

SPILLTRENDER:

LYKKES SOM LITEN

TEKST: Georg Mathisen

Over 70 selskaper driver spillutvikling i Norge. Nå er det blitt mulig å lykkes uten store penger i ryggen – men å tjene gode penger er fremdeles vanskelig.

Aldri før har så mange og så små selskaper utviklet spill i Norge. Fun Run og Wordfeud er bare toppen av isfjellet. Det nye app-markedet gjør det mulig å nå mange millioner brukere selv for et lite selskap.

SNUDE MED APP STORE

– Introduksjonen av App Store var vendepunktet. Android kom etter, og nå følger både Windows og andre i de samme fotsporene, sier Alf Inge Wang. Han er professor ved NTNU, og har blant annet stått sentralt i Norwegian Game Awards helt siden starten.

– En undersøkelse som vi har gjort, viser at de norske spillutviklerne i større grad utvikler for smarttelefon og nettbrett. Browser, web og Facebook er også stort, mens konsoll er veldig lite. Jeg tror det er grunnen til at det er kommet flere; Det koster relativt lite å starte opp et selskap som utvikler på den type plattformer, sier Wang. Det er også en mye mer rigid prosess å utvikle spill til konsoller. De som eier plattformen, skal godkjenne spillet, og det er mer komplisert å få godkjenning av Sony eller Nintendo enn det er å få spillet ut på App Store.

De fleste spillutviklere driver i små selskaper med under fem ansatte. Og i tillegg til de registrerte selskapene er det mange som driver mer eller mindre på hobbybasis.

– Det er typisk for app-utvikling at man ikke trenger så store team. Spillene er ikke så lange som store konsollspill, og har ofte ikke like mye innhold, konstaterer Alf Inge Wang. Han ønsker seg likevel noen større selskaper i årene som kommer. Samtidig peker han på at alle har startet i det små – selv Facebook og Google begynte med et par-tre gründere som hadde en god idé.

VANSKELIG Å TJENE PENGER

Om det er blitt enklere å få publisert spillet, så er det slett ikke blitt enklere å tjene penger på det. – Hvis ikke spillet tar av, tjener du ingenting på det. Med 7 eller 14 kroner spillet, skal

Teslagrad er et spill fra Rain i Bergen som lokale spillutviklere har store forventninger til.

det ganske mange salg til for å tjene penger. Innsatsen for å komme inn er lav, men det skal altså litt til å tjene penger, sier Wang.

Han har tro på betalingsmodellen der spillerne kan laste ned en gratisversjon med reklame, eller en annen versjon der de betaler for å bli kvitt reklamen. – Av dem som har gjort det stort virker det som mange har brukt akkurat den modellen, forteller han.

En annen variant er å gi ut en gratis, begrenset utgave og gjøre det mulig å kjøpe episoder eller legge til mer innhold. – Men alt er basert på store volum. Du må ha en modell som gjør at mange hopper på. Hvis det er tilgang bare mot betaling kan det hindre at spillet sprer seg, og derfor er reklamen kanskje en god inngangsportal, mener Wang. Professoren er overbevist om at suksessen til spill som Fun Run og Wordfeud skyldes at de er multiplayer-spill: – Du er nesten nødt til å få venner til å spille sammen med deg, og det er en av grunnene til at de har spredt seg veldig fort.

Introduksjonen av App Store var vendepunktet. Android kom etter, og nå følger både Windows og andre i de samme fotsporene.

Alf Inge Wang



STARTER APP-LAB

NTNU har nettopp etablert en app-lab for å støtte utviklerne enda litt bedre. – Det er et større rom der flere utviklere kan sitte sammen og dele erfaringer. I tillegg tilbyr vi seminarer og støtte til forretningsutvikling, sier professor Alf Inge Wang. Han tror likevel det nyttigste blir å samle flere som kan dele erfaringer og unngå å gjøre de samme feilene.

TROR PÅ LANG INDIE-BØLGE

– Vi kommer til å se veldig mange lanseringer innenfor kommersielle spill i 2013-14, og det er de internasjonale markedene som er viktigst for norske spillutviklere. Det sier Linn Søvig i Spillmakerlauget – foreningen av spillutviklere i Bergen. Hun mener at det som får spillutviklingen til å blomstre i Norge nå, er gründere og kunstnere med ambisjoner, samtidig som det er lettere for uavhengige utviklere å få distribuert spillene på grunn av at distribusjonskanalene er digitale. – Du er ikke avhengig av flere millioner kroner bare for å trykke opp cd-er og cover; du klarer å få solgt spillet digitalt, peker hun på. Søvig tror bølgen av uavhengige indie-spill kommer til å være der ganske lenge. – Utfordringen for deg som spillutvikler, er å bli sett i skogen av fantastiske spill. Det gjelder å prøve å komme seg på en topp ti-liste, å engasjere spillpressen og selvfølgelig å lage gode spill, råder Linn Søvig.