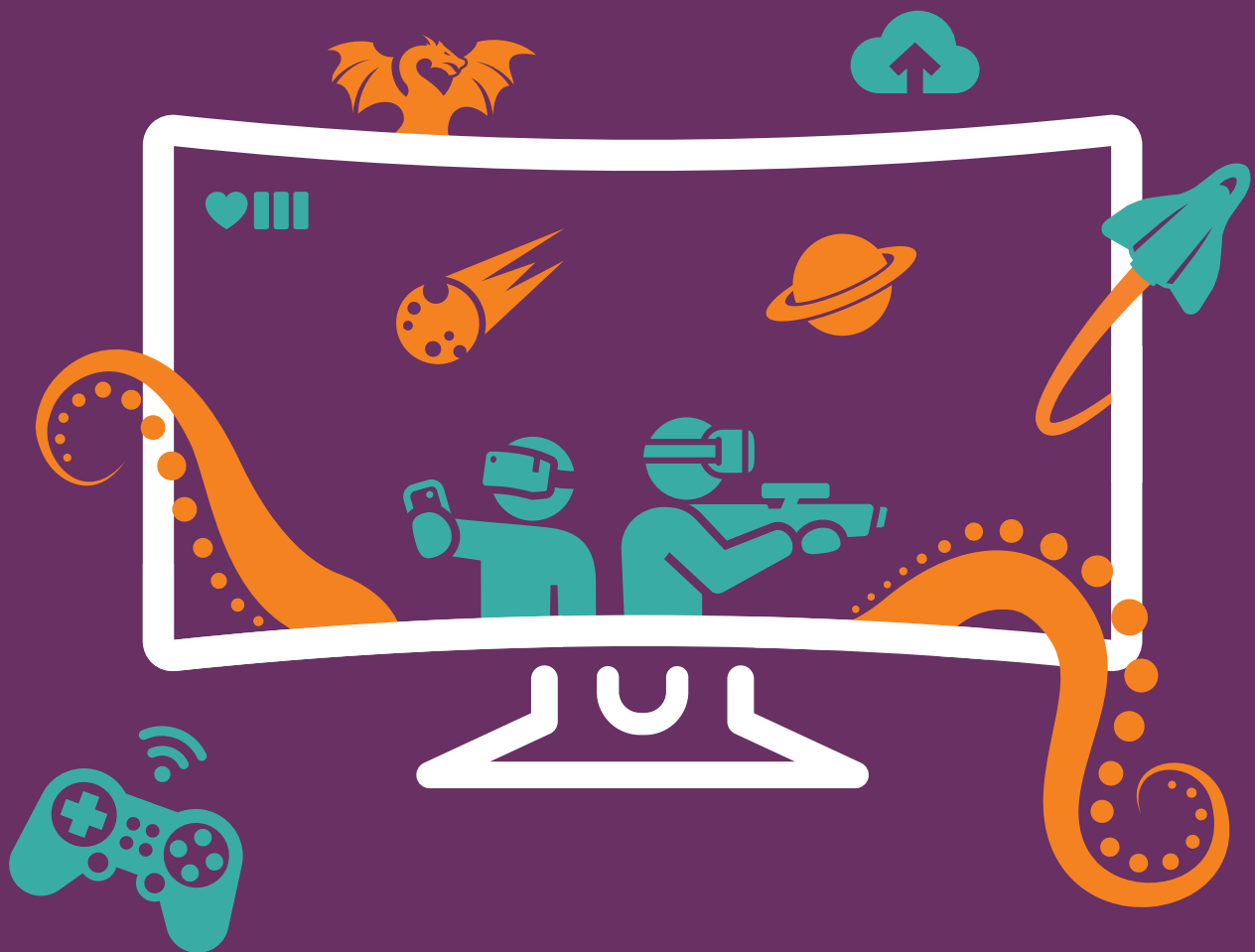


VIRKE

SPILL-

RAPPORTEN 2019/2020



Norsk spillbransje
i dag

En global bransje
i vekst

Utfordringer og
muligheter

VELKOMMEN TIL Spillrapporten 2019/2020

«For å få oversikt over potensialet og utviklingen i dataspillbransjen er det viktig med et godt kunnskapsgrunnlag om spillbransjen og markedet, herunder tall og statistikk som er sammenliknbare med andre næringer og andre land.».

Sitatet over er hentet fra regjeringens ferske dataspillstrategi, «Spillerom», for perioden 2020 - 2022. Vi er enige. Spill har altfor lenge vært diskutert på mangelfullt grunnlag. Det er i seg selv underlig, når vi tross alt snakker om et av de kulturuttrykkene som i dag brukes aller mest. Stadig flere av oss bruker tid på spill, på alt fra enkel adspredelse på mobilen til omfattende spillverdener på pc og konsoll. Det er så integrert i hverdagen vår at mange kanskje ikke engang tenker over at de er konsumenter av dataspill.

For første gang legger Virke Produsentforeningen nå fram en reell markedsanalyse av den norske spillbransjen. Det er gjort et grundig arbeid for å innhente bransjetall fra den etablerte delen av norsk spillbransje. Dette har vi gjort fordi vi mener det er behov for mer kunnskap om størrelsen, økonomien og utviklingen i spillbransjen i Norge. Fram til nå har det eksistert få gode aggregerte tall på nettopp dette. I samarbeid med norske spillprodusenter har Virke opprettet en markedsstatistikk som skal bidra til å belyse bransjens omfang, omsetning og verdiskaping. Denne første analysen baserer seg på tall for 2017 og 2018. Dette er aggregerte tall som spillprodusentene selv har rapportert inn til Virke.

Vår ambisjon er at denne statistikken skal oppdateres og publiseres årlig, og vi vil vurdere å utvide statistikken til også å gjelde andre størrelser.

Vårt ønske er at statistikken blant annet skal gi bedre grunnlag for å sammenligne spill med andre kultur-næringer når det gjelder rekkevidde og hvor mange disse verkene når ut til.

Vårt håp er at en bedre synliggjøring av norsk spillbransje vil bidra til å løfte bruken av norske spill i Norge, og at en tydelig politikk, styrkede rammevilkår og økt bevisstgjøring bidrar til at norske spill får utgjøre en større del av vår virtuelle hverdag.

God lesing!

Ase Kringstad. Leder for Virke Produsentforeningen



Virke Produsentforeningen organiserer film-, TV- og spillprodusentene i Norge. Omkring 120 uavhengige produksjonsselskaper er medlemmer, og står for norsk produksjon av spill, kort- og dokumentarfilm, spillefilm, dramaserier, TV-underholdning, reklamefilm, animasjon, oppdragsfilm og andre audiovisuelle produksjoner.

Virke Produsentforeningen forhandler overenskomster, arbeider for gode politiske rammer for næringen, og jobber med utvikling av bransjen.

INNHold

Sammendrag	6
Aktører og avgrensing	7
1. OMSETNINGSVEKST I BRANSJEN	8
1.1 Sterkest vekst i de største spillsekskapene	10
2. SYSSELSETTING I BRANSJEN – STADIG FLERE, MEN FORTSATT FÅ	11
2.1 Omsetningen per ansatt øker	12
2.2 Kompetansebehov i bransjen	13
2.3 Økende kvinneandel	13
3. NORSKE SPILL NÅR UT TIL TITALLS MILLIONER SPILLERE	14
3.1 Betydelige eksportinntekter, men den norske bransjen er liten i global sammenheng	15
4. INVESTERING I UTVIKLING	19
4.1 Utviklingskostnader knyttet til spill lansert gjeldende år	19
4.2 Høye utviklingskostnader etter lansering	20
5. UTFORDRINGER KNYTTET TIL TILGANG PÅ PRIVAT KAPITAL	22
6. TILSKUDD TIL UTVIKLING AV SPILL	24
6.1 Norsk filminstitutt – tilskudd til utvikling og lansering	24
6.2 Regionale filmsentre og filmfond	27
6.3 SkatteFUNN	27
7. VEDLEGG	28
V. 1 Om statistikken	28
V. 2 Oppsummering av resultater fra markedsstatistikken til spillprodusentene	29



Åse Kringstad
Leder
Virke Produsentforeningen

ase.kringstad@virke.no
T 473 14 247



Linn Bredesen
Rådgiver
Virke Analyse og utredning

linn.bredesen@virke.no
T 407 38 747



Christopher Tønnessen
Rådgiver
Virke Analyse og utredning

christopher.tonnessen@virke.no
T 971 73 158

Sammendrag

Tallene i markedsstatistikken viser at den norske spillbransjen har hatt god vekst det siste året. Flere selskaper har økt sin omsetning. Det har også vært en økning i antall personer som spiller norske spill. Tallene følger den generelle trenden i det globale markedet når det gjelder spill: vekst.

Den norske spillbransjen har betydelige eksportinntekter sammenlignet med andre norske kulturnæringer. I internasjonal sammenheng er imidlertid den norske delen av bransjen liten. Samtidig som en enorm global bransje gir sterk konkurranse så gir den også store muligheter for norske spillprodusenter. Potensialet for at norske aktører skal kunne ta en større del av det globale markedet er til stede. Dette forutsetter ressurser til å utvikle og produsere spill av høy kvalitet.

Bransjens største hindringer er knyttet til finansiering av spill, både før, under og etter lansering. I dag opplever bransjen utfordringer knyttet til å tiltrekke seg privat kapital, spesielt norske investorer. Liten kjennskap til bransjen gjør at private norske investeringer uteblir. Offentlige tilskudd er derfor avgjørende for bransjens utvikling.

Virke Produsentforeningen støtter opp om regjeringens dataspillstrategi 2020-2022 «Spillerom», herunder at den statlige bevilgningen til spill skal dobles i løpet av strategiperioden. Det vil også være positivt for bransjens forutsetninger for å vokse at Norsk filminstitutt spisser de statlige tilskuddene til dataspill, slik at det gis færre, men større tilskudd til de mest profesjonelle selskapene med en strategi og forutsetninger for å vokse.



Illustrasjon: Conan Exiles (Funcom).

Aktører og avgrensning

Denne markedsstatistikken bygger på spillprodusentenes egne tall, rapportert inn til Virke i 2019. Statistikken skal vise omsetningstall for spillbransjen, og er derfor avgrenset til de aktørene som har utgitt et spill i løpet av sin eksistens samt hatt omsetning i 2018.

Per i dag er dette snakk om i underkant av 20 selskaper i Norge. Totalt 15 av de største spillselskapene i bransjen har rapportert inn til statistikken. Markedsstatistikken regnes derfor å være representativ for utviklingen i den norske spillbransjen.



BERTHEUSSEN IT



1

Omsetningsvekst i bransjen

Samlet har spillprodusentene hatt en kraftig omsetningsvekst fra 2017 til 2018. Omsetningsveksten skyldes både vekst hos etablerte selskap, men også nye selskap som har kommet til. En solid omsetningsvekst mellom 2017 og 2018 indikerer at bransjen blir større. Samtidig vil omsetningen til selskapene variere kraftig mellom år. Utviklings- og produksjonsløpene for spill er lange, gjerne 2 - 4 år. Størrelsen på omsetningen til selskapene er avhengig av antall spill som er i salg og suksessraten til disse.

Rapporten skiller mellom to ulike definisjoner på omsetning. Se boksen under for mer informasjon.

Omsetning på spill – to definisjoner i rapporten

Markedsrapporten bruker to ulike definisjoner for omsetning på spill. Dette er for å skille mellom omsetningen som selskapene selv har knyttet til spill og omsetningen som andre distribusjonsledd har på spillene som selskapene har gitt ut.

Omsetning i selskapet på spill – Dette er omsetningen som selskapene har selv og som er knyttet til spill de har utgitt.

Bruttoomsetning på spill – Bruttoomsetningen omfatter all omsetning som er knyttet til spill som selskapene har gitt ut. Til forskjell fra omsetning i selskapet på spill inkluderer dette også omsetning som andre distribusjonsledd har på spillene som er utgitt av norske spillprodusenter. Eksempler på distribusjonsledd er Steam og Google admob.

Det er kun omsetning relatert til spill som selskapene har produsert selv, som er inkludert i disse definisjonene. Det vil si at omsetning tilknyttet oppdrag som selskapene har for eksterne aktører ikke er inkludert. Omsetning selskapet har hatt ved å være forlegger er heller ikke tatt med i denne sammenhengen.

Både omsetningen på spill i selskapene og bruttoomsetningen på spill har økt kraftig i perioden 2017-2018. I 2018 var selskapenes omsetning som kun er

knyttet til salg av spill i snitt 25,9 millioner kroner per selskap.

Utvikling i bruttoomsetning

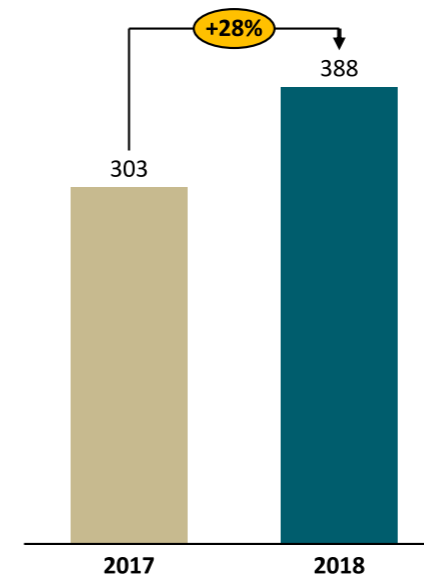
Bruttoomsetningen knyttet til spill i spill-selskapene var totalt 550 millioner kroner i 2018. Av disse omsatte selskapene for 388 millioner kroner selv, mens 162 millioner kroner gikk til andre distribusjonsledd.

Figur 1.1 viser at vekstratene for omsetningen og bruttoomsetningen i selskapene og har holdt et relativt likt tempo, noe som indikerer at omsetningen i selskapet

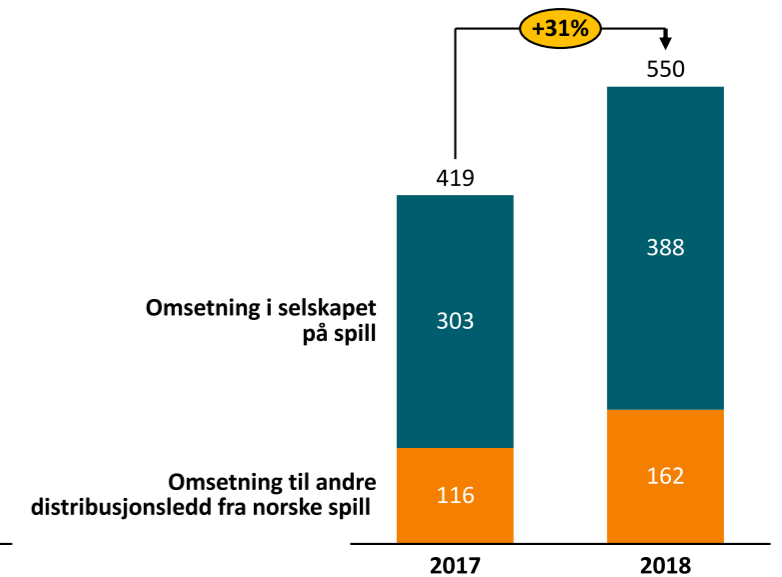
på spill øker proporsjonalt med omsetningen knyttet til norske spill i andre distribusjonsledd.

Figur 1.1 Total omsetning i selskapet på spill + Bruttoomsetning på spill (mill. kroner)

Samlet omsetning i selskapene tilknyttet spill



Samlet bruttoomsetning på spill



Figur 1.1 – Kilde: Virke Analyse/Markedsstatistikk Virke Produsentforeningen.

Søylene til høyre i figur 1.1 illustrerer bruttoomsetningen til spillprodusentene fordelt på omsetningen i selskapet på spill og omsetningen som er knyttet til andre distribusjonskanaler. Sistnevnte utgjorde omtrent 30

prosent av bruttoomsetningen i både 2017 og 2018. Størrelsen på bruttoomsetningen viser at norsk spillproduksjon bidrar med inntekter til andre ledd enn kun selskapet selv.



Illustrasjon: My Child Lebensborn (Teknopilot/Sarepta Studio).



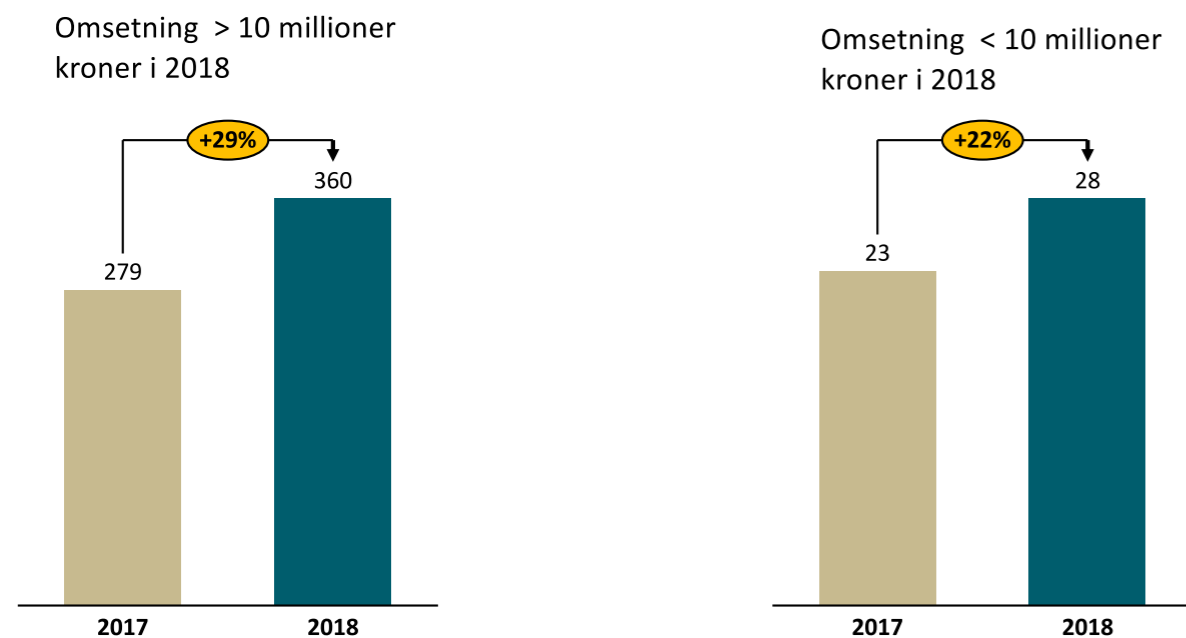
Illustrasjon: Moons of Madness (Funcom).

1.1 Sterkest vekst i de største spillselskapene

Det er store forskjeller i størrelse mellom de ulike selskapene. Funcom er den klart største aktøren, men det er også andre selskap som har hatt en solid omsetning de

siste årene. Figur 1.2 skiller mellom selskap som har under 10 millioner kroner i spillomsetning og selskap som har over 10 millioner kroner i spillomsetning.

Figur 1.2 Samlet omsetningsøkning i selskapene tilknyttet spill (mill. kroner)



Figur 1.2 - Kilde: Virke Analyse/Markedsstatistikk Virke Produsentforeningen. Søylene viser den samlede omsetningen for alle selskaper med spillomsetning hhv. over og under 10 mill. kroner.

De største aktørene har hatt sterkest vekst det siste året. Funcom skiller seg ut med særlig høy vekst i perioden. Dette er i stor grad drevet av spillet *Conan Exiles* som Funcom slapp for salg som «early access» i 2017, før fullversjonen ble lansert i mai 2018. Også blant de mindre selskapene er det vekst samlet sett.

Et av selskapene som bidrar til dette er Misc Games. Selskapet gikk fra null i omsetning i 2017 til flere millioner i omsetning knyttet til spill i 2018. Hovedårsaken er lanseringen av *Fishing: Barents Sea*, som er solgt til flere land. Selskapet har også fått millionstøtte fra Norsk filminstitutt og Mediefondet Zefyr.

Ikke uvanlig med én dominerende aktør i bransjen

Funcom er det klart største selskapet i den norske spillbransjen. Det er ikke unikt for Norge å ha en spillbransje med én dominerende aktør. I 2015 sto Supercell for 88 prosent av omsetningen i den finske spillindustrien. Andelen sank fram til 2018, parallelt med at omsetningen i den totale spillindustrien i Finland stabiliserte seg. Også i Sverige har det lenge vært noen dominerende aktører i bransjen. Den siste tiden har man sett en økning i antall foretak som har omsetning for over 1 milliard kroner.

Erfaringene fra både Sverige og Finland viser at enkeltstående store, suksessfulle spillselskaper kan bidra til vekst for hele bransjen.

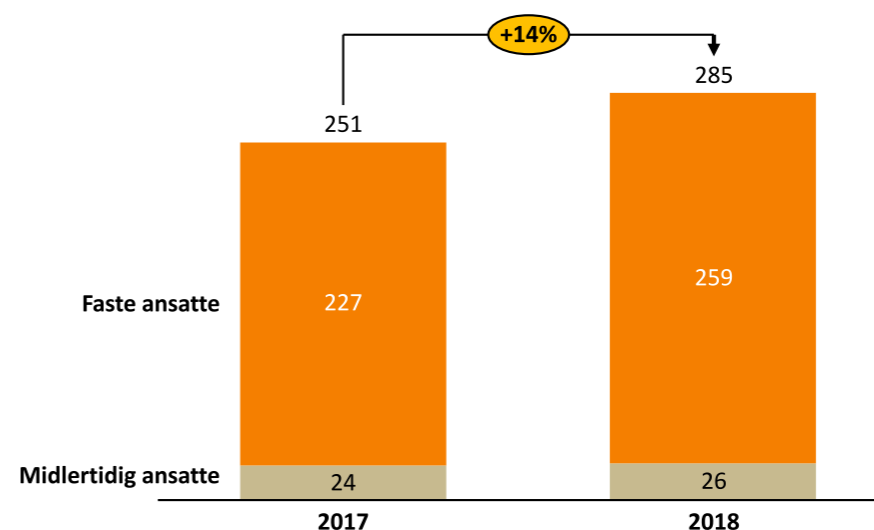
Kilde: The Game Industry of Finland 2018, Neogames Finland. Spelutvecklarindex 2019. Dataspielbranschen.

2

Sysselsetting i bransjen – stadig flere, men fortsatt få

Dataspillbransjen i Norge er i vekst, men er fortsatt liten målt i antall ansatte. I 2018 var det totalt 285 ansatte i de 15 innrapporterende selskapene, en økning på 34 ansatte fra 2017. Det er hovedsakelig Funcom som har stått for økningen i antall ansatte i bransjen i 2018. De gikk fra 118 ansatte i 2017 til 145 i 2018. Dette innebærer at den etablerte bransjen utenom Funcom har hatt en nettoøkning i antall ansatte på 7 personer. Funcom er den eneste spillprodusenten i Norge med over 100 ansatte. Til sammenlikning er det mer enn 12 selskaper i Sverige med over 100 ansatte.

Figur 2.1 Antall sysselsatte i profesjonelle spillproduksjonsselskaper



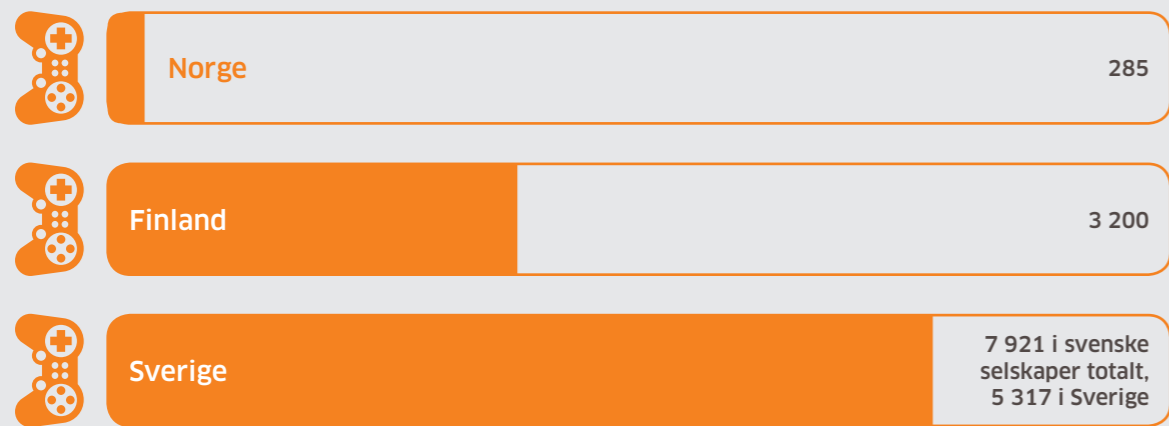
Figur 2.1 - Kilde: Virke Analyse / Markedsstatistikk Virke Produsentforeningen

Når vi i denne rapporten opererer med 285 ansatte i norske selskaper, omfatter dette kun de som er sysselsatte i selskapene som inngår i markedsstatistikken¹. Det vil si at disse tallene representerer den profesjonelle delen av bransjen og ikke alle sysselsatte

i bransjen i Norge totalt sett. Om alle enkeltmannsforetak og alle spillselskaper som foreløpig ikke har utgitt spill regnes med, er antallet sysselsatte i norsk bransje totalt sett mye høyere.

¹ Selskapene er listet opp under delkapittelet «aktører».

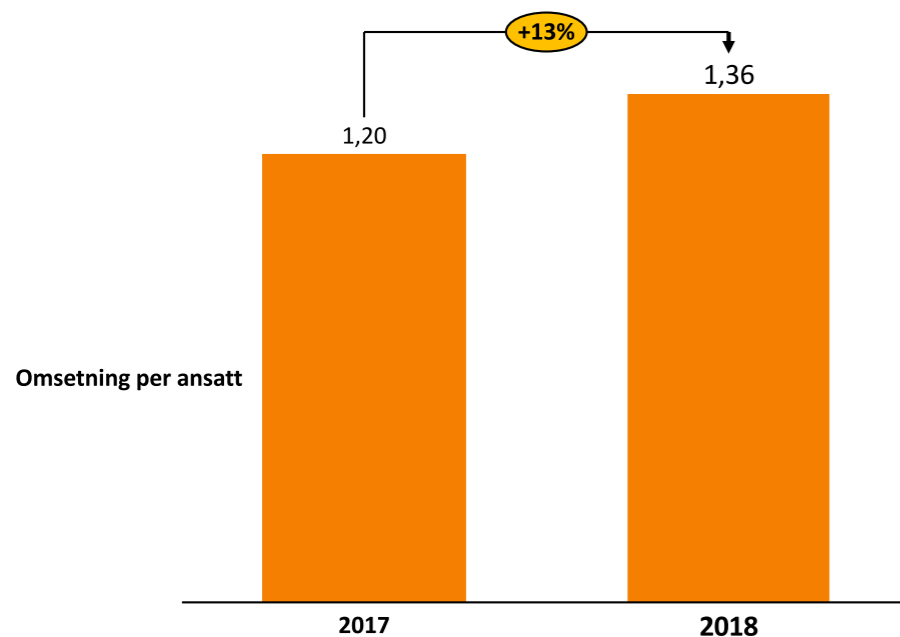
Sverige med flest ansatte i spillbransjen i Norden



Kilde: The Game Industry of Finland 2018, Neogames Finland og Spelutvecklarindex 2019, Dataspelsbranschen. Merk at antall ansatte i Norge er større dersom man ser på hele bransjen. I denne rapporten er det kun selskapene som deltar i statistikken som er med, dvs. majoriteten av den profesjonelle delen av bransjen.

2.1 Omsetningen per ansatt øker

Figur 2.2 Antall sysselsatte i profesjonelle spillproduksjonsselskaper (mill. kroner)



Figur 2.2 - Kilde: Virke Analyse / Markedsstatistikk Virke Produsentforeningen.

I Norge omsetter den profesjonelle delen av bransjen for 1,36 millioner kroner per ansatt i 2018. Dette er en økning på 13 prosent fra året før. I Sverige og Finland er omsetning per ansatt mye høyere. I 2018 var omsetningen 2,3² millioner kroner per ansatt i Sverige, mens det

tilsvarende tallet i Finland var 6,5 millioner kroner. Finland har en høy omsetning per ansatt fordi de produserer mange mobilspill, som tradisjonelt har krevd færre ansatte enn andre typer spill³.

2.2 Kompetansebehov i bransjen

Når en bransje er i vekst er det ikke bare behov for flere ansatte, men også større variasjon når det gjelder kompetanse. Regjeringens dataspillstrategi påpeker at mangel på kompetanse er et av de største hindrene for videre vekst i spillbransjen. Dataspillvirksomhetene taper i konkurransen med andre næringer om seniorkompetanse. Utviklingen i bransjen den siste tiden viser at det er vekstpotensial i bransjen, men dette fordrer tilgang på kompetanse.

Samtidig er det interessant å merke seg at mangel på rett kompetanse også er store utfordringer for land hvor bransjen er større. Den nye dataspillindeksen for den svenske dataspillbransjen beskriver et utdanningssystem som ikke klarer å utdanne nok spillutviklere til de ledige

stillingene som finnes, og dermed må virksomhetene rekruttere fra utlandet⁴. I Finland rapporteres det også om mangel på seniorkompetanse og finnene ser i likhet med svenskene til utlandet for å finne kompetanse⁵. En forutsetning for videre vekst i norsk spillbransje er derfor for det første at spillbransjen får bedre økonomiske rammevilkår, som vil bidra til at flere personer med seniorkompetanse velger å bli i bransjen. For det andre må det legges til rette for flere spillrelaterte utdanninger av høy kvalitet, som på sikt kan sørge for nødvendig rekruttering til bransjen. Og for det tredje er det viktig at norsk spillbransje er attraktiv som arbeidsplass for personer med rett fagkompetanse fra andre land, og at det er enkelt å etablere arbeidsforhold i Norge for utenlandsk arbeidskraft med ønsket kompetanse.

Rekruttering fra utlandet

Verken i Sverige eller i Finland får spillsekskapene nok kompetanse innenlands, og må dermed rekruttere utenlands. I 2016 var 18 prosent av de som jobbet i finske spillsekskaper av en annen nasjonalitet enn finsk, og dette tallet hadde økt til 27 prosent i 2018.

Kilde: The Game Industry of Finland 2018, Neogames Finland og Spelutvecklarindex 2019, Dataspelsbranschen.

2.3 Økende kvinneandel

Spillbransjen blir ofte sett på som en mannsdominert bransje. Vi ser at det er en positiv utvikling når det gjelder kvinneandel blant spillprodusenter. I 2019 ble Women in Games Norway etablert. Dette er et nettverk av kvinnelige spillutviklere på tvers av selskaper, som

blant annet vil jobbe for å styrke kjønnsbalansen i bransjen. Virke Produsentforeningen støtter opp om dette arbeidet. For kommende markedsanalyser ønsker vi også å se på kjønnsbalanse som en av rapporteringsparameterne.

² Her er det regnet med alle ansatte, også ansatte i svenske selskaper utenfor Sverige

³ The Game Industry of Finland 2018, Neogames Finland

⁴ Spelutvecklarindex 2019, Dataspelsbranschen

⁵ The Game Industry of Finland 2018, Neogames Finland

3

Norske spill når ut til titalls millioner spillere

Et særtrekk ved spill som kulturuttrykk er at det ikke i samme grad som for eksempel film og litteratur har et hjemmemarked. Spill konkurrerer og konsumeres i det internasjonale markedet allerede fra lanseringstidspunktet. Derfor ser vi også at hovedmarkedet for norske spill nettopp ligger utenfor Norges grenser. Norske spill spilles av langt flere utlendinger enn nordmenn. I 2018 ble norske spill spilt av nesten 69 millioner spillere. Det var en økning på 13 prosent fra 2017, da det var i underkant av 61 millioner spillere som spilte norske dataspill.

Til sammenligning hadde svenskutviklede *Candy Crush* mer enn 2,7 milliarder spillere totalt de første fem årene (2012 -2017). Den svenske suksesshistorien *Minecraft* er tidenes mest solgte spill, med over 180 millioner eksemplarer solgt for dette spillet alene.

Norske spill som for eksempel *Conan Exiles* representerer en bred felles internasjonal spillkultur som appellerer til et bredt publikum. Samtidig finnes også gode eksempler på at norske spill som fremmer særegne norske historier og kultur gjør det godt i det internasjonale markedet, slik som spillene *Draugen* (Red Thread Games), *Fishing: Barents Sea* (Misc Games) og *My Child Lebensborn* (Teknopilot/Sarepta Studio).

To ulike modeller for spill

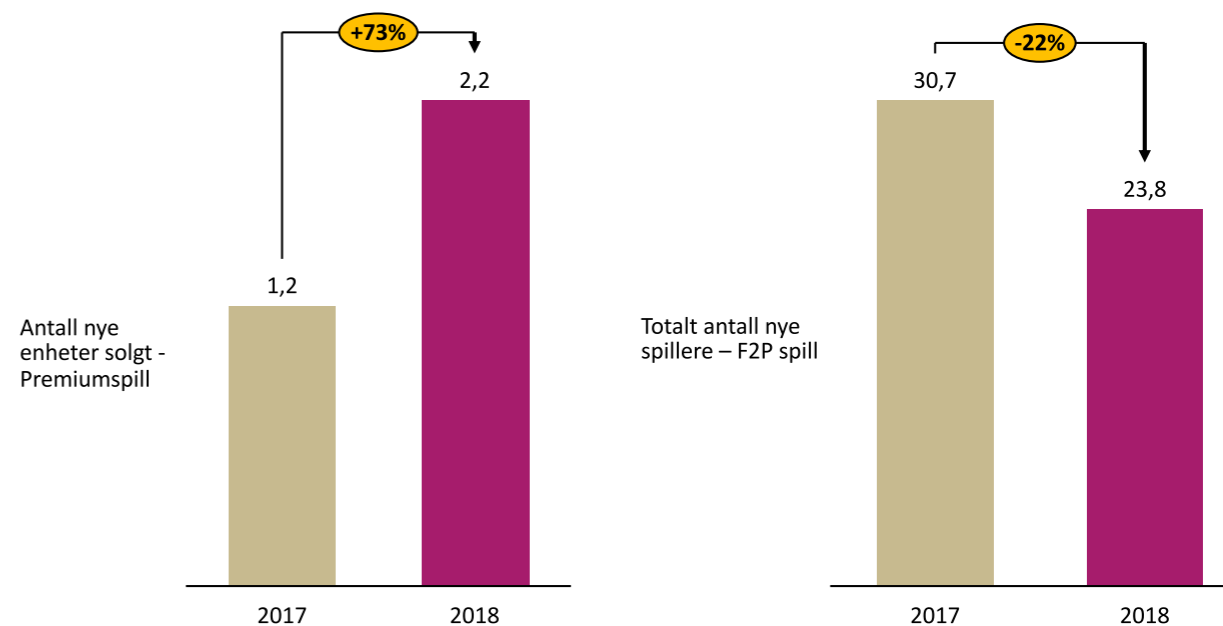
Premiumspill: er dataspill man må betale før man får tilgang.

Free-to-play (F2P): er dataspill som er gratis for spillere. Inntekter for spillere kan skje gjennom reklame i spillet eller at man må betale for å få tilgang til deler av et spill.

Antall enheter solgt av norske Premiumspill blir rapportert til nærmere 2,15 millioner i 2018. Dette er en økning på hele 73 prosent fra 2017.

Vi ser ikke den samme store veksten for antall nye spillere på free-to-play-spill.

Figur 3.1 Utviklingen i nye enheter solgt og nye spillere (millioner eksemplarer og millioner spillere)



Figur 3.1 - Kilde: Virke Analyse / Markedsstatistikk Virke Produsentforeningen.

Det er mange grunner til at det er færre nye spillere i F2P spill i 2018 enn året før. Det er tøff konkurranse for nye spill og det kan være veldig krevende å få god synlighet i forskjellige app-stores. Færre nye brukere betyr imidlertid ikke nødvendigvis at spill gjør det dårligere. Et av selskapene som har færre nye brukere i 2018 enn i 2017 var Dirtybit. Grunnen til det var blant annet at *Fun Run* og *Fun Run 2* ble fjernet fra markedet, for å bedre vekstvilkårene for det tredje og nyeste spillet

i serien, *Fun Run 3*, som resulterte i bedre inntekt per bruker.

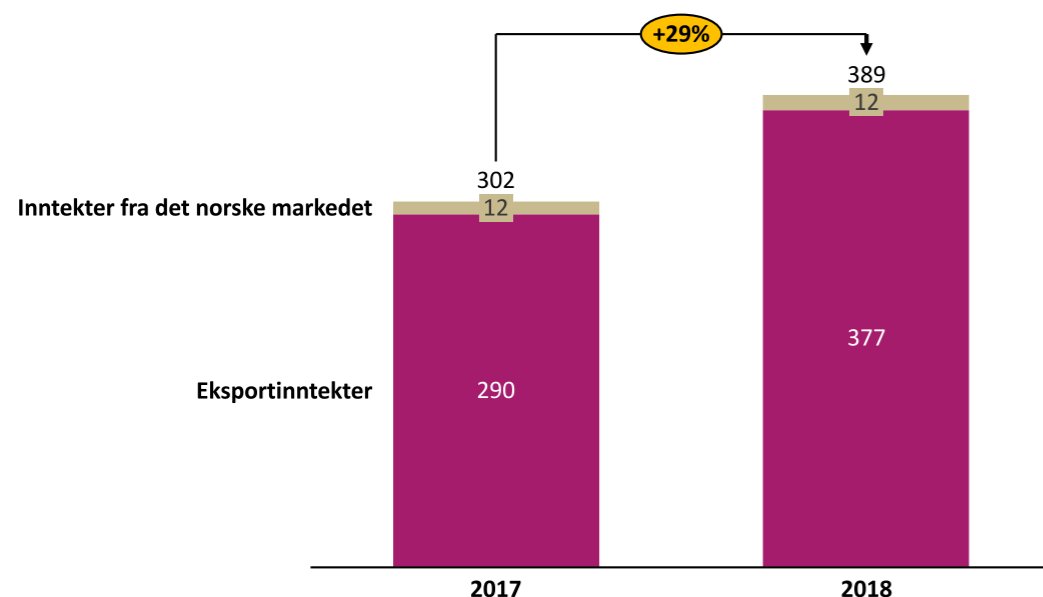
Det er med andre ord store svingninger i tilstrømmingen av nye spillere i bransjen. Utviklingen vil naturligvis avhenge av hvor mange spill som utgis og suksessen til spill som er på markedet det året. Det er likevel viktig å være observant på at antall nye spillere ikke alltid måler suksessen til et dataspill.

3.1 Betydelige eksportinntekter, men den norske bransjen er liten i global sammenheng

Flertallet av norske spill gis ut i det internasjonale markedet. I snitt kommer over 95 prosent av bransjens inntekter knyttet til spill fra utlandet. I forhold til andre kulturnæringer som film, musikk og kunst så er eksportandelen for spill høy. Den norske delen av bransjen har en svært liten markedsandel av spillsalget i Norge, med omtrent 1 prosent av omsetningen. Det betyr at det aller meste som spilles av nordmenn er produsert

i utlandet, og da primært i USA, Sverige og Finland. Innenfor andre kulturuttrykk som film og musikk har en målrettet og sterk satsning på å styrke de hjemlige miljøene gitt resultater. Dette har skjedd ved en kombinasjon av statlige og lokale støtteordninger, langsiktig kompetanseheving og profesjonalisering av bransjene.

Figur 3.2 Total omsetning i selskapet på spill fordelt på eksportinntekter og inntekter fra Norge (mill. kroner)



Figur 3.2 - Kilde: Virke Analyse/Markedsstatistikk fra Virke Produsentforeningen.

Høye eksportinntekter fra spill

I 2018 anslås det at 377 millioner kroner av omsetningen tilknyttet til spill i selskapene kommer fra eksport. Til sammenligning ble verdien av norsk filmeksport, målt som bruttobeløp, i 2015 målt til 87,3 millioner kroner.

Kilde: Eksportundersøkelsen 2017 (NFI). Dette er de nyeste tallene som eksisterer. Nye tall er anslått å komme i slutten av 2019.

Spillbransjen er en stor eksportindustri i våre nordiske naboland og den største delen av omsetningen til virksomhetene som produserer dataspill kommer fra eksport. Eksportandelen hos våre nordiske naboer er lik som i Norge, men nivået er et helt annet. Den svenske spillindustrien omsatte i 2018 for 17,7 milliarder kroner⁶,

mens den finske spillindustrien omsatte for 20,1 milliarder kroner samme år⁷. Svenskene har sett potensialet i eksport av dataspill og Exportrådet i Sverige la tidlig til rette for at svenske spill selskap skulle få markedstilgang.

⁶ Kroner omregnet til norske. Spelutveklarindex 2019, Dataspelebranschen
⁷ The Game Industry of Finland 2018, Neogames Finland

CASE: Henchman & Goon

Pode på Nintendo Switch: Norsk kulturformidling

Henchman & Goon var halvveis gjennom utviklingen av spillet *Pode*, da Nintendo kom med sin nye konsoll, Nintendo Switch. Konsollen var spesielt godt egnet til spill som var både for enkeltspillere og de som ville spille med en venn.

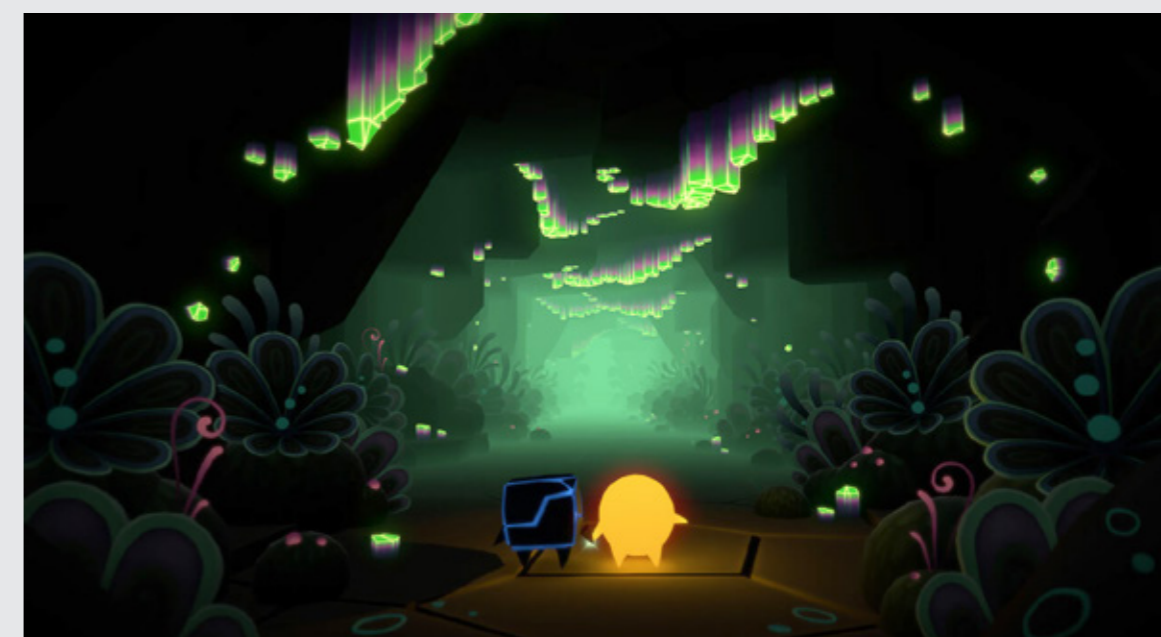
Henchman & Goon tok umiddelbart kontakt med Nintendo, fikk såkalt devkit (kravspesifikasjon for utvikling), og var et av de første spill selskapene i Norge som fikk tilgang til teknologien som skulle til for å utvikle spill til den nye konsollen. Etter at Henchman & Goon hadde sikret prosjektfinansiering fra Altered Ventures i USA, begynte dialogen med Nintendo om drahjelp for lanseringen.

Nintendo tok selv kontakt med Henchman & Goon og ville vise fram *Pode* på Nintendos offisielle kanal i sendingen Nintendo Direct, som har mange seere over hele verden. Denne oppmerksomheten fra en så kjent og elsket plattform som Nintendo i ukene før lansering ga *Pode* stor synlighet.

Henchman & Goon lanserte *Pode* for Nintendo Switch i mai 2018 og spillet har blitt godt mottatt. Spillet handler om en fallen stjerne som må komme seg tilbake til himmelen. Stjernen møter en steinaktig figur som vet om en hemmelig passasje i fjellheimen.



Sammen løser de gåter for å komme seg videre og lærer at å samarbeide med deres unike evner hjelper dem å løse utfordringene underveis. Kunststilen og musikken i spillet er inspirert av norsk kultur og kunst. Da *Pode* vant Nordic Game Awards for Beste kunst i 2019, trakk juryen blant annet fram at spillet er et perfekt eksempel på spill som kunst. Henchman & Goon trekker fram hvor inspirerende det var å jobbe med den kjente komponisten Austin Wintory, og hvor magisk det var å få hardingfelemusikk i bakgrunnen av spillet.





VISSTE DU AT?

Dataspillbransjen omsatte på verdensbasis for 1 230 milliarder kroner i 2018. Dette utgjør mer enn omsetningen til den globale filmbransjen og over halvparten av den globale fiskeindustrien.

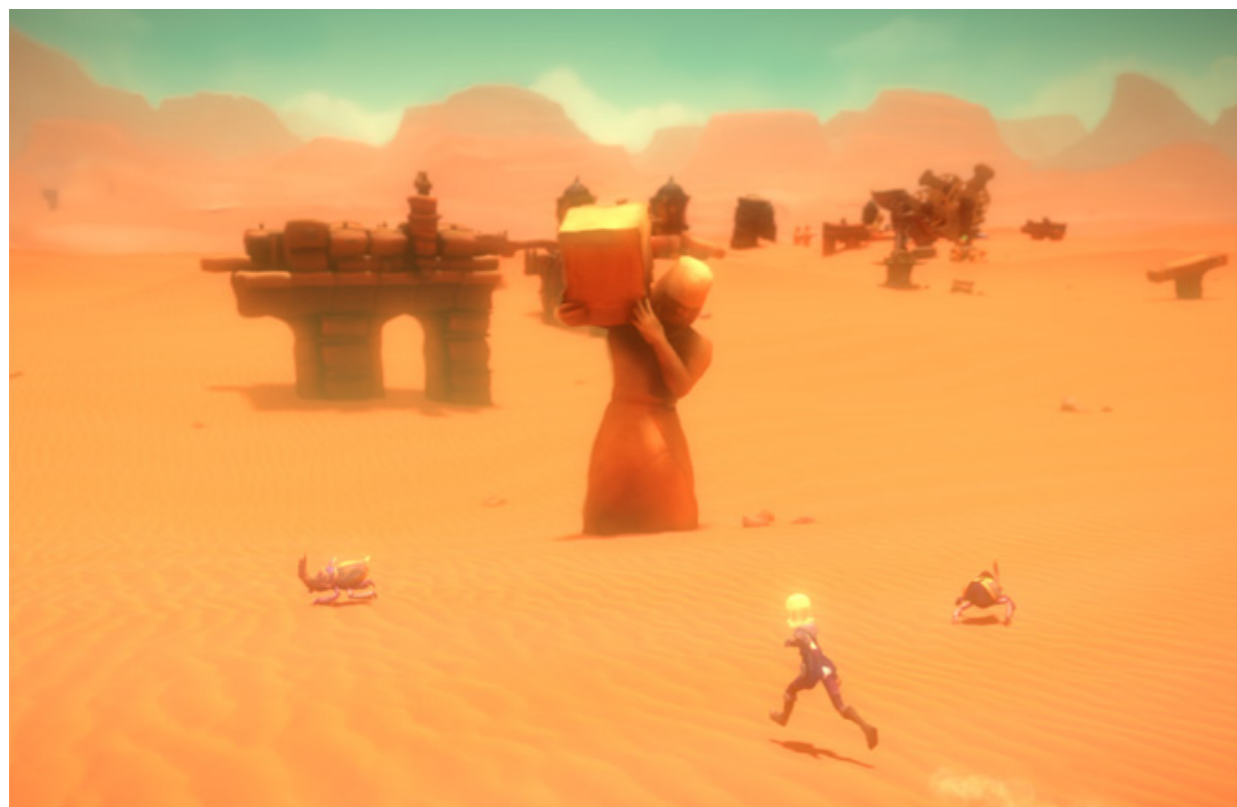
Dette innebærer at den norske spillbransjens bruttoomsætning utgjør 0,04 prosent av den globale spillbransjen.

Kilde: Spillerom - Dataspillstrategi 2020-2022 / Markedsstatistikk Virke Produsentforeningen. Statistics Market Consulting.

Det er et uttalt mål fra regjeringen at norske spill skal ha gjennomslagskraft i det nasjonale og internasjonale markedet⁸. Ikke bare er det viktig sett i et rent økonomisk perspektiv fra bransjen. Det er også viktig for å knytte sterke bånd til internasjonale aktører i spillmarkedet, som igjen kan bidra til teknologisk utvikling og kompetanseheving som vil kunne ha positive smitteeffekter, også på bransjer utenfor spillbransjen.

Norsk filminstitutt har de siste årene mottatt ekstra

midler for å styrke internasjonal lansering av norske spill. 12 av 18 prosjekter som søkte mottok lanseringsstøtte på til sammen drøyt 3,7 millioner kroner i 2018. Kriteriene for støtten innebar blant annet at det internasjonale potensialet ble vurdert som høyt og selskapet kunne vise til gjennomføringsevne og en langsiktig strategi. Dette var midler som kom som en oppfølging av pilotprosjektet «Spill ut i verden», hvor åtte selskaper fikk støtte til å nå ut med sine spill i det internasjonale markedet.



Illustrasjon: Earthlock (Snowcastle Games).

⁸ Regjeringens dataspillstrategi 2020-2022 "Spillerom"

4

Investering i utvikling

Spillselskapene har store kostnader knyttet til spillutvikling, og utviklingsperioden varer som regel i 2-4 år. I motsetning til andre kulturuttrykk, påløper det ofte store kostnader knyttet til spill også etter lansering. I mange tilfeller vil det være behov for oppgraderinger av spillet, produksjon av nytt innhold, og versjonering og utgivelser på nye plattformer. Størrelsen på utviklingskostnadene, og hvorvidt størsteparten faller før eller etter lansering av spillet, varierer mellom ulike spill og strategiene tilknyttet disse. Utviklingskostnadene vil med andre ord avhenge av størrelsen på produksjonene, type spill i produksjon samt antall spill som er i produksjon i løpet av et år. Til sammenlikning eksisterer det ikke konkrete tall på kostnader etter lansering for film, men beløpet anslås til å være lavt.

For noen «Free to play»-spill er selve produksjonen relativt rimelig. Mesteparten av kostnadene ligger i å tiltrekke seg flere brukere gjennom betalte markedsføringskanaler. Andre produksjoner har som strategi å kontinuerlig oppdatere innhold etter lansering. På mange måter kan dette sammenlignes med produksjon av TV-serier hvor det lages flere sesonger med samme fortelling.

Gitt variasjonene i hvordan utviklingskostnadene arter seg for de ulike selskapene og produksjonene, tar rapporten for seg to ulike størrelser knyttet til investering i utvikling av spill: totalt utviklingsbudsjett for spill som ble lansert gjeldende år samt investering i utvikling for spill som er i drift/salg.

4.1 Utviklingskostnader knyttet til spill lansert gjeldende år

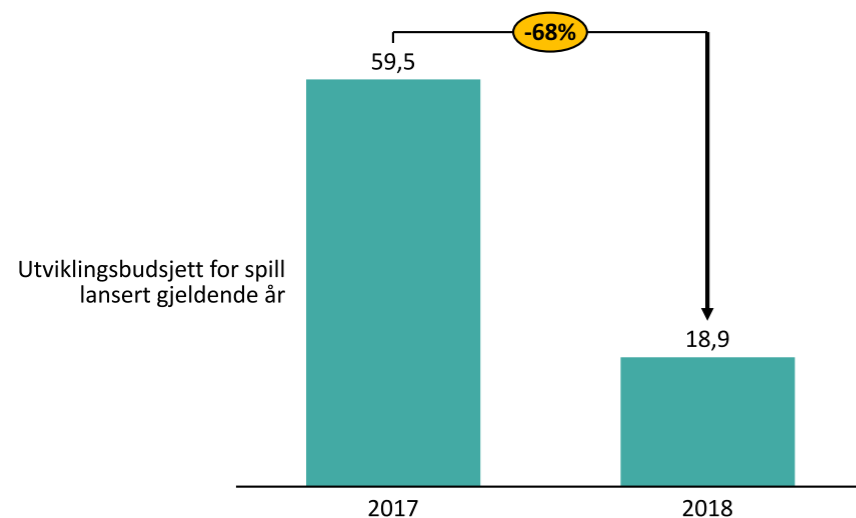
Utviklingskostnadene blant spillselskapene varierer fra under 100 000 kroner til over 100 millioner kroner i totalt utviklingsbudsjett. Utviklingen i 2017-2018 illustrerer variasjonene i utviklingskostnadene godt. Investering i spill som ble lansert gjeldende år ble i

perioden 2017 til 2018 redusert med hele 68 prosent. Hovedforklaringen på dette er at Funcom lanserte *Conan Exiles* i 2017. Spillet hadde betydelige utviklingskostnader og trekker dermed disse opp i 2017.



Illustrasjon: Fun Run 3 (Dirtybit).

Figur 4.1 Utviklingskostnader for spill lansert gjeldende år (millioner kroner)



Figur 4.1 - Kilde: Virke Analyse/Markedsstatistikk Virke Produsentforeningen.

4.2 Høye utviklingskostnader etter lansering

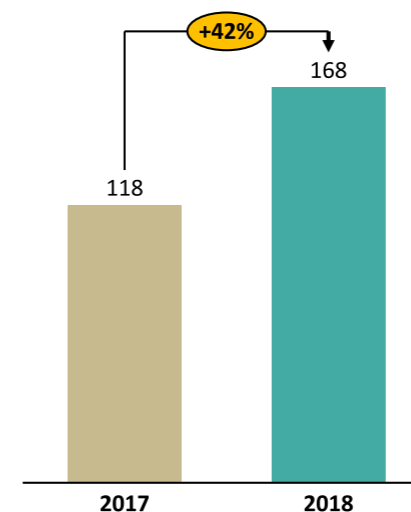
Oppgraderinger og utvidelser av spill etter lansering er ikke uvanlig. Dette gir potensielt større inntekter for produksjonsselskapene, samtidig som det ofte fører til høye kostnader selv etter at spillet er lansert.



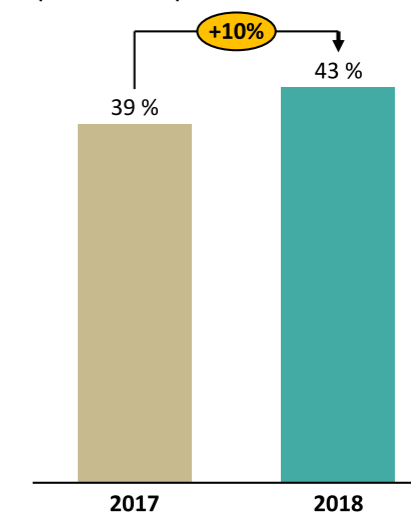
Illustrasjon: Draugen (Red Thread Games).

Figur 4.2 Utviklingskostnader knyttet til spill som er i salg (millioner kroner og som % av omsetning i selskapene på spill)

Investering i spill som er i drift/salg



Utviklingskostnader knyttet til spill som er drift/salg som andel av total omsetning på spill i selskapet.



Figur 4.2 - Kilde: Virke Analyse/Markedsstatistikk Virke Produsentforeningen.

Store deler av den sterke veksten i investeringer i perioden 2017-2018 er det Funcom som står for. Dette kan forklares ved at *Conan Exiles* var i drift dette året. Også etter lansering har spillet hatt høye utviklingskostnader knyttet til seg.

Søylene til høyre viser at investeringskostnadene knyttet til spill som er lansert vokst har i takt med omsetningen både i 2017 og 2018. Tallene indikerer at utviklingskostnadene for spill som er i drift, øker for mange av spill-selskapene som har hatt omsetningsvekst.



Illustrasjon: Earthlock (Snowcastle Games).

5

Utfordringer knyttet til tilgang på privat kapital

Spillutvikling er, som vi allerede har påpekt, som regel en svært tidkrevende prosess hvor det tar flere år før et spill er klart for lansering. Kostnader i utviklingsfasen utgjør derfor en betydelig andel av de samlede kostnadene for mange spillerselskap.

I regjeringens dataspillstrategi blir det påpekt mange ulike hindringer for vekst i den norske dataspillbransjen. Særlig nevnes tilgang på privat kapital som en barriere for vekst. Siden produksjonsprosessen er lang, vil dette

ofte kreve betydelig med kapital. Mange av de norske selskapene er relativt små med lav egenkapital. Ofte fører det til store utfordringer med å få tilgang til privat finansiering.

Samarbeid med private investorer i Finland og Sverige

På starten av 2000-tallet skjøt svensk og finsk spillbransje fart og har et stort forsprang på de andre nordiske landene. Spillbransjen i Sverige og Finland har dratt nytte av samarbeid med andre næringer. Det har samtidig vært et godt arbeid med kompetanse i både produsent- og utgiverledd og det er blitt utviklet et godt samarbeid med private investorer.

I både Sverige og Finland har spillindustrien hatt gode samarbeid med private investorer. Potensialet for å få flere private investorer inn i norsk spillbransje bør være stort etter hvert som kjennskapen til bransjen øker.

Kilde: Regjeringens dataspillstrategi 2020 - 2022, «Spillrom».

I mange tilfeller kan den begrensede tilflyten av kapital føre til at produksjonsprosessen blir svært lang, utsatt eller at spillet ikke blir lansert. Offentlige støtteordninger og bedre tilpassede virkemidler er derfor viktig for

videre vekst i bransjen. Nedenfor beskriver Misc Games noen av utfordringene knyttet til å få norske investorer interessert i spillbransjen.



Illustrasjon: Draugen (Red Thread Games).



Illustrasjon: Earthlock (Snowcastle Games).

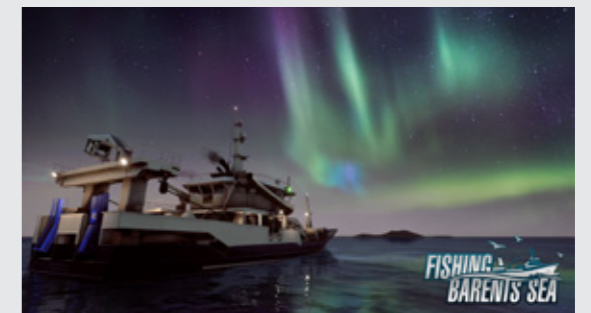
CASE: Misc Games

Misc Games: Fishing Barents Sea

Misc Games ble startet i 2013, og etablert som aksjeselskap i april 2015. Vi har siden oppstart i 2013 vært i dialog med norske investorer og fra utlandet, det har vært påfallende at ingen norske investorer har erfaring eller ser hvilke muligheter som ligger i den norske spillbransjen.



Vi har ved flere anledninger vært nære på med å få på plass en norsk investor, men selv om de har vært med å sponse prosjektene våre, har tilbakemeldingen vært at de ikke forstår seg på spill, og derfor ikke ser hvordan deres investering kan skape noen avkastning.



Derimot, snakker vi med investorer utenfor Norges grenser, er holdningen en helt annen, vi har blitt tilbudt om å bli kjøpt opp eller selge en stor andel av selskapet til investorer fra den internasjonale spillindustrien, som ser et stort potensial i det vi driver med.

Ofte opplever vi når vi skal presentere selskapet vårt til norske investorer, er det også nødvendig at vi forklarer hva spillbransjen egentlig er, hvor stort spillindustrien er, hvilke muligheter som ligger her og hvordan utviklingen av et spill fungerer, i motsetning til det å spille et spill.

Dog siden vi driver med simuleringsspill, som også omhandler en av Norges største eksport industrier – Fiskeindustrien, opplever vi flere ganger at dette har bidratt til å skape en større nysgjerrighet blant norske investorer, men ikke i tilstrekkelig grad til at

de har ønsket å investere i spill enda.

Fishing: Barents Sea har siden lansering i februar 2018, solgt over 63000 kopier av hovedspillet, samt ca 25000 av tilleggsprogrammene som kom ut etter lansering, spillet selger fremdeles ganske bra.

Vi tror at dersom investorer får økt kjennskap til spillbransjen, samt bedre drahjelp fra kulturdepartementet med økt tilskudd fra NFI og regionale fond, i tillegg til tilskudd fra Innovasjon Norge, kan nok dette i sum bidra til at investeringsviljen øker.



FISHING
BARENTS SEA

6

Tilskudd til utvikling av spill

Gitt bransjens utfordringer knyttet til å tiltrekke seg privat kapital så kan offentlige tilskuddsordninger og virkemidler i mange tilfeller være avgjørende for spillsekskapene.

Nedenfor følger en oversikt over de viktigste offentlige tilskuddsordningene og virkemidlene spillsekskapene denne markedsstatistikken har rapportert at de benytter seg av.

For en grundig oversikt over alle finansieringskilder for spill i dag, se regjeringens dataspillstrategi 2020 – 2022, «Spillerom».

6.1 Norsk filminstitutt – tilskudd til utvikling og lansering

Den mest brukte og viktigste offentlige tilskuddsordningen for norske spillprodusenter er utviklingstilskudd fra

Norsk filminstitutt (NFI). Tabellen under viser NFI sine tilskudd fordelt på format.



Illustrasjon: Draugen (Red Thread Games).

Tabell 6.1 Fordeling av tilskudd etter format (prosent og millioner kroner)

	2014		2015		2016		2017		2018	
	Prosent	Kroner	Prosent	Kroner	Prosent	Kroner	Prosent	Kroner	Prosent	Kroner
Dataspill	5 %	23	5 %	22,3	6 %	24,62	5 %	21,4	5 %	23,7
Dokumentar	11 %	50,6	12 %	53,5	8 %	35,6	15 %	64,8	10 %	54,6
Dramaserier	2 %	9,2	13 %	57,9	9 %	40	14 %	21,4	14 %	60,2
Kortfilm	4 %	18,4	5 %	22,3	5 %	22,2	5 %	15,6	4 %	16,2
Spillefilm	77 %	354	65 %	285,2	72 %	320,1	61 %	276	66 %	292

Tabell 6.1 – Kilde: Norsk filminstitutt årsrapporter 2015, 2016, 2017 og 2018. Regnet ut fra totalt beløp oppgitt i tilskudd og prosentandel i tilskudd fordelt på format.

Ifølge tabell 6.1 har NFIs tilskudd til dataspill ligget relativt stabilt på 5 prosent av den totale bevilgningen av tilskudd i perioden 2014-2018. Nivået på tilskuddet til dataspill var på det høyeste i 2016 før det falt med omtrent 3 millioner kroner i 2017. Til tross for at det var flere spillprodusenter som søkte tilskudd til utvikling i 2017 enn 2018 så var det flere som fikk innvilget søknaden sin i 2018⁹. I 2018 utgjorde tilskuddet til dataspill omtrent 23,7 millioner kroner¹⁰. Beløpet er på nivå med tilskuddet til kortfilm. Mesteparten av tilskuddet kommer som utviklingstilskudd, mens resten er støtte til lansering i Norge og i utlandet. NFI gir i dag

ikke tilskudd til produksjon eller etterhåndsstøtte. Til sammenligning er mesteparten av støtten som film mottar tilskudd til produksjon og etterhåndsstøtte¹¹.

Ifølge markedsstatistikken så mottok den profesjonelle delen av bransjen 13,6 millioner kroner i støtte fra NFI i 2018. Tilsvarende beløp i 2017 var 10 millioner kroner av den samlede støtten på 21,6 millioner kroner. Dette innebærer at nesten halvparten av potten gikk til mindre selskaper som ikke har gitt ut et spill eller hadde omsetning i 2018.

Tabell 6.2 Støtte til dataspill fra Norsk filminstitutt

	2017	2018
Totalt innvilget tilskudd fra NFI til dataspill (millioner kroner)	21,6	23,7
Tilskudd fra NFI til profesjonelle delen av bransjen (millioner kroner)	10	13,7
Tilskudd fra NFI til den profesjonelle delen av bransjen som andel av totalt tilskudd fra NFI til dataspill	46 %	58 %

Tabell 6.2 – Kilde: Markedsstatistikk Virke Produsentforeningen/NFIs årsrapport 2018.

Resultatene i tabell 2 støtter opp under dataspillstrategiens indikasjoner om at virkemidlene i stor grad er tilpasset små spillsekskaper. Regjeringens dataspillstrategi anbefaler at NFI skal gi større tilskudd til bransjen og at de økte tilskuddene skal rette seg mot de mest profesjonelle selskapene. Den etablerte delen av bransjen havner ofte mellom barken og veden når det gjelder å motta støtte. Virkemidlene, blant annet støtten

fra NFI, gjør det enkelt å få startkapital og etablere seg, men bidrar mest til utvikling av spill av liten størrelse. De generelle innovasjonspolitiske virkemidlene treffer ikke selskapene i den kritiske vekstfasen godt nok. Utfordringen er ekstra stor for spillsekskaper da det gjerne krever mye tid og ressurser for å få et spill ut i markedet.

⁹ Kilde: NFIs Årsrapport 2018. I 2017 var det 84 som søkte tilskudd til utvikling hvorav 23 fikk innvilget søknaden. I 2018 søkte 70 om tilskudd hvorav 27 fikk innvilget søknad.

¹⁰ NFI ga 447 millioner kroner i totalt tilskudd fordelt på alle format i 2018. Kilde: NFIs Årsrapport 2018.

¹¹ Norske filmprodusenter mottok omtrent 249 millioner kroner i etterhåndsstøtte og produksjonstilskudd i 2018. Dette utgjør omtrent 85 prosent av den totale støtten til norske filmprodusenter i samme år. Kilde: NFIs Årsrapport 2018.

CASE: Krillbite Studio



Påbegynt: 2012
Avsluttet: 2019
Format: PC, Mac, PS4, Xbox One, Switch, iOS, tvOs
Totalbudsjett: 21.000.000 NOK
NFI-støtte: 4.500.000 NOK
Innovasjon Norge: 550.000

Mosaic ble konseptualisert mot slutten av utviklingstiden til vårt forrige dataspill, Among the Sleep. Siden da har spillet gått gjennom ulike faser i utviklingen. Fra 2012 til 2015 ble spillet konseptualisert med ulike prototyper. I 2016 gikk prosjekter over til en mer produksjonsorientert utvikling, og fra slutten av 2017 var spillet i en reell produksjonsfase.

Fra starten til 2018 ble utviklingen holdt i live gjennom inntekter fra salg av Among the Sleep på ulike formater, samt tilskudd fra NFI. Tilskuddene fra

NFI ga nødvendig ekstra kapital for å leie inn frilansere og lønne ansatte som jobbet fulltid med Mosaic. Krillbite mottok tilskudd gjennom fem faser av utviklingen - helt fra konseptualiseringen til den mer produksjonsorienterte fasen.

Mot slutten av 2017 viste budsjettene at Krillbite trengte mer penger for å klare å fullføre spillet. Det var behov for flere ansatte i ulike disipliner, samt mer tid for å få spillet til den ønskede kvaliteten. Det ble iverksatt målrettet jakt på en utgiver med kapital til å sluttfinansiere spillet. Sommeren 2018 signerte Krillbite en kontrakt med den svenske utgiveren Raw Fury som var villige til å finansiere den siste fasen av utviklingen. Raw Fury likte spillets konsept, den visuelle stilen og narrative. I forhandlingene med Raw Fury hjalp det også at spillet hadde fått støtte i flere faser fra NFI, noe som fungerte som en validasjon på spillets kvaliteter.



6.2 Regionale filmsentre og filmfond

Regjeringens dataspillstrategi påpeker at det er et behov for å styrke statlig tilskudd gjennom de regionale filmvirksomhetenes satsing på spill (filmsentre og

filmfond). De regionale filmvirksomhetene mottar i dag statlige tilskudd til ulike regionale filmtiltak. Disse kan også benyttes til utvikling av dataspill¹².

6.3 SkatteFUNN

Etterfulgt av støtte fra NFI så er SkatteFUNN den ordningen som er mest givende for spillprodusentene. Dette er en fradragsordning som gir skattefradrag for kostnader som er gått til forskning og utvikling. Små og mellomstore bedrifter kan få 20 prosent av prosjektkostnadene i fradrag. Spillproduksjon krever i høy grad løpende innovasjon. Det gjelder selve spillet man lager, metodene, og ikke minst markedsføring og publisering. Forskning, utvikling og innovasjon i spillbransjen påvirker utvikling i resten av samfunnet. Spillbransjen bidrar til utvikling innen blant annet medisin, offshore, undervisning og byggebransjen.

I 2018 fikk de innrapporterende selskapene 9 millioner i skattefradrag, en nedgang på ni prosent fra 2017. Åtte av de 15 selskapene i markedsstatistikken fikk støtte i 2018. Fem av seks selskap som utga et spill i 2017 mottok støtte i 2018. Dette viser at SkatteFUNN blir brukt aktivt av de som har gitt ut spill og er en viktig ordning for bransjen. Som alle fradragsordninger vil midlene komme i ettertid. Dette kan være en utfordring for selskaper som har lav likviditet.

Det har vært stilt spørsmål om utdeling av SkatteFUNN-midler bryter med EØS-regler slik det praktiseres i dag¹³. For spillbransjen er det viktig med forutsigbare ordninger og dermed bekymrer slike usikkerheter bransjen.

Skattefradrag skaper store verdier i Storbritannia

I 2014 ble skattefradrag knyttet til produksjon av dataspill introdusert i Storbritannia. Ordningen innebærer at dataspillprodusenter kan få tilbakebetalt 20 prosent av utgiftene de har hatt til design, produksjon og testing av et dataspill. En rapport fra *British Film Institute* viser at ordningen har hatt positive effekter for bransjen og samfunnet før øvrig. Omtrent 30 prosent av bransjen, eller 120 spill, benyttet seg av skattelettelse i 2016.

Det anslås at den delen av bransjen som har mottatt skattelettelse til sammen, direkte og indirekte, har generert **9 240 fulltidsjobber** samt bidratt med **525 millioner pund i den britiske økonomien**. Totalt anslås det at ordningen har ført til **156 millioner pund i skatteinntekter**. Det største direkte bidraget kommer fra selve produksjonen av spillene som har fått skattefradrag. Ordningen har hatt sterkest smitteeffekt på varehandelen hvor spillene har generert salg av bøker, leker, magasiner, musikk og film. I 2016 ble det totalt brukt **78 millioner på skattefradrag** til dataspillproduksjon. **Ekstra verdiskaping** som følge av ordningen ble målt til **312 millioner pund**. Dette innebærer at for hvert pund som ble brukt i fradragsordningen utløste 4 pund i verdiskaping.

Det påpekes at ordningen fortsatt er relativt ny og det forventes at flere aktører i bransjen vil benytte seg av den etter hvert. Dette kan bidra til at effektene blir enda større på sikt. I Sverige undersøkes nå mulighetene for en tilsvarende ordning som Storbritannia har. I Norge har vi ikke en skattefradragsordning som er spesielt rettet mot dataspillbransjen. Norske spillprodusenter kan som tidligere omtalt benytte seg av SkatteFUNN, men dette er en generell ordning som gir fradrag til forskning og utvikling. En ordning tilsvarende skatteFUNN eksisterer også i Storbritannia, men hovedregelen er at én utgiftspost ikke kan få støtte fra begge ordningene.

Kilde: Screen Business. How screen sector tax reliefs power economic growth across the UK. Olsberg SPI, Nordcity.

¹² Regjeringens dataspillstrategi 2020-2022 "Spillrom"

¹³ <https://www.dn.no/jus/agnieszka-cydecka/erling-hjelmeng/finansdepartementet/deler-snart-ut-milliarder-kan-matte-kreve-tilbake-millioner/2-1-656565>

7 Vedlegg

Vedlegg 1

I 2018 har deltakerne i statistikken rapportert inn på følgende for årene 2017 og 2018:

- Total omsetning i selskapet på spill
- Total bruttoomsetning av spill
- Totalt antall enheter solgt (Premium spill)
- Totalt antall nye spillere (Free to Play spill)
- Totalt antall spillere - nye og gamle spill (aktive spillere i rapporteringsåret)
- Totalt utviklingsbudsjett for spill lansert gjeldende år
- Investering i utvikling for spill som er i drift/salg
- Spill utgitt i perioden
- Totalt mottatt tilskudd til utvikling
 - NFI
 - SkatteFUNN
 - Annet
- Antall faste ansatte per år
- Antall midlertidig ansatte per år
- Eksportandel spill

Vedlegg 2

Oppsummering av resultater fra markedsstatistikken til spillprodusentene

	2017	2018
Total omsetning i selskapet på spill	302 599 968	388 354 703
Total bruttoomsetning av spill*	419 341 590	550 095 301
Totalt antall enheter solgt (Premium spill)	1 238 025	2 152 365
Totalt antall nye spillere (F2P spill)	30 646 777	23 789 152
Totalt antall spillere - nye og gamle spill**	60 904 410	68 773 679
Totalt utviklingsbudsjett for spill lansert gjeldende år	59 543 459	18 898 121
Investering i utvikling for spill som er i drift/salg	118 068 488	167 832 089
Spill utgitt i perioden	6	8
Totalt mottatt støtte til utvikling***	23 689 156	26 532 474
SkatteFUNN	9 833 431	8 937 098
NFI	9 992 652	13 595 376
Annet	3 305 073	4 000 000
Antall faste ansatte per år****	227	259
Antall midlertidige ansatte per år	24	26
Eksportandel spill	96 %	97 %

* Total bruttoomsetning av spill defineres som totalverdien av salget i rapporteringsåret. Ettersom det ofte er ett til to doistribusjonsledd mellom utvikler og sluttkunde så vil dette tallet ofte være høyere enn total omsetning i selskapet på spill. Dersom dere ikke har mulighet til å hente ut eksakte tall på dette så regner vi med at de digitale plattformene tar omtrent 32 prosent avhengig av betalingsstruktur.

** Her ønskes det totalt antall spillere i hver periode (2017 og 2018)

*** Her ønskes det at all støtte inkluderes, men differensieres i kategoriene under.

**** Her ønsker vi anstatte i Norge og utlandet. Fast kontrakt tilsvarer fast ansatt. Alt annet defineres som midlertidig ansatt.



Illustrasjon: Earthlock (Snowcastle Games).



Illustrasjon: Flåklypa Grand Prix (Ravn Studio).

Tlf.: +47 22 54 17 00

Adr.: Henrik Ibsens gate 90, 0255 Oslo

Post: Postboks 2900, 0230 Oslo, Norge

www.virke.no

VIRKE