

Nintendo, sterk door eigen consoles, moet toch iets doen met apps

Games Nintendo

Het Japanse gamebedrijf, 125 jaar oud, moet zich aanpassen om niet ten onder te gaan.

Door **Niels 't Hooft**

Precies een week na Nintendo's 125ste verjaardag, op 23 september, stond het spel ineens in de app-store van Apple: *Pokémon Trading Card Game Online*. Een digitaal kaartspel rond een van de populairste series van het Japanse bedrijf dat in 1889 begon met speelkaarten.

Dat is bijzonder. Smartphones en tablets zijn grote concurrenten van Nintendo's gameboys. En nu kun je op de apparaten die medeplichtig zijn aan de tanende populariteit van Nintendo's draagbare consoles, zomaar gratis met de schattige vechtbeestjes spelen. Zou directeur Satoru Iwata dan toch overstag zijn gegaan, na lang aandringen van aandeelhouders, om ook games voor smartphones te maken?

Dat valt mee. Nintendo is slechts één van de drie eigenaren van The Pokémon Company. Het heeft veel te zeggen over de Pokémon-games, maar niet over de tv-series, films, merchandise én het kaartspel dat ook in papieren vorm bestaat. Het is opmerkelijk dat het spel ook op de iPad draait, maar er is 2011 ook al een pc-versie.

Het lijkt er voorlopig ook niet op dat het kaartspel een test is voor meer iOS-titels (Apple). In januari zei Iwata dat Nintendo aan apps werkt, maar alleen om eigen games elders te promoten.

Dat is verstandig. Nintendo heeft het



Pokémon Trading Card Game Online, het Nintendospel voor smartphones.

zwaar, maar het moet ook voorzichtig omspringen met de unieke positie die het de afgelopen decennia heeft opgebouwd. Meer concentreren op software (apps, games) ten koste van hardware is niet wijs, want hardware verkopen blijft lucratief. Bovendien zijn veel van Nintendo's inventieve, familie-vriendelijke games een succes doordat ze naadloos gebruikmaken van de mogelijkheden van de eigen apparaten.

Met mobiele games kan het bedrijf op korte termijn succes hebben. Maar hoe lang blijft men zichtbaar tussen de massa's apps? En hoeveel moet het zijn games afprijzen, van 30 tot 60 euro nu tot een paar euro in de app-stores? Plus: hoe moet het zijn games aanpassen om, volgens het gangbare *free to play*-model, geld te verdienen met in-app aankopen (tijdens het gamen).

De situatie is niet zo penibel als analisten stellen. Nintendo's 3DS is met 44 miljoen verkochte consoles over zijn piek, maar wordt zaterdag in Japan - en volgend jaar hier - opgevolgd door

de snellere New 3DS. En hoewel de Wii U het slecht doet - na twee jaar slechts 7 miljoen verkocht - weet Nintendo er toch grote hits voor te maken, zoals racegame *Mario Kart 8* in mei en vechtgame *Super Smash Bros*, dit najaar.

Zo populair als tijdens de hoogtijdagen van de Wii, een jaar of vijf geleden, wordt Nintendo niet meer. Niet-gamers die massaal aan de Wii Sports gingen, bestaan nu nog amper. Dankzij smartphone en tablet heeft iedereen nu volop toegang tot games.

Een van de belangrijkste problemen is dat Nintendo nog steeds twee typen spelcomputers maakt: de Wii U en de 3DS. Het bedrijf lijkt te klein om voor beide platformen een gestage stroom goede games te produceren. Nintendo ziet dat zelf ook in en heeft onlangs de teams samengevoegd die lang los van elkaar werkten aan de portables en tv-consoles werkten. In het beste geval leidt dat tot één Nintendo-systeem. Bijvoorbeeld een draagbare console die je ook op de tv kan aansluiten.