

Esports-opleiding van start gegaan

# Next level

**Nederland is een opleiding rijker: Esports, Game & Event Manager. De studenten worden niet opgeleid om beter te kunnen gamen, maar om een zogeheten esports experience te kunnen aanbieden of een esporter of -team te coachen. MBO College Hilversum is van start gegaan met de eerste Europese opleiding daarvoor. BMY sprak student Mark Patist.**



**MARKS  
ESPORTS  
FAVORIETEN**

**TEAM:**  
Team Secret

**SPELER:**  
YapzOr

**SPEL:**  
Dota 2

Mark is 25 jaar en heeft al een tijdje gewerkt als sportleraar en leidinggevende bij een sportbedrijf. Door corona moest hij zijn carrière heroverwegen en is hij gestart met de opleiding. "Ik ben mijn hele leven een sportman, maar ook een fanatieke gamer geweest. Daarnaast houd ik heel erg van mensen coachen en trainen. Toen ik hoorde van deze opleiding leek het me meteen een mooie kans, ook omdat de diepgang en moeilijkheidsgraad van esports me aanspreken."

"Op maandag gaan we met de hele klas naar Alphen aan de Rijn. Daar zit de Esports Game Arena, een klein bedrijf dat grote esports-toernooien organiseert. Wij gaan in samenwerking met hen toernooien organiseren. Dinsdag hebben we online les, standaard vakken zoals Engels en rekenen, maar ook ict en digitale vaardigheden. Op woensdag en donderdag zijn er wat meer presentatie- en leiding-gerichte vakken, waarin we leren hoe we voor groepen staan. Hoe je een sport- of lesschema in elkaar zet, maar ook hoe het menselijk lichaam werkt."

## Volwaardige sport

Bovendien leren de studenten hoe ze professionele gamers kunnen coachen en begeleiden, zowel fysiek als in een game en hoe ze zelfstandig grootschalige evenementen kunnen organiseren in deze branche. Wat voor Mark zo interessant is aan de opleiding: de esports scene is heel anders dan mensen verwachten. Die wereld wordt door velen nog niet gezien als volwaardig, constateert hij. "Het zijn maar spelletjes, denken veel mensen. Maar het is zo'n gigantisch hoog niveau. Er zijn zoveel verschillende opties en mogelijkheden die

sporters moeten weten en kunnen binnen een spel. Esports kan de moeilijkheidsgraad van professioneel schaken hebben, maar ook de snelheid van professioneel voetbal. Het gaat diep in op lichamelijke en mentale aspecten. Dat vind ik er heel interessant aan."

**"Het zijn maar spelletjes, denken mensen. Maar het is zo'n gigantisch hoog niveau"**

## Meer dan alleen FIFA

Voor de duidelijkheid: esports leent zich niet alleen voor voetbal of tennis. Mark: "Je hebt allerlei soorten esports. Ik vind: zodra je bij een organisatie zit, toernooien kunt spelen en er je brood mee kunt verdienen, mag je jezelf een esporter noemen. Er is nu zoveel diversiteit in gamen dat iedereen wel iets kan bedenken wat hij of zij leuk vindt. En zodra je esports alleen maar gaat betrekken op spellen

waarin je een fysieke sport speelt zoals FIFA, dan ga je heel veel mensen verliezen." Mark begon vooral aan de opleiding uit interesse, maar hij had natuurlijk wel een doel en een droom. "Werken bij een esports-organisatie, die verschillende teams managet, lijkt me mooi. Als gamecoach, die spelers beter leert spelen, of als fitnesscoach voor het team. Het lijkt me een uitdaging om na te denken over wat een professionele gamer nodig heeft om urenlang te zitten gamen en daarnaast nog een gezond lichaam te hebben. Het stigma is: jij gamet heel veel, dan ben je vast een dik ventje in een donkere kamer. Maar profgamers moeten kunnen presteren. En dat kan alleen als je lichaam en geest allebei gezond zijn."

## Ben je zelf ook aangesloten bij een organisatie?

"Ikzelf niet. Die jongens zijn er wel in mijn klas, maar die hebben ook op professioneel niveau gegamed. Ik ben daar zelf wat te oud voor. De jongere generatie is veel sneller en pikt veel makkelijkere dingen op. Ik heb best een goed niveau, maar bij lange na niet het niveau van een prof. Jonge spelers kunnen er veel meer tijd in investeren en komen deels daarom verder. De wereldtop Fortnite is 15 á 16 jaar. Het is een combinatie van tijd investeren, talent, snelheid van geest en de drive om professioneel te worden. Als je dan uiteindelijk ook die topsportinstelling hebt, dan kun je heel erg ver komen."

Waarom was deze opleiding nodig? Peter Strikwerda, projectmanager en docent: "Er was in Europa nog niet zo'n opleiding op mbo-niveau. Daarnaast zijn esports in Nederland in populariteit aan het groeien. Ze worden steeds serieuzer genomen. In het buitenland is het al een tijd lang normaal om esports te spelen in een *leisure*-achtige omgeving, dus Nederland loopt zo'n drie jaar achter. Aan de andere kant zijn er wel verschillende topspelers en topteams op het gebied van esports in Nederland." De verwachting is dat de aandacht voor het spelen van esports gaat groeien en daarmee ook de behoefte aan mensen die groepen kunnen begeleiden en evenementen organiseren. "We zijn nog op zoek naar samenwerking met bedrij-

ven die actief zijn in de esports-wereld. We werken al met de Esports Game Arena in Alphen aan de Rijn en H2O in Purmerend, maar zoeken nog naar een goede partner in Hilversum. Diverse mediabedrijven in Hilversum hebben al een connectie met esports, wat betreft het uitzenden of opnemen van videoregistraties van esports-evenementen."

**De opleiding Esports, Game & Event Manager duurt drie jaar en is een niveau 4-opleiding, waar dus vmbo-k, -g of -t, dan wel een overgangsbewijs van havo 3 naar havo 4 vereist is. De opleiding start twee keer per jaar: in september en januari. Er is ruimte voor 50 studenten per leergang. De opleiding telt op dit moment 16 studenten.**



**Mark Patist: "Het lijkt me een uitdaging om na te denken over wat een professionele gamer nodig heeft om urenlang te zitten gamen en daarnaast nog een gezond lichaam te hebben."**



Christian Kurz

Follow-up conferentie Beyond 2020

# “Jongeren hebben laten zien dat ze erg weerbaar zijn”

Als je ViacomCBS zegt, denk je aan MTV, Comedy Central en Nickelodeon. Maar het bedrijf heeft ook een eigen onderzoeksafdeling: ViacomCBS Global Insights. In 2020 voerde deze tak *Beyond 2020* uit, over de impact die het jaar heeft gemaakt op jongeren. De gelijknamige online conferentie ging ook over 2021: de toekomst van de jeugd, hun rol in politiek en media en manieren waarop beter naar hen kan worden geluisterd. BMY sprak Christian Kurz, Senior Vice President Global Insights.

## Waarom initieerde juist ViacomCBS dit onderzoek?

“Onderzoek is cruciaal. Om onze CEO Bob Bakish te citeren: “Vandaag de dag is onderzoek een inspiratiebron. Het is waar we beginnen. Het is een startpunt van onze strategieën, ons bedrijf en onze creativiteit. Het vormt onze merken. Het is een inspiratiebron voor onze content en marketing.” De organisatie doet al vooruitstrevend onderzoek sinds MTV voor het eerst verscheen in Europa. De laatste tien jaar heeft ViacomCBS in ieder geval één groot onderzoek over meerdere landen per jaar uitgevoerd. We houden de vinger aan de pols en blijven verbinding zoeken met jonge mensen.”

“Ze hebben het gevoel dat ze **harder** moeten **werken** dan **ooit** om hun **doelen** te bereiken”

“Zeker met alle uitdagingen die 2020 voor ons in petto had - van een voortdurende pandemie tot racistische spanningen, protesten en natuurrampen - is er meer dan genoeg ontwrichting en

onzekerheid voor jongeren in de wereld. Maar jongeren hebben laten zien dat ze erg weerbaar zijn, ondanks alle tegenslagen. 2020 heeft ervoor gezorgd dat ze verlangen naar meer stabiliteit en het gevoel hebben dat ze harder moeten werken dan ooit om hun doelen te bereiken. Terwijl hun toekomst onzeker blijft, kijken jonge mensen uit naar dit jaar en hebben ze zin om er wat van te maken.”

## Waren de resultaten een grote verrassing?

“Als ze een grote verrassing waren, was ik niet erg goed in mijn baan. Toch sprong één ding eruit: dat de focus op duurzaamheid en klimaatverandering bleef, ondanks alle andere uitdagingen van het afgelopen jaar. Jongeren vinden dat klimaatverandering hoog op de agenda zou moeten staan. Ook (mentale) gezondheid heeft volgens hen meer aandacht nodig.

Verder zagen we dat jongeren willen blijven leren over sociale onderwerpen zodat ze veranderingen teweeg kunnen brengen en dat verwachten ze ook van hun omgeving.”

## Impact resultaten op content

Natuurlijk zijn de inzichten ook bedoeld om de content creators van ViacomCBS te helpen en te inspireren. Diversiteit en inclusiviteit hebben prioriteit bij ViacomCBS, op en achter de schermen. “Iedereen zou iets moeten kunnen vinden bij onze merken waarin ze zichzelf herkennen. We verbinden de wereld door content. Als media-bedrijf spelen we een belangrijke rol in het promoten van diversiteit en fundamentele mensenrechten. We voeden kritische conversaties en nemen een standpunt in, omdat we geloven in een positieve en inclusieve toekomst.”