



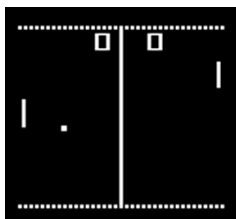
DATASPELSBRANSCHEN
SWEDISH GAMES INDUSTRY



Populärt nöje

Dataspel har utvecklats snabbt, tekniskt, grafiskt och kreativt. I takt med att utövarna växt upp och blivit äldre har nya genrer och uttryck tillkommit. Idag finns ett brett utbud med allt från lek & lär, partyspel och karaoke till sport, strategi och äventyr.

Dataspel beskrivs ofta en som en ny kulturform, men har funnits sedan början av sjuttioalet. Det breda genomslaget i Sverige kom på mitten av åttioalet då hemdatorer som Commodore 64 och tv-spel som Nintendo tågade in i de svenska hemmen. Sedan dess har spel fortsatt att växa med nya speltyper och konsoler.



Digital tennis 1972: PONG och 2007: Virtua Tennis 3.

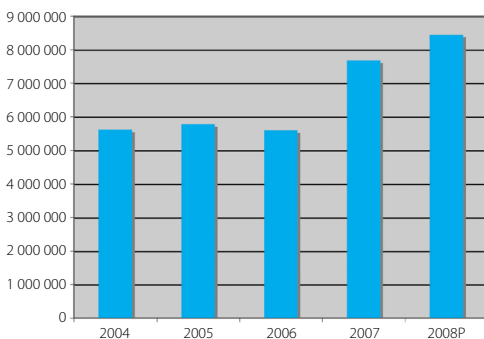
Under 2007 såldes 7,6 miljoner spel till ett värde av 2,3 miljarder kronor i Sverige. År 2010 förväntas branschen omsätta mer än 2,5 miljarder kronor och över 9 miljoner spel att säljas. Tillväxten sker främst genom nya målgrupper där spelgenres som musik och frågesport samt nya spelsätt inom etablerade genrer som t.ex. sport.



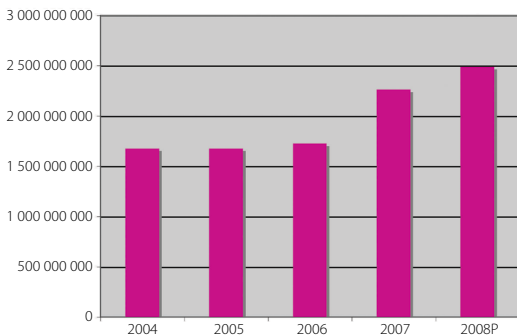
De mest sålda spelen 2007

1. World of Warcraft: The Burning Crusade (PC)
2. World of Warcraft (PC)
3. Singstar Svenska hits Schlager (PS2)
4. Counter-Strike 1: Anthology (PC)
5. Singstar Svenska hits (PS2)
6. The Sims 2: Året runt (PC)
7. Super Mario Galaxy (Wii)
8. Halo 3 (360)
9. The Sims 2: Jordan runt (PC)
10. Guitar Hero 3: Legends of Rock (PS2)

Svenska dataspelsförsäljningen volym



Svenska dataspelsförsäljningen värde



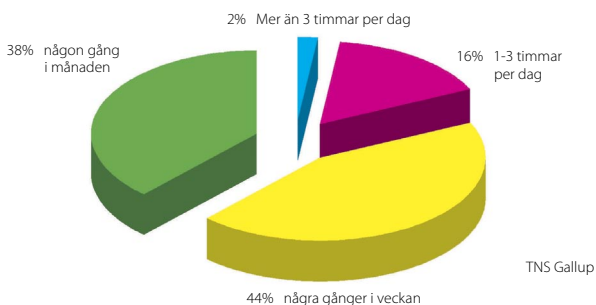
Fakta

- 50% av Sveriges befolkning spelar (TNS Gallup)
- Könsfördelningen är 50% män och 50% kvinnor (TNS Gallup)
- Medelåldern på en spelare är 33 år (ESA)
- 41% har spelat i mer än tio år (TNS Gallup)
- 7 av 10 ungdomar spelar på sin fritid (Ungdomsstyrelsen)
- 9 av 10 föräldrar tar reda på innehållet i spel innan de köper dem (NOVA)
- 70% av de som har barn som spelar känner igen åldersmärkningen PEGI (TNS Gallup)
- 96% av de som spelar känner till eller har sett PEGI-symbolerna (Nielsen Games)
- 81% tycker det är viktigt eller ganska viktigt att följa åldersmärkningen när de köper spel (TNS Gallup)
- 73% spelar online (TNS Gallup)

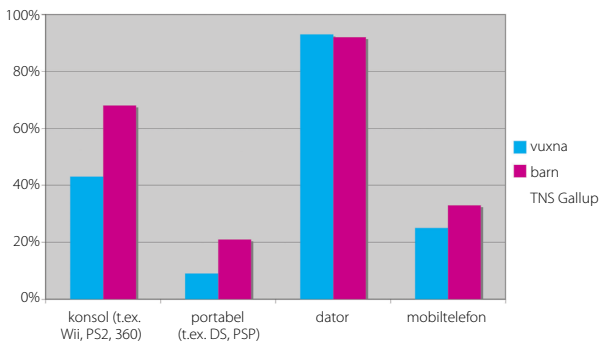


Freakout: Extreme Freeride

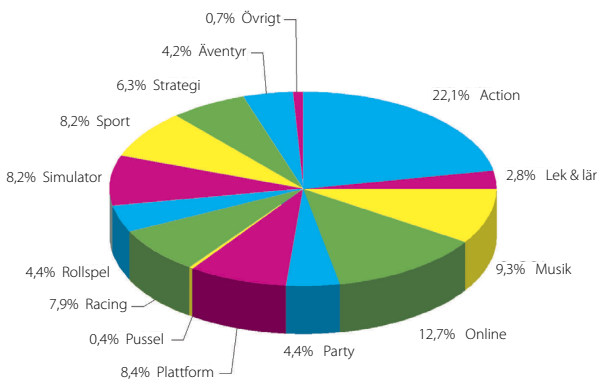
Hur ofta spelar man?



Vad spelar man på?



Vad spelar man?



En kreativ näring

Sverige har en stark internationell position som exportör av dataspel. Svenskutvecklade titlar syns på topplistor världen över flera gånger om året, får bra betyg i recensioner och mottar utmärkelser på prisgalor. Flera utländska branschaktörer har investerat i svenska spelutvecklare.

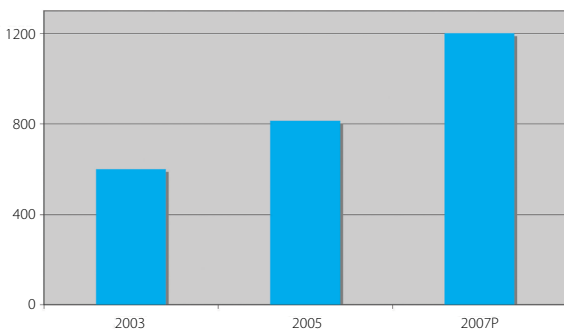
Det har utvecklats spel i Sverige sedan dataspelens begynnelse, ofta skapade av en handfull människor. 1992 färdigställde Digital Illusions (DICE) som då bestod av fyra personer *Pinball Dreams*. Idag har DICE 300 anställda och *Battlefield*-serien är med över 15 miljoner exemplar den största svenska kulturexporten sedan Roxette.



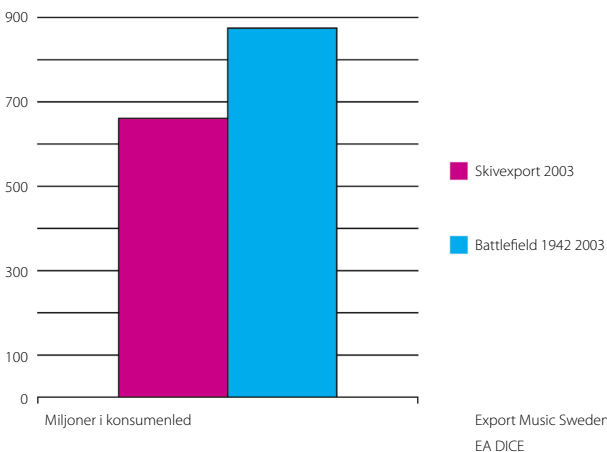
Enligt rapporten Spelutvecklarindex (baseras på årsredovisningar i svenskregistrerade aktiebolag) sysselsattes drygt 800 personer med spelutveckling i Sverige 2005. Prognosen för 2007 är cirka 1200 personer, vilket är en fördubbling sedan 2003. Tillgång på kompetens är den största begränsningen för fortsatt tillväxt.

Den svenska framgången beror på gott internationellt rykte, teknisk kompetens och inte minst ett konsekvent fokus på internationell marknad. Sverige har även god populärkulturell förankring och användarkulturer som LAN-party, Dreamhack med 10000 besökare samt framgångsrika esportutövare.

Antal anställda inom spelproduktion i Sverige



Exportmarknad



Det svenska musikundret är omtalat, men man kan lika gärna tala om ett dataspelsunder. 2003 när den svenska skivexporten var som störst, omsatte ett enda svenskt spel – Battlefield 1942 – mer än alla svenska artisters sammanlagda skivförsäljning i utlandet. Sedan 2003 har dataspelsexporten ökat för varje år.

Åldersmärkning

För att underlätta för konsumenten har spelbranschen på uppmaning av EU tagit fram ett system för rekommenderad ålder på dataspel. PEGI (Pan European Game Information) inrättades 2003 och används i 29 europeiska länder.



Ett spel med 16+ innebär att innehållet kan uppfattas som olämpligt för personer under 16 år. Det säger inget om vad en viss åldersgrupp kan ha för utbyte av spelet eller om spelets svårighetsgrad.



Åldersmärkningen kompletteras med symboler som talar om vilken typ av innehåll konsumenten kan mötas av när man spelar. Dessa symboler finns på baksidan av spelet.



våld



diskriminering



skräck



spel om pengar

Leverantören följer integritetsskyddet och håller onlinespelet fritt från olämpligt innehåll.



PEGI online



sex

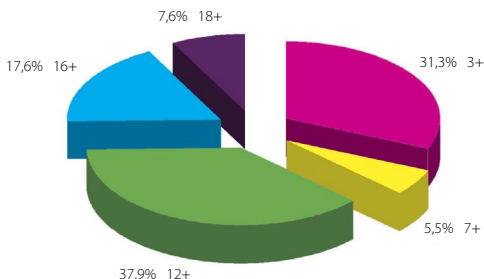


droger



grovt språk

Spelförsäljning fördelad på PEGI



Myter om dataspel

Dataspel är kultur och kultur behöver inte försvara sitt existensberättigande. Trots det finns det myter om dataspel och de som spelar dem.

I rapporten *Hälsoeffekter av tv- och datorspelade* av Anton Lager och Sven Bremberg på Statens Folkhälsoinstitut konstaterar man i en genomgång av vetenskapliga studier att det inte finns något samband mellan spelande och ökad förekomst av övervikt samt avvisar även kopplingar mellan våldsamt innehåll och aggressivt beteende. Ungdomsstyrelsen har gjort en enkät med 2900 unga som presenteras i antologin *Unga och nätverkskulturer - mellan moralpanik och teknikromantik* som visar att unga som spelar dricker mindre alkohol samt idrottar i lika hög grad som andra ungdomar.

Ofta är det okunskap som utgör missuppfattningar om en för den äldre generationen okänd kulturform. Bland annat detta belyser Medierådets rapport *Att leva i World of Warcraft* av Jonas Linderoth och Ulrika Bennerstedt vid Göteborgs universitet. "Varför abdikerar så många föräldrar från att engagera sig eller ställa krav kring en lagsport som dataspelande, medan de tar sig tid att följa med på träning och matcher och lära sig spelreglerna på fotbollsplanen" undrar Ann Katrin Agebäck, kanslichef på Medierådet.



Om Dataspelsbranschen

Dataspelsbranschen är branschföreningen för dataspelsföretag, sammanställer data- och tv-spelsbranschens gemensamma ansvar och frågor och kommunicerar dessa. Dataspelsbranschen fokuserar på branschen i helhet och för dess talan gentemot press, myndigheter, beslutsfattare och samhället i övrigt.

Bakom Dataspelsbranschen står branschföreningarna Spelplan-ASGD och MDTS som företräder utvecklare och producenter respektive förlag och distributörer.

Dataspelsbranschen verkar inom följande områden:

Branschorganisation - Mötesplats och språkrör för företagen i branschen. Medlemsservice, arrangemang, internationellt arbete, kontaktförmedling och andra tjänster.

Offentligt branschstöd - I takt med ökad internationell konkurrens och Sveriges begränsade hemmamarknad, kan svenska spelutvecklare ha nytta av offentliga insatser för att attrahera utländska investeringar och produktionsuppdrag. Generösa stödsystem finns i flera konkurrentregioner och Dataspelsbranschen verkar för att ta bort denna konkurrensnackdel.

Medlemsföretag i Dataspelsbranschen

MDTS:

Activision
Atari
Bergsala
Electronic Arts
Game Outlet
K.E Media
Konami
Microsoft
Nokia
Nordic Softsales

Nordisk Film Distribution
Pan Vision
Paradox Interactive
THQ
Ubisoft
Vivendi Games
Warner Bros

Spelplan-ASGD:

Ageia
Avalanche Studios
Axiglaze
Coldwood Interactive
Custom Red Software St.
DDM
Donya Labs
EA DICE
Eidos Studios
Gameport

Myndighetskontakt - Stärka kunskapen om branschen genom att vara remissinstans för myndigheter som informerar beslutsfattare och opinion.

Information - Vara en kanal för kunskap och informationsöverföring till och från spelbranschen. Samla branschstatistik från medlemsföretagen och övrig statistik från relaterade områden och kommunicera den.

Samordnad forskning och kvalitetssäkrad utbildning - I vår närhet bedrivs omfattande forskning och utbildning. Dataspelsbranschen fungerar som länk mellan akademien och branschen.

Personalförsörjning - Spelutveckling är en personalkrävande verksamhet och branschen kommer att växa kraftigt de närmaste åren. Samordna initiativ för att öka tillgången på arbetskraft.

Övriga insatser - exportsamarbeten, åldersmärkning, mentorskap för nyetablerade företag och kompetenshöjning är exempel på några av de konkreta projekt som drivs för att möta identifierade behov.

Grin	Reachin Technologies	Upside Studios.
Hansoft	Redikod	
Illuminate Labs	Resolution Interactive	Stödmedlemmar:
Jadestone	Rinman Game Installations	Dreamhack, Gothia
Lockpick	Paradox Interactive	Science Park/The Game
Massive Entertainment	Sim Bin	Incubator, Högskolan i
Muskedunder Interactive	SouthEnd Interactive	Skövde, Tension Graphics
NL Studios	Starbreeze	(Playground Squad) samt
Play 'N Go	Tenstar	Stiftelsen Teknikdalen.
Prelusion Games	Terraplay	

Kontakt



Maria Tjärnlund
Verksamhetsansvarig
maria.tjarnlund@dataspelsbranschen.se
+ 46 734 06 90 69



Per Strömbäck
Talesperson
per.stromback@dataspelsbranschen.se
+ 46 708 43 62 14



Martin Lindell
Informatör
martin.lindell@dataspelsbranschen.se
+ 46 706 62 94 96



Christofer Sundberg
Ordförande
christofer.sundberg@dataspelsbranschen.se



Dataspelsbranschen är en samarbetsorganisation för MDTS och Spelplan-ASGD.

dataspelsbranschen.se