on Anathema. After that, it was all over."

Feature:	The Shadow Internet
Plus:	Behind the Scene

Story Tools

PRINT MAIL

Story Images

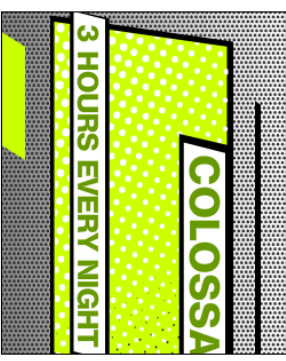
Click thumbnails for full-size images:



Rants + Faves

More >

Start



Anathema is a so-called topsite, one of 30 or so underground, highly secretive servers where nearly all of the unlicensed music, movies, and videogames available on the Internet originate. Outside of a pirate elite and the Feds who track them, few know that topsites exist. Even fewer can log in.

Within minutes of appearing on Anathema, *Half-Life 2* spread. One file became 30 files became 3,000 files became 300,000 files as Valve stood helplessly by watching its big Christmas blockbuster turn into a lump of coal. The damage was irreversible - the horse was out of the barn, the county, and the state. The original *Half-Life* has sold more than 10 million games and expansion packs since its late 1998 release. *Half-Life 2*'s official release finally happened in November, after almost a year of reprogramming.

DS Nieuws **CW** CWI.com **DUP** Fans **Forum ESC** **PEPS**tring Index **The Awful** Forums **SOD** **DVD**Post **Key**trads **pc** banling **Zake**vienden **Photo**buiket **Release**log | **RLS**OS... **Facebook** | Home

ISFE - Studies & Reports > Industry an... **FEDIS**

FEDIS
uw handel, onze zaak | votre commerce, notre affaire

Da Federatie **Da distribute** **Pers** **Dossiers** **Agenda** **Partnere** conlts **Onze** kofliggroepen **Publicite**

Toegang leden
login
pwl
paswoord vergeten? >>

Member benefits

Zakenreserveeren

FEDIS
MERCURIUS PRIJS
Handelszaak Van het Jaar

Social Day 2006

ENTERTAINMENT

Games

Onder "Entertainment"-producten verstaat men CD's, DVD's, video's en games.

Evoluie in eenheden

	2002	2003	2004	2005	2006
Consolegames	1.456	1.882	2.147	2.463	2.463
PC-games	807	1.350	1.142	1.311	1.854

Bron: GfK Panelselecties Benelux

Evoluie in waarden

	2002	2003	2004	2005	2006
Consolegames	36	91	94	104	115
PC-games	30	35	34	36	39

Done



Voor een veilige en legale digitale wereld

ZOEK WIND
INFO OVER BSA
PERSZAAAL

- + Managementbio's
- + Vragen van de media
- + Nieuwsarchiefven

EU BELEID
INFORMATIE OVER
LEGAL
SOFTWAREGEBRUIK
BSA ACTIVITEITEN

World Destination Page >> Belgium Home >> Perszaal >> News Releases

ILLEGAL GEBRUIK VAN SOFTWARE IN BELGIË GEDAALD TOT 25 %

Piraterij vermindert in bijna alle West-Europese landen

Wereldwijd en in de EMEA-landen neemt de piraterij toe als gevolg van de sterke groei van de pc-markt in de opkomende markten

IBELGIE – Het gebruik van illegale software op pc's is in België tussen 2006 en 2007 met 2 procentpunt gedaald tot 25 %. België volgt hiermee de algemene trend waarbij de piraterij in de meeste landen afneemt. Het vertees dat de sector leed als gevolg van illegaal gebruik van software in België blijft stabiel op 223 miljoen euro in 2007. De piraterij kende een terugloop in alle West-Europese landen en bedraagt er gemiddeld 33 % ten opzichte van 38 % wereldwijd.

Dit zijn enkele resultaten van de vijfde jaarlijkse wereldwijde studie over softwarepiraterij die vandaag werd gepubliceerd door Business Software Alliance (BSA), een internationale vereniging die de wereldwijde software-industrie verenigendoudigt. De studie werd in 108 landen uitgevoerd door IDC, de leider voor wereldwijd marktonderzoek en prognoses in de IT-sector.

"Dit rapport toont aan dat we in België nog steeds vooruitgang boeken in de strijd tegen de softwarepiraterij" zegt Jacco Brand, voorzitter van BSA-Benelux. "Het illegale gebruik van software nog verder terugomngen, zou een aanzienlijk voordeel zijn voor de lokale consumenten, de lokale software- en dienstbedrijven, de kleine bedrijven en de maatschappij in het algemeen. "Danzij de aantoudernde bewustmakingscampagnes van BSA in samenwerking met lokale organisaties ([www.bedrijfsicod.be](#), [www.industriewereld.be](#)), gecombineerd met gericht acties om de wetgeving te laten naleven, daalde het aandeel van de piraterij in België met 4 % sinds 2003. België heeft nu een gedeelde 5e plaats voor de laagste piraterijscore ter wereld."

De schade die softwarepiraterij aanricht, blijft niet beperkt tot het verlagen van de inkomsten van de sector. Een studie die BSA in januari publiceerde, toont aan dat het verminderen van de softwarepiraterij honderdduizenden nieuwe banen zou kunnen scheppen en miljoenen dollars economische groei zou kunnen genereren. Daarnaast zouden de belastinginkomsten stijgen, zodat er meer steun kan worden verleend aan lokale programma's en diensten. Een verlagng met ten procent van PC-softwarepiraterij zou 1.500 extra nieuwe jobs opleveren, \$ 340 miljoen belastinginkomsten en \$ 1 miljard economische groei in België.

We citeren enkele andere belangrijke vaststellingen van de studie:

- Van de 108 landen die aan de studie deelnamen, slaagden 67 eim de softwarepiraterij te verminderen en slechts in 8 landen werd een stijging opgetekend. Maar omdat de wereldwijde pc-markt het meest groeide in landen met veel piraterij, is het wereldwijde cijfer in 2007 met drie procentpunt gestegen tot 38%.
- Het omzetverlies door piraterij in de onderzochte landen liep op met 8 miljard \$ tot 48 miljard \$.
- De West-Europese landen waar piraterij het weligst thiert, zijn Griekenland (55%), Cyprus (50%), Italië (49%), Malta (46 %), Portugal, Spanje (beide 43%) en Frankrijk (42%). De landen waar de piraterij het minst sterk aanwezig is, zijn Luxemburg (21%) en België (25%), dat hetzelfde cijfer heeft als Oostenrijk, Denemarken, Finland, Zweden en Zwitserland.

Mozilla Firefox

File Edit View History Bookmarks Tools Help

DS News CWI.com DWP Fans Forum ESC PPSHng Index The Awful Forums SOD DVDPost Keytrade pc banking ZakeWenden Photobucket ReleaseLog | RLSLOG... Facebook | Home

http://www.haverford.edu/psych/ddw/ps/109g/kohlberg_stages.html

ISFE... Studies & Reports > Industry an... http://www.have...erg_stages.html

KOHLBERG'S MORAL STAGES

Kohlberg's theory specifies six stages of moral development, arranged in three levels:

Level I: Preconventional/Pre-moral

Moral values reside in external, quasi-physical events, or in bad acts. The child is responsive to rules and evaluative labels, but views them in terms of pleasant or unpleasant consequences of actions, or in terms of the physical power of those who impose the rules.

Stage 1: Obedience and punishment orientation

- Egocentric deference to superior power or prestige, or a trouble-avoiding set
- Objective responsibility

Stage 2: Naively egoistic orientation

- Right action is that which is instrumental in satisfying the self's needs and occasionally others'
- Relativism of values to each actor's needs and perspectives
- Naive egalitarianism, orientation to exchange and reciprocity

Level II: Conventional/Role Conformity

Moral values reside in performing the right role, in maintaining the conventional order and expectancies of others as a value in its own right.

Stage 3: Good boy/good girl orientation

- Orientation to approval, to pleasing and helping others
- Conformity to stereotypical images of majority or natural role behavior
- Action is evaluated in terms of intentions

Stage 4: Authority and social-order-maintaining orientation

- Orientation to "doing duty" and to showing respect for authority and maintaining the given social order or its own sake
- Regard for earned expectations of others
- Differentiates actions out of a sense of obligation to rules from actions for generally "nice" or natural motives

Level III: Postconventional/Self-Accepted Moral Principles

Mozilla Firefox is defined in terms of conforming to, obeying, transgressing, or shirking social conventions. The transgressor conforming to, see internal and action decisions are based on an inner conscience of

Done



enter search term

BROWSE GAMES

- All
- Action
- Adventure
- Strategy
- RPC
- Casual
- Indie
- Racing
- Sports
- Simulation

Steam News

Official Steam time: Saturday, July 19, 2008 - 5:14 pm

First In HalfLife Episodic Trilogy Debuts At Number 1

DATE BY ZONE: 11:40 AM - CHRIS BORTON - ORIGINAL ANNOUNCEMENT
GAMERS SAY YES TO EPISODIC CONTENT

Bellevue, WA, June 8, 2008 - Valve®, developer of the blockbuster series Half-Life® and Counter-Strike™, announced Half-Life 2: Episode One debuted at #1 on retail PC game charts across Europe, including the dominant markets of Germany, UK and France.

Episode One, released at retail outlets and via Steam® on June 1st, is the first in a trilogy of episodes that will conclude by Christmas of 2007.

"After spending six years creating Half-Life 2, we decided to build HL2's successor as a trilogy of episodes," said Gabe Newell, Valve's president and co-founder. "This has allowed us take greater risks in gameplay, move the technology forward faster, and let people know what happened when the Chadei blew up in 18 months, rather than asking them to wait 6 years."

Half-Life 2: Episode One advances the 15-million unit selling franchise and launches a new, three-part series that leads far beyond City 17. Half-Life 2: Episode One does not require Half-Life 2 to play, and is available via Steam and at retail stores around the world.

In addition to the new single player experience, two multiplayer games and a designers' Commentary Mode are also included. And those who purchase Episode One will have free access via Steam (www.steamgames.com) to Half-Life 2: Lost Coast, the interactive technology demo that introduces High Dynamic Range lighting to the Source™ Engine, Valve's award-winning game technology.

About Half-Life 2

Half-Life 2 has been named Game of the Year by over 35 organizations and sold over four million copies worldwide. The intense, realtime gameplay delivered in Half-Life 2 and Half-Life 2: Episode One is made possible only by Source, Valve's proprietary engine technology.

About Valve

Valve is an entertainment software and technology company founded in 1996 and

SEARCH NEWS

enter search term

FILTER BY PRODUCT

enter search term

CATEGORIES

- All Steam news
- Product releases
- Product updates
- Steam client updates
- Press releases
- Announcements

NEWS ARCHIVE (2008)

Jul Jun May Apr Mar Feb Jan

ARCHIVES BY YEAR

2008 2007 2006 2005 2004 2003 2002

RSS FEEDS

- Steam News
- Game Releases

34884414.pdf (application/pdf Object) - Mozilla Firefox

File Edit View History Bookmarks Tools Help

DS News CWI.com DLR Fans Forum ESC PERShing Index The Awful Forums

http://www.oecd.org/dataoecd/19/5/34884414.pdf

ISFE - Studies & Reports > Industry an... 34884414.pdf (application/pdf O...

59.8% Sign Find

Done

Unclassified

DSTI/ICP/IE(2004)13/FINAL

13-May-2005

English - Or English

Organisation for Economic Co-operation and Development

DIRECTORATE FOR SCIENCE, TECHNOLOGY AND INDUSTRY

COMMITTEE FOR INFORMATION, COMPUTER AND COMMUNICATIONS POLICY

Working Party on the Information Economy

DIGITAL BROADBAND CONTENT: The online computer and video game industry

Unclassified

DSTI/ICP/IE(2004)13/FINAL

13-May-2005

English - Or English

Organisation for Economic Co-operation and Development

DIRECTORATE FOR SCIENCE, TECHNOLOGY AND INDUSTRY

COMMITTEE FOR INFORMATION, COMPUTER AND COMMUNICATIONS POLICY

Working Party on the Information Economy

DIGITAL BROADBAND CONTENT: The online computer and video game industry

JT00184075

Document content accessible via ODS: [data user browser & style](#)

Complete document available via ODS in its original format

English - Or English



enter search term

BROWSE GAMES

- All
- Action
- Adventure
- Strategy
- RPC
- Casual
- Indie
- Racing
- Sports
- Simulation

Steam News

Official Steam time: Saturday, July 19, 2008 - 5:41 pm

Steam Surpasses 13 Million Accounts

MAY 23, 2007 | [Full Article](#) | [Press Release](#)

Becomes a Leading Destination for Millions of Gamers Worldwide

MAY 23, 2007 - Valve® today announced that Steam, the Bellevue, WA based company's pioneering PC platform for digital content, has surpassed 13 million active accounts. With over 150 games in a broad selection of genres and dozens of other PC applications, movies, and demos available, Steam has become a leading destination for millions of gamers around the world.

The activity of online gameplay via Steam averages over 7 billion player minutes per month. And, staying true to its roots of offering automatic updates for PC games and applications, Steam has served its growing audience a total of over 2,500 updates since its first release.

What began just a few years ago as a solution for auto-updating Valve's multiplayer games has evolved into a platform used by many of today's leading publishers and developers. This summer, more major publishers will announce that they are bringing their games to Valve's platform, using it for electronic distribution and including it in their retail product releases in order to take advantage of features such as anti-piracy, server browsing, marketing promotions and more.

"We've approached the development of Steam the same way we treat our online games; we release something we've tested, we internalize the feedback, and then we release new features and functionality based upon the feedback received," says Gabe Newell, president and co-founder of Valve. "In Steam's case, we have millions of customers who are gamers and dozens of customers who are developers and publishers. In the past year, we've added over 100 new titles from third parties, grown to over 13 million active accounts, and introduced new features such as Guest Passes and Free Weekends. This growth has taught us a lot and inspired many additional features and services that we'll be releasing later this year."

About Valve

Valve is an entertainment software and technology company founded in 1996 and based in Bellevue, Washington. The company's portfolio of entertainment

SEARCH NEWS

enter search term

FILTER BY PRODUCT

enter search term

CATEGORIES

- All Steam news
- Product releases
- Product updates
- Steam client updates
- Press releases
- Announcements

NEWS ARCHIVE (2008)

Jul Jun May Apr Mar Feb Jan

ARCHIVES BY YEAR

2008 2007 2006 2005 2004 2003 2002

RSS FEEDS

- Steam News
- Game Releases



enter search term

BROWSE GAMES

- All
- Action
- Adventure
- Strategy
- RPC
- Casual
- Indie
- Racing
- Sports
- Simulation

Steam News

Official Steam time: Saturday, July 19, 2008 - 5:44 pm

Steam Reaches 15 Million Accounts

February 7, 2008 8:53 AM - HOD WILTERS - PRESS RELEASE

Leading platform for PC Games Building Phenomenal Annual Growth

February 7, 2008 - Valve@ today announced that Steam®, a leading platform for PC games and digital entertainment, has surpassed 15 million accounts and realized year-over-year sales growth of 158% through the holiday season. The year also marked the debut of the Steam Community and launch of several best-selling and critically-acclaimed titles such as Call of Duty 4, Bioshock, and The Orange Box. Throughout 2008 more Community features will be introduced to support existing games as well as new titles such as Valve's Left 4 Dead.

Also new for Steam in 2008 is Steamworks, giving game developers access to game features and services available on Steam ranging from product key authentication and copy protection to auto-updating, social networking and matchmaking. Most importantly, the game features and services available in Steamworks are free of charge and can be used for both electronic and tangible versions of games.

"PC gaming is thriving, and has evolved into an era of constant connectivity," said Gabe Newell, president of Valve. "That connectivity gives us the ability to have a much better relationship with customers, not just for delivering our games, but across all aspects of our business - including the design, development, and support of our games. Features like Guest Passes, Free Weekends, Gifting, and the Steam Community have been very well received both by customers and the developers who are using Steam. We are accelerating our release of new functionality in the next year as well as finding new ways to work with our partners such as the release of Steamworks, which allows them to bring the many benefits of Steam to their packaged products."

< Back

SEARCH NEWS

enter search term

FILTER BY PRODUCT

enter search term

CATEGORIES

- All Steam news
- Product releases
- Product updates
- Steam client updates
- Press releases
- Announcements

NEWS ARCHIVE (2008)

Jul Jun May Apr Mar Feb Jan

ARCHIVES BY YEAR

2008 2007 2006 2005 2004 2003 2002

RSS FEEDS

- Steam News
- Game Releases

The Steam Platform - The Steam Review - Mozilla Firefox

File Edit View History Bookmarks Tools Help

http://steamview.org/posts/steamplatform/

DS News CW.com Dier Fans Forum ESC PPSKing Index The Awful Forums DVDPost Keytrade pc banking ZakeWenden Photobucket ReleaseLog | RLS.OG... Facebook | Home

ISFE - Studies & Reports > Industry an... The Steam Platform - The Steam...

Comment and discussion on Valve Software's digital communications platform.

The Steam Review

THE STEAM REVIEW: (Register/Log in) - (Fixed/Fluid) - Browse... Search

The Steam Platform

Where should Valve go next? : July 26th, 2007 :: Features :: 39 Responses

A guest article from reader Andy Simpson.

Valve **recently announced** that Steam has over 13 million active accounts, excluding those that haven't been used for a month. Even if some users actively use more than one account, this is still a fearsome number of users and seems to confirm the position of Steam as the market leader for digital distribution, but there are other services vying for position in the market.

GameSpy/IGN are in the game with Direct2Drive, Turner with Gametrail, EA with EA Link, GAME with a new **on demand service** powered by Metaball, and probably a couple of others. Xfire is bringing gamers' IM capabilities and server browsing. Gamespy have **Comade** and Microsoft is trying to bring gaming under one umbrella with Games For Windows Live.

All these services fit into slightly overlapping areas, and it's only a matter of time before an almighty competition breaks out between them, and so I would say that we're at, or close to, a turning point in the history of gaming on the PC platform and I think now is probably a good time to examine the origins and long-forgotten promise of Steam.

Long Distant Origins

Steam was originally intended to be a shared set of technology components that could be used by any software publisher. Reading the 2002 Steam **press release**, you can see that many of the ambitions listed have gone unfulfilled.

Dave Robston, Vice President of Engineering, ATI Technologies Inc:

We will use the tools Steam gives us to create an automatic driver update and configuration management facility to deliver the most current and complete graphics drivers directly to the user, and ultimately add to an immersive and outstanding gaming experience.

5 years on, and we're seeing **the same thing** promised. We've told that:

Steam is designed to support a wide variety of models for hosting, billing, and support. Allowng for any number of partnerships and implementation, Steam was built as a modular platform.

This too, has gone unfulfilled. There is one implementation: Valve's. There's only one method of billing currently being used, a bog-standard one-time purchase. Hosting is all on the Valve content servers and there are barely any partnerships to speak of. Even the innovative content streaming features of Steam mostly lie unused, even by Valve games. It's depressing that the best example right now is the original Half-Life! Even source games don't properly take advantage of content streaming.

Steamworks - Mozilla Firefox

File Edit View History Bookmarks Tools Help

http://www.steampowered.com/steamworks/index.php

DS News CW.com DLR Fans Forum ESC PPSpring Index The Awful Forums DVDPost Keytrade pc banking Zakevienden Photobucket ReleaseLog | PLS.OG... Facebook | Home

ISFE - Studies & Reports > Industry an... STEAMWORKS

VALVE BUSINESS SOLUTIONS

Steamworks | Source Engine

INTRODUCING STEAMWORKS

Steamworks makes your PC games and your business better by providing proven game services, publishing services, and development tools.

Used by 15 million gamers. Now available to you for free.

- > Now your game can use the same platform that supports over 250 PC game titles.
- > With no licensing fees and no charge for bandwidth, keep your customers up-to-date and together with a unified system.
- > There is no requirement that you sell your game on the Steam digital store.
- > Plus, Steamworks does not have a certification requirement—your game and its future are yours to control.
- > Connect with your customers.

STEAMWORKS

- OVERVIEW
- GAME SERVICES
- PUBLISHING SERVICES
- DEVELOPMENT TOOLS
- GETTING STARTED
- MEMBER LOGIN

Product Brochure (pdf - 3.4Mb)

VALVE

Done

Joystiq

Main RSS | Categories Features Xbox 360 Wii PS3 PSP DS PC Mac PS2 Galleries

Welcome to E3 Special
MORRIX & MY UN F ROCK BAND BASH FRENCH A SPECIAL
GAMES
GAMES
GAMES

About Joystiq
Send us tips!

Breaking News »

- 7.17** Wrath of the Ubi King goes beta
- 7.17** Castle Crashers, Galaga Legends, more on XBLA in 4-6 weeks
- 7.17** NPD: Wii hits 10.9m US sales, becomes console leader
- 7.17** EA, LucasArts and BioWare building KOTOR MMO
- 7.17** Microsoft pulled Halo announcement for a stupid reason



Continuing

Joystiq @ 500

LIVE COVERAGE
JULY 7th - 17th

Valve shares SteamWorks toolset with PC development world

by Christopher Grant Jan 29th 2008 9:45AM Filed Under: PC, Business 36 Comments

STEAMWORKS

- Game Services
- Retail Backend Services
- Development Tools

In a bold move to further establish Steam as the de facto PC gaming service, Valve has unveiled SteamWorks, a "complete suite of publishing tools" they're releasing to the PC development community at large for free ... as in no money. What exactly comprises said suite? Real-time stats on everything

Master of Arts In Education

- Curriculum and Instruction
- Computer Education
- English as a Second Language
- Early Childhood Education
- Elementary Teacher Education
- Secondary Teacher Education
- Cross-Categorical Special Education

University of Phoenix
LEARN MORE ONLINE

Sponsored Links
Advertise on this site.

- #### Joystiq Network Features
- Izuna 2: Hands-on with an Unemployed Ninja
 - LittleBigPlanetJoke
 - The Digital Continuum: Five KOTOR MMO Jedi counter-measures
 - Joystiq E3 hands-on: Wii Sports Resort
 - Wrath Beta patch notes: Ferai and Restoration Cruds
 - Joystiq E3 hands-on: Wii Music
- More network features >>>

PC Gamer Secrets According to Valve's Steam Network - GigaOM - Mozilla Firefox

DS News CW.com Dier Fans Forum ESC PPSHong Index The Awful Forums 500 DVDPost Keytrade pc banking ZakeWenden Photobucket ReleaseLog | RLS.OG... Facebook | Home

http://gigaom.com/2008/04/27/what-valves-steam-network-tells-us-about-pc-gamer-platforms/

PC Gamer Secrets According to Valve's Steam Network

Best of the GREEN WEB

Hycrete Solidifies \$15M for Green Concrete
By Craig Roberts
Green concrete maker Hycrete has raised \$15 million in a Series C round of funding, the company tells us this morning. The round was led byMohr

ADD TO THE DISCUSSION

CHEVY

ABOUT ADVERTISE CONTACT RSS

All Stories | Web | Broadband | Infrastructure | Mobile | Voice | FoundRead | Mobilize 08 | Briefings | Archives

PC Gamer Secrets According to Valve's Steam Network

Alistair Croll, Sunday, April 27, 2008 at 9:00 PM PT

You can tell a lot from a gamer's hardware. And in the gaming world, nobody knows more about the platforms on which PC gamers run their games than the Steam game distribution network. In 2000, Half-Life was one of the best-rated, best-selling games of all time. Created by Valve, it was distributed through traditional retail channels. When it came time to release the sequel, however, Valve went direct. Using the Steam platform — Steam's desktop software handles game registration, purchasing and patching, sort of like an iTunes for gamers — Valve distributed its game directly to consumers.

Traditional game publishers weren't happy. But the resulting legal battle between Valve and Vivendi was ultimately won in Valve's favor. Today, the Steam network lists 259 titles, and delivers games to roughly 1.3 million users. The distribution model has also revitalized veteran games like Deus Ex, as well as breakout indie titles such as Portal, Ragdoll Krugth and Audiosurf. In January, the company launched Steamworks, a set of publishing and development tools with gameplay and sales analytics built in. And on March 17, Epic announced that it would distribute its Unreal series on the Steam-powered network.

One of the things the Steam agent does is collect data on gamers' systems. Since 2004, Valve has published these statistics periodically. They represent a snapshot of the world's gaming desktops, detailing everything from language to video cards to storage space.

We've crunched the results of the last four years' surveys in GigaOM's supercomputers (at least by 1608 standard), and with the help of the Internet Wav-Bak Machine, here's what we learned:

Comments (1)

Related Stories
Part 1: Valve's Steam Survey of 1M+ Desktops & Their Components by Jimmy
Powered by Sphire

Take a survey!
Thanks!

SPONSOR GALLERY

BE THE EXPERT
Drive Site Traffic with Video SEO

edgeCast
Click for a Free Trial
Content Delivery Network (CDN)

Click here to read The Innovation Dilemma
How to Achieve High Performance through Strategic Research and

accenture

GAMASUTRA

GAME CAREERGUIDE

A WEBSITE FOR STUDENTS AND EDUCATORS

WHO SAYS NEXT-GEN ART HAS TO BE EXPENSIVE!

news | features | companies | jobs | resumes | education | product guide | projects | store

join | contact us | advertise | write a profile

Compiled by Quang Hong

Author's Bio

Gamasutra June 20, 2005

Contents

Question of the Week Responses: Digital Game Distribution

Pinch Friendly Version

Common Tasks

- Change Login/Pass
- Post A Job
- Post Feedback
- Post Reviews
- Post An Event
- Post A Contractor
- Post A Product
- Write An Article
- Get In Art Gallery
- Submit News

My Resume

Welcome! [Login...](#)

Letters

Latest Letters to the Editor:
Perpetual Layoffs by Alexander Brandon [09.21.2007]

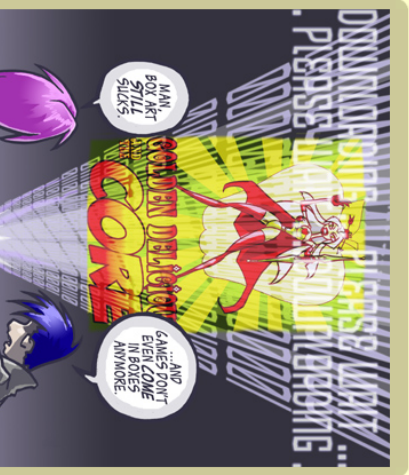
Done

Question of the Week Responses: Digital Game Distribution

Features

The latest Question of the Week asked: "Are digital downloads going to become the predominant way of purchasing and playing PC or console game content in the future, or will physical game copies continue to be the conventional distribution method?"

The consensus of the responses we received indicated a marked interest in the potential of digital distribution. Some commented on Valve's Steam "contest" distribution platform and indie game distribution as the front runners of a possible digital distribution revolution, but others remarked on the emotional and physical reassurance of having a hard copy. Another valid point raised was the state of the secondary or used games market should digital distribution come to pass.



intel

What is Intel Doing In Visual Computing?

Read now

Read now

Get more >



JobsInIT.be

- HOME
- NIUWS
- REVIEW
- DOWNLOAD
- HELP
- SMARTDIZ
- ZDNET TV
- JOBSINIT
- TECHNOLOGIE
- BUSINESS
- INTERNET
- MULTIMEDIA
- SECURITY
- OPINIE
- MUZIEK
- VIDEO
- GAMING
- FOTO

Zoek:

alle woorden Heel Zohra zoek site map | reacties

NU OP ZDNET TV: IPOD NANO | IS DE MAC ALLES? XML

Nieuws » Multimedia » Video zondag 20 juli 2008

BAF en Kinopolis verklaren oorlog aan filmpiraten
 Onder meer kijkt u in de aflevering van 26 mei 2008
 Bron: ZDNet

REAGER
 pagina: 1 2

Nieuws op ZDNet »

Hardware
Future Tech
Software
Mac
Open Source
Windows
Toepassingen
Trends
Overheid
Financieel
Infrastructuur
Online
Webapps
Security
Muziek
Video
Gaming
Foto
Technologie
Telnet
Opinie

Kinopolis gaat voor de harde aanpak van filmpiraten. De bioscoopketen **REAGER** woensdag een anti-piraterijcampagne in al zijn digitale zalen. Die wordt aangevuld met een reeks maatregelen om bezoekers met camcorders te betrappen.

De Belgien Anti-piracy Federation (BAF) gaat nog een stap verder en pleit voor de inzet van veiligheidsagenten, metaalbedorven en het doorzoeken van jassen en tassen.

Het plan van Kinopolis is bijna identiek aan de Britse aanpak die BAF vorig jaar in oktober voorstelde. Intern wordt een anti-piraterijmedewerker aangesteld die het beleid uitstippelt en het personeel opleidt. Een campagne moet de bezoekers informeren.

BAF gaat zelf de politiediensten voorzien van informatieve folders. Uit het verleden blijkt immers dat agenten wel eens een ongenomen film wisselen als voorzorgsmaatregel. Helemaal is er dan geen sprake meer van bewijsmateriaal.

Verklark piraten per sms

Een operationele maatregel is de kliklijn die Kinopolis opent. Als u een bioscoopgang met een camera of gsm ziet opnemen, kunt u een sms'je naar het nummer 3009 sturen met de boodschap 'Pirata' + stad + zaalnummer. Als het bericht leidt tot de vaststelling van een overtreding, dan krijgt de verzender vijf euro's cadeau, voor het Kinopolis-personeel zit er nog meer in, zij kunnen vijfhonderd euro verdienen.

- Nieuws »**
- Intel-personeel frast tussen Amsterdam en Brussel
 - Mitigation Medion naar Nederland
 - Rechter wil geen censuur over kraak filter-chip
 - Fortis Nederland lekt gegevens rijke klanten
 - Goeroe kraakt TrueCrypt
- Populaire Reacties »**
- Telnet verhoort Imieten en snelheid (Update) (119)
 - iPhone toch niet zo simlockvrij (47)
 - Seagate maakt harde schijf van 1.5 TB (32)
 - Ubuntupop's van Dell doen intrede in Europa (30)
 - WgW in werkgheugen laden is koperoververdring (30)

BitTorrent.org » For Users - Mozilla Firefox

File Edit View History Bookmarks Tools Help

http://www.bittorrent.org/production.html

DS News CW.com DLR Fans Forum ESC PPSkrng Index The Awful Forums DVDPost Keytrade pc banking Zakeiwienden Photobucket ReleaseLog | RLSLOG... Facebook | Home

ISFE - Studies & Reports > Industry an... Elektronische Newsletter VUB

SAFE en Kinopolis veilaren ooring aan fr... BitTorrent.org » For Users

Google

Home For Users For Developers Forums Donate!

BitTorrent.org

Home For Users For Developers Forums Donate!

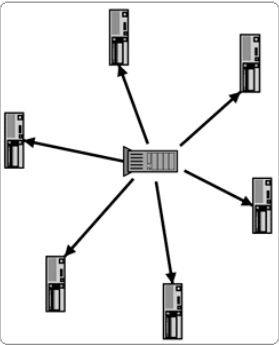
What is BitTorrent?

BitTorrent is a free speech tool.

BitTorrent gives you the same freedom to publish previously enjoyed by only a select few with special equipment and lots of money. ("Freedom of the press is limited to those who own one" — Journalist A.J. Liebling.)

You have something terrific to publish -- a large music or video file, software, a game or anything else that many people would like to have. But the more popular your file becomes, the more you are punished by soaring bandwidth costs. If your file becomes phenomenally successful and a flash crowd of hundreds or thousands try to get it at once, your server simply crashes and no one gets it.

There is a solution to this vicious cycle. BitTorrent, the result of over five years of intensive development, is a simple and free software product that addresses all of these problems.

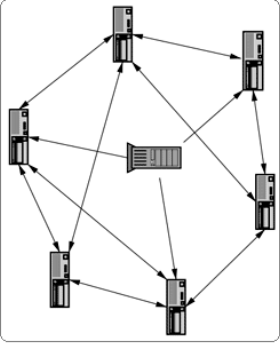


**The Problem with Publishing:
More customers require more bandwidth**

The key to scalable and robust distribution is cooperation. With BitTorrent, those who get your file tap into their upload capacity to give the file to others at the same time. Those that provide the most to others get the best treatment in return. ("Give and ye shall receive!")

Cooperative distribution can grow almost without limit, because each new participant brings not only demand, but also supply. Instead of a vicious cycle, popularity creates a virtuous circle. And because each new participant brings new resources to the distribution, you get limitless scalability for a nearly fixed cost.

BitTorrent is not just a concept, but has an easy-to-use implementation, capable of swarming downloads across



Done

Piracy Beyond P2P: One-Click Hosters - Mozilla Firefox

DS News CW.com Dier Fans Forum ESC PPSHng Index The Awful Forums 500 DVDPost Keyboard pc banking ZakeWenden Photobucket ReleaseLog | PLSUG... Facebook Home

ISFE - Studies & Reports > Industry an... Piracy Beyond P2P: One-Click Hos... X

http://newteevee.com/2007/06/17/one-click-hosters/

CSGROM WebWorkedDaily NewTeeVee Earth2Tech OStatic Mobilize 08 Jobs

About Advertise Contact

Hardware | Shows & Stars | Stats | Money & Power | Apps | Legal | Distribution | Networks & Studios | Mobile | Startups

NewTeeVee

IT'S WHERE TO STOP BEFORE YOU SHOP.

CONSUMERACTION.GOV

NewTeeVee Home Follow the video revolution

NewTeeVee Station Find the best web video

Pier Screenings Taking it to the big screen

NewTeeVee Live 08 Meet the future of media

SEARCH

Written by **Janko Roettgers**
Posted Sunday, June 17, 2007 at 12:00 AM PT

Piracy Beyond P2P: One-Click Hosters

Sicko, Hostel 2, the new Fantastic Four flick: You can get all those summer blockbuster via BitTorrent. Of course, there is a small chance that you actually might get in trouble for doing so, which is why more and more people turn to so-called "one-click" hosting sites instead, where all these movies are readily available for download as well.

One-click hosting has become a huge business during the last few years. The two market leaders [RapidShare.com](#) and [Megaupload.com](#) claim to each transfer more than a hundred terabyte of data every single day. Rights holders are slowly waking up to this trend — and suddenly realize that this is the cruel revenge of the market place for their file-sharing lawsuits.

Most one-click hosters have a fairly simple business model: They allow their users to upload a file without prior registration. Users in return get a link that they can forward to their friends or publish on their own website. Downloaders have to click through to the hosting website to

12 diggs

done

SPONSOR GALLERY

peer1 we get IT
Markus Fehd | plantofish.com
No. 1 Free Online Dating Site
His story

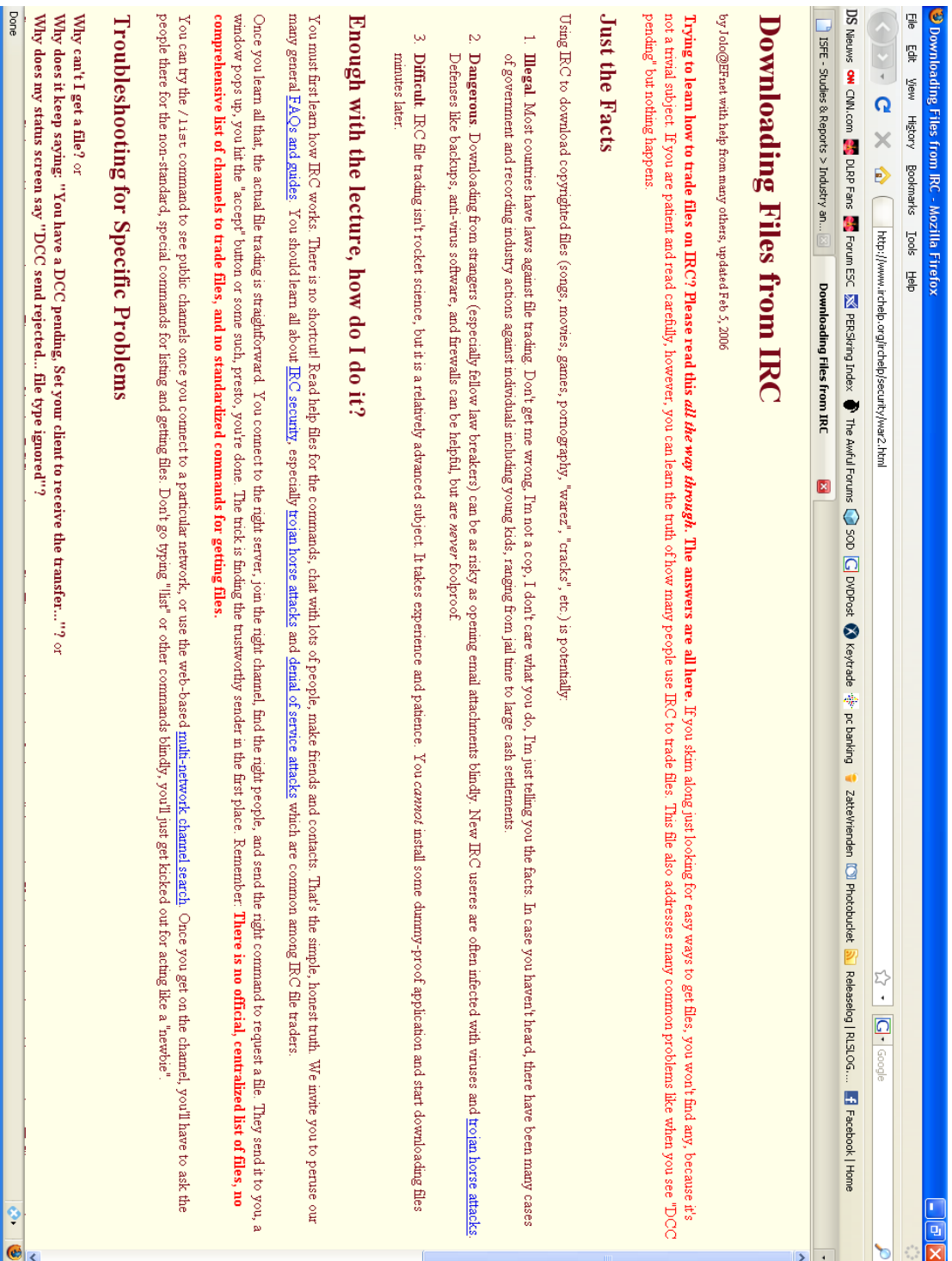
brightcove
GET FOUND
2008 Video SEO Strategies

ecopreneurs earth2tech
calling all ecopreneurs

Become a sponsor

REGENT
Avril Ascends, But YouTube Withholds Her Crown
I Want My I Want My HD Stream

Don't forget to take that survey before you go



Essay: Usenet, the Original Piracy Hotbed < NewTeeVee - Mozilla Firefox

File Edit View History Bookmarks Tools Help

http://newteevee.com/2007/06/02/usenet/

DS News CW.com Dier Fans Forum ESC PPSHring Index The Awful Forums 500 DVDPost Keytrade pc banking Zakewvrienden Photobucket ReleaseLog | PLSLOG... Facebook | Home

ISFE - Studies & Reports > Industry an... Essay: Usenet, the Original Piracy...

Gigamon WebWorkedDaily NewTeeVee Earth2Tech OStatic Mobilize 08 Jobs

About Advertise Contact

Hardware | Shows & Stars | Stats | Money & Power | Apps | Legal | Distribution | Networks & Studios | Mobile | Startups

IT'S WHERE TO STOP BEFORE YOU SHOP

CONSUMERACTION.GOV

NewTeeVee Home Follow the video revolution

NewTeeVee Station Find the best web video

Pier Screenings Taking it to the big screen

NewTeeVee Live 08 Meet the future of media

SEARCH

Written by **Janko Roetters**
Posted Saturday, June 3, 2007 at 7:43 AM ET

Essay: Usenet, the Original Piracy Hotbed

So you think piracy is primarily taking place on BitTorrent, eMule and Gnutella? Think again. There is a whole parallel universe out there with people trading huge amounts of DVDs, TV shows, warez and porn. Three terabytes of new content every single day, to be precise. Welcome to Usenet, the original piracy hotbed.

Usenet is a little bit like P2P's estranged uncle. People started trading files over newsgroups around the time when Napster founder Shawn Fanning attended kindergarten. The face of Usenet has changed dramatically in recent years, though. It has become big business for some. It has been under legal scrutiny, but escaped major lawsuits. Will the next step be Hollywood-friendly commercialization?

Usenet has been around since the early eighties as a kind of decentralized publishing and discussion platform. It consists of thousands of newsgroups, most of which are somewhat of a mix between a mailing list and a public bulletin board. Newsgroups can be accessed with specialized newsgreader applications or through web gateways.

SPONSOR GALLERY

peer1 we get IT
Markus Fehd | plentypfisch.com
No. 1 Free Online Dating Site
His story

brightcove
GET FOUND
2008 Video SEO Strategies

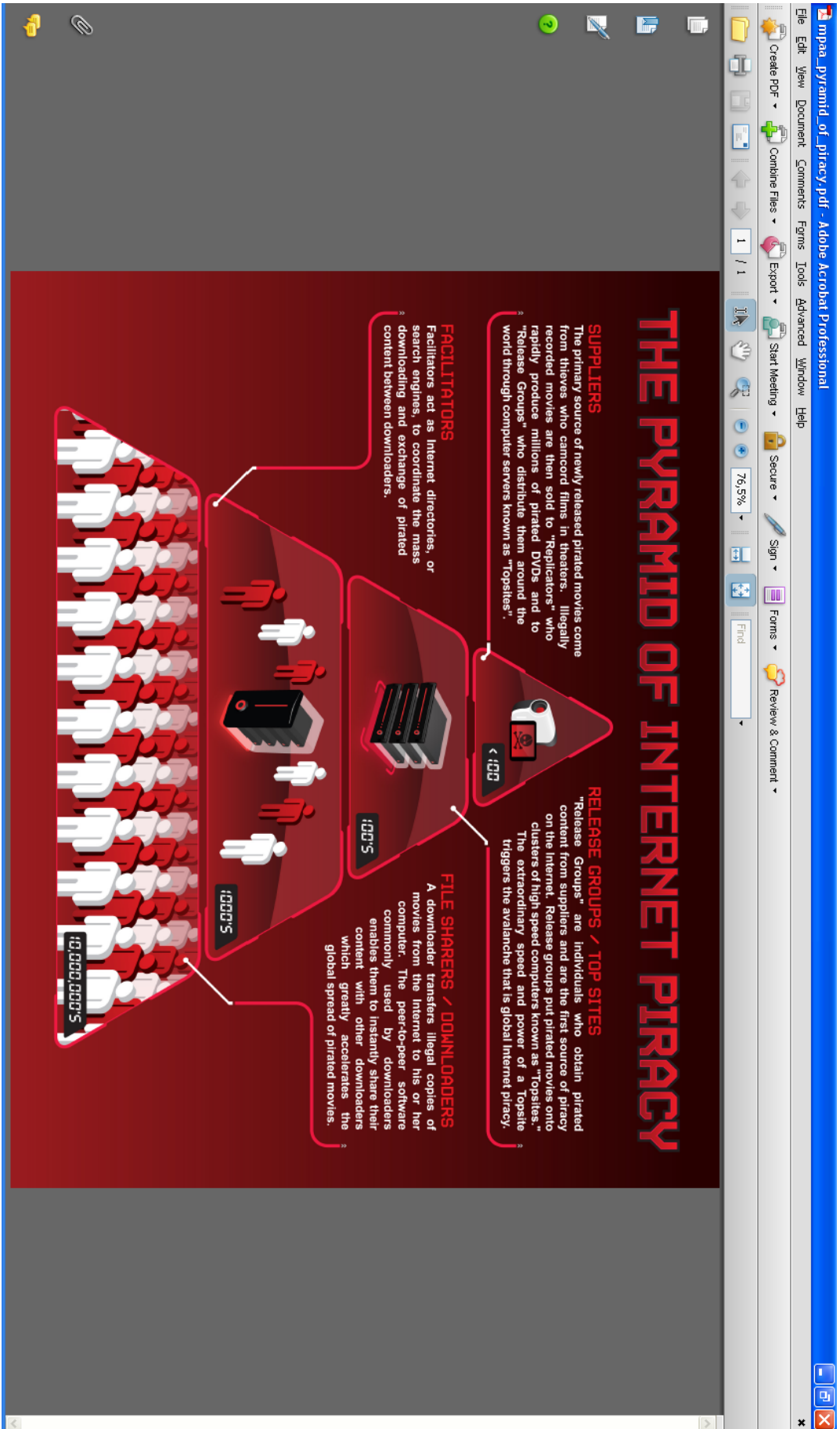
Escape the drudgery
Gigamon Jobs

Become a sponsor

RECENT
Avril Ascends, But YouTube Withholds Her Crown
I Want My I Want My HD Stream

Don't forget to take that survey before you go

Done





- NEWS & REVIEWS
- VIDEOS
- FORUMS
- DOWNLOADS
- CHECK PRICES
- MUSIC CENTRE
- PODCASTS
- IPHONE LAUNCH CENTRE

Join CNET.com.au Login

Broadband »

ADSL | Cable | VoIP | Wireless

Getting Steamed: digital distribution for games isn't there yet

By Craig Simms on 18 April 2008

Tags: distribution | games | international | online | rest of world | steam | valve software | publisher | alert | update

E-mail to a friend Printer-friendly version Increase font size



Steam is becoming the online gaming distribution system du jour, with big publishers flocking to sign their titles on to the download service. Such is the penetration that owner Valve software has indicated interest in distributing media content outside of games.

It's all rosy then -- if you live in the USA.

Steam users outside of North America have been on the receiving end of some pretty questionable treatment from the big publishers for a while now. Either games suffer a greatly marked up price outside of Uncle Sam, or are simply not available.

Valve has consistently responded that they offer the service worldwide, and it's up to game publishers to determine availability and pricing -- so we decided to track down the local publishers, and where possible elevate it higher to get an answer. The range of responses was interesting, to say

Latest broadband articles

- More Australians using broadband than dial-up: ABS
- Getting naked not worth it: AAPT
- Naked DSL extends broadband reach
- Optus loses the sunshine state
- iPhone madness: What's a gigabyte worth?
- Telstra trials faster Next G speeds
- Photos: Tlufe | Melbourne
- Telstra unveils Tlufe | Melbourne
- Vodafone: No 'dollar-a-day' broadband for Aussies

Product finder

Search for a product by brand

The Explain Series Telstra Explains ADSL2+

Game industry's Steam-powered war - PC News at Gamespot - Mozilla Firefox

File Edit View History Bookmarks Tools Help

DS News CW CMV.com DRBP Fans Forum ESC PERSKing Index The Awful Forums 500 DVDpost Kaytrade pc banking zatterwanden Photobucket Releaselog RLS.O5... Facebook Home

http://www.gamespot.com/news/6112797.html

Game Industry's Steam-powered...

CNET NETWORKS ENTERTAINMENT | gameSpot | gameFAQs | SportsCenter | MP3.com | TV.com | iMakratic

GAMESPOT news

home pc xbox 360 wii ps3 ps2 psp ds

All News PC News Console News Rumor Control SPOEBAR

Print E-mail Comment Tag Facebook Digg

Game industry's Steam-powered war

By selling games directly over the Web, Valve is experimenting with a model that could substantially transform the video game industry--for gamers, as well as retailers and publishers.

By John Borland, **News.com**
Posted Nov 9, 2004 12:19 pm PT

For weeks now, bits and pieces of Valve Software's Half-Life 2, one of the year's most hotly anticipated computer games, have been trickling onto nearly two million computers around the world.

Along with Tuesday's release of Halo 2 for Microsoft's Xbox, the game is one of a series of sequels that the game industry is betting on for a record sales season. Half-Life 2 won't be out until next week, but Valve's new broadband content distribution network, Steam, has been slowly loading players' computers with the game so they'll have it at their fingertips the moment it's released.

The network, which has been used to a lesser extent over the past few years to distribute updates and less-anticipated games, is getting its

Search

Log In

Join Gamespot | Forgot Login | Help

Email: Password:

forums videos cheat codes features downloads news

MGS 4 Game Guide
Conquer Solid Snake's final mission with our game guide.

Half-Life 2
Publisher: VU Games
Developer: Valve Software
Genre: Soft-Franchise Shooter
Platform: PC
Release Date: Nov 16, 2004
Add to My Games

Unable to connect
Firefox can't establish a connection to the server at ad.yieldmanager.com.

Latest News

Done


FEDIS.pdf - Adobe Acrobat Professional

File Edit View Document Comments Forms Tools Advanced Window Help


Create PDF Combine Files Export Start Meeting Secure Sign Forms Review & Comment

FEDIS

<http://www.fedis.be/print.asp?id=5233&lng=nl&nivreau1=0&from=10...>



EERSTE FORUM ONLINE BETALINGEN ANALYSEERT EVOLUTIE VERSCHILLENDE BETAALMETHODEN



becommerce.be

De online-verkoop zit in de lift. In 2007 steeg het aantal online betalingen met 60%. Het vertrouwen van de consument in online handel stijgt zienderogen en meer en meer handelaars springen mee op de kar. Naar aanleiding van het eerste forum omtrent online betalingen, gezamenlijk georganiseerd door Fedis en BeCommerce, wordt de vraag herhaald dat België de wet afschaft die het eisen van een voorschot bij een online-aankoop verbiedt.

Het aantal online-transacties in ons land steeg in 2007 met 60% ten opzichte van 2006. Dat is de grootste stijging ooit. In omzet was er een stijging van 70%. De groei van online-verkoop toont dat de consument niet langer wantrouwig staat tegenover online-betalingen. De uitbreiding van het aanbod aan verschillende betaalmethoden heeft bovendien gezorgd voor het bereiken van consumenten die niet over een kredietkaart beschikken. Deze conclusies werden getrokken uit een eerste forum over online betaalmethoden georganiseerd door Fedis en BeCommerce samen met de verschillende aanbieders van betaaloplossingen.

Online betalen met een kredietkaart blijft de meest gebruikte methode maar de debetmethoden groeien

4. Interviews

4.1. Bas Meijer

Zijn illegale downloads zo een groot probleem als in de media wordt voorgesteld?

Een doodsteek vind ik redelijk hard gesteld. Ik denk niet dat het een doodsteek is. Wat je wel ziet, is dat het marktaandeel van pc-games aan het teruglopen is. En dat is een trend die al een tijdje in gang is gesteld. En dat waarschijnlijk wel, naar ons inziens, wel komt omdat er meer invloed is van illegale downloads. Aan de andere kant is er nog steeds een grote markt voor pc-games. Dus een doodsteek zou ik niet zeggen, dat niet, maar het is weldegelijk van invloed.

Het is voelbaar aanwezig?

Ja, ik bedoel, iedereen die tegenwoordig met internet bezig is, die weet hoe makkelijk het is om illegale downloads te verkrijgen. Het is niet altijd even gemakkelijk om dat dan ook te installeren, maar als je een beetje je best doet dan is er altijd wel iets te vinden waardoor je toch een illegale game op die manier kunt gaan spelen. En in dat opzicht is het vervolgens absoluut wel een prioriteit om daartegen actie te ondernemen. En dan kun je op twee manieren doen. Natuurlijk aan de ene kant door het moeilijker te maken om full games te kunnen downloaden. Aan de andere kant, en dat is belangrijker nog, is dat je ook de mensen een alternatief moet bieden. En dat alternatief bestaat uit een aantal goeie redenen waarom de mensen toch een game legaal moeten aanschaffen. En dat kunnen redenen zijn van dat je op een legale server kunt spelen, tot en met dat je extra service krijgt en dat het een toegevoegde waarde heeft om een game legaal te verkrijgen, te kopen, en niet illegaal te downloaden via internet.

Daar heb ik verschillende argumenten voor gevonden in de literatuur, zoals extra's bij DVD's, een collectors box, mooi doosje... Bedoelt u dat ermee?

Jaja, onder andere. Maar belangrijker nog, als je kijkt naar een paar voorbeelden waarbij er minder sprake is van illegale downloads, dat zijn met name de games die een zware online-component hebben (zoals Wow, Battlefield...). Wat je daar ziet is dat de mensen graag spelen op een officiële server, en daar moet je meer moeite voor doen om op die server te geraken dan als je gewoon een authentiek product koopt. Daarbij is het een kwestie dat je je moet registreren, een account aanmaken, een groot aantal persoonlijke gegevens, credit card informatie in sommige gevallen geven. Mensen die illegale games willen, die zijn in het algemeen niet erg happig om zulke informatie te verstrekken die wel nodig is om te kunnen spelen. Dus daar zit een toegevoegde waarde in, mensen erkennen dat ook als toegevoegde waarde. En in dat opzicht is het belangrijk om service te bieden als tegengewicht voor het illegale product.

Doen jullie ook aan repressieve acties, zoals rechtzaken aanspannen tegen gekende piraten, als EA als geheel. Dat was vroeger bij de muziekindustrie meer de strategie, nee?

In principe zijn wij aangesloten bij de instanties in BE en NL die daarvoor waarborg staan zeg maar, dus die ervoor zorgen dat die illegale tak ook wordt bestreden. Daarnaast hebben wij internationaal ook een afdeling die zich daarmee bezig houdt. En dus zijn wij daar uiteraard zeker actief in. Het mes

snijdt langs 2 kanten. Aan de ene kant moet je zorgen dat het niet zo verschrikkelijk makkelijk wordt dat het met 1 druk op de knop verkrijgbaar is. Aan de andere kant moet je een goed alternatief bieden voor de mensen die wel bereid zijn ervoor te betalen en die hun versie legaal... het moet veel aantrekkelijker zijn voor mensen om een game legaal te kopen dan uitgebreid op zoek te gaan naar illegale downloads.

Ik vat het correct samen als ik zeg dat de strategie eerder werkt om te stimuleren van legaal te gaan dan te demotiveren van illegaal te gaan?

Ik denk dat je beiden moet doen. Ik denk dat je in beide gevallen... het moet niet zo zijn dat iedereen het normaal vindt dat er illegale downloads zijn en dat iedereen zegt dat het normaal is en dat iedereen het doet. Het is en blijft een criminele activiteit, mensen horen te betalen voor deze producten. Dat geldt ook voor andere producten: je steelt ook niet uit een winkel. Er steekt heel veel tijd en moeite en energie en geld in een game. En als mensen het dan heel gemakkelijk vinden en downloaden zonder er ook maar enigszins voor te betalen... het spreekt voor zichzelf dat dat niet kan en dat dat een criminele activiteit is.

Langs de andere kant, het is een feit dat het zo is. En je kan je ogen ervoor sluiten of er heel hard tegen gaan vechten. Het is beter ook om daarnaast een pad te belopen waarbij je zegt de mensen die wel bereid zijn niet illegaal te downloaden iets extra gaat bieden. Op beide vlakken moet je je daarmee bezig houden, niet alléén maar defensief, en niet alléén maar zorgen dat je zeg maar legale games promoot. Het moet een beiden-verhaal zijn. De consument moet snappen dat het illegaal is wat hij doet, maar daarnaast heeft het ook nog heel veel voordelen als hij het legaal doet.

Een van de vaakste voorkomende redenen die mensen aanhalen om illegaal te downloaden is dat games te duur zijn. Maar door het illegaal downloaden wordt het ook steeds kostelijker om games te maken. Is dat een vicieuze cirkel waar nooit een uitweg uit zal zijn, of zijn hier ideeën voor?

Als je kijkt naar het algemeen, het groter worden van het illegale circuit, zal leiden tot een verschraving van het aanbod. Het zal minder lucratief worden om games voor het platform pc uit te gaan geven, dus krijg je een minder aanbod van games. En daarbij komt het product pc-games ook niet hoger op de prioriteitenlijst te staan. Sterker nog, andere kanalen waar duidelijk wel groei in zit zullen meer aandacht krijgen. Dus, een vicieuze cirkel, ja in dat opzicht wel omdat het de kwaliteit van de producten niet ten goede komt. Simpelweg, marktechnisch, hoe meer je uit een bepaald kanaal kan halen, hoe meer investeringen je ook in dat kanaal doet. Dus op het moment dat illegale downloads het marktaandeel van pc naar beneden gaan brengen is er ook minder interesse vanuit de markt om in dat specifieke kanaal te gaan investeren.

We zijn nu 2008, er is al een aantal jaren de mogelijkheid om via internet spelletjes te kopen en ze laten opsturen in de doos. Gaat de overstap gemaakt worden, binnen aanzienbaren tijd, naar enkel digitale aankopen, zodat de boxed verkoop van pc--games verdwijnt?

In mijn optiek gaat de boxed verkoop nooit helemaal verdwijnen. Het scenario dat iedereen gaat downloaden binnen korte termijn is in mijn optiek... je zult zien dat de groep mensen die kiest voor legale downloads zal groeien en sterk zal toenemen. Dat zijn ook de verwachtingen van onderzoeken die daarnaar gevoerd zijn. Daarnaast zal er altijd een grote groep mensen zijn die gewoon in de winkel hun product willen kopen, vanuit een service-oogpunt, of omdat ze toch aan het shoppen zijn, of omdat ze nu eenmaal graag een product in een box kopen, dus

met een hoesje erbij. Nee, in mijn optiek is het niet zo dat die hele markt dadelijk zal verdwijnen. Ik denk wel dat er op termijn nieuwe manieren zullen worden gevonden om content naar de consument te brengen. Een van de belangrijkste drivers daarvan is gemak, hoe gemakkelijker het wordt om iets te kopen, hoe sneller mensen dat zullen gaan doen. Maar er wordt al jaren geroepen als er iets nieuws ontstaat, "dat gaat het andere totaal vervangen". Tot nu toe is er nog geen enkel medium geweest, ook niet het internet... toen de televisie werd geïntroduceerd riep iedereen "dat is het einde van radio" en toen radio kwam zeiden ze "dat is het einde van de krant". Ik denk nooit dat het iets helemaal zal vervangen. Het zal dingen veranderen, er zullen nieuwe modellen met retailers komen, waarbij het gemak om content, producten, naar mensen te brengen voorop zal komen te staan. Dus dat het zal veranderen is zeker, maar dat het verdwijnt, dat weet ik zeker dat het niet zal gebeuren.

Als u nu spreekt als 'game-industrie/publisher'. Wat zou u verkiezen, in het ideale geval dat u een systeem kan kiezen, ofwel boxed ofwel digitaal, wat zou voor u het voordeligste uitkomen?

Het is niet onlogisch om te beseffen dat een direct kanaal voor alle partijen interessanter is en kostenefficiënter is want je hebt een stuk minder logistieke kosten, overhead kosten,... denk daarbij aan de opslag van producten, vervoer van producten... Alle kosten die daarmee gepaard gaan. Dus uiteindelijk is het digitaal verspreiden van een product vele malen aantrekkelijker dan het verschepen van een product dat in een doosje zit. Daarnaast denk ik dat het niet zoveel uitmaakt voor de consument waar hij het koopt, direct bij een game publisher of een retailer. Dat doen mensen zeg maar nu ook niet, iedereen heeft zijn eigen voorkeur voor een bepaalde retailer of een bepaald kanaal. En dat zal ook zo blijven, en de consument geeft daarbij dan de doorslag. Die zal uiteindelijk kiezen wat voor hem het interessantste kanaal is. Dat kan zijn op basis van prijs, loyaliteit, andere zaken. Maar die diversiteit zal altijd blijven.

Als u boxed verkoop samen ziet gaan met legale downloads van games. Zou u dan zien dat er in de toekomst een evolutie is naar verschillende aanbieders, elke publisher die zijn eigen kanaal heeft, of zie je dat meer als één online winkel waar de publishers samenkomen om digitaal te verkopen via internet?

In principe heb je nu al een aantal kanalen (Direct2Drive, Steam van Valve, wij hebben EA Store) maar ook winkels hebben een kanaal waarbij je direct kan downloaden (free record shop voor muziek, itunes store). Ik denk dat het altijd een diversiteit zal blijven. Het is ook absoluut niet, in mijn optiek, de intentie van een publisher om het helemaal in je eentje te willen doen. Je wil uiteindelijk zoveel mogelijk van je producten verkopen en dat betekent dus dat je via zoveel mogelijk kanalen wil afzetten. Dat is in het verleden altijd de beste strategie gebleken, en dat zal ook digitaal zo zijn.

Ik kan me niet inbeelden dat iemand op zijn computer 25 verschillende download managers wil geïnstalleerd hebben om zijn spelletje te spelen, van verschillende makelijken.

Dat ben ik met je eens. Ik denk dat er inderdaad wel een limiet aan zit van hoe je dat gaat doet. Maar dat heeft in principe niet zozeer met de client te maken, maar meer met wat voor soort DRM-systeem dat je gebruikt. En ik denk wel dat er op een gegeven moment een bepaalde standaard zal komen in het DRM-systeem. Dus het beveiligingssysteem van je digitale producten, want het is niet handig dat je 100 systemen moet hebben die dan vervolgens nog eens niet compatibel zijn met elkaar. In dat opzicht denk ik dat je net als bij muziek met

mp3, op een gegeven moment werd mp3 de standaard voor digitale muziek. Wat je ziet is dat er veel meer initiatieven zijn van anderen, microsoft die met hun eigen format komt, itunes dat met hun eigen format komt... Daarin zal wel doorslaggevend zijn hoe je het naar de consument brengt en wat daar uiteindelijk de beslissende factor in is. Wederom, ik denk dat dat grotendeels gemak is. Als ik mijn ipod aansluit heb ik itunes nodig en met een druk op de knop heb ik nieuwe muziek gedownload in hun format. En dat ik dan niet mp3 heb, dat kan ik nog altijd omzetten, maar goed. Ik ga voor gemak in dit geval. De drager, het distributiekanaal, daar zal volgens mij veel meer standaardisatie in plaatsvinden. Maar niet zozeer in het aantal punten waar je content zou kunnen gaan kopen. Ik denk dat er niemand bij gebaat is een monopolie op het kanaal te hebben.

Met een standaard is het probleem van de verschillende aanbieders opgelost, qua downloadformat.

Dat denk ik wel. Bij DRM, dus hoe je bepaalde digitale content beveiligd, is er voordeel voor de hele industrie als daar een bepaalde standaard in komt. Dan wordt het voor de consument helderder van 'hoe is die beveiliging' en 'ik heb geen honderden verschillende dingen nodig om mijn content te kunnen consumeren'. Dat zijn altijd van die vragen waar je uiteindelijk moet gaan afwachten wat daar de ontwikkelingen in worden.

Dus DRM staat nu nog niet op punt. Er komt uit verschillende hoeken kritiek op: als ik mijn spelletje kwijt ben, kan ik het dan nog opnieuw installeren? Als ik op een andere computers wil spelen, lukt dat dan nog? Daar is de ontwikkeling nog mee bezig dus?

Ja, ik denk wat je zegt is absoluut waar. En ik denk dat je wil in de loop der tijden meer zal toe gaan, dan vooral met internet, dat het steeds sneller en handiger wordt om zaken te gaan streamen. En ik denk dat daar wel een nieuwe slag in zal worden geslagen. Nu heb je nog met downloads te maken, maar misschien kan je straks zelfs spreken over streamen van bepaalde vormen van content. En dat het ook draagbaar wordt. De connectiviteit tussen zaken, wifi en dat soort zaken, en dan praten we over toekomstmuziek, dat dat ook veel verder gaat en dat je je content altijd en overal zal kunnen consumeren. Dat je het nooit meer zult hoeven te downloaden bij wijze van spreken. Maar goed, dat is heel ver in de toekomst. Ik denk dat je op korte termijn mensen altijd een alternatief moet kunnen bieden voor als hun computer crasht of ze hun materiaal kwijt zijn. In dat soort gevallen moet je mensen wederom als service kunnen aanbieden dat ze de content opnieuw mogen downloaden mits het voor je eigen gebruik is natuurlijk.

Is dat nu het geval bij EA Store?

Ja, wij geven mensen in principe... Ten allen tijde kunnen ze de content opnieuw downloaden. Het is wel zo dat het gekoppeld zit aan een DRM-systeem om te checken of het ook aan jouw account is gekoppeld. Anders zou het heel gemakkelijk zijn om het aan iedereen door te geven. Dus het zit gekoppeld aan je account, en dat is dan gekoppeld aan je betalingsgegevens. Dat zijn dus ook dingen die mensen niet echt graag aan hun vrienden geven bij wijze van spreken. Wij bieden ook mensen de mogelijkheid om een game, stel voor dat je computer crasht en je bent alles kwijt, dan kan je hem opnieuw downloaden. We hebben ook de mogelijkheid als een service, om die tijd die je daarvoor hebt ook te verlengen. Dus om te zeggen, ik wil gewoon dat die game ten allen tijde beschikbaar is, dan betaal je daar een klein bedrag voor, maar heb je ook permanent toegang tot die game.

Dat had ik niet goed begrepen uit de beschrijving van de EA Store. Dus het is weldegelijk zo dat je maar voor een bepaalde tijd de rechten koopt om het spel te spelen?

Ja. Je koopt in principe, als je hem eenmaal gedownload hebt heb je het recht om het spel uiteraard te spelen, want je hebt ervoor betaald. Dus in dat geval kan je de game downloaden, de backup zeg maar. Je kan er dan zelf een backup van maken in principe, maar je kan ook kiezen om gewoon de backup op de server van EA te laten staan. En wij vragen dan een 'extended download service', dat is een uitbreiding van de service die wij standaard bieden, waarbij mensen kunnen zeggen 'ik wil dat mijn game permanent beschikbaar is op de server van EA' zodat ze ten allen tijde, het maakt niet uit of het over 3 jaar is, kunnen downloaden.

Als we dan kijken naar de kosten van een digitaal spel, of een spel op CD op DVD. Waar komen we dan uit qua prijs bij EA-store?

Wij hanteren dezelfde prijs als de retail. Wij gaan niet goedkoper of duurder dan retail, we proberen dat in lijn te houden met het kanaal van de retail.

Onze business bestaat nog steeds grotendeels uit boxed product verkopen. In dat opzicht willen wij onze retail-partners er juist bij betrekken, bij dat proces, en niet zozeer met hen de concurrentie aangaan. Wij hebben meer het idee, dit is een toekomstige markt die zich gaat ontwikkelen. Wat voor ons belangrijk is, is daar nu al bij te zitten. Wat je al zei, als je enkel defensief doet en je biedt geen alternatief, dan ben je heel kortzichtig bezig. Dus je moet ook een alternatief naar de consument brengen, en EA-store is zo een alternatief waarbij je dus betaalde games direct kan downloaden. Dan wordt vaak gedacht dat EA de concurrentie aangaat met retail, maar wij zien dat niet zo. Wij zien dat als een voor ons belangrijke markt waar wij gewoon op aanwezig moeten zijn. En die voor ons uiteraard ook voordeel biedt dat wij direct aan onze consumenten kunnen leveren. Maar dat wil niet zeggen dat we daarom concurrent worden van onze traditionele retail-partners. Sterker nog, wij zouden het juist stimuleren dat retailers ook in het project zouden stappen en dat wij onze content ook via hen digitaal kunnen aanbieden.

Iets anders dan. Als je online aan distributie gaat doen liggen de kosten ook lager. Is de drempel dan misschien ook lager voor kleinere studio's om hun games op die manier te verspreiden?

Dat denk ik wel. Er zijn een aantal voorbeelden van geweest, Psychonauts bijvoorbeeld, een relatief kleine game die doordat hij zo een kleine nichemarkt aanspreekt niet zo interessant is voor traditionele retailers om in hun winkel te leggen. Een van de grote problemen die je met retail hebt is dat je schapruimte nodig hebt, en aangezien het aantal platformen enorm gestegen is, begint schapruimte inmiddels een schaars goed te worden. En dat zie je dan vertaald in als er zo een kleine nichegame komt, zeggen mensen 'ja goed, ik kan daar beter een goed verkopende titel neerzetten dan een kleine titel die maar een heel klein publiek aanspreekt'. Dat soort publishers die dat soort game uitgeven zullen er juist baat bij hebben bij hebben, bij die nieuwe vorm van digitale distributie. Omdat ze op die manier toch een markt kunnen creëren voor hun game, een markt die ze misschien normaal gesproken niet zouden kunnen krijgen omdat hun product té niche is, of er te weinig vraag naar is. En er zijn voorbeeld van waarbij dit heel succesvol is gebleken.

Hebt u een zicht op hoe het hier in Vlaanderen zit met de videogamesmarkt?

Je kan het vergelijken met Nederland. Met name België, ook Vlaanderen dan, daar staat het nog iets meer in zijn kinderschoenen. Over het algemeen, e-commerce in België is, door een aantal wetten natuurlijk, wat moeilijker, verkoop op afstand oa., wat moeilijker te realiseren dan in andere landen. Daarom zie je ook dat, waar in Nederland al een aantal sites zoals bol.com of Bart Smit, die toch al een volledige internet-tak hebben, een internetwinkel hebben of volledig op internet bestaan, ze in België nog wat terughoudender zijn. Ik weet wel dat Fnac en Colruyt bijvoorbeeld, dat die wel al initiatieven opgezet hebben om op internet te kopen en ook aan te leveren. Maar de Belgische consument, in mijn beleving, is toch ook wat terughoudender met aankopen op internet toch. Hij heeft wat meer binding, denk ik, met een traditionele winkel waarbij hij kan gaan kopen en uitzoeken, en waarbij hij een groot assortiment tot zijn beschikking heeft.

Het browsen tussen de dozen in de winkel, dat hoort bij de winkelervaring.

Exact. Al kan je dat op internet ook doen hoor. Maar ik denk dat daar toch een verschil in zit. Dat mensen er toch ook van genieten, dat het een soort uitje is, dat ze graag naar de winkel gaan en daarin gaan browsen en shoppen om te kijken wat er allemaal te koop is en... dat dat nog steeds voor een groot gedeelte van de Belgische markt de voorkeur krijgt boven shoppen op internet. Plus dat ik wel eens een keer met mensen van associaties voor e-commerce gesproken heb. Ik geloof dat ook vanuit de Belgische overheid het niet heel erg wordt gestimuleerd om online of e-commerce een flinke boost te geven. Ik weet wel dat er gesprekken zijn, maar ja. In dat opzicht is de Belgische markt nog wat kleiner dan in NL. In NL zijn mensen wat meer gewend aan het kopen op internet. Hoewel, als je het vergelijkt met de US markt, daar is dat daar doodnormaal. En dat heeft dan natuurlijk ook weer te maken met het gebruik van de creditcard wat daar veel meer ingeburgerd is dan überhaupt in Europe. En shoppen op internet gaat toch vaak gepaard met het betalen met een creditcard. En ook daarin zie je dat mensen dat toch niet normaal vinden om te betalen op internet met creditcard.

Dat beeld komt terug in mijn vragenlijst. Mensen zouden liever met bankoverschrijving betalen voor online aankoop van games. Zou dat mogelijk bestaan om zo iets te organiseren?

Wat wij wel doen is een systeem dat heet 'click-and-buy', vergelijkbaar met Paypal. Als je iets koopt met click-and-buy, dan doen zij de betaling op jou en schrijven het dan van je bankrekening af. Dat is een soort intermediair in de betaling, net zoals Paypal, daar heb je in principe geen creditcard voor nodig. Ze moeten wel je bankgegevens hebben zodat ze vervolgens een afschrijving van je rekening kunnen doen. Dat zijn wel manieren, maar een directe afschrijving of een accept-giro is logistiek gewoon heel lastig. En met dit soort nieuwe trajecten probeer je toch ook een zo direct mogelijk betalingsverkeer te laten plaatsvinden. Plus dat op het moment dat je de game bestelt, wil je hem natuurlijk ook direct downloaden en spelen. Met een accept-giro die je thuis krijgt en je moet wachten tot het betaald is, ben je heel het voordeel van direct alweer downloaden kwijt. Want dan moet je alsnog wachten totdat het geaccordeerd is. Wij preferen om een directe betaling te doen, want dan heb je ook direct toegang tot het product en kan je direct gaan downloaden en op het moment dat het gedownload is spelen. Dat is natuurlijk ook het grote voordeel van digitale distributie ten opzicht van het naar de winkel gaan op een zondag. Of als de winkels gesloten zijn, en je

wil vandaag graag de game spelen en dat kan dus niet. Of je woont op een buitengebied waar je eerst een halfuur moet rijden om naar een winkel te gaan waar ze games verkopen. Dat soort voordelen heb je allemaal met digitale distributie, en dat moet je dan niet teniet doen door accept-giro systemen.

Er was beperkte interesse voor prepaid kaartjes, zoals bij WoW. Zou dat tot de mogelijkheden behoren?

Dat is absoluut een mogelijkheid waar we naar aan het kijken zijn. Ik denk dat het wel verschilt per game. Bij WoW heeft het absoluut zin omdat het een abonnementservice is die zij bieden en je verlengt je account iedere keer. Bij xbox live heb je microsoft points die je kan kopen in de winkel. Voor ons is dat zeker een optie voor bepaalde games, of we dat met EA-store ook echt op die manier gaan doen, dat weet ik niet, daar zijn we wel naar aan het kijken. Maar dat is op dit moment nog te vroeg denk ik. Eerst kijken op het op deze manier ook werkt. Mocht het zijn dat de markt daar naar vraagt, dan is het zeker een optie die we zouden kunnen overwegen. Vooralsnog leent prepaid kaartjes zich beter voor service-based games, dus online games of zaken waarmee je met een points-systeem werkt waar je een virtuele wallet aanschafft waar je met punten bepaalde content kan kopen.

Ik had nog een vraag over DRM. Een andere kritiek is de tweedehandsmarkt die volledig buitenspel wordt gezet omdat je een game niet kan doorverkopen. Weten jullie dat die klacht er is?

Daar zijn we ons absoluut bewust van, maar de zaak is dat je het niet kunt laten doorverkopen omdat het product aan je account is gekoppeld. Dat betekent dat je in dit geval ook je account zou moeten doorverkopen. Dat is iets wat mensen niet willen. Vaak zit dat ook gekoppeld aan je ingame statistieken en je ingame identiteit. Dat is helemaal niet iets wat mensen graag doorverkopen. En als het dan toch gebeurt is het aan iemand om dat dan ook te doen. Nee, het is niet zo dat je de game zoals een boxed product zomaar op de markt verkoopt, en dat daar iemand voor betaalt en je het doosje en cd gewoon overdoet. Dat klopt, dat ben ik met je eens. Of dat een ontzettend groot nadeel is, en een reden om het niet te doen, dat weet ik niet. Ik heb niet de indruk dat dat een doorslaggevende factor is waardoor mensen zeggen 'ik ga toch maar een boxed product kopen'. Ik denk dat mensen voornamelijk een game kopen omdat ze hem graag willen spelen en niet zozeer met het idee van 'ik kan hem dadelijk nog eens doorverkopen'.

Maar ik neem aan, na een jaartje spelen heb je het ook wel gezien. Maar het is dus niet zo eenvoudig om met DRM een titel over te zetten van mijn account naar de account van mijn vriend?

Nee, dat is niet mogelijk. Het is niet mogelijk om te zeggen 'ik heb dit spel gekocht en ik wil hem nu...'. Het is wel mogelijk om, zoals bij itunes, kan zeggen 'ik betaal het voor mijn vriend' of voor iemand. Dat kan wel, maar het is niet mogelijk om te zeggen 'ik heb hem gekocht en ik doe hem nu over aan iemand anders'. Dat is niet het geval.

Wat is daar het grote probleem mee? Waarom kan dat precies niet? Stel dat de statistieken enzo er niet toe doen. Dat je dat kan wissen en gewoon de titel overschrijven naar een andere account.

Dat heeft te maken met het DRM-verhaal, dat jij aantoont dat je de eigenaar en de koper van dat product bent. Dat gebeurt door verificatie van je account. En aan je account zitten hier betalingsgegevens vast gekoppeld, en je account

fungeert als een verificatie-tool. Dus als je het product wil doorgeven, dan moet je ook je account doorgeven. En dat is niet iets wat je wil, want misschien wil jij... je gaat dan zeggen van 'die game heb ik gedownload en ik wil niet mijn volledige account... want daar zit ook mijn Battlefield en wat weet ik allemaal van andere producten die ik niet wil doorgeven in'. Dus vanwege die DRM-koppeling aan je account-gegevens kan je niet een product overzetten.

We gaan beginnen afronden. Even kort op de bal spelen. Digitale/legale downloads op de Vlaamse markt. Mogelijk of niet?

Ja, absoluut, dat is zeker mogelijk. Ik denk dat er absoluut een markt voor is. De vraag is, hoe groot is die. Ik denk nog niet dat die dermate groot is. Dat het nu nog een klein begin, early adopters zijn die het doen. Maar ik heb er absoluut vertrouwen in dat het een groeiende markt is en dat we ook in Vlaanderen die markt steeds meer zullen zien toenemen.

Digitale downloads als alternatief voor illegaal downloaden?

Ja, absoluut, daar geloof ik zeker in. Ik denk dat het voordeel van een legaal product waarbij je allerlei additionele bonussen krijgt, of een additionele service krijgt zodat je ook op een server van EA speelt, en niet op een illegale manier, dat dat absoluut gaat werken.

4.2. Swen Vincke

Is softwarepiraterij zo een groot probleem voor uw sector als de media zeggen?

Daar zijn twee theorieën over. Langs de ene kant is het zo dat, als je ziet hoeveel games er gespeeld worden, en dan vooral als je kijkt naar games die online gespeeld worden, en als je kijkt naar de verkoopscijfers, dan merk je dat er toch een heel erg grote discrepantie tussen is. Dus het is weldegelijk een probleem. Langs de andere kant heb je dan de klassieke theorie die zegt, mensen die die illegale games spelen zouden ze toch niet kopen. Dus je maakt er eigenlijk geen verlies op. Welke van de twee er nu juist is, is moeilijk te zeggen. Er is wel een interessante studie geweest van iemand die een online casual game heeft verkocht. En hij was beginnen experimenteren met zijn kopieerbeveiliging, hij had die op een bepaald moment heel sterk gezet. En hij merkte dat hij bijna geen meerverkoop had. Op een bepaald moment als de kopieerbeveiliging zwak was, waren er miljoenen mensen aan het spelen. Als hij hem strikt zette waren er honderdduizenden aan het spelen en zijn miljoenen was hij kwijt. Dan heeft hij zijn kopieerbeveiliging weer op zachtjes gezet.

Dus een te strikte beveiliging schrikt mensen af?

Nee, de beveiliging was goed en zorgde ervoor dat mensen niet meer konden kopiëren, en dus speelden ze het ook niet meer.

Dus een videogamebedrijf moet een deel gekopieerde games accepteren?

Dat is hetgeen wat er gesuggereerd wordt door dat onderzoek. Ik weet niet of dat juist is, daarvoor is er te weinig onderzoek gebeurd. Maar het is wel iets dat je intuïtief aanvoelt als je spreekt met... Je moet zien wie de games koopt. Games worden vooral gekocht door kinderen tot 12-13 jaar. Dan is er een gat tussen, en dan begint dat weer naar boven te gaan tot 28-30 jaar. Kinderen, dat zijn

duidelijk de ouders die games kopen. En kinderen kunnen ze nog niet kopiëren, want ze zijn nog niet voldoende [technisch ontwikkeld]. Een keer ze dertig zijn, dan hebben ze geld maar hebben ze geen tijd meer om te kopiëren dus kopen ze het gewoonweg. Als ze geïnteresseerd zijn. Er tussen wordt er heel veel gegamed, maar dat past niet in een studentenbudget omdat games redelijk duur zijn. Dus dan kopiëren ze maar. En ik denk dat als ze een kopie te pakken krijgen, dan kopen ze het toch niet. Dus het is een heel flou gebied, en het is heel moeilijk om daar iets intelligent over te zeggen. Het merendeel van de cijfers over piraterij die we hebben, komen van bedrijven die anti-piraterijsoftware verkopen, of vanuit uitgevers. Het is een probleem, maar ik weet niet of je er echt veel aan kan doen. Behalve dan misschien de prijs van games naar beneden brengen, dat is dan weer een ander probleem.

En als je op een digitale manier games kunt gaan verkopen, dus naar je eigen computer downloaden na betaling, zou dat voor kleinere studio's een voordeel kunnen zijn?

Ja, natuurlijk. Het hangt er vanaf hoeveel middelmannen er tussen zitten. In het klassieke model heb je ontwikkelaar, uitgever, distributeur en dan de winkel. En meestal zijn er dan nog een paar andere stappen tussen. En die koek moet altijd gedeeld worden. Dus de prijs van een spel wordt altijd hoog. Als je een spel hebt van 50 euro in de winkel, brengt dat voor de ontwikkelaar, als het goed zit, 7-8 euro op. Dus tussen die 8 euro en die 50 euro die de consument betaald heeft, heb je nog redelijk wat geld dat in een mysterieuze zone zit. Dus moest een ontwikkelaar rechtstreeks aan zijn consument kunnen verkopen aan een lagere prijs, dan denk ik dat het logisch zou zijn te verwachten dat er effectief minder piraterij zou zijn want de prijs wordt goedkoper. Dat weet ik nu wel natuurlijk niet. Maar het is wel zo dat direct sales online belangrijker worden.

Uw eigen studio, Larian, jullie hebben in 2002 Divine Divinity gemaakt. Wat ik zie, als je spelletjes nu opnieuw gaat aanbieden, dat ze een 2^e leven gaan krijgen via digitale delivery. Hebben jullie daar al naar gekeken om zoiets te doen?

Wij werken met uitgevers, wij zitten in het klassieke model. Maar die uitgevers bieden wel onze games digitaal aan voor download, in verschillende territoria. Het is zo dat je, dat is zeker net zoals met een game die op de markt is, heeft ook meerdere levens: het gaat in de budgetbak, compilaties, enz. En dan krijg je door digitaal downloaden ook nog eens een extra verkoop daardoor. Het is ook zo dat die digitale verkoop steeds belangrijker wordt ook. Dus die stijgt wel, ten opzicht van het klassieke model van de cd die in de winkel ligt.

Op digitale verkoop, daar zit ook DRM aan verbonden. Daar komt veel kritiek op, in de zin van 'we kunnen niet meer tweedehands verkopen', 'we kunnen in bepaalde landen het spel niet downloaden' etc. Hebt u daar een mening over?

Als consument of als ontwikkelaar?

Als allebei graag.

Als ontwikkelaar denk ik, als we effectief de prijs van games naar beneden zouden doen, dan hebben we een vorm van DRM nodig. Omdat uiteindelijk, de productiekost van een game is enorm hoog en moet terugverdiend worden. En DRM is natuurlijk een methode om dat te bereiken. Als consument dan baal ik er natuurlijk van. Als ik bijvoorbeeld bij iTunes, ik kan hier geen iTunes video kopen via mijn iTunes. Dat werkt op mijn zenuwen als ik zie dat in andere landen die

dingen wel available zijn en dan door rights issues dat ik er hier niet aan kan. Dat is behoorlijk pijnlijk als consument. Maar het is een model dat in evolutie is, dus de markt zal uiteindelijk wel beslissen wat er werkt en wat er niet werkt.

Er gebeurt nog onderzoek naar hoe dat moet evolueren, DRM?

Er worden van alle soorten experimenten gedaan. En zij die het juiste experiment of de juiste methode zullen te pakken krijgen, zullen er een frank aan verdienen. Maar het is heel moeilijk, want je wil langs de ene kant je rechten als ontwikkelaar beschermen en langs de andere kant de consument niet op zijn zenuwen werken. De consument is steeds mondiger, dus je probeert daar een middenweg in te vinden, maar dat is heel moeilijk. Wij hadden bijvoorbeeld bij Beyond Divinity een heel agressieve kopieerbeveiliging erop. Daar hebben wij heel veel [onverstaanbaar] voor ontvangen van de consument. Ze hadden eigenlijk wel gelijk ook. Aan de andere kant, we hebben wel gezien dat onze verkoop redelijk hoog lag daardoor. Dus het is moeilijk om een keuze te maken.

Als je gaat vergelijken: digital delivery and gewone boxed verkoop. Van uit jouw positie, wat zou jij dan kiezen?

Beiden modellen gaan zeker nog een tijd naast elkaar blijven bestaan. Die doos is nog lang niet weg. Vanuit een ontwikkelaarstandpunt zou ik liever hebben dat alles digitaal zou zijn. Maar de doos zal nog een tijd blijven bestaan, en dan komt natuurlijk een probleem. Wat ga je doen? Die doos, die uiteraard een duurdere productiekost heeft, en waar ook een uitgever bij betrokken is en distributeurs, waardoor de prijs hoger is. Ga je dan de prijs van die digitale downloads aanpassen aan je doos, maw. ervoor zorgen dat mensen zich niet bekocht voelen omdat ze een doos kopen en ze moeten 20 of 30 euro meer betalen, of ga je effectief zeggen van 'digitale download is goedkoper, en daarmee basta'. Maar dan gaan de winkeliers zich bekocht voelen, dus dat is ook een probleem.

En als je meer de DVD-toer opgaat, door bv bij doosjes extra's bij te steken (mooie tekeningen etc.)...

Dat is wat er nu gedaan wordt. Die dozen zijn steeds uitgebreider, en er zit steeds meer allerlei brol bij. Allé, brol... Dat is niet echt waar. Maar niet te min, games zijn duur. 50 euro, of 60 euro in sommige gevallen, 40 euro de dag van vandaag voor pc-games, dat is veel geld voor het budget van een gemiddelde consument, en dat zou naar beneden kunnen.

Hoe zou dat naar beneden kunnen gaan?

Stel dat een ontwikkelaar nog altijd dezelfde marge zou hebben op een game zoals hij nu heeft met een doos, en je haalt al de rest ervan weg, al de marge die er is voor andere partijen, dan is een game automatisch goedkoper.

Dan moet je automatisch naar een nieuw distributiemodel gaan?

Dan moet je naar een puur digitale download gaan.

Als we nu de VL markt bekijken, hoe zou u een volledige overschakeling naar digitale delivery evalueren?

Dat is zeker nu nog niet, ik schat dat er zeker nog 5 tot 10 jaar te gaan is voordat we zover zijn. Ik ben ervan overtuigd dat het ervan zal komen, maar het is nog te vroeg daarvoor.

Als we het waarom wel en waarom niet tegen elkaar afwegen?

Specifiek de Vlaamse markt, ik zie niet direct in waarom de VL markt anders zou zijn dan een andere markt. Het nadeel is dat je het niet in een winkel ziet, en er zijn redelijk veel mensen die een game kopen omdat ze hem zien staan. Dus, dan denk ik aan de cadeauperiode. Dus als er iemand een game in de winkel koopt, dan is dat soms een impulsaankoop, dat is ook een cadeaauaankoop, zeker als ik dan kijk naar de grootmoeders of de ouders die iets kopen voor de kinderen. Dus dat zijn belangrijke onderdelen van de verkoop, kerstmis is nog altijd verantwoordelijk voor een heel groot stuk van de gamesmarkt. Zij zouden zeker niet digitaal gaan downloaden. Een ander probleem dat je hebt met games downloaden is eigenlijk... die dingen zijn groot en het duurt een tijdje voordat je je game hebt. Ik heb onlangs een game bij EA Games gekocht, en het heeft me toch een uur of 4 gekost voordat ik hem had. Als ik in de winkel ben pak ik het direct mee. Dus ik denk dat het nog te vroeg is, maar ik weet wel, zeker wat de consolegames betreft, dat het allemaal digitaal zal worden op een bepaald moment. Dat is ook wat microsoft doet. Zij hadden met een beetje tegenzin die HDDVD-ondersteuning, maar eigenlijk zitten zij te wachten op het moment dat alles digitaal downloadbaar zal zijn. Omdat zij er natuurlijk ook veel meer controle over hebben dan. Het heeft veel meer voordelen dan een cd, want dan zit je niet meer met die knoeiboel van patches edm ook.

Bij Steam heb je nu het probleem dat als je internetverbinding kapot is, dat je je game niet meer kan spelen. Dat is een probleem natuurlijk.

Tja, als je een MMO speelt heb je dat ook natuurlijk. De reden waarom je dat doet is gewoonweg om piraterij tegen te gaan. Het werkt, de verkoopcijfers zijn hoog. Je ziet er geen negatief effect van, of toch geen echt negatief effect van, dus het wordt gedaan. Ik kan daar weinig anders aan toevoegen, ik bedoel, het is een business, iedereen probeert zijn verkoop te maximaliseren.

Als je als bedrijf piraterij wil bestrijden via de meer conventionele middelen, rechtbanken enzo, loont dat de moeite of is dat een onbegonnen strijd?

[onverstaanbaar]. Het is natuurlijk infringement... Ik denk niet dat het moeite loont omdat het zeer duur is, en uiteindelijk, wie kopieert die games? Meestal de mensen die niet voldoende middelen hebben om ze te kunnen kopen. Dus als je die dan nog eens voor de rechtbank haalt, ik weet het niet, ik denk het niet. Ik heb nog niet veel gehoord dat dat gebeurt.

In het algemeen, of meer voor kleinere studio's?

In het algemeen. Bijna nooit van gehoord.

Gaan verschillende kleine studio's om via 1 kanaal te verkopen, of ziet u dat elk bedrijf zijn eigen digitaal deliveryplatform gaat ontwikkelen?

Ik denk dat er wel een aantal standaarden zullen zijn. Op dit ogenblik zie je dat alle uitgevers hun eigen systeem proberen op te zetten. Omdat ze natuurlijk niet willen een marge geven aan de eigenaar van het platform. Bijvoorbeeld, als je op Steam iets wil verkopen dan is daar een serieuze marge voor Valve bij betrokken, en dat is iets dat je niet wil doen. Dus dat is natuurlijk een motivatie om zelf een systeem op te zetten. Aan de andere kant, er is een zekere R&D- en servicekost aan verbonden aan zo een platform opzetten. Dus beiden worden afgewogen, en voor kleine studio's is het dan waarschijnlijk interessanter om toch een bestaand platform te gebruiken, voor grote uitgevers is het interessanter hun eigen

platform te doen. Ik vermoed dat we op een bepaald moment wel van microsoft een volledig platform zullen krijgen voor wat pc betreft, Sony uiteraard voor Playstation, en Wii [onverstaanbaar]. Ik denk dat de platformhouders, en dan breed genomen, wel een online delivery platform zullen ter beschikking zullen stellen. En dat dat de weg van de toekomst zal zijn, en zij die hun eigen platform zullen houden, zij zijn die voldoende volume hebben om de kost ervan te verantwoorden.

Zijn jullie al benaderd door Steam of EA om jullie catalogus online aan te bieden?

Dat is al het geval denk ik. Ik denk dat onze uitgever dat gearrangeerd heeft voor ons. Ik weet het niet, ik zou eens moeten kijken, ik kan het je niet direct zeggen. Ik denk het wel.

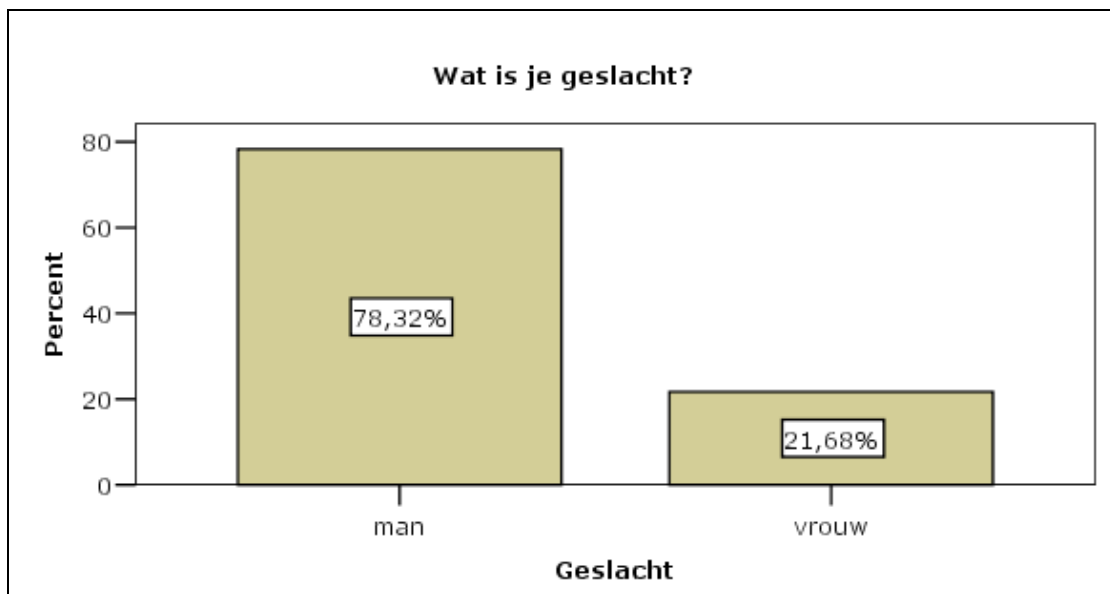
En hebt u daar meer details van over hoe zo een onderhandeling verloopt om de games van een studio naar zo een distributiekanaal te krijgen?

Ja, maar dat staat onder een vertrouwelijkheidsovereenkomst, daar mag ik je niet over vertellen. Percentages en zo meer.

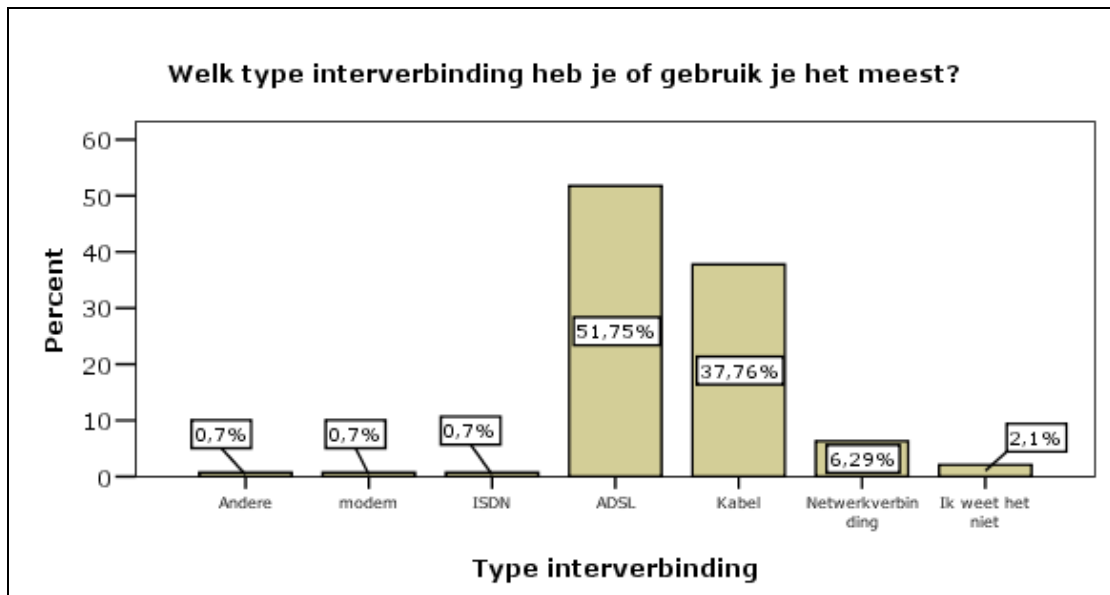
5. Lijst van figuren

Opleidingsniveau per leeftijdsklasse						
Count		Leeftijdsklasse				Total
		Jonger dan 18	18 tot 20	21 tot 23	24 en ouder	
Opleidingsniveau	BSO, hoger	0	0	0	1	1
	TSO, lager	0	0	0	2	2
	TSO, hoger	1	1	1	0	3
	ASO, lager	2	0	0	0	2
	ASO, hoger	11	16	4	1	32
	Prof Bach	0	2	1	9	12
	Ac Bach	0	55	16	2	73
	Master	0	0	2	9	11
	ManaMa	0	0	2	5	7
Total		14	74	26	29	143

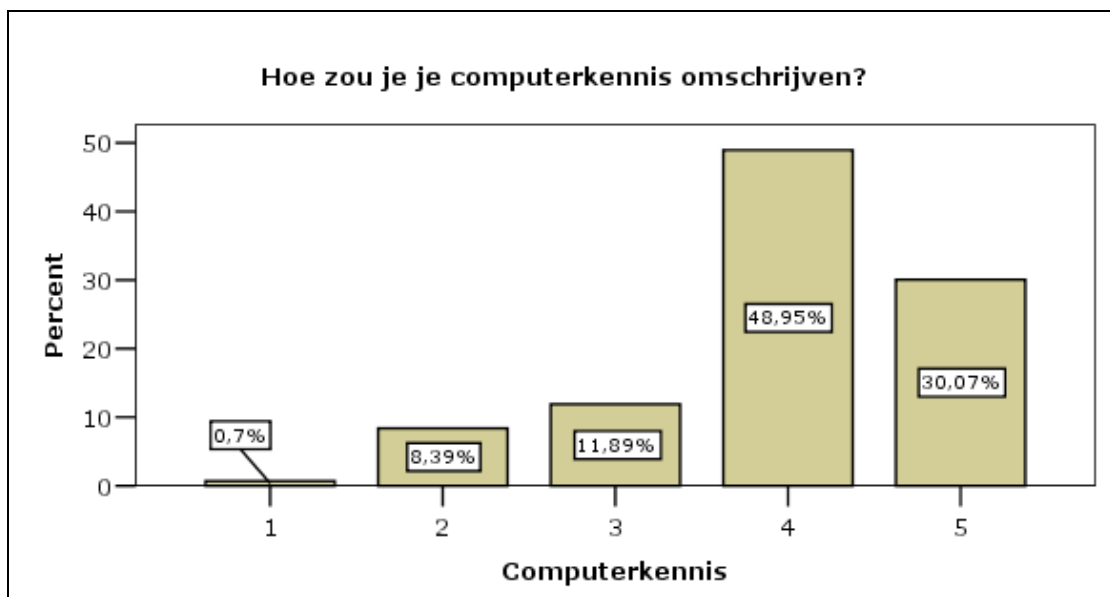
Figuur 2



Figuur 3



Figuur 4



Figuur 5

Computerkennis

Hoe zou je je computerkennis omschrijven?

N	Valid	143
	Missing	43
Mean		3,99

Computerkennis bij mannen

Hoe zou je je computerkennis omschrijven?

N	Valid	112
	Missing	0
Mean		4,19

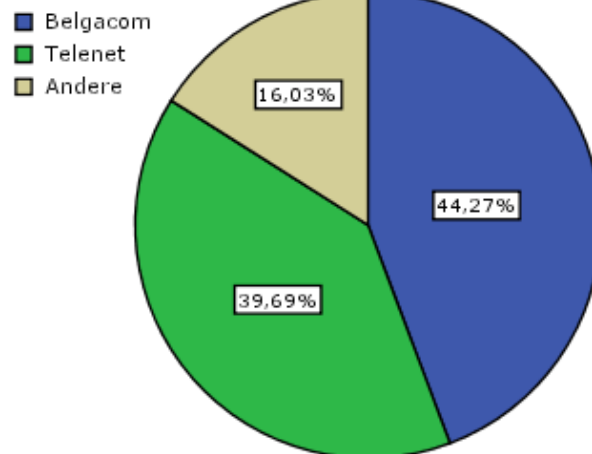
Computerkennis bij vrouwen

Hoe zou je je computerkennis omschrijven?

N	Valid	31
	Missing	0
Mean		3,29

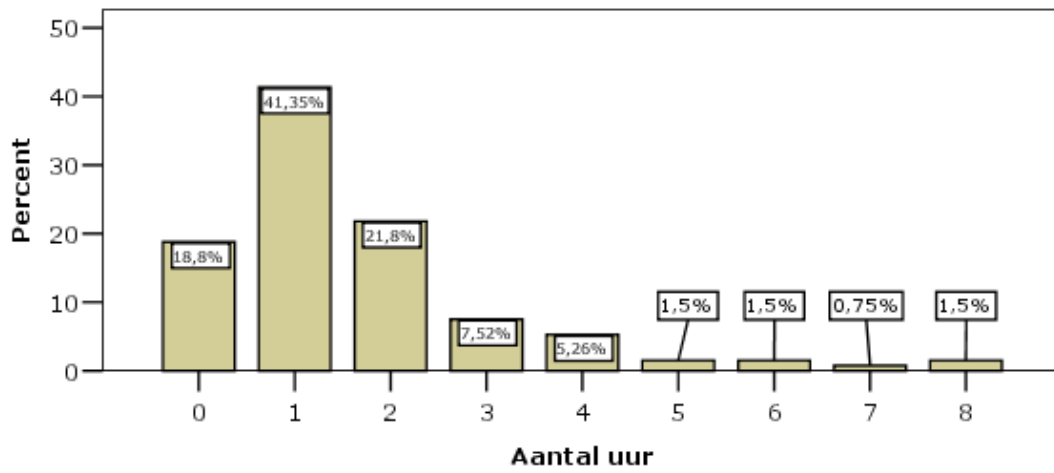
Figuur 6

Bij welke internetprovider zit je?



Figuur 7

Hoeveel uur besteed je gemiddeld genomen per dag aan het spelen van pc-games?

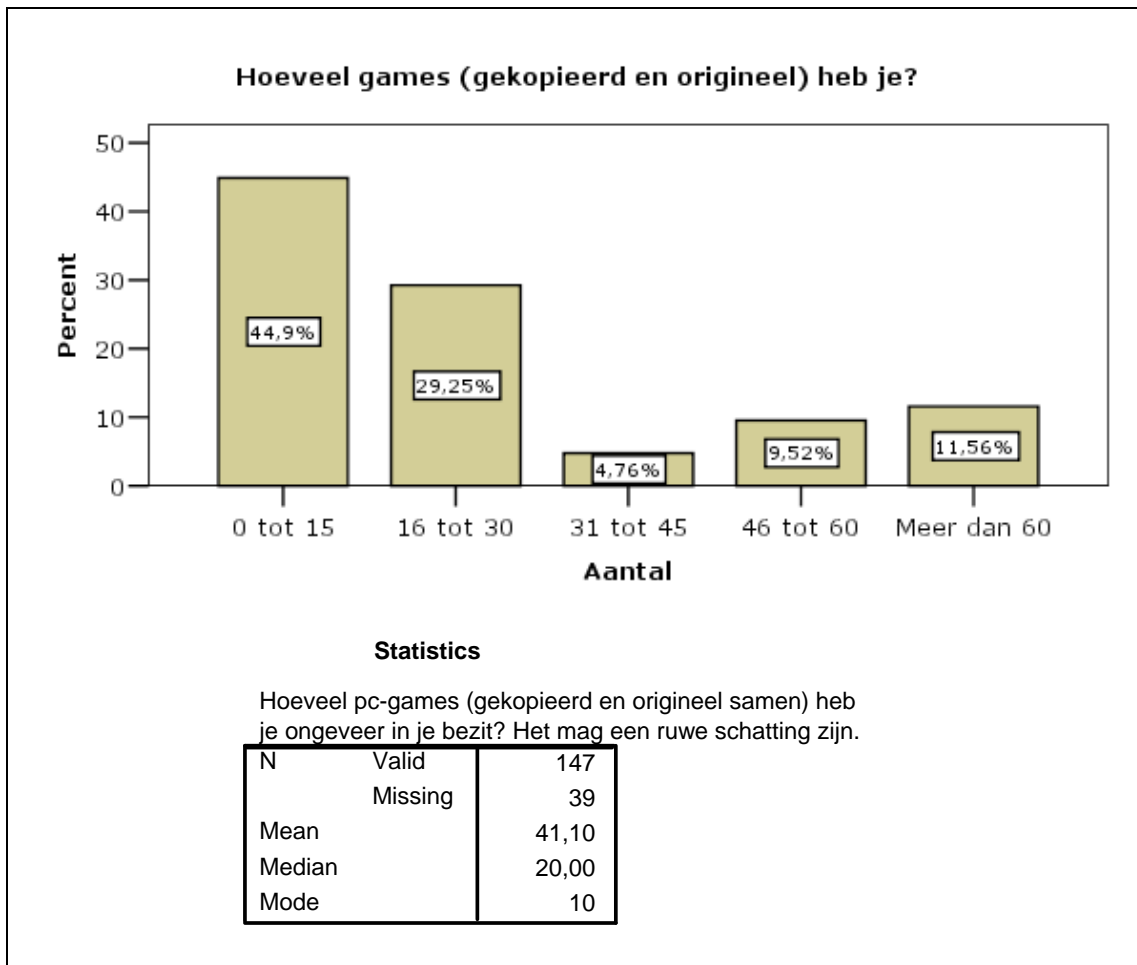


Statistics

Hoeveel uur besteed je gemiddeld genomen per dag aan het spelen van pc-games?

N	Valid	133
	Missing	53
Mean		1,62
Median		1,00
Mode		1

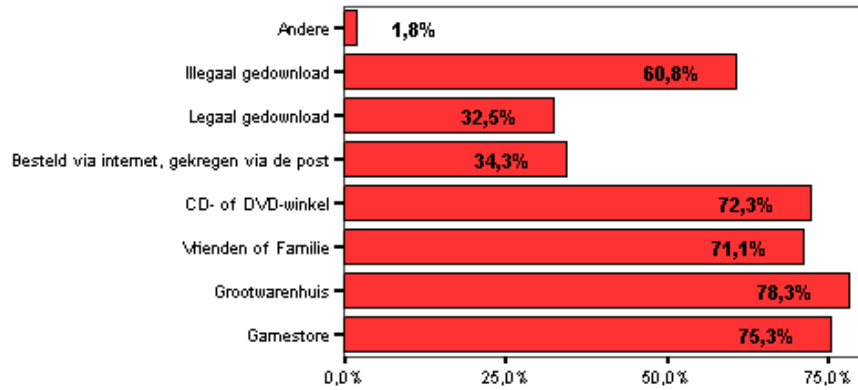
Figuur 8



Figuur 9

Van waar hebt je al eens een pc-game bekommen?

Statistics : Percent of Cases



Case Summary

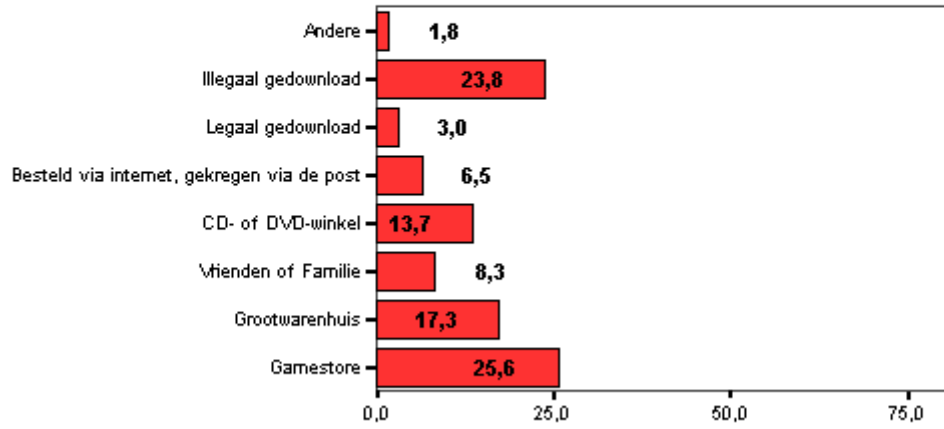
	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
\$OoitBek ^a	166	89,2%	20	10,8%	186	100,0%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

Figuur 10

Van waar bekom je het vaakste pc-games?

Statistics : Valid Percent

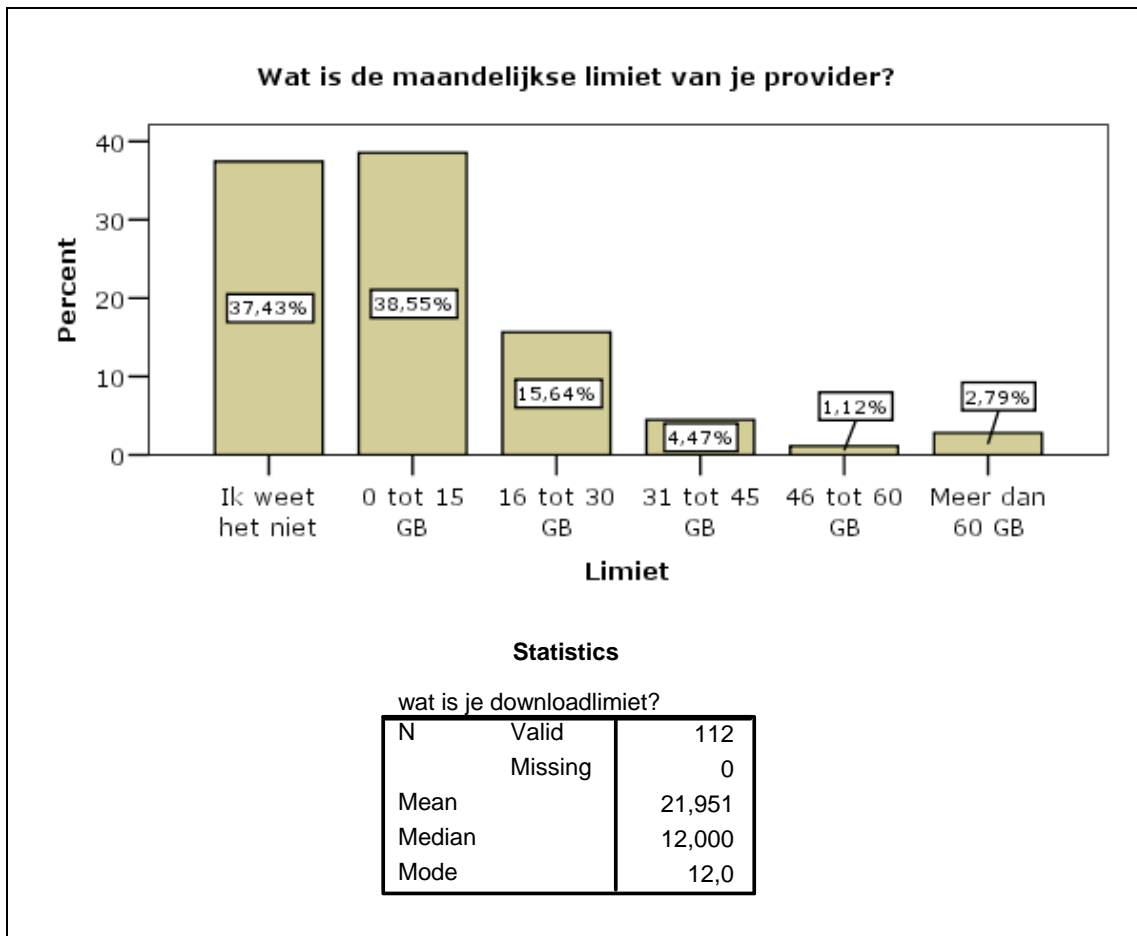


Statistics

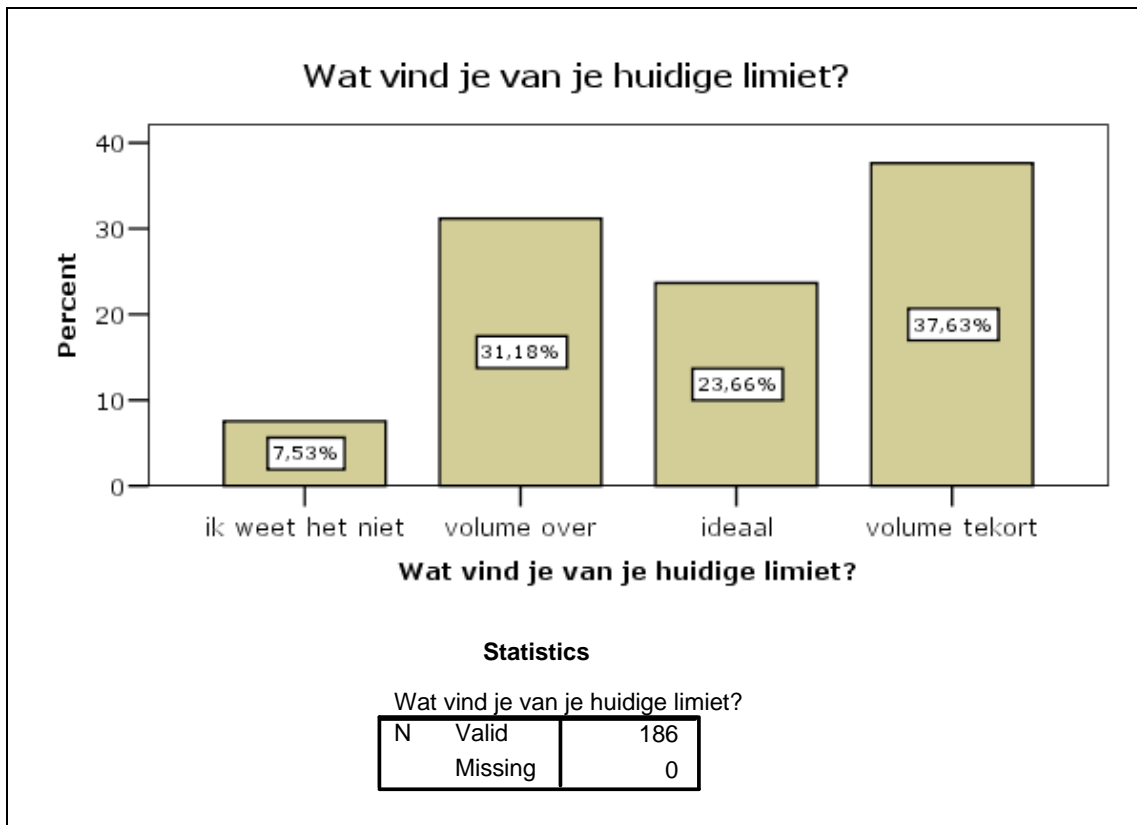
Van waar bekom je het vaakste pc-games?

N	Valid	168
	Missing	18

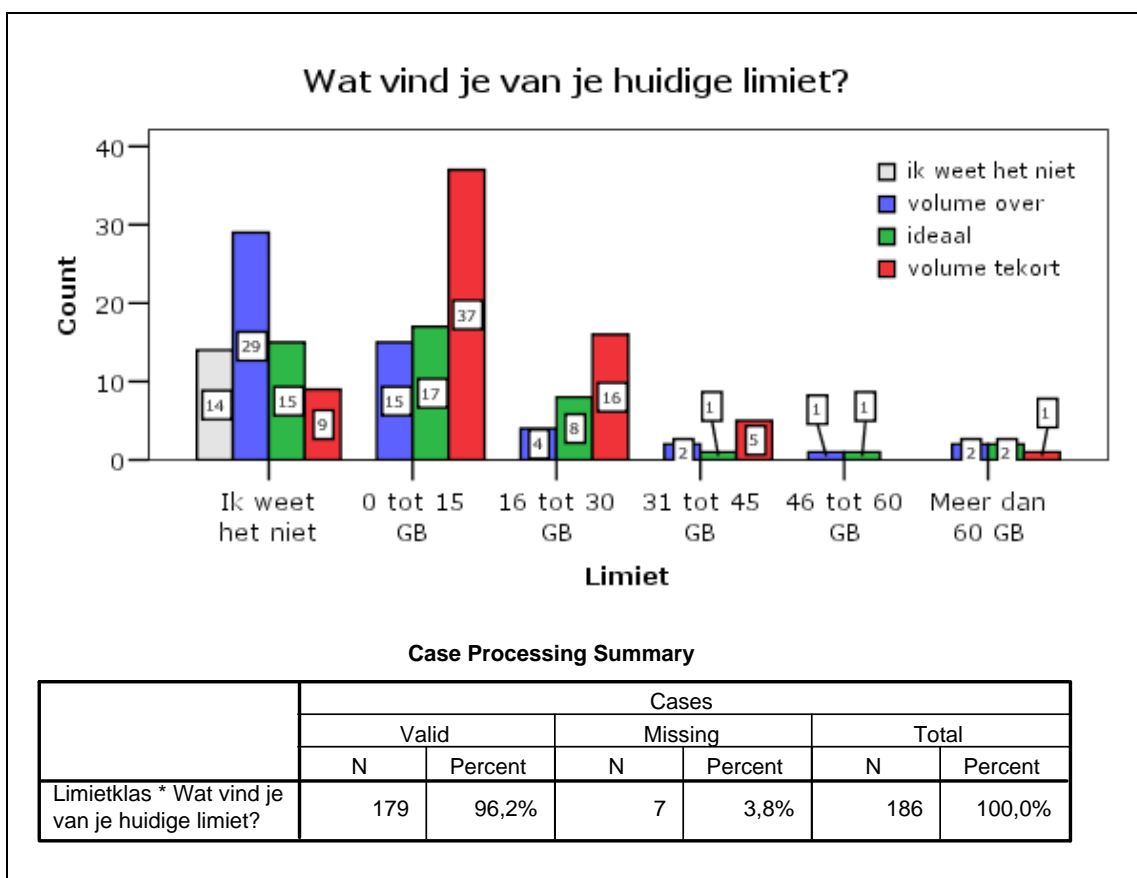
Figuur 11



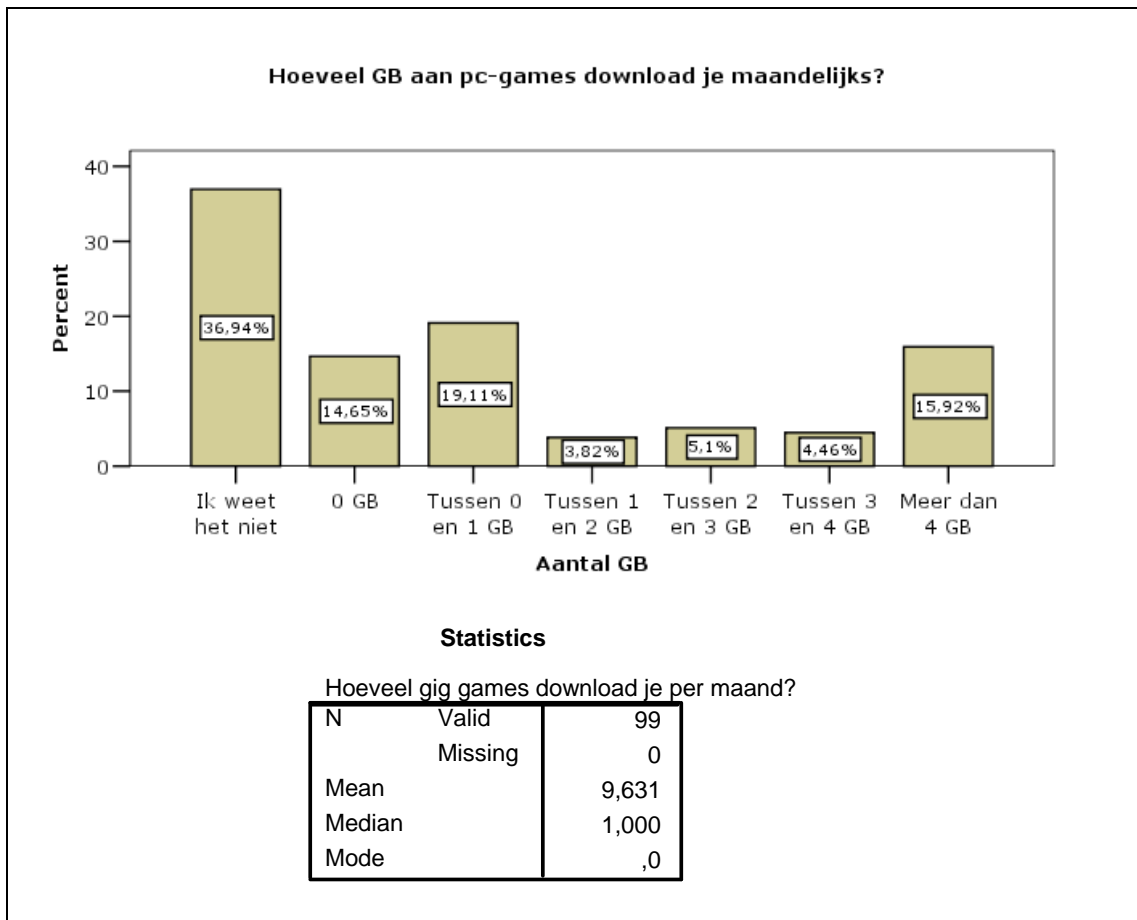
Figuur 12



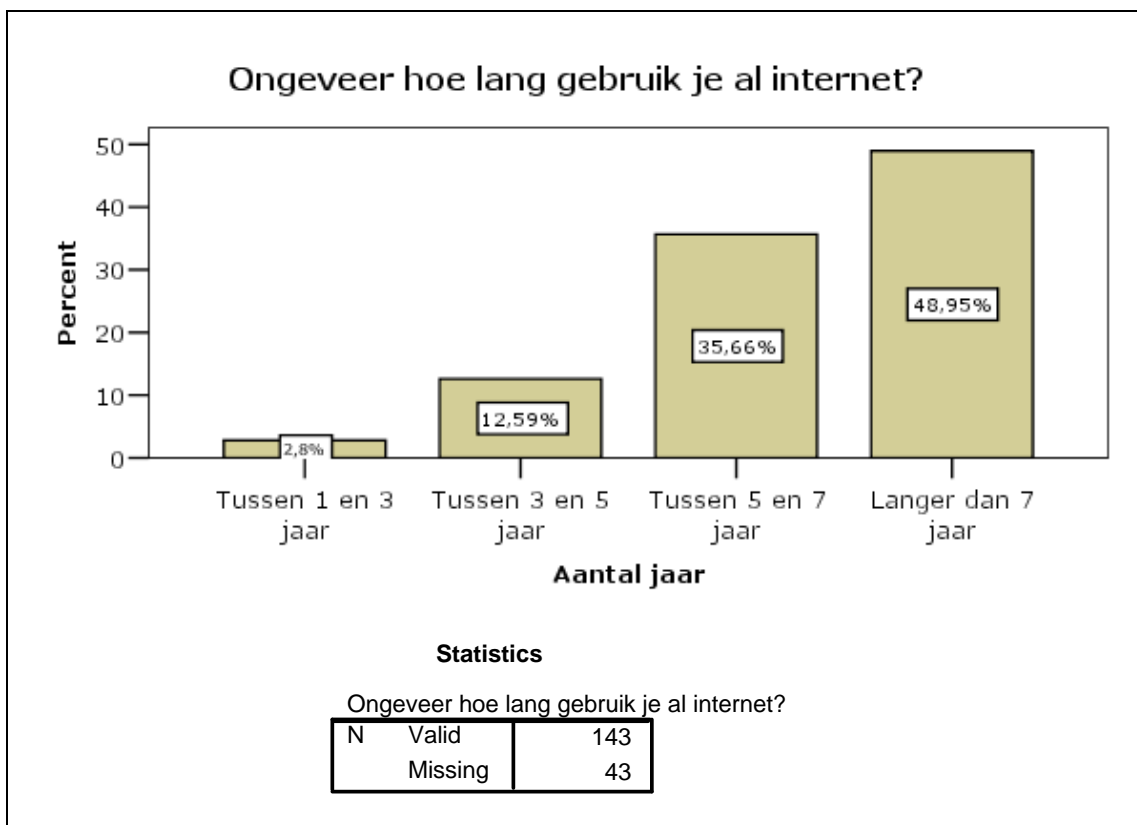
Figuur 13



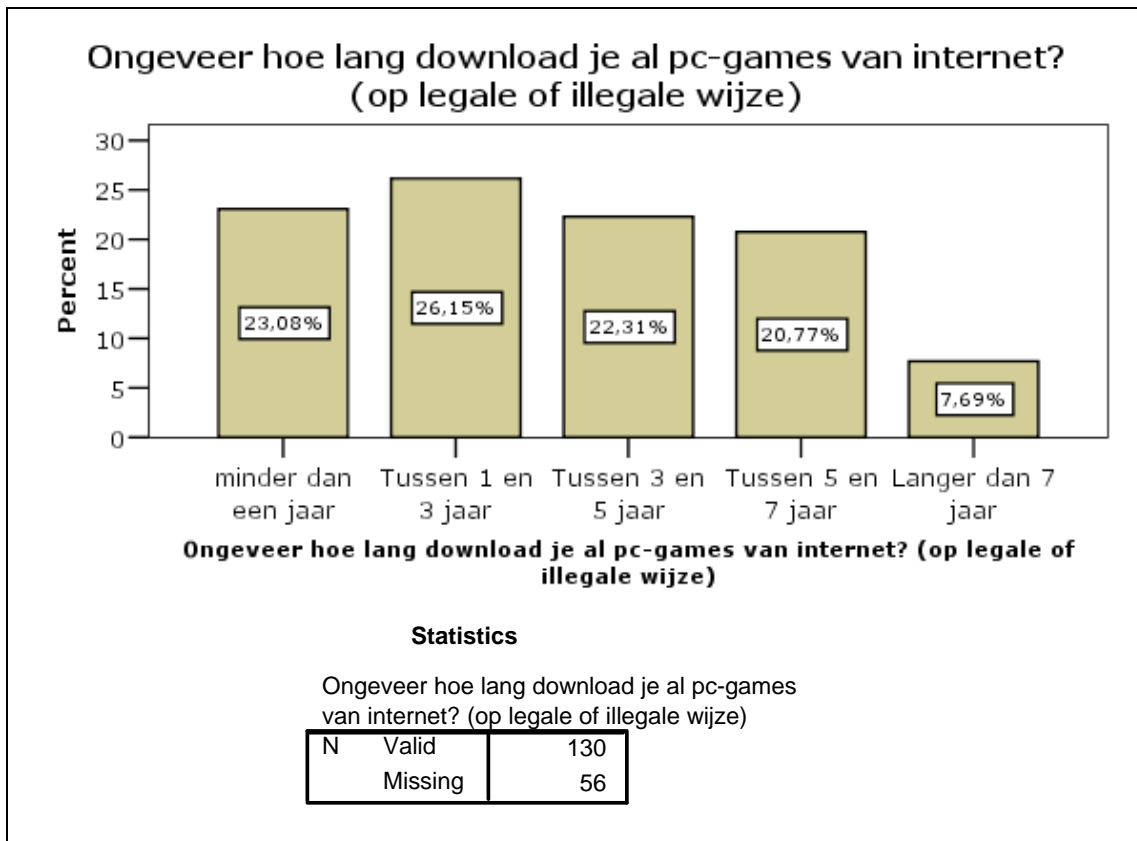
Figuur 14



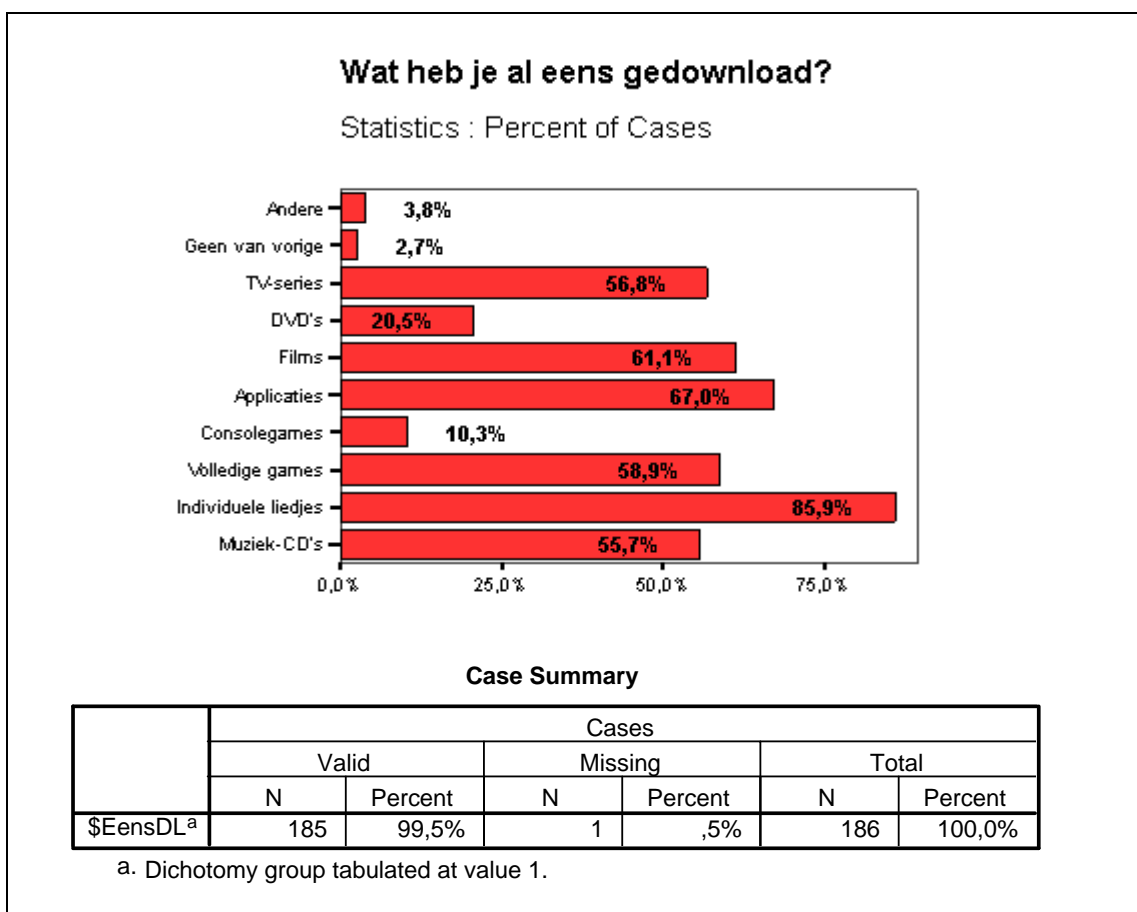
Figuur 15



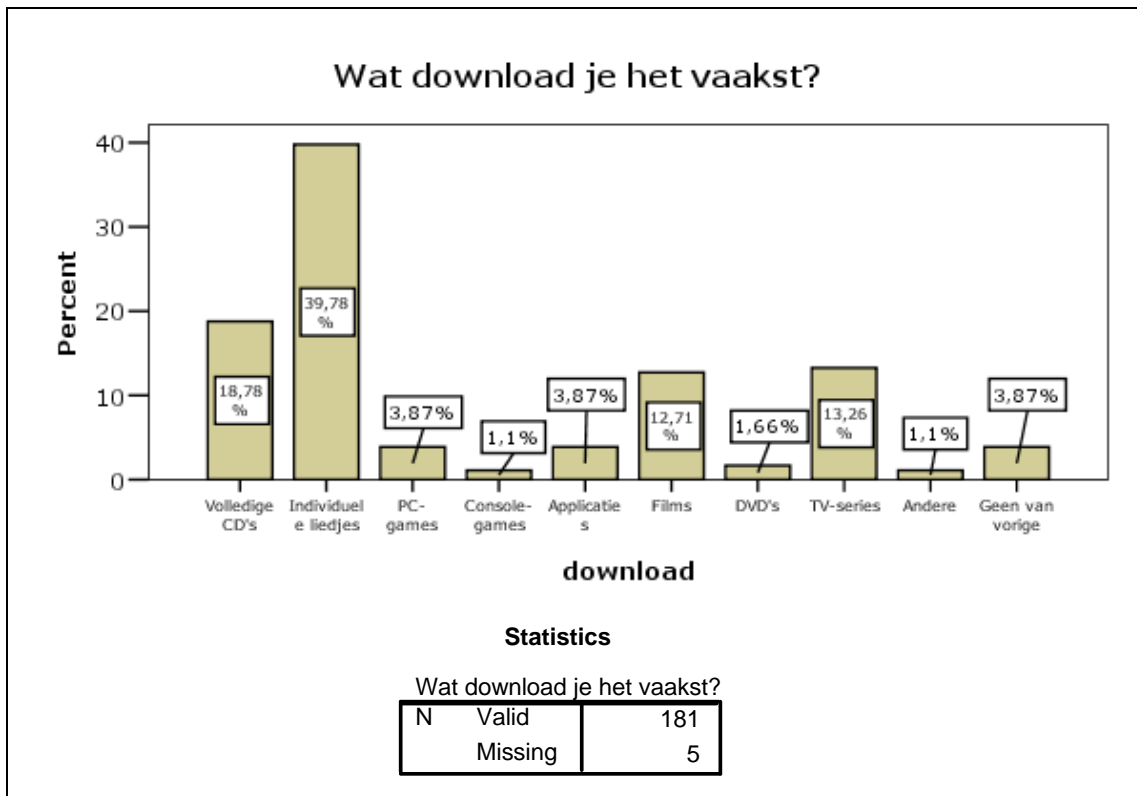
Figuur 16



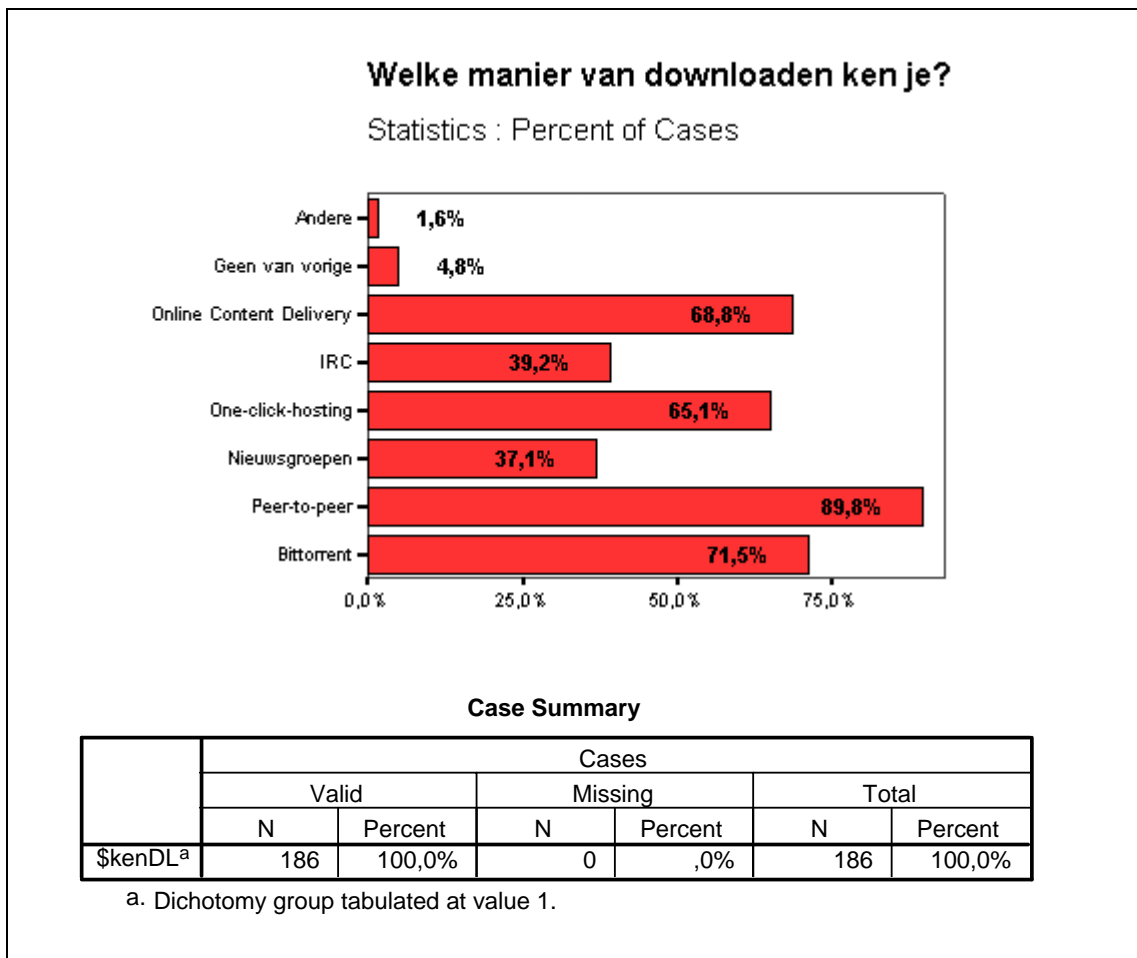
Figuur 17



Figuur 18



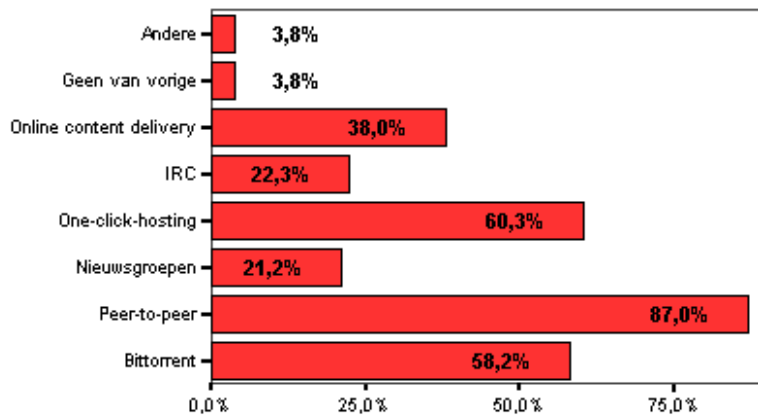
Figuur 19



Figuur 20

Welke manier van downloaden heb je al eens gebruikt?

Statistics : Percent of Cases



Case Summary

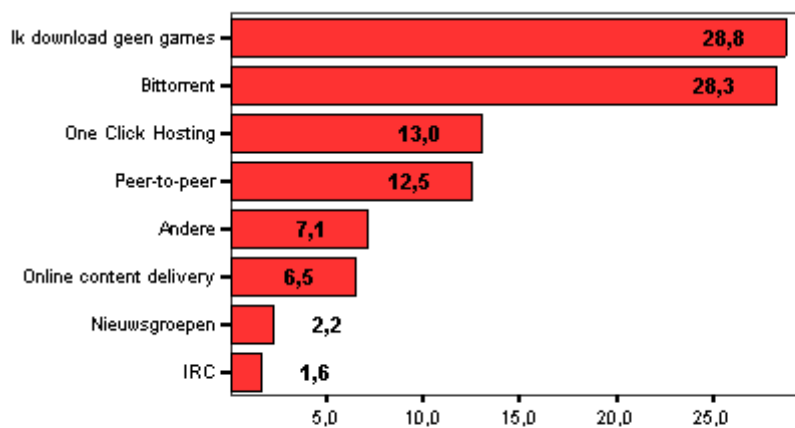
	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
\$gebrDL ^a	184	98,9%	2	1,1%	186	100,0%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

Figuur 21

Welke manier gebruik je het vaakst voor pc-games?

Statistics : Valid Percent



Statistics

Welke gebruik je het meest?

N	Valid	184
	Missing	2

Figuur 22

Bittorrent

Hoeveel procent is dat

N	Valid	37
	Missing	15
Mean		72,03
Median		80,00
Mode		100

Peer-to-peer

Hoeveel procent is dat

N	Valid	15
	Missing	8
Mean		36,47
Median		20,00
Mode		10

Nieuwsgroepen

Hoeveel procent is dat

N	Valid	3
	Missing	1
Mean		91,67
Median		100,00
Mode		100

One-click-hosting

Hoeveel procent is dat

N	Valid	19
	Missing	5
Mean		63,95
Median		75,00
Mode		80

IRC

Hoeveel procent is dat

N	Valid	3
	Missing	0
Mean		76,67
Median		80,00
Mode		50

Online content delivery

Hoeveel procent is dat

N	Valid	9
	Missing	3
Mean		52,22
Median		70,00
Mode		70

Andere

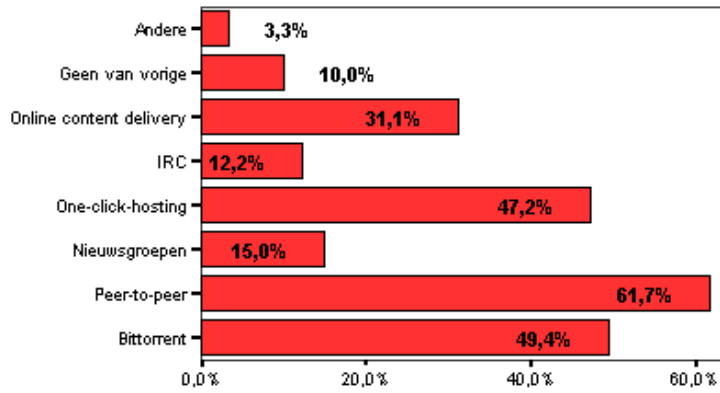
Hoeveel procent is dat

N	Valid	4
	Missing	9
Mean		62,50
Median		70,00
Mode		20

Figuur 23

Welke zal je in de toekomst waarschijnlijk eens gebruiken?

Statistics : Percent of Cases



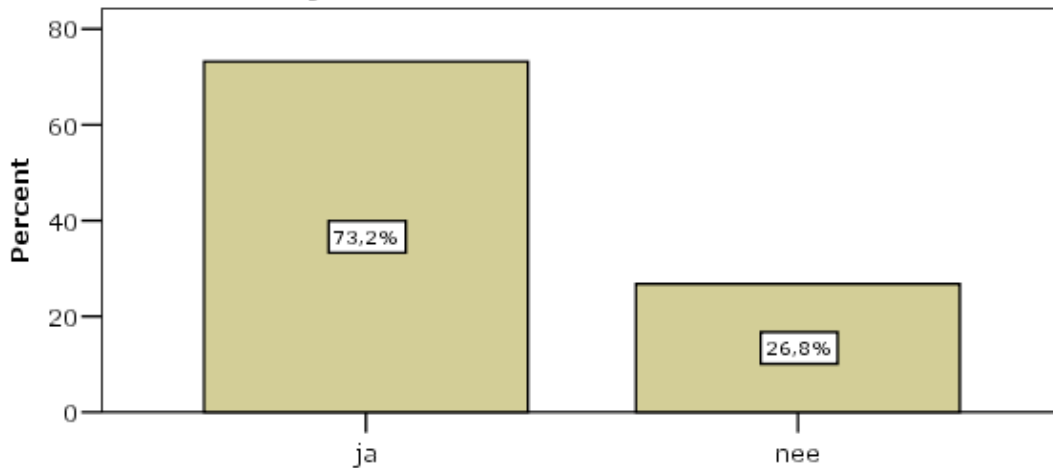
Case Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
\$toekomst ^a	180	96,8%	6	3,2%	186	100,0%

a. Dichotomy group tabulated at value 1.

Figuur 24

Ben je in het bezit van gekopieerde pc-games? Hiermee bedoelen we een pc-game die door iemand anders op een lege CD of DVD is gebrand, of die je via internet gedownload hebt zonder te betalen.



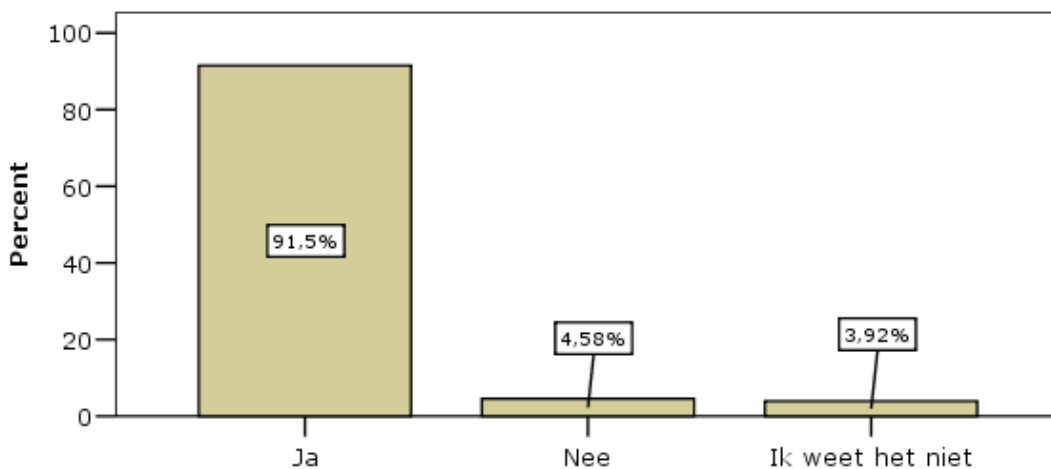
Statistics

Ben je in het bezit van gekopieerde pc-games?
Hiermee bedoelen we een pc-game die door iemand anders op een lege CD of DVD is gebrand, of die je via internet gedownload hebt zonder te betalen.

N	Valid	153
	Missing	33

Figuur 25

Ken je iemand die gekopieerde pc-games in zijn bezit heeft. Hiermee bedoelen we ook de mensen die games downloaden zonder te betalen.

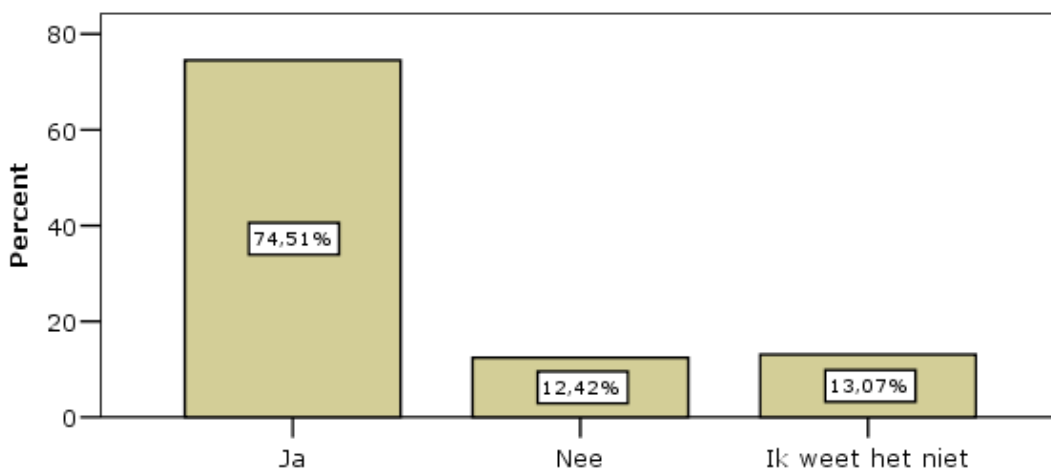


Statistics

Ken je iemand die gekopieerde pc-games in zijn bezit heeft. Hiermee bedoelen we ook de mensen die games downloaden zonder te betalen.

N	Valid	153
	Missing	33

Ken je iemand die meer dan 10 gekopieerde pc-games in zijn bezit heeft. Hiermee bedoelen we ook de mensen die games downloaden zonder te betalen.

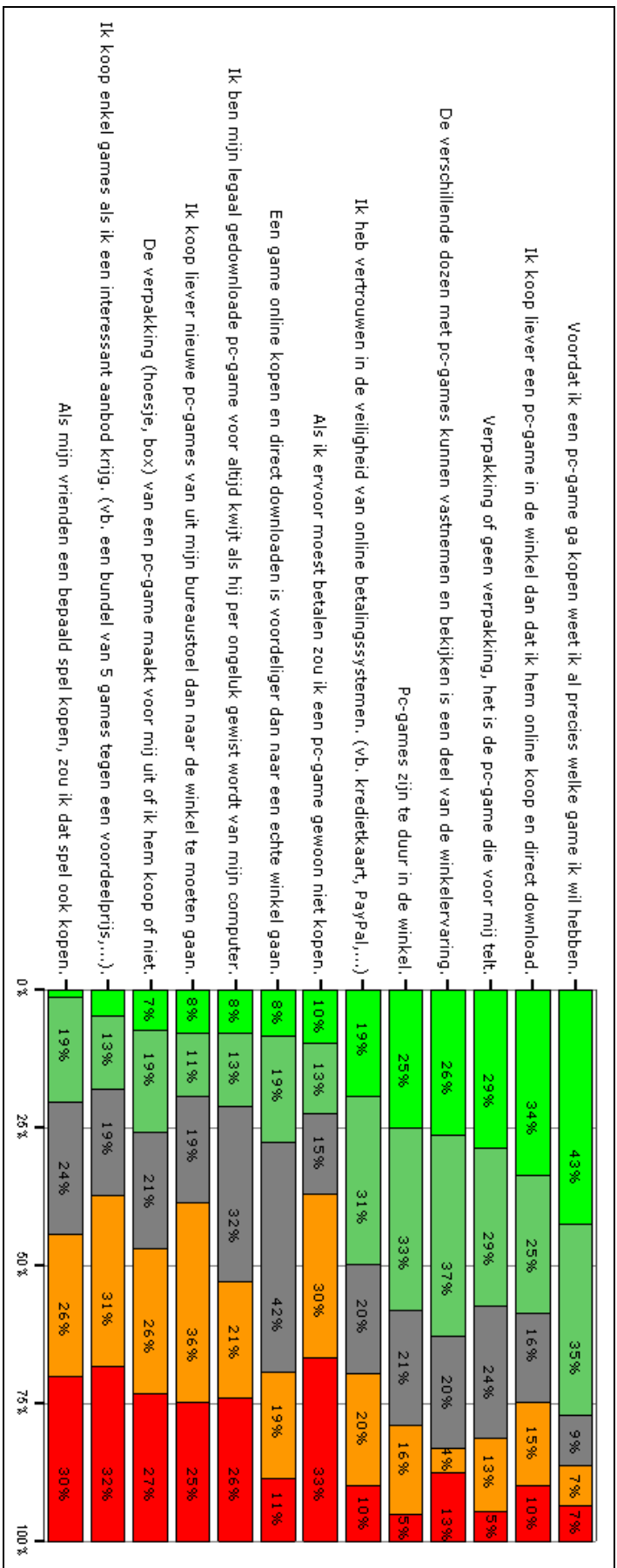


Statistics

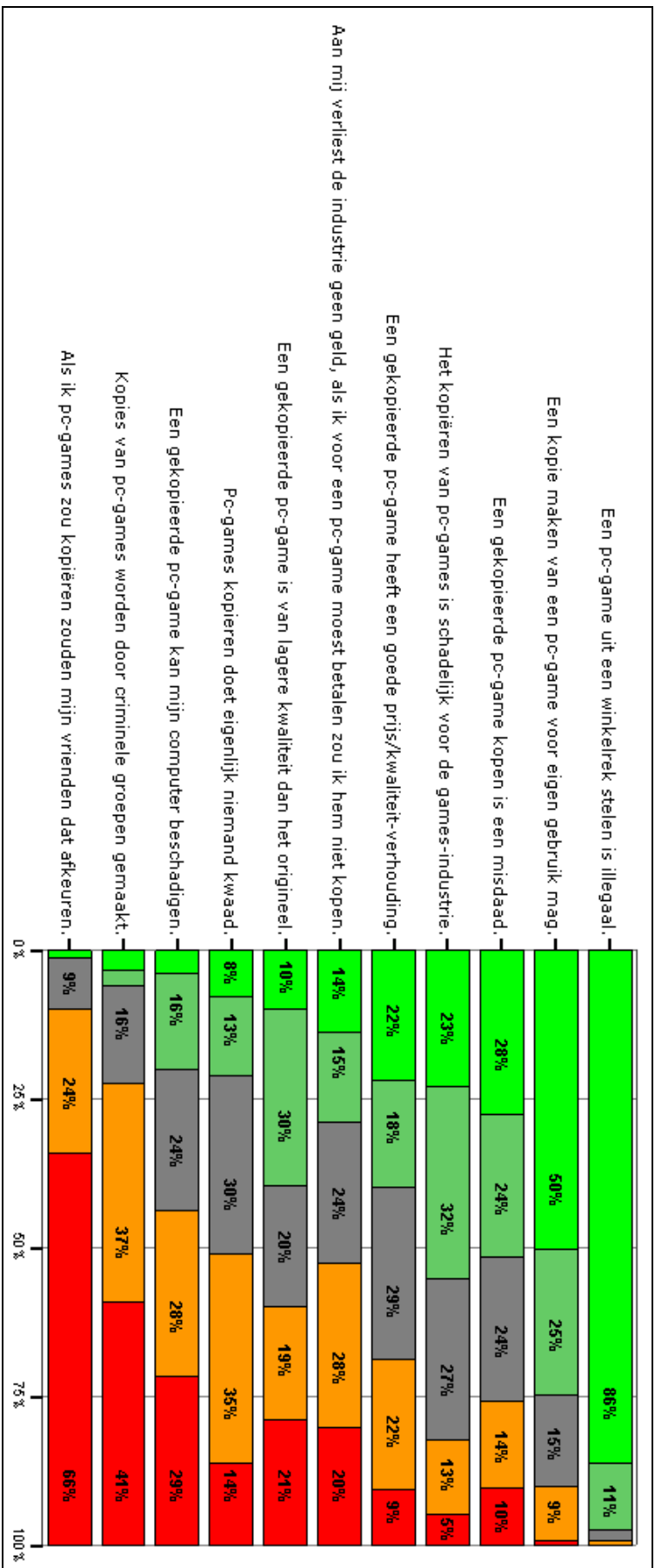
Ken je iemand die meer dan 10 gekopieerde pc-games in zijn bezit heeft. Hiermee bedoelen we ook de mensen die games downloaden zonder te betalen.

N	Valid	153
	Missing	33

Figuur 26

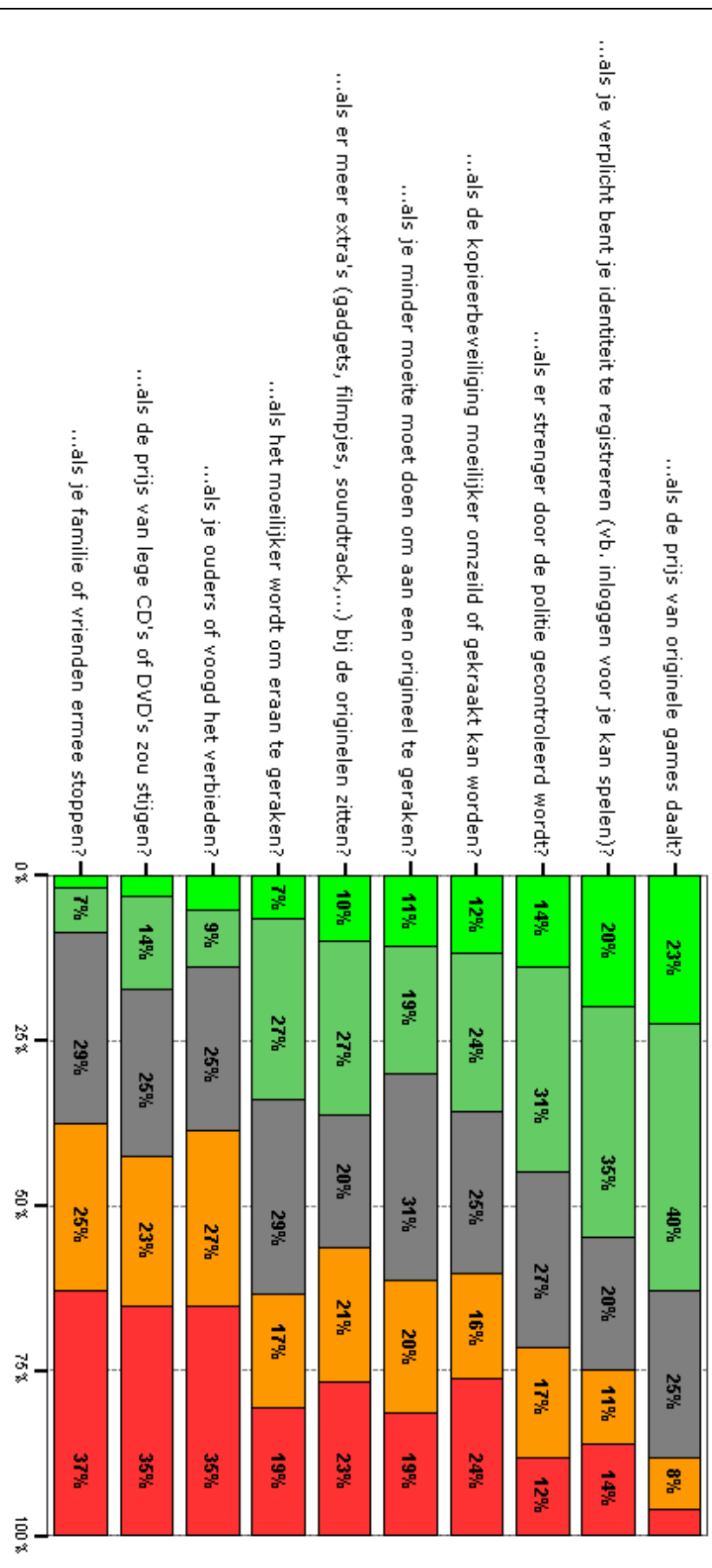


Figuur 27

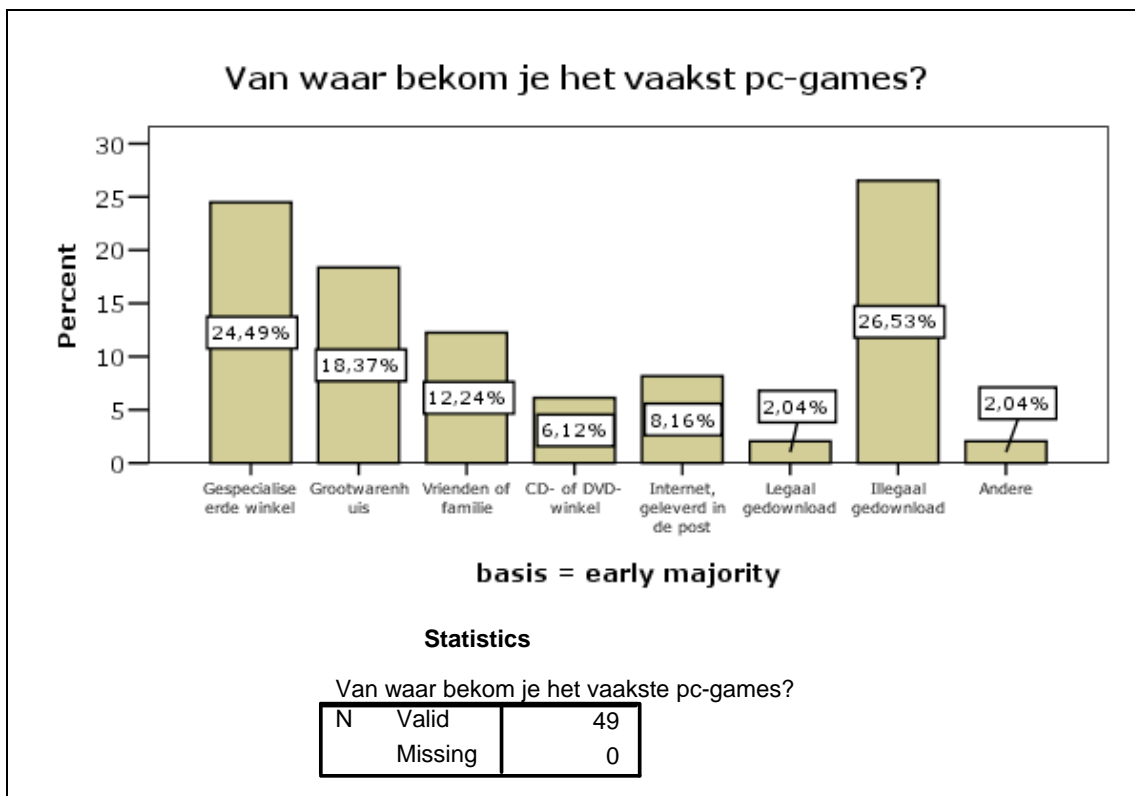


Figuur 28

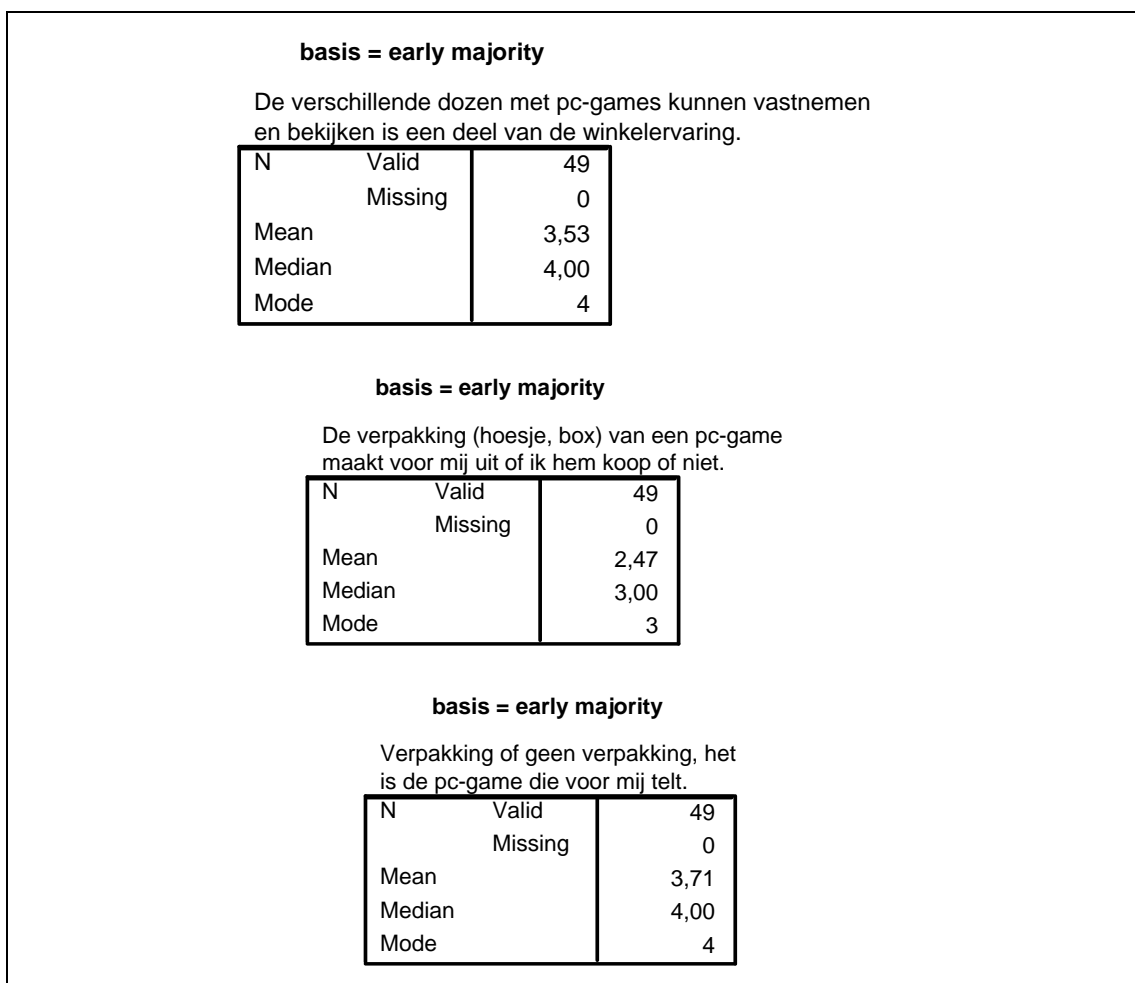
Zou je stoppen met het kopiëren of illegaal downloaden van pc-games...



Figuur 29



Figuur 30



Figuur 31

basis = early majority

Ik koop liever een pc-game in de winkel dan dat ik hem online koop en direct download.

N	Valid	49
	Missing	0
Mean		3,47
Median		4,00
Mode		3 ^a

a. Multiple modes exist. The smallest value is shown

basis = early majority

Ik koop liever nieuwe pc-games van uit mijn bureaustoel dan naar de winkel te moeten gaan.

N	Valid	49
	Missing	0
Mean		2,59
Median		2,00
Mode		2

basis = early majority

Een game online kopen en direct downloaden is voordeliger dan naar een echte winkel gaan.

N	Valid	48
	Missing	1
Mean		3,00
Median		3,00
Mode		3

basis = early majority

Pc-games zijn te duur in de winkel.

N	Valid	49
	Missing	0
Mean		3,69
Median		4,00
Mode		4

Figuur 32

Wat is je geslacht? (basis = early majority)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	man	38	77,6	79,2	79,2
	vrouw	10	20,4	20,8	100,0
	Total	48	98,0	100,0	
Missing	-1	1	2,0		
Total		49	100,0		

basis = early majority

Wat is je leeftijd?

N	Valid	48
	Missing	1
Mean		20,69
Median		20,00
Mode		20

basis = early majority

Hoeveel uur besteed je gemiddeld genomen per dag aan het spelen van pc-games?

N	Valid	47
	Missing	2
Mean		1,49
Median		1,00
Mode		1

Figuur 33

Op welke manier zou je het liefst voor pc-games die je downloadt via Online Content Delivery willen betalen? (basis = early majority)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Anders	1	2,0	2,0	2,0
Direct met kredietkaart	8	16,3	16,3	18,4
Indirect met kredietkaart	6	12,2	12,2	30,6
Met overschrijving	27	55,1	55,1	85,7
Cash met prepaid kaartjes	7	14,3	14,3	100,0
Total	49	100,0	100,0	

basis = early majority

Ik heb vertrouwen in de veiligheid van online betalingssystemen. (vb. kredietkaart, PayPal,...)

N	Valid	49
	Missing	0
Mean		3,35
Median		3,00
Mode		4

Figuur 34

basis = early majority

Ik ben mijn legaal gedownloade pc-game voor altijd kwijt als hij per ongeluk gewist wordt van mijn computer.

N	Valid	49
	Missing	0
Mean		2,59
Median		3,00
Mode		3

Figuur 35

