

## Persbericht

---

Contact: Isabel Box  
Title: Marketing & Communications Manager  
Tel: +32 (0)2 302 25 51  
Mobile: +32 (0)485 31 79 63  
Email: [ibox@deloitte.com](mailto:ibox@deloitte.com)

---

## Versnelde ontwikkeling van esports in België

**De term 'esports' klinkt 4 mensen op 5 bekend in de oren; slechts 37% weet echt wat het is.**

**Brussel – 15 december 2022**

België geldt niet als koploper in het Europese esportslandschap maar voorlopig veeleer als een esportsmarkt in ontwikkeling. De bekendheid bij de consument groeit echter, en dat geldt ook voor zijn interesse, zo blijkt uit de Deloitte-enquête Let's Play, Belgium! Het bereik van esports in België bedraagt 37%: een fikse stijging met ruim 10 procentpunten in vergelijking met vorig jaar. De monetisatie blijft echter een probleem. Als esportsbedrijven samenwerken, kunnen ze de activiteit van de Belgische consument én hun winst verhogen.

In 2020 en 2021 steeg de esports bekendheid in de Europese landen enorm, gezien COVID-19-gerelateerde lockdowns. In tegenstelling tot België plateaude dit verhoogde niveau in 2022. Wat de regelmatige betrokkenheid met esports betreft, was er in 2022 sprake van een lager Europees niveau, in tegenstelling tot België.

### **Bekendheid bereikt al 81%**

De bekendheid van esports neemt toe in België: in 2022 kent 81% van de consumenten de term, tegen 78% in 2021. Toch kan slechts 37% correct uitleggen wat het inhoudt. Dat is iets lager dan de EU-gemiddelden van 86% bekendheid met de term en 41% bekendheid met de definitie.

In de voorbije zes maanden heeft 20% van de Belgische consumenten naar esports gekeken, met een gemiddelde consumptie van 473 minuten/week of 68 minuten/dag: dat is bijna evenveel tijd als besteed aan sociale netwerken (105 minuten/dag), maar nog altijd minder dan het EU-gemiddelde (80 minuten/dag).

### **64% van het esportspubliek is mannelijk**

Belgische esports kijkers zijn voornamelijk jonge mannen (64% mannen; 55% millennials; 31% Gen Z's). Ze neigen naar frequent gebruik van kosteloze en betaalde abonnementsdiensten: 63% maakt veel gebruik van betaalde digitale diensten tegen 33% van de bevolking in haar geheel. Belgische esports kijkers kijken bovendien vaker naar andere professionele sporten dan de rest van de bevolking (54% tegen 29%) en gaan ook meer naar live-events (60% tegen 36%).

Commercieel actieve en regelmatige kijkers zijn vaak hoger opgeleid. Globaal kent de kijkersbasis echter zeer uiteenlopende opleidingsniveaus, wat erop wijst dat esports toegankelijk is voor iedereen.

### **Streamingplatforms domineren in esports**

De Belgische esports kijkers maken – ondanks de inspanningen van de klassieke media – steeds meer gebruik van streamingplatforms die de gatekeepers van esportscontent worden.

In België zijn Twitch en YouTube Gaming de populairste platforms, met een bereik van 58%. Twitch overtreft YouTube Gaming echter met drie keer meer gebruikstijd. TV-uitzendingen lokken incidentele kijkers, maar scoren slecht wat kijktijd aangaat, met een negen keer lagere gemiddelde gebruiksduur dan Twitch.

## Monetisatie hinkt achterop

Belgische esports kijkers besteden gemiddeld 17 euro/maand aan esportsgerelateerde activiteiten. Bijna de helft van hun uitgaven gaat naar live-events (incl. ticketing), terwijl zo'n 20% wordt besteed aan merchandising en 15% aan 'paywalled' content.

Vincent Fosty, TMT Industry Leader bij Deloitte: *"Europese esportsliga's en -organisaties zijn van oordeel dat het publiek onvoldoende gemonetiseerd wordt, waardoor opbrengsten uitblijven. Er moet meer werk verzet worden om ten volle van de markt te profiteren. Belgische esportsbedrijven zouden samen moeten handelen om een meer gestructureerd en snelgroeiend ecosysteem te creëren dat de doorbraak van esports én de activiteit van de consument zou voortstuwen, waar die bedrijven dan van zouden profiteren."*

## Naast esports blijft ook gamen populair

Esports eist in België dan wel een groeiend aandeel van de aandacht op, maar ook gamen blijft populair. 79% van de Belgen heeft weet van videogames en 46% speelt ze; 33% doet dit op geregelde basis. Ze spelen gemiddeld 648 minuten/week videogames, of 92 minuten/dag. Dat is bijna even lang als de tijd die ze aan sociale netwerken besteden (105 minuten/dag), maar toch nog altijd minder dan het EU-gemiddelde van 126 minuten/dag. Belgen spenderen 18 euro/maand aan game-gerelateerde aankopen. De helft daarvan gaat naar volledige gamecopy's.

Het publiek is vergelijkbaar met dat van de esports kijkers: jong, divers en consument van vele betaalde digitale diensten. 42% van de Belgische gamers zijn echter vrouwen (tegenover 36% voor esports). Interessant is dat slechts 43% van de gamers naar esports kijken, terwijl 84% van de esports kijkers ook aan gaming doet. Dit beklemtoont de verschillen tussen beide sectoren.

*"Hoewel het stijgende aantal Belgische gamers uiteraard een positieve impact heeft op de markt, verwachten we dat de uitbreiding van de taxshelter naar investeringen in videogames (die vanaf januari 2023 ingaat), de ontwikkeling van de sector in België verder zal stimuleren", besluit Vincent Fosty.*

Lees meer hier: [www.deloitte.com/be/belgian-esports-market](http://www.deloitte.com/be/belgian-esports-market)

###

## Deloitte in België

Deloitte heeft meer dan 6000 medewerkers en 11 kantoren in België en is daarmee de grootste organisatie van het land op het gebied van audits, accounting, juridisch en fiscaal advies, consultancy, financieel advies en risicoadvies.

Met zijn diensten helpt de organisatie zowel de grootste nationale en internationale bedrijven als kmo's, overheden en non-profitorganisaties vooruit. Deloitte Belgium is een onafhankelijke en autonome organisatie die aangesloten is bij Deloitte Touche Tohmatsu Limited. In het boekjaar 2022 behaalde de organisatie een omzet van € 704 miljoen.

Deloitte Belgium BV is de Belgische dochteronderneming van Deloitte NSE LLP, een bedrijf dat aangesloten is bij Deloitte Touche Tohmatsu Limited en dat bij de professionele diensten en adviezen die het verstrekt steevast op de hoogste kwaliteit mikt. De diensten zijn gebaseerd op een wereldwijde strategie die meer dan 150 landen bestrijkt. Daarvoor kunnen ze rekenen op de expertise van 415.000 professionals op alle continenten. Voor het boekjaar 2022 bedroeg de omzet meer dan \$ 59,3 miljard.

Deloitte verwijst naar een Deloitte member firm, een of meer verbonden venootschappen, of Deloitte Touche Tohmatsu Limited, een Britse 'private limited liability company' ('DTTL'). DTTL en alle aangesloten ondernemingen zijn juridisch afzonderlijke en onafhankelijke entiteiten. DTTL (ook wel 'Deloitte Global')



levert geen diensten aan klanten. Surf naar <http://www.deloitte.com/about> voor een uitgebreidere beschrijving van de juridische structuur van DTTL en de aangesloten ondernemingen.