Mitt kungarike för en häst

Konsekvensanalys av den nya vägledningen för digitala köp i spel och appar

September 2025

DATASPELSBRANSCHEN
Swedish Games Industry

Sammanfattning

- Ny vägledning om digitala köp i spel från de europeiska konsumentmyndigheterna, CPC, riskerar att förstöra det svenska spelundret. **Vägledningen måste tillbaka till ritbordet** och spelutvecklarna ges en chans att samverka kring utformningen.

- En stor andel av de svenska spelutvecklarna påverkas av vägledningen och runt 85 procent av all omsättning i landet kommer från svenska företag som erbjuder **digitala köp i sina spel**.

- 25 miljarder av den svenska branschens omsättning kommer från företag som erbjuder **köp av låtsaspengar** i spel.

- Dessa företag bidrog med över 1,4 miljarder kronor till den svenska statskassan i rena bolagsskatter under 2023.

- I hela Europa står köp i spel för 42 procent av spelbranschens intäkter – omkring 11 miljarder euro.

- Vägledningen som CPC presenterat för branschen innebär en omdefiniering av när ett köp i ett spel egentligen inträffar.

- Erbjudanden som framgångsrikt möjliggjort för spelutvecklarna att ta betalt för immaterialrättsligt skyddat innehåll försvåras nu till den grad att det blir praktiskt oanvändbart.

- **Innan har spelutvecklare följt rättspraxis** som utgått från att köpet sker när spelaren betalar riktiga pengar för digitala varor och tjänster i spelen.

- Nu vill CPC att det ska räknas som ett nytt köptillfälle varje gång köpta låtsaspengar byts mot andra virtuella produkter och tjänster i spelen. Exakt vilka krav som ställs i samband med detta köptillfälle verkar dock CPC själva inte vara helt klara över.

- Det innebär att all byteshandel inom ett spel ska räknas som ett konsumenträttsligt köp om det spelaren vill byta går att köpa i någon form i spelet.

- Detta skapar dessutom sannolikt ett behov för nya redovisningssystem för att hantera spelens låtsaspengar som tillgångar och skulder i sin bokföring. En regelbörda som kommer drabba branschens alla småföretag extra hårt.

- **Vägledningen försvårar för föräldrar** att ta ett aktivt beslut när plånboken belastas med ett köp för riktiga pengar, något som branschen arbetat med att tydliggöra, förenkla och underlätta. Samtidigt kommer spelutvecklarna få sämre möjlighet att ta betalt för sina tjänster, och kunna erbjuda färre lösningar för familjer med olika stora ekonomiska förutsättningar.

- **Köp inuti spel är alltid frivilliga** och i dag är många spel tillgängliga att prova och spela kostnadsfritt. Detta uppskattas av spelarna och har vuxit fram till ett populärt affärsmodell för att finansiera spelutveckling. Utan spelarnas köpvilja finns ingen spelbransch.

Bakgrund

De europeiska konsumentverken har omtolkat konsumentlagen och försvårar för både spelutvecklarna och spelarna när de vill att byteshandel i spel ska räknas som köp. Vägledningen innebär flera helt orimliga omtolkningar och praktiskt omöjliga principer och måste göras om i samverkan med spelutvecklarna för att europeiska dataspel ska ha en chans i framtiden.

Dataspel på olika plattformar har genom historien sålts på olika sätt. Till en början på fysisk media som kassetter och skivor till spelkonsoler och datorer eller genom operatörs-avtal som förinstallerad mjukvara på mobiltelefoner. I takt med att internet blev snabbare och mer tillgängligt växte möjligheten till digital nedladdning av spel och med det digitala köp av spel.

Digital nedladdning blev en möjlighet att nå nya marknader utan omvägar via fysisk distribution, men är samtidigt **en distributionsform som är sårbar för intrång**. Spelföretagen har genom åren använt sig av olika åtgärder för att minska risken för intrång, men då rättsväsendet sällan klarat av att beivra immaterialrättsintrången spelskaparna råkat ut för, har det mest effektiva skyddet varit att anpassa sina affärsmodeller på marknaden.

Digitala spel säljs därför ofta med olika former av tillköp och på mobila plattformar är freemium eller free-to-play-modellen rådande. Det innebär att spelen är kostnadsfria att ladda ner och att spelaren sedan kan välja att betala för mer innehåll i själva spelet. Olika spel ser olika ut men genom köp i spel förlängs spelens livslängd och de bekostar uppdatering och underhåll av onlinespel.

Denna modell hotas nu av de europeiska konsumentverken, CPC-nätverket (*Consumer Protection Cooperation Network*)[1], i en ny vägledning för hur de vill att spelutvecklare ska presentera och hantera köp inne i spelen. I dokumentet *The Consumer Protection Cooperation Network's Key Principles on In-game Virtual Currencies* som publicerades den 21 mars 2025 presenterades sju omfattande riktlinjer som behandlar olika aspekter av implementeringen av virtuella valutor i spel.

Vägledningen som CPC-nätverket presenterar kring spelvalutor har tagits fram utan samråd med varken näringsliv, förtroendevalda, spelare eller annan berörd lagstiftning i EU. **Denna utveckling bör väcka oro i andra branscher, då CPC genom EU-kommissionen skriver om etablerad rättspraxis utan vederbörlig demokratisk process**.

De bortser även från de redan befintliga konsumentskydds-åtgärder som redan finns, exempelvis är spelare redan fullt skyddade av EU:s konsumentlagstiftning vid köp i spel. De nämner heller inte att branschen redan erbjuder flera köpskydd för spelare, såsom enkla metoder för avbeställningar och verktyg för föräldrar att godkänna köp i spel[2]. I vägledningen beskrivs låtsaspengar i spel som "digitala representationer av värde" – ett begrepp som saknar tydlig definition i EU-lagstiftningen. Detta är med andra ord en grundläggande omskrivning av hur EU-lagstiftningen ska tillämpas på spelbranschen.

Detta är bara några exempel på att CPC-nätverket är dåligt informerade, ignorerar de betydande och ständigt utvecklande konsumentskyddsåtgärder som branschen leder vilket i slutändan kommer påverka jobb och tillväxt. Det hotar även att beröva spelare på valmöjligheter och skapa onödig förvirring på marknaden.

[1] CPC-nätverket består av samtliga konsumentskyddsmyndigheter inom EU/ESS. Nätverket kan gå samman i tillsynsinsatser där samtliga myndigheter agerar med en gemensam röst gentemot ett bolag – vanligtvis större aktörer som är verksamma i många EU-medlemsstater. I anslutning till att de publicerade nya riktlinjer inledde de en tillsynsinsats mot det svenska spelföretaget Starstable.
[2] Se rubrik *Branschens egna åtgärder för transparenta köp i spel*.

Olika affärsmodeller i spel

Premiumköp – att betala för hela spelet och få tillgång till allt innehåll genom ett engångssköp. Vanligt bland PC- och konsolspel.

Prenumerationsköp – spelaren betalar en återkommande avgift för att få tillgång till särskilt innehåll eller förmåner i spelet.

Reklamfinansierade spel – spel där utvecklarna får intäkter genom att visa reklam för spelaren. Spelaren kan exempelvis välja att se en kort reklamfilm för att få belöning i spelet, som extra liv eller valuta. Andra vanliga reklamformat är annonser som visas mellan nivåerna och små annonsbanners som är synliga under spelets gång.

Freemium / Free to Play – spel som är kostnadsfria att ladda ner och spela, samtidigt som de erbjuder valfria köp i spelet. Det kan exempelvis vara för att låsa upp fler funktioner och nivåer, köpa virtuella valutor eller för att göra framsteg i spelet. Denna affärsmodell är vanligast bland mobilspel.

Plattformsabonnemang – en återkommande månatlig eller årlig avgift som ger tillgång till ett bibliotek med stort antal spel. Det kan användas i stället för att köpa spelen individuellt. Spelen kan bytas ut eller finnas tillgängliga en viss period. Vissa abonnemang inkluderar även förmåner såsom rabatter, provspelningar eller extra innehåll i spelen.

Expansionspaket – ett tillägg som utökar ett redan befintligt spel, det kan exempelvis tillföra nytt innehåll i form av nya banor, byggnader eller kosmetiska objekt. Innehållet varierar beroende på spelets genre. Det finns även mindre tillägg, så kallade booster pack eller add-on, som oftast köps via nedladdning och erbjuder en mindre expansion.

Ny vägledning från CPC

1. Pristransparens
Information om det faktiska pengavärdet måste tydligt visas för både låtsaspengar och de föremål som dessa kan bytas mot. Även när låtsaspengar ges bort inom spelet eller kampanjer måste det faktiska pengavärdet anges.

2. Kostnadens tydlighet
Det faktiska pengavärdet måste vara tydligt genom alla led i spelet. Denna punkt förbjuder designval och spelmekanik som att ha olika typer av virtuella valutor i exempelvis strategi- och resurshanteringsspel och möjligheten att byta digitalt innehåll flera gånger i ett spel.

3. Inga metoder för onödiga köp
Detta innebär att alla paket med låtsaspengar måste kosta lika mycket som köpbart innehåll, vilket inte bara detaljreglerar spelutvecklarnas prissättning utan också försvårar möjligheten att erbjuda rabatter och kampanjer på låtsaspengar.

4. Tydlig information före köp
Detta gäller även när spelaren använder köpta låtsaspengar för att byta till sig annat innehåll i själva spelet. Punkten listar bland annat att spelaren då måste få information om produktens egenskaper, kontaktuppgifter till säljaren, pris, ångerrätt och rättsliga garantier.

5. Ångerrätt
Punkten anger uttryckligen att låtsaspengar inte är digitalt innehåll och att köpta låtsaspengar inte kan undantas ångerrätten. Detta ska även gälla i de fall där det är öppna köpta paket men där inte allt använts.

6. Tydliga avtalsvillkor
Alla villkor måste vara skrivna på ett enkelt och tydligt språk utan att begränsa konsumenternas rättigheter. Punkten begränsar möjligheten att göra designmässiga justeringar i det digitala innehållet samt balansera låtsaspengar löpande, samt stoppar spelutvecklarnas rätt att stänga av spelare som bryter mot villkoren i spelen, exempelvis genom att begå brott i spelen, bete sig illa mot sina motspelare eller förstöra, utan att inrätta möjligheten för överklagan. Punkten nämner uttryckligen att detta rör både tillfällig och permanent avstängning.

7. Skydd av sårbara konsumenter
Särskild hänsyn måste tas till utsatta grupper, i synnerhet barn. Punkten menar både att köp bör hållas utanför själva spelet och att detta även gäller köp med låtsaspengar.

Dagens skydd för spelare

Spelbranschen har redan utvecklat en rad verktyg och riktlinjer för att skapa en tryggare spelmiljö för spelare, inte minst barn och unga. Det finns inställningar där föräldrar kan ställa in kontroller så barn skyddas från exempelvis olämpligt innehåll eller oönskade köp.

Det finns föräldrakontroller på flera plattformar som erbjuder möjlighet för vårdnadshavare att ställa in vilken ålderskategori av spel barnen får tillgång till. Det finns alltså möjlighet att kontrollera föräldrainställningar på produkter och det är även viktigt att aldrig lämna ut lösenordet. Användarkonton på plattformar som Steam, App Store, Google Play och spelkonsoler (Xbox, Playstation, Nintendo) bör skyddas lika noga som kreditkort.

Som förälder eller vårdnadshavare är det rekommenderat att vara med när ett spel köps eller laddas ner, samt under installation och spelets början, för att lättare förstå vilken typ av spel det är och hur det fungerar. Nedan finns en lista över de vanligaste tjänsterna där länkarna leder till föräldrainställningarna:

Nintendo	*Google Play*
XBOX	*App Store / iOS*
Playstation	*Steam*

Vilken typ av transaktioner som förekommer i vissa spel beror på spelgenre och affärsmodell. De vanligaste transaktionerna i spel är:

Mikrotransaktioner – för en mindre summa pengar köper spelaren exempelvis kläder, föremål eller andra typer av hjälpmedel. Spel som använder mikrotransaktioner kallas ibland för Freemium-spel.

Engångsköp – en fast summa betalas av konsumenten för att få permanent tillgång till hela spelet eller något specifikt innehåll i ett spel.

Prenumerationer – en återkommande avgift per månad eller år. Dessa kan vara icke-obligatoriska avgifter i form av säsongspass som ger regelbunden tillgång till mer innehåll, eller obligatoriska för att få tillgång till hela spelet, oftast onlinespel. Spel med prenumerationer kallas ibland Live Service-spel, då de uppdateras och underhålls löpande under en lång tid för att behålla sin spelarbas.

Det är centralt för föräldrar och vårdnadshavare att intressera sig för sitt barns dataspelande och har förståelse för hur det fungerar. Genom att förstå spelmekanismer kan föräldrar lättare prata med barnet om spelvanor och göra medvetna val kring exempelvis köp i spel.

Rapporten *Children's in-game spending – A report by Ipsos for Video Games Europe* undersöker barns spenderande i spel, en undersökning som gjorts sedan 2016. Undersökningen för 2024 visar bland annat att:

- 76 procent av föräldrar till barn som spelar spel uppger att deras barn inte gör köp i spel
- 95 procent av föräldrar till barn som köper extramaterial i spel aktivt övervakar sina barns utgifter
- 6 procent av alla som spelar har använt intjänad spel-valuta
- 11 procent av alla som spelar har betalat för spelvaluta
- 73 procent av föräldrar har en överenskommelse med sitt barn om utgifter i spel

Dataspelsbranschen har samlat vägledning och information till vuxna och föräldrar på hemsidan *frågaprataspela.se* för att uppmuntra en aktiv roll i barnets spelande. På hemsidan finns bland annat en genomgång av PEGI:s märkningar, föräldrakontroller och hantering av köp i spel. Det finns även länkar till flertalet studier som gjorts på barn och dataspelande, exempelvis från BRIS, Rädda Barnen och ChildX.

PEGI

PEGI (Pan European Game Information) är ett system för åldersmärkning och innehållsbeskrivningar för dataspel som används i Europa. PEGI tillhandahåller åldersrekommendationer för dataspel i 40 länder i Europa och stöds av den Europeiska kommissionen. Medlemsländerna har insyn i systemet och ger rekommendationer i PEGI Council. I detta råd representeras Sverige av Mediemyndigheten.

Speltillverkarna använder sig av PEGI:s åldersrekommendationer för att underlätta för föräldrar och andra vuxna i barns närhet att bedöma om spelen lämpar sig för en viss ålder. Åldersmärkningen bekräftar att spelet är lämpligt för spelare av en viss ålder baserat på innehåll, med andra ord mäter PEGI lämpligheten på spel och inte deras svårighetsgrad. Systemet stöds även av de största konsoltillverkarna inklusive Sony, Microsoft och Nintendo. Alla som är anslutna till PEGI har också skrivit på PEGI Code of Conduct som bland annat omfattar en förpliktelse för ett omfattande konsumentskydd.

För att bestämma åldersmärkning på spel utgår PEGI från en uppsättning av kriterier där information om spelet samlas in genom två metoder. Ett detaljerat formulär skickas ut till spelutgivaren om spelets innehåll – exempelvis om det innehåller våld, grovt språk, sex eller köp i spelet.

Administratörer på PEGI granskar formuläret och den preliminära åldersmärkningen som spelet automatiskt fått utifrån svaren. För mobilspel eller spel som släpps i digitala butiker används även ett globalt system som samlar märkningsmyndigheter från Europa, Nordamerika och Sydkorea för åldersmärkning. Systemet säkerhetsställer att produkter får rätt anpassad åldersmärkning genom ett frågeformulär som är inbyggt i inlämningsflödet för digitala butiker, märkningarna granskas regelbundet.

PEGI Köp inuti spel
Spel kan innehålla möjligheten att köpa digitala varor eller tjänster med riktig valuta. Dessa köp kan omfatta ytterligare innehåll som bonusnivåer, kläder, överraskningsartiklar eller musik, samt uppgraderingar för att ta bort annonser, prenumerationer, virtuella mynt eller annan spelvaluta.

Innehållsbeskrivningen kan även följas av ytterligare information i form av textmärkning om köpen inuti spelet innehåller slumpmässiga objekt, såsom lootlådor eller kortpaket, där spelaren i förväg inte vet exakt vad som ingår i köpet. Dessa objekt kan köpas med riktiga pengar och/eller bytas mot låtsaspengar i spelet och kan vara rent estetiska eller påverka spelets funktion. Informationen visas alltid under eller i närheten av spelets åldersmärkning och innehållsbeskrivning.

Utöver ålders- och innehållsmärkningen förbinder sig spelutvecklarna till *PEGI Code of Conduct* som går igenom en rad konsumentskyddsåtgärder.

Åldersmärkningen bekräftar att spelet är lämpligt för spelare av en viss ålder baserat på innehåll.

Innehållsbeskrivningarna på spelen visar tydligt om det finns känsligt innehåll vilket ger köparen en möjlighet att kunna fatta välgrundade beslut vid köp av spel.

Branschens egna åtgärder för transparenta köp i spel

På spelplattformarna finns verktyg som gör det möjligt för föräldrar och vårdnadshavare att hantera, begränsa eller blockera köp i spel och hur andra föräldraverktyg och familjeinställningar kan aktiveras och hanteras.

I många spel finns det automatisk funktion för återköp av köpt men ej använt innehåll, och det är till plattformarnas kundtjänst man vänder sig för att begära återbetalning vid köp som skett utan vårdnadshavarens samtycke.

Inom ramen för ***PEGI Code of Conduct*** finns sex viktiga konsumentskyddsåtgärder:

1. Informationsskyldighet
PEGI:s ikon för köp inuti spel måste visas på spel som inkluderar köp i spelet, detta för att hjälpa konsumenterna att fatta ett informerat beslut redan innan de köper eller laddar ner ett spel.

2. Öppenhet i transaktioner
Spel som inkluderar köpbart innehåll mot riktiga pengar måste säkerställa att spelare/kontoinnehavare alltid får ett kvitto eller faktura på sitt konto vid varje köp.

3. Köpbar valuta i spel
I spel där spelvaluta kan köpas för riktiga pengar måste det tydligt framgå för konsumenten vad den faktiska kostnaden är vid varje köptillfälle.

4. Verkställighet
Vid bristande efterlevnad av uppförandekoden kan PEGI:s Enforcement Committee införa korrigerande åtgärder och införa sanktioner mot de aktörer som överträder reglerna.

5. Betalda slumpmässiga föremål
För spel som ger spelare möjlighet att köpa slumpmässigt innehåll i spelet, exempelvis lootlådor eller kortpaket, gäller följande:

- Det ska tydligt framgå vid köptillfället att det handlar om slumpmässiga föremål, för att hjälpa konsumenterna att fatta ett välgrundat beslut.
- Det ska alltid vara tydligt att köpet är helt frivilligt och aldrig ett krav för att kunna spela spelet eller ta del av dess centrala funktioner.
- Transparens vid sannolikheten för att få olika föremål och att den är lika för alla spelare. Det får inte förekomma någon manipulation baserat på person-uppgifter och måste ske i enlighet med gällande lagar om dataskydd och integritet.

6. Förbud mot skinbetting
Spelutvecklare och plattformsägare måste ha en tydlig policy som förbjuder spelare att använda spelinnehåll, exempelvis skins, i olagliga spel- eller vadslagnings-aktiviteter – så kallad skinbetting. Policyer ska innehålla tydliga formuleringar om hur överträdelser hanteras inklusive åtgärder, som avstängning eller permanent bannlysning. Video Games Europes och EGDF:s medlem-mar välkomnar fortsatt stöd från tillsynsmyndigheter för att bekämpa otillåten användning av innehåll i spel.

I underlaget *Transparenta och rättvisa köp av innehåll i spel* från våren 2024 går branschorganisationerna Video Games Europe (VGE) och EGDF[3] i detalj igenom åtgärderna som medlemsföretagen åtagit sig att följa. Spelföretagen reglerar exempelvis användningen av spelinnehåll i avtal samt förbjuder otillåten handel, de informerar i god tid om eventuell avveckling av köpbar spelvaluta, samt vad som händer när spelare begår överträdelser. För branschen är det självklart att ekonomiska transaktioner ska hållas åtskilda från spelet, så att den kommersiella avsikten bakom köp i spelet, inklusive kostnaden i verkliga pengar, framgår klart och tydligt. På så vis blir det uppenbart för spelarna när de ombeds fatta ett ekonomiskt beslut.

[3] *Video Games Europe* (VGE) är en europeisk branschorganisation som representerar dataspelsindustrin. Organisationen arbetar i nära samverkan med spelbranschen, myndigheter och andra relevanta aktörer för att främja spelindustrin i Europa. *EGDF* står för European Games Developer Federation vilket är en branschorganisation som företräder spelutvecklare i Europa. EGDF representerar 24 nationella branschorganisationer som tillsammans företräder spelstudior i 22 europeiska länder. Dataspelsbranschen är medlem i båda organisationerna.

Hur låtsaspengar och byteshandel i spel fungerar

Att utveckla, marknadsföra och distribuera spel är en ekonomisk risk. Att sälja spel till ett fast pris (så kallad Premium-modell) är inte ekonomiskt hållbart för alla typer av spel, och har genom åren tappat i försäljning. Alternativa affärsmodeller, såsom abonnemang och mikrotransaktioner, utgör en mer **flexibel intäktsmodell som dessutom ger spelaren kontroll över hur mycket de vill investera i spelet**. Vissa är nöjda med den öppna gratisversionen och andra uppskattar möjligheten att kunna utsmycka, förstärka eller snabba på sin spelupplevelse genom små köp.

I nästan alla spel som är kostnadsfria att ladda ner och även i många Premium-spel finns någon form av låtsaspengar, virtuell valuta, som spelaren kan samla för att låsa upp nytt innehåll. Det finns i praktiken två typer av valutasystem för låtsaspengar – slutna och öppna.

Slutet valutasystem
Den virtuella valutan existerar helt inom spelet och har ingen koppling till riktiga pengar, exempelvis guldmynt i World of Warcraft som är en viktig komponent i spelets levande ekonomi och handelssystem mellan spelare och datorstyrda karaktärer.

Öppet valutasystem
Virtuell valuta som kan köpas för verkliga pengar för att sedan bytas mot annat digitalt innehåll i ett spel[4].

I vissa spel har utvecklarna valt att skapa två eller fler valutor som kombinerar slutna och öppna valutasystem, så att det tydligt framgår vilket innehåll spelaren kan låsa upp utan att betala något och vilket innehåll som kräver riktiga pengar.

I många spel med öppna valutasystem kan låtsaspengarna även intjänas genom att spela spelet, där ett köp med riktiga pengar enbart utgör ett komplement till grundspelet. **Genom att sälja låtsaspengar erbjuds en enklare och tydligare ekonomisk transaktion utanför spelet för allt som kostar pengar.** Spelupplevelsen blir därmed fri från finansiella transaktioner och spelaren kan i egen takt byta låtsaspengarna mot annat digitalt innehåll, exempelvis nya kläder till sin spelkaraktär. Utvecklare är i regel måna om att de öppna valutorna ska ge ett stort upplevt värde i förhållande till de slutna valutorna, för att spelare ska känna sig nöjda med sina köp. Valutorna är ofta designmässigt utformade för att passa in i resten av spelupplevelsen beroende på genre och tema.

Genom att erbjuda digitalt extramaterial mot en kostnad kan grundspelet säljas billigare eller spelas utan kostnad. Detta är en förutsättning för att tillgängliggöra onlinespel som kräver aktiva användare för att kunna garantera spelbara matcher. Samtidigt finansieras spelets utveckling och underhåll av de mer investerade spelarna som ser högst värde i att låsa upp nytt innehåll.

Det finns en betydande rättviseaspekt i spel som innehåller mikrotransaktioner. Det finns en outtalad regel att **spel inte bör erbjuda mikrotransaktioner som ger betalande spelare ett betydande övertag** över andra spelare, ibland kallat “pay to win”. Utvecklare begränsar därför ofta betalt innehåll till visuella utsmyckningar, reklamstopp, tidsbesparingar och ökade valmöjligheter – vilket typiskt förbättrar spelupplevelsen på olika sätt utan att särbehandla icke-betalande spelare.

En viktig del i spelutveckling är relationen med spelarna och det råder hög konkurrens om deras uppmärksamhet. Dataspel oavsett plattform är konsumentprodukter på en global marknad och utan spelarnas förtroende går det inte att skapa kommersiell framgång med spelen.

[4] Det finns även spel där valuta kan växlas ut från spelet till verkliga pengar, så kallat dubbelriktat system. I de fall när pengar kan växlas ut från digitala spel till riktiga pengar regleras detta i regel inom svensk lotterilagstiftning.

Sämre konkurrenskraft och andra ekonomiska konsekvenser

Den nya vägledningen gör det svårare för europeiska spelutvecklare att konkurrera internationellt när hemmamarknaden stryps åt. Den exportkraft som finns i det europeiska spelundret försvagas när spelutvecklarna tvingas göra om sina spel för att passa in i EU-byråkratin.

85 procent av omsättningen i den svenska branschen kommer från företag som erbjuder köp i spel. En stor andel av dessa erbjuder virtuella valutor eller olika former av byteshandel av köpt innehåll i själva spelen.

Det är inte en enkel åtgärd för branschen att anpassa sig till vägledningen på det sättet som det svenska konsumentverket och CPC-nätverket vill. Spelutvecklarna behöver inte bara förändra sina erbjudanden utan också förändra koden och designen i själva spelen. **Detta trots att det är högst tveksamt att en förändring kommer förbättra köpupplevelsen för konsumenterna.** Att efterfölja vägledningen är inte ens en garanti att CPC blir nöjda, då de uttrycker att detta bara är början och att det kan komma fler åtgärder framöver.

Detta kommer inte kunna genomföras utan att det innebär stora kostnader för branschen, särskilt för alla små och medelstora företag som utvecklar spel till mobila plattformar där köp inne i spelen är den etablerade affärsmodellen. Det kommer också påverka den svenska ekonomin när branschen tappar internationell konkurrenskraft, minskade exportintäkter och i värsta fall arbetstillfällen.

25 miljarder av den svenska branschens omsättning kommer från företag som erbjuder köp av virtuella valutor i spelen, och dessa företag bidrog med över 1,4 miljarder till den svenska statskassan i rena bolagsskatter under 2023

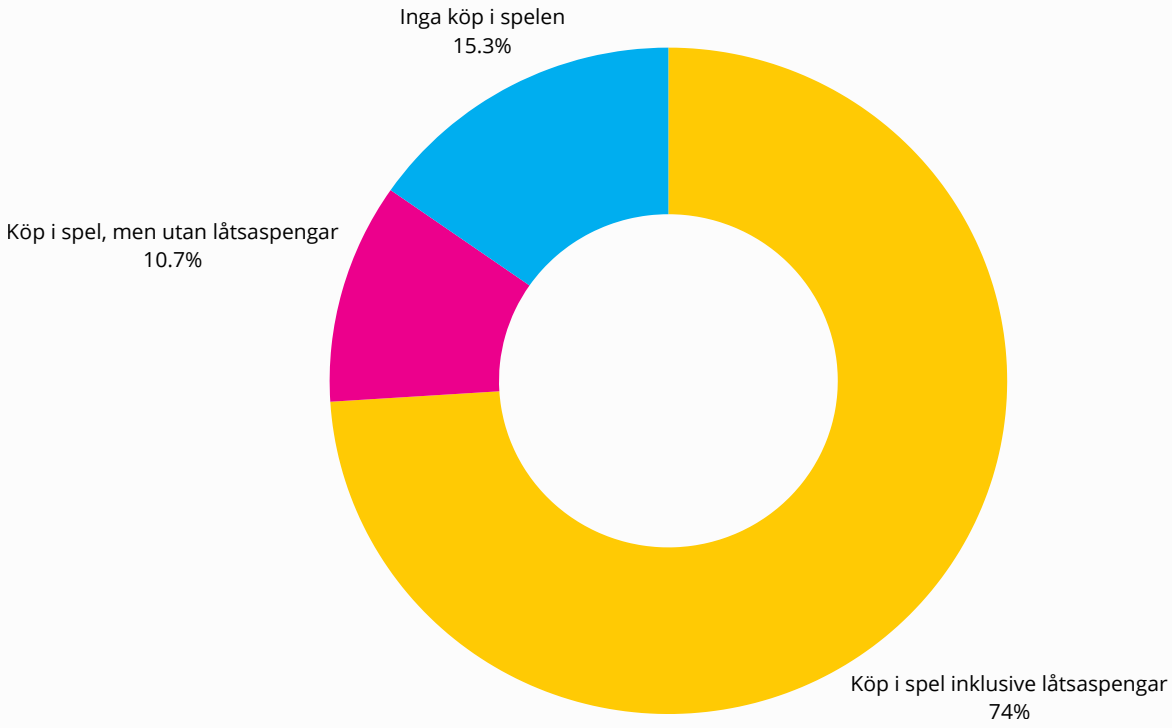
I Europa står köp i spel för 42 procent av spelbranschens intäkter – omkring 11 miljarder euro. **En ny reglering av spelvalutor kan innebära att spel försvinner, jobb går förlorade och tillväxten för mindre spelstudior påverkas.** Sektorn är en viktig del av Europas ekonomi, den bidrar med 114 000 jobb, 5 000 spelföretag och den europeiska dataspelsmarknaden omsätter närmare 26 miljarder euro[5].

Svenska konsumentverket går emot sina egna styrdokument när de driver dessa frågor utan att ta hänsyn till det konsumentpolitiska målet. Det innebär att Konsumentverket ska arbeta för en väl fungerande konsumentmarknad med balanserade och tydliga regler för näringsidkare lika mycket som ett starkt konsumentskydd och hållbar konsumtion.

I Konsumentverkets två senaste regleringsbrev har myndigheten fått ett tydligt uppdrag att stärka och påskynda förenklingsarbetet för företag inklusive regelförenklingar och processer för att minska företagens regelbörda och administrativa kostnader. Myndigheten har också i uppdrag att förbättra sitt bemötande och sin service gentemot företagen. Att det svenska konsumentverket nu aktivt driver frågan om ny vägledning som förändrar hur köp i spel och andra digitala tjänster får genomföras, utan att att samverka med branschen, går helt emot detta uppdrag.

[5] Video Games Europe, Key Facts Report 2023

Svenska spelföretags omsättning baserat på vilken affärsmodeller de erbjuder



En väg framåt

Vägledningen från CPC-nätverket måste skickas tillbaka till ritbordet och göras om i samråd med branschen. Konsumentverket behöver ta sitt regleringsbrev på allvar, inleda dialog med branschen och samverka för att utveckla lösningar som inte påverkar spelupplevelsen eller tydligheten för konsumenten negativt.

Det finns en rad olika branschinitiativ som tillhandahåller ett konsumentskydd som är starkt, effektivt och beprövat. Genom PEGI finns en samverkansmodell och grund att kontinuerligt vidareutveckla skydd och konsumentupplysning med gemensamma krafter från bransch och myndigheter.

Regler och riktlinjer för hur företag ska driva sin verksamhet måste ske genom demokratiska processer, inte genom att myndigheter driver en egen linje utanför lagstiftarens insyn eller ordentliga remissförfaranden. Sverige har en lång tradition av självreglering och samverkan mellan näringsliv och offentlig förvaltning. **Konsumentverket behöver ta ett steg tillbaka och säkerställa demokratisk förankring i sitt agerande.**

Spel ser olika ut och vilka köp i spel som erbjuds varierar från genre och plattform och beror på spelets design, spelmekanik och berättarelement. Vägledningen för hur köp i spel ska presenteras måste ta hänsyn till detta.

Ett förbättrat konsumentskydd kan uppnås genom att branschen tillsammans med myndigheter samverkar kring ett ökat informationsarbete och gemensamma kunskapshöjande insatser för att nå ut till fler föräldrar och vuxna i barns närhet. Detta kan exempelvis handla om vilka föräldrakontroller som finns, hur de fungerar och vad åldersrekommendationerna innebär.

Det behövs också mer resurser till rättsvårdande myndigheter för att hantera de aktörer som aktivt förleder barn och unga genom att erbjuda exempelvis skinbetting, tredjepartsförsäljning av spelinnehåll och andra tjänster som bryter mot svensk lagstiftning i stället för att öka kraven på de som försöker göra rätt.

För att den europeiska konkurrenskraften ska säkras behöver detta förtydligas i lagstiftning för att undvika tolkningskrockar, skydda den konstnärliga friheten, säkra näringsfriheten hos företagen och **lägg fokus på transparens och tydlighet vid betalning med riktiga pengar.** Se över arbetet med DSA-direktivet för att säkerställa detta.

Referenser och mer läsning

Children's in-game spending – A report by Ipsos for Video Games Europe, https://www.videogameseurope.eu/wp-content/uploads/2024/09/In-game-spending-by-children-parental-control-tools-2024-GameTrack-Survey.pdf

Ekonomistyrningsverket, https://www.esv.se/statsliggaren/regleringsbrev/Index?rbId=25131

Ekonomistyrningsverket, https://www.esv.se/statsliggaren/regleringsbrev/?RBID=24787

"European Key Facts 2023", page 14, EGDF and Video Games Europe, https://www.videogameseurope.eu/publication/2023-video-games-european-key-facts/

Föräldrakontroller, https://www.videogameseurope.eu/responsible-gameplay/parental-controls/

Fråga Prata Spela, www.fragaprataspela.se

Games Rating Authority, https://gamesratingauthority.org.uk/RatingBoard/

International Game Rating Coalition, https://www.globalratings.com/

Key Principles on In-Game Virtual Currencies, https://commission.europa.eu/live-work-travel-eu/consumer-rights-and-complaints/enforcement-consumer-protection/coordinated-actions/social-media-online-games-and-search-engines_en#key-principles-on-in-game-virtual-currencies

PEGI, www.pegi.info

Seize the Controls, https://www.seizethecontrols.eu/local/

Transparent and Fair Purchases of In-Game Content: Video Games Europe-EGDF Position Paper, https://www.videogameseurope.eu/publication/our-commitment-to-transparent-and-fair-purchases-of-in-game-content/

Om rapporten

Utgiven av Dataspelsbranschen
Research & text: Elin Carlsson, Alexander Milton, Marléne Tamlin, Johanna Nylander
Layout: Elin Carlsson
Redaktör: Johanna Nylander

Dataspelsbranschen är branschorganisationen för dataspel i Sverige. Organisationen företräder branschen som helhet genom branschföreningarna Spelplan-ASGD (spelutvecklare, producenter, utbildningar, akademi och stödmedlemmar) och ANGI (förlag och distributörer). Företag som utvecklar spel med syfte att vinna pengar kan inte vara medlem i Dataspelsbranschen.

Dataspelsbranschen | Swedish Games Industry
Magnus Ladulåsgatan 65, SE-118 27 Stockholm

www.dataspelsbranschen.se
Kontakt: **johanna.nylander@dataspelsbranschen.se**