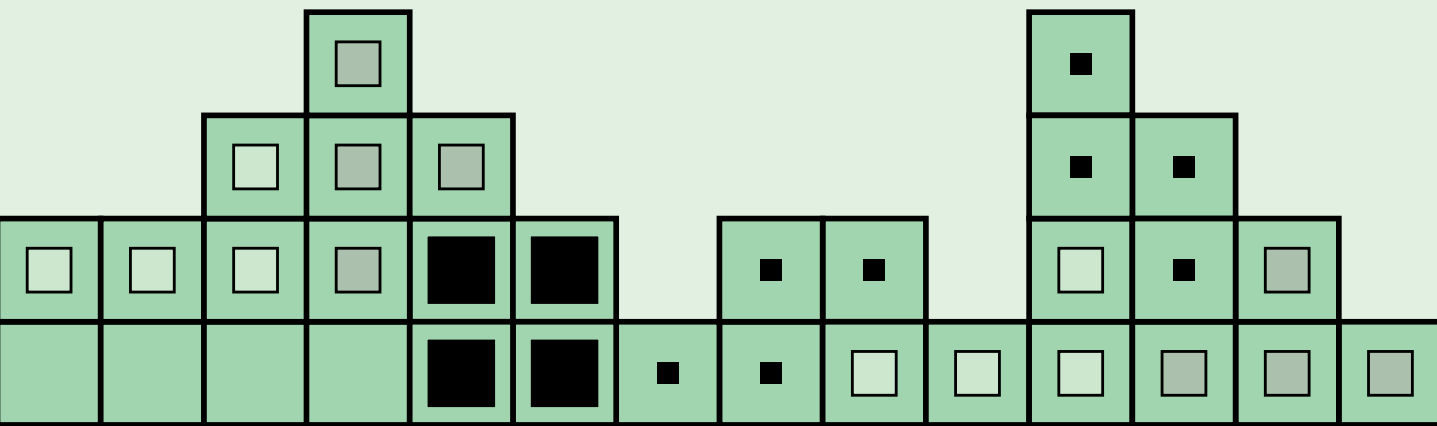
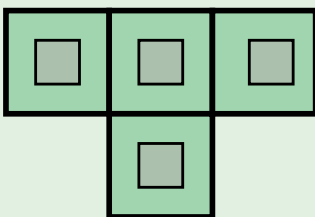


# FAITH

Investerings i globala digitala innehållsproducenter



# FAITH

*Första upplagan*

Utgiven av Dataspelsbranschen  
Med finansiering från Tillväxtverket  
Text: Johanna Nylander  
Layout: 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](http://www.dataspelsbranschen.se)

**DATASPELSBRANSCHEN**  
SWEDISH GAMES INDUSTRY

MED FINANSIERING FRÅN



## INNEHÅLLSFÖRTECKNING

Sammanfattning .....	4
Inledning.....	5
Hur mäter man egentligen kreativitet? .....	6
Genomgång av affärstransaktioner i spelbranschen .....	10
Fyra historiska svenska spelaffärer .....	14
Kunskapsinvesteringar och immateriell distribution.....	15
Kontrollera värde i spelbolag.....	22
Checklista för IP i ett spelutvecklingsprojekt.....	28
Från idéutvecklare till spelstudio.....	30
Offentliga investeringar i spel .....	32
Att investera i spel.....	34
Ordlista inför investeringsrundan:.....	36
Investerarens råd till utvecklare .....	37
53 svenska spelaffärer 2015-2017 .....	42

## SAMMANFATTNING

**I**mmaterialrätt driver investeringar i spel. Av 53 kända affärstransaktioner i den svenska spelbranschen mellan 2015-2017 berodde 68 % på att köparen var intresserad av säljarens immateriella rättigheter, IP, antingen ett befintligt framgångsrikt spel, eller ett koncept under utveckling. Under perioden har det genomförts affärer värda 51,8 miljarder i förvärv och investeringar i IP, affärer värda drygt 2,3 miljarder i strategiska investeringar och förvärv, samt en dryg miljard där bolagen sysslat med huvudsakligen tekniska lösningar. Bland IP-förvärven räknas Activisions köp av King för 50 miljarder kronor.

Trots att spelbranschen är global, och den svenska kronan har varit jämförelsevis låg under perioden, har det i 87 % av alla affärer varit ett svenskt bolag som öppnat plånboken. Hälften av alla svenska investeringar har skett i ett annat svenskt bolag, och svenska bolag är duktiga på att producera egna nya IP:n. Flera investeringar och förvärv har skett redan innan ett nytt spel finns ute på marknaden.

I spel betraktas IP som ett samlingsbegrepp för immateriella skapelser, eller ett spelkoncept i affärsmässig mening. Den svenska branschen

har byggts upp tack vare nyskapade IP:n och gott förvaltande av befintliga. Ett nytt IP kan vara svårt att värdera, men det är inte omöjligt om man har kunskap om speldesign och hur branschen fungerar. Bra spel väcker känslor, och flera svenska framgångsrika spelföretag har med sina erfarenheter och kunskap om hur bra spel görs, investerat i, eller förvärvat, nya spelprojekt.

**Rapporten går också** igenom hur en tidig spelutvecklingsprocess kan gå till, vilka finansieringsmöjligheter som finns, samt hur immaterialrätt hanteras i spelföretag. Den är tänkt som en guide för alla som vill veta mer om hur investeringar i den svenska spelbranschen sett ut, hur branschen är uppbyggd, vad man bör tänka på om man vill investera i ett spelföretag, eller om man driver spelföretag och letar efter investeringar. Rapporten går också igenom hur stödssystem för spelutveckling och IP-utveckling kan se ut, och vad för typ av investeringar det är som varit lyckade för att driva utveckling. Förhoppningen är att rapporten kan vara en hjälp och en ingång i en bransch med globala, digitala innehållsproducenter.

*SteamWorld Dig 2, Image & Form*



## INLEDNING

**D**ataspel är till sin natur flyktiga, eller immateriella. De existerar på skärmar, eller kanske bättre som upplevelse i mötet mellan spelaren och spelet. Mjukvara är det konkreta slutresultatet av många personers arbete i månader eller år och investeringar på upp till flera hundra miljoner kronor. Dataspel är både i sin form och användning immateriella. Trots det är kunskapen om immaterialrätt begränsad, både inom branschen men även i omvärlden: investerare och analytiker har svårt att värdera dataspelsföretags immateriella tillgångar. Offentliga strukturer som syftar till att främja export och investeringar är inte konstruerade för "born globals" som riktar sig till konsumenter. Det immaterialrättsliga regelverket är inte byggt för digitala globala interaktiva tjänster. Listan på exempel kan göras lång. Bättre förståelse för immaterialrättens funktion i dataspelsföretag är en viktig faktor för fortsatt utveckling, tillväxt, investeringar och innovation. Av det skälet har den här rapporten kommit till.

Immateriella rättigheter är länken till publiken. Det spelföretag som inte har egna IP eller licenser till någon annans kan inte göra spel för publiken, utan får ägna sig åt att sälja tjänster till andra företag eller något annat. Det är förstås en helt plausibel affärsmodell, men det är de företag som nått en stor publik med sina spel som har störst intäkter och värderas högst enligt vad denna rapport kommer fram till. Bland de svenska dataspelsföretagen finns flera exempel på utvecklare som framgångsrikt använt strategin att börja med att sälja utvecklingstjänster till andra företag, för att senare utveckla egna IP eller förvärva licenser. Samma raster kan läggas över den nationella nivån; Sverige har många framgångsrika dataspelsföretag som gör spel med miljontals spelare. Ett land som Filippinerna har också en internationell dataspelsbransch, men i form av underleverantörer som säljer utvecklingstjänster till företag i andra länder (som i sin tur har kontakt med spelarna). För att de filippinska spelföretagen ska kunna ta nästa steg krävs att de utvecklar, förvärvar eller licenserar IP.

Immateriella rättigheter är länken till investeringar. Dataspelsutvecklare behöver förstås inkomster precis som vilken verksamhet som helst. Dilemmat är att det krävs mycket utvecklingsarbete innan spelet ger några intäkter. Alltså behövs investeringar av något slag. Det kan vara ett dataspelsförlag som ger ett förskott mot kommande royaltyintäkter, dvs en upphovsrättsöverlåtelse. Det kan vara ett lån, där säkerheten kan vara rättigheterna till spelet. Det kan vara försäljning av aktier, där priset på aktierna avgörs av bedömningen av vilka intäkter spelet kan väntas generera, med andra ord spelets immateriella värde. Det kan vara i form av förhandsförsäljning till spelarna ("crowd-funding" eller "early access"), dvs deras förväntningar på spelet. Eller någon kombination eller variant. I samtliga fall handlar det om immateriella värden på olika sätt. De är länken till investeringar.

**Immateriella rättigheter** är länken mellan kreativitet och ekonomi. Resultatet av det kreativa skapandet har inget ekonomiskt värde i sig självt. Det kräver ett juridiskt system av immateriella rättigheter för att kreativiteten ska kunna ge intäkter. Redan de gamla grekerna förstod detta. Staden Sybaris i nuvarande Italien förstördes år 510 f Kr, där fanns ett slags immaterialrättskydd för maträtter. Den kock som skapade en väldigt god rätt kunde få en ettårig ensamrätt till receptet.<sup>1</sup> Den exklusivitet som tillkommer upphovsmannen gör ekonomin möjlig. Utan den kan verket mångfaldigas av någon annan. Maträtten serveras på vilken restaurang som helst. Dataspellet kopieras och säljas utan påföljd. I takt med att kunskapsekonomin växer fram, blir de immateriella rättigheternas roll viktigare. Dataspel är en bra illustration av det.

**Av alla dessa skäl** är Faith-rapporten angelägen. Faith är för övrigt namnet på huvudpersonen i *Mirror's Edge* (DICE 2008). Hon är snabb, djärv, självständig och kämpar för frihet i en dystopisk framtid där all information kontrolleras av en diktatur. Hon är en utmärkt symbol för immaterialrättens betydelse.

*Per Strömbäck  
Talesperson, Dataspelsbranschen*

<sup>1</sup> Jan Rosén "Immaterialrätt och samhällsutveckling", kapitel ur antologin "Gratis? Om kvalitet, pengar och skapandets villkor", red Strömbäck, Volante 2009

## HUR MÄTER MAN EGENTLIGEN KREATIVITET?

**I**ntellectual Property, IP, används i spelvärlden slarvigt som ett sätt att tala om sina varumärken och de immateriella skapelser som är kärnan i spelen. Det är ofta ett brett begrepp som både kan syfta till ett enskilt spel eller till ett specifikt varumärke, och innefattar även de delar av spelen som omfattas av upphovsrätt eller uttrycks i mönsterskydd. *Mario* och *Pokémon* är exempel på olika IP. Ibland används också begreppet "franchise" för att definiera spelserier. *Battlefield* är en franchise-serie som bygger på IP:t *Battlefield* och består av flera spel. I spelbranschen används IP som begrepp inte i strikt juridisk mening, utan alltid i affärsmässig. Det innebär att begreppet IP är betydligt bredare än det juridiska, och formen för hur ett nytt IP bäst skyddas är inte alltid självklar, då lösningen kan se olika ut beroende på vilken typ av spel det handlar om. Innovationsjuristen Johan Örneblad går närmare in på definitionen av IP i juridisk mening, och hur det används i spel samt hur det bör skyddas, längre fram i rapporten.

Spelförläggaren THQ Nordic äger en hel katalog med IP:n, varav flera utvecklas till spel i företagets egna studios. Starbreeze, som tog fram IP:t *Payday*, delade från början rättigheterna med publicisten 505 Games, men förvärvade under 2016 full kontroll över hela IP:t. Till IP:t *Payday* har Starbreeze dessutom bland annat mönsterskyddat sina klassiska ansiktsmasker som syns på bilden till höger, och som de även har erhållit

3D-mönsterskydd på i USA. Tarsier Studios har arbetat med IP:t *Little Big Planet* som skapades av Media Molecule och publicerades av Sony på plattformen Playstation. Tarsier har själva tagit fram och skapat IP:t *Little Nightmares*<sup>2</sup>.

**Att skapa ett IP** anses ofta vara svårt och fyllt med risktagande. Hur gör man en värdering på en produkt eller tjänst vars största syfte är att vara underhållande? Samtidigt går det att se att det till stora delar är egna IP:n som har byggt tillväxt i den svenska spelutvecklingsbranschen. Bland de tio största bolagen i Sverige har samtliga drivit sin framgång genom att utveckla egna nya IP:n. I några fall arbetar bolagen aktivt med att förvärva IP:n, men bortsett från Massive Entertainment, vars senaste framgång byggd på Tom Clancys bokvärld, har bolagen på listan gemensamt att de själva äger den stora delen av de framgångsrika IP:n som de gör spel på. *Minecraft*, *Candy Crush Saga* och *Battlefield* är inkomstbringande varumärken som skapats i Sverige och som för sina respektive utvecklingsbolag varit avgörande för framgången. DICE utvecklar både det egna IP:t *Battlefield* och tredjeparts-franchisen *Star Wars Battlefront* (sedan 2015) och båda drivs med spelmotorn Frostbite. I dag ägs Mojang (*Minecraft*) av Microsoft, King (*Candy Crush*) av Activision Blizzard, och DICE (*Battlefield*, *Star Wars Battlefront*) av Electronic Arts, alla stora koncerner inom digital underhållning.

2 Tarsier mottog för *Little Nightmares* stöd ur Kreativa Europas Media-program, samt genom Nordic Game Program under 2014.

TABELL ÖVER DE TIO SVENSKA BOLAG MED STÖRST OMSÄTTNING 2016

FÖRETAG	Omsättning mkr
1. Mojang	3 798
2. King	2 420
3. DICE	1 177
4. Paradox Interactive	654
5. Starbreeze	523
6. G5 Entertainment	517
7. THQ Nordic	347
8. Massive Entertainment	335
9. MAG Interactive	283
10. Avalanche Studios	248



***Ett IP ingen tar hand om ger ingen tillväxt***

– Erik Stenberg, THQ Nordic

## ATT NÅ UT TILL PUBLIKEN

**Dataspel har alltid varit** digitala i formen, men digitala distributionskedjor har underlättat möjligheten att nå ut till en bredare publik, och gjort att mellanhänder i värdekedjorna har tagit en ny roll. En spelutvecklare kan med (nästan) ett par knapptryckningar publicera sitt eget spel på de stora handelsplattformarna, och kan utan egen etablering i någon annat land, exportera sin produkt till nästan hela världen.

Att publicera sitt eget spel på egen hand ställer utvecklaren mot nya utmaningar. Förläggare och traditionella distributörer skickade inte bara ut fysiska spel till butiker världen runt, utan bistod även med marknadsföring, PR och ekonomiska resurser. Det räcker inte med att publicera spelet, utan även med digital distribution behöver man nå ut till sin målgrupp. Till exempel fanns det i november 2017 nästan 800 000 aktiva spel-appar på App Store<sup>3</sup>. Det krävs helt enkelt mer än att bara publicera ett spel för att bli framgångsrik spelutvecklare.

**Ett sätt att nå ut** och få publicitet innan spelet är klart är att använda sig av crowdfunding. Webbtjänster som Kickstarter har spelat stor roll för flera spelskapare när det kommer till att etablera sitt IP till ett – förhoppningsvis – entusiastiskt community, som tycker att själva spelidén är så bra att de kan tänka sig att förhandköpa spelet, eller stötta dess utveckling. Några enstaka svenska spel har blivit till tack vare den här typen av finansiering, som *Words of Oz*<sup>4</sup> och *The Aquatic Adventure of the Last Human*<sup>5</sup>, andra är under utveckling. På global nivå är spel som *Broken Age*<sup>6</sup>, *Banner Saga*<sup>7</sup> och *Faster Than Light*<sup>8</sup> mer kända som lyckade crowdfunding-spel. Däremot har svenska

spelentusiaster varit en stor del av finansieringen, Sverige var år 2014 det sjunde största landet i världen när det kom till att backa projekt på enbart Kickstarter.<sup>9</sup>

Ibland lyckas inte utvecklingen av den färdiga produkten som man har tänkt sig, men man har ändå lyckats bygga värde i sitt IP. Ett sådant exempel är *Rad Rogers* som Slippate Studios tog fram och började utveckla tack vare en kickstarter-kampanj, och som THQ Nordic sedan köpte för en okänd summa.<sup>10</sup> *Pillars of Eternity* utvecklades av studion Obsidian med hjälp av en crowdfunding-kampanj<sup>11</sup>, och publicerades sedan av svenska förläggaren Paradox.

## FÖRLÄGGARENS NYA ROLL

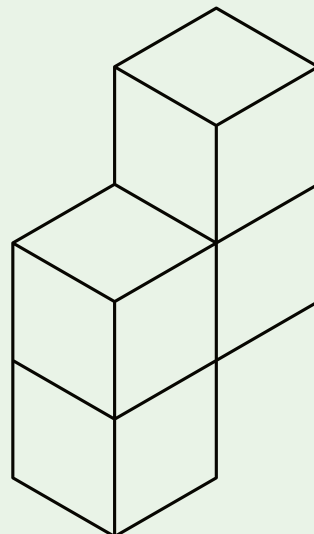
**Tack vare att förläggaren** eller distributören i dag har en allt mindre roll när det kommer till själva logistiken av speldistributionen – att publicera ett spel är i många fall allt enklare rent tekniskt – så har förläggaren i spelvärlden fått en ny roll som marknadsförare och förädlare av IP. I många fall kan förläggaren ta ett ekonomiskt ansvar för att spelen skall nå ut till sin publik, eller investera i specifika projekt eller studios. Detta märks inte minst i den nya typ av spelförläggare som har vuxit fram på den svenska marknaden. Raw Fury är till exempel en förläggare som engagerar sig i spelprodukten och involverar sig mycket med egen expertkunskap, och är samtidigt selektiva i vilka IP:n och vilja projekt de engagerar sig i. Goodbye Kansas investerar direkt i studios som de tycker gör intressanta projekt och går in som delägare.

- 3 I mitten av november 2017 fanns det 792809 aktiva spel-appar på App Store. Data hämtad 14/11-2017, från <http://www.pocketgamer.biz/metrics/app-store/app-count/>
- 4 *Words of Oz*, Ozma Games, 2015
- 5 *The Aquatic Adventure of the Last Human*, YCJY, 2016
- 6 *Broken Age*, Double Fine Production, 2014
- 7 *Banner Saga*, Stoic Studio, 2014
- 8 *FTL: Faster Than Light*, Subset Games, 2012
- 9 <http://mashable.com/2014/03/04/kickstarter-countries/#D.DjawPhViq8>
- 10 <https://www.thqnordic.com/article/thq-nordic-acquires-rad-rodgers-ip>
- 11 [https://en.wikipedia.org/wiki/Pillars\\_of\\_Eternity](https://en.wikipedia.org/wiki/Pillars_of_Eternity)



## IP VIKTIGT I AVTAL HOS PARADOX

**Paradox Interactive** utvecklar sina egna speltitlar i eget bolag, men förlägger även andras spel. I rollen som förläggare använder de sig av alla former av IP i sina förlagsavtal, det kan vara allt från upphovsrätt, varumärke, patent och design till affärshemligheter och andra former av skydd. Upphovsrätt och varumärke är oftast viktigast när det kommer till interaktiva spel, men enligt Juliette Auverny-Bennetot, Senior Legal Council på Paradox, är det bättre att reglera alla former av IP från början för att undvika missförstånd längre fram. Varumärken registreras hos berörda myndigheter, vanligtvis av den part som äger varumärket. Att registrera upphovsrätt i USA hör också till standardpraxis. En sak som blivit viktigare är affärshemligheter, eftersom att risken för intrång och säkerhetsläckor har ökat. Hur ägarförhållandet för IP:t ser ut mellan utvecklaren och förläggaren behöver också regleras i avtalet, och vem som är ägare till IP:t beror på vem som skapade det från början, och hur projektet finansieras.



**IP och IP-skydd** är centrala delar i spel. Det största värdet i spel, och i ett spelföretag, ligger i IP:t och ett bra IP möjliggör att fortsätta utveckla ett spel eller ett spelfranchise vidare. Antingen genom att utveckla uppföljare, ta spelet till nya plattformar, eller använda IP:t i andra sammanhang, som att sälja merchandise eller licensiera spelet som spelfilm. Ett bra IP är också en bas varpå bolaget kan bygga community och få fans runt. Ett problem Paradox arbetar emot är IP-intrång, när andra företag eller personer otillåtet använder material och innehåll från spelen. Det är svårare att hantera juridiskt när fans är tillåtna att modda<sup>12</sup> och streama<sup>13</sup> spelen – inte minst för att det suddar ut gränsen mellan vad som är tillåtet och vad som inte är det.

---

12 Att modda spel innebär att spelaren själv kan modifiera delar av spelupplevelsen.

13 Att streama ett spel innebär att spelaren publicerar en video (strömmad i realtid) där hen spelar spelet.

# GENOMGÅNG AV AFFÄRSTRANSAKTIONER I SPELBRANSCHEN

**G**enom att granska 53 kända affärer i spelbranschen mellan 2015-2017 kan man få en bild av vad det är svenska och utländska bolag tittar på när man genomför ett köp eller investering.

## METOD

**Dessa 53 kända affärer** är inte ett komplett urval, utan är affärstransaktioner som på något sätt har rapporterats i media eller i egna pressmeddelanden vid investeringar eller transaktioner och som kommit rapportförfattaren till kännedom. Dessa transaktioner har kategoriserats på ursprungsland, vilket bolag som varit säljare (målbolag) samt köpare och i de fall uppgift har funnits även värdet på transaktionen. I vissa fall har det funnits medieuppgifter om uppskattningar av värdet. Dessa data har inte tagits med, utan enbart de summor som bolagen själva på något sätt har bekräftat. Bolag med stark svensk koppling, som THQ Nordic med huvudkontor i Karlstad är i analysen kategoriserade som svenska bolag, även i de fall när det juridiska sätet är i ett annat land. I vissa fall är transaktionsbeloppen ungefärliga på grund av att beloppen rapporterats avrundade i annan valuta.

## TEKNIK, STRATEGI ELLER IP?

**Varje affärstransaktion** som har hittats har kategoriserats in som antingen en teknikinvestering, en strategi-investering eller en IP-investering.

En teknikinvestering är ofta ett bolag som förvärvat eller investerat i ett bolag som sysslar med enbart tekniska bitar av ett spel. I listade transaktioner är dessa oftast olika former av Virtual Reality-lösningar, men det kan också vara en spelmotor eller Augmented Reality.

**En strategi-investering** handlar om att någon av parterna gör förvärvet av affärsstrategiska skäl som inte primärt har med teknikutveckling eller IP att göra. Till exempel att man investerar i en förläggare, att förvärva en studio för att få ett kontor på en strategisk marknad, eller hitta nya distributionskedjor på nya marknader. I något fall handlar det om att knyta en större underleverantör närmare bolaget eller på annat sätt knyta mer kompetens till företaget.

Investeringar som kopplats till antingen förvärv av befintliga IP:n eller investeringar i spelstudios som utvecklar ett visst IP – nytt eller gammalt – har i sammanställningen kategoriserats som IP-investering. I vissa fall handlar det om att direkt förvärv av rättigheterna till ett befintligt eller ett nytt IP, men i många fall handlar det om investeringar i studios som arbetar på ett nytt IP som köparen vill äga, eller som har lång erfarenhet av tidigare IP-succéer.

**Den stora majoriteten** av alla transaktioner har med IP att göra. Efter det kommer strategiinvesteringar, och sedan teknik.

### VIRTUAL REALITY

Virtual Reality = spel som visar en helt annan verklighet, genom avskärmande glasögon och där spelaren går in i en helt annan verklighet]

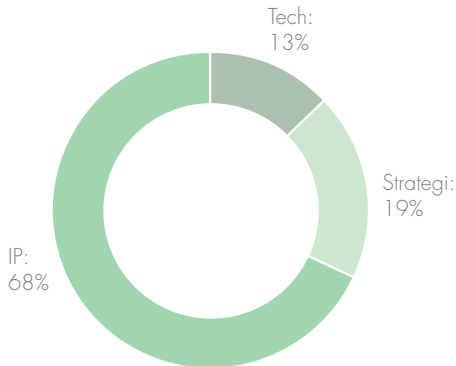
### AUGMENTED REALITY

AR = Augmented Reality = Spel som lägger ett extra lager på det vi ser som verklighet. Till exempel spelet Pokémon Go där virtuella djur kan dyka upp på mobilskärmen och integreras i kameravyn så det ser ut som att det är en del av verkligheten. Eller Ikeas möbleringsapp där man kan se hur möbler passar in i ens vardagsrum.

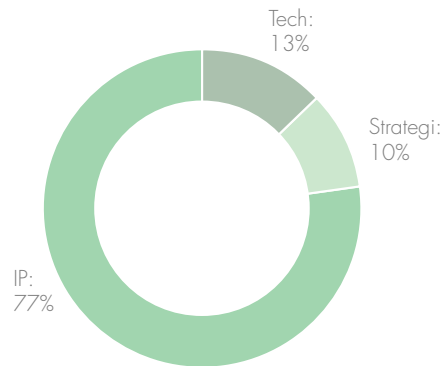
### SPELMOTOR

Spelmotor = Det program varifrån spelets innehåll skapas. Samma spelmotor kan vara huvudprogram för olika spel, och spelmotorerna fylls sedan av spelutvecklarna med till exempel grafik, handling och styrning.

## SAMTLIGA FÖRVÄRV



## INVESTERINGAR & FÖRVÄRV I SVENSKA FÖRETAG



Strategiinvesteringarna görs ofta av börsnoterade bolag som vill nå ut på nya marknader, och i flera fall är värdet på dessa hundratals miljoner. De IP-relaterade investeringarna finns i alla storleksordningarna, och dominerar även bland de investeringar och uppköp där det ekonomiska värdet är hemligt.

Av 53 affärstransaktionerna är värdet offentligt i 32 av fallen. Ett av dessa är amerikanska Activision Blizzards förvärv av *Candy Crush Saga*-utvecklaren King för nästan 50 miljarder kronor. Bortser man från denna miljardaffär snittar en känd affärstransaktion i den svenska spelbranschen på 120 miljoner kronor. Bland de affärer där värdet inte är känt finns kanadensiska Spin Masters uppköp av prestigefyllda studion Toca Boca, Microsofts uppköp av Linköpingsbolaget Donya Labs som utvecklat Simplygon, samt Goodbye Kansas investeringar i ett flertal unga svenska spelstudior.

Om man enbart tittar på de transaktioner (totalt 31 stycken) där investeringar har skett i ett svenskt målbolag, eller när ett svenskt bolag har blivit uppköpt, så är IP viktigast i hela 77 % av fallen. De flesta, 24 stycken, av dessa investeringar

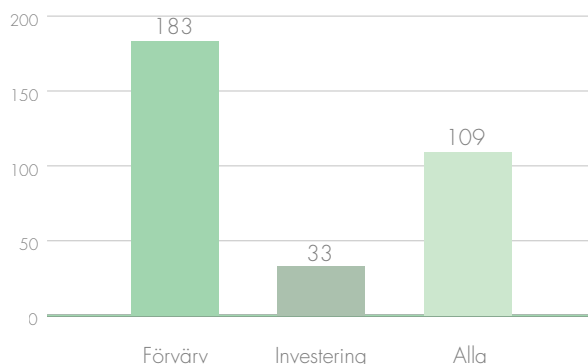
kommer från andra svenska bolag. Av de 53 kända affärstransaktionerna i stort är det i 46 fall ett svenskt bolag som öppnat plånboken.

**För att göra ett ekonomiskt** överslag på hur stort värdet av alla transaktioner är behöver vi göra en uppskattning av storleksordningen på de affärer där beloppet inte är publikt.<sup>14</sup> Denna uppskattning baseras på värdet av liknande affärer, mediauppgifter och en storleksklassificering för de affärer där summan inte har varit offentlig. Utan King-uppköpet snittar en affär då på 109 miljoner kronor, förvärven runt 183 miljoner och de investeringar som gjorts ligger på 32 miljoner kronor. Medianvärdet för en affär, investeringar och förvärv är dock utslaget bara 20 miljoner kronor, där investeringarna hamnar i den lägre ändan. Medianvärdet för ett förvärv är 74 miljoner kronor.

Med King-affären skulle förvärven ha ett genomsnitt på nästan 2,5 miljarder i stället för 180 miljoner, vilket i sig inte är representativt för branschen i stort, men visar på den potential som finns i digitala spel, och vilka värden ett bolag kan komma upp i när man når en så bred global marknad. Att exkludera King-affären i siffrorna gör också att

14 På grund av känsliga uppgifter har vi valt att inte redovisa uppskattningar av enskilda affärer

## GENOMSNIITTLIG AFFÄR (MSEK)



strategi-investeringarna blir större än IP om man ser till beloppen i genomsnitt, vilket kan förklaras av att flera av de större affärerna som skett kan härledas till större strategiska satsningar. Bland dem finns MTG:s e-sportsförvärv, men också kinesiska Tencents investering i Paradox.

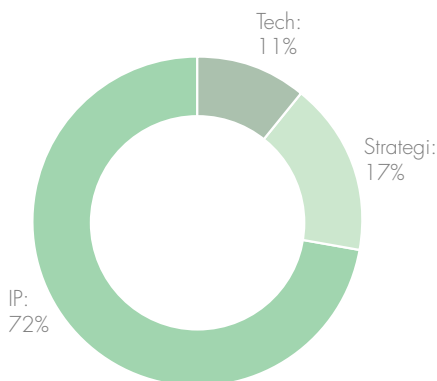
**I totala belopp** är IP-affärerna störst om man räknar med King-affären. Utan den räknas IP-affärerna till ett värde på 1,9 miljarder, jämfört med de strategiska satsningarna som kommer upp i ett värde runt 2,3 miljarder. Tech står ut i genomsnitt tack vare Microsofts köp av Donya Labs, men räknas sammanlagt bara omfatta drygt en miljard under perioden.

Svenska bolag står som köpare i 46 av de 53 kända räknade investeringarna. Det innebär att det är svenska bolag som öppnat plånboken i 87 procent av alla spelaffärer de senaste tre åren. Ser man till typ av investeringar, är de som är gjorda av svenska

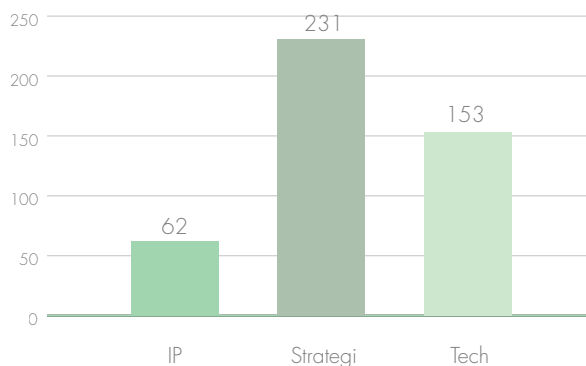
bolag snarlika jämfört med hur investeringarna ser ut i stort. Trots att den svenska kronan är låg och har varit det i princip under hela perioden jämfört med USD och Euro, är det bara i sju fall som utländska bolag har investerat i svenska.

De utländska bolag som har investerat i svenska spelutvecklingsbolag har dock i de flesta fall gjort investeringar på den större skalan. I tre fall är köparen ett storbolag från USA. Det är Activision Blizzards miljard-uppköp av King, Microsofts uppköp av 3D-verktygsskaparen Donya Labs, och Google Ventures investering i VR-bolaget Resolution Games. Kanadensiska leksakstillverkaren Spin Masters uppköp av barnspelsutvecklaren Toca Boca finns också med bland de utländska investeringarna, liksom kinesiska Tencents investering i Paradox Interactive, koreanska Smilegates investering i Starbreeze samt danska Nordisk Film Games investering i Avalanche. Bortsett från Google Ventures som ledde en investeringsrunda på 50 miljoner sek i Resolution Games, och Activision

## INVESTERINGAR & FÖRVÄRV AV SVENSKA FÖRETAG



## GENOMSNIITTLIG AFFÄR (MSEK)



Blizzard som köpte King för 50 miljarder konor uppskattas samtliga av dessa affärer ha ett värde i hundramiljonersklassen, ofta flera.

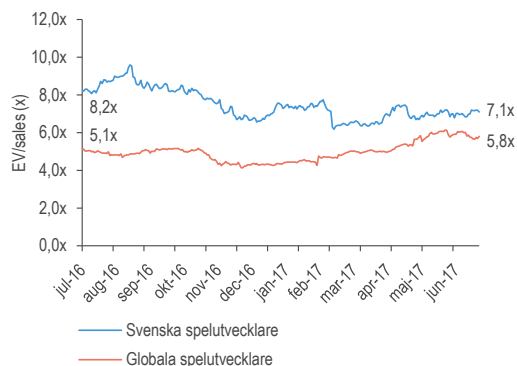
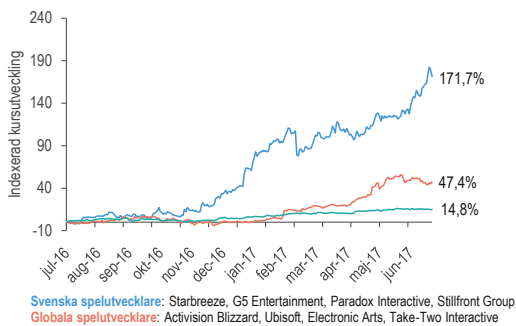
**Den låga kronan** skulle kunna göra köpkraften hos svenska bolag till låg, men faktum är att svenska bolag inom spel- och underhållningsbranschen investerat i eller köpt upp utländska bolag i 22 av 53 affärer. Starbreeze, THQ Nordic och MTG står för ett flertal av dessa transaktioner, och i många fall handlar det om förvärv av, eller investeringar i, befintliga samarbetspartner. En handfull av dessa transaktioner – där svenska bolag har förvärvat eller investerat i utländska bolag har rapporterats med ett värde mellan hundra miljoner och en miljard svenska kronor.

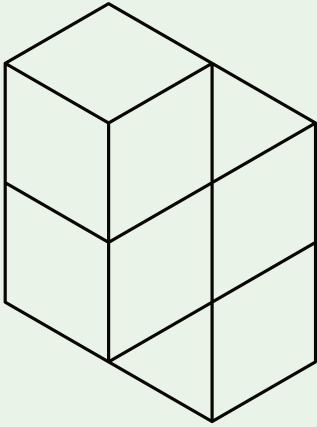
**I Spelutvecklarindex 2017** jämförde Oscar Gray börsutvecklingen för en portfölj med fyra svenska börsnoterade spelutvecklare med tre amerikanska

stora bolag och konstaterade att de svenska bolagen hade en betydligt starkare utveckling. Även försäljningsökningen var högre.

Gray menar i sin analys att värderingen av de börsnoterade bolagen har en stor spridning, och att detta delvis kan bero på affärs- och intäktsmodeller, mognadsgrad och potential i affären. Det är en stor variation i värdering om man ser till respektive bolags kassaflöden, och det pekar också på att kassaflödevärdering inte är det som alltid ger en mest rättvisande bild av bolagens värde. Spelföretag påverkas också stort av utvecklingscykler och avtal med tredje part, och det kan därför också vara olämpligt att dra för stora slutsatser genom att jämföra ett fåtal bolags utveckling.

## KURSUUTVECKLING PÅ BÖRSEN





## FYRA HISTORISKA SVENSKA SPELAFFÄRER

### EA & DICE

Amerikanska Electronic Arts köpte DICE 2006 för 175,5 Mkr, och värderingen var omdiskuterad<sup>15</sup>, där många småsparare hävdade att budet var för lågt. Samtidigt var DICE vid den tiden mycket beroende av den amerikanska valutakursen och kämpade med höga utvecklingskostnader. Man pratade dessutom om att de i samband med köpet kommer rekrytera fler till Sverigestudion, trots att man samtidigt satsade på Kina.<sup>16</sup> Studion har sedan dess arbetat med IP:n som *Battlefield*, *Mirror's Edge* och *Starwars Battlefront*, och har en understudio i Los Angeles, USA.

### PARADOX & TENCENT

När kinesiska förläggaren Tencent skulle köpa in sig i Paradox hänvisade företrädare för bolaget till sina egna intressen<sup>17</sup> och erfarenheter av att spela *Hearts of Iron 2*, *Stellaris* och *Europa Universalis* som bakgrund till varför de intresserat sig för företaget.

### BETHESDA & MACHINEGAMES

När Bethesda köpte Machinegames belyste bolaget den stora erfarenheten<sup>18</sup> hos grundarna som ett stort skäl – de hade tidigare skapat AAA-spel på andra stora spelutvecklingsbolag – och studion fick senare ansvar för de nya *Wolfenstein*-spelen.

### COFFEE STAIN & STUNLOCK

Skaparen till *Goat Simulator* – Coffee Stain Studios – gick under 2016 in med finansiering i Stunlock Studios spel *Battlelite*<sup>19</sup>. Investeringen gjorde att Stunlock kunde färdigställa projektet, och investeringen var helt i spelet och gentemot spelets framtida vinst<sup>20</sup> och inte i företaget i sig.

---

15 [https://en.wikipedia.org/wiki/EA\\_DICE](https://en.wikipedia.org/wiki/EA_DICE)

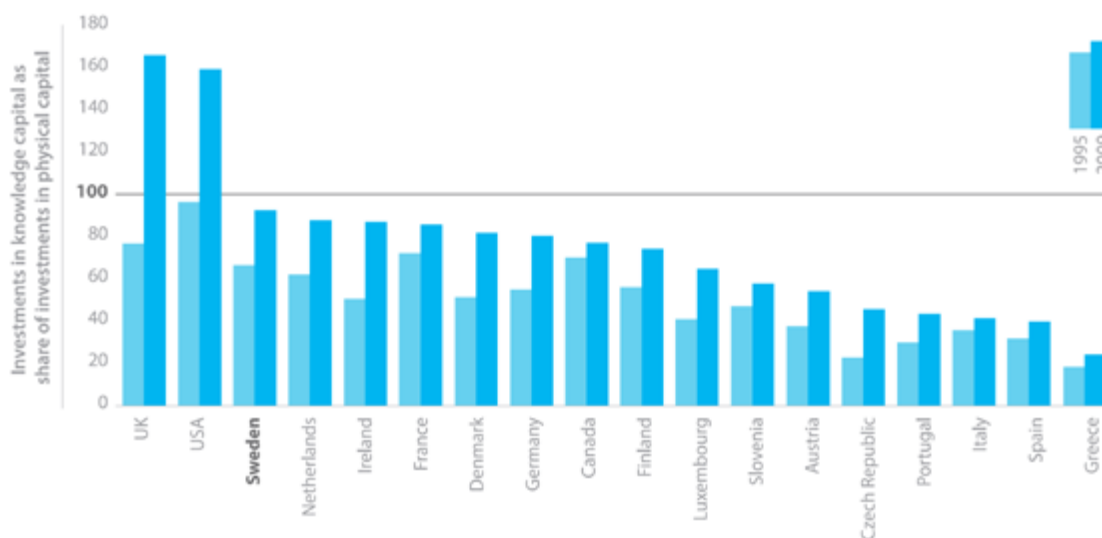
16 Computer Sweden, 2014-11-15, <https://computersweden.idg.se/2.2683/1.27861/electronic-arts-kop-er-digital-illusions>

17 Paradox Interactive, 2016-05-26, <https://www.paradoxinteractive.com/en/paradox-interactive-listing-attracts-tencent-as-fan-and-long-term-investor/>

18 Gamasutra, 2010-11-11, [http://www.gamasutra.com/view/news/31492/Zenimax\\_Confirms\\_Machinegames\\_Acquisition\\_For\\_Id\\_Tech\\_5\\_Project.php](http://www.gamasutra.com/view/news/31492/Zenimax_Confirms_Machinegames_Acquisition_For_Id_Tech_5_Project.php)

19 [http://www.mynewsdesk.com/se/gothia\\_science\\_park/pressreleases/coffee-stain-och-stunlock-studios-i-exklusivt-samarbete-1336513](http://www.mynewsdesk.com/se/gothia_science_park/pressreleases/coffee-stain-och-stunlock-studios-i-exklusivt-samarbete-1336513)

20 <https://www.di.se/nyheter/ny-titel-ska-ta-hem-spelet-at-stunlock/>



## KUNSKAPSVESTERINGAR OCH IMMATERIELL DISTRIBUTION

### IMMATERIALRÄTT OCH SAMHÄLLSEKONOMIN

**E**n bättre värdering av immateriella tillgångar, och fler investeringar i dessa är gynnsamma för samhällsekonomin. Mellan 1995 och 2009 hade både Storbritannien och USA nästan fördubblat sina investeringar i kunskapsbaserat kapital räknat som förhållande till investeringar i fysiskt kapital, så att investeringarna i kunskapsbaserat kapital överträffar de i fysiskt kapital.<sup>21</sup> Under samma tidsperiod hade svenska kunskapsinvesteringar bara närmast sig de fysiska.

Nima Sanandaji vid Reforminstitutet menar att kunskap är den främsta drivkraften i moderna ekonomier. ”Näringsar som i stor utsträckning förlitar sig på kunskapsinvesteringar, vilka resulterar i olika former av immateriella värden, är drivande i att skapa såväl exportintäkter som arbetstillfällen.”<sup>22</sup> Branscherna är dock beroende av lokal välfungerande lagstiftning och skydd för

immateriellt värdeskapande. Att lagskyddet är otillräckligt idag är även forskaren Jens Andreasson inne på.<sup>23</sup> Han har tittat på hur immateriella

tillgångar kan användas som kreditsäkerhet, och således få ett konkret värde även utanför den ekonomiska avkastning det kan ge. Som sådana kan immateriella tillgångar ge stora ekonomiska fördelar, men när de är mer komplexa kan de också innebära en ökad risk för kreditgivaren. Riskerna kan dock minimeras så att tillgångarna inte bara ses som rättigheter, utan som resurs som kan kontrolleras och överföras, samtidigt som det måste finnas flexibilitet i hur tillgångarna kan användas i teknisk utveckling och affärssyfte.

**The Economist** har kallat värderingar av immateriella tillgångar för ”mer konst än vetenskap”<sup>24</sup> och det speglar fortfarande den allmänna uppfattningen om hur det är att investera i spel och andra kreativa näringsar, vilket inte minst kommit fram genom detta rapportprojekt. Samtidigt investeras det betydande belopp i immateriella tillgångar, och har så gjorts under en lång tid.<sup>25</sup>

21 OECD, *Supporting Investment in Knowledge Capital, Growth and Innovation*, 2013

22 Samhällsvärdet av immateriell egendom, 2015: [http://www.reforminstitutet.se/wp/wp-content/uploads/2015/09/Samhallsvardet\\_Av\\_Immateriell\\_Egendom\\_Final.pdf](http://www.reforminstitutet.se/wp/wp-content/uploads/2015/09/Samhallsvardet_Av_Immateriell_Egendom_Final.pdf)

23 Intellektuella resurser som kreditsäkerhet, Jens Andreasson, Handelshögskolan vid Göteborgs Universitet, 2010

24 Intangible opportunities, *The Economist*, 15 juni 2016, <http://www.economist.com/node/7068382>

25 What is the US gross investments in intangibles? Leonard I. Nakamura, 2001: <https://www.philadelphiafed.org/-/media/research-and-data/publications/working-papers/2001/wp01-15.pdf>

*If you've ever seen a kid first learn how to walk, the look of joy on that toddler's face: It's fun. They're playing a game*

– Raph Koster, *Theory of Fun*

### **DISTRIBUTIONSLEDEN**

**Spel är en digital bransch**, med digitala produkter och tjänster vars huvudsakliga värde är immateriellt. Därför är värderingen av immateriella tillgångar av stor betydelse för hela spelbranschen.

Sverige ett för litet land för att ett bolag skall kunna producera innehåll enbart till landet, och svenska spelföretag exporterar den huvudsakliga delen av sina produkter. Men är inte spelbranschen svår att mäta? Ja och nej. Det går inte att helt förutse vad som blir en succé, särskilt om det handlar om att lansera ett helt nytt IP. Samtidigt är ett välkänt IP ofta en framgångsfaktor, och i sin tur bereda väg för nya typer av spel. Pokémon Go som släpptes sommaren 2016 var ett tydligt exempel på det. Svenska bolag i sig är dock duktiga på att skapa nya och egna IP:n. *Minecraft* och *Candy Crush Saga* är kanske de absolut tydligaste exemplen på det. Men även *Battlefield*, *Goat Simulator* och *Europa Universalis* är erkända IP:n som fått flera uppföljare i respektive genre.

### **LUSTFYLLD UNDERHÅLLNING**

**Ett dataspel, oavsett form**, lockar spelare genom att vara roligt, spännande eller på annat sätt väcka känslor hos spelaren som gör att hon blir

underhållen. Ett spel som är framgångsrikt ekonomiskt har i de allra flesta fall lyckats för att det lockar återkommande spelare som är villiga att betala för upplevelsen. Ibland är kärnan i den upplevelsen tävlingsinstinkt, ibland är det socialt sammanhang, och ibland är det en intressant historia som spelaren vill följa till sitt slut. Exakt vad det är som är roligt är svårförutsägbart, eftersom det primärt i spel, jämfört med till exempel IT-lösningar sällan finns en nyttoaspekt som är drivande för framgång.

Det bästa lärandet är lustfyllt och god speldesign innebär inläring som inte märks. Att intuitivt integrera spelets tutorial, det vill säga guiden till hur spelets kontroller ska styras, i spelmekaniken är ett gott exempel på detta. Eller hur man låter en spelare spela om svåra moment till dess att spelaren bemästrar svårigheten, liksom att man blir belönad när det går bra.

### **SPELDESIGN ÄR NYCKELKOMPETENS**

**Enligt Martin Walfisz** från Nordisk Film Games kan man bättre förutse en spelsuccé genom att ha kunskap om hur speldesign fungerar, och jämföra med liknande beprövade koncept hur det har gått för dem. Fredrik Wester, VD på Paradox är inne på ett liknande spår. I en intervju i Dagens Industri<sup>26</sup> säger

---

26 DI Digital, den 14/10-2017, <https://digital.di.se/artikel/paradox-vd-2004-kopte-vi-bolaget-for-1-krona>



## SPELENS VÄRDEKEDJA



han: "Det viktigaste i vår bransch är varumärkena och sen kommer teamet på andra plats. Allt annat är helt oväsentligt. Det vanligaste i teknikbolag är att man överskattar sin egen teknik och underskattar hur mycket affären och varumärket är värda".

**Att varken** Walfisz eller Wester talar om tekniken utan om varumärke och speldesign visar på hur viktigt det är med det kreativa innehållet i spelen. Det är inte rätt data eller teknisk lösning som kanske på papperet ger rätt förutsättningar för att ett spel ska gå bra, utan den känsla ett spel väcker, och att det är intressant och underhållande nog för att en spelare ska vilja fortsätta spela, och rekommendera det till andra. Det är "fluffet" som gör ett spel bra. Raph Koster skrev i sin bok *Theory of Fun* att det som är roligt är roligt för att det är lärorikt, och att roligt, eller "fun" i spel är synonymt med att man lärt sig någonting genom spelet. Men allt som är lärorikt är inte roligt, och när Koster tio år senare gav ut en reviderad upplaga av sin klassiker antydde han att essensen om roligt kanske egentligen handlar om att vara nyfiken på livet. Speldesignern Brie Code<sup>27</sup> menar i stället att kärnan i spel handlar om känslor. Det är inte alla spel som är roliga, men ett bra spel väcker känslor, och kan designas olika beroende på tilltänkt målgrupp och genre. Engagemang och spelglädje byggs på en kombination av rätt beståndsdelar i spelet, och som annan kultur är resultatet lyckat om det är känslofyllt.

**Spel är också** teknikdrivet, men framför allt på innehållssidan. Det används ofta för att visa hur teknik kan fungera, eller för att ta fram nya upplevelser. När nya mobiler lanseras är det spel som visas upp som innehåll. Den första kommersiella VR-tekniken har gjorts för att

man ska kunna spela spel, och AR, Augmented Reality blev mainstream och förstälighet för en stor massa tack vare att *Pokémon Go* slog stort under sommaren 2016. Spel är utomordentligt bra på att förena mjuka värden med hårda. De är exportfokuserade varor och tjänster som riktar sig direkt mot en konsumentpublik, och de testas direkt av en kundgrupp som vill ha underhållning.

#### ATT VÄRDERA SPELFÖRETAG

**Att kunna** värdera immateriella tillgångar i sig är, som konstaterades i början av kapitlet, en stor utmaning. Men hur värderar man då ett spelföretag, om målet är att investera i spel? För en branschkundig investerare kan det vara att se teamet, projektet och visionen, men också göra en värdering av hur den aktuella spelidén är utformad, att genom kunskap om speldesign kunna bilda sig en uppfattning om hur resultatet kommer bli, och hur väl marknaden har tagit emot liknande spel. Vilken kommersiell potential ett spel kan ha på marknaden beror också på vilka möjligheter det finns att kontrollera innehållet, köpprocesser och distribution.

Ser man på de affärer som har gjorts inom spelbranschen är det tydligt att nya IP:n har ett värde, och att det är dessa som drivit tillväxt för många företag. Med rätt kombination design, grafik och spelmekanik kan ett nytt IP bli världskänt med relativt små medel, och även om det inte går att förutse en viral succé, går det att locka en stor publik om man vet vilka knapparna man ska trycka på.



## GOD REDOVISNINGSSSED

**Ett spelföretag** som utvecklar egna immateriella rättigheter kan bokföra dem antingen som kostnader eller som investeringar. I det förra fallet belastar utvecklingskostnaderna bolagets resultat under innevarande år, det vill säga resultatet blir lägre. I det senare fallet räknas det som investeringar som aktiveras i balansräkningen, med följd att resultatet blir bättre och balansräkningen större. Det som avgör vilken metod som ska väljas är god redovisningssed, det finns två olika beroende på bolagets storlek. Mindre bolag med omsättning under 80 miljoner kronor, färre än 50 anställda eller balansomslutning under 40 miljoner kronor ska följa redovisningsprincipen K2 och får inte aktivera egenutvecklade immateriella utvecklingskostnader i balansräkningen. Större bolag ska följa redovisningsprincipen K3, som tillåter att egenutvecklade kostnader aktiveras. Det är enligt Stefan Hultstrand, assurance partner på Grant Thornton, att föredra att aktivera utvecklingskostnader av flera skäl<sup>28</sup>. Det synliggör vilka tillgångar som antas skapa verksamhetens kassaflöde i framtiden, i praktiken en periodisering vilket innebär att kostnaderna belastar resultatet i takt med intäkterna i högre grad. Detta underlättar för den som läser bolagets årsredovisning att förstå vilka påståenden bolaget gör om framtiden. Ingen kan förstås veta vad som sker i framtiden, men Stefan Hultstrand menar att det är oftast bättre att göra några påståenden än inga alls. Därför är den en fördel att börja i god tid med att aktivera investeringarna. Det blir också lättare att värdera bolaget för till exempel en investerare, men även exempelvis en bank som överväger att låna ut pengar måste i praktiken svara på samma frågor som investerare. Hur ser bolagets kassaflöde ut?

28 Telefonintervju med Stefan Hultstrand, 27 november 2017

29 System of National Accounts 2008, <https://unstats.un.org/unsd/nationalaccount/docs/sna2008.pdf>

30 Ur Kreativ Sektor, rapport 2015

Klarar bolaget att betala räntor och amorteringar. För mindre bolag slutar det oftast att banken ställer en personlig borgen, för större bolag kan man pantförskriva någon fordring eller annan tillgång.

**I SNA 2008**<sup>29</sup> fastslås det att utgifter inom immaterialrättsligt baserade industrier skall betraktas som tillgångar i den nationella officiella statistiken i stället för kostnader. På samma sätt menar forskaren Linda Portnoff att det är en styrka för den kreativa sektorn, när immateriella tillgångar kan tas upp som en tillgång i balansräkningen i stället för att belasta resultaträkningen.<sup>30</sup>

**Stefan Hultstrand** tror absolut att det finns spelutvecklare som kan ha nytta av att i högre grad aktivera investeringar som tillgångar, men det är få som gör det aktivt. Bland företagen i *Spelutvecklarindex 2017* är det bara cirka 20 som uppfyller kriterierna för att använda redovisningsprincipen K3. Mindre bolag kan dock använda den frivilligt. Problemet är att det för mindre bolag är oförutsägbart, ett spel kan avgöra om bolaget går i konkurs eller blir en succé. Av det skälet är det i första hand de som är insatta i branschen som kan värdera mindre bolag. Det är också skälet till att de riktigt stora förvärven av svenska spelutvecklare, såsom Microsofts förvärv av Mojang 2014 för 18 miljarder kronor eller Activisions förvärv av King 2015 för 50 miljarder, genomförts av branschföretag. Utöver att dessa har god kunskap om marknaden så har de också kunskap och resurser som vanliga investerare saknar, till exempel marknadsföring, teknik eller liknande. Om det är något som inte fungerar så har dessa aktörer resurserna att rätta till det.



## **OLAGLIG KONKURRENS**

**För att kunna** investera i företag där immaterialrätt är den stora tillgången behöver kärnan, ensamrätten, kunna upprätthållas. Om vem som helst kan sälja eller distribuera verket är ensamrätten satt ur spel, intäktsmöjligheterna inskränks och förutsättningarna för investeringar går om intet. Olaglig konkurrens i form av otillåten distribution, varumärkesintrång, kloner, datastöld eller annat innebär därför konkreta hinder för investeringar.

Dataspel har en stor fördel jämfört med andra kreativa näringar i att innehållet är interaktivt. Det ger vissa möjligheter att undvika illegal användning och sprida spelen gratis för att i nästa steg tjäna pengar på innehållet. Somliga spelutvecklare väljer att ge ut täta uppdateringar för att trötta ut de som begår intrång eller sprider illegala versioner av spelen. Klart är att den illegala marknaden alltjämt är aktiv och innovativ. Utvecklingen kan närmast beskrivas som en kapploppning mellan de som skapar innehåll och de som vill ta del av eller sprida det utan tillåtelse.

Utöver traditionella metoder som illegal nedladdning, har denna kapploppning lett fram till nya former av intrång. Det kan inte alltid rubriceras som immaterialrättsliga intrång i strikt juridisk mening, utan lika ofta handlar det om dataintrång eller bedrägeri. Ett par exempel på detta är klon-appar och icke-auktoriserade nycklar.

**Klon-appar** innebär att ett populärt spel kopieras och publiceras av någon annan. Titel, varumärke, innehåll och programkod är snarlikt originalet, men klonen har ofta kvalitetsbrister och åker

förstås snålskjuts på investeringarna i att utveckla originalet och göra det känt. Ibland är klonen en identisk kopia av originalet. I dessa fall behöver spelutvecklaren ta hjälp av mellanhänderna såsom internetplattformarna eller de digitala handelsplatserna där klon-apparna sprids för att begränsa spridningen, eftersom det ofta är svårt att nå själva intrångsgöraren.

**Icke-auktoriserade nycklar** används eftersom många spel distribueras via flera olika kanaler. Det är själva "nyckeln" – en komplicerad serie tecken – som gör det möjligt att aktivera spelet. Nyckeln blir tillgänglig efter betalning men det finns också gratisnycklar som delas ut till exempelvis press och återförsäljare, och olika nycklar kan ha differentierade priser på olika marknader. Genom intrång eller genom att begå avtalsbrott kan brottslingar komma åt dessa nycklar och sälja dem, ofta på särskilda marknadsplatser vars officiella affärsidé är att låta spelare sälja begagnade spel.

Det finns fler exempel men slutsatsen är att dataspel dessvärre inte är förskonade från olaglig konkurrens och inte heller kan lösa problemet helt på egen hand. Här krävs åtgärder i form av rättsliga åtgärder, internationellt samarbete mellan rättsvårdande myndigheter och internets mellanhänder såsom teleoperatörer och digitala handelsplatser, konsumentupplysning och även tekniska skyddsåtgärder. Stora bolag kan lättare än små skydda sig genom tekniska lösningar och har även bättre juridiska resurser att driva sin sak. Ju mindre bolaget är, desto mer beroende är det av samhällets institutioner för att skydda immateriella rättigheter och i förlängningen investeringar.



## KONTROLLERA VÄRDE I SPELBOLAG

Gästkapitel från Johan Örneblad, *Innovation lawyer, Bergensträhle & Partners*

### IMMATERIALRÄTT & IP I SPELBOLAG

**Värdet man skapar i ett spelbolag** är intangible. Det går inte att ta på. Det är immateriellt.

**I**spel är det en stor bredd av värden som skapas, allt från figurer i spelet till ett spelmoment, spelmekanik eller en historia som driver handlingen framåt. Det som alla dessa har gemensamt är att det till allra största delen är immateriella. De kan till och med vara ganska svåra att beskriva – varför man uppskattar ett visst spel är många gånger svårt att precisera och beskriva i ord.

Begreppet "IP" inom spelbranschen fångar till viss del in detta immateriella värde. Man kan tänka sig att ett "Spel-IP" är en avgränsad övergripande idé kring upplevelser, figurer och spelmekanik. Det närmar sig själva historien och karaktärerna i en viss värld.

**Spelfranchise används** också som begrepp i branschen, och refererar till en grupp eller serie av spel som bygger på samma spel-IP. I begreppet kan

det även ingå andra delar och annan utveckling/ användning av själva spel-IP:t som merchandise eller samarbeten. *Mario* eller *Super Mario* är ett exempel på en spelfranchise, där karaktärerna och till viss del miljöerna har varit med i olika spel, på olika plattformar och i olika spelmekaniker.<sup>31</sup> Själva huvudkaraktären är (mer eller mindre) intakt genom ett antal olika spel-IP i vilka spelupplevelserna är olika, men karaktärerna och det övergripande temat är sig likt i alla olika delar.

Dessa definitioner skiljer sig till viss del från hur man pratar om begreppen IP och franchise utanför spelvärlden, som utvecklas vidare nedan. Inom spelbranschen är det näst intill självklart vad man menar med begreppen, men när man diskuterar dessa i andra sammanhang riskerar man missförstånd – framförallt vad gäller spel-IP, då IP – Intellectual Property – också kan syfta till immateriella rättigheter ur ett juridiskt perspektiv.

**Spelutvecklare är ofta** bekväma att prata om sitt eget spel-IP och det är för många helt självklart vad som ingår i det begreppet och vilka tillgångar

31 [https://en.wikipedia.org/wiki/Mario\\_\(franchise\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Mario_(franchise))



man anser vara utmärkande. Dock, när man som spelutvecklare ska konkretisera för till exempel investerare eller i ett läge där man vill ge någon annan tillåtelse att använda sitt spel-IP uppstår ofta problem med att begreppet upplevs odefinierat och de ingående delarna blir svåra att överföra till någon annan.

Från ett investerarperspektiv är det viktigt att det värde som byggs upp i det man investerar i inte försvinner eller att andra åker snålskjuts på det som man skapar. Om man som spelutvecklare vill låta någon annan använda ett visst spel-IP till att exempelvis skapa en uppföljare är det också viktigt att kunna ge dem rätten att använda de tillgångar som man har byggt upp, för att kunna skapa nästa spel. För detta krävs dock att de ursprungliga tillgångarna är tydligt definierade och att spelutvecklaren har kontroll över dessa. Utan kontroll kan man inte ge någon annan åtkomst till tillgångarna. Men utan kontroll riskerar man också att vem som helst kan använda tillgångarna utan tillåtelse och utan kreativ kontroll eller möjligheten att få tillbaka det som har investerats i att bygga upp värdet i sitt spel-IP.

En grundförutsättning för att vidareutveckla och behålla värden som man byggt upp kring ett spel-IP är att man har kontroll över de tillgångar som bygger upp det spel-IP man skapat.

## PROCESS FÖR ATT SÄKERSTÄLLA VÄRDET

**Ett sätt att se på det generella värde** som byggs upp kring ett spel-IP är att se det som ett varumärke/brand<sup>32</sup> som man utvecklar och fyller med värde.

Ett spel bygger till stor del på den spelmekanik och upplevelse som spelaren har i förhållande till spelet. Det kan vara en story, karaktärer eller känslan man får när man spelar. Att värdet i ett spel utgår från de inneboende kvaliteterna kring själva spelupplevelsen är självklart. Men för att spelarna ska välja att spela just det spelet bygger en stor del på vilket värde som kommunicerats och som spelaren känner till och kan fatta ett köpbeslut på.

Detta värde är det som kan sammanfattas som spelets *brand*.

Värdet som byggs upp kring ett spel-IP består av olika beståndsdelar, olika tillgångar. Det kan vara koden, grafiken, regler i spelet, figurer, story, community etc. För att kunna säkerställa värdena är det viktigt att spelutvecklaren har identifierat dessa som ingående tillgångar. Utan att ha identifierat tillgångarna, kan man inte heller använda rätt verktyg för att kontrollera och säkerställa att värdet behålls. Processen skulle kunna beskrivas som 1) Identifiera, 2) Kontrollera och 3) Aktivera tillgångarna.

32 Engelskans "brand" fångar på ett bättre sätt upp helheten i det värde som skapas, svenskans "varumärke" fokuserar allt för mycket på den registrerade rättigheten eller på något som kan uppfattas som bara namnet/loggan.



### INTELLECTUAL ASSETS (IA) IMMATERIELL TILLGÅNG

- ✓ Immateriell
- ✓ Möjlig att beskriva och förstå
- ✓ Utgör ett värde för innehavaren
- ✓ Kontrolleras av innehavaren
  
- × Fysisk, finansiell eller mänsklig
- × Irrelevant eller försumbart värde
- × Del av den allmänna domänen

#### EXEMPEL

- (Dokumenterad) kunskap
- (Dokumenterade) interna och externa relationer
- Vision och mål

### INTELLECTUAL PROPERTY (IP) IMMATERIELL EGENDOM

- ✓ Ägs eller kan ägas
- ✓ Kan föras över till annan part i dess nuvarande form utan att förlora värde

#### EXEMPEL

- Affärshemligheter
- Ritningar
- Manualer
- Kunddata
- Produktinfo

### INTELLECTUAL PROPERTY RIGHTS (IPR) IMMATERIELL RÄTTIGHET

- ✓ Registrerade

#### EXEMPEL

- Patent
- Varumärke
- Design
- Upphovsrätt
- Domännamn

#### IA, IP & IPR

**Ett sätt att diskutera** kring immateriella värden och de tillgångar som utgör ett spel-IP är genom begreppen Intellectual Asset/Immateriell Tillgång, Intellectual Property/Immateriell Rättighet och Intellectual Property Right/Immateriell Registrerad Rättighet. IA, IP och IPR.

Dessa begrepp används för att beskriva immateriella tillgångar med olika grad av konkretisering och kontroll. Förenklat kan man se det som att det är skala där IA är relativt odefinierat och IPR är tydligt definierat i en registrerad rättighet. Inom ett spelutvecklingsprojekt kan de tillgångar som man bygger upp identifieras och utvärderas från dessa tre grupper. Genom att använda denna modell för hur man klassificerar/grupperar de tillgångar man bygger upp blir tillgångarna tydliga både internt och extert.

#### INTELLECTUAL ASSETS

- Förläggaravtal
- Vissa individer i utvecklingsteamet
- Utvecklingsprocesser

#### INTELLECTUAL PROPERTY

- Instruktioner för utvecklingen av spelet. Hur ska känslan vara, hur ska svårigheten vara etc.
- Kod
- Level editor och andra specifika utvecklingsverktyg
- Designmanualer kring hur grafiken ska vara i spelet
- Databas över användarna, analyser av spelbeteendet i spelet
- Registrerade varumärken

#### INTELLECTUAL PROPERTY RIGHTS

- Registrerade varumärken
- Upphovsrätt till spel och grafik (på vissa marknader registrerad sådan)
- Domännamn
- Patent (sällsynt för spel)



## VÄRDERA TILLGÅNGARNA FÖR PROJEKTET

Alla tillgångar som man har identifierat har ett visst värde för projektet. Ett sätt att utvärdera varje identifierad tillgång är att titta på perspektiven "hur värdefullt/viktigt är tillgången för projektet" och "hur god kontroll har vi över tillgången". Med dessa två värden som utgångspunkt kan man få en bild av vilka värden som har högst värde och sedan definiera vilka aktiviteter som krävs för att öka kontrollen över tillgångarna med högst värde för projektet.

Kontroll över tillgångarna är viktigt framför allt för att det värde man bygger upp ska bibehållas och inte utan tillåtelse utnyttjas av någon annan. En sökning idag i App Store på spelet "Farmville" ger minst 10 olika spel, som inte är Zyngas *Farmville*, utan mer eller mindre lika kloner. I detta fall är risken stor att den som inte är insatt kommer att ladda ner ett annat spel i tron att det är *Farmville*, bli besviken och med uteblivna intäkter för utvecklaren som följd.





Star Wars Battlefront II, DICE

### VERKTYG FÖR KONTROLL

**För att kontrollera de tillgångar** som finns i ett spel kan man använda olika verktyg. Dessa verktyg kan vara juridiska, som avtal och registrerade rättigheter, men de kan också vara i form av policys och processer.

Vilka verktyg som är lämpliga att använda måste alltid utvärderas gentemot värdet av tillgången och de specifika förutsättningarna som gäller för just det spelet, spelutvecklaren och marknaderna som man befinner sig på.

I grunden utgår kontroll från att man "äger" det man har skapat. Att se till att det som har utvecklats av bolaget faktiskt ägs och får användas av bolaget är en grundförutsättning. Det kan handla om att se till att de som arbetar i projektet är anställda i bolaget och har anställningsavtal samt att man har avtal med eventuella konsulter. Risken är annars stor att något som har skapats för spelet inte ägs och kontrolleras av bolaget, och att man på grund av bristande eller obefintliga avtal tappar värde och i vissa fall inte ens kan publicera spelet.

De vanligaste immaterialrättsliga verktygen som upphovsrätt, design, varumärke, domännamn och patent är typiskt sett liknande i hela världen och också generellt användbara för att kontrollera tillgångarna man bygger i ett spelbolag.

### AVTAL

**Det som bör ligga i grunden** är dock avtal, för att säkerställa den interna kontrollen över det man

skapar och det man inkludera i ett spel. Som nämnts tidigare handlar det om anställningsavtal och konsultavtal med de som utvecklar spelet.

Det är också viktigt att säkerställa att alla externt producerade assets såsom musik och teckensnitt får användas till det som man vill använda dem till.

Genom att ha en bra grundläggande intern kontroll över de immateriella tillgångarna säkerställer man att utgångspunkten för att uppnå extern kontroll är god.

### UPPHOVSRÄTT

**Upphovsrätt uppstår automatiskt** i och med att något skapas. Det kan vara grafik, kod eller rörlig bild som är en del av spelet. Som utvecklare har man skydd för detta utan att göra något. Det är dock viktigt att man ser till att bolaget har kontroll över de tillgångarna, antingen genom avtal eller på annat sätt. I framförallt USA och Kina kan man registrera upphovsrätt och på så sätt göra det till en tydlig IPR-tillgång i bolaget. Genom att ha en eller flera registrerade upphovsrätter skapar man som utvecklare en tydlig rättighet att luta sig emot, om man vill hävda att någon har kopierat eller på annat sätt utnyttjar det man har skapat. Det är också tydligare för en investerare att se att bolaget har kontroll över de rättigheter som har skapats för, och ingår i, spelet.



### **VARUMÄRKE & DOMÄNNAMN**

**Som nämnts tidigare** är några av de viktigaste värdena i ett spel en del av dess brand. Det kan handla om namnet, logotypen, viktigare karaktärer eller figurer som finns med i spelet. Det finns två perspektiv som är viktiga att beakta kring varumärken:

- Är bolaget fritt att använda varumärket på de marknader som är relevanta?
- Kan bolaget hindra andra från att använda varumärket på dessa marknader?

**Den första frågan** utgår från om det finns någon som redan har registrerat det aktuella varumärket, eller rent praktiskt att relevanta domännamn redan är tagna. Detta kan bli ett reellt problem för ett spelbolag som har investerat mycket i ett namn för sitt projekt och senare inser att det inte går, eller att man inte får, använda namnet på det sätt som var tänkt. Detta kan lösas genom att man i förväg, eller i ett tidigt skede säkerställer att namnet kan/får användas som tänkt, innan man investerar i det aktuella namnet på spelet eller på huvudkaraktärerna.

Den andra frågan är riktad mot vem som har kontrollen över varumärket. Spelutvecklaren behöver ha detta så att inte obehöriga får använda det för sitt egna spel eller på annat sätt utnyttja det så det skadar det ursprungliga spelet. Även om ett brand kan byggas kring ett oregistrerat varumärke är det mycket svårare att säkerställa kontrollen över det. Varumärken registreras per land och de länder som är potentiellt viktiga marknader bör alltid

övervägas. För grundläggande skydd bör typiskt sett EU, USA och Kina alltid vara med när det gäller spel som har utvecklats i Sverige med en global lanseringsplan.

### **DESIGN**

**Designrättigheter skyddar** ett utseende, en design. Det är ett verktyg som används av vissa spelutvecklare och fungerar typiskt sett väl för att hantera specifika UX-lösningar eller miljöer. Det är en registrerad rättighet (finns även som begränsat oregistrerat skydd) som hanteras i varje land. Vilka länder och på vilka sätt detta bör användas är beroende på analysen kring vilka de viktiga tillgångarna är och hur de i övrigt är kontrollerade.

En registrerad designrättighet kan vara ett bra verktyg för att stoppa kloner av spelet, eller för att stoppa spel som har kopierat ett specifikt element till sitt eget.

### **PATENT**

**Patent är ett etablerat verktyg** för att kontrollera en teknisk uppfinning. Även om det i många fall av spelutveckling inte är ett relevant verktyg – det kan bero på att spelets livslängd är kort eller att det helt enkelt inte går att patentera tillgångarna i spelet eftersom de inte är tekniska till sin natur – så finns det de gånger där det är relevant att beakta.

För de spelutvecklare som ligger i gränslandet mellan ren spelutveckling och tekniska lösningar såsom VR och ny hårdvara kan det mycket väl vara ett bra verktyg för att kontrollera delar som kan användas i många spel och av andra i branschen.

# CHECKLISTA FÖR IP I ETT SPELUTVECKLINGSPROJEKT

**En checklista** som kan användas i spelutvecklingsprojekt av olika storlekar för att säkerställa och stärka kontrollen av de immateriella tillgångar som skapas inom spelutvecklingen. Varje beslut bör självklart vägas mot kostnaden för investeringen, men man kan komma långt med små medel.

## TIDIGT I UTVECKLINGEN

- Säkerställ intern kontroll och ägande i avtal, av de assets som utgör spelet och dess brand.
- Säkerställ att det namn som ska användas för spelet kan användas på de marknader som är relevanta. Hela världen, EU, USA, Kina? Är relevanta domännamn lediga?
- Överväg att registrera namnet på spelet som varumärke redan nu (beroende på budget och namnprocess). Registrera relevanta domännamn. Registrera relevanta konton på sociala medier.
- Säkerställ att spelet inte riskerar att anklagas för att ha kopierat skyddade element från tidigare spel.

## INNAN SPELET SLÄPPS

- Lämna in en upphovsrättsregistrering i USA (och ev. Kina) för det färdiga spelet.
- Överväg att varumärkesregistrera namnet och logotypen om det inte redan är gjort. Säkerställ att kontroll finns på relevanta marknader.
- Identifiera de huvudsakliga immateriella tillgångarna för det färdiga spelet. Säkerställ att de kontrolleras på relevant sätt och ta steg för att säkra kontrollen vid behov – till exempel genom att registrera vissa av dem som design eller varumärken och specificera hur dessa tillgångar får användas internt och externt av tredje part. T.ex. Får fans göra "let's play videos"? Får de tjäna pengar på det?
- Överväg andra former av registrerat skydd och andra länder där kontroll är relevant.

## NÄR SPELET ÄR SLÄPPT

- Säkerställ att de mest värdefulla tillgångarna för spelet och spelets brand fortfarande är inom den kontinuerliga kontrollen.
- Bevaka och följ upp hur tillgångarna används av tredje part – fans, avtalspartners och förläggare. Följer de avtalen som ni har?
- Utarbeta en policy och process för hur generella kopior/kloner ska hanteras. Utvärdera om de har kopierat delar som är kontrollerade och skyddade och gör en plan för hur det i så fall ska hanteras.

## PRV OCH RÅD TILL SPELUTVECKLARE

**Patent- och registreringsverket**, PRV, har i nära samarbete med Dataspelebranschen och våra medlemmar, tagit fram ett informationsmaterial riktat direkt till spelutvecklare som går djupare in på hur lagar och regler fungerar, vad man skall tänka på i olika faser av spelutveckling, bolagsbyggande och immaterialrättsdjungeln. PRV vill höja kunskapen om värdet i immaterialrätten, och göra spelutvecklare rätt rustade. Materialet går igenom processer för konceptutveckling, produktion, anställning, rådgivning, avtalssituationer och marknadsföring. Det är ett brett paket med grundläggande fakta och intervjuer med medarbetare i spelbranschen, och går igenom hur dessa skapat affärsnytta och tillväxt genom smart hantering av sina immateriella tillgångar,

På [prv.se/spelutveckling](http://prv.se/spelutveckling) finns hela guiden.



# FRÅN IDÉUTVECKLARE TILL SPELSTUDIO

Med Johan Toresson, affärsutvecklare, Gameport

**S**pelutvecklare kommer till en inkubator för att de vill göra ett visst spel. De har stort produktfokus och vill lägga all tid på att polera idén tills den känns perfekt. Efter det kan man tänka sig att intressera sig för marknadsföring, och sedan ta spelet till marknaden. Ungefär så långt sträcker sig planen initialt. Det blir lite av en ingenjörsförbannelse. Jobbet som inkubatorer och dylika institutioner har är ofta att hjälpa spelutvecklaren att lyfta ögonen från produkten och börja se spelet som ett verktyg för att skapa ett hållbart företag med målet att kunna arbeta med spelutveckling över en lång tid framöver. Nedan följer en kort sammanfattning hur Gameport arbetar med att ta bolag från spelidé till investeringsbart företag.

## UTVÄRDERING

**Innan ett team kommer in** hålls ett antal möten där man går igenom spelets kärnmekanik, koncept och teamstruktur. Dels för att lära känna teamet men framför allt för att bilda en uppfattning om deras driv och exekveringsvilja. En grundläggande produktions- och handlingsplan sätts upp för att alla inblandade ska ha något att förhålla sig till. Det är också ett tillfälle att uppskatta självinsikt i förmåga hos teamet, samt se vad som är en rimlig tid tidsuppskattning inför framtiden. I bästa fall ska de potentiella bolagen (prospects) vid samma tillfälle ha möjlighet att möta ett eller flera aktiva företag från branschen, och få tid att diskutera med dem för att sedan kunna ge extern input tillbaka till inkubatorn, samt ge prospects en chans att förhöra sig om verkligheten från folk med gravitas inom området.

Gameport använder sig också utav ett tävlingsformat med externa jurymedlemmar, allt från förläggare till utvecklare och journalister, där team ställer upp med ett spelkoncept och prototyp. Vinner man denna tävling får man förtur in i inkubatorn, samt en mindre summa i utvecklingsstöd som delas ut vid avklarade delmål till exempel när det finns en polerad prototyp, så kallad vertical slice.

## INKUBATIONSFASER

**Väl antagen till inkubatorn** börjar den första inkubationsfasen. I den finns det fasta workshops där det fokuseras på företagsekonomi, team och management, marknadsföring, sälj och affärsmodellering för att ge företagen kött på benen nog för att kunna hantera marknaden när de lämnar inkubatorn, samt göra dem redo för en investering. Den här fasen är runt fyra månader lång. Under denna tid är målet på produktsidan att ta fram en investerbar produkt – allt som oftast en väldigt polerad prototyp (vertical slice). Spelet marknadsställs genom utställning på olika typer av konsumentmässor. I flera fall har Poznan Game Arena med +50 000 konsumenter på plats varit den första internationella. Samt i mindre lokala test på "hemmaplan". Målet med den första fasen är att man ska kunna driva, marknadsföra och förstå företagets ekonomiska position på marknaden samt ha lärt sig hur man visar upp och pitchar sin produkt och sitt bolag för slutkund.

**I den andra inkubationsfasen** flyttas fokus nästintill helt mot lansering. Antingen lanserar teamet spelet på egen hand genom självfinansiering, eller så hittar de en förlagspartner eller en investering som kan bekosta lanseringen. I

inkubatorn genomförs flera workshops som individanpassas mot bolagen. Alla har tyngden mot pitchning, marknadsverifiering och rekrytering. Detta innebär ofta resor till pitch and match-tillställningar som Nordic Game Conference, Game Connection/GDC San Francisco, Gamescom i Köln eller Paris Games Week, liksom löpande kontakt med olika plattformsägare som Nintendo, Sony och Microsoft beroende på företagets produktstrategi. Denna fas pågår i upp till 12 månader, med avstämningsmöten för att avgöra om samarbetet mellan bolaget och inkubatorn ska fortskrida eller inte.

**Om bolaget** nått en tillräckligt hög ekonomisk trygghet och affärsmässig mognadsgrad påbörjas en exit-fas som får ta upp till 3 månader. En sådan fas kan inledas om man till exempel har säkrat

en projektpartner, en förlagspartner eller en investering.

Löpande under samtliga faser ingår också löpande möten och avstämningar med affärsutvecklare för att så snabbt som möjligt ta sig framåt. Varje kvartal sker avstämningsmöten där beslut om fortsatt samarbete tas.

Ett företag kan få fortsatt sporadiskt stöd som alumni, till exempel vid nya investeringar eller specifika nyckelhändelser, som med marknadsföringsstrategin, eller om det behöver lösas upp knutar i teamet. Förhoppningen är givetvis att bolaget sedan är starkt nog att stå på egna ben, och kan vara en förebild för nya bolag i inkubatorn.

*AER: Memories of Old* utvecklades av Forgotten Key, ett bolag som kommer från inkubatorn Gameport. Almi Invest investerade en miljon kronor i Forgotten Key år 2016<sup>34</sup>



## OFFENTLIGA INVESTERINGAR I SPEL

**S**verige har få stödstrukturer som riktar sig till spelutvecklingsföretag, men några företag har tagit emot investeringar och stöd från institutioner som Almi och Vinnova, och på europeisk nivå finns det ett spelstöd i ramen för Kreativa Europas mediaprogram. Störst enskild betydelse för svensk spelutveckling har dock det Nordiska dataspelsprogrammet haft. Det är nu nedlagt. I andra delar av världen utmärker sig Finland med investeringsprogram i Tekes liksom flera kanadensiska delstater, däribland ett IP-stöd i Quebec.

### NORDISKA DATASPELSPROGRAMMET

**Mellan 2006 och 2015** delade det Nordiska dataspelsprogrammet ut 65 miljoner kronor<sup>34</sup> till 112 nordiska spelprojekt. Programmet finansierades av Nordiska ministerrådet, och bland de svenska bolag som fick stöd av programmet märks till exempel Tarsiers *Little Nightmares*<sup>35</sup> och Starbreeze spel *Brothers*<sup>36</sup>. Båda spelen har hyllats av kritiker, och för Tarsier var stödet en bidragande faktor till att kunna behålla ägandet av IP och satsa på utveckling av egna titlar.

Genom åren fick 31 svenska spelprojekt dela på knappt 17 miljoner<sup>37</sup>. Det innebar en relativt liten summa pengar för varje enskilt projekt, men för flera bolag desto mer betydelsefull. Zordix, Image & Form och Zoink har alla fått stöd ur programmet och efter det kunnat skapa nya originella speltitlar. Ett annat exempel är Frictional Games som 2008 fick stöd för utvecklingen av sitt första spel, och har sedan dess gjort världssuccé med bland annat *Soma*. 2016 omsatte Frictional drygt 33 miljoner och hade 9 personer anställda.

Kraven för att vara aktuell för stödet var att man drev en fristående spelstudio, själv ägde IP:t man

sökte pengar för och översatte spelet till minst ett nordiskt språk<sup>38</sup>. Ansvarig för programmet, Erik Robertson, räknar med att en bra bit över hälften av alla finansierade projekt blev färdigutvecklade publicerade spel.

Det var hårt tryck på Nordiska dataspelsprogrammet. I snitt var det 12 ansökningar<sup>39</sup> per beviljat projekt, och ur dessa bedömde sedan sakkunniga experter vilka som skulle få stöd. När projekten var beviljade förhandlades ett kontrakt med tidsplan fram där en del av stödet betalades ut vid start, en del vid en halvtidsavstämning, och en del när projektet var klart. Den huvudsakligt viktigaste bedömningspunkten vid avstämningarna var att det fanns körbar kod – det vill säga en spelbar prototyp av projektet som kunde testas.

Kombinationen av relativt lite byråkrati och stor branschkunskap gjorde stödet till ett gott exempel på hur en jämförelsevis liten summa pengar ändå kunde göra skillnad för den svenska spelbranschen.

### IP-UTVECKLING I QUEBEC

**Kanadensiska delstaten Quebec** har ett program för att utveckla nya IP i den lokala spelbranschen.<sup>40</sup> Stödprogrammet är en projektfokuserad fond och är en investering i ett specifikt IP i stället för i ett bolag, och det krävs att bolaget är baserat i delstaten för att man skall kunna söka. Stödet ges enbart till projekt där det finns en spelbar prototyp, för spel som riktar sig till en global marknad, och när intäkterna beräknas täcka kostnaderna inom fyra år.

Stödet uppgår till maximalt 35 % av utvecklingskostnaderna och kan ge mellan 1-20

34 Stödet summeras till 48,5 miljoner danska kronor, omräknat till SEK den 15/11-2017

35 *Little Nightmares*, Tarsier Studios, 2017

36 *Brothers: A Tale of Two Sons*, Starbreeze, 2013

37 Stödet till svenska bolag summeras till 12,65 miljoner danska kronor, omräknat till SEK den 15/11-2017

38 I den västerländska spelbranschen har engelska alltid varit huvudspråk, och många spel översätts inte till nordiska språk.

39 Av 1345 ansökningar beviljades 112 projekt. Två av projekten fick stöd två gånger.

40 Läs mer om stödet här: <http://www.investquebec.com/quebec/en/financial-products/all-our-solutions/development-of-quebec-intellectual-property-in-the-video-game-industry.html>



miljoner kronor, mot en andel i det aktuella projektet. Stödet är också flexibelt, vilket till exempel innebär att man under projekttidens gång kan beviljas återinvestering om man samtidigt har en privat investerare som täcker upp resterande 65 procent.

Quebecs program för IP-utveckling kom till när delstaten drastiskt skar ner på de skatteavdrag som bolag i alla branscher kunde ta del av. Efter protester fick spelbranschen behålla avdraget, och en satsning på nästan 100 miljoner kronor<sup>41</sup> gjordes för att investera i Quebec-ägda spelstudior. Programmet drivs av Invest Quebec.

**Tanken bakom programmet** var att det dels skulle vara riskfritt för Quebec att göra investeringarna, eftersom varje investering krävde att bolaget hade 65 % i egen insats, eller i insats från andra investerare. En sådan modell, ”matching funds”, innebär att det behövs en marknadsaktör som avgör risken, och att offentliga pengar enbart går in som en mindre andel. Jason Della Rocca som var med och utformade fonden menar att delstatens andel också skulle tjäna som motivation för spelföretaget att själva behålla kontrollen över IP:t och således på sikt kunna vidareutveckla det, eftersom ägandet av IP:t var ett av kraven för att kunna få del av pengarna.<sup>42</sup>

Nackdelarna med programmet är att det krävs en relativt stor insats från spelföretaget i fråga för att kvalificera sig för programmet, samt att Invest Quebec inte har något tak på sin andel av den framtida vinsten, utan kräver ut den fulla vinstandelen av vad de investerat. Kombinationen av dessa två krav gör att de minsta företagen som kanske har störst behov av programmet inte kvalificerar sig, och för de mer etablerade är det inte lika intressant eftersom det kan äta upp en stor del av den framtida vinsten. Det har också gjorts att fonden inte använts så mycket som förväntat.

## **SKENE - EN DEL AV TEKES**

**Skene var ett program** i den finska forsknings- och innovationsmyndigheten Tekes mellan 2012 och 2015. Skene riktade sig specifikt till spelutvecklingsföretag och delfinansierade spelutvecklingsprojekt med 30 miljoner euro. Under samma period investerade privata aktörer 90 miljoner euro i spelföretag, och i slutet av programmet omsatte den finska spelbranschen ett par miljarder euro. Genom programmet kunde spelföretag matcha privata investeringar med ”mjuka lån”, det vill säga lån med låg ränta där Tekes gick in och säkrade återbetalningen vid eventuell konkurs. De som blev antagna fick även expertstöd för internationella relationer. Skene är i dag avslutat som spelbranschspecifikt program, men det går fortfarande att söka stöd genom Tekes.

## **STÖD TILL UTVECKLING AV DATASPEL GENOM KREATIVA EUROPA**

**Kreativa Europas Media-program** utlyser årligen ett europeiskt utvecklingsstöd till spelutveckling<sup>43</sup>. Kravet är att det sökande bolaget har tidigare erfarenhet av att göra spel, att spelprojektet man söker för är ett narrativt spel och att det håller hög nivå på originalitet, innovation och kreativitet. Slutprodukten skall vara kommersiellt gångbar. Stödet kan inte uppgå till mer än 50 % av bidragsberättigade kostnader, och beloppen som betalas ut är mellan 10 000-150 000 Euro. År 2017 sökte nio svenska företag stödet, och ett projekt blev beviljat.

Danska Kreativa Europas Media-desk har tagit fram en sammanställning, Games Funding Guide, över hur branschstödet ser ut i olika europeiska länder.<sup>44</sup>

41 Totalt uppgår satsningen till 15 miljoner kanadensiska dollar

42 Intervju med Jason Della Rocca, 5/9 & 24/11, 2017

43 Läs mer om stödet här: <http://www.filminstitutet.se/sv/sok-stod/kreativa-europa/vara-stod-utlysningar-och-deadlines/stod-till-utveckling-av-dataspel/stod-till-dataspel2/>

44 Games Funding Guide 2016, [http://www.dfi.dk/Branche\\_og\\_stoette/Creative-Europe-Desk/Stoette/Andre-internationale-stoetteordninger/Games-Funding-Guide.aspx](http://www.dfi.dk/Branche_og_stoette/Creative-Europe-Desk/Stoette/Andre-internationale-stoetteordninger/Games-Funding-Guide.aspx)

## ATT INVESTERA I SPEL

**D**et finns få etablerade aktörer i Sverige som investerar mindre belopp i spelbranschen. Det kostar ofta för mycket för privata investeringsbolag att hantera små investeringar, och sedan det Nordiska dataspelsprogrammet lades ner finns det heller inga offentliga aktörer som kan fylla det hålet. Några traditionella investmentbolag som Spiltan och Swedbank Robur har investerat i etablerade spelföretag som Paradox och THQ Nordic.

Tack vare flera framgångssagor i den svenska spelbranschen har antalet investbolag med

branschkompetens ökat. Nordisk Film Games, Goodbye Kansas och Raw Fury är tre exempel med olika profil bland investeringarna. Nordisk Film Games gör i dagsläget enbart större investeringar på minst tio miljoner kronor. Under 2017 gick de in med hundra miljoner kronor i Stockholm- och New York-baserade Avalanche Studios. Goodbye Kansas Game Invest hade 2017 en portfölj med sju spelföretag, varav en är en egen VR-studio. Raw Fury kallar sig själva för en (un)publisher, och engagerar sig enbart i projekt som de har passion för, och som på något sätt är nyskapande.

## SKILLNADEN MELLAN SPELSTARTUPS OCH IT-STARTUPS

- Tech startup
- Painkiller
- Entrepreneur
- Change the world
- Customer focused
- Money aware
- Exit!

- Game startup
- Pleasure provider
- Creator
- Entertain the world
- Community focused
- Money averse
- What?

**Martin Walfisz** på Nordisk Film Games<sup>45</sup> menar att investerare som är vana vid "vanliga" techbolag eller närliggande branscher behöver förstå spelstudios bättre och hur drivkrafterna hos entreprenörerna bakom ofta skiljer sig. Samtidigt behöver spelbolag bli mer medvetna om hur techbolagen arbetar, för det finns en hel del man kan lära sig från dem, inte minst hur man möter och pratar med investerare. Branschkunniga investerare tittar på olika saker än traditionella investerare, och kan också ha olika syften med sina investeringar, men framför allt ser riskanalysen olika ut. Båda typerna av investerare vill minimera risk, men man utgår från olika faktorer. Enligt Stefan Hultstrand på Grant Thornton är tillväxten

stark för spelbranschen, men ingen vet när marknaden blir mättad, och det kan lätt uppfattas som omogen. Ekonomisk teori säger att det kommer att ske förr eller senare. Mogna branscher, som till exempel telekom, har striktare rutiner och observerar trender mer systematiskt. Därför skiljer sig också olika investerare i sina insatser. De flesta riskkapitalister vill sälja så fort som möjligt, oftast i praktiken efter cirka 5-7 år. Affärsänglar är lite annorlunda, de kan bli förälskade i produkten och då är de uthålligare.

Genom att fler får kunskap om hur branschen fungerar kan antalet privata investeringar i branschen öka, och genom att titta på de

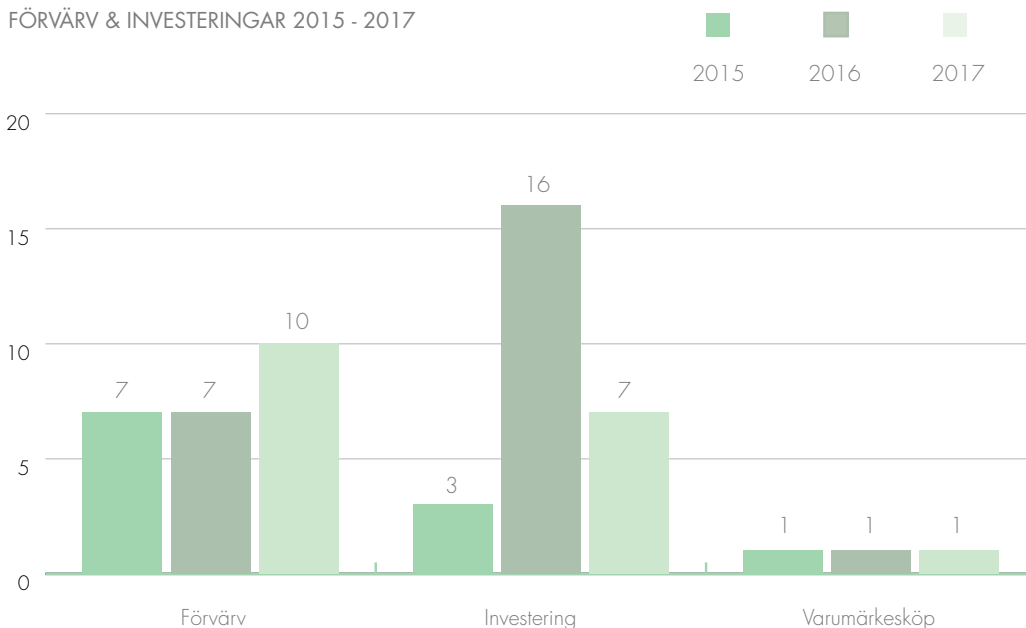
# Det finns bara en kategori som är kapabel att investera i spelbranschen, och det är spelbranschen själv

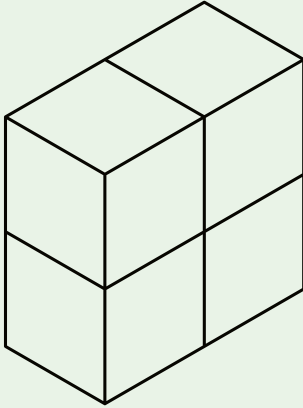
– Erik Robertson, Nordic Game

investeringar som har gjorts hittills, och vilken typ av affärer det varit. Antalet investeringar var stort under 2016, men hela förvärv ökade 2017, vilket också är ett tecken på att fler investerare i spelföretag har gjort någon form av exit. Att fler spelföretag går på börsen ger också möjlighet att få tillbaka investerat kapital, antingen som löpande avkastning, eller genom att lättare få en marknadsvärdering av sitt innehav.

Av de 53 analyserade spelaffärerna är 24 stycken, knappt hälften, rena förvärv. 26 stycken är investeringar i olika faser av bolagens skeden, och tre affärer är rena varumärkesköp där bolaget inte varit en del av affären. Bland den stora mängden investeringar år 2016 finns bland annat fyra investeringar som Goodbye Kansas nystartade investmentsbolag genomförde för att bygga upp sin portfölj med spelutvecklingsföretag.

FÖRVÄRV & INVESTERINGAR 2015 - 2017





## ORDLISTA FÖR INVESTERINGSRUNDAN

Om man på allvar vill ta in investerare som blir delägare i bolaget behöver man läsa in sig i terminologin. Här är några vanliga ord och begrepp som är bra att ha koll på.

**Equity / Eget kapital** – Skillnaden mellan företagets tillgångar och skulder, de ekonomiska medel ett företag har att röra sig med

**Aktier** – Andel i ett aktiebolag

**Aktiekapital** – Det kapital aktiebolagets ägare har tillskjutit bolaget

**Pre-money-värdering** – Värderingen av ett bolag före en investering

**Post-money-värdering** – Värderingen av ett bolag efter en investering, räknas ut genom att lägga ihop Pre-money-värderingen med beloppet som investeras

**Market cap / Börsvärde** – Market cap står för "Market capitalization", eller börsvärde på svenska. Det är det totala kursvärdet för alla aktier sammanslaget i ett bolag.

**P/E ratio** – P/E ratio (ibland PER) står för Price-earnings ratio och räknas ut genom att dela den aktuella aktiekursen med vinsten per aktie

**Call option / Köpoption** – I bland kallad enbart "call" är ett avtal mellan utfärdare och innehavare om rätten att köpa (aktier) till ett förutbestämt pris enligt specifikationer i avtal.

**Warrant** – Ett värdepapper som ger innehavaren rätten att köpa eller sälja en tillgång till ett bestämt pris i framtiden, skiljer sig juridiskt mot optioner, och har ofta längre löptid.

**Term sheet** – Ett förberedande dokument, oftast inte bindande, som går igenom villkoren för att en investering skall ske

**Exit** – Det tillfälle när en investerare säljer sina andelar av det företag hen investerat i. Det kan till exempel vara vid en börsnotering, eller när företaget köps upp av en större part.

**Dividends / Aktieutdelning** – När tillgångar från ett aktiebolag delas ut till dess ägare, till exempel genom att årligen dela ut en del av bolagets vinst.

**Cap table** – Lista över ägande, bolagskapital och de investeringar som skett vid varje investeringsrunda  
**Venture Capital (VC)** – En form av riskkapital som investeras i unga bolag i tidiga utvecklingskedan

**Omsättning** – Den totala försäljningen under en tidsperiod, oftast räknat per år. Kan benämnas som sales, turnover eller revenue på engelska.

**EBIT / Rörelseresultat** – EBIT är Earnings Before Interest and Taxes, och står för företagets vinst före räntor och skatter.

**EBITDA** – Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization, och står för företagets rörelseresultat före nedskrivningar och avskrivningar.

## INVESTERARENS RÅD TILL UTVECKLARE

**M**artin Walfisz är veteran i den svenska spelbranschen. Han grundade Massive Entertainment för över 20 år sedan (1997), sålde bolaget till mediakonglomeratet Vivendi fem år senare (2002), stannade kvar som vd, och var med och genomförde bolagstransaktionen till nuvarande ägaren Ubisoft år 2008. Efter tiden på Massive grundade och drev han spelstudio Planeto, och i dag är han senior partner på Nordisk Film Games – den del av Egmont Nordisk Film som arbetar med investeringar i spelutvecklingsbolag. Walfisz har genom hela sitt entreprenörskap haft ett stort engagemang i branschutveckling. Han är grundare av och hedersmedlem i branschföreningen Spelplan-ASGD, och ordförande i Game City Southern Sweden som arbetar för att främja spelutveckling i Skåne och Blekinge.

Genom åren har Walfisz gjort otaliga företagspresentationer, han har i sitt branschengagemang coachat unga entreprenörer som presenterat sina idéer till investerare, och i sin roll som investerare har han lyssnat på och tagit ställning till spelidéer och bedömt investeringspotential i projekt och bolag. Han har suttit med på båda sidor om bordet och vill här dela med sig av sina erfarenheter. Med mer kunskap om hur spelbranschen fungerar kan investerare visserligen fatta bättre beslut själva, men spelutvecklare behöver också lära sig att komma till poängen och bättre förstå hur man skall presentera sin idé, sitt företag eller projekt.

**Det finns få etablerade** aktörer i Sverige som investerar mindre belopp i spelbranschen. Det kostar ofta för mycket för privata investeringsbolag att hantera små investeringar, och Martin menar att det är ett hål som offentliga aktörer delvis kan fylla. Nordisk Film Games gör i dagsläget enbart större investeringar på minst tio miljoner kronor.

Under 2017 gick de in med hundra miljoner kronor i Stockholm- och New York-baserade Avalanche Studios.

Men om de trots allt skulle investera i ett nystartat bolag som aldrig släppt ett första spel, vad hade varit viktigast att titta på då? Martin svarar: ”På Nordisk Film Games investerar vi genom att köpa aktier i bolag. Därför är teamet den absolut viktigaste faktorn. Skulle vi investera i ett bolag som aldrig släppt ett spel så vore det för att vi inte vill missa teamet; rimligen för att de har stor erfarenhet från tidigare framgångsrik spelutveckling. Nästan lika viktigt är vilken långsiktig vision och tanke man har för sitt bolag. ’Vi vill göra ett grymt konsolspel’ räcker inte som vision, man måste kunna tänka längre än det första spelsläppet och ha en tydligare bild av vilken sorts spel man vill göra i framtiden. Men till sist är såklart det första spelet viktigt för att en investering ska bli av. Det kanske inte blir den största framgången för bolaget, och vi investerar alltid långsiktigt, men det ska finnas någonting där för att vi ska känna att vi kan investera.” Martin fortsätter, ”Teamet måste kunna presentera sitt spel på ett sätt som förklarar varför det är ett bra spel. Fyra personer kan inte göra ett nytt AAA-spel, men de kan göra ett mindre spel, eller en prototyp, som är lite mer unikt än bara en klon av något som redan finns.”

**Walfisz menar att** spelbolag sällan ser ett starkt IP-skydd som kritiskt för verksamheten, men det är fortfarande viktigt att tänka på. Patent är relativt ovanliga, i stället skyddar man sina tillgångar på i huvudsak tre sätt. Det första är att spelen, i helhet och i sina beståndsdelar, skyddas av upphovsrätt. Det andra är att man ser till att i alla avtal med anställda och konsulter skriva över alla kommersiella rättigheter för det man producerar till företaget. Det tredje är varumärkesregistreringar,

## *A great way to generate original ideas for your business is to look for weird combinations. Most new ideas are really combinations of other ideas*

– Paul Sloane, författare till *Think Like an Innovator*

något som ofta kommer vid lansering, eller när en lansering börjar ta fart och det blir finansiellt möjligt. För små indieutvecklare kan varumärkesregistreringar vara för dyra och därmed mindre relevanta från början, medan lite större bolag i praktiken alltid registrera kommande varumärken i förväg.

### **VAD INVESTERARE ÄR INTRESSERADE AV**

**Martin förklarar** vidare och sätter upp tre viktiga faktorer som han är intresserad av som investerare. Han berättar: "Jag tittar på teamet, visionen och spelen. Precis i den ordningen. Dessa tre delar behöver uppstartsbolag ha tänkt igenom, och berätta om när man talar med investerare och presenterar sitt företag." Han menar att många unga företag gärna visar tio presentationsbilder om sitt nya häftiga spel, men glömmer bort teamet och hur man tänker sig att bolaget skall utvecklas i framtiden. "Gör man en tio sidors företagspresentation ska kanske tre handla om spelet, resten ska handla om teamet, visionen, bolagets historik och hur man bygger affären framåt."

**Ett svårare råd** att följa, men som kan vara viktigt att förstå, menar Martin, är att kontinuerligt fundera på sin cap table (ägarfördelning) om man tar in investerare som tar aktieandelar. Om

grundarnas ägarandel späs ut för snabbt, kanske till under femtio procent, så blir det svårare för en professionell investerare att i ett senare läge fatta beslut om att investera. För en investerare som Nordisk Film Games är det viktigt att grundarna äger så mycket som möjligt. Martin tillägger: "Vi är övertygade om att grundarnas motivation att ta sig igenom stora bekymmer ökar ju mer de äger."

Martin menar att investerare som är vana vid "vanliga" techbolag eller närliggande branscher behöver förstå spelstudios bättre och hur drivkrafterna hos entreprenörerna bakom ofta skiljer sig. Samtidigt behöver spelbolagen bli mer medvetna om hur techbolagen arbetar, för det finns en hel del man kan lära sig från dem, inte minst hur man möter och pratar med investerare. Till exempel finns det ofta en pedagogisk utmaning i att förklara sin spelidé för investerare, och då kan det vara en god idé att jämföra med andra spel och befintliga koncept. Investerare med spelbranschfarenhet, jämfört med investerare utan branschkunskap, kommer att värdera spelidén på olika sätt. Martin säger att även om företagsidén är att satsa på ett enda spel uppbyggt som en kontinuerlig tjänst ('game-as-a-service') inom en viss genre, som till exempel e-sport eller MOBA, så visar man ändå att man har en tanke med sitt bolag. "Det kanske inte är en så unik idé, men det är ändå en ram som man kan jobba utifrån, och då kan man efter hand hitta den unika spelidé som utgår från det."

*Creativity is just connecting things. When you ask creative people how they did something, they feel a little guilty because they didn't really do it, they just saw something. It seemed obvious to them after a while*

– Steve Jobs

#### **ATT SÖKA RÄTT INVESTERARE**

**Men vad är egentligen** viktigast att tänka på när man söker investeringar? Martin svarar: ”Jag kommer ju från aktieinvesteringshållet som skiljer sig från rena projektinvesteringar och förlagsavtal. Ska man ta in pengar genom att sälja andelar i sitt bolag, så är det lite som ett giftermål. Båda parter ska känna att man kan trivas ihop under lång tid och ha samma agenda.” Martin fortsätter, ”Många traditionella techinvesterar har som mål att göra exit efter tre till fem år och då sälja av sina aktier. De vill göra en bra vinst, minst tio gånger investerat kapital, men spelentreprenörer vill sällan sälja så tidigt, utan ofta fortsätta att bygga ett bra bolag. Om investerare vill sälja av för att göra en snabb vinst kan det krocka med grundarnas visioner om att behålla ägandet. Man vill kanske helt enkelt inte släppa ifrån sig sitt företag och de spel man varit med och skapat. Vi, Nordisk Film Games, investerar i stället så långsiktigt att vi räknar med att över tid få en rimlig avkastning genom utdelning. Många riskkapitalinvesterar ska stänga sina fonder efter ett visst antal år, men den typen av krav har inte vi. Det är väldigt viktigt att förstå investerarnas syfte och motiv innan man tar emot finansiering.”

**Men vad ska man** mer känna av innan man tar emot pengar av potentiella investerare? Jo, Martin menar att om man ska lyckas med att ta in en branschkundig investerare, så behöver man alltid ha ett komplett paket: rätt team, en långsiktig vision

och en intressant spelidé. Misslyckas man med det behöver det inte betyda att ens idé är dålig, och det betyder inte att idén inte kan lyckas, men utan de tre kraven uppfyllda blir svårare att få den typen av kvalificerad investerare att gå in i företaget. Då kanske man måste leta investeringar på annat håll. Martin poängterar att man inte ska tolka ett nej från en branschkundig investerare som att man inte kan lyckas. – ”Investerare arbetar hela tiden med riskminimering och genom att titta på teamet, visionen och spelet kan man minimera risken. I bland kan oerfarna team och galna idéer få enormt genomslag utan att ha en investering i grunden, och det är fantastiskt när det händer.”

#### **MÅLGRUPP OCH ATT TÄNKA PÅ SPELAREN**

**Det är dock inte** bara investeringar eller tillgång till finansiering som behövs för att lyckas. Andra viktiga delar är målgrupp, marknadsföring och affärsmodell. Martin framhäver att vilken typ av analys som behöver göras i förväg beror på vilken målgrupp man vill nå. ”De flesta som gör spel idag har en målgrupp som redan finns och som spelar spel. Då är inte en detaljerad målgruppsanalys så viktig, för är spelet tillräckligt bra så kommer det tilltala de befintliga kunderna. Men om man gör spel till en ny målgrupp, eller en väldigt nischad målgrupp, så behöver man göra en målgruppsanalys.” Han fortsätter: ”På samma sätt

behöver man tänka på affärsmodellen. Arbetar man med klassiska modeller på befintliga plattformar så finns det 'facit' att titta på. Det är dock viktigt att ha tänkt igenom den från början. Affärsmodellen kan påverka speldesignen oerhört mycket och om man inte kan förklara sin affärsmodell så innebär det ofta att man inte heller kan förklara sin speldesign." Ekonomin i spelet är viktig enligt Martin. "Man behöver klara av att räkna på sin affärsmodell oavsett vilken typ av spel man ska göra. Jämföra sitt spel med andra i samma genre, se vad liknande spel säljer och hur mycket man kan räkna med att omsätta. Ibland vill man introducera en helt ny typ av spelupplevelse eller affärsmodell, i sådana fall behöver man lägga mer tid på att förklara modellen och räkna på det. Att jämföra med liknande spel – benchmark – är ofta en fördel när man försöker förstå potentialen i ett bolag."

### IMMATERIALRÄTT I SPELBOLAG

I spelbranschen är det få bolag som söker och använder sig av patent. Ledtiderna är långa, och prisslappen kan springa iväg. Martin ser i stället tre andra viktiga sätt för företag att skydda spelen de utvecklar. Det är varumärket, upphovsrätten och avtal med medarbetare. Är man ett litet bolag menar Martin att det kan vara klokt att vänta med att registrera varumärket innan man vet att spelet tar fart och det finns pengar att lägga på registreringar.

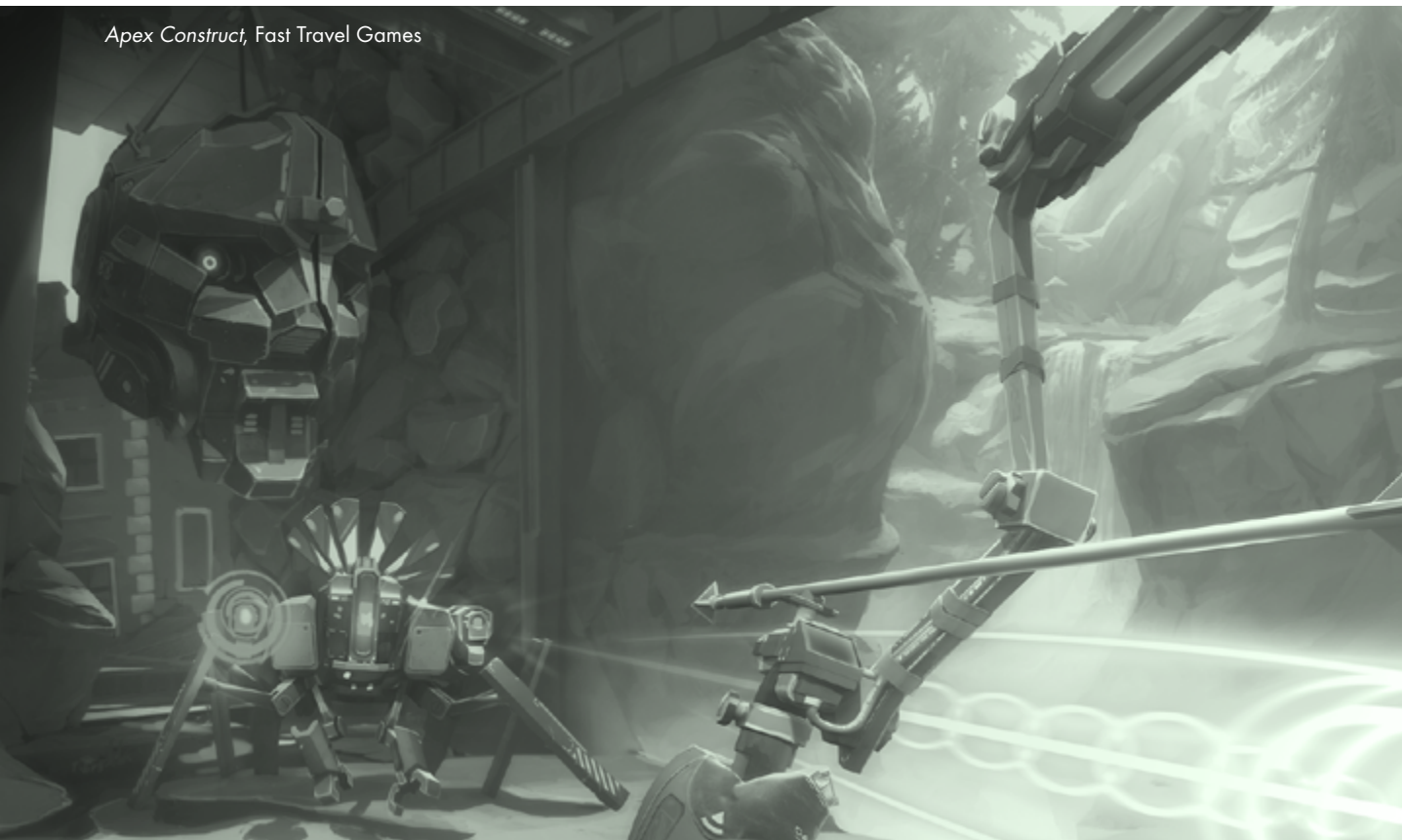
Men ska man ta in större kapital kan det vara till sin nackdel att inte ha skyddat varumärket, och det kanske behöver göras i processen. - "Det kan till och med vara så att om man inte har sina varumärken registrerade så kan det minska värdet på företaget."

### HUR MÄTER MAN UNDERHÅLLNING?

**Som Martin belyser** i sin jämförelse mellan techbolag och spelbolag, handlar spel inte om att lösa problem, utan om att underhålla. Han berättar "Som investerare tittar vi verkligen på underhållningspotentialen och möjligheten att bygga ett starkt varumärke. Det är oftast lättast att förstå genom att jämföra med något som redan finns. En branschkundig investerare har oftast lättare att förstå kombinationen av nya idéer och varför ett nytt spel kan vara underhållande. Andra investerare kan vara aningslösa när det kommer till hur spelbranschen fungerar och vilka bolag som faktiskt är bra."

Martin avslutar: "Den stora fördelen med att ha kunskap om branschen är att man har en instinkt för hur resultatet kan bli, man förstår kombinationen som gör att en företagsvision eller en speldidé kan nå framgång. Man har byggt upp den instinkten under lång tid genom en förståelse för branschens logik och hur speldesign fungerar."

Apex Construct, Fast Travel Games





## TACK TILL

Martin Walfisz, Nordisk Film Games  
Juliette Auverny-Bennetot, Paradox Interactive  
Johan Örneblad, Bergenstråhle & Partners  
Erik Robertson, Nordic Game  
Johan Toresson, Gameport  
Stefan Hultstrand, Grant Thornton  
Jason Della Rocca, Execution labs  
Vicky Xiaoyan Long, Ph.D. KTH  
Anna Engquist, PRV  
Patrick Krassén  
Carolina Zetterman

*Stick Fight: The Game*, Landfall Games



## 53 SVENSKA SPELAFFÄRER 2015-2017

Årtal	Säljare	Säljares land	Köpare	Köparens land	IP/Varumärke	Skäl för affär	Typ av affär
2015	White Wolf	Island	Paradox Interactive	Sverige	World of Darkness	IP	Förvärv
2015	Orange Grove Media	USA	Starbreeze	Sverige	The Hunt (new IP)	Strategy	Förvärv
2015	Valhalla	Luxemburg	Starbreeze	Sverige	Spelmotor	Tech	Förvärv
2015	ESEA	USA	MTG	Sverige	ESEA/e-sport	Strategy	Förvärv
2015	Dreamhack	Sverige	MTG	Sverige	Dreamhack/E-sport	Strategy	Förvärv
2015	ESL/Turtle Entertainment	Tyskland	MTG	Sverige	ESL/E-sport	Strategy	Förvärv
2015	Delinquent	UK	MAG Interactive	Sverige		IP	Förvärv
2015	Experiment 101	Sverige	Goodbye Kansas	Sverige	Biomutant	IP	Investering
2015	Snowprint Studios	Sverige	Jari Ovaskinen mfl	Sverige		IP	Investering
2015	Resolution games	Sverige	Google Ventures mfl	USA	Bait & VR-teknik	Tech	Investering
2015	Brave Tribe	Okänt	G5 Entertainment	Sverige	Brave Tribe/Farm Clan	IP	Varumärkesköp
2016	Red Fly Studio	USA	Gaming Corps	Sverige	Närvaro i USA + IP	Strategy	Förvärv
2016	ePawn	Frankrike	Starbreeze	Sverige	VR-teknik	Tech	Förvärv
2016	Nozon	Belgien	Starbreeze	Sverige	VR-studio/Tech	Tech	Förvärv
2016	Babil Games	UAE	Stillfront	Sverige	Publishernätverk	Strategy	Förvärv
2016	Toca Boca	Sverige	Spin Master	Kanada	Toca Boca	IP	Förvärv
2016	King	Sverige	Activision Blizzard	USA	Candy Crush	IP	Förvärv
2016	NovaLogic	USA	THQ	Sverige	Större IP-katalog	IP	Förvärv
2016	P Studios	Sverige	Alexander Gustaffson	Sverige	Kommande MMA-spel	IP	Investering
2016	Midnight Hub	Sverige	Pamtrina Aviation	Sverige	Lake Ridden	IP	Investering
2016	Tarhead	Sverige	Goodbye Kansas	Sverige		IP	Investering
2016	Palindrome Interactive	Sverige	Goodbye Kansas	Sverige		IP	Investering
2016	Bearded Ladies Consulting	Sverige	Goodbye Kansas	Sverige		IP	Investering
2016	Forgotten Key	Sverige	Almi Invest mfl	Sverige	Aer	IP	Investering
2016	Fall Damage	Sverige	Goodbye Kansas	Sverige		IP	Investering
2016	Poppermost Productions	Sverige	GP Bullhound mfl	Sverige	Snow	IP	Investering
2016	Unknown/Zlatan	Sverige	Isbit	Sverige		IP	Investering

Årtal	Säljare	Säljares land	Köpare	Köparens land	IP/Varumärke	Skäl för affär	Typ av affär
2016	Stunlock Studios	Sverige	Coffee Stain Studios	Sverige	Battlerite	IP	Investering
2016	Survive	Sverige	Back in black mfl	Sverige		IP	Investering
2016	Fast travel games	Sverige	Sunstone Capital	Sverige	VR	IP	Investering
2016	Funrock	Sverige	Prioritet Capital mfl	Sverige	Ethihad Al Abtal	IP	Investering
2016	Simutronics Corp	USA	Stillfront Group	Sverige	Strategispelsutvecklare	IP	Investering
2016	Paradox Interactive	Sverige	Tencent	Kina	Publishernätverk	Strategy	Investering
2016	Starbreeze	Sverige	Smilegate	Korea		Strategy	Investering
2016	505 Games	USA	Starbreeze	Sverige	Payday	IP	Varumärkesköp
2017	Pieces Interactive	Sverige	THQ Nordic	Sverige	New IP + studio	IP	Förvärv
2017	Black Forest Games	Tyskland	THQ Nordic	Sverige	Giana Sisters mfl	IP	Förvärv
2017	Enterspace AB	Sverige	Starbreeze	Sverige	VR/Location-teknik	Tech	Förvärv
2017	Dhruva Interactive	Indien	Starbreeze	Sverige	Art Studio, 350 anställda	Strategy	Förvärv
2017	eRepublik Labs	Irland/Rumänien	Stillfront Group	Sverige	Spel med lång retention	IP	Förvärv
2017	Experiment 101/Goodbye Kansas	Sverige	THQ Nordic	Sverige	Biomutant	IP	Förvärv
2017	FEO Media	Sverige	MAG Interactive	Sverige	Quizkampen	IP	Förvärv
2017	Triumph Studios	Nederländerna	Paradox Interactive	Sverige	Age of Wonders	IP	Förvärv
2017	Gamestop	USA	MTG	Sverige	Kongregate	Strategy	Förvärv
2017	Donya Labs	Sverige	Microsoft	USA	Simplygon	Tech	Förvärv
2017	Simutronics Corp	USA	Stillfront Group	Sverige	Siege: Titan Wars	IP	Investering
2017	Easy Trigger Games	Sverige	Coffee Stain Studios	Sverige	HuntDown	IP	Investering
2017	Lavapotion	Sverige	Coffee Stain Studios	Sverige	Nytt IP	IP	Investering
2017	Bublar	Sverige	Goodbye Kansas	Sverige	AR	Tech	Investering
2017	Fast travel games	Sverige	Industrifonden	Sverige	Nya VR-spel	IP	Investering
2017	Avalanche Studios	Sverige	Nordisk Film Games	Danmark	Just Cause & Hunter	IP	Investering
2017	Ghostship Games	Danmark	Coffee Stain Studios	Sverige	Deep Rock Galactic	IP	Investering
2017	Slipgate Studios	Danmark	THQ	Sverige	Rad Rogers	IP	Varumärkesköp

