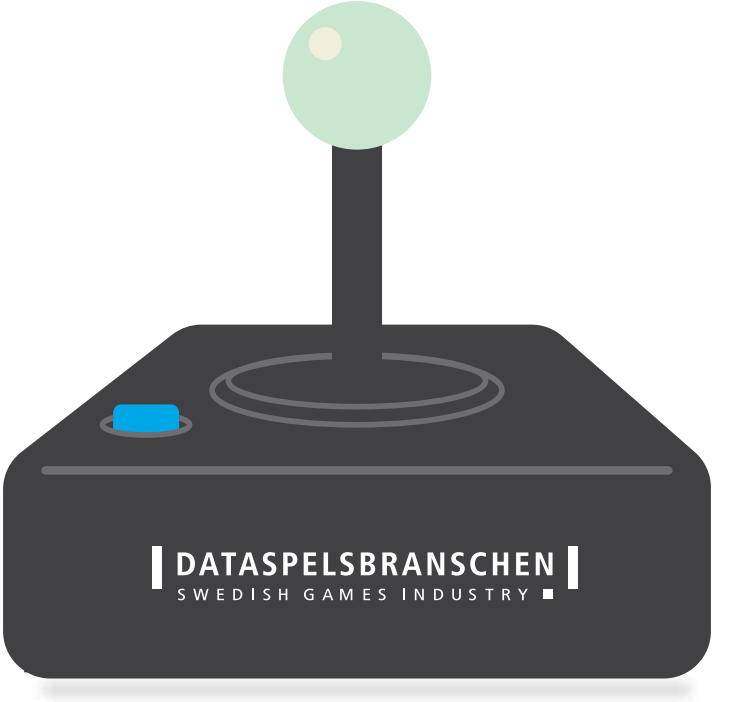
SPELUTVECKLARINDEX 2016



SPELUTVECKLARINDEX

Första upplagan
Utgiven av Dataspelsbranschen
Research: Hanna Metsis, Jacob Kroon
Text & Design: Jacob Kroon

Dataspelsbranschen är en samarbetsorganisation för ANGI och Spelplan-ASGD. ANGI representerar förlag samt distributörer och Spelplan-ASGD representerar utvecklare och producenter.

Dataspelsbranschen Swedish Games Industry
Klara norra kyrkogata 31, Box 22307
SE-104 22 Stockholm
www.dataspelsbranschen.se

Kontakt: jacob.kroon@dataspelsbranschen.se

2016

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

SAMMANFATTNING 4

FÖRORD 5

OMSÄTTNING & RESULTAT 6-7

NYANSTÄLLNINGAR 8

ANTAL BOLAG 8

KÖNSFÖRDELNING 9

OMSÄTTNING PER FÖRETAG 10

ANSTÄLLDA PER FÖRETAG 10

STÖRSTA AKTÖRER 11

FÖRETAGSKARTA 12-13

FRAMTID 15

REELLA INTÄKTER 16

INHEMSK MARKNAD 17

GLOBALT 18-20

IMMATERIALRÄTTSLIGA INTRÅNG 20

HOT & UTMANINGAR 23

SPELUTVECKLARE PÅ BÖRSEN 24-26

SLUTSATS 28

METOD 31

TIDSLINJEN - ETT URVAL 33

ORDLISTA 34

SAMMANFATTNING

Spelutvecklarindex kartlägger, redovisar och analyserar svenska spelföretags verksamheter och internationella branschtrender under ett år genom att sammanställa bolagens årsredovisningar. Svensk spelutveckling är en exportnäring och verkar på en i hög grad globaliserad marknad. Spelbranschen har på några årtionden vuxit från en hobby för entusiaster till en världsomspännande industri med kulturell och ekonomisk betydelse. Spelutvecklarindex 2016 sammanställer de svenska bolagens senast redovisade verksamhetsår (2015). Rapporten i korthet:

- Svenska spelutvecklares omsättning växte med 41 procent till närmare 12,5 miljarder kronor under 2015. En fördubbling på två år.
- Merparten av företagen är lönsamma och branschen redovisar en sammanlagd vinst för sjunde året i rad.
- Sysselsättningen ökade med 19 procent, över 550 heltidstjänster, till 3709 anställda.
- Den genomsnittliga årliga tillväxten (CAGR) 2006-2015 är 39 procent.
- 40 nya bolag har tillkommit, vilket resulterar i 236 aktiva företag, en ökning med 11 procent.
- Räknar man samman omsättningen inklusive förvärv inom svensk spelbransch (köpet av King mm) var summan över 60 miljarder kronor 2015.

.

Spelutveckling är en tillväxtbransch. Långt över hälften av alla bolag har registrerats efter 2010. Spelen lanseras ofta direkt på en internationell marknad, vilket också ger en global arbetsmarknad. De största företagen är mångkulturella, och det är inte ovanligt att de har anställda med över 30 olika nationaliteter.

Svenska spelutvecklare kännetecknas av bredd och kvalitet. Sverige har världsledande utvecklare inom AAA, digital distribution, mobilspel, VR och specialiserade underleverantörer.

Allt tyder på att den svenska spelbranschen fortsätter att växa under 2016. De största utmaningarna är omvärldsfrågor som tillgång till kapital, tillgång till kompetens samt lagar och regler kring digitala marknader som kommer i otakt med utvecklingen.

FÖRORD

Spelföretagens spektakulära tillväxt fortsatte i oförminskad takt 2015. 12,5 miljarder kronor är mer än tio gånger så mycket som 2010, dvs. en ökning med 1000% på fem år. Det är lätt att bli fartblind inför dessa siffror och härmed inträder också ett nytt och märkligt fenomen: förväntan. Allt annat än fortsatta rekordsiffror hade varit en besvikelse. Spelmakarnas framgångar har skapat ett läge där 35% årlig tillväxt eller mer är det normala. Situationen är nästan en smula absurd, men samtidigt logisk mot bakgrund av de senaste årens utveckling. Kan det fortsätta? Mycket talar för det, det är inte efterfrågan som håller tillbaka utvecklingen och företagen slåss inte om marknadsandelar, tvärtom är spelarnas aptit långt ifrån mättad. Frågorna handlar snarare om hur vi kan fortsätta att skapa spel i världsklass, hur vi behåller spelarnas uppmärksamhet och hur vi förnyar oss. Mycket av det kan företagen och branschen påverka själva, men några faktorer är delvis utanför vår kontroll såsom kompetens, kapital och digitala marknader.

Spelföretagen får ibland kritik för att sysselsättningen inte ökar lika snabbt som inkomsterna. Det är en på flera sätt märklig kritik, det är förstås utmärkt om inkomsterna ökar – man kan rentav hävda att det är själva idén med näringsverksamhet. Kan man verkligen klandra en bransch som tredubblat sysselsättningen på fem år och skapat nästa 2500 nya, högkvalificerade, välbetalda jobb för att inte göra tillräckligt? Men det stora tankefelet är förstås att företagen hade anställt ännu fler om det fanns fler personer att anställa. Många, kanske de flesta, företagen i branschen har vakanser och annonserar efter kompetens. Flera har öppnat kontor utomlands för att komma åt en större arbetsmarknad. Specialister rekryteras från utlandet men försenas av byråkrati och bostadsbrist. Dessa flaskhalsar hindrar inte bara ökad sysselsättning utan även konkurrenskraft på längre sikt.

Tillgången på kapital påverkar också framtiden. I flera konkurrentländer som Finland, Storbritannien och Kanada finns ambitiösa investeringsfrämjanden som lockar utländskt kapital. Självklart är det alltid företagets kvaliteter som avgör för en investerare, men allt annat lika så underlättar olika slags medfinansiering. Dessutom finns mjuka effekter som hur näringen samverkar med offentliga aktörer för att sprida kunskap eller presentera sig för investerare. I Sverige finns goda exempel på lokal och regional nivå, men inget som liknar sagda konkurrenters program på nationell nivå. Följdriktigt är också den inhemska finansbranschen ganska lite närvarande i de svenska spelföretagen. Värdet och potentialen är uppenbar med mångmiljardaffärer som King och Mojang de senaste åren, och i våras Toca Boca som förvärvades av kanadensiska Spin Master. Dock är det bara i undantagsfall som svenska sparare, pensionsfonder och andra investerare får del av den utvecklingen, helt enkelt för att få svenska aktörer är med i tidiga skeden. Den här rapporten är en del av vårt arbete att förbättra det.

Den tredje faktorn utanför vår egen påverkan som avgör framtiden är villkoren på digitala marknader. Det samtalet har ofta handlat om upphovsrätt men idag lika mycket om konkurrensfrågor när stora delar av all spelförsäljning koncentreras till ett fåtal globala digitala återförsäljare. Avtalsvillkoren är inte förhandlingsbara, det kan vara svårt att veta exakt när ett spel börjar säljas (att göra en marknadsplan utan att kontrollera lanseringsdatumet är en utmaning!), vad gäller vid tvister och intrång? Osäkerheten är stor, inte minst för mindre aktörer.

Med allt detta sagt är framtiden ljus för spel och inte minst svenska spel. Tre år i rad har Sverige fått toppnoteringar i GDC Europes omröstning om den hetaste spelutvecklarregionen i Europa. Ett nytt område som virtual reality får stor uppmärksamhet och här finns flera svenska företag i internationell tätposition, Starbreeze har rentav lanserat egen hårdvara och flera startups har tagit emot uppmärksammade investeringar. Den stora revolutionen att alla möjliga människor, inte bara gamers, spelar fortsätter och stärks av utvecklingen med smartphones. Sommarens fluga *Pokémon Go* har inte minskat intresset och visar att det går att lansera nytänkande spelkoncept med kommersiell framgång. Några av världens största underhållningsvarumärken blir till spel i Sverige: Star Wars, Mad Max, The Walking Dead, Vampire: The Masquerade, Tom Clancy, för att nämna några. Och det är förstås en glädjande utveckling att fler spelföretag noteras på börsen så att det blir lättare för fler att bli en del av det svenska spelundret.

Framtiden är ljus för spel och inte minst svenska spel

Om vi fortsätter att förnya oss och skapa spel i världsklass kommer svenska spelmakare att behålla spelarnas intresse och vi kan se fram emot fler imponerande rapporter som den här i framtiden.

Per Strömbäck
Talesperson, Dataspelsbranschen

OMSÄTTNING & RESULTAT

Den globala efterfrågan på svenskutvecklade spel är stor. Det märks när omsättningen för svenska spelföretag fördubblas på två år (2013-2015), ökar med 41 procent till 12,5 miljarder 2015, när 33 skolprogram utbildar 3343 spelutvecklare i Sverige på ett år, när människor åker runt halva jordklotet för att jobba i landet, och när ett spelföretag med sitt kreativa högkvarter i Sverige säljs för 50 miljarder kronor. Det märks också att efterfrågan fortsätter att vara skriande. Branschen har i genomsnitt vuxit med 40 procent årligen sedan 2006. Svensk spelutveckling har som samtidens främsta kulturyttring på nolltid gjort en resa från obemärkthet till världsberömd kulturexport. Var tionde människa på jorden spelar ett svenskt spel.

Sysselsättningen ökade med 19 procent, 40 nya företag och en strid ström av engagerande spelupplevelser. Med en gemensam vinst på närmare 5 miljarder kronor har företagen aldrig varit mer lönsamma eller tillfört mer till kommunala och statliga skatter.

Fe, Zoink

2015 var återigen ett år av stora affärer för svensk spelindustri. 2014 års sensationella försäljning av Mojang till Microsoft för 18 miljarder följdes upp av Activision Blizzards – ett av världens i särklass största spelföretag – köp av King. Efter förvärvet finns verksamheten kvar i Sverige, och växer. King har förutom studiorna i Stockholm och Malmö öppnat ett nytt kontor i huvudstaden.

Fatshark har producerat kvalitetsspel under flera år men hade sitt stora genombrott 2015. *Warhammer: End Times – Vermintide*, baserat på det populära brädspelsvarumärket Warhammer, blev en kritikerrosad försäljningsframgång som sålde över en halv miljon exemplar under året.

Paradox Interactive, som redan tidigare var ett av Sveriges största spelföretag, tredubblade sin omsättning och femdubblade sin vinst under 2015. Under året har Paradox framgångsrikt breddat sig från att huvudsakligen ha gett ut strategispel till att ge ut flera internationella succéer även i andra genrer som *Cities: Skylines* (simulator) och *Pillars of Eternity* (rollspel). Över en miljon människor spelar ett Paradox-spel, varje månad.

Avalanche Studios släppte inte mindre än två AAA-spel under året, på uppdrag av två olika internationella spelgiganter: *Mad Max* som ges ut av Warner Bros. och det egna IP:t *Just Cause 3* som ges ut av Square Enix. Få andra spelutvecklare i världen har förtroendet och förmågan att arbeta med den här typen av produktioner för fler än en utgivare.

Anledningarna till svenska spelutvecklares stora framgångar är många. En av de främsta, och mest kortfattade, är den om företagens förträfflighet. Svenska spelutvecklare håller helt enkelt världsklass. Trots stenhård konkurrens är Sverige kvar i den absoluta toppen enligt branschens senaste mätning (*European State of the Industry Survey*).

EN LAGSPORT

Oavsett många stora och framgångsrika företag bygger det svenska spelundret på ett kretslopp där alla företag och enskilda personer är viktiga. Om man tittar på svensk spelutvecklings historia ser man att framgångarna trätts av en röd tråd mellan startups, indieutvecklare, små, mellanstora och stora företag. Svenska spelutvecklare gör framgångsrika spel i alla genrer och för alla plattformar. Det finns en robust synergi som skapar förutsättningar för små utvecklare att växa. Ett samband mellan inkubatorer, högskolor, gör-det-själv-attityd och

NYCKELTAL	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Antal bolag	106 (+5%)	117 (+10%)	145 (+24%)	170 (+17%)	213 (+25%)	236 (+11%)
Omsättning mkr	1181 (+22%)	2317 (+96%)	3715 (+60%)	6546 (+76%)	8845 (+35%)	12508 (+41%)
Oms./anställd tkr	982 (+12%)	1532 (+56%)	1888 (+23%)	2583 (+37%)	2838 (+10%)	3372 (+19%)
Resultat mkr	15 (-59%)	128 (+747%)	338 (+164%)	2483 (+635%)	3358 (+35%)	4737 (+41%)
Anställda	1203 (+9%)	1512 (+26%)	1967 (+30%)	2534 (+29%)	3117 (+23%)	3709 (+19%)
Varav män	1082 (90%)	1300 (86%)	1674 (85%)	2128 (84%)	2601* (83%)	3060 (82%)
Varav kvinnor	121 (10%)	212 (14%)	293 (15%)	405 (16%)	516* (17%)	651 (18%)

**Korrigerat för felaktigheter*

globala målsättningar. I Sverige finns några av världens främsta oberoende utvecklare, några av världens största utvecklare, och ett växande antal nyskapande företag där emellan.

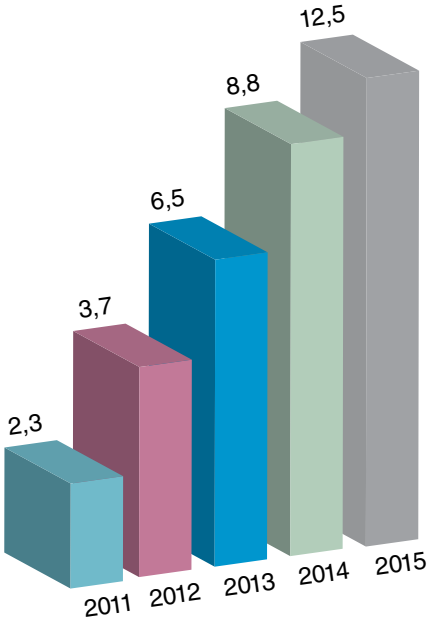
Är branschen en bubbla? Svaret är nej. Tillväxten drivs av verkliga konsumenter på en växande global marknad, inte spekulationer om framtida vinster. Tvärtom är inslaget av investeringskapital lågt i förhållande till företagens prestationer. Spel är anpassningsbara till ny teknik och nya plattformar och inte ens lågkonjunkturer och ekonomiska kriser har haft en stor inverkan på branschen. Förväntningarna på spelbranschen är realistiska, inte sällan underskattande. Räknar man samman omsättningen inklusive förvärv inom svensk spelbransch (köpet av King mm) var summan över 60 miljarder kronor 2015.

OM ÅRETS SIFFROR

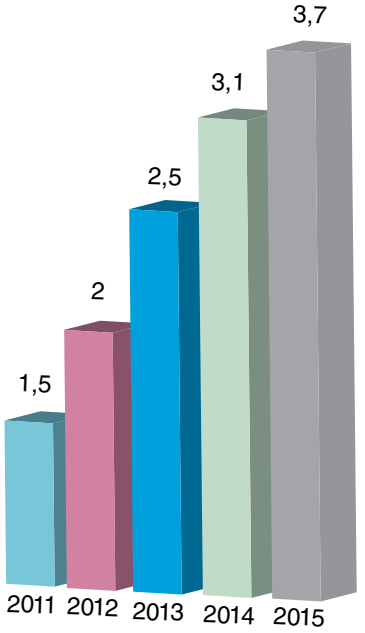
Mojang bidrar som vanligt starkt till årets tillväxtsiffror, inte minst eftersom årsredovisningen som ligger till grund för bolagets omsättning omfattar en 18-månadersperiod till följd av ett förlängt räkenskapsår. Mojangs tidigare årsredovisning för 2013 användes därför både till Spelutvecklarindex 2013 och 2014. Detta medför att denna rapports totala siffror för 2015 är något större än vad de annars skulle vara. Samtidigt tyder allt på fortsatt stark tillväxt för *Minecraft*-skaparen. Spelet har sålts i över 107 miljoner exemplar totalt.

Även Starbreeze har bytt räkenskapsår och bidrar därför med sex månader extra till årets rapport. Uppgifter om antal anställda är dock enbart tagna från den senaste årsredovisningen. För omsättning och resultat har siffrorna slagits samman.

OMSÄTTNING (MILJARDER KR)



ANSTÄLLDA (TUSENTAL)



Little Nightmares, Tarsier Studios

NYANSTÄLLNINGAR

Nyanställningar ökade med 18 procent, eller 549 heltidstjänster. Nyetablerade företag står för över 100 anställda. Antal anställda beräknas med genomsnittligt antal heltidsanställda i företagens årsredovisningar och det är i själva verket betydligt fler individer som arbetat med spelutveckling under året. Samtidigt agerar många frilansande konsulter till svenska spelutvecklare men syns inte som anställda i bolagens årsredovisningar. Med hänsyn till dessa mörkertal är den verkliga siffran uppskattningsvis 15 procent högre vilket innebär drygt 4200 personer.

ANTAL BOLAG

Branschen står för en fortsatt stark etableringstakt med närmare 40 nya företag. Ett växande entreprenörskap ger tydliga resultat i mån av företagande, sysselsättning och erfarenhet. Flera av företagen blir på sikt väldigt framgångsrika. Raw Fury, Hazelight Studios, Gumi Sweden och Robtop Games är exempel på företag som gått väldigt bra redan från början.

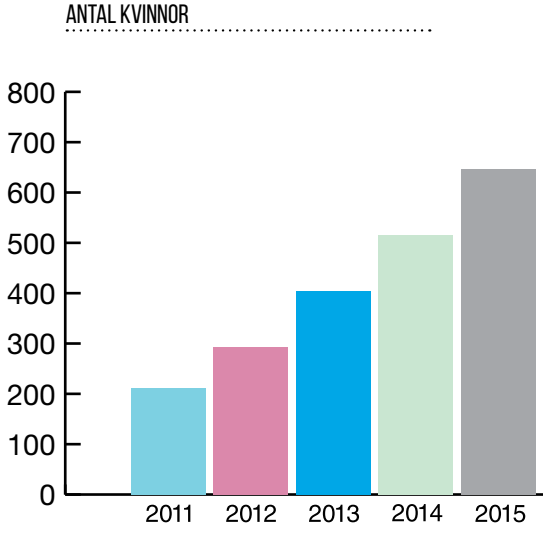
Av redovisningsskäl tar Spelutvecklarindex endast med aktiebolag i sitt urval, men räknar man in spelutvecklare med andra bolagsformer, t ex handelsbolag och enskilda firmor, är de cirka 50 procent fler till antalet. Det är betydligt fler än i vårt grannland Finland, som haft liknande framgångar som Sverige, men vars framgångar koncentreras till färre bolag. Koncerner inom svensk spelutveckling blir allt fler och många av de största bolagen har dotterbolag både i Sverige och utomlands. Räknar man med dessa får man lägga till ytterligare ett tjugotal företag till räkningen.

Snow, Poppermost Productions

Aer, Forgotten Key

KÖNSFÖRDELNING

Antalet kvinnor ökade med 25 procent, att jämföra med 16 procent för männen. Större skillnad mellan dessa siffror behövs för att på lång sikt nå en jämnare könsfördelning i branschen. Utöver det långsiktiga arbetet med att locka fler kvinnor till spelutveckling och spelföretag är jämställdhet lika viktigt i spelbranschen som i övriga samhället, inte minst för att säkra den bästa kompetensen och att vidga målgruppen för spelen. Kvinnor i spelbranschen återfinns främst i medelstora och stora företag, och en klar utmaning är att få fler mindre utvecklare och startups att från början ha med spelutvecklare som identifierar sig som kvinnor, liksom att locka fler kvinnor att starta spelföretag. I dag är det i huvudsak de största företagen som arbetar med mobilspel som anställer flest kvinnor. En utmaning, men också möjlighet, med att locka fler kvinnor till branschen är att många arbetar i roller som ofta är mer branschöverskridande än deras manliga kollegors.



Spelutveckling är fortfarande en ung bransch. Spel lanseras ofta direkt på en internationell marknad, vilket också ger en global arbetsmarknad. De största företagen är mångkulturella, och det är inte ovanligt med över 30 olika nationaliteter i ett och samma företag. Mångfaldsfrågor gäller givetvis även kultur, sexualitet, identitet, ålder och funktionsvariation. Både för företagen och för spelens innehåll.

OM DIVERSI

Diversi skapades 2013 som ett initiativ för att lyfta fram och stärka mångfalden i svensk spelbransch. Målet är att fler människor ska känna sig hemma i spel, communitys, spelutbildningar och spelföretag. Spel är inte en angelägenhet för några fåtal, det är en viktig del av samhället – konstnärligt, socialt, pedagogiskt och ekonomiskt. En ökad mångfald är viktigt för att branschen ska fortsätta att växa och utvecklas. Mer information om initiativet finns på diversi.nu.

ANSTÄLLDA & OMSÄTTNING PER FÖRETAG

Sammanställningen är gjord efter EU:s definitioner om små och medelstora företag. För att kvala in som en viss typ av företag räcker det att man uppfyller ett av kriterierna. T ex Mojang räknas som ett stort företag pga sin omsättning, även fast personalstyrkan motsvarar ett litet företag. T ex Massive når inte riktigt upp i ett stort företags omsättning, men räknas ändå därtill pga personalstyrkans storlek. Sedan 2014 har Paradox Interactive kvalat in som stort, och fler medelstora företag är på god väg. Ett utbrett entreprenörskap bidrar samtidigt till många mikroföretag med inledningsvis små intäkter men som är livsviktiga för branschen på lång sikt. Se s. 12-13 för geografisk distribuering av företagen.

DEFINITIONER

Soloföretag: Företag där endast ägaren är anställd, och i övrigt inte uppfyller något kraven för små företag eller större.

Mikroföretag: Färre än 10 anställda eller högst 2 miljoner euro i omsättning

Små företag: Mellan 10-49 anställda och vars omsättning inte överstiger 10 miljoner euro.

Medelstora företag: Mellan 50-249 anställda och vars omsättning inte överstiger 50 miljoner euro.

Stora Företag: företag som har större omsättning eller fler anställda än ett medelstort företag.

ANSTÄLLDA PER FÖRETAG

Mikro	Små	Medel	Stora
9%	18%	21%	52%

OMSÄTTNING PER FÖRETAG

2%	6%	13%	79%

STÖRSTA AKTÖRER

Trots en stark tillväxt är de fem största bolagens andel av branschens omsättning och antal anställda identisk med ifjol. Det tyder på en bredd av livskraftiga företag som växer parallellt. Med de fem största företagen borträknade växer branschen fortfarande över 36 procent.

STÖRSTA AKTÖRER	Omsättning mkr
1. Mojang	4276*
2. King	3251
3. EA DICE	917
4. Paradox Interactive	604
5. G5 Entertainment	384

**Baserat på en 18-månadersperiod*

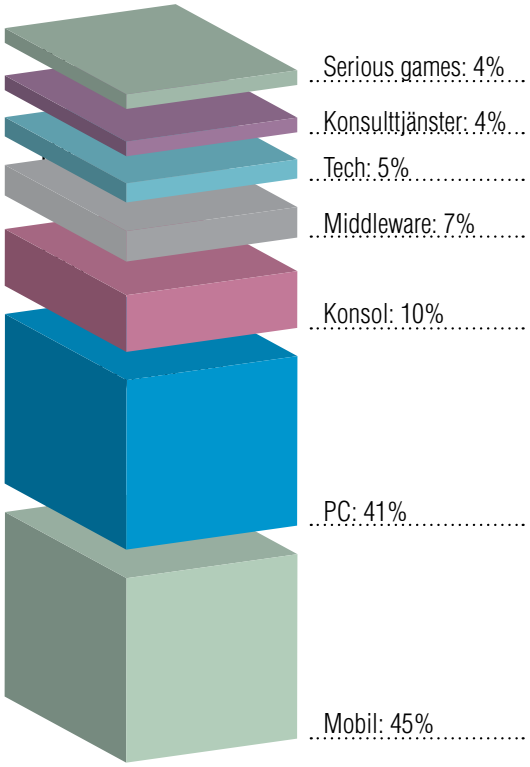
STÖRSTA AKTÖRER	Antal anställda
1. EA DICE	560
2. King	559
3. Ubisoft Massive	319
4. G5 Entertainment	262
5. Avalanche Studios	239

DISTRIBUTIONSPLATTFORMAR

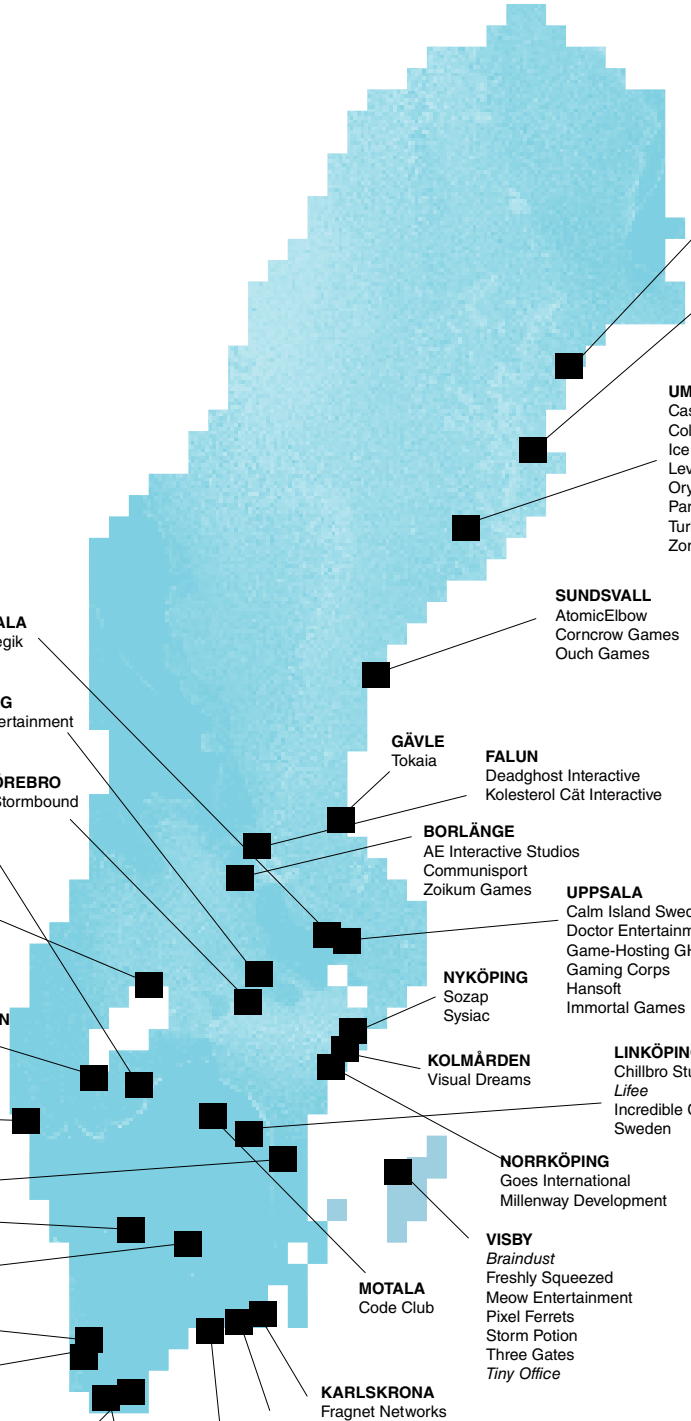
Ett av den svenska spelbranschens många kännetecken är bredden i utvecklingen. Det kan tyckas självklart att satsa på alla de största formaten (PC, konsol, mobil), men i verkligheten är det få förunnat med framgång överallt, med undantag av Nordamerika och delvis Finland (även Japan har en stor bredd om än med en svaghet inom PC-utveckling). Sverige är olikt de flesta nationer världsledande på i stort sett alla kommersiella plattformar, och det ser lovande ut även för framtidslöftet VR, då många svenska utvecklare anammat plattformen och har fångat intresse från omvärlden liksom flera investeringar.

Samtidigt som bredden är en av hörnstenarna i det svenska spelundret är branschen inte lika plattformsberoende som den en gång varit. Lanseringen av nya spelkonsoler 2013-2014 hade en relativt liten inverkan på svenska spelutvecklare. Det blev snarare ännu ett digitalt skyltfönster mot en köpstark publik. Flera spel kan effektivt konverteras mellan olika format och det är framförallt AAA-spel som varit beroende av en stark konsolmarknad. Frågan är snarare var man hittar sin typ av publik i dagsläget. Svaren är ofta fler än ett.

Figuren till höger ger en översikt av vilka distributionsplattformar utvecklare arbetar med genom att se vad utvecklarna gjort under den senaste tiden och vad de arbetar med just nu. En utvecklare kan förekomma i två eller fler kategorier i den mån de fokuserat på flera olika format.



FÖRETAGSKARTA



LULEÅ
Velcro Interactive

SKELLEFTEÅ
Gold Town Games
Twoorb Studios

UMEÅ
Cassius Creative
Coldwood Interactive
Ice Concept Studios
Level Eight
Oryx Simulations
Paradox Arctic
Turborilla
Zordix

SUNDSVALL
AtomicElbow
Corncrow Games
Ouch Games

SKÖVDE
Coffee Stain Studios
Coilworks
Digimundi
Double Zero One Zero
Guru Games
Hörberg Productions
I C YOU
Lockpick Entertainment Sweden
Lone Hero Studios
Ludosity
Ludosity Learning
Mandibol Entertainment
Mobile Storytelling
Mostly Harmless Games
Palindrome Interactive
Pieces Interactive
Piktiv
Pocapp Studios
Sector3 Studios
Stunlock Studios
Tarhead Studio
Thundersword Games
Triolith Entertainment

SALA
Aegik

KÖPING
LS Entertainment

ÖREBRO
Stormbound

GÄVLE
Tokaia

FALUN
Deadghost Interactive
Kolesterol Cät Interactive

Megafront
Tension Graphics
Tenstar

BORLÄNGE
AE Interactive Studios
Communisport
Zoikum Games

GÖTEBORG
1337 Game Design
8 Dudes in a Garage
Bulbsort
Carry Castle
Craft Animations
Creative AI Nordic
Dawnbreak Studios
Entertainment Products of Sweden
Ghost Games
Happsan
Hello There
Image & Form International
Itatake
IUS Information
Legendo Entertainment
MindArk
Nornware
Northcube
Outbreak Studios
Palringo
Pax6 Games
Räven
Skygoblin
Sleeper Cell
Table Flip Entertainment
WarmBreeze Studios
YCJY
Zoink

KARLSTAD
Assorted Nuts
THQ Nordic

UPPSALA
Calm Island Sweden
Doctor Entertainment
Game-Hosting GH
Gaming Corps
Hansoft
Immortal Games

MachineGames
Night Node
Pikkotekk
Pixel Grinder
Teotl Studios
Quixel

NYKÖPING
Sozap
Sysiac

TROLLHÄTTAN
Friendbase

KOLMÅRDEN
Visual Dreams

LINKÖPING
Chillbro Studios
Lifee
Incredible Concepts of Sweden

Power Challenge
Rampant Pixels
Stillfront Online Games
Simplygon

ÅTVIDABERG
Martin Magni

NORRKÖPING
Goes International
Millenway Development

ALVESTA
Wadonk

VÄXJÖ
Mabozo

VISBY
Braindust
Freshly Squeezed
Meow Entertainment
Pixel Ferrets
Storm Potion
Three Gates
Tiny Office

MOTALA
Code Club

KLIPPAN
Wordexia

HELSINGBORG
Frictional Games
Localize Direct
Monsuta
Pixelbite

KARLSKRONA
Fragnet Networks

RONNEBY
Nodbrim Interactive

MALMÖ
Attribite
Ayeware
Blastdoor Interactive
Divine Robot
ExtraLives
Frogsong Studios
Illusion Labs
Imperial Games Studio
King
Leripa
Mandelform
Mediocre

Midnight Hub
Ozma
Planeto
Polyregular Studios
Redikod
Simogo
Star Vault
Swedish Game Development
Tarsier Studios
The Sleeping Machine
Ubisoft Massive
Webbfarbror

KARLSHAMN
Coastalbyte
Dead Shark Triplepunch
Forgotten Key
Gatling Goat Studios
Greylight Entertainment

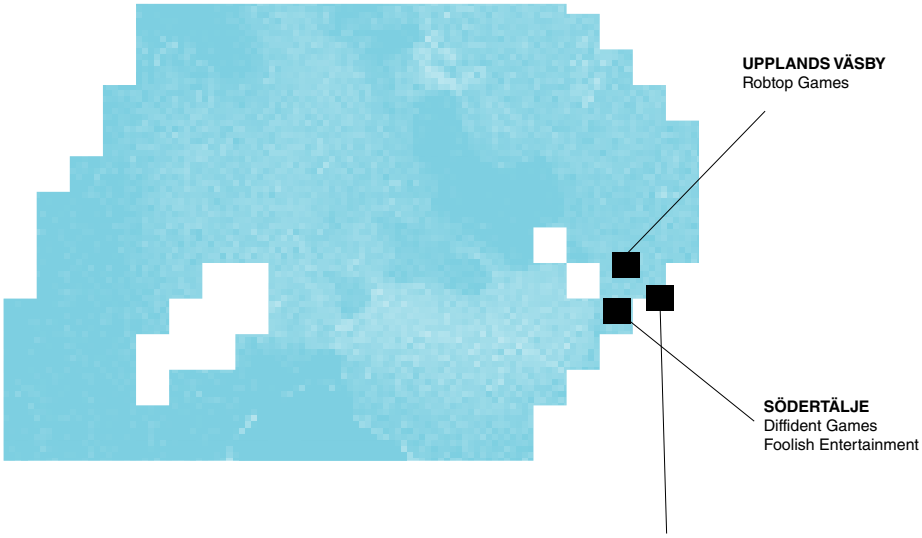
Nemoria Entertainment
Noumenon Games
Prasius Entertainment
Redgrim
The Station Interactive
Stormhatt Studios

LUND
Binary Peak
Illwinter Game Design

STÖRSTA KOMMUNER	Anställda	% av helheten	Bolag	% av helheten
1. Stockholm	2396	66	92	39
2. Malmö	481	13	21	9
3. Göteborg	247	7	25	11
4. Skövde	109	3	16	7
5. Uppsala	177	5	10	5

Ovan är en tabell över de största regionerna rangordnade efter antal anställda och antal bolag. Tabellen går efter procentenheternas sammanslagning och tar inte hänsyn till bolagens omsättning. Till Stockholm räknas Storstockholm med närliggande orter. Trots att en majoritet av de anställda befinner sig i huvudstaden är det betydligt fler företag utanför Stockholm. Några av Stockholmsföretagen, t ex King, Paradox Interactive och DICE, har kontor på flera platser i landet. Under 2015 arbetade 115 personer på Ghost i Göteborg och 85 personer var anställda på King i Malmö.

Kursiverade företag är inte aktiebolag eller har inte lämnat in sitt första bokslut och är därför inte officiellt med i rapportens beräkningar. Saknas ditt företag på kartan? Kontakta oss med beskrivning.



STOCKHOLM
10 Chambers Collective
A Small Game
A Sweet Studio
Ace Maddox
Amagumo Games
Approp
Arcticmill
Arrowhead Game Studios
Avalanche Studios
Axolot Games
Blackbeard
Bläck Studios
Bridgeside Interactive
Bublar
Bumblebee Studios
CasualGames FK
Clifftop Games
Codarica
Collecting Smiles
Crackshell
Daikonsoft
Deadbreed
Defold
DekkoDash
DeNA Sweden
DigiArts Entertainment
DICE
Elias Software
eMocial Gaming Ventures
Expansive Worlds
Fablebit
Fast Travel Games
Fatshark
FEO Media
Filimundus
Frojo Apps
Frosty Elk
Funrock Development
G5 Entertainment
Glorious Games
Gone North Games
Goo Technologies
Good Night Brave Warrior
Gro Play Digital
Gumi Sweden
Happy L-Lord
Hazelight Studios
IMGNRY International
Interactive Productline
Isbit Games
King
KJ Interactive
Landfall Games
LaughLoud:labs
LeadTurn Gaming
Light & Dark Arts
Like a Boss Games
Lionbite
Liquid Media
MAG Interactive
Massive Shapes
Might and Delight
Mojang
Morgondag
Nekomata Games
NeCo
Neonode Technologies
Nuday Games
Oxeye Game Studio
Paradox Development Studio
Paradox Interactive
Peppy Pals
Pixel Tales
Pixeldiet Entertainment
PlayCom Game Design
Polarbit
Poppermost Productions
Primus Appus
Quel Solaar
Quizye
Raketspel
Raw Fury
Resolution Games
Reverse Game Studios
Rigid-Soft Studios
Rovio Sweden
SimWay
Snowprint Studios
Spelagon
Spelkraft Sthlm
Spelkultur i Sverige
Star Stable Entertainment
Starbreeze Studios
Stockholm App Lab
Sunhammer
Talawa Games
Talecore Studios
Tealbit
That Brain
Toadman Interactive
Toca Boca
Tomorroworld
TwifySoft
Unity Technologies
Visiontrick media
Xpert Eleven

> **Att världen kommer till spelsverige är en devis som står sig**

Tyranny, Obsidian Entertainment (ges ut av Paradox Interactive)

FRAMTID

Svensk spelutveckling går fortsättningsvis en ljus framtid till mötes. Om inget oförutsett händer bör den fortsätta att växa i enlighet med den genomsnittliga årliga tillväxten på 30-40 procent. Ett axplock:

Att världen kommer till spelsverige är en devis som står sig. Starbreeze inledde under 2016 ett samarbete med sydkoreanska Smilegate för att utveckla en västerländskvänlig version av *Crossfire*. *Crossfire* är ett tydligt exempel på kulturskillnader som trots allt fortfarande delar upp spelvärlden. Det är världens mest spelade FPS med 500 miljoner användare. Trots det har få västerlänningar hört talas om spelet. Men, det är knappast någon slump att just Starbreeze fått i uppdrag att popularisera varumärket på den västerländska marknaden.

Svenska företag är också bra på att föra fram sina egna. Coffee Stain Studios, utvecklaren bakom det dadaistiska fenomenet *Goat Simulator*, har investerat i Skövde-kollegorna Stunlock Studios lovande arenafajter *Battlerite*. Coffee Stain har tidigare gett ut *Westport Independent*, ett spel av Double Zero One Zero, ännu ett Skövde-företag. En av många anledningar bakom Skövde-företagens framgångar är högskolan och den lokala inkubatorn. 2016 har konceptet knoppat av sig till Göteborg, och fler inkubatorer är oberoende på gång även i Malmö och Stockholm.

I mars 2016 lanserades Massives efterlängtade storspel *Tom Clancy's The Division*. Malmö-företaget hade arbetat med spelet under flera års tid, ett av ägaren Ubisofts största spel någonsin. Ett riskfyllt projekt, men efter lansering var succén ett faktum. The Division har sålts i miljonupplagor och slagit en rad olika rekord. Det är bland annat Ubisofts bäst säljande spel någonsin och det bäst säljande nya IP:t under en releasevecka. En film som bygger på spelet med Jake Gyllenhaal och Jessica Chastain i rollerna är bekräftad.

Fler svenska AAA-spel har slagit rekord under 2016. När DICE utannonserade *Battlefield 1* – nästa del i den storsäljande Battlefield-serien – blev trailern för spelet snabbt den mest gillade spel-trailern i Youtubes historia. Spelets demo blev sedan en publikfavorit på de stora mässorna. Två av DICE alster gör dessutom *The Division* sällskap som dramatiserade spel. Både *Mirror's Edge* och *Battlefield* görs just nu till TV-serier.

I Sverige finns en betryggande mängd lovande spel på gång

Ett annat svenskt spel som gjorde stor succé på mässorna, närmare bestämt Gamescom (världens största), var Tarsier Studios kommande *Little Nightmares* (tidigare känt som *Hunger*). Spelet, som ges ut av Bandai Namco, hade en välbesökt monter och vann mässans pris för bästa indie-spel. *Little Nightmares* är ett nytt IP och ett spel som Tarsier har kunnat satsa utveckling på tack vare stöd från Kreativa Europa och Nordic Game Institute.

Barnspelsutvecklarna Filimundus köpte under året ett annat svenskt bolag, Codarica. Idén bakom Codarica är att lära barn programmering genom lustfyllda spel om spelutveckling. Att företagen slagits samman borgar för ett fortsatt intresse av spelutveckling bland yngre generationer. En annan framstående barnspelsutvecklare är Toca Boca, med över hundra miljoner nedladdade spel under bältet. Företaget blev i april 2016 förvärvat av kanadensiska leksaksföretaget Spin Master. Verksamheten blir kvar i Stockholm.

Helsingborgutvecklarna Frictional Games rönte stora framgångar med skräckspelet *Soma* som släpptes sent 2015. Studions första egenutvecklade titel sedan Youtube-favoriten *Amnesia: The Dark Descent*. Företaget jobbar för närvarande med två nya projekt.

Sedan förra året har Coldwood Interactives *Unravel* släppts och rosats av såväl kritiker om spelare, ett spel som EA gjorde ett stort nummer av under sin presskonferens på E3-mässan i Los Angeles. Under årets mässa riktade EA strålkastarna mot ett annat svenskt indie-spel – svenskklingande *Fe* av göteborgsstudion Zoink.

Paradox Interactive fortsätter sitt segertåg med förvärv av Whitewolf Publishing, fortsatt egenutveckling av nya spel och expansioner,samt lyckad utgivning av externa titlar och en framgångsrik börsnotering. I och med förvärvet av Wihtewolf äger Paradox rättigheter till bl a rollspelet *Vampire: The Masquerade*.

I Sverige finns helt enkelt en betryggande mängd lovande, offentliggjorda (och säkert minst lika många hemliga) spel på gång.

REELLA INTÄKTER

När det kommer till spelutveckling i Sverige finns i huvudsak två olika typer av stora företag. Den ena typen är till exempel DICE (EA) och Massive (Ubisoft). Deras spel omsätter stora belopp i konsumentled, men verkar i en värdekedja med många mellanhänder (återförsäljare, grossister, distributörer) och ingår därtill i internationella koncerner med moderbolag i utlandet. De här utvecklarnas spel omsätter betydligt större summor än vad som framgår av de årsredovisningar som ligger till grund för denna studie. Å andra sidan finns Mojang och King, som redovisar en betydande andel av vinst och omsättning i det bolag som sköter själva utvecklingen. En av de största utmaningarna med att framföra svenska spelutvecklares enorma succé är att visa de reella intäkterna av spelens försäljning. I somliga fall ingår merparten av ett företags verksamhet i den svenska årsredovisningen. Mojang är ett bra exempel på det. Det är dock svårare att visa vad ett spel som *Star Wars Battlefront* eller *The Division* skapar för intäkter genom att enbart utgå från spelutvecklarens årsredovisning, eftersom intäkterna fördelas över leveranskedjans aktörer och i någon mån redovisas i moderbolaget. Gör man en förenklad uträkning på intäkterna i konsumentled, för exempelvis *The Division* (om vi utgår ifrån att 10 miljoner människor köpt spelet, utan att räkna in övriga intäkter för t ex DLC), blir det alltså 10 miljoner gånger, för enkelhetens skull, ett snittpris på 500 kronor, hela 5 miljarder kronor, vilket är 22 gånger mer än det svenska aktiebolagets omsättning på 225 miljoner kronor.

INHEMSK MARKNAD

Sveriges inhemska marknad omsatte cirka 4,4 miljarder 2015, vilket gör det till den tjugonde största marknaden i världen (källa: Newzoo). Det inkluderar inte utgifter för hårdvara, merchandise eller diverse tillbehör. Över 75 procent av marknaden är helt digitaliserad, att jämföra med USA där andelen är 56 procent (källa: ESA), eller Storbritannien där andelen är 68 procent (källa: Ukie).

Med exportandelar på närmare 99 procent påverkas svensk spelutveckling ytterst lite av hemmamarknaden, men en utbredd entusiasm bidrar till att göra människor intresserade av spel och i förlängningen spelutveckling. Den svenska publiken är allmänt kunnig, nyfiken, tidig brukare och flitig spelare. Den nationella organisationen Sverok har därutöver framgångsrikt lyft digitala underhållningsspel som en del av spelhobbyn och bidragit till engagemang och intresse hos många unga spelare. Läs mer om svensk spelförsäljning i Dataspelsbranschens rapport *Digital spelförsäljning i Sverige 2013-2105* och ANGI:s rapport *Nordic Game Sales 2015*.

Soma, Frictional Games

Battlerite, Stunlock Studios

GLOBALT

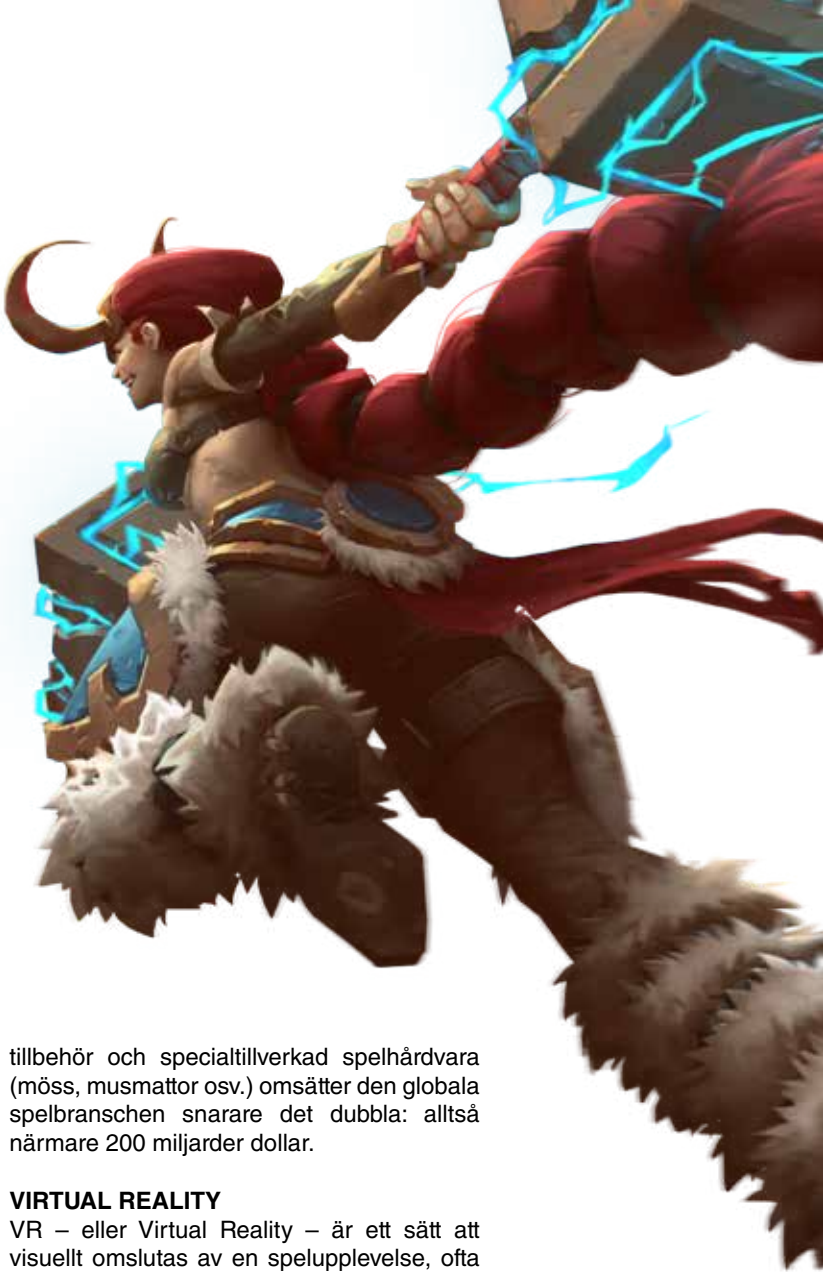
Enligt Newzoo omsätter den globala spelmarknadens konsumentutgifter 99,6 miljarder dollar 2016. En årlig tillväxt på 8,5 procent. 58 procent av den globala tillväxten härrörs till APAC-området och vi kommer troligtvis att se fler utvecklare anpassa sig utefter den verkligheten. Marknaden uppdelas ungefärligt i en tredjedel vardera för konsol, PC och mobilspel. Men, frågan är om inte en uppdelning i skärmar snarare än plattformar snart kommer att vara mer aktuellt (t ex underhållningsskärm [TV], personlig skärm [mobiler] datorskärm och svävande skärmar [surfplattor]). Den genomsnittliga årliga tillväxten till och med 2019 uppskattas till 6,6 procent. Värdet av branschens offentligt deklarerade transaktioner var närmare 16 miljarder dollar globalt 2015. Däribland köpet av King på 5,9 miljarder dollar.

KÄRA PC

PC som spelplattform är ett kärt barn i Sverige – både bland utvecklare och spelare – och analysföretaget DFC Intelligence förutspår att PC-marknaden växer till 42 miljarder dollar 2020. Marknaden 2015 nådde rekordnivåer med 30 miljarder dollar i intäkter (+11% mot föregående år) genom en kombination av prenumerationer, försäljning av virtuella föremål, annonser och digital distribution. Enligt DFC passar 300 miljoner människor in på beskrivningen Core och Moderate-spelare. Alltså kärnanvändarna av plattformen. Det finns gott om tillväxtpotential i mellananvändarna när de får en högre disponibel inkomst. Med andra ord, unga människor och barn. Spel-som-tjänst är fortfarande den mest populära modellen, men nu, när många casual-spel har övergått från PC och sociala nätverk till mobiler, har klassisk styckförsäljning vuxit sig starkare igen. Ett bra exempel är det av Paradox Interactive utgivna *Cities: Skylines*.

Värdet av branschens offentligt deklarerade transaktioner var närmare 16 miljarder dollar globalt 2015. Däribland köpet av King på 5,9 miljarder dollar

Kina är med råge den största marknaden för PC-spel. Till stor skillnad från världens tredje största marknad Japan, där PC-spelandet är en relativ parentes. PC är stort även i Europa, som överstiger Nordamerika. För inte alls länge sedan var trenden att allt färre AAA-spel släpptes på PC. Nu gör AAA en återkomst till plattformen, och de flesta storspel släpps både till konsol och PC. Västerländska spel har däremot traditionellt sett haft svårt att ges ut i Kina. Idag behöver företag ingå avtal med en kinesisk publisher för att kunna nå ut till spelarna, och giganterna Netease och Tencent har effektivt börjat förmedlat västerländska PC-spel till den kinesiska publiken. Det är ett gott tecken även för svenska spelutvecklare, och Mojang är ett av företagen som slagit mynt på situationen - *Minecraft* ges nu ut i Kina i samarbete med Netease (där spelet kallas *Myworld*).



Att ett visst segment växer kraftigt under en längre tid – t ex mobilspel – misstolkas ibland som ett tecken på att andra segment (t ex PC och konsol) samtidigt måste minska. Så är det inte alltid i spelbranschen. Segmenteringen, med köpstarka användare med väldigt skilda preferenser och konsumtionsbeteenden, gör att flera delar växer parallellt.

VÄRLDENS STÖRSTA SPELFÖRETAG

Bland de tio börsnoterade företagen som hade störst spelrelaterade intäkter 2015 är bara Activision Blizzard, EA och King renodlade spelföretag (två om man räknar King som en del av Activision Blizzard). De företagen som står ut är Apple och Google, som tydligt visar makten och intäkterna hos starka plattformshållare (App Store respektive Google Play). Övriga företag är underhållningskoncerner som Warner Bros., hård- och mjukvaruföretag som Sony och Microsoft, samt de kinesiska internetjättarna Tencent (störst spelintäkter) och NetEase. De största företagen växer 14 procent årligen, alltså betydligt mer än marknaden överlag.

Enligt en diger rapport av DFC växer mjukvaruförsäljningen med en genomsnittlig årlig tillväxt på 9 procent upp till 100 miljarder dollar 2019 (Omsatte 73 miljarder dollar 2015). Detta, till skillnad från många andra uppskattningar, behandlar alltså enbart mjukvaruförsäljningen. Spelbranschen handlar trots allt om mycket annat än bara mjukvara: den har länge drivit försäljningen av andra segment, till exempel hemelektronik. Faktum är att spelare spenderar nästan lika mycket pengar på hårdvara som de gör på själva spelen. Utan att räkna in mer allestädes närvarande enheter som smartphones, arbetsdatorer och surfplattor, men att räkna in t ex prestanda-datorer (läs: speldatorer), tillbehör och specialtillverkad spelhårdvara (möss, musmattor osv.) omsätter den globala spelbranschen snarare det dubbla: alltså närmare 200 miljarder dollar.

Att det ena eller andra segmentet växer kraftigt misstolkas ofta som ett tecken på att något annat segment måste minska. Så är det inte i spelbranschen

VIRTUAL REALITY

VR – eller Virtual Reality – är ett sätt att visuellt omslutas av en spelupplevelse, ofta med hjälp av ett glasögonliknande tillbehör. En sak som talar för VR idag är att, till skillnad från tidigare årtionden när termen stundtals varit på tapeten, att en så pass stor mängd internationella och köpstarka företag satsat enorma summor på tekniken. Exempel är Google, Samsung, Sony, Valve, HTC och Facebook. Exempel på svenska företag som arbetar med VR är Starbreeze Studios, som utvecklat sin egen teknik – Star VR – som bland annat används av IMAX, Resolution Studios som redan haft stora framgångar med fiskespelet *Bait!*

och nystartade Fast Travel Games – med Oskar Burman (f.d. EA- och Rovio-chef) i spetsen. VR har ännu inte utvecklats till ett eget segment. Intäkterna har snarare absorberats av befintliga plattformar och de fortsätter troligtvis att vara marginella under ett par år framåt. På kort sikt är det snarare AR – Augmented Relity – som genom lägre teknikkrav kan ta en bit av kakan. *Pokémon Go* är ett bra exempel på det, och det finns redan nu svenska bolag som arbetar med liknande lösningar.

E-SPORT

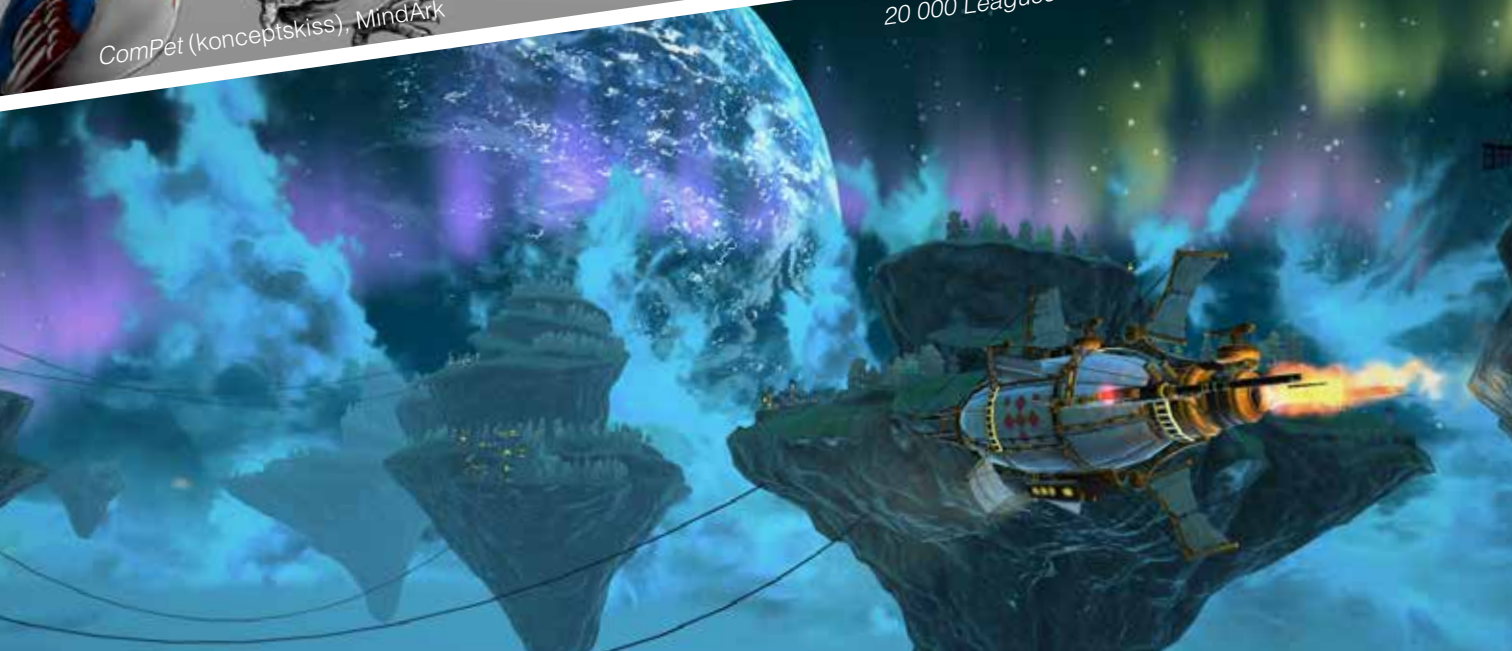
E-sport är inte längre en nisch. 2015 omsatte e-sporten 612 miljoner dollar globalt enligt en rapport av SuperData Research. Omsättningen rotas huvudsakligen i Korea och Kina, men Nordamerika och Europa bidrar med störst tillväxt. Bara i Nordamerika har 111 miljoner dollar gått till sponsring av olika event under 2014. Typen av varumärken som vill synas i sammanhangen blir också mer varierade. Prispotterna i finalerna av Valves senaste turnering i *Dota 2* låg på över 20 miljoner dollar. E-sport är i högsta grad en åskådarsport som ses både online och i fysiska arenor. Twitch står för den största trafiken i västvärlden, men Youtube Gaming är en nylanserad konkurrent. Tillväxtpotentialen är enorm och innefattar allt ifrån merchandise och prispotter till sponsorer, annonsering och spridandet av spelkultur. 2015 köpte svenska MTG en av världens största e-sportsorganisationer, ESL. Publikprofilen viktar tungt åt män, med 87 procent av den totala publiken. Samtidigt påbörjas allt fler initiativ för att locka fler kvinnor, både som utövare och åskådare. Det blir tydligt att media- och sportbolag använder e-sport som ett sätt att nå bortom sin åldrande användardemografi och engagera s.k. millennials (generation Y). Exempel är BBC, ESPN, FOX Sports, MTG och svensk public service. Den svenska e-sportlegendaren Emil ”Heaton” Christensen medverkar dessutom i 2017 års upplaga av Mästarnas mästare.

IMMATERIALRÄTTSLIGA INTRÅNG

Digitala tjänster anses ibland ha mindre risk för illegal kopiering och det finns givetvis fördelar gentemot t ex fysisk distribution i box som lätt utsätts för olovlig spridning genom t ex fildelning eller piratkopierade skivor. I digitala tjänster kan innehållet bli utsatt för olika slags intrång och försök till olovligt nyttjande, även om det i många fall rör sig om dataintrång eller varumärkesintrång snarare än upphovsrättsbrott. Exempel på detta kan vara falska webbsidor som säljer konton till populära spel, hackade användarkonton, piratservrar för online-spel och rena dataintrång där t ex kreditkortsuppgifter kan vara det avsedda målet. Även betalappar till de mobila marknadsplatserna är drabbade, men då handlar det om mer traditionell fildelning via de etablerade torrent-tjänsterna. Flera spelutvecklare har vittnat i internationell press om hur inloggningarna på deras mobilservrar är många gånger högre än antalet verkligt sålda appar, vilket bekräftar den bilden. Ett annat vanligt problem som dessutom tycks växa är stulet innehåll som publiceras i s k ”klonappar”, dvs att någon tar innehållet från en legitim app, skapar egen programkod kring samma innehåll för att sedan ge ut det som sin egen. Här är spelskaparna beroende av hjälp från marknadsplatsen (t ex AppStore, Google Play eller Steam) för att få upprättelse. Digitala tjänster har alltså många fördelar för spelutvecklarna, men det är inte någon slutlig lösning på problemen med olovligt nyttjande.

Dead by Daylight, Behaviour Digital Inc. (ges ut av Starbreeze Studios)

ComPet (konceptskiss), MindArk



20 000 Leagues Above the Clouds, That Brain

Trailern till *Battlefield 1* är Youtubes mest gillade spel-trailer, någonsin.

Battlefield 1, DICE

HOT & UTMANINGAR

Bland hot och risker för de svenska spelutvecklarnas positiva utveckling framöver märks konkurrens samt tillgång på kapital och personal. De hårdaste konkurrenterna finns i länder som USA, Kanada, Storbritannien och Finland. Flera av dessa länder har mycket generösa subventioner som syftar till att ge inhemska företag fördelar i den internationella konkurrensen, såsom skatterabatter, ”mjuka” lån till nystartade företag och diverse kontanta stöd. I jämförelse är de svenska offentliga satsningarna på spelföretagens konkurrenskraft mycket begränsade. Detta leder bland annat till mindre utländska riskkapitalinvesteringar jämfört med till exempel Finland. Även digitala konkurrensfrågor som olika slags intrång (data-, upphovsrätts- och varumärkesintrång) och rättssäkerheten på de digitala marknaderna behöver förbättras.

Ibland används tyvärr de stora framgångarna för svensk spelbransch som ett skäl till varför det inte behöver satsas något på spel, men de svenska bolagen har lyckats trots bristen på stöd, inte tack vare. Ser man till de få satsningar som gjorts har de slagit väl ut, och byggt nya fristående företag. Tarsier Studios med prisbelönade *Little Nightmares* är ett gott exempel på detta. Men bristen på alternativa finansieringsmöjligheter och bristen på kapital gör det svårt för ett litet bolag att stå kvar på egna ben, och det gör det svårare att utforska nya spelkoncept och höja nivån i den kulturform som spel ändå tillhör.

De svenska företagen har lyckats trots bristen på stöd, inte tack vare

Tillgången på kapital är en ödesfråga för nyföretagande i många sektorer och på den punkten är dataspel inget undantag. Det är ett välkänt ämne att tillgången på kapital i Sverige är svag, särskilt för affärer i storleksordningen 5-50 miljoner kronor. Tillgången på kompetens är också en faktor som riskerar att hämma svenska spelföretags fortsatta utveckling. Här behövs fortsatta satsningar på utbildning och forskning, men även kortare handläggningstider för arbetstillstånd. På längre sikt efterlyser branschen satsningar på programmering och estetiska ämnen i grundskolan.

Slutligen utmanar den digitala utvecklingen många etablerade strukturer, med dubbelmomsen på appar 2011 i färskt minne. Denna typ av ”byråkratiska buggar” kan uppstå oväntat och måste lösas snabbt. Orosmoln i skrivande stund är överläggningarna i EU kring förslagen för den gemensamma digitala marknaden och vilka konsekvenser det nya regelpaket kommer få för små och medelstora spelutvecklare och den nationella svenska kemikalieskatten som kommer slå mot den svenska detaljhandeln av spelkonsoler utan att hjälpa miljön. Som framgår är de flesta hoten politiska till sin natur, eller så kan de enkelt avhjälpas med politiska åtgärder som snabbt skulle resultera i ökad sysselsättning och större skatteintäkter. Företagens verksamheter är framgångsrika, men med politisk vilja kan framgången bli ännu större och räcka längre.

Spelutveckling är en intellektuell, konstnärlig, teknisk och många gånger affärsorienterad syssla. Man behöver inte bryta malm eller investera i stora maskiner för att branschen ska växa. Det handlar om samspel mellan individers kreativa förmågor och förutsättningar för effektivt företagande som kan konkurrera på en global arena. Med relativt små medel kan Sveriges beslutsfattare vara med om att göra svensk spelutveckling till en världssensation för århundradet. Spelutvecklare är utan större externa insatser redan en god bit på vägen.

SPELUTVECKLARE PÅ BÖRSEN

GÄSTARTIKEL AV MAX BJURUD, GRANT THORNTON

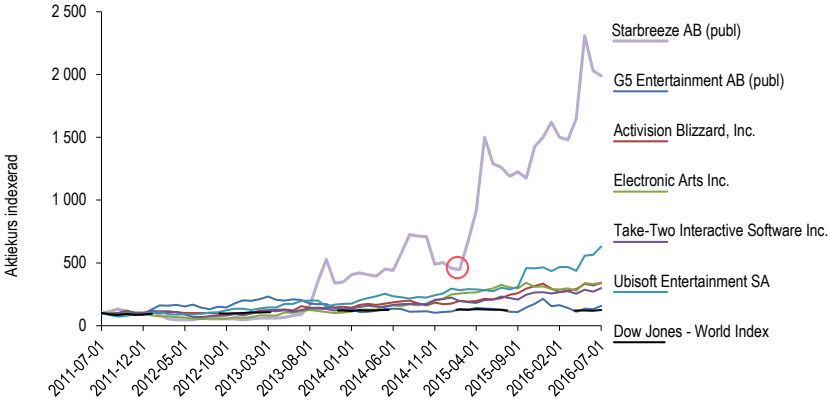
Grant Thornton
An instinct for growth™

I slutet av 2015 tillkännagavs Activision Blizzards förvärv av King som vid tillfället var börsnoterat på NYSE. Affären fick medial uppmärksamhet av flera skäl, bland annat för affärens ansenliga storlek med en köpeskilling om närmare 5,9 USDmdr (cirka 50 SEKmdr). Affären innebar att Activision Blizzard värderade rörelsen i King till 2,3 ggr Kings omsättning de senaste tolv månaderna och 6,8 ggr bolagets rörelseresultat före avskrivningar för samma period. Vad innebär detta rent praktiskt, och hur står sig bolagsvärderingen i jämförelse med tidigare transaktioner och värderingarna på andra börsnoterade dataspelsaktörer? Avsnittet syftar till att ge en inblick i börsnoterade spelföretags värderingar, idag och historiskt, för att visa hur företagens aktier har utvecklats och hur de skiljer sig från bolag i andra branscher.

TERMER

Enterprise value (EV)	Rörelsevärde, motsvarar förenklat bolagets börsvärde + skulder – likvida medel
Börsvärde	Värdet på bolagets aktier
NYSE	New York Stock Exhange
LTM	Last twelve months, senaste tolv månaderna
EV/Sales	Värderingsmultipel, Rörelsevärde delat med nettoomsättning
EV/EBITDA	Värderingsmultipel, Rörelsevärde delat med rörelseresultat före avskrivningar
EBITDA	Earnings before interest tax, depreciation and amortization, rörelseresultat före avskrivningar
Q1	Kvartal 1, första tre månaderna under räkenskapsåret
NM	Not Meaningful
N/A	Not Applicable

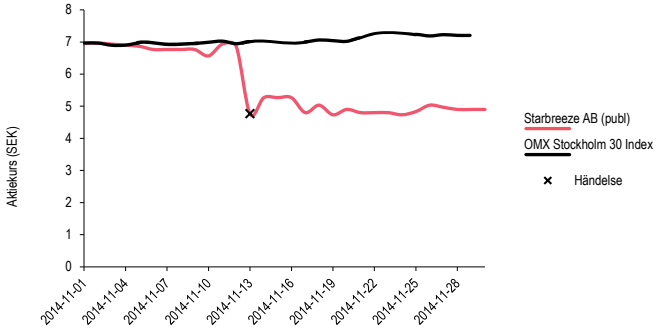
AKTIEKURSUTVECKLING DE SENASTE FEM ÅREN



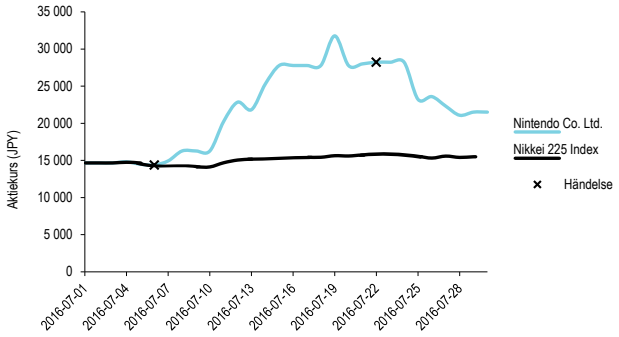
På den globala marknaden finns det många börsnoterade spelföretag. Bland de större och mer välkända bolagen hittar vi Electronic Arts (som förvärvade svenska DICE 2004), Take-two Interactive, Ubisoft och östasiatiska Nintendo, Square Enix, Konami och Tencent (som förvärvade 5% av Paradox i deras IPO). Grafen till höger visar den indexerade aktiekursutvecklingen för sex börsbolag de senaste fem åren. Indexering används för att visa vad varje enskilt bolags aktiekurs hade varit idag, givet att alla bolagens aktiekurser var 100 kr den 30 juni 2011. I tillägg har Dow Jones Världsindex lagts till som referenspunkt.

För dessa sex bolag har aktiekursutvecklingen varit positiv de senaste fem åren, där Starbreezes aktiekurs har ökat 1890% på fem år. För nästa exempel tittar vi på två konkreta händelser där aktiemarknaden reagerat kraftigt på ny information: Starbreeze:s Q1-rapport som släpptes i november 2014 och Nintendos *Pokémon Go*-sommar.

STARBREEZE KURSUTVECKLING EFTER Q1-RAPPORT (NOV 2014)



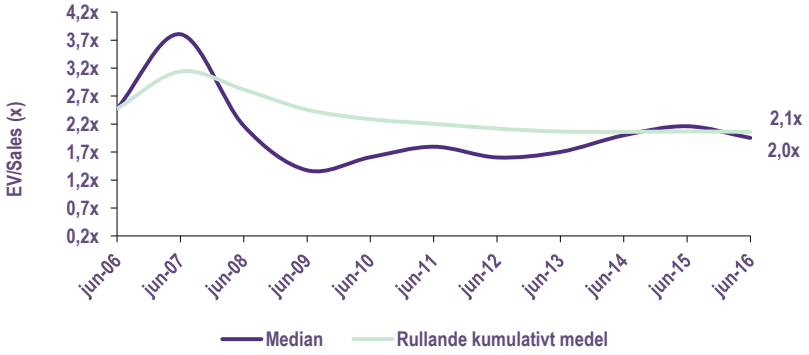
POKÉMON GO-SOMMAR



Den 13 november 2014 släppte Starbreeze sin Q1-rapport innan börsöppningen. Företaget hade presenterat en stark Q1-rapport föregående år, där nettoomsättningen uppgick till 90,3 MSEK till följd av släppet av *Payday 2*. Förväntningarna var höga och aktieägare hoppades på att det nya spelet *Storm* skulle släppas inom ett halvår. När Q1-rapporten väl släpptes uppgick nettoomsättningen till 30 MSEK, cirka 60 MSEK lägre än samma period året innan. Starbreeze kommenterade ryktena kring *Storm* med att spelet var i produktion enligt tidigare oförändrad plan. Marknaden reagerade och aktien tappade 31% under dagen. Man kan endast spekulera kring investerarnas motiv till att sälja av aktien - en överreaktion på rapporten, fel förväntningar eller missförstånd kring tidigare års resultat - men vikten av att förstå ett dataspelsföretags intäktsmodell ligger till grund för att göra korrekta antaganden och inte dra kortsiktiga slutsatser.

Det andra exemplet, som gav stor medial uppståndelse sommaren 2016, är lanseringen av *Pokémon Go*. Spelet släpptes den 6 juli och på måndagen den 11 juli var succén ett faktum. Nintendos aktie stack iväg 25% och var som mest upp 121% (i jämförelse med aktiekursen den 6 juli). Men, det som påtalades vid ett flertal tillfällen var det faktum att Niantic utvecklade spelet och att The Pokémon Company ägde en stor del av varumärket. Nintendos intjäning kom alltså endast från licensavgifter och visst ägande i The Pokémon Company. Varumärket och övriga Pokémon-produkter tjänade såklart på uppmärksamheten, men när Nintendo gick ut med att spelet endast kommer att ha en begränsad inverkan på bolagets vinst bröts aktiekursens positiva trend.

UTVECKLING AV EV/SALES-MULTIPLAR, 2006-2016



Om man kikar närmare på värderingen av ett 20-tal börsnoterade spelföretag världen över de senaste tio åren ser man en mognande trend, där medianvärderingen på rörelsevärdenivån, per 30 juni 2016, är ungefär 2 ggr nettoomsättningen. Det bör dock noteras att majoriteten av den analyserade gruppen är stora bolag med ett rörelsevärde över 10 SEKmdr.

NOTERADE SVENSKA FÖRETAG

FÖRETAG	BÖRS	IPO/LISTBYTE	RÖRELSEVÄRDE (EV) I SEK M	EV/SALES	EV/EBITDA
Three Gates AB (publ)	Nordic MTF	2016	n/a	n/a	n/a
Gold Town Games AB (publ)	Nordic MTF	2016	33,49	45,3x	NM
Paradox Interactive AB (publ)	First North	2016	5 717,60	10,5x	23,8x
Stillfront Group AB (publ)	First North	2015	257,34	3,1x	19,8x
Gaming Corps AB (publ)	First North	2015	19,82	3,0x	NM
King Digital Entertainment plc	NYSE	2014	n/a	n/a	n/a
Starbreeze AB (publ)	First North	2014	5 766,50	19,4x	153,7x
G5 Entertainment AB (publ)	Nasdaq Sthlm	2014	308,44	0,8x	7,1x

Tittar man på de svenska börsnoterade spelföretagen utifrån ett värderingsperspektiv kan det konstateras att samtliga multiplar är relativt höga i relation till de globala jämförbara bolagen. Detta tyder till viss del på en annan mognadsfas för de svenska bolagen och att investerarnas förväntningar är höga, givet att de är villiga att betala ett relativt högt pris för bolagen. Tillväxten i exempelvis Paradox Interactive har vart väldigt hög historiskt, 241% under 2015, med en rörelsemarginal före avskrivningar på 40,6%.

Spelbranschen är svårvärderad till följd av stora skillnader mellan bolagen. Affärs- och intäktsmodellerna är varierande och företagen befinner sig i olika mognadsfaser. Utan rätt kunskap är det lätt att generalisera och dra felaktiga slutsatser. Med ökad förståelse för branschen når vi en mer rättvisande värdering av bolagen, där skillnaden i värderingarna kopplas till den faktiska potential företagen har och hur framgångsrika de varit i att bygga en bra verksamhet.

TRANSAKTIONER PÅ DEN SVENSKA MARKNADEN (AXPLOCK)

ÅR	TARGET	BUYER	TRANSACTION VALUE (SEKM)	IMPLIED ENTERPRISE VALUE/ REVENUES (X)	IMPLIED ENTERPRISE VALUE/ EBITDA (X)
2016	Starbreeze AB (publ)	Smilegate Entertainment Inc.	344	n/a	n/a
2015	King Digital Entertainment plc	Activision Blizzard, Inc.	49 900	2,33x	6,77x
2015	Delinquent Interactive Limited	Mobile Access Group Interactive Sweden AB	n/a	n/a	n/a
2015	DreamHack AB	Modern Times Group Mtg AB	244	3,54x	n/a
2015	Resolution Games AB	Partech International; Creandum AB; GV; Initial Capital LLP; Bonnier Growth Media	51	n/a	n/a
2015	White Wolf Publishing, Inc.	Paradox Interactive AB (publ)	n/a	n/a	n/a
2015	Farm Clan	G5 Entertainment AB (publ)	n/a	n/a	n/a
2014	Mojang AB	Microsoft Corporation	17 795	7,67x	n/a
2014	Geminose Inc.	Starbreeze AB (publ)	120	n/a	n/a
2014	Bitsquid AB	Autodesk, Inc.	n/a	n/a	n/a
2014	Free Lunch Design AB	Palringo Limited	n/a	n/a	n/a
2012	Starbreeze Production AB	Starbreeze AB (publ)	16	1,04x	n/a
2010	Illuminate Labs AB	Autodesk, Inc.	n/a	n/a	n/a
2010	MachineGames Sweden AB (nka: ZeniMax Sweden AB)	ZeniMax Media Inc.	n/a	n/a	n/a
2008	Ubisoft Massive	Ubisoft Entertainment SA	n/a	n/a	n/a

“Samtliga multiplar är relativt höga i relation till de globala jämförbara bolagen

Kingdom: New Lands, Licorice & Noio (ges ut av Raw Fury)

Stellaris, Paradox Interactive

SLUTSATS

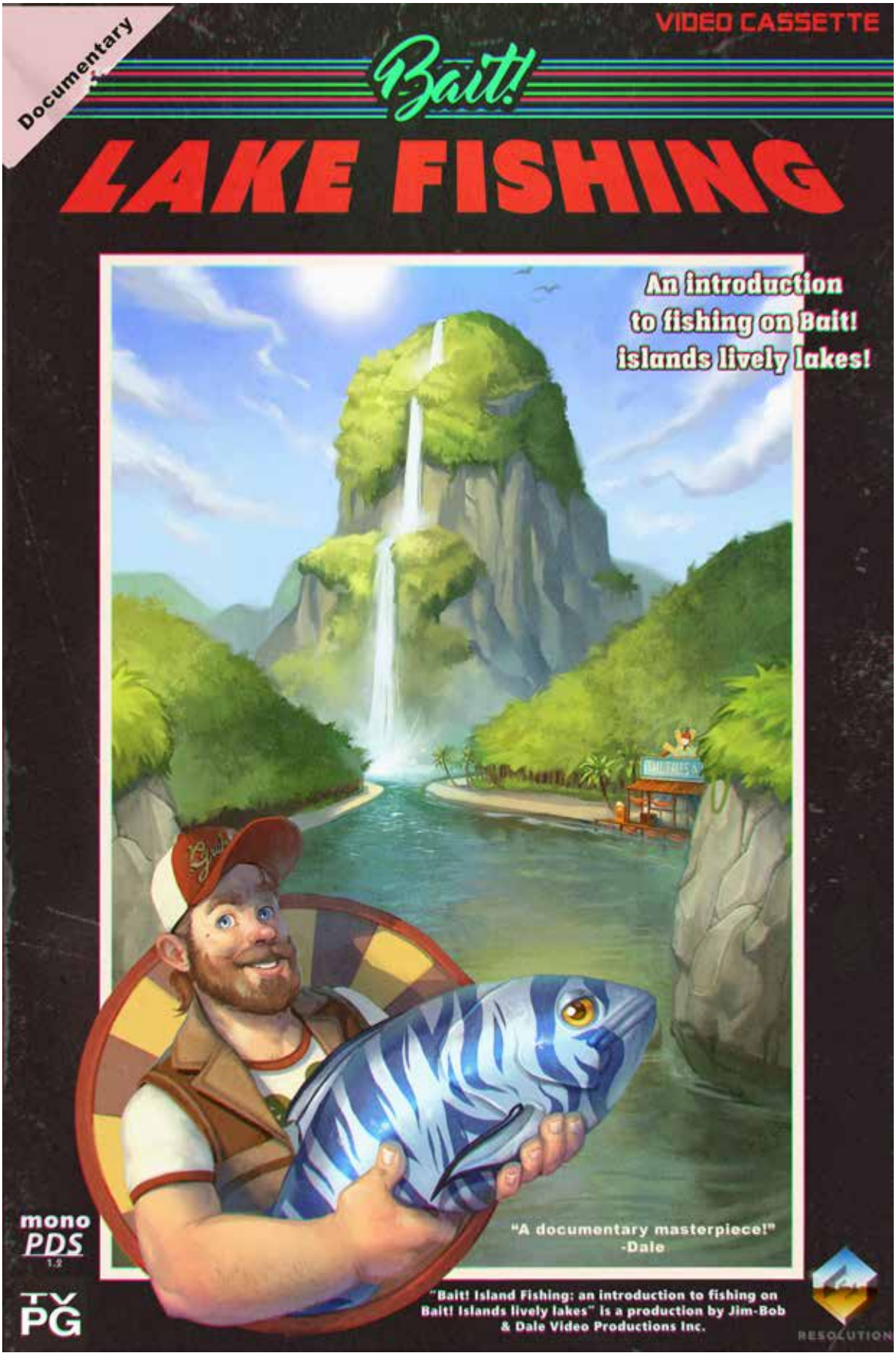
Den svenska spelutvecklingen drivs med starka immateriella rättigheter skapade av en god blandning med företag som gör spel för samtliga kommersiella plattformar på marknaden. Spel är i dag en mognande marknad, med flera tidiga spelskapare och entreprenörer som gått vidare och skapat nya bolag varav några återinvesterar i nya spel. Raw Fury, Resolution Games och Fast Travel Games är praktexempel på detta.

Tillväxten för svensk spelexport drivs av en växande efterfrågan från stora delar av världen, inte minst tack vare att nya målgrupper som tidigare inte efterfrågat spel tillkommer, och att redan befintliga målgrupper blir mer värdefulla. Denna utveckling visar inga tecken på att avta inom överskådlig tid och de svenska företagen har en mycket stark konkurrensposition på den globala marknaden. Sammantaget ger detta goda förutsättningar för fortsatt tillväxt. Spelutveckling nämns ibland som en framtidsbransch – ett framtida hopp för svensk ekonomi. Det stämmer förstås, men siffrorna talar sitt tydliga språk: Svensk spelutveckling var relevant för svensk ekonomi igår, är det tveklöst idag, och en obegränsad möjlighet imorgon.

Need for Speed, Ghost Games

Little Nightmares, Tarsier Studios

Kathy Rain, Clifftop Games (ges ut av Raw Fury)



Bait!, Resolution Games

METOD

Denna rapport är en sammanställning av årsredovisningar från Bolagsverkets Näringslivsregister, från bolag som har spelutveckling, publishing eller specialiserade underleverantörsfunktioner som betydande del av sin verksamhet. Exempel på underleverantörer är Simplygon (3D-optimering), Game Hosting (servrar och hosting) och Localize Direct (lokalisering/ översättning av spel). Spelbolag huvudsakligen inriktade på poker, gambling eller kasinospel ingår inte i urvalet. Återförsäljare eller renodlade distributörer (t.ex. Bandai Namco, Activision och EA) ingår inte heller, trots deras betydelse för branschen. Metoden har flera brister: andra bolagsformer än aktiebolag faller utanför underlaget, likaså bolag verksamma i Sverige men registrerade i något annat land. Därför finns en gråzon och i själva verket är samtliga nyckeltal såsom omsättning och sysselsättning något högre än vad som anges i denna rapport. Styrkan i metoden är att underlaget är revisorsgranskat och offentligt genom myndighetens publicering.

Det finns även problem med icke spelrelaterade moderbolag. Närmare bestämt när ett företags spelutvecklande verksamhet bokförs under ägarfirman, vilket gör att den med rätta inte går att urskilja för Spelutvecklarindex. Därför utgår tyvärr ett antal bolag ur rapporteringen. Ett problem som delas med de flesta branschorganisationer. I de fall där årsrapporter varit otillgängliga används föregående års siffror om resultat, omsättning och antal anställda. Dessa företag är: Defold, DeNA Sweden, Divine Robot, Frosty Elk, I C YOU, Isbit Games, Kolesterol Cät Interactive, LaughLoud:labs , Light & Dark Arts, Stockholm App Lab, och Thundersword Games.

Ittle Dew 2, Ludosity

Snakebird, Noumenon Games

Clustertruck, Landfall Games

TIDSLINJEN - ETT URVAL

2016
Massive släpper *The Division*, och slår mängder av rekord.

2015
Svenska spelutvecklare dominerar branschens största mässor (E3, Gamescom)

2014
Branschen slår tillväxt-rekord för femte året i rad

2012
Kings *Candy Crush Saga* blir ett av världens mest spelade spel

2011
Minecraft lanseras och blir ett av världens mest sålda spel någonsin

10-tal
Mobilspel blir en stor del av branschen. Företag som Starbreeze och King börsnoteras

2000
Paradox släpper det första *Europa Universalis*

00-tal
AAA-utveckling lägger grunden för det moderna spelundret. Indie-utvecklingen boomar.

1997
Massive grundas i Ronneby. Flyttar sedan till Malmö

1995
Aniware släpper *Backpacker*, multi-media-erans största spelserie

1993
Unique Development Studios (UDS) grundas i Norrköping

1992
Digital Illusions (DICE) grundas i Växjö

90-tal
Demoscenen mynnar ut i de första stora företagen. Storhetstid för "multimedia".

80-tal
Commodore 64 banar vägen för demoscenen

1983
Space Action släpps, ett av Sveriges första kommersiella spel

70-tal
Atari kom in i vardagsrummet. Spelet *Stugan* började utvecklas

50-60-tal
Sveriges försvar utvecklar prototyper till vad som kan kallas datorspel

ORDLISTA

AAA: Populär term för påkostade spel med stor budget och personalstyrka. Ges vanligtvis ut av branschens största utgivare, främst via fysisk distribution.

Alfa: Kännetecknar den fas inom mjukvaruutveckling när produkten är klar för programvarutestning.

AR/Augmented Reality: Direkt eller indirekt betraktelse av en fysisk miljö vars element förstärks (eller kompletteras) med datorgenererade sinnesintryck (ljud, video, grafik eller GPS-data).

Beta: Tar vid efter alfa. Det är oftast denna fas som är tillgänglig för programvarutestning för fler än de som utvecklade programvaran. Dessa externa användare kallas betatestare.

Casual games: Spel av den enklare sorten. De har ofta minimal story, kortare inlärningskurvor och är utformade efter att spela under kortare stunder.

Cloud gaming: Även känt som gaming on demand, är en typ av online-spel som tillåter streaming av ett spel till en dator som lagras på operatörens eller spelföretagets server och streamas från dessa till spelarnas datorer. Detta innebär att man kan spela spel utan behovet av en konsol eller avancerad datorprestanda eftersom alla beräkningsåtgärder utförs på annat håll.

CPM: Cost per mille; kostnad för tusen annonsvisningar.

Crowdfunding: finansiering av ett projekt genom crowdsourcing. Detta har på senare år populärt yttrat sig i olika webbplattformar som samlar in finansieringsstöd för diverse projekt från intresserade privatpersoner eller företag.

Streaming: Direkt uppspelning av digitalt material samtidigt som det överförs via internet.

Crowdsourcing: outsourcing till en odefinierad grupp människor, snarare än betalda anställda.

DAU: Daily Active Users; antalet unika användare på en dag.

Digital distribution: Försäljning av digital mjukvara genom digitala kanaler.

DLC: Downloadable Content; Nedladdningsbara tillägg till dataspel, ofta i mindre skala än klassiska ”expansioner”.

eCPM: Effective cost per mille; effektiv kostnad per tusen annonsvisningar

Freemium: Samlingsnamn för affärsmodell där en produkt eller tjänst erbjuds gratis men där spelaren med mikrotransaktioner kan låsa upp avancerade funktioner, fler virtuella föremål eller köpa sig förbi väntetider.

Free-to-play/free2play: Spel som erbjuder användarna att spela spelet gratis i sitt grundutförande men där intäkterna istället görs genom exempelvis annonser eller där man kan låsa upp en fullversion av spelet mot en avgift.

In-app purchase: Köp som genomförs i en app/spel, snarare än externt eller länkat betalsystem. De varor som köps består vanligtvis av nya banor, utrustning, erfarenhetspoäng eller prenumerationstjänster.

Indie: Från engelskans ”independent” (oberoende). Ett prefix som kännetecknar spel av oberoende utvecklare, oftast av den mindre sorten med få inblandade i utvecklingsprocessen. Indie har på senare tid fått kännetecknа den ström av utvecklare som nått ut med sina spel till en bredare publik tack vare digital distribution, vilket gjort dem finansiellt gångbara.

IP: Intellectual Property, ett företags imateriella rättigheter.

MARPPU: Monthly Average Revenue Per Paying User; månatlig genomsnittlig intäkt per betalande användare.

MARPU: Monthly Average Revenue Per User; månatlig genomsnittlig intäkt per användare.

MAU: Monthly Active Users; antalet unika användare på 30 dagar.

Middleware: Programvara som används för att utveckla spel. Middleware verkar som ett ”lim” mellan två redan existerande mjukvarukomponenter.

Mikrobetalningar: En transaktion som involerar små summor och utförs online. Det finns olika definitioner för hur mycket pengar de kan bestå av, men inom spelbranschen används termen för att beskriva transaktioner som betalar bland annat DLC och in-app purchase.

Off-shoring: Outsourcing internationellt.

On-shoring: Outsourcing inom landets gränser.

Outsourcing: Att hyra in externa personalresurser och specifik kompetens från andra bolag. Produktionsuppdrag på andra företag.

Retail: Spel som säljs i detaljhandeln.

Serious games: Spel som har för huvudsakligt syfte annat än underhållning. Det kan röra sig om simulatorer, motionsspel, spel för inlärning, spel för rehabilitering, eller reklamspel, s.k. advergames.

Smartphone: Samlingsnamn för mobiltelefoner med stor beräkningskraft med grafiska skärmar och internetuppkoppling. Populära operativsystem är Android och iOS.

Social games: samlingsnamn för spel på sociala nätverk, exemeplvis Mobage och Facebook.

Tablet: Det vanligen använda engelska namnet för surfplattor, exempelvis Ipad.

Virtual goods/items: Term som syftar på virtuella föremål, dvs de som existerar i dataspel i form av pusselbitar, vapen eller andra föremål.

VR/Virtual Reality: Ett sätt att visuellt omslutas av en spelupplevelse, ofta med hjälp av ett glasögonliknande tillbehör.

Goat Simulator: Waste of Space, Coffee Stain Studios

Magicka 2, Pieces Interactive (ges ut av Paradox Interactive)

DATASPELSBRANSCHEN
SWEDISH GAMES INDUSTRY