



Computerspilindustrien

Tendenser, Danmark og
Globalt

Jeg er

- ❖ Mikkel Lodahl
- ❖ Lektor og projektleder for Institut for Dansk Spiludvikling (idsu.dk)
- ❖ Underviser i virksomhed, interaktiv historiefortælling og systemudvikling ved datamatikerne på Dania Games
- ❖ milo@eadania.dk / @thelodahl på Twitter



Overordnede tendenser

Hvad kendetegner
computerspilbranchen i disse
år?

Overordnede tendenser

- ❖ Nemmere adgang
- ❖ Bredere publikum
- ❖ Diversitet i spil og udviklere
- ❖ Større bevågenhed
- ❖ Skiftende markeder og forretningsmodeller
- ❖ Diversitet i opgaver

Nemmere adgang

- ❖ Stor stigning i antallet af devices, der kan spille spil
- ❖ Høj integration af digitale butikker i devices
- ❖ Lavere entry level for spiludviklere pga mange engines



Bredere publikum



- ❖ Mange flere forskellige spillere
- ❖ Gennemsnitsalder: 36
- ❖ Nærmest 50-50 kønsfordeling
- ❖ Stor variation i livssituation og politisk overbevisning blandt spillere

Diversitet i spil og udviklere

- ❖ Flere repræsentationer af minoriteter i spil
- ❖ Flere minoriteter blandt spiludviklere
- ❖ Giver mange flere perspektiver på spil og hvordan og hvorfor de fungerer
- ❖ Giver andre krav til hvordan spilbranchen fungerer
- ❖ Stadig et felt domineret af hvide mænd



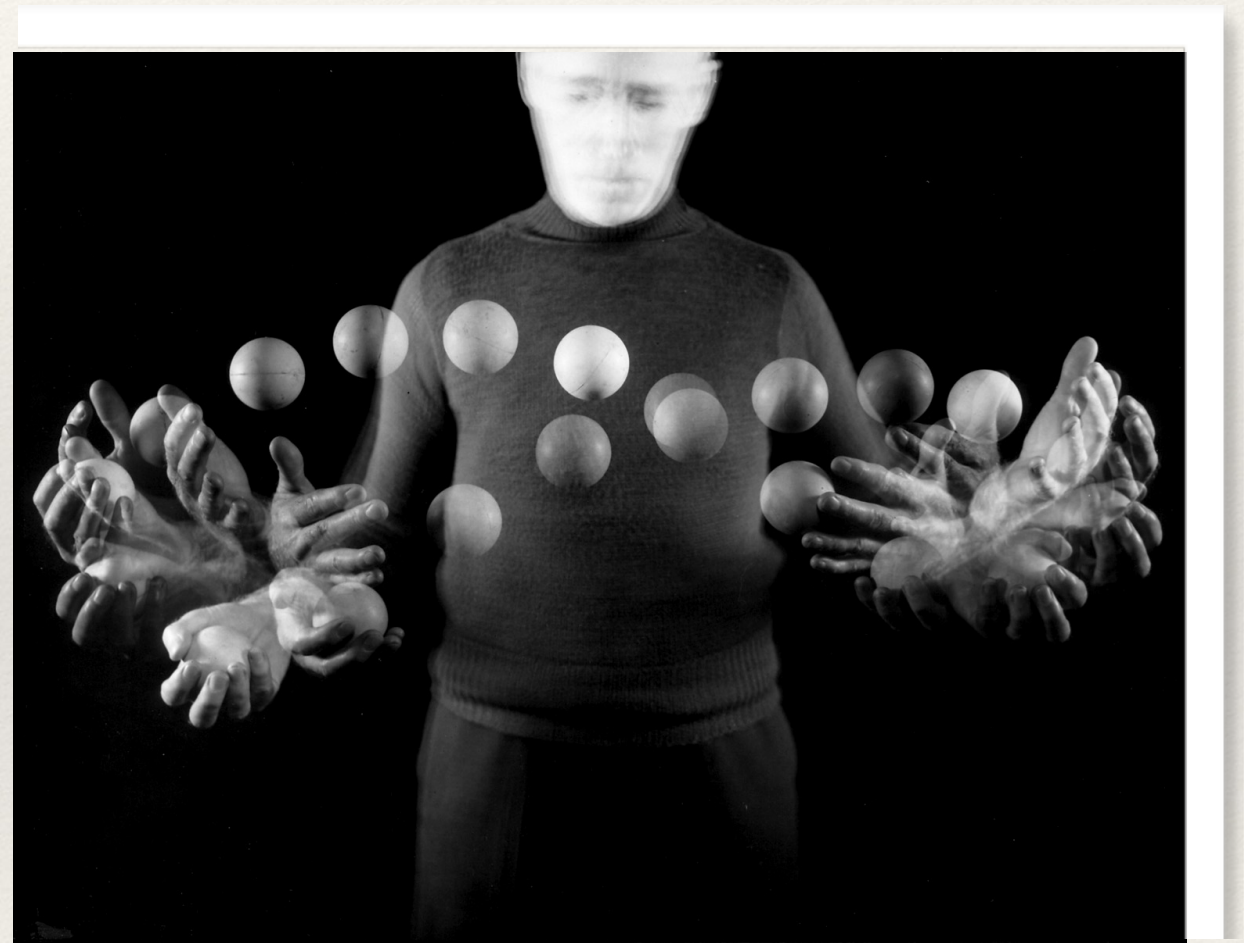
Større bevågenhed



- ❖ Pressen har endelig fået øje på spil
- ❖ Akademikere, der er vokset op med spil, undersøger dem naturligt
- ❖ Investorer - anført af tidligere spiludviklere - har opdaget branchen, men usikkerheden er stadig meget stor for den enkelte investering

Skiftende markeder og forretningsmodeller

- ❖ Mobilmarkedet så for tre år siden ud til at udkonkurrere konsoller og PC totalt
- ❖ Siden er begge kommet igen og mobilmarkedet har været snørret meget sammen
- ❖ Yo-yo historier som Zynga og Rovio, der satser for meget på bestemte forretningsmodeller og derfor vokser og skrumper dramatisk



Diversitet i opgaver



- ❖ Mange virksomheder laver flere forskellige ting eller er del af et større konsortium
- ❖ Gynger og karruseller
- ❖ Spil og apps
- ❖ Spil og IP
- ❖ Spil og konsulentvirksomhed
- ❖ Spil og et dagjob

Den danske branche

Vækst og eksport

Stor vækst

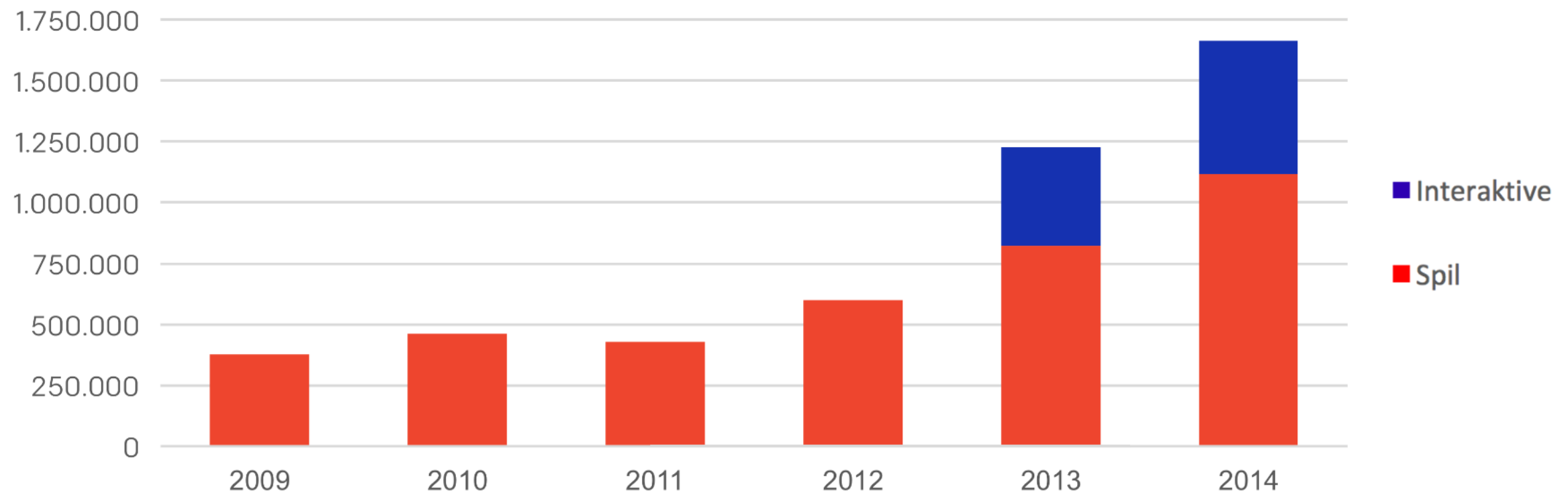
Antal Virksomheder

	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Spil	72	103	125	145	139	190
Interaktive					87	76
<i>Total</i>	<i>72</i>	<i>103</i>	<i>125</i>	<i>145</i>	<i>226</i>	<i>266</i>

Stor vækst

Omsætning (i 1000 DKK)

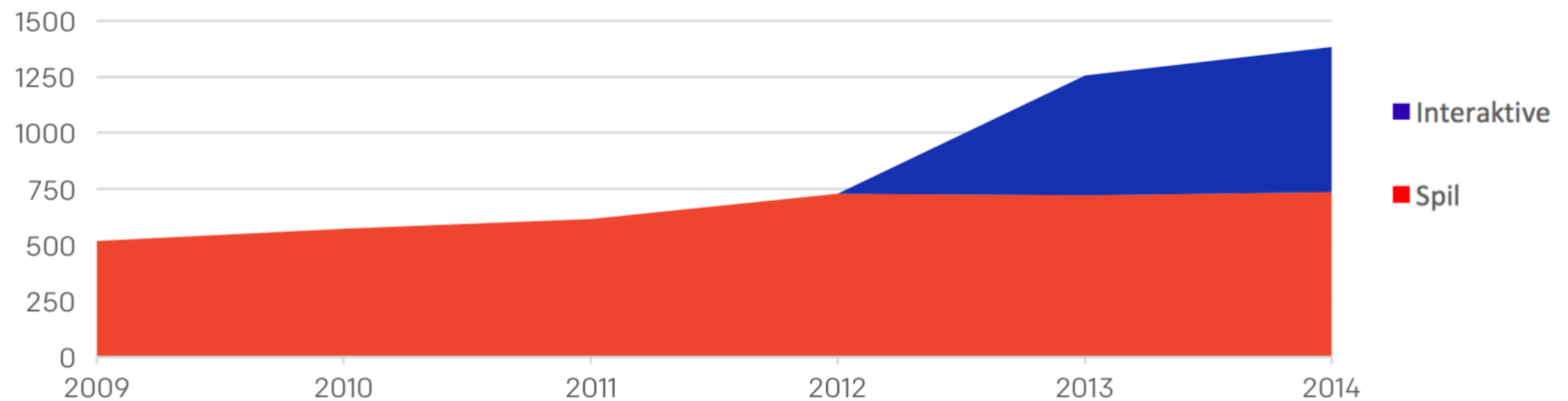
	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Spil	376.607	460.788	429.309	598.263	823.055	1.115.549
Interaktive					405.842	546.567
<i>Total</i>	<i>376.607</i>	<i>460.788</i>	<i>429.309</i>	<i>598.263</i>	<i>1.228.897</i>	<i>1.662.116</i>



Stor vækst

Beskæftigelse

	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Spil	516	571	615	728	721	735
Interaktive					537	648
<i>Total</i>	<i>516</i>	<i>571</i>	<i>615</i>	<i>728</i>	<i>1258</i>	<i>1383</i>



Mange små

Fordeling på omsætning

	under 1 mio.	mellem 1 og 7,5 mio.	over 7,5 mio.
Spil	139	38	13
Interaktive	37	18	21

Mange små

Fordeling på Virksomhedsstørrelse: Spil

	2012	2013	2014
ingen ansatte	75	72	109
1-9 ansatte	55	52	62
10-19 ansatte	7	4	10
20-49 ansatte	7	9	6
50+	1	2	3

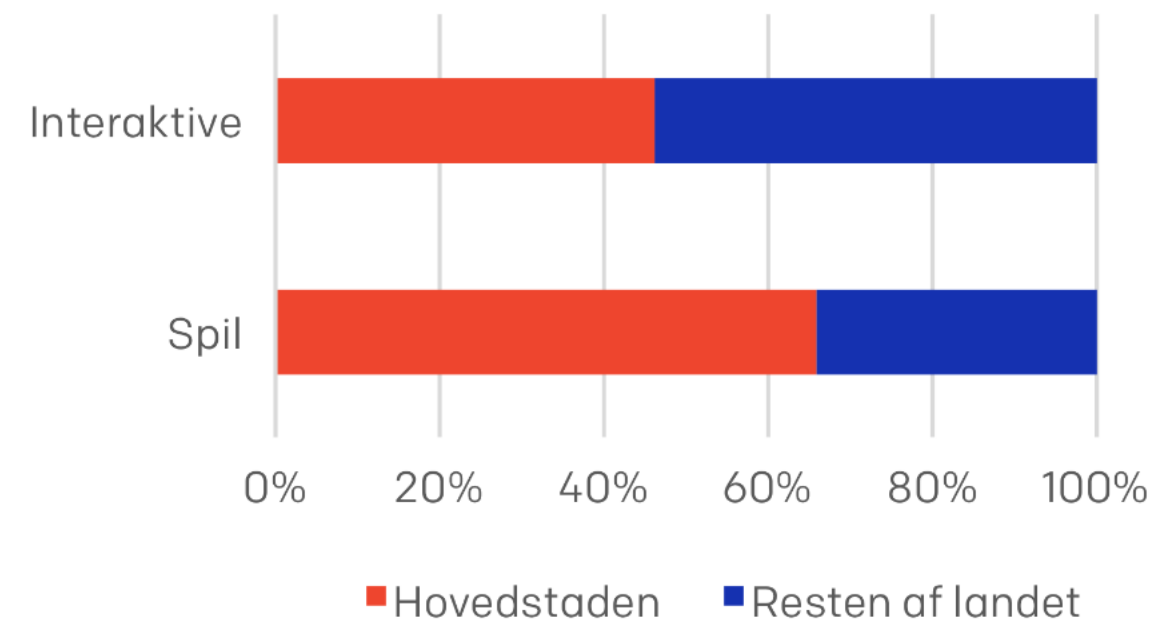
Fordeling på Virksomhedsstørrelse: Interaktive

	2013	2014
ingen ansatte	28	17
1-9 ansatte	46	42
10-19 ansatte	6	8
20-49 ansatte	4	5
50+	3	4

Landsdelene

Regional fordeling

	Hovedstaden	Resten af landet
Spil	125	65
<i>Fordeling</i>	<i>66%</i>	<i>34%</i>
Interaktive	43	50
<i>Fordeling</i>	<i>46%</i>	<i>54%</i>



Lokalt og globalt marked

Eksport (i 1000 DKK)

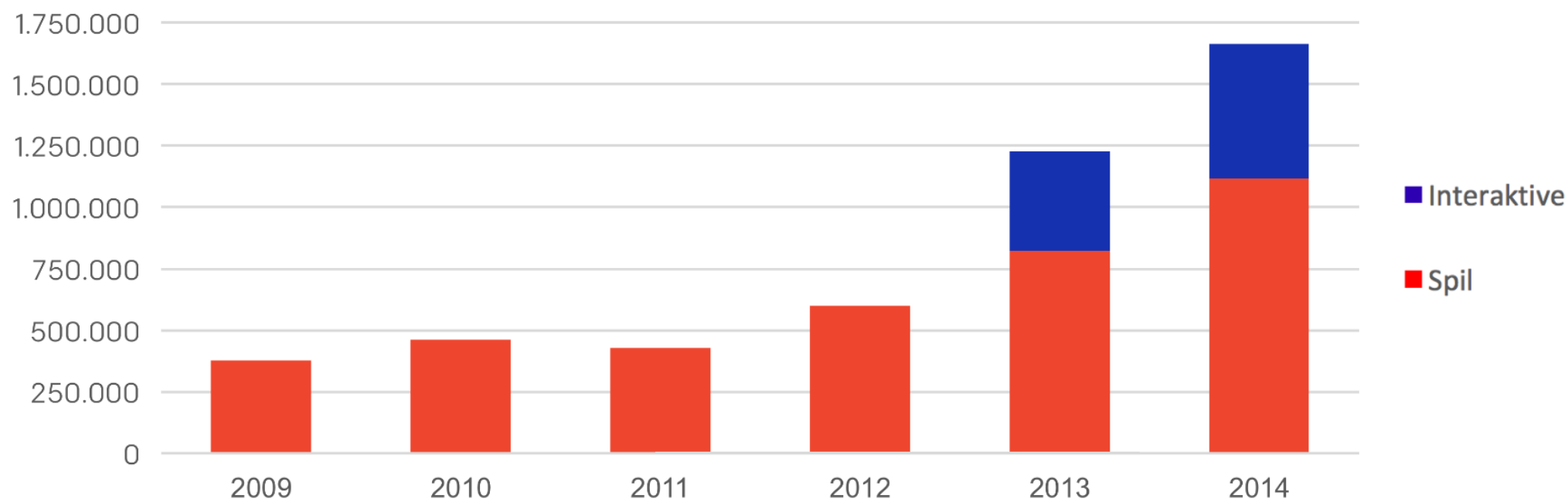
	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Spil	252.631	339.135	239.965	415.210	668.867	747.023
Interaktive					61.883	73.428
<i>Total</i>	<i>252.631</i>	<i>339.135</i>	<i>239.965</i>	<i>41.521</i>	<i>730.750</i>	<i>820.451</i>

Eksport (i 1000 DKK)

	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Spil	252.631	339.135	239.965	415.210	668.867	747.023
Interaktive					61.883	73.428
<i>Total</i>	<i>252.631</i>	<i>339.135</i>	<i>239.965</i>	<i>41.521</i>	<i>730.750</i>	<i>820.451</i>

Omsætning (i 1000 DKK)

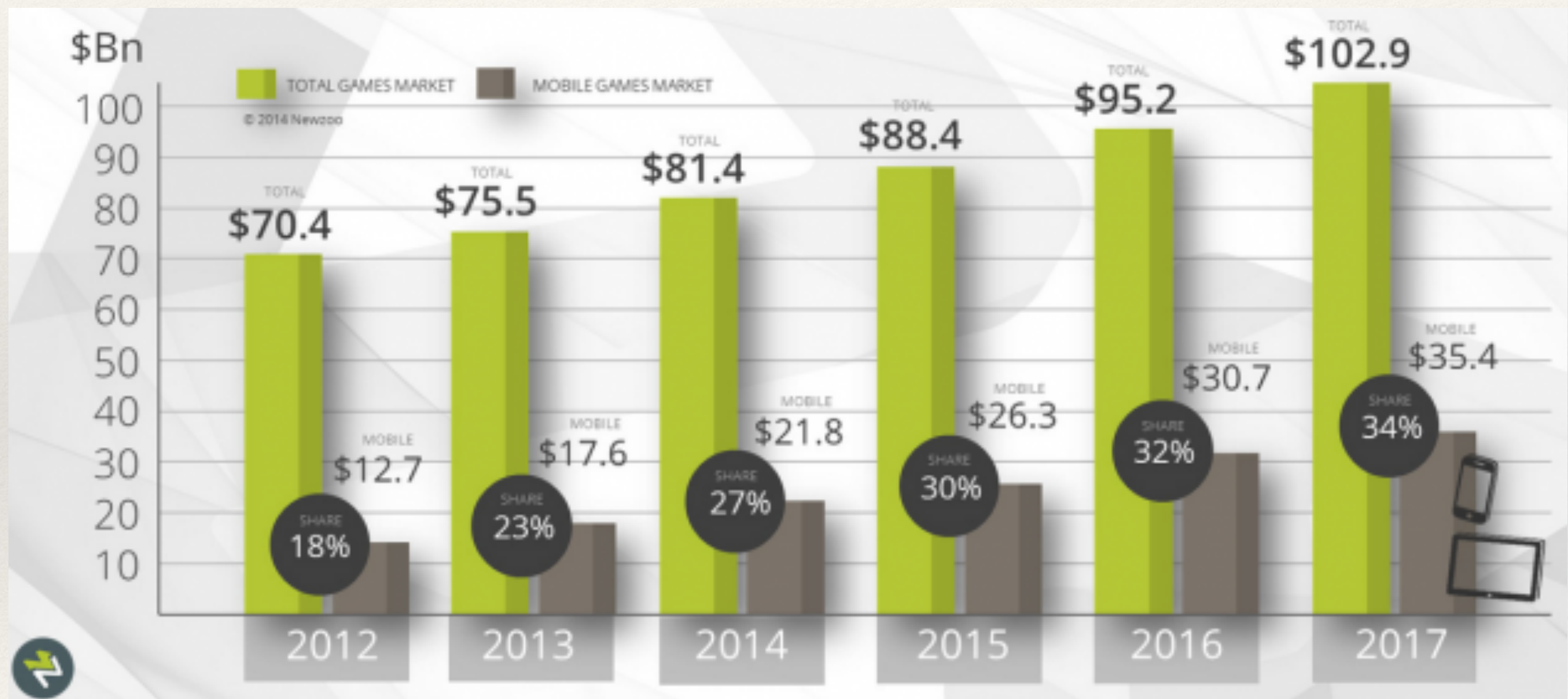
	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Spil	376.607	460.788	429.309	598.263	823.055	1.115.549
Interaktive					405.842	546.567
<i>Total</i>	<i>376.607</i>	<i>460.788</i>	<i>429.309</i>	<i>598.263</i>	<i>1.228.897</i>	<i>1.662.116</i>



Det globale marked

Go east, young man

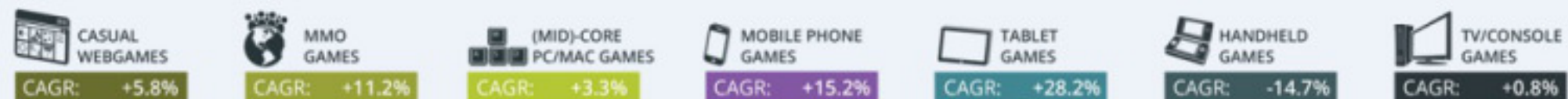
Stor vækst



Overvejende vækst i Asien

Global Games Market 2013-2017

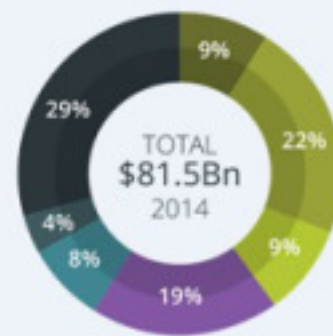
Key Moments Towards 2017 | Revenues Per Year and Market Segment



© 2014 Newzoo, Global Games Market Report

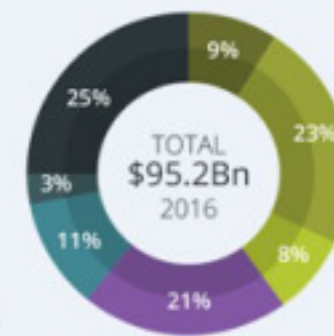
- 2013 Global Revenues Exceeded Expectations Driven by Continued Growth in China and Mobile Gaming on a Global Scale.

- Between 2013 and 2017, the Global Games Market Grows at 8.1% (CAGR) per Year to \$100bn in 2017.



- Smartphones and Tablets Generate More Revenue than Consoles Globally.

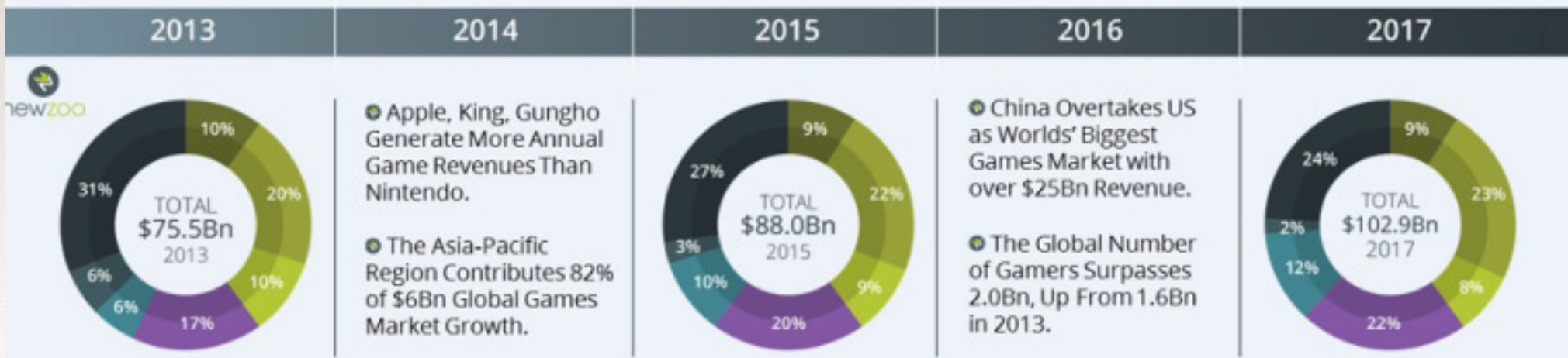
- Tencent Takes 10% of World Games Market.
- Physical Sales Evaporate, Dropping Below 20% in the US.



- Mobile Games Market Share Rises to 35% with \$35Bn Revenue.

- Global MMO Revenues Equal Those of TV / Consoles at \$24Bn.

- The Asia-Pacific Region Takes 49% of Global Market.

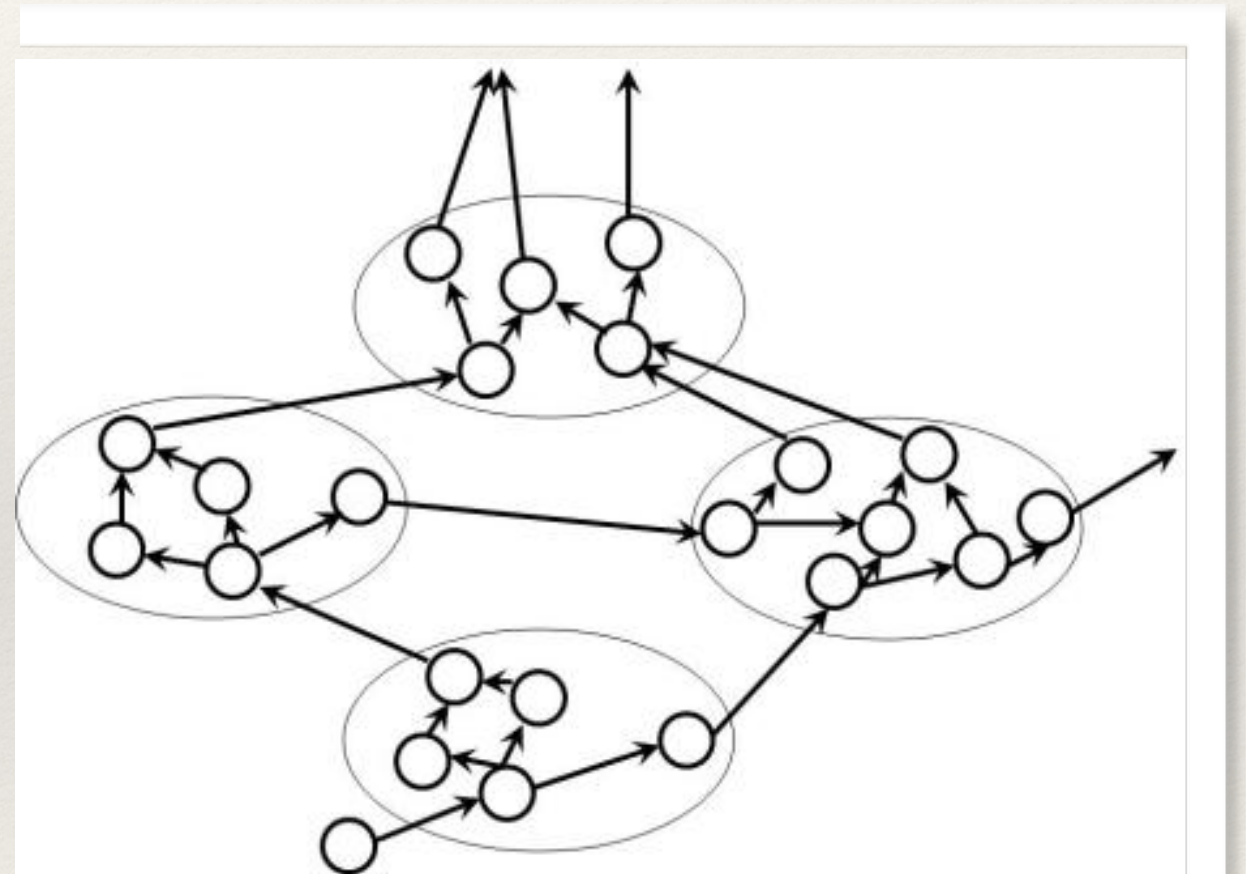


Overvejende vækst i Asien



Meget komplekst

- ❖ Asien er langt fra en homogen størrelse
- ❖ Kina har for eksempel 300 forskellige android stores - og over 200 sprog
- ❖ Japan er næsten umulig at komme ind på udefra og stiller høje content-krav - men betaler en del
- ❖ Sydkorea ligner Japan meget, men med bedre tech-infrastruktur
- ❖ Øvrige markeder meget fragmenterede og med stor variation



Go east, young man



Det amerikanske marked

Hurtig karakteristik

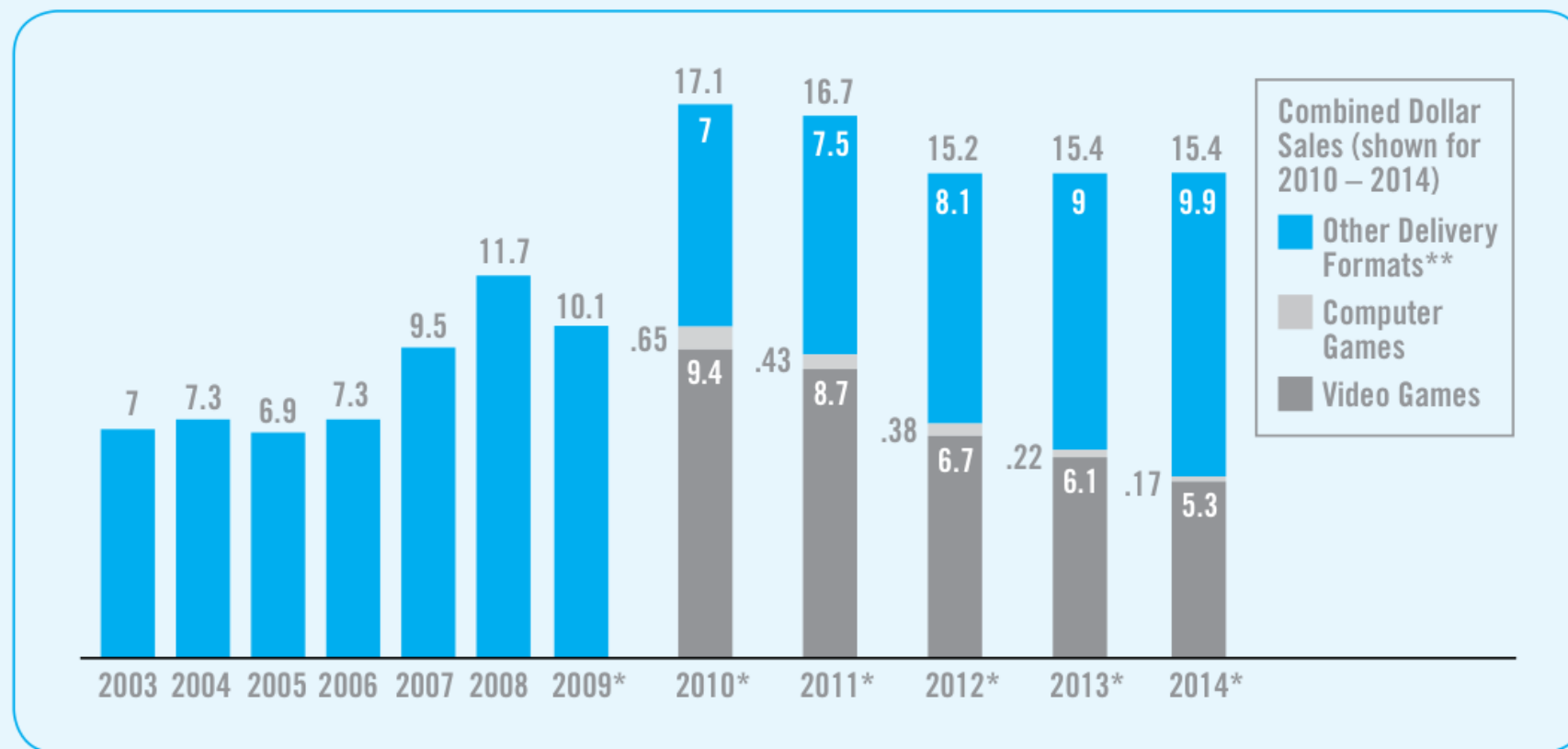
Størrelsen



Størrelsen

U.S. Computer and Video Game **DOLLAR** Sales

DOLLARS IN BILLIONS



Source: The NPD Group/Retail Tracking Service; Games Market Dynamics: U.S.

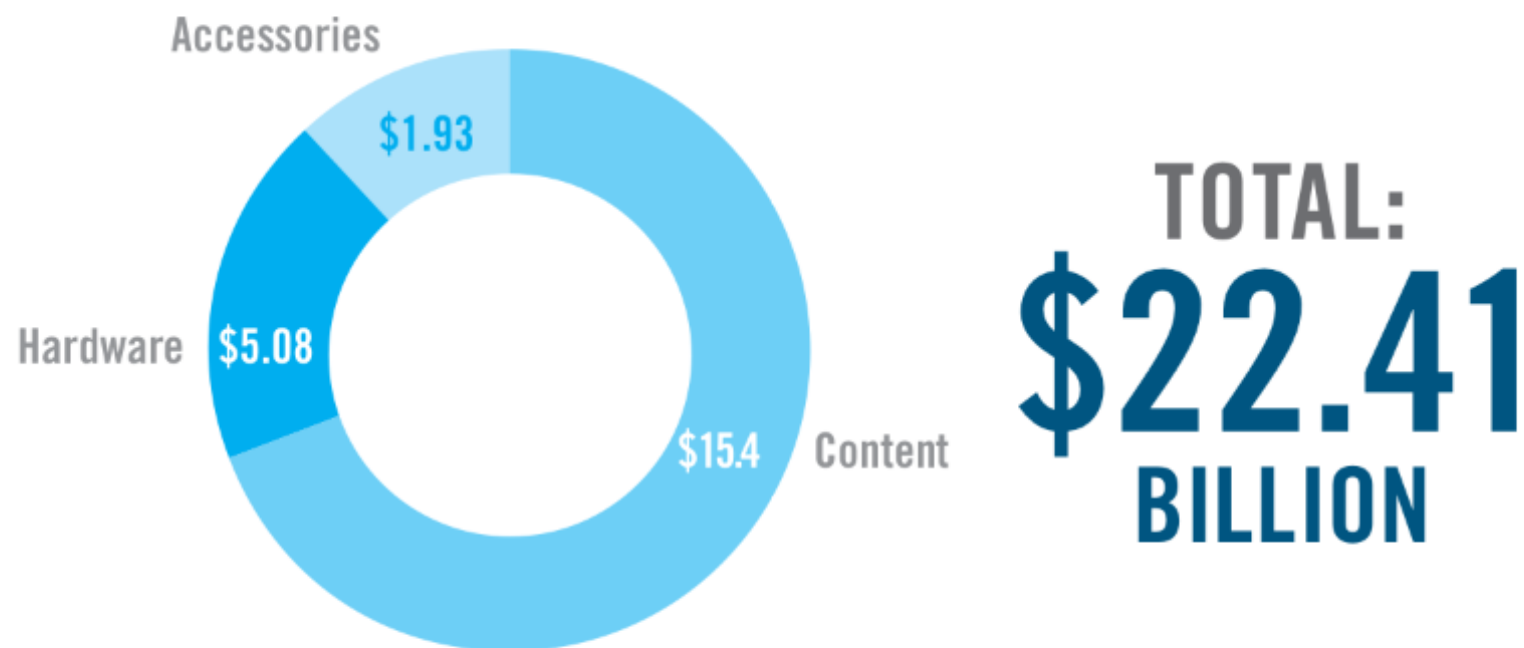
* Figures include total consumer spend.

** Other delivery formats include subscriptions, digital full games, digital add-on content, mobile apps, social network gaming and other physical delivery. 2003-2009 figures are sales of new physical content at retail exclusively.

Fordeling

Total Consumer Spend on Games Industry 2014

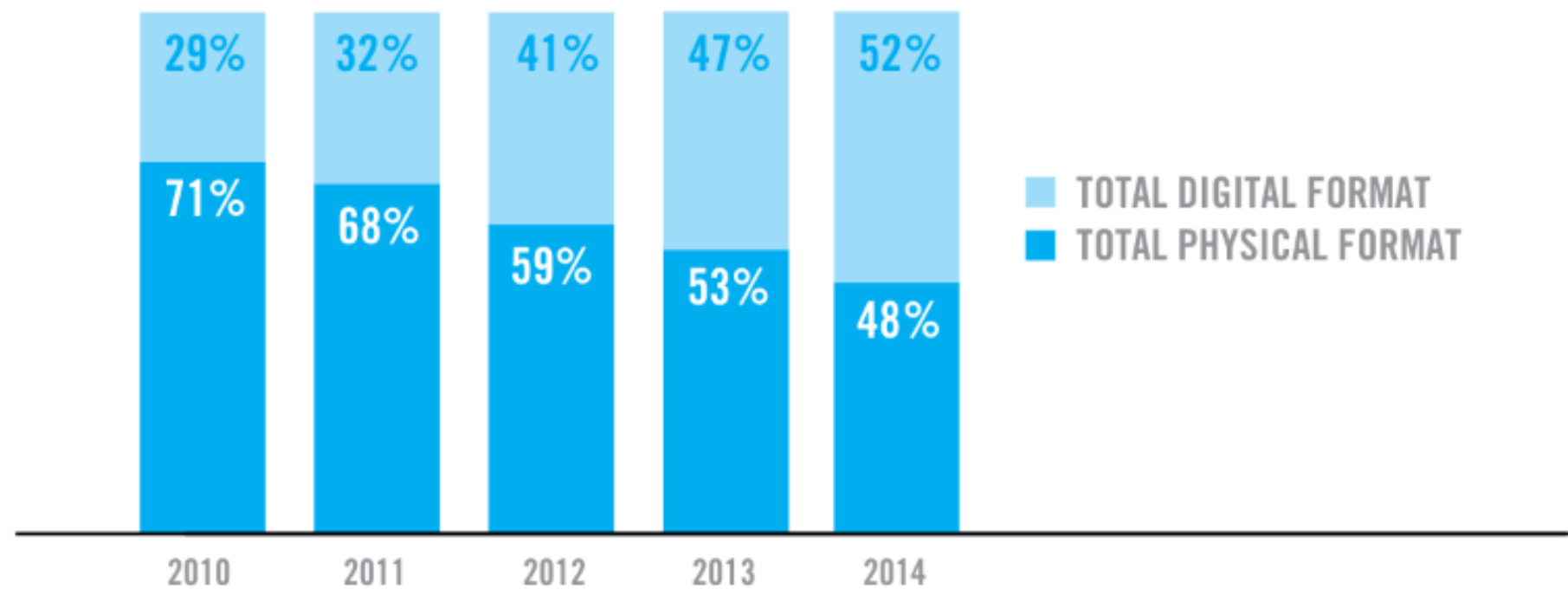
DOLLARS IN BILLIONS



Source: The NPD Group/Games Market Dynamics: U.S.

Digitalt >< Fysisk

Recent Digital* and Physical Sales Information



Kunderne

WHO BUYS COMPUTER AND VIDEO GAMES?

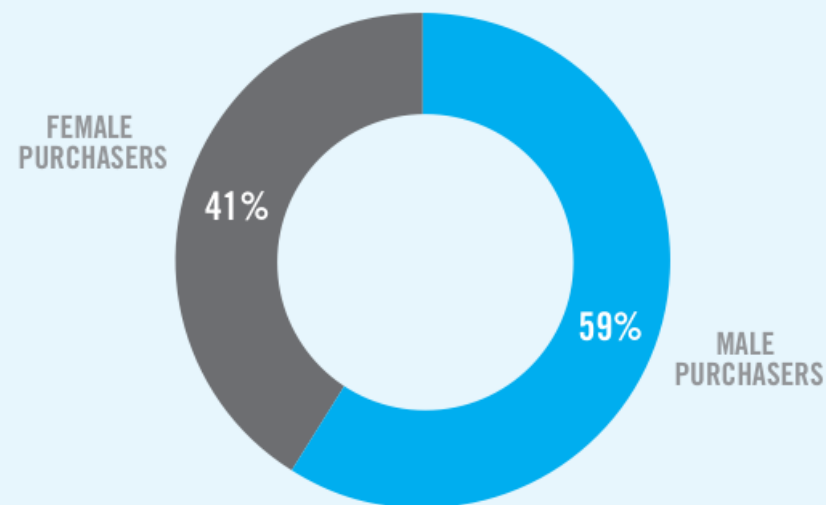
37

is the average age of the most frequent game purchaser

29%

of the most frequent game players currently pay to play video games online

Of the most frequent game purchasers:



Takeaway

- ❖ Stor vækst i spilbranchen lokalt og globalt
- ❖ Markedet udvikler sig mest eksplosivt i øst
- ❖ Der er mange forskellige markeder
- ❖ Mange små virksomheder
- ❖ Spil ofte en del af en virksomheds portfolio

Tak for jeres tid!

- ❖ Mikkel Lodahl
- ❖ Institut for Dansk
Spiludvikling (idsu.dk)
- ❖ milo@eadania.dk / @thelodahl
på Twitter

