

Den norske spillundersøkelsen, v.1.0

01 Feb 2012

Ved Kristine Jørgensen og Jørgen Tharaldsen på oppdrag av Produsentforeningen

Innholdsfortegnelse

1. Introduksjon	2
2. Geografisk lokalisering.....	3
3. Aktivitet og omsetning	5
Outsourcing	6
Omsetning	6
Utviklingsaktivitet.....	7
Plattformer.....	8
4. Ansatte i norsk spillbransje.....	9
5. Eierskap og investorforhold.....	12
6. Støtte gjennom etablerte ordninger i inn- og utland	13
7. Nettverk og medlemskap i interesseorganisasjoner	16
8. Norske spillselskapers målsetninger	16
9. Oppsummering.....	18
Vedlegg 1. En oppsummering av norsk spillbransje.....	19
Vedlegg 2. Titler knyttet til selskapene som svarte på undersøkelsen.....	21
Vedlegg 3. Titler knyttet til aktive selskaper som ikke svarte på undersøkelsen	27

1. Introduksjon

Denne rapporten er den første i en planlagt serie av rapporter fra Produsentforeningen om den norske spillbransjen. Som den første av sitt slag er rapporten et utforskende dokument som forsøker å gi et innblikk i det norske spillutviklingsmiljøet, uten at den samtidig skal gi inntrykk av å gi et totalbilde av situasjonen. Rapporten er dermed en ren presentasjon av den informasjonen som har kommet inn, og presenterer ingen nåværende analyse av hva denne informasjonen betyr i en større sammenheng.

Vi sendte ut surveyen til 86 selskaper. Utvalget av selskaper er basert på en relativt liberal avgrensning av hva som teller som et spillingselskap; de som har fått tilsendt surveyen er selskaper som benytter seg av ordet "spill", "game" eller "gaming" i offentlige beskrivelser av seg selv; har søkt støtte til interaktive produksjoner fra Norsk filminstitutt; eller de er registrert som medlemmer av Produsentforeningen eller spillnettverket Joingame. I tillegg må de ha, eller ha hatt, minimum en tittel under utvikling. Vi tok også utgangspunkt i Jørgensens oversikt over norske spillingselskaper (2009)¹. I tillegg spurte vi også etter tips om nyetablerte selskaper fra de selskapene vi sendte ut surveyen til.

Vi anser da alle selskapene som har svart på undersøkelsen som spillingselskaper; ved å ha svart på undersøkelsen, er det tydelig at selskapene ser på seg selv som aktive innen spillproduksjon. Samtlige er også registrert i enhetsregisteret i Brønnøysund, med unntak av to selskaper. Av disse to selskapene er det ene utenlandsk eid, mens det andre nylig har flyttet til Norge. Begge har imidlertid svart på surveyen og oppgir at de har aktivitet i Norge.

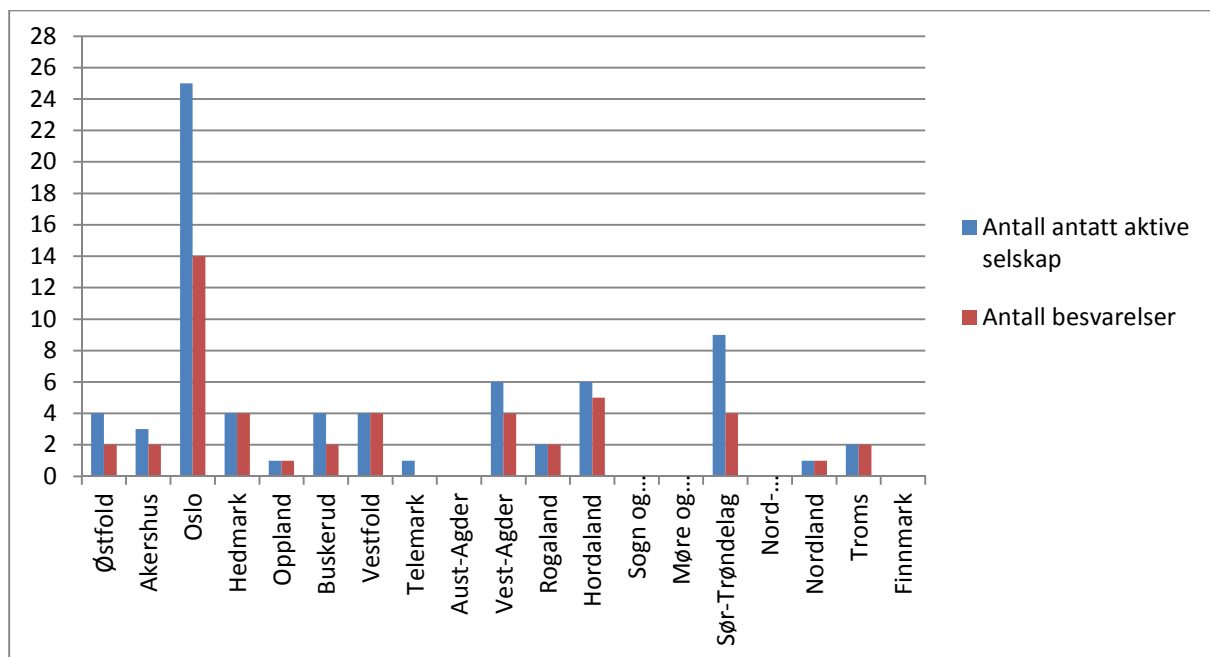
Av de til sammen 86 selskapene som mottok undersøkelsen var det 49 som svarte. Vi er godt fornøyd med dette resultatet, men tror at det aktive norske spillmiljøet er større enn dette, da vi fikk tilbakemeldinger på at flere lot være å svare grunnet faktorer som for eksempel tidspress. Etter en dobbel gjennomgang av selskapenes offentlige data og hjemmesider, har vi grunn til å tro at 13 av de som ikke har svart ikke er aktive som spillingselskaper i dag. Til sammen står vi da med 73 selskaper som antas å drive aktivt med spillproduksjon. Dermed er den antatte tilbakemeldingsraten på vel 67 %.

Da dette er en den første rapporten i sitt slag, er det også en rekke lærende aspekter for oss som har foretatt undersøkelsen. Vi tror først og fremst at den blir virkelig effektiv om den kjøres over flere år, slik at vi kan få data over tid. Vi ser også her at dataene gir oss et godt utgangspunkt for ytterligere spissing i fremtidige undersøkelser. Det skal dog sies at det også var en faktor å ikke gjøre undersøkelsen for lang og omfattende. Vi har antatt, korrekt eller ei, at en svært kompleks survey ville ført til en lavere innrapporteringsgrad, og har dermed fokusert på å få en best mulig begynnelse.

Vi ser her også at det er et enormt sprik i selskapenes profesjonalitet, drift og inntekter, og svarene må også ses i ly av dette. Ikke alle har ønsket å oppgi f.eks. inntekt, kanskje fordi den har vært null? Vi er imidlertid godt fornøyd med at så mange har deltatt, og håper at dette er starten på en langt bedre kjennskap til hvilke spill aktører vi har her til lands, og ikke minst hvordan disse utvikler seg over tid. Dette vil gjøre at vi kjenner bedre til mulighetene i markedet, om nye offentlige støttemidler har ønsket effekt og ikke minst også gi Produsentforeningen fakta å støtte seg på i forhold til arbeidet mot eksterne aktører.

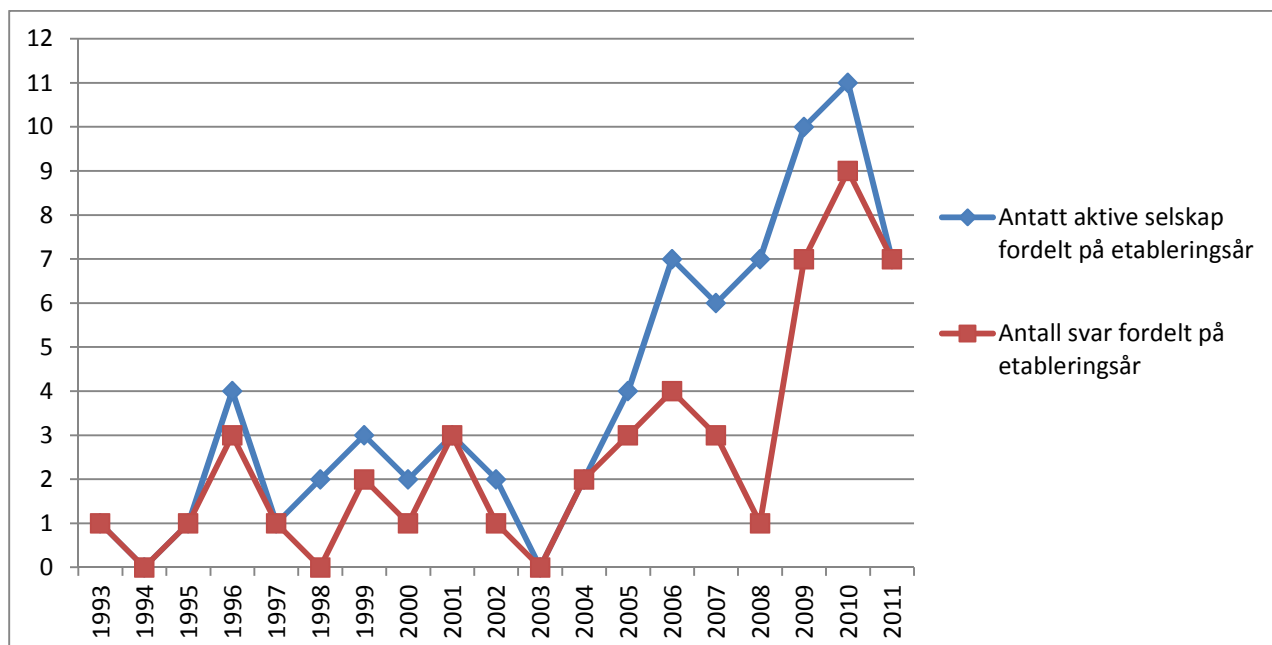
¹ Jørgensen, K. (2009): "Conan eller Josefine? Politikk og økonomi i norsk spillbransje". *Norsk Medietidsskrift 4*, 2009. Universitetsforlaget. Tilgjengelig: <http://www.idunn.no/ts/nmt/2009/04/art01> (31.jan 2012)

2. Geografisk lokalisering



Figur 1. Antall spillselskap per fylke

Spillbransjen spenner over nærmest hele Norge, fra Tromsø i nord til Kristiansand i sør, men som figur 1 viser, er det en klar sentrering av selskaper i Oslo. Vi finner også selskaper i samtlige av de andre Østlandsfylkene. Fylker der det ikke ser ut til å befinne seg aktive spillselskaper er Aust-Agder, Sogn og Fjordane, Møre og Romsdal, Nord-Trøndelag, og Finnmark. Det er viktig å få frem at de norske spillselskapene ikke er utelukkende sentralisert til større byer i de aktuelle områdene. Dette kommer frem i figur 2, som viser en spredning av selskapene også til nærliggende, om ikke direkte tilstøtende, kommuner til de større byene.



Figur 2. Antall aktive selskaper og antall svar fordelt på etableringsår

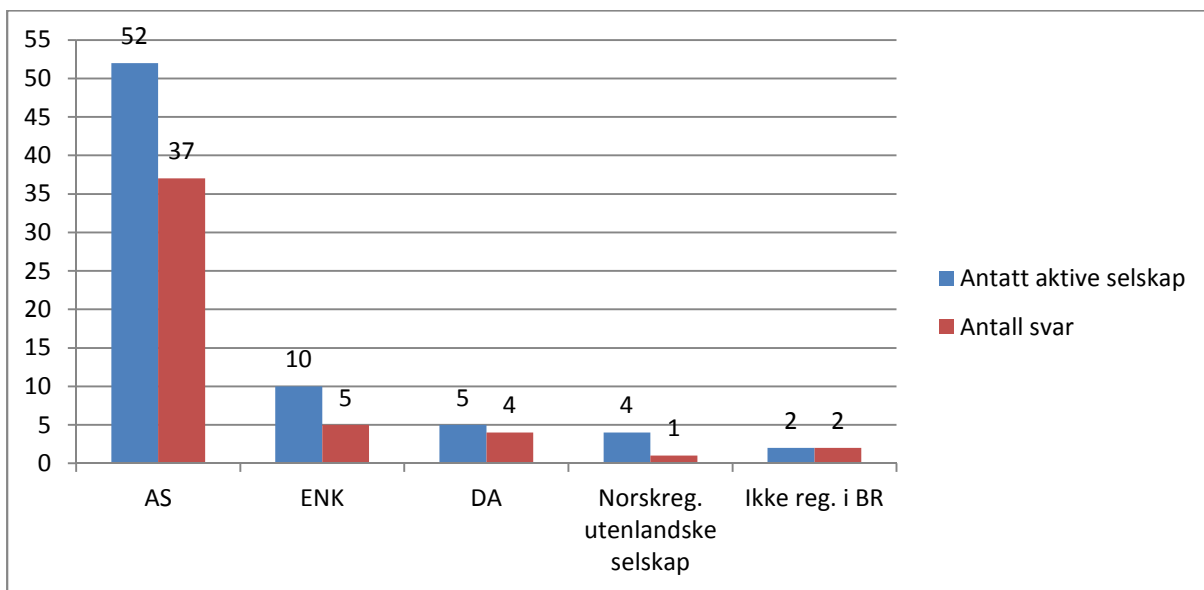
Alle de antatt aktive norske selskapene ble etablert i løpet av 1990- eller 2000-tallet. Det eldste selskapet som svarte på undersøkelsen ble etablert så tidlig som i 1993, men de aller fleste som har svart på undersøkelsen ble etablert på slutten av 2000-tallet (figur 1, rød linje). Dersom vi sammenligner med etableringsårene for de selskapene vi antar er aktive (figur 1, blå linje), ser vi at fordelingen er relativt lik. Det vil si at blant dagens aktive selskaper, har en stor andel blitt etablert fra midten av 2000-tallet og frem til i dag. Likevel er ikke dette ensbetydende med at det har vært en økning i etableringen av spillselskaper de siste 5 årene, selv om det er grunnlag for å tro dette. Her kan man også anta at mange av selskapene som ble etablert på 90-tallet gjerne er nedlagt i dag (vi vet om flere tilfeller, f.eks. Innerloop). Disse selskapene er ikke fanget opp av denne undersøkelsen, men det har da heller ikke vært noe mål. På samme måte vet vi ikke hvor mange av de som ble etablert mellom 2006-2011 som fortsatt vil eksistere om 10 år.

Fylke	Kommune
Sør-Trøndelag	Trondheim, Agdenes
Troms	Tromsø, Balsfjord
Hordaland	Bergen, Askøy, Voss
Vestfold	Tønsberg, Larvik, Holmestrand, Sandefjord
Østfold	Fredrikstad, Hvaler, Vestby
Buskerud	Drammen, Lier
Akershus	Bærum, Nesodden

Figur 3. Kommuner utenfor Oslo med aktive spillselskaper

Av de 73 antatt aktive selskapene er 52 registrert som aksjeselskap (AS), 10 som enkeltpersonsforetak (ENK), 5 som delansvarlige selskap (DA) og 4 som norskregistrerte utenlandske selskap. I tillegg er det to selskaper som ikke er oppført i Brønnøysunds register.

Av selskapene som har svart, er 37 selskaper registrert som AS, 5 som ENK, 4 som DA og 1 som norskregistrerte utenlandske selskap. I tillegg har de to selskapene som ikke er registrert i Brønnøysundregisteret svart. Disse er begge imidlertid eid av andre selskap, noe som kan forklare hvorfor de ikke er registrert under sitt eget navn.



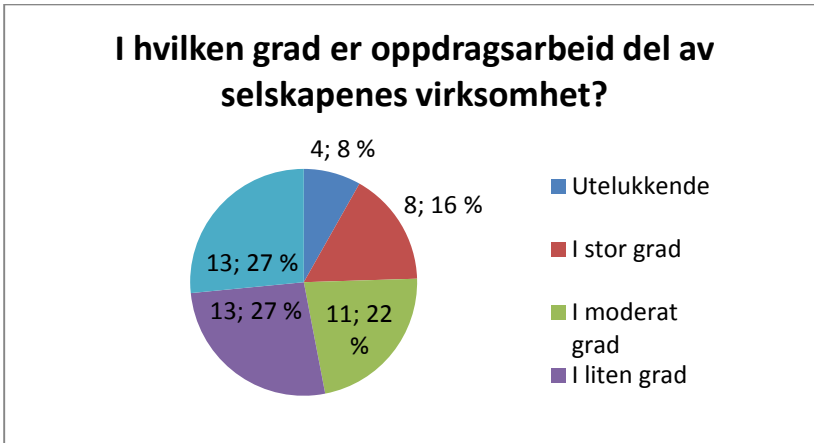
Figur 4. Selskaper fordelt på foretakstype

3. Aktivitet og omsetning

Alle de 49 selskapene som svarte er aktive selskaper, og det er en jevn fordeling mellom selskaper som driver med annen virksomhet i tillegg til spillproduksjon og de som ikke gjør dette: 25 svarte at de driver med annen aktivitet, mens de resterende 24 er rene spill-selskaper

Vi ser at oppdragsarbeid er en viktig del av de fleste selskapers aktivitet, men kun et mindretall sier at deres aktivitet i stor grad eller utelukkende handler om oppdrag. Til sammenligning er det også relativt mange – 27 % – som angir at de ikke har noen form for oppdragsaktivitet, og dermed kun har egendefinerte prosjekter.

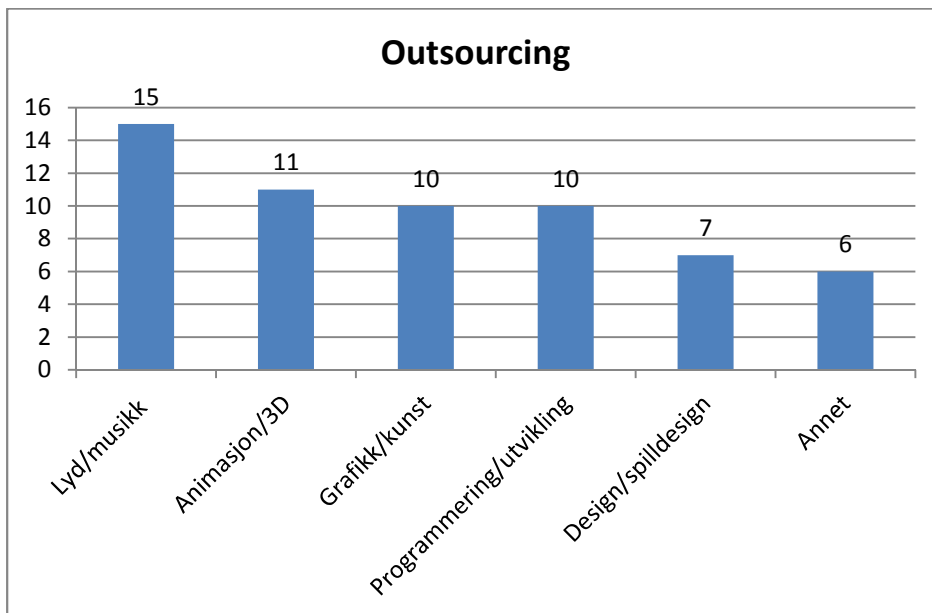
Formålet med undersøkelsen har ikke vært å få utfyllende info om «annet arbeide», men av erfaring vet vi at mange av disse handler om å utvikle reklameprodukter, forskjellige former for applikasjoner, samt installasjoner og opplevelser rettet mer mot bedrifts- og «serious games»-segmentet. Her er det viktig å bite seg merke i at mange av selskapene gjør dette av nødvendighet for å kunne overleve, men samtidig så er dette et marked i rivende vekst. For mange av selskapene kan det derfor, på sikt, være grunn til å anta at «oppdragene» blir så lukrative at dette blir selskapets kjerne, noe vi ser konturene av i dag. Mange av de litt mer kjente selskapene må si ifra seg en rekke jobber, og etterspørsel etter «noe med spill» er stadig økende.



Figur 5. Oppdragsarbeid

Outsourcing

Outsourcing av arbeid betyr ganske enkelt at man setter ut deler av produksjonen av spill til eksterne aktører, og er en praksis som slår stadig sterkere inn i det globale spillmarkedet. Også her i Norge er trenden tydelig, selv om 9 av selskapene som svarte på undersøkelsen oppgir at de sjelden eller aldri outsourcer arbeid, eller benytter innleid arbeidskraft. Figur 6 viser at utvikling av lyd/musikk er den delen av produksjonen som oftest blir outsourcet, og 15 av selskapene oppgir å outsource dette. Andre oppgaver som ofte outsources er animasjon arbeide, tett etterfulgt av grafiske og kunstneriske uttrykk, og programmering og spillutvikling. 7 selskaper oppgir at de outsourcer design (her forstått som spilldesign). 6 selskaper oppgir andre oppgaver, som i dette tilfellet er PR, etterarbeid og dramaturgi/scenografi.



Figur 6. Outsourcing, knyttet til område

Omsetning

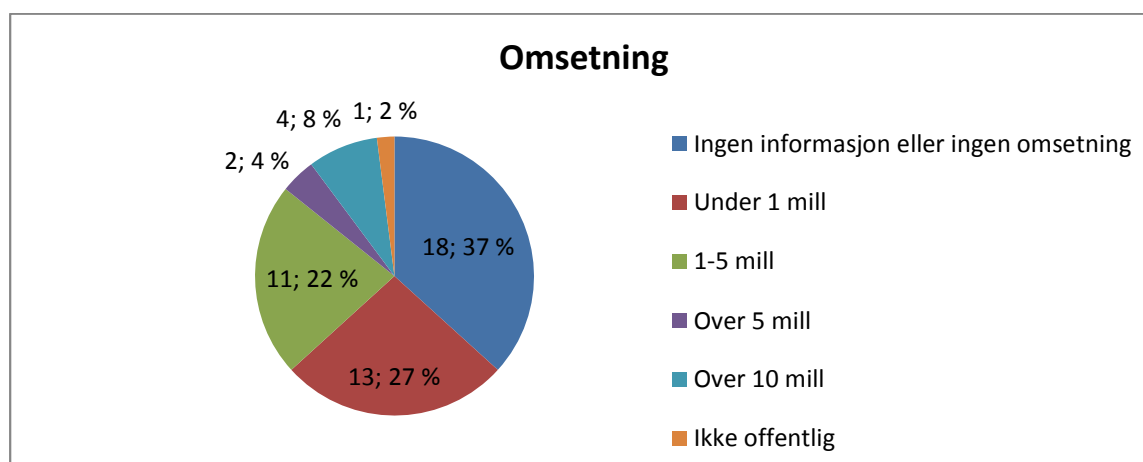
Omsetningen hos selskapene som har svart på undersøkelsen varierer fra mange selskap med ingen eller liten omsetning, til et par selskaper med omsetning over 10 millioner kroner per år. Det er også

flere av selskapene som unnlater å svare på dette spørsmålet, enten fordi de ikke har noen inntekt, eller fordi de ikke ønsker å oppgi denne. De selskapene som har oppgitt dette har imidlertid en samlet omsetning på ca. 204 820 000 kr, men Funcom står bak i overkant av 50 % av denne omsetningen. Dette er dog en betydelig forskyvning fra tidligere år, hvor det var antatt at Funcom sto for så mye som 90 % eller mer av all omsetning, og viser også at flere aktører nå melder seg på når det gjelder positiv omsetningsvekst.

Den største gruppen av selskaper er allikevel de som ikke har noen omsetning, eller ikke oppgir denne. Dette utgjør 18 selskaper, eller 37 % av de som svarte. Av disse 18 er det 2 som sier at omsetningen siste år var på 0 kr, 2 svarer N/A, og 1 selskap svarer «liten».

13 selskaper (27 %) oppgir å ha under 1 million kroner i omsetning siste år. 11 selskaper (22 %) oppgir å ha en omsetning på mellom 1-5 millioner kr siste år.

Blant de største selskapene som har en omsetning på over 10 millioner kroner, opplyser ett av selskapene at de ligger på like over 10 millioner kroner, to andre selskaper oppgir at de ligger på litt over 20 millioner kroner. Fra disse selskapene er det et sprang opp til det største selskapet som opplyser at deres omsetning er på 105 millioner kroner siste år. Playfish gir ingen informasjon om sin omsetning, men basert på at de er et av de største selskapene når det kommer til antall ansatte, og at de ble oppkjøpt av EA Games i 2010, er det grunn til å anta at de ville plassert seg i kategorien for selskap med en omsetning over 10 millioner.



Figur 7. Omsetning

Utviklingsaktivitet

Vedlegg 2 viser en oversikt over spilltitler som selskapene opplyser at de har gitt ut eller har under utvikling. Når det gjelder tidligere utgivelser, er det uklart om selskapene oppgir det faktiske antallet, eller et utvalg av aktuelle titler. Her burde vi kanskje vært mer rigide i oppsetningen av rapporteringen, men vi føler allikevel at vi med dette får et relevant utdrag.

Mens 19 av utviklerne ikke opplyser om tidligere utgitte titler, er det 27 selskaper som har en eller flere titler i porteføljen. 3 selskaper oppgir ingen informasjon om tidligere eller fremtidige utgivelser. Dette skyldes flere ting: Mens to av selskapene er nylig oppstartet og derfor gjerne ikke har offentliggjort

informasjon om fremtidige titler, så opplyser det tredje selskapet at de i stor grad driver med oppdragsarbeid. Deres begrensede informasjon kan derfor tyde på at de per dags dato ikke har aktuelle spilloppdrag, eller at kunden ikke ønsker dette offentliggjort. I tillegg er det 3 selskaper som presenterer en oversikt over tidligere titler, men ikke informerer om nye titler. Dette kan skyldes at de enten ikke har noe under utvikling per dags dato, eller at de ikke ønsker å opplyse om dette.

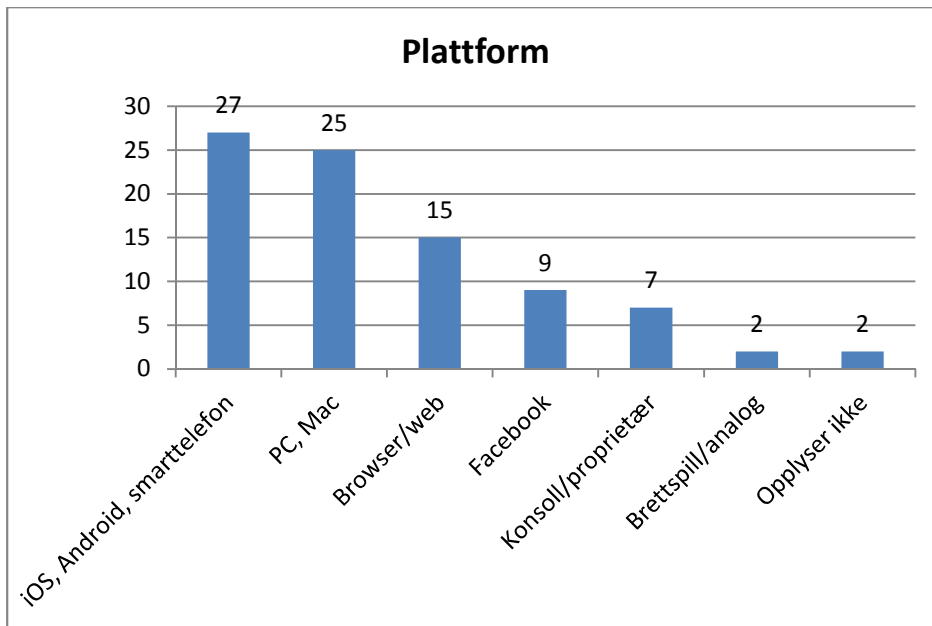
Med unntak av de fire selskapene nevnt over har alle selskapene titler under utvikling. 39 av selskapene opplyser om at til sammen 54 titler skal utgis i løpet av 2012, mens det er 13 prosjekter som skal utgis senere, eller på ubestemt tidspunkt. Det er også til sammen 13 selskaper som ikke angir noen lanseringsplaner for 2013. Dette kan skyldes at eksisterende prosjekter er på et tidlig stadium, eller at de ikke har offentliggjort titlene enda. Det skal også understrekes at antallet titler typisk gjenspeiler intensjon og ønske, men ikke nødvendigvis faktisk lansering.

Det ble tidligere nevnt at 4 selskaper opplyser om at de utelukkende driver med oppdragsarbeid. Disse fire selskapene har til sammen 7 titler under utvikling, alle med planlagt utgivelse i 2012.

Dog, i denne sammenhengen, og basert på all vår tidligere kunnskap om norsk spillindustri, så må det sies å være svært positivt at over 50 spill er i utvikling for 2012. Selv om mindre enn halvparten av disse skulle komme ut, så tegner allikevel 2012 til å bli et rekordår for norsk spill, i det minste når det kommer til antall utgivelser. Dette lover også godt for den videre fremtid, og en får jo håpe at flere av disse titlene vil bli kommersielle suksesser.

Plattformer

Blant selskapene som har svart på undersøkelsen er smarttelefon- og tabletplattformen den mest populære, med 27 selskaper som oppgir at de utvikler til denne. Plattformen er tett fulgt av PC/Mac-segmentet, som 25 selskaper opplyser å utvikle til. Deretter følger browser/web-plattformen med 15 utviklere, fulgt av Facebook med 9 utviklere. Kun 7 av selskapene som har svart på undersøkelsen oppgir å utvikle for de proprietære konsollene til Nintendo, Microsoft og Sony. Så vidt vi vet er det per i dag kun Ravn Studio i Drammen som faktisk lager fysiske produkter til konsollformatene (Nintendo DS), og vi antar derfor at de øvrige posisjonerer seg inn mot onlinetjenestene til konsollene, uten at vi vet dette med sikkerhet. I tillegg er det 2 selskaper som opplyser at de gir ut brettspill mens 2 selskaper unnlater å oppgi informasjon om plattform. Det er verdt å merke seg at de fleste selskapene opplyser at de produserer spill til mer enn en plattform. Se for øvrig vedlegg 1 og 2 for informasjon om utgitte titler og titler under utvikling.



Figur 8. Plattformene fordelt på popularitet

Når det gjelder plattform ser det dermed ut til at de fleste norske spillselskaper i dag nærmest utelukkende operer innenfor digital distribusjon av spill, og ikke lenger søker å utgi en fysisk boks i forhandlerleddet i Norge. Dermed kan det se ut til at den tradisjonelle distribusjonsplattformen, med fysiske bokser i butikk, forsvinner stadig lenger unna for våre utviklere. Det kan vel da også antas at det er her Norges utvikleres store sjanse ligger; å treffe den digitale spillbølgen, som nå kommer stadig sterkere.

Dette blir også forsterket av at onlinespillenes popularitet. I tillegg til at konsollutviklerne fokuserer stadig mer på egne onlinetjenester, er det nå applikasjoner for mobile plattformer som dominerer, sammen med browser-, web- og Facebookspill. Norske spillere er fortsatt storforbrukere av tradisjonelle konsollspill, men spørsmålet er etter hvert hvor lenge denne modellen vil vare. Det at så å si alle norske utviklere, og dermed den totale skapermengde av all norsk spillkultur, kun skaper produkter for digital distribusjon er dermed viktig å anerkjenne. Ikke minst for de som skal legge rammevilkår for spillpolitikken, både når det gjelder støtteordninger, næringsordninger, skattepolitikk, og kulturell innkjøpspolitikk.

4. Ansatte i norsk spillbransje

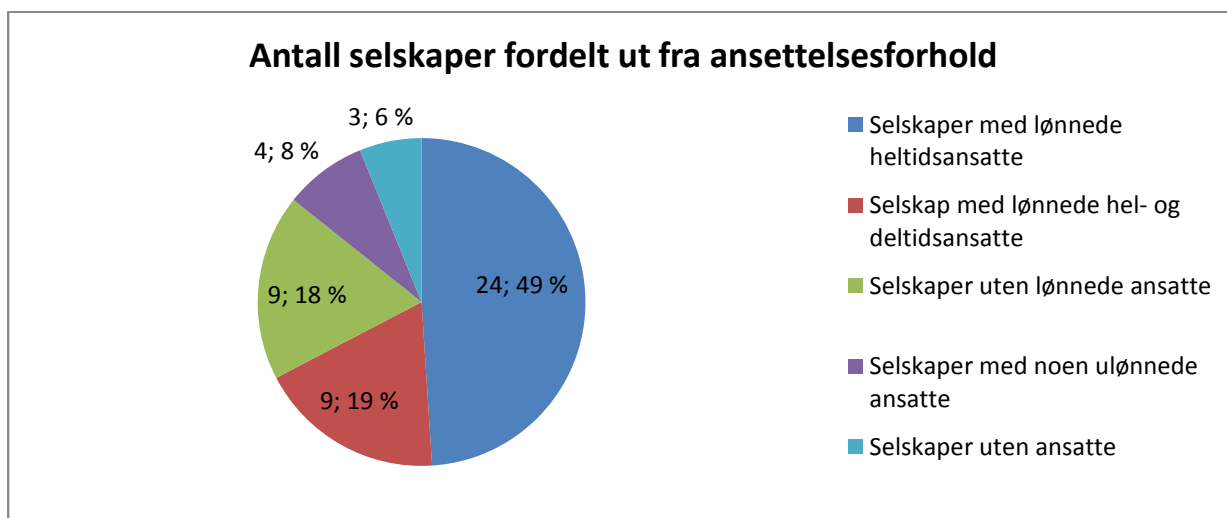
Sammenlagt opplyser selskapene som har svart på undersøkelsen at de har totalt 745 ansatte. Dette er imidlertid et tall med modifikasjoner: for det første sier opplysningene at mer enn halvparten av disse befinner seg i utlandet: til sammen opplyser selskapene å ha 358 ansatte i utlandet, mens 387 befinner seg i Norge. I utregningen av disse tallene har vi valgt å se bort fra Playfishs ansatte i utlandet, da disse ikke er ansatt i Playfishs norske avdeling, men i søsterselskaper etablert i utlandet. Imidlertid trekker Funcom opp tallet betraktelig da dette selskapet har etablert kontorer flere steder i utlandet og dermed har 310 ansatte utenfor Norges grenser.

For det andre skal også presiseres at totaltallet sannsynligvis er lavere i realiteten. 9 av selskapene som har svart opplyser å ha ansatte, til tross for at de er oppført i Brønnøysundregisteret uten ansatte. Dersom vi trekker fra antallet som disse selskapene oppgir (34), står vi igjen med 353 ansatte som

befinner seg i Norge og som er ansatt hos selskapene som har svart på surveyen. Dette er en klar økning sammenlignet med tidligere antatte tall, bl.a. Stortingsmelding 14 2007-2008 («Spillmeldingen»)² og undersøkelser utført av Nordic Game. Vi kan dermed slå fast at den norske spillbransjen i dag sannsynligvis er større og mer variert enn noen gang tidligere.

Av de 49 selskapene som har svart, oppgir 24 at alle deres ansatte er lønnede fulltidsansatte, mens 9 selskaper oppgir at de både har lønnede deltids- og fulltidsansatte. Tre av selskapene oppgir at de ikke har noen ansatte, men i realiteten gjelder nok dette for flere enn disse tre. 13 av selskapene med færre enn 10 ansatte informerer nemlig om at en del av deres ansatte jobber uten lønn. Denne informasjonen kan tolkes på forskjellig måte. For det første kan det være at Brønnøysundregisteret ikke er oppdatert med tall fra 2011. For det andre ser det ut til at selskapene tolker spørsmålet om antall ansatte forskjellig. Som nevnt over er det nemlig 9 selskaper som rapporterer at de har ansatte, mens de i Brønnøysundregistrene er oppført med 0 ansatte. Dermed ser det ut til at noen rapporterer personer som er involvert i selskapets spillproduksjon på dugnadsbasis, selv om disse ikke er tilknyttet på en måte som krever at selskapet betaler arbeidsgiveravgift for dem. I vedlegg 1 er imidlertid selskapenes egen oppføring registrert.

I tillegg er det 4 selskaper som er registrert med ansatte i Brønnøysundregistrene, men der ikke alle de ansatte er lønnet. Dette kan se ut til gjelde selskaper som har aktive eiere og/eller investorer som ikke formelt sett tar ut lønn, men som likevel rapporteres som del av arbeidsstokken. Samtidig har disse fire selskapene gjerne andre del- eller heltidsansatte.



Figur 9. Antall selskaper fordelt ut fra ansettelsesforhold

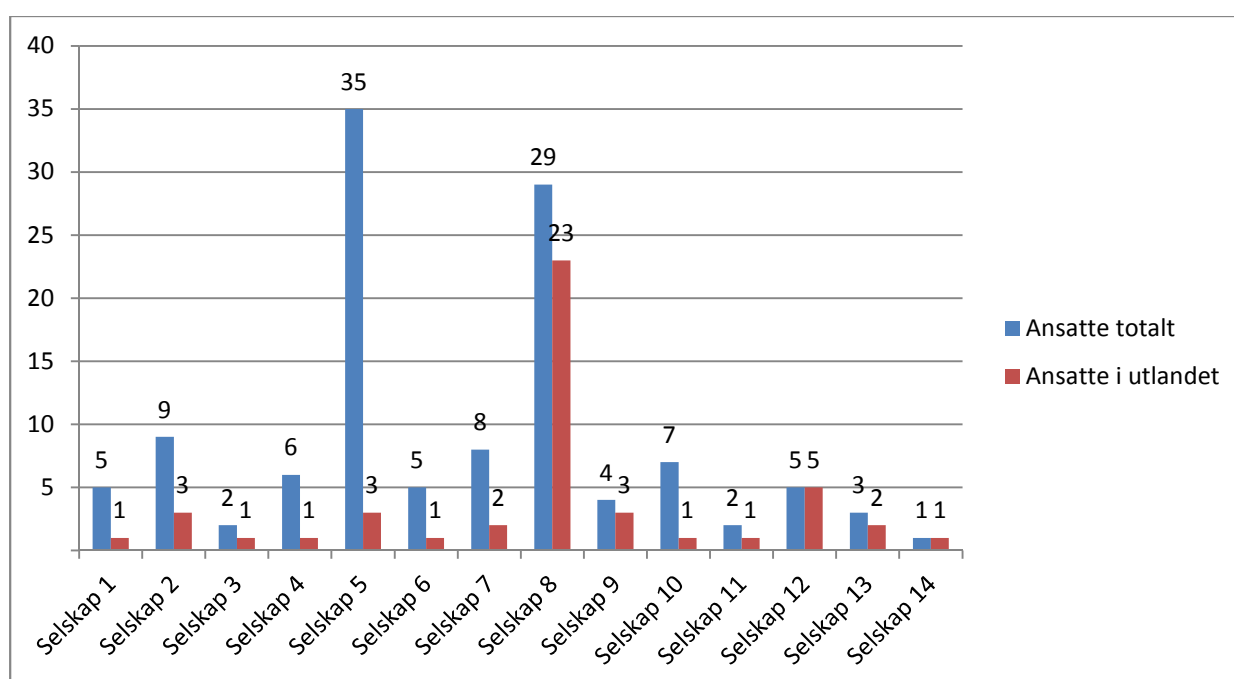
De fleste av selskapene som har svart på undersøkelsen har under 10 ansatte, og den store majoriteten av selskaper har kun inntil 5 ansatte. Tre selskaper oppgir også at de per dags dato ikke har ansatte, men tall fra Brønnøysund justerer dette til 12 selskaper.

I tillegg er det lite antall selskaper med opp til 20 ansatte. Kun 3 norske selskaper har mer enn 20 ansatte. Dette er Artplant, Funcom og Playfish. Artplant opplyser at de er uavhengige, men at de eier et datterselskap i Russland, der 23 av deres 29 ansatte er lokalisert. Både Playfish og Funcom er

² Kultur- og kirke departementet (2008). *Stortingsmelding 14, 2007-2008*. Tilgjengelig: <http://www.regjeringen.no/pages/2057781/PDFS/STM200720080014000DDDPDFS.pdf> (31.jan 2012)

internasjonale selskaper med kontorer i flere land, og der de fleste av de ansatte er lokalisert i utlandet. Funcom har aksjonærer og er notert på Oslo Børs, men har hatt sitt hovedkontor i Oslo siden de ble dannet i 1993. I dag har de 388 ansatte hvorav de opplyser at 78 er lokalisert i Oslo. Playfishs norske avdeling består av 25 ansatte i Tromsø og er et søsterselskap av det originale Playfish som først ble startet i London. Playfish har i dag har 350 ansatte over hele verden., og er i sin helhet eid av det amerikanske EA Games.

Blant selskapene som har svart på undersøkelsen er det 13 selskaper som opplyser at de har ansatte lokalisert utenfor Norges grenser. Hvis man trekker Funcom og Playfish til side som utypiske i norsk sammenheng, ser vi i figur 10 under at det er relativt mange av de mindre norske selskapene som også har en stor andel av sine ansatte i utlandet. For selskap 9, for eksempel, som har 3 ansatte i utlandet slår dette ut i at de ikke er oppført med ansatte i Brønnøysundregisteret, nettopp fordi deres eneste norske "ansatte" er selskapets eier.

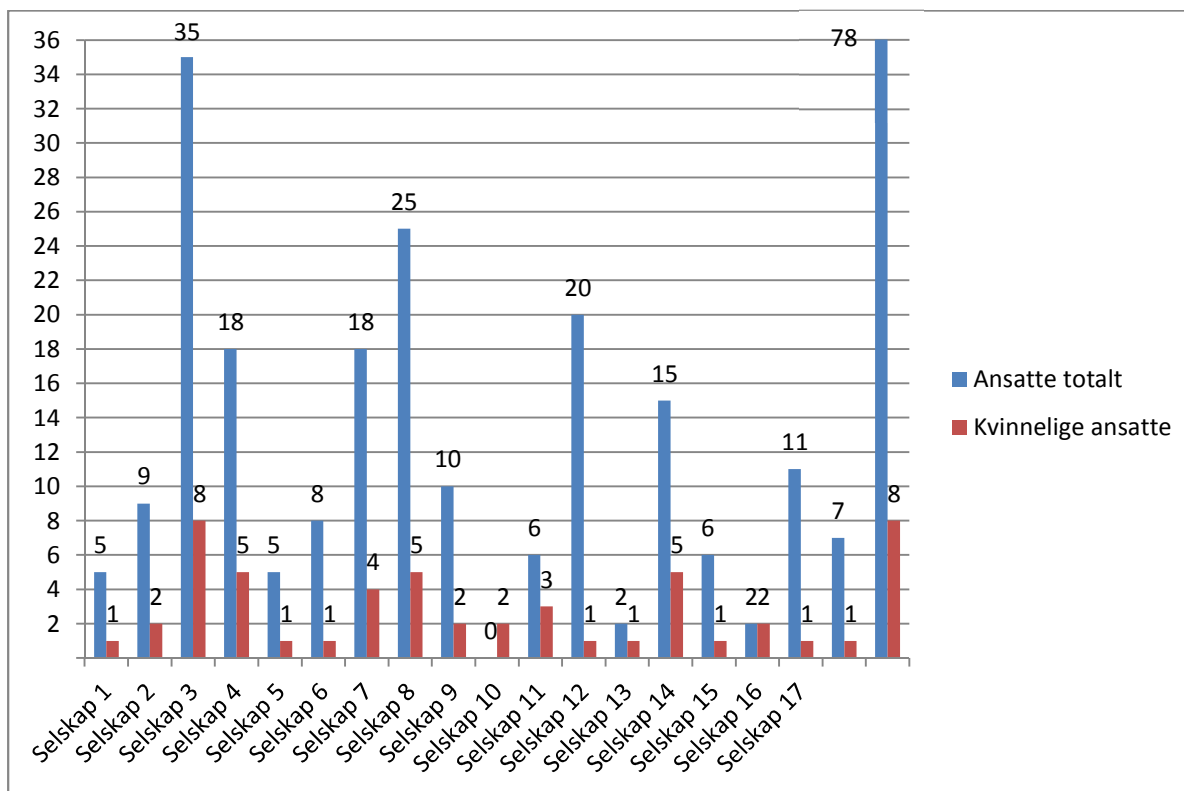


Figur 10. Andel ansatte i utlandet, med unntak av Funcom og Playfish, fordelt på selskap med ansatte i utlandet

30 av selskapene som har svart på surveyen opplyser ikke å ha noen kvinnelige ansatte. For selskapene som har ansatte av begge kjønn, er kvinner generelt sett underrepresentert. Mens mange av de små selskapene gjerne har en kvinne i teamet sitt, ser vi at andelen ikke blir svært mye større hos de mellomstore.

Ut fra tallene som er oppgitt ser det ut til å være 54 kvinnelige ansatte totalt, men det er uklart hvorvidt selskapene har oppgitt hvor mange kvinner de har til sammen i Norge og utlandet, eller hvorvidt dette gjelder kun for Norge. Playfish og Funcom har oppgitt separate tall for sine utenlandske og norske ansatte, men for de øvrige selskapene har vi ikke oversikt over om de kvinnelige ansatte befinner seg i Norge eller utlandet.

Dersom 54 er det faktiske tallet for Norge, ser det ut til å være ca. 14 % kvinneandel i norsk spillbransje, noe som er høyere enn i den internasjonale bransjen. I følge IGDA's rapport om likestilling i spillbransjen fra 2005 er 11,5 % av deres medlemmer kvinner ³.



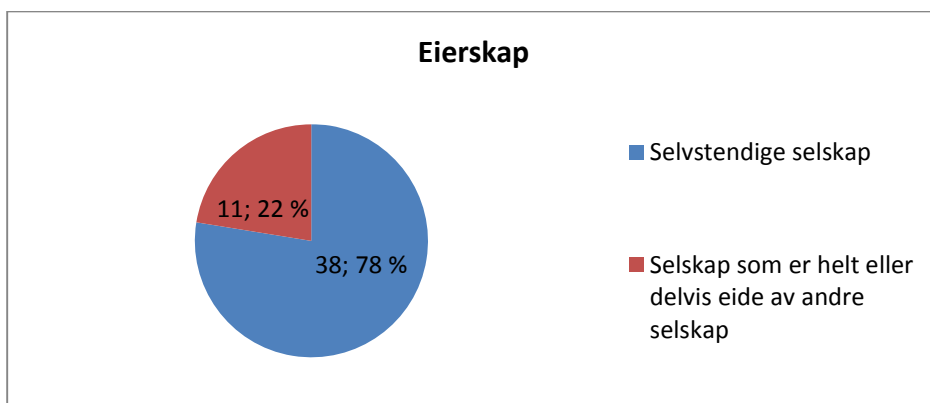
Figur 11. Antall kvinnelige ansatte, fordelt på selskap med kvinnelige ansatte

5. Eierskap og investorforhold

Det er en betydelig overvekt av uavhengige selskaper blant de som har svart på undersøkelsen. 38 av selskapene, det vil si 78 %, oppgir at de er verken helt eller delvis eid av et annet norsk eller utenlandsk selskap, mens 11 (22 %) opplyser at andre selskaper har fullstendig eierskap eller deleierskap over selskapet. Samtidig opplyser 9 av de 38 selvstendige selskapene, eller 17 %, at de har eierskap i andre norske eller utenlandske selskaper. Det er også 1 selskap oppgir at de både har andeler i andre selskaper i tillegg til å ha aksjonærer som medeiere i selskapet, men de gir ikke noen flere detaljer rundt dette.

Av de 10 selvstendige selskapene, er det 1 selskap som opplyser at det er delvis eid av et norsk mediehus, og 3 selskap som er 100 % eid av andre selskaper. Blant disse er det 1 selskap som eies av et utenlandsk selskap, 1 som eies av norske investeringsselskaper, og 1 som er 65 % eid av et norsk selskap, mens de resterende 35 % av selskapet eies av utenlandske selskaper. 6 av selskapene spesifiserer ikke nærmere hvor stor andel av selskapet som er eksternt eid.

³ International Game Developer Association (2005). *Game Developer Demographics: An Exploration of Workforce Diversity October 2005*. Tilgjengelig: http://www.igda.org/sites/default/files/IGDA_DeveloperDemographics_Oct05.pdf (21.jan 2012).



Figur 12. Forholdet mellom uavhengige selskap og selskap med eksterne eiere

Hos de selvstendige selskapene, er det 8 selskaper som opplyser at de har eierskap i andre selskaper. Mens 5 av selskapene ikke spesifiserer dette nærmere, er det 2 som opplyser at de har fullt eierskap over datterselskaper. 1 selskap informerer om at de er deleier i en underleverandør.

Når det gjelder investeringer i prosjekter, er det 18 selskaper (37 %) som opplyser at de har vært i kontakt med andre profesjonelle investorer enn Innovasjon Norge. Det er ikke innhentet informasjon om hvorvidt denne kontakten har ført til faktiske investeringer, og er eventuelt et område som bør belyses bedre i fremtidige undersøkelser. Det er en slags oppfatning blant mange norske spillselskaper at det er vanskelig å finne risikovillig kapital til spill her til lands, og selv om vi nå har fått et visst innblikk i strukturen, så har vi verken fått bekreftet eller avkreftet denne påstanden.

Både når det gjelder eierskap og investorer er det imidlertid stor usikkerhet rundt tallene, da dette er sensitiv informasjon som mange av selskapene ikke ønsker å offentliggjøre detaljene rundt.

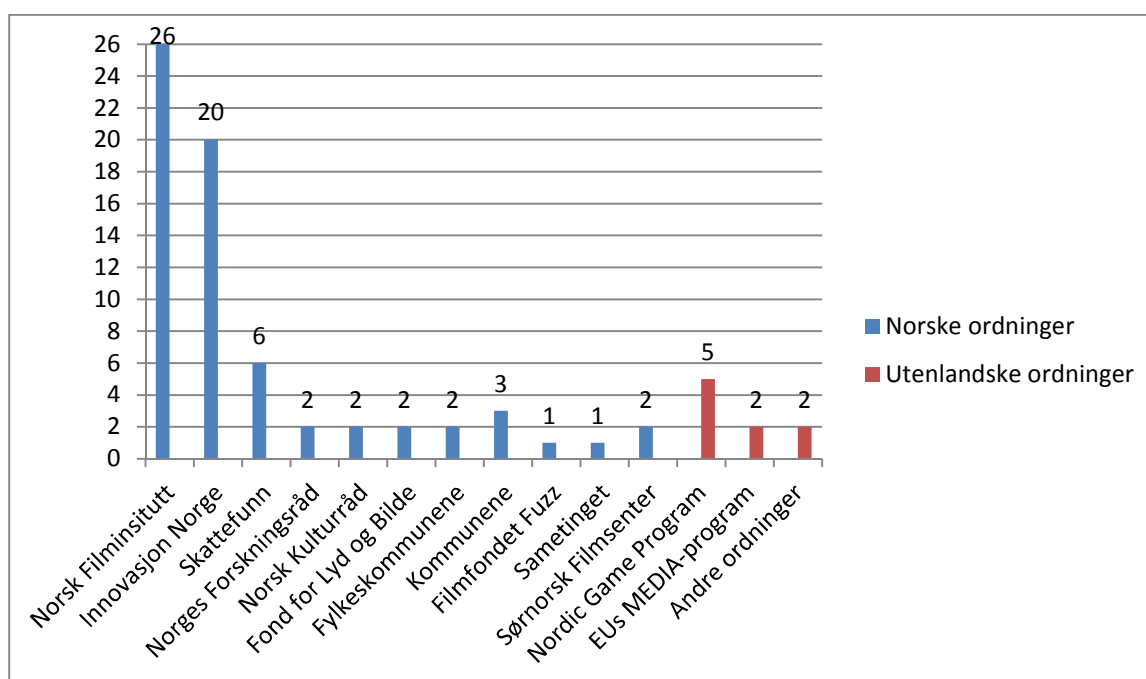
6. Støtte gjennom etablerte ordninger i inn- og utland

26 selskaper (53 %) oppgir at de har fått tilskudd gjennom Norsk Filminstitutt, mens 20 (41 %) har mottatt tilskudd fra Innovasjon Norge. Det er 19 selskaper (39 %) som sier at de har fått støtte gjennom andre norske ordninger. Blant disse ordningene er to som oppgir Norsk Kulturråd og Fond for Lyd og Bilde. I tillegg oppgir to selskaper å ha fått støtte fra fylkeskommunene, hhv. Hedmark og Buskerud, mens to oppgir kommune, dvs. Voss kommune, Drammen kommune og en uspesifisert kommune. To oppgir også Sørnorsk Filmsenter. I tillegg nevnes Filmfondet Fuzz og Sametinget. Seks selskaper oppgir at de har fått innvilget skattereduksjon gjennom Innovasjon Norge og Norges Forskningsråds Skattefunn-ordning. To selskaper oppfører også at de har fått støtte gjennom Forskningsrådet og deres VERDIKT-program.

Når det gjelder støtte fra utlandet oppgir 5 (10 %) at de har fått støtte fra Nordic Game Program, mens 2 (4%) oppgir at de har mottatt støtte fra EUs MEDIA-program. Samtidig er det 2 (4 %) som oppgir andre utenlandske ordninger. Her har et av disse selskapene oppgitt at det er snakk om andre EU-midler.

Det er 14 selskaper som ikke angir at de har fått støtte gjennom noen ordninger. Hvorvidt dette skyldes at de ikke har søkt, eller at de har søkt men ikke fått, kommer ikke frem i denne undersøkelsen.

Blant selskapene som oppgir at de har fått støtte fra Innovasjon Norge, er det 16 selskaper oppgir at de har fått etableringsstøtte fra Innovasjon Norge, mens 5 sier at de har mottatt utviklingstilskudd. To oppgir at de også har fått tilleggsstøtte til en fase to i etableringsfasen, og to oppgir også at de har mottatt prosjektutviklingsstøtte. I tillegg er det enkeltsselskaper som opplyser om at de har mottatt risikolån, markedstilskudd, patenteringstilskudd, støtte gjennom INs mentorprogram, FRAM-deltakelse og forberedelse til vekst-stipend. Det er flere av selskapene som oppgir at de har fått flere former for støtte fra Innovasjon Norge. Dette ser vi som svært positivt, og viser at den norske stat er tilstede for de som tar seg tid med å finne støttesystemer som passer. Det skal sies at denne støtten ikke nødvendigvis er veldig stor i det internasjonale bildet, men med hele 16 etableringsstøtter har definitivt Innovasjon Norge spilt en viktig rolle for mange selskaps første steg mot profesjonalitet.

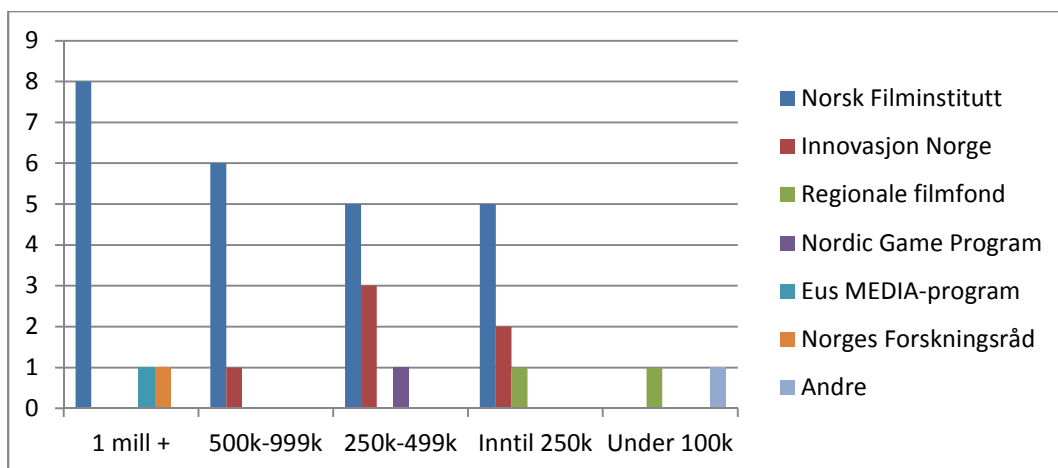


Figur 13. Hvilke støtteordninger har selskapene fått støtte fra?

30 (61 %) av selskapene oppgir at de har fått avslag om støtte fra NFI, mens 12 (24 %) oppgir å ha fått avslag fra Innovasjon Norge. Til sammenligning har hele 16 (33 %) opplevd å få avslag fra Nordic Game Program, mens 3 (6 %) har fått nei fra EUs MEDIA-program.

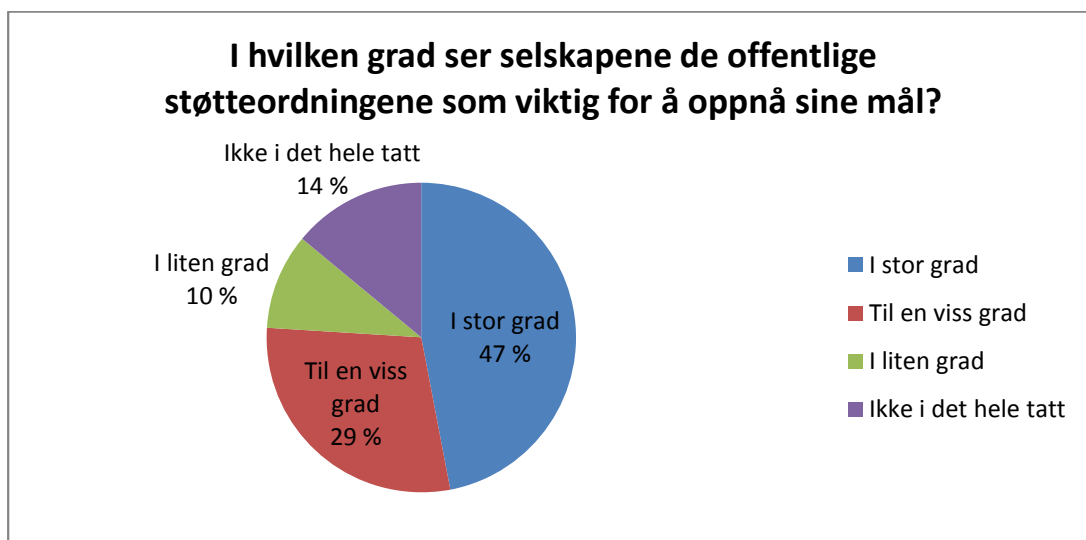
Det er en ganske jevn fordeling blant de som fikk den summen de søkte om og de som ikke fikk det. Mens 20 selskap (56 %) sier at de fikk de de søkte om, svarer 16 (44 %) at de ikke fikk dette.

Selskapene som har svart på surveyen oppgir svært ulike tall når de blir spurt om hva som er den største summen de har mottatt i tilskudd. Det er også veldig ulike ordninger som oppgis som kildene til tilskuddet. Figur 12 viser at de aller høyeste tilskuddene (over 1 million kr) kommer fra Norsk Filminstitutt i tillegg til Norges Forskningsråd og EU, mens Innovasjon Norge bidrar med tilskudd opp mot en million kroner. Ellers gjør Nordic Game Program seg gjeldende i mellomstikket, mens regionale filmfond og andre bidrar med mindre summer opp til 250 000 kr. NFI ser ut til å være den dominerende tilskuddsordningen ved å toppe antallet makssummer i de fire øverste kategoriene.



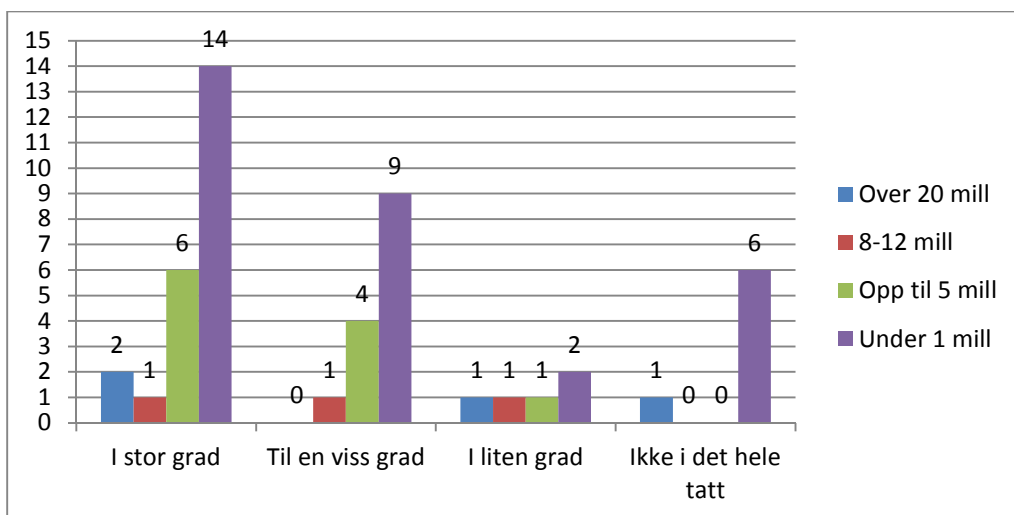
Figur 14. De høyeste tilskuddene basert på ordning

I hvilken grad ser selskapene på offentlige støtteordninger generelt som viktige redskaper for å oppnå sine mål? Mens 47 % av selskapene mener at støtteordningene i stor grad er viktige, er det 29 % som mener de er viktige til en viss grad, til sammen 76 % mener at de offentlige støtteordningene i liten eller ingen grad er viktige redskaper for dem.



Figur 15. Støtteordningenes rolle og viktighet

Av de 31 selskapene som har en omsetning på under 1 million kroner, er det 23 (74 %) som sier at offentlige støtteordninger i stor grad eller til en viss grad er viktige for at selskapet skal kunne oppnå sine mål. Samtidig er det 6 selskaper som mener at offentlige ordninger ikke er viktige i det hele tatt (19,5 %). Tungvektene sprer seg også over hele spekteret. Her mener ett av selskapene at støtteordningene er viktige, mens et annet mener at støtteordningene er uviktige. I mellomstikket ser man generelt på de offentlige støtteordningene som viktige, der 12 av til sammen 14 selskaper i de tre nederste segmentene (dvs selskaper med omsetning mellom 1-12 millioner kroner) mener støtteordningene i stor eller til en viss grad bidrar for at selskapene kan oppnå sine mål. Norske myndigheters villighet til å være med på å forme veksten til spillsekskapene med en fruktbar støttepolitikk kan dermed sies å være svært viktig for bransjens utvikling i helhet.



Figur 16. Hvor viktig støtteordningene vurderes å være ut fra omsetning

7. Nettverk og medlemskap i interesseorganisasjoner

Av selskapene som har svart på undersøkelsen er de aller fleste ikke medlemmer av Produsentforeningen. 38 (78 %) oppgir at de ikke er det, mot 11 (22 %) medlemmer. De spillselskapene som er medlem av Produsentforeningen er typisk de mest etablerte av selskapene, og en del av selskapene som driver flere medieaktiviteter enn kun spillutvikling. Det er kun 3 av spillselskapene som oppgir at de er medlem av Produsentforeningen som har blitt etablert i løpet av de siste fem årene. Dette er naturlig da foreningen også har visse krav for å oppta medlemmer i sitt nettverk.

Imidlertid oppgis flere andre nettverk. Joingame oppgis som det mest populære, der 16 selskaper sier at de enten har ansatte som er individuelle medlemmer, eller at selskapet selv er oppført som medlem av nettverket. I tillegg signaliserer tre av selskapene at de eller enkelte av deres ansatte er medlem av International Game Developers Association (IGDA). Det vestlandsbaserte Spillmakerlauget nevnes også av fire selskaper. Andre nettverk som nevnes er Unity Norge, WIFT, Game Connection og Nordic Game.

8. Norske spillselskapers målsetninger

Spillselskapene ble også spurt om å beskrive sine målsetninger for de neste fem årene. Alle selskapene har klare og tydelige mål, men hvilken type mål og hvilket omfang disse har varierer veldig.

De aller fleste selskapenes målsetninger innbefatter økonomisk ekspansjon på et eller annet nivå, gjerne i sammenheng med ekspansjon på innholdssiden. For mange handler økonomisk ekspansjon om å få et økonomisk overskudd, økt omsetning, eller kunne bli økonomisk selvstendige. En del setter også opp bestemte økonomiske mål som skal nås innen de neste 5 årene. Mange understreker at med økonomisk ekspansjon følger muligheten til å ansette flere og/eller leie inn flere ressurser. Det er også noen av selskapene som har som mål å holde driften på dagens nivå, eller sørge for å holde hodet over vannet.

En del understreker at målsetningen er at denne ekspansjonen skal komme som resultat av at selskapet etablerer en portefølje av spill som sikrer inntekter, eller at selskapet kan utvikle et storprodukt eller

franchise som kan stå for inntjeningen mens de jobber med andre mindre prosjekter parallelt. Mange fokuserer også på en innholdsmessig ekspansjon, der de i løpet av de neste årene enten får gitt ut sine første spill, eller får etablert en rutine som gjør at de kan levere spill i visse sykluser. Mange selskaper vektlegger også ekspansjon innen visse genrer eller plattformer. Tre selskaper understreker også at de ønsker å kunne utvikle og spre sine egne merkevarer. Tre selskaper oppgir at de ønsker å utvikle spillteknologi som kan bidra til vekst i selskapet.

For en del selskaper er internasjonalisering en viktig del av ekspansjonen. Flere selskaper vektlegger at et av deres mål innen en 5-årsperiode er å utgi flere internasjonale titler, men det er også selskaper som ønsker å skape et produkt som kan hjelpe dem med å bli kjøpt opp av internasjonale forlag, eller at de får muligheten til å samarbeide internasjonalt. Et selskap har som målsetning å kunne flytte selskapet til utlandet i løpet av de neste fem årene.

Når selskapene understreker ønske om økonomisk ekspansjon, understrekes det for en del selskaper at dette er å bli bedre på eksisterende aktivitet. Det ligger også implisitt til grunn for mange at økonomisk ekspansjon betyr større mulighet for å kunne bedrive egenstyrt aktivitet. Det er imidlertid fire selskaper som eksplisitt understreker at de ønsker å gå vekk fra oppdragsaktivitet og over til selvstyrte produksjoner. Dette understrekes ved at selskapene sier at de ønsker å bli økonomisk selvstendig eller at de ønsker å gjøre mindre konsultasjonsarbeid og mer spillutvikling.

Fire av selskapene skisser opp det vi kan kalle idealistiske målsetninger. Dette vil si målsetninger som ikke handler om økonomisk eller innholdsmessig ekspansjon direkte, men om utfordringer som omhandler problemstillinger utenfor bedriftens egen vekst. Målene som peker seg ut som ideelle mål er ønsket om et etisk arbeidsmiljø der alle får «normal lønn og arbeidstid», ønsket om å skape en mer omfattende norsk spillindustri, og å skape teknologi for «spill som reduserer fattigdom».

Det er her viktig å si at spillbransjen i dag spriker ekstremt i hvilke innfallsvinkler man kan ta for å oppnå suksess, og dermed også hvilke målsetninger selskapene setter seg. Det vi imidlertid med sikkerhet kan fastslå er at det er ingenting i veien med ambisjonene til selskapene. Om selskapenes egne mål tas i betraktning vil vi uten tvil få en svært god næringsgren innen spillutvikling om fem år, men det er selvsagt grunn til å ta mange av målene med en viss klype salt da historiens lys viser at det å skape et suksessrikt spill-selskap er vanskelig.

9. Oppsummering

Denne første rapporten i en planlagt serie om norsk spillbransje er på mange måter en teststudie der vi ikke bare gjør et første forsøk på å kartlegge bransjen, men også tester hvorvidt det er vilje og tid til å svare på en slik bransjeundersøkelse. Det er også en test av en rekke standardspørsmål og hvorvidt disse kan gi nok informasjon til å komme med noen klare tendenser som omhandler spillbransjen.

Selv om vi i ettertid ser at noen av spørsmålene kan ha virket uklare for respondentene, mener vi at vi tydelig kan se noen tendenser: Norsk spillbransje er i vekst, både når det gjelder antall nyetablerte spillselskaper og planlagte utgivelser. Vi ser også at det er en stor spredning blant norske spillskapere både når det gjelder hvilke plattformer det utvikles til, i tillegg til selskapenes størrelse i forhold til omsetning og ansatte og dermed også selskapenes målsetninger.

En viktig utfordring som kommer tydelig frem av undersøkelsen, er hvordan de offentlige støtteordningene oppfattes hos bransjen. Det er store svingninger mellom selskapene om hvor viktig de ser støtten, men hvis vi skal peke på noen tendenser, ser det ut til at den generelle oppfatningen er at offentlig støtte i stor eller til en viss grad er viktige for at selskapene skal nå sine mål: dette er nemlig svarene som 37 av selskapene gir (76 %). Samtidig er det kanskje størst svingninger hos de minste selskapene; selv om 23 selskaper mener at støtten er viktig i stor eller til en viss grad, er det også 6 selskaper som mener at den er ubetydelig. Ut fra det lille antallet selskaper vi har hatt til rådighet i denne undersøkelsen, ser det ut til at det er mellomstjiktet som er mest positive til støtteordningene: her er det ingen av de 14 selskapene som mener at støtteordningene er uviktige. Altså 100% blant mange av våre mest potente «up and coming» selskaper.

Selv om vi ser rom for forbedringer i fremtiden, mener vi allikevel at undersøkelsen har gitt svært verdifull informasjon om norsk spillbransje. Vi tror at når vi nå har denne informasjonen tilgjengelig vil det bli enklere å samle inn betraktelig mer detaljert data i neste omgang. Ved å henvise til denne informasjonen, og å gjøre den tilgjengelig for hele bransjen, både håper og tror vi at vi vil få en enda høyere svarprosent neste år.

Vedlegg 1. En oppsummering av norsk spillbransje

Svar på surveyen	Navn på selskap	Foretaksnr	Sted/etabl.år
ja	3D-Eksperten AS	996 228 703	Stavanger 2009
nei	Able Magic AS	991 326 804	Trondheim 2007
nei	Agenius Interactive AS	991 665 471	Kristiansand 2007
ja	Agens AS	988 669 695	Oslo 2005
ja	Amazing Games	984 067 143	Fredrikstad/Sarpsborg 1996
ja	Apdan Roger Hansen (enkeltpersonsforetak)	982 455 936	Trondheim 2005
ja	Applicus AS	996 808 637	Kristiansand 2011
ja	Arctic Hazard Game Studio AS	995 773 341	Vestby 2010
ja	Artplant AS	983 807 747	Oslo 2001
nei	Attensi AS	994 202 367	Oslo 2009
ja	Badger Punch Studios	996 974 251	Holmestrand 2011
nei	Bertheussen IT (enkeltpersonsforetak)	984 548 591	Trondheim 2002
ja	Biometric Game Studios DA	990 039 429	Hamar 2006
ja	Blink Studios AS	996 830 993	Oslo 2011
nei	BJØRNAR BORG (enkeltpersonsforetak)	992 326 042	Oslo 2008
nei	Brilliantly Blonde AS	990 219 540	Oslo 2006
nei	Cannonball Consulting	882 598 012	Hvaler 2000
nei	Caprino Filmsenter AS (inkl Capricornus og Caprino Video Games)	910 991 272	Bærum 1975
ja	Cyberlab Org AS	980 815 706	Trondheim 2004
ja	D-Pad Studio DA	995 916 525	Ask 2010
nei	Dalchow AS	979 845 529	Oslo 1999
nei	Derail Games DA	995 398 346	Oslo 2010
nei	Digiment Ltd. (BITWISE IT-CONSULTING LTD)	988 081 639	London 2005
nei	Earthtree Media AS	992 754 451	Fredrikstad 2008
ja	EcoGames AS	995 088 975	Kristiansand 2010
ja	Embermoon Entertainment AS	991 682 732	Sandefjord 2009
ja	Exit Strategy Entertainment Mæhre	996 751 139	Drammen 2011
ja	Eyeball Interactive AS	992 785 411	Hamar 2006
ja	FatCow Games AS	995 424 894	Kristiansand 2010
ja	Fifth Season AS	981 342 836	Oslo 1999
ja	Frost Software AS	895 350 362	Oslo 2010
ja	Funcom Oslo AS	966 232 315	Oslo 1995
ja	Gatada Games AS	996 322 955	Oslo 2011
ja	Gridmedia Technologies AS	976 783 484	Agdenes 1996
nei	Guppyworks Norway	990 507 678	Oslo 2006
ja	Henrik Dvergsdal IT & Media (enkeltpersonsforetak)(Fingerfriendly Soft)	980 799 247	Bodø 1999
ja	Hyper Interaktiv	982 219 469	Oslo 2000
ja	Inludo	967 870 412	Oslo 1995
ja	Kristanix Studio AS	995 977 028	Lier 2006
nei	Klapp Media AS	980 030 784	Trondheim 1998
ja	Kool Produktion AS	976 048 148	Kristiansand 1996
nei	KREA MEDIE NORGE AS	990 794 952	Oslo 2007
ja	Krillbite Studio AS	997 311 876	Hamar 2011
ja	Kybernesis Ronny Anderssen (enkeltpersonsforetak)	984 807 163	Trondheim 2007
ja	Mediacircus E AS	991 143 912	Bergen 2007
ja	Mediafarm	976 964 403	Stavanger 1996

nei	Mentalfish Petter Sundnes (enkeltmannsforetak)	985 126 976	Bergen 2004
ja	Minimedia AS	987 850 507	Nesodden 2001
ja	Moondrop DA	994 922 750	Hamar 2009
nei	Mottimotti AS	995 475 383	Oslo 2010
ja	Oh My Games	997 175 123	Balsfjord, 2011
ja	Phidu AS	994 237 160	Kristiansand 2009
nei	Pinjata AS	993 221 589	Oslo (1994) 2008
ja	Playfish Tromsø		Tromsø 2007
ja	Playstay (Fifth Element AS)	988 813 648	Oslo 2006
ja	Rain AS	895 383 422	Bergen 2010
ja	Ravn Studio AS	984 672 586	Drammen 2002
ja	Rock Pocket AS	989 030 760	Tønsberg 2005
ja	Sandnes Media AS	977 289 297	Larvik 1997
ja	Sarepta Studio AS	996 092 070	Hamar 2010
nei	Screenplay	992 807 296	Oslo 2008
nei	Shadow-Embryo T. Klovholt (enkelpersonsforetak)	995 059 266	Bø 2010
nei	Smartad IT	989 757 210	Trondheim 2006
ja	Snow Castle AS	994 570 633	Oslo 2009
ja	Social Games Ventures AS	990 778 515	Oslo 2009
nei	Tapcat Ltd.	996 831 620	Trondheim 2011
ja	THEMOON		
ja	Thomas Viktils Mandarin (Enkelpersonsforetak)	982 954 193	Oslo 2001
ja	Turbo Tape Games AS	992 341 319	Bergen 2008
ja	Virtual Game Worlds AS	993 567 922	Bærum 2009
ja	Vostopia AS	994 732 919	Voss 2009
nei	Yes Games AS	993 242 969	Oslo 2008
nei	Zoovolution TV AS	892 450 382	Kristiansand 2008

Vedlegg 2. Titler knyttet til selskapene som svarte på undersøkelsen

Navn på selskap	Titler
3D-Eksperten As	ingen info
Agens AS	<p><u>Utgitte titler 2011:</u> <i>Snøballkrig</i>. Action. (Browser/Flash) <i>Pakkeskred</i>. Puzzle. (Browser/Flash) <i>Slyngelslenging</i>. Arkade. Browser/Flash <i>Grind Your Way</i>. Puzzle/Action. (Browser/Flash) <i>Båtbråk</i>. Racing. (Browser/Flash) <i>Bananskliing</i>. Arkade. (Browser/Flash) <i>Eggjakten</i>. Plattform. (Browser/Flash) <i>Påskespillet</i>. Edugame. (Browser/Flash) <i>Andebykollen</i>. Skihopping. (Browser/Flash) <i>Holmenkollen Ski Jump</i> (1 & 2). (Web, iOS, Android). Salgstall: Ca 300 mill spilte spill på webversjonen.</p> <p><u>Under utvikling:</u> <i>Vikersund Ski Flying</i>. (iOS og Android). 2012 <i>Bukkene bruse</i>. (iOS og Android). 2012</p>
Amazing Games	<p><u>Utgitte titler:</u> <i>Chopper Alley</i>. Helikopter-simulator. (Pocket PC/smartphone). Salgstall: ca 330 000 kopier solgt/distribuert <i>Speedway Jam</i>. Racing. (Pocket PC/smartphone). Salgstall: ukjent (oppdrag) <i>Autopista</i>. Racing. (Gizmondo). Salgstall: 0 <i>Checkered Flag Racing</i>. Racing (Div. håndholdte). Salgstall: ukjent (oppdrag) <i>Northern Lights</i>. Puzzle. (iPhone, iPad). Salgstall: ca 5000 <i>Castle Crunch</i>. Physics. (iPhone). Salgstall: ca 15 000 <i>Pirate Climber</i>. Platform. (iPhone, iPad). Salgstall: ca 9000</p> <p><u>Under utvikling:</u> <i>Age of Trains</i>. Strategi/simulator. (PC/Mac, iPad, iPhone, Android). 2012</p>
Apdan Roger Hansen	<p><u>Under utvikling:</u> <i>Strigatorium</i>. (PC). 2013</p>
Applicus AS	<p><u>Under utvikling:</u> 1 tittel. (iPhone, iPad, iPod). 2012</p>
Arctic Hazard Game Studio AS	<p><u>Under utvikling:</u> 1 tittel. (PC). 2012</p>
Artplant AS	<p><u>Utgitte titler:</u> <i>Månetoppen</i>. (PC-CDROM). Salgstall: 20 000 <i>Stalljenta</i>. (PC-CDROM). Salgstall: 300 000 <i>Skomakergata</i>. (PC-CDROM). Salgstall: 10 000 <i>Stalljenta 2</i>. (PC-CDROM). Salgstall: 260 000 <i>Sabeltann</i>. (PC-CDROM). Salgstall: 20 000 <i>Olsenbanden jr.</i> (PC-CDROM). Salgstall: 10 000 <i>Horse Mysteries</i>. (PC-CDROM). Salgstall: 50 000 <i>Sabeltann: Grusomme Gabriels Forbannelse</i>. (PC-CDROM). Salgstall: 15 000 <i>Henga & Bia</i>. (PC-CDROM). Salgstall: 4000 <i>Ridingclub</i>. (PC downloadable). Salgstall: 300 000 registrerte <i>Glob</i>. (iPhone). Salgstall: 1000 <i>Battlestar Galactica Online</i>. (Web). Salgstall: 7 500 000 registrerte <i>Ridingclub</i>. (Facebook). Salgstall: 30 000 MAU</p> <p><u>Under utvikling:</u> 2 konfidensielle prosjekter. (Web). 2012 <i>Mach Tactics</i>. (Web). 2012</p>
Badger Punch Studios	<p><u>Utgitte titler:</u> Kun brettspill</p> <p><u>Under utvikling:</u> <i>Gravity Run</i>. (PC). 2012</p>

Biometric Game Studios DA	<p><u>Utgitte titler:</u> <i>Idyllisk</i>. (iPhone/iPad). Salgstall: 600 salg/13000 brukere</p> <p><u>Under utvikling:</u> <i>Reverse Engineering Redux</i>. (iPad). 2012</p>
Blink Studios AS	<p><u>Under utvikling:</u> <i>SKAR - Hammeren Vender Tilbake</i>. (iOS, Android, PC, Mac). 2012 <i>Pirate Interactive Toy</i>. (iOS og Android). 2012</p>
Cyberlab Org AS	<p><u>Utgitte titler:</u> <i>Energispillet</i>. Læringsspill. (PC) <i>Energispillet Redd Jonia</i>. Læringsspill. (PC) <i>Antilantis</i>. Læringsspill. (PC)</p>
D-Pad Studio DA	<p><u>Under utvikling:</u> <i>Owlboy</i>. (PC, Xbox). 2012 <i>Vikings On Trampolines</i>. (PC, Xbox, iPhone, Android). 2012-2013</p>
Eco Games AS	<p><u>Under utvikling:</u> 1 flermedialt prosjekt. Usikkert lanseringsår.</p>
Embermoon Entertainment AS	<p><u>Under utvikling:</u> <i>Uncharted Peak</i>. (Web). 2012 <i>Lunar Radiation</i>. (Windows, Mac, Linux). 2014</p>
Exit Strategy Entertainment	<p><u>Utgitte titler:</u> <i>Planet Buster, Match 3</i>. (Pc, Mac, Ipad, Iphone, Android). 2011 <i>Pirates Of New Horizons</i>, (Pc, Mac). 2010. Salgstall: Ca 20 000 unike brukere.</p> <p><u>Under utvikling:</u> <i>Pirates Of New Horizons</i> (fullversjon). (PC, Mac, Xbox 360). 2012</p>
Eyeball Interactive AS	<p><u>Utgitte titler:</u> <i>Jakten på kjærligheten</i>. (Flash). Salgstall: 6000 brukere <i>Stairs: The Game</i>. (Flash/Facebook). Salgstall: 210 916 sessions, 3 802 197 gameplays <i>Name your Game</i>. (Android/iOS). Salgstall: (nettopp ute) <i>World Cup Streaker</i>. (Flash). Salgstall: 129 771 sessions, 722 360 gameplays <i>Zombie Streaker</i>. (Flash). Salgstall: 102 361 sessions, 277 714 gameplays <i>Får i Kål</i>. (Flash). Salgstall: -</p> <p><u>Under utvikling:</u> <i>Heavy Metal Stagedive</i>. (Flash). 2012 <i>Valgkampen</i>. (Flash). 2012 Diverse konsepter. (Unity/Android/iOS)</p>
FatCow Games AS	<p><u>Utgitte titler:</u> <i>Idyllic!</i>. Arcade/Action. (iOS). Salgstall: rundt 17 000 unike brukere</p> <p><u>Under utvikling:</u> 1 tittel. 2012</p>
Fifth Season AS	<p><u>Utgitte titler:</u> <i>Planetarion</i>. (Web). 2000. Salgstall: ca 190 000 brukere <i>ManagerLeague</i>. (Web.) 2005. Salgstall: ca 50 000 brukere</p> <p><u>Under utvikling:</u> <i>AD2460</i>. (Web). 2012</p>
Frost Software AS	<p><u>Utgitte titler:</u> <i>PeeHero2</i>. (iOS) <i>EyeRoller3</i>. (iOS) <i>Skitkasting</i>. (iOS) <i>JetCat5</i>. (iOS) <i>JetCat - Pink Power</i>. (iOS) <i>Stupid Monkeys</i> (iOS) (Ca 200 000 produktnedlastninger totalt).</p> <p><u>Under utvikling:</u> <i>Garbage Rampage</i> (iOS) 3 titler. (iOS). 2012</p>
Funcom Oslo AS	<p><u>Utgitte titler:</u></p>

	<p><i>Age of Conan - Savage Coast of Turan</i> (expansion pack). (PC). 2011. <i>Bloodline Champions</i> (PUBLISHER). (PC). 2011. <i>Chess Attack</i> (PUBLISHER). (PC, Facebook). 2010. <i>Age of Conan - Rise of the Godslayer</i> (expansion pack). (PC). 2009. <i>Anarchy Online - Legacy of the Xan</i> (expansion pack). (PC). 2008. <i>Age of Conan - Hyborian Adventures</i>. (PC). 2006. <i>Dreamfall</i>. (PC, Xbox). 2006 <i>Anarchy Online - Lost Eden</i> (expansion pack). (PC). 2004. <i>Anarchy Online - Alien Invasion</i> (expansion pack). (PC). 2003. <i>Anarchy Online - Shadowlands</i> (expansion pack). (PC). 2002. <i>Anarchy Online - The Notum Wars</i> (booster pack). (PC). 2002. <i>Anarchy Online Special Edition</i>. (PC). 2001. <i>Anarchy Online</i>. (PC). 2000 <i>The Longest Journey</i>. (PC). 2000 <i>No Escape</i>. (PC). 1999 <i>Speed Freaks / Speed Punks</i> (US). (Playstation). 1999. <i>CMX</i>. (Playstation). 1998 <i>Paradigm Shift</i>. (Nettleser med Java-støtte). 1997-2000, <i>Multiplayer web portal: Chat cafe, Backgammon, Spades, Hearts, Poker</i>. (Nettleser med Java-støtte). 1997 <i>Pocahontas</i>. (Sega Genesis). 1997 <i>Deadly Skies</i>. (Playstation). 1997 <i>NBA Hang Time</i>. (Sega Mega Drive). 1996 <i>Casper (the friendly ghost)</i>. (Playstation, Saturn, 3DO). 1996 <i>Winter Gold</i>. (SNES). 1996 <i>Nightmare Circus</i>. (Sega Mega Drive). 1996 <i>Dragonheart: Fire & Steel</i>. (PC, Playstation, Sega Saturn). 1996 <i>Impact Racing</i>. (Playstation, Sega Saturn). 1994 <i>A Dinosaur's Tale</i>. (Sega Mega Drive). 1994 <i>Daze Before Christmas</i>. (Sega Mega Drive/SNES). 1994 <i>Fatal Fury Special</i>. (Sega CD). 1993 <i>Samurai Showdown</i>. (Sega CD).</p> <p><u>Under utvikling:</u> <i>The Secret World</i>. (PC). 2012 <i>Fashionweek</i>. (Web/Facebook). 2012 <i>Pets VS Monsters</i>. (Web/Java). 2012 <i>Adventure Pack for Age of Conan</i>. (PC). 2012 <i>Adventure Pack for Anarchy Online</i>. (PC). 2012 <i>The Longest Journey</i>. (iOS). Foreløpig ingen dato</p>
Gatada Games AS	<p><u>Under utvikling:</u> 2 titler. Brettspill. 2012</p>
Gridmedia Technologies AS	<p><u>Under utvikling:</u> <i>Asteroidbeltet</i>. (PC). Foreløpig ingen dato</p>
Henrik Dvergsdal IT & Media	<p><u>Utgitte titler:</u> <i>N-back Suite</i> (Hukommelsestrening). (iPhone/iPad). Salgstall: 3000/år <i>Chess+</i> (Brettspill). (iPhone/iPad). Salgstall: 1500/år <i>Gomoku+</i> (Brettspill). (iPhone/iPad). Salgstall: 100/år <i>Dice+</i> (Simulering). (iPhone/iPad). Salgstall: 100/år <i>Bubble Breaker</i> (Spill). (iPhone/iPad). Salgstall: 100/år <i>Arithmetic+</i> (Matematikkøving). (iPhone/iPad). Salgstall: 100/år</p>
Hyper Interaktiv	<p><u>Utgitte titler:</u> <i>Utviklingsinvestoren</i>. Salgstall: 12.000 brukere <i>Reisen til Ethica</i>. Salgstall: 12.000 brukere <i>Rottenetter</i>. Salgstall: 16.500 brukere <i>RedSting</i>. Salgstall: 5.000 brukere <i>SixPackPingPong (Mr Melk)</i> Salgstall: 150.000 <i>Hodejegerne</i>. Salgstall: 9.000</p> <p><u>Under utvikling:</u> <i>Mogul</i>. (Pc/mac/app). 2012 <i>Mr Melk Snowboard</i>. (iPhone/iPad). 2012</p>
Inludo	<p><u>Utgitte titler:</u></p>

	<p>Flere titler. Online/Bilspill. (Director) Involvert i prosjekter som <i>Josefine</i>, <i>Blåfjell</i> etc.</p> <p><u>Under utvikling:</u> <i>RagnarRock: Thors Revenge</i>: (iOS, Android). 2012 <i>RagnarRock</i> (flere titler). (iOS og Android).</p>
Kristanix Studio AS	<p><u>Utgitte titler:</u> <i>Fantastic Farm</i>. Time Management. (PC/Mac/Linux/iPhone/iPad/Android). Salgstall: 1.5 million kr <i>Pirate Mysteries</i>. Hidden Object. (PC/Mac/iPhone/iPad/Android). Salgstall: 700.000 kr</p> <p><u>Under utvikling:</u> <i>Heroes Guild</i>. (PC/Mac/iPhone/iPad/Android). 2012 Andre prosjekter.</p>
Kool Produksjon AS	<p><u>Utgitte titler:</u> <i>Elleville Elfrid</i>. (iPhone/iPad/Android) <i>Ellevill jul med Elfrid</i>. (iPhone/iPad/Android)</p> <p><u>Under utvikling:</u> 1 tittel</p>
Krillbite Studio AS	<p><u>Under utvikling:</u> <i>Among the Sleep</i>. (PC/MAC).2012.</p>
Kybernesis Ronny Anderssen	<p><u>Under utvikling:</u> <i>Corp Wars</i>. (Facebook /PC). 2012</p>
Mediacirkus E AS	<p><u>Utgitte titler:</u> <i>Varg Veums fall</i> <i>Inklings</i>. (iPhone). 2011</p>
Mediafarm	ingen info
Minimedia AS	<p><u>Utgitte titler:</u> <i>Ungene i gata</i>. (PC). Salgstall: 8000 <i>Ungene i gata</i>. (3 samiske versjoner). (PC). Salgstall: 1500 <i>Ungene i gata og RockeRagnar</i>. (PC). Salgstall: 1600 <i>Reven og Grisungen</i>. (PC). Salgstall: 1500 <i>Knertenspillet</i>. (PC). Salgstall: 9700</p> <p><u>Under utvikling:</u> <i>Sáivu, et samisk eventyr</i>. (PC). 2012</p>
Moondrop DA	<p><u>Under utvikling:</u> <i>Amphora</i>. (PC/Mac/iPad). 2012</p>
Oh My Games	ingen
Phidu AS	<p><u>Under utvikling:</u> <i>Sjapper</i>. (iPhone, Android, online). 2012</p>
Playfish Tromsø	<p><u>Utgitte titler:</u> <i>Bowling Buddies</i>. (Facebook). <i>Minigolf Party</i>. (Facebook). <i>Quiztastic</i>. (Facebook). <i>Crazy Planets</i>. (Facebook). <i>Hotel City</i>. (Facebook). <i>Poker Rivals</i>. (Facebook).</p> <p><u>Under utvikling:</u> Ikke offentlig</p>
Playstay (Fifth Element AS)	<p><u>Utgitte titler:</u> <i>Wild Viking</i>. (Casinospill) <i>21 Duel Blackjack</i>. (Casinospill) <i>Lucky Blackjack</i>. (Casinospill)</p> <p><u>Under utvikling:</u> <i>Bomb Aliens!</i> (iOS). 2012</p>
Rain AS	<p><u>Under utvikling:</u> <i>Minute Mayhem</i>. (PC, Xbox). <i>Dark Rain</i>. (PC, Xbox)</p>

Ravn Studio AS	<p><u>Utgitte titler:</u> <i>Englekræsj.</i> (PC). 2008 <i>Snakeball.</i> (PS3/PSN). 2007 <i>Flåklypa Grand Prix.</i> (NDS). 2010 <i>Knerten gifter seg.</i> (NDS). 2010 <i>Kaptein Sabeltann og ildprøvene.</i> (NDS). 2011 <i>Vinter i Blåfjell.</i> (NDS). 2011 <i>Vennebyen.</i> (iOS). 2011 <i>Blåfjell Julekalender.</i> (iOS). 2011</p> <p><u>Under utvikling:</u> <i>Miljøagentene - med rett til å redde verden.</i> (MMO/PC). 2012 <i>Selma og tanketrollet.</i>(3DS, iOS). 2012 <i>Pippi, verden sterkeste jente.</i> (NDS/3DS). 2012 <i>Bound.</i> (PS3/PSN,PSVita). 2012</p>
Rock Pocket AS	<p><u>Utgitte titler:</u> <i>Laser Puzzle.</i> Puzzle. Salgstall: 12490 <i>Zombie Headshot.</i> Arcade. Salgstall: 4574 <i>The Package.</i> Puzzle. Salgstall: 66211 <i>Monster Mania.</i> Plattform. Salgstall: 693 <i>Senkveld - Spark meg bak.</i> Casual. Salgstall: 16438 <i>Hjulene på bussen.</i> Barnespill, bok. Salgstall: 5988 <i>Mr. Melk Six Pack.</i> Casual. Salgstall N/A <i>Elleville Elfrid.</i> Barnespill. Salgstall: 1265 <i>Blåfjell.</i> Barnespill, bok. Salgstall: N/A <i>Ellevill Jul med Elfrid.</i> Barnespill. Salgstall: 239 (på 2 uker)</p> <p><u>Under utvikling:</u> <i>Oliver & Spike Dimensjonshoppere.</i> (PS3/PC/Mac). 2013 <i>Gametracer.</i> (iOS, Android, Web). 2012 <i>Jin & Jan bæsje bok.</i> (iOS). 2012</p>
Sandnes Media AS	<p><u>Under utvikling:</u> <i>Nøtteliten går til skolen</i>(PC, MAC)</p>
Sarepta Studio As	<p><u>Utgitte titler:</u> <i>Battlelords of the 23rd century.</i> Sci-fi. (Facebook/Twitter). 2011 <i>Angler.</i> Arkade. (XBLIG). 2011</p> <p><u>Under utvikling:</u> <i>Shadow Puppeteer.</i> (XBLA, Steam). 2012</p>
Snow Castle AS	<p><u>Utgitte titler:</u> <i>Hogworld: Gnant's Adventure.</i> (Interaktiv fortelling/Adventure). (iOS / Mac). 2011</p> <p><u>Under utvikling:</u> <i>Winds of Edea.</i> Plattform/Adventure/Puzzle. (Mac/PC). 2012 <i>Hogworld 2: Festival of Magic.</i> Interaktiv fortelling/Adventure game. (Mac / PC). 2012</p>
Social Games Ventures AS	<p><u>Under utvikling:</u> 3 titler. Social games. (Facebook, iPhone). 2012</p>
TheMoon	<p><u>Utgitte titler:</u> (Interne testplattformer)</p> <p><u>Under utvikling:</u> 1 tittel. 2013</p>
Thomas Viktils Mandarin	<p><u>Utgitte titler:</u> <i>Postdropp.</i> Casual. (Nettleser/Flash). Salgstall: mellom 5000 og 10000 brukere <i>Posten gjennom tidene.</i> Casual. (Nettleser/Director). Salgstall: mellom 1000 og 5000 brukere <i>Hydro rundt.</i> Casual. (Nettleser/Flash). Salgstall: ca. 10000 brukere <i>Loco Monos.</i> Casual. (Nettleser/Flash). Salgstall: mellom 20000 og 40000 brukere</p> <p><u>Under utvikling:</u> Oppdragsprosjekt. (Facebook).2012 <i>City Golf.</i> (iPhone). 2012</p>
Turbo Tape Games AS	<p><u>Under utvikling:</u> <i>Naval War.</i> (Steam for PC). 2012.</p>

	<i>Velocipede</i> . (Web). 2012
Virtual Game Worlds AS	<p><u>Utgitte titler:</u> <i>Go!Fish</i>. Sosialt. (Facebook). Salgstall: under 1000 brukere</p> <p><u>Under utvikling:</u> <i>Company of Mammals</i>. (Online browser). 2013</p>
Vostopia AS	<p><u>Utgitte titler:</u> <i>Wingsuit Challenge</i>. (Web) <i>Vostopia Avatar Platform</i>. (Plattform for avatarar til bruk i spel på web og mobil)</p> <p><u>Under utvikling:</u> <i>Quiztopia</i>. (Facebook). 2012 <i>Survivors</i>. (Web). 2012</p>

Vedlegg 3. Titler knyttet til aktive selskaper som ikke svarte på undersøkelsen

Navn	Eksempler på spill
Able Magic AS	'tisu Bub Spintrip Twirltower
Agenius Interactive AS	Afterlife The Foreigner
Attensi AS	Attensi ShopSIM
Bertheussen IT	Wordfeud
Bjørnar Borg	BB Yatzy BB Memory
Brilliantly Blonde AS	Polar Pals Birkebeinerne
Cannonball Consulting	Plonk!
Caprino Filmsenter AS	Flåklypa Grand Prix
Dalchow AS	Passport
Derail Games DA	CTG Panic Attack Jump n' Bounce
Digiment Ltd. (Bitwise IT-consulting LTD)	Marv the Miner Boxit
Earthtree Media AS	SuperDoodler Øysteins blyant Cartoon Cards Party Fun
Guppyworks Norway	Guppylife
Klapp Media AS	Style min 313 Lyden av Norge
KREA MEDIE Norge AS	Josefine Sofie Hugo
Mentalfish Petter Sundnes	Galactic Fleet
Mottimotti AS	Telenor Island Hodejegerne Dicto
Pinjata AS	Josefine Sirkeline
Screenplay	Oddsduellen Sjokoladeprofilen
Shadow-Embryo T. Klovholt	RubyHunter Saucer 44
Smartad IT	Norwegian Mafia
Tapcat Ltd.	Snakerace
Yes Games AS	Chess Attack
Zoovolution TV AS	Flere titler under utvikling