

Samhällsanalys

Västra Götalandsregionen

Åsa Rydin Svenberg

2017-01-19

Dnr 2017-00029

Sweden Game Arena

De första tre åren

Innehåll

Sammanfattning	3
1. Utvärdering av Sweden Game Arena.....	5
1.1 Bakgrund.....	5
1.2 Projektet Sweden Game Arena	5
1.3 Utvärderingen.....	5
1.4 Disposition	6
2. Mål och målgrupper	6
2.1 Mål	6
2.2. Målgrupper.....	7
3. Projektorganisation	7
4. Arbetspaket 1: Positionering.....	9
4.1 Aktiviteter	9
4.2 Resultat.....	10
5. Arbetspaket 2: Nodsamverkan	12
5.1 Aktiviteter	12
5.2 Resultat.....	12
6. Utmaningar.....	12
7. Indikatorutfall.....	14
8. Horisontella kriterier	16
9. Sweden Game Arena efter projektavslut	16
10. Reflektioner.....	17
11. Rekommendationer	19

Sammanfattning

Regionutvecklingsnämnden har medfinansierat projektet ”Sweden Game Arena – positionering och nedsamverkan för internationell konkurrenskraft” med 14 380 000 kr mellan 2014 och 2016, de första tre åren i en femårig satsning. Denna utvärdering utgör del av underlaget inför beslut om fortsatt stöd.

Utvärderingen har genomförts av Åsa Rydin Svenberg på enheten samhällsanalys under december 2016-januari 2017 och utgör en beskrivning och värdering av de resultat som uppnåtts inom projektet Sweden Game Arena under de första tre åren 2014-2016. Utvärderingen baseras på de handlingar som inkommit till Västra Götalandsregionen från projektägare Gothia Innovation. Ytterligare materialinsamling har skett genom intervjuer med ansvariga personer hos Gothia Innovation, Högskolan i Skövde, Skövde kommun och deltagande företag.

Tyngdpunkt på internationalisering

Ett tydligt fokus i projektet de inledande tre åren har varit den internationella positioneringen. Merparten av resurserna har lagts på närvaro, nätverkande och synliggörande på den globala arenan.

Före och efter Sweden Game Arena

Det mest påtagliga som inte varit möjligt utan projektet är omfattningen på och samordningen av den internationella marknadsföringen. Från att ha bestått av enstaka insatser när tillfälle getts, finns nu en etablerad organisation och en regelbundenhet i detta. De ökade resurserna verkar också ha inneburit ett tätare samarbete mellan inkubatorverksamhet, kommun och akademi.

Graden av måluppfyllelse

Sett till indikatorutfallet har projektet uppnått och överträffat det förväntade resultatet. I förhållande till de uppsatta målen är det dock svårt att göra en bedömning av måluppfyllelse. Resultatredovisningen är till stor del inriktad på aktiviteterna i arbetspaketen och vad de har utmynnat i.

Rekommendationer

- **Renodla målen för projektet.** Projektägaren ska kunna relatera till de mål som har satts upp specifikt för projektet. Målen behöver vara formulerade så att de har en tydlig koppling till insatserna inom den beslutade projektperioden. Efter avslutat projekt ska det vara möjligt att bedöma hur väl målet uppnåtts.
- **Utveckla relevanta mätetal.** Liksom för de övergripande målen behöver indikatorerna anpassas efter projektets innehåll. För tre av projektets åtta indikatorer har utfall inte kunnat redovisas på grund av att de inte anses falla inom ramen för projektet.
- **Se över projektorganisationen.** Då det finns vissa svårigheter i att särskilja projektet ifrån övriga insatser inom det större initiativet Sweden Game Arena kan det vara fördelaktigt att göra en översyn av hur projektet

är upplagt. Förutsättningarna kan ha ändrats de år projektet pågått och eventuellt finns vinster i att förtydliga de olika delarna i satsningen som helhet. Dels för att underlätta det administrativa arbetet och dels för en tydligare kommunikation gentemot projektpartner och deltagande företag.

- ***Skapa en bredare förankring lokalt och regionalt.*** Vid sidan om den internationella positioneringen är det viktigt att kommunicera projektet på det lokala/regionala planet. Resultaten i projektet och betydelsen av dessa skulle i högre grad kunna synliggöras och eventuellt leda till synergieffekter med andra styrkeområden.

1. Utvärdering av Sweden Game Arena

Regionutvecklingsnämnden har medfinansierat projektet ”Sweden Game Arena – positionering och nodsamverkan för internationell konkurrenskraft” (RUN 2016-00480) med 14 380 000 kr mellan 2014 och 2016, de första tre åren i en femårig satsning. Den totala projektbudgeten omfattar drygt 29 mnkr, varav Västra Götalandsregionens medfinansiering utgör 52 %. Denna utvärdering utgör del av underlaget inför beslut om fortsatt stöd.

1.1 Bakgrund

I Skövde har under flera års tid byggts upp ett kluster inom dataspelsteknik. Parallellt med en växande bransch har skett en expansiv utveckling av högskoleutbildningar och inkubatorsverksamhet. Den etablerade infrastrukturen och koncentrationen av utbildning, forskning och företagande utgjorde en gedigen grund för att vidareutveckla satsningen på dataspel i Västra Götaland. Mot bakgrund av detta tog Gothia Innovation, Högskolan i Skövde och Skövde kommun initiativ till den regiongemensamma plattformen Sweden Game Arena.

1.2 Projektet Sweden Game Arena

Med Sweden Game Arena som ett sammanhållande innovationssystem ska förutsättningar skapas för att accelerera utvecklingen av dataspelsbranschen i Västra Götaland till att bli Europaledande. Detta ska ske genom bland annat nyetableringar, tillväxt i befintliga företag och internationella FoU-samarbeten. Arbetet innefattar långsiktiga satsningar inom tre huvudsakliga insatsområden:

Positionering – handlar om att marknadsföra Västra Götalands dataspelsbransch internationellt.

Nodsamverkan – innefattar en inomregional spridning av det koncept som under flera år utvecklats i Skövdes dataspelskluster.

Koordinering – gäller branschövergripande samverkan och kunskapsöverföring via nätverksaktiviteter, koncentrerat till Gothia Science Park i Skövde och Lindholmen Science Park i Göteborg.

Västra Götaland 2020

Projektet ligger inom temaområdet *En ledande kunskapsregion i Västra Götaland 2020* genom *internationell konkurrenskraft genom regional kraftsamling kring styrkeområden* med fokus på att *positionera internationellt konkurrenskraftiga forsknings- och innovationsmiljöer*.

1.3 Utvärderingen

Utvärderingen har genomförts av Åsa Rydin Svenberg på enheten samhällsanalys under december 2016-januari 2017 och utgör en beskrivning och värdering av de resultat som uppnåtts inom projektet Sweden Game Arena under de första tre åren 2014-2016. Utvärderingen baseras på de handlingar som inkommit till Västra Götalandsregionen från projektägare Gothia Innovation, dvs. ansökan, lägesrapporter och preliminär slutrapport

(inskickad i december 2016). Ytterligare materialinsamling har skett genom intervjuer med ansvariga personer hos Gothia Innovation, Högskolan i Skövde, Skövde kommun och deltagande företag.

1.4 Disposition

I nästa avsnitt återfinns de mål som är uppsatta för projektet som helhet samt vilka målgrupper arbetet riktar sig till. I avsnitt 3 ges en beskrivning av projektorganisationen, de parter som initierat satsningen och vilken roll de har i sammanhanget. I de två efterföljande avsnitten redogörs för aktiviteter och resultat inom arbetspaketen *positionering* samt *nodsamverkan*. I avsnitt 6 behandlas upplevda utmaningar och därefter redovisas utfallet av de indikatorer som är uppsatta för projektets genomförande. I avsnitt 8 framgår hur projektet arbetat med frågor som rör miljö, jämställdhet och integration. I avsnitt 9 återfinns en beskrivning av hur projektet bedöms utvecklas efter avslutad projektperiod. Rapporten avslutas med reflektioner och rekommendationer från enheten samhällsanalys.

2. Mål och målgrupper

2.1 Mål

Målen för projektet är att Västra Götaland:

– **Är internationellt erkänd, efterfrågad och attraktiv, vilket bevisas av:**

- etablering av minst ett internationellt ledande företag
- etablering av minst en ledande nordisk aktör
- utveckling av spelbranschen i Västra Götaland genom etablering av företag som utvecklar såväl mellanprogramvara som hårdvara för dataspelsindustrin
- tillväxt och utveckling i befintliga dataspelsföretag

– **Är det självklara valet för entreprenörer, företag och investerare, vilket bevisas av:**

- etablering av svenska spelföretag i Västra Götaland
- svenska och internationella entreprenörer väljer Gothia Business Incubator för att starta sin verksamhet
- internationella investerare, distributörer och företag väljer att investera i Västra Götalands nystartsföretag och befintliga företag
- att det i Västra Götaland, i ett nationellt perspektiv, årligen genereras flest antal nyregistrerade spelbolag
- att Dataspelsbranschens årliga Spelutvecklarindex positionerar Västra Götaland som den starkaste nystartsföretagsregionen i Norden

– **Är det självklara valet för forskare, forskningsaktörer och finansiärer, vilket bevisas av:**

- internationella allianser samt utvecklings- och forskningsprojekt som drivs av forskargrupper förankrade i Västra Götaland, såväl med företag som akademier och institut

- forskargrupper förankrade i Västra Götaland bjuds in och deltar i internationella forsknings- och utvecklingsprojekt som leds av forskningsaktörer i andra europeiska länder
- forskning och utveckling bedrivs i samarbete med andra branscher och näringar jämte dataspels- och upplevelsenäringar
- att det från regionen drivs ett internationellt nätverk för dataspelsforskare

2.2. Målgrupper

Företagen inom dataspelsindustrin i Västra Götaland utgör en målgrupp för projektet, då internationaliseringen ofta är avgörande för framgång i bolagen. Projektet är tänkt att bidra till branschens tillväxt och forskningsintensitet.

Ytterligare en målgrupp i projektet är forskare och studenter verksamma inom spel och spelutveckling. Projektet ska bidra dels till en starkare forsknings- och innovationsmiljö med tydlig koppling till spelindustrin, dels en kvalitetssäkrad utbildning och fler attraktiva arbetstillfällen.

Därtill utgör nyckelpersoner hos externa aktörer inom branschen en målgrupp, då de kan bidra till en stärkt konkurrenskraft i Västra Götalands dataspelssektor genom etableringar, finansiering och samverkan.

3. Projektorganisation

Projektorganisationen har, enligt projektägarens rapportering, utvecklats och anpassats efter rådande behov under projektets gång. Styrgruppen består av representanter från projektets huvudparter/finansiärer: Gothia Innovation, Högskolan i Skövde, Skövde kommun och Västra Götalandsregionen. Vid årsskiftet 2014/2015 anställdes en projektledare med uppgift att bland annat ansvara för projektplan och budget. Via en strategigrupp togs en aktivitetsplan fram som ett verktyg för att arbeta mot uppsatta mål och inom finansiella ramar.

Kopplat till de olika aktiviteterna i planen har projektledaren sammankallat arbetsgrupper med företrädare från främst Högskolan i Skövde och Gothia Innovation. Förutom att organisera arbetet inom projektet har aktiviteterna genomgående koordinerats med verksamhet inom aktörernas ordinarie uppdrag.

I projektansökan framgår att ett *advisory board* ska tillsättas inom ramen för projektet, med experter från dataspelsbranschen och akademien på nationell och internationell nivå. Tanken var att gruppen skulle bistå med rådgivning för utveckling av dataspelsbranschen i Västra Götaland. Ingen sådan grupp har emellertid bildats eftersom det inte har funnits tillräckliga incitament för ett kontinuerligt samarbete av det slaget. Kontakter har dock tagits med tilltänkta representanter genom det nätverk som har vuxit fram under projektets gång.

Gothia Innovation

Projektet startade 2014 med Gothia Innovation som ansvarig projektägare, men idéer om Sweden Game Arena har funnits inom organisationen innan dess.¹ Gothia Science Park är en av Västra Götalands samverkansplattformar och har under drygt tio år arbetat med företagsfrämjande insatser inom dataspelssektorn. Bland annat genom inkubatorn Gothia Business Incubator.

Ett identifierat behov är att de teknikföretag som befinner sig i uppstartsfasen är i behov av expertkompetens och etablerade kontakter på en internationell arena. Faktorer som ofta är avgörande för tillväxten i bolagen. Arbetet med entreprenörskap och nyföretagande behöver således kompletteras med aktiviteter som ökar konkurrenskraften i företagen och attraherar större etableringar till Västra Götaland.

Högskolan i Skövde

Satsningen på utbildningar inom spelutveckling startade i början av 00-talet, då söktrycket till IT-utbildningarna behövde ökas mot bakgrund av dotcom-krisen. Antalet dataspelsinriktade utbildningsprogram ökade därefter i relativ snabb takt. Högskolan har idag mellan 400-500 studenter och erbjuder kurser inom samtliga discipliner i branschen. Därigenom har de kunnat anordna tvärvetenskapliga projektkurser som resulterat i flera kommersialiserbara produkter. Sedan ett drygt decennium tillbaka har högskolan arbetat med att bygga upp en forskningsverksamhet inom dataspel. År 2008 inrättades ett magisterprogram inom ”serious games”, det vill säga spel med utbildningssyfte och ett par år senare fick de rättigheter för doktorsexamen i informationsteknologi.

För högskolans del är det viktigt att kopplat till satsningarna inom Sweden Game Arena synliggöra den utbildning och forskning som finns tillgänglig i Skövde.

Skövde kommun

Skövde kommun hade en hög delaktighet i projektet i uppstartsfasen, exempelvis i arbetet med att ta fram material och strategier för marknadsföring. Därefter har kommunens roll minskat medan övriga projektparter arbetat med att bygga upp strukturen och organisera aktiviteter. Helt nyligen har Skövde kommun fått en ökad roll i projektet då det börjar bli aktuellt med förfrågningar från större företag och samarbete med yrkeshögskolan. I det läget kan kommunen träda in och bistå med etableringsstöd och kringliggande service såsom kompetensförsörjning/rekrytering, bostäder och lokaler.

Skövde kommuns ansvar inom ramen för Sweden Game Arena är att tillsammans med projektpartner nå ut till potentiella investerare och förmedla de unika förutsättningar som finns i Skövde i och med den offentligt finansierade stödstrukturen för företag, med den stabilitet och en långsiktighet som det innebär. Enligt marknadsansvarig på kommunen finns det nu goda förutsättningar att ta emot de större internationella företagsetableringar som är ett av målen med projektet, när det gäller dels kompetenstillgång och dels möjligheter till relevanta utbyten med akademien.²

¹ Intervju med projektledare Magnus Ling & Anna Niklasson, Gothia Innovation, 2016-11-15

² Intervju med Victor Sunnliden, Skövde kommun, 2016-11-30

4. Arbetspaket 1: Positionering

Tyngdpunkten i projektet har under de första tre åren genomgående legat på att positionera och marknadsföra Sweden Game Arena på den internationella arenan. Att förmedla spelklustrets styrkor internationellt och knyta kontakter med nya aktörer för att generera tillväxt inom näringsliv och akademi ses som avgörande för utvecklingen av innovationsmiljön i Skövde och Västra Götaland.

4.1 Aktiviteter

En viktig del av projektet har varit att samverka med befintliga startups och arbeta för ett synliggörande på betydelsefulla konferenser och mässor. I samarbete med inkubatorverksamheten har det varit ett kommunikativt arbete för att utreda företagens behov och på vilket sätt aktiviteterna innebär nytta för dem. Företag som via en särskild uttagning – Pitch My Game – kvalificerat sig för deltagande på internationella events får en unik chans att marknadsföra sina produkter samtidigt som det ger möjligheter till nya kontaktytor i branschen. Att agera under ett sammanhållet koncept som Sweden Game Arena har under projektets gång inneburit en igenkänning och en kvalitetssäkring, där den utvecklade innovationsmiljön i Skövde utgör en grund.

Enligt PR-ansvarig på ett av de större företagen i inkubatorn – Stunlock Studios – är det ett värde för dem att inte behöva skaffa egen monter på internationella mässor. Ofta marknadsför de sig som ett kluster gentemot relevanta aktörer och skapar intresse genom att synliggöra de mer välkända varumärkesnamn som finns däri.³

För att strukturera det internationella arbetet har ansvariga inom projektet tagit fram en strategi för kontinuerlig närvaro på betydelsefulla evenemang. Som exempel kan nämnas Game Developers Conference/GameConnection i San Francisco, Nordic Game i Malmö, Gamescom i Köln och GameConnection Europa i Paris.

Profileringen under det samlade namnet Sweden Game Arena har medfört att spelklustret i Skövde uppfattas som Sveriges samlade dataspelsbransch. Ur ett marknadsföringsperspektiv är detta fördelaktigt, men innebär också särskilda krav och förväntningar. Som ett led i att strukturera varumärkesbyggandet har en kommunikationsstrategi tagits fram i en arbetsgrupp med representanter från respektive basverksamhet.

För att synas på ett nationellt plan har projektet närvarat på Almedalsveckan 2014 och 2015, i syfte att skapa en medvetenhet om dataspelsindustrin och lyfta fram Västra Götalands styrkeområden.

En stor lokal satsning är det årliga arrangemanget Sweden Game Conference som under projekttiden blivit allt större i omfattning. Antalet deltagare ökade från 300 personer 2015 till 800 personer 2016 och arrangemanget flyttade från Gothia Science Park till Skövde Arena. Vid 2016 års konferens fanns utställare, talare och besökare från 20 länder. Evenemanget anses av projektägaren utgöra en värdefull möjlighet till kompetensutveckling inom Västra Götalands dataspelssektor. Arrangemanget förutsätter

³ Intervju med Tau Petersson, PR & Event Manager, Stunlock Studios, 2016-12-20

de samlade resurserna inom Sweden Game Arena och utgör ett exempel på något som inte hade varit möjligt att genomföra utan projektet.

4.2 Resultat

Yrkeshögskola med fokus på dataspel

Ett resultat av det internationella arbetet är samarbetet med erfarna utbildningsaktörer som mynnade ut i en ansökan om att starta en yrkeshögskola inom dataspel. Huvudman var Folkuniversitetet med Högskolan i Skövde och Gothia Innovation som medverkande parter. Ett annat exempel är förfrågningar i samband med Game Developers Conferens i San Francisco, då flera representanter från Sweden Game Arena antogs som talare.

En systematisk internationalisering som skapar möjligheter för SME:s

Förekomsten av Sweden Game Arena har möjliggjort för nystartade företag att ingå i ett sammanhang med kontaktnät som kan vara avgörande för att kunna nå ut till en bred marknad och att attrahera investerare. Likartade förutsättningar hade enligt projektägaren inte kunnat skapas inom de befintliga basverksamheterna. Från att tidigare kunnat stötta enstaka företag med internationalisering kan de inom ramen för projektet marknadsföra klustret som helhet, något som ger ringar på vattnet. Tidigare var arbetet ofta personberoende, nu finns en plattform för det internationella arbetet. En stor skillnad är möjligheten att i förväg kunna planera närvaron på olika events runt om i världen. Samt att kunna visa upp en egen monter och ett starkt varumärke till skillnad från att hyra in sig som en del i någon annans.⁴

Det finns därtill en trygghet för företagen att veta att närvaron på de viktigaste internationella evenen är säkrad genom omvärldsbevakning och finansiering. PR-ansvarig på Stunlock Studios tillägger att för dem var de inledande internationella kontakterna avgörande för framgången i företaget, då de träffade partners och investerare för lansering av deras första spel. För deras del möjliggjordes resan av att de hade vunnit biljetter till mässan i San Francisco. I och med Sweden Game Arena ges nya företag tillfällen att kunna visa upp sig i betydelsefulla sammanhang, vilket innebär en stor chans för deras utveckling. Om det inte vore för projektet skulle det internationella arbetet vara alltför tungt att hålla igång. Gemensamma insatser av det här slaget har stärkt Skövde som spelstad, vilket skapar en trygghet för mindre företag att etablera sig och ansluta till det community som finns.⁵ Projektet har medfört att det finns sammanhang nu som inte fanns tidigare, vilket ses som avgörande för att skapa en internationell lyskraft.⁶

Microsoft Game Camp och lokal samverkan i FoU-projekt

När det gäller positioneringen är en viktig utgångspunkt att verka för ett ökat entreprenörskap lokalt, i kombination med att företagen blir verksamma på en global arena. En särskilt framgångsrik aktivitet i projektet är Microsoft Game Camp, som genom samverkan med Microsoft kunnat anordnas på Gothia Science Park. Arrangemanget innebär att studenter inom dataspelsutveckling tillsammans med mentorer från etablerade svenska spelstudios fick möjlighet att ta fram en produkt för lansering på plattformarna

⁴ Intervju med projektledare Magnus Ling & Anna Niklasson, Gothia Innovation, 2016-11-15

⁵ Intervju med Tau Petersson, PR & Event Manager, Stunlock Studios, 2016-12-20

⁶ Intervju med Victor Sunnliden, Skövde kommun, 2016-11-30

Xbox One, Windows 8 och Windows Phone. Resultatet har blivit att spel kunnat kommersialiseras och att ett flertal nya företag blivit antagna till inkubatorn.

Positioneringsarbetet har även bidragit till samverkan på det lokala planet. Diskussioner om FoU-projekt mellan Högskolan i Skövde och bolaget Stunlock Studios mynnade ut i förstudien ”Åskådarupplevelsen av Esport” (RUN 2016-01238). Tanken är att förstudien ska återföljas av en större FoU-satsning under 2017.

Bredare kontaktnät och ökad attraktionskraft

Högskolan i Skövde har en internationell profil när det gäller master- och forskarutbildning. Särskilt i forskningssammanhang är det av stor betydelse att synliggöra de resurser som finns och att det handlar om en väl etablerad miljö. Projektet har således inneburit en ökad positionering för forskningen inom dataspelsteknik, då många av aktiviteterna inte hade kunnat genomföras inom ramen för basverksamheten. Högskolan har kunnat dra nytta av den breda marknadsföring som sker inom ramen för Sweden Game Arena, deltagande på forskningskonferenser har på så vis kompletterats med närvaro på olika typer av branschmässor. Den ökade synligheten har därtill gjort högskolan mer attraktiva som projektpartner i FoU-satsningar, exempelvis inom ESF där de nyligen ansökt om finansiering för att med hjälp av dataspel nå ut till unga i utanförskap. Ytterligare positiva effekter är att söktrycket och konkurrensen om utbildningsplatser ökar, samt att kontakterna med Gothia Science Park intensifierats, vilket är fördelaktigt även i andra sammanhang.⁷ Även inom Skövde kommun ser man en positiv effekt i att det nu finns en mer strukturerad samverkan med de övriga organisationerna som är verksamma i projektet. De har kunnat knyta kontakter och hittat gemensamma beröringspunkter som de annars inte skulle ha gjort.⁸

Skövdes ökade attraktionskraft som möjliggjorts av den internationella närvaron och synlighet i media har skapat möjligheter för större internationella etableringar. Framgent kommer det att bli viktigt att fokusera på att attrahera lämpliga etableringar som i sin tur kan skapa gynnsamma förutsättningar för utbildning, forskning och näringsliv. Därtill är det av stor betydelse att fortsätta arbetet med varumärket för att synliggöra spelklustret som ett regionalt styrkeområde. Det är dock viktigt att det går hand i hand då en ökad attraktionskraft kräver en god mottagarakapacitet, det vill säga en förmåga att ta tillvara de fördelar som kontaktskapandet kan inbringa. Projektledaren framhåller att det måste finnas en tydlig plan för hur företag kan tas emot i Skövde kommun och i Västra Götaland.

Det ökade synliggörandet av dataspelssektorn som styrkeområde via Sweden Game Arena har resulterat i förfrågningar från svenska och utländska aktörer med intresse av att skapa ett liknande koncept. Det kräver en samsyn inom projektet för att kunna hantera sådana förfrågningar på ett bra sätt.⁹

⁷ Intervju med Per Backlund, Högskolan i Skövde, 2016-11-30

⁸ Intervju med Victor Sunnliden, Skövde kommun, 2016-11-30

⁹ Intervju med projektledare Magnus Ling & Anna Niklasson, Gothia Innovation, 2016-11-15

5. Arbetspaket 2: Nodsamverkan

Att skapa nodsamverkan syftar till att ta vidare det koncept som vuxit fram i Skövde och sprida detta i övriga Västra Götaland. En del i detta har också varit att arbeta med kunskapsförmedling och koordinering av nätverksaktiviteter med relevanta aktörer.

5.1 Aktiviteter

Inom ramen för Sweden Game Arena lades resurser på att starta upp en inkubator för företag inom dataspelsbranschen i Göteborg: The GIG – Game Incubator Göteborg. Då inkubatorn sedan 2015 är ett eget projekt med drygt 9 mnkr i finansiering från regionutvecklingsnämnden (RUN 2016-00893) har nodsamverkan inom Sweden Game Arena kommit att handla mycket om att genomföra gemensamma aktiviteter.

Sammanfattningsvis utgör nodsamverkan en relativt liten del av projektet. Även om det finns en dialog i de befintliga nätverken, har merparten av resurserna lagts på den internationella marknadsföringen.¹⁰

5.2 Resultat

Flera arrangemang har organiserats gemensamt av nätverken i Göteborg och Skövde. Etableringen av inkubatorn på Lindholmen har bidragit till en mer intensifierad inomregional samverkan än vad som tidigare varit fallet och även resulterat i konkreta samarbetsprojekt, exempelvis förstudien AstaZero Challenge med regionutvecklingsnämnden som huvudfinansiär (RUN 2016-02078).

6. Utmaningar

En utmaning inom projektet har varit att koordinera projektets aktiviteter med pågående arbete inom basverksamheterna. Då Sweden Game Arena är ett större initiativ än den del som medfinansieras av Västra Götalandsregionen, kan det bli ibland bli problematiskt att organisera och administrera.

Genomförandet av aktiviteterna kräver personella resurser av parterna. Ibland kan det vara svårt att ställa nödvändiga resurser till förfogande, särskilt om det är svårt att avgöra vad aktiviteten innebär för just deras verksamhet. Det gäller att vara tydlig med att det krävs mycket planering från var och en vid deltagande på internationella evenemang.

Men tanke på spelklustrets storlek är det en utmaning att kunna vara ambassadör för samtliga styrkor i klustret. Det är samtidigt viktigt att ge en samlad bild i internationella sammanhang. Samtidigt som de behöver ha representanter med god överblick behöver de också inkludera personer med specialistkompetens inom en rad olika områden.

¹⁰ Intervju med projektledare Magnus Ling & Anna Niklasson, Gothia Innovation, 2016-11-15

Därtill finns ett behov av att stärka den strategiska kommunikationen i projektet och bland annat ha en uttalad kommunikationsstrategi kopplad till de aktiviteter som genomförs.¹¹ Det behöver skapas förståelse för vad resultaten av arbetet i projektet innebär. För de insatta i branschen är till exempel anordnandet av Microsoft Game Camp en stor framgång, en insikt som kanske inte finns i det omgivande samhället eller hos beslutsfattare. Därför är det vinster i att förmedla betydelsen av olika typer av insatser.¹² Enligt PR-ansvarig på företaget Stunlock Studios är det lokalt inte riktigt kommunicerat vad Sweden Game Arena syftar till. Det finns en uppfattning om att det handlar om insatser i närmiljön snarare än att positionera Skövde i internationella sammanhang. Det vore önskvärt med en tydligare kommunikation från ansvariga i projektet för att åstadkomma en förståelse för att projektets resurser läggs på positioneringen utåt och inte i första hand på lokala aktiviteter.¹³

Inom högskolan skulle det behövas synliggörande och en tydligare förankring av konceptet Sweden Game Arena. Projektet skulle kunna bidra i verksamhetsutvecklingen och det kvalitetsarbete som rör utbildningsprogrammen. På det hela taget finns det vinster i en bredare förankring lokalt. Samtidigt finns det en inneboende konflikt mellan högskolan och inkubatorn som måste hanteras. Många av högskolans studenter startar företag innan de tar examen och lämnar ofta akademien för att istället satsa på sitt bolag. För högskolans del blir det kontraproduktivt att studenterna inte färdigställer sina exjobb. Nyföretagandet är en viktig del av tillväxten i klustret, liksom att utbildningarna går bra och får ett gott omdöme av Högskoleverket. En möjlig åtgärd är att det större spelutvecklingsprojektet som studenterna genomför i åk 2 flyttas till åk 3, det vill säga närmare examen. Nackdelen blir i så fall att uppsatskursen behöver kortas ned, med en eventuell minskad akademisk kvalitet som följd. Både högskolan och aktörerna inom Gothia Science Park är medvetna om problemet, men har ännu inte hittat någon optimal lösning.¹⁴

¹¹ Intervju med projektledare Magnus Ling & Anna Niklasson, Gothia Innovation, 2016-11-15

¹² Intervju med Victor Sunnliden, Skövde kommun, 2016-11-30

¹³ Intervju med Tau Petersson, PR & Event Manager, Stunlock Studios, 2016-12-20

¹⁴ Intervju med Per Backlund, Högskolan i Skövde, 2016-11-30

7. Indikatorutfall

Den kvantitativa resultatredovisningen utgörs av fem resultatindikatorer med anknytning till VG2020 och tre indikatorer som formulerats av projektägaren. I tabellen nedan redogörs för förväntat och faktiskt utfall under projektiden 2014-04-01 - - 2016-12-31. Utfallet är uppdelat på kvinnor och män i de fall där det anses möjligt. Utfallen kompletteras med förtydligande kommentarer och är hämtade från den preliminära slutrapporten daterad 2016-12-15.

Indikatorer 2014-2016	Förväntat utfall			Utfall		
Resultatindikatorer	Kvinnor	Män	Totalt	Kvinnor	Män	Totalt
Antal företag som påbörjat exportsatsning	5	15	20	1	21	22
<i>Kommentar</i>	Inom ramen för projektet har totalt 22 unika företag deltagit i exportsatsningar riktade mot nya marknader. Detta har skett genom marknadsföring och nätverkande på internationella mässor och konferenser.					
Antal privata och/eller offentliga företag och organisationer som samverkar	9	26	35	4	94	98
<i>Kommentar</i>	De 98 unika företagen har deltagit i seminarier, mässor och konferenser och tillsammans lagt ned ca 13 000 timmar.					
Antal nya företag (nationella och internationella etableringar i Västra Götaland)	5	10	15	1	15	16
<i>Kommentar</i>	Utfallet avser samtliga nystartade företag inom dataspel i regionen.					
Antal kronor i FoU-resurser (årlig volym, tillkommande)			15 mnkr			-
<i>Kommentar</i>	Att generera FoU-resurser har inte ingått i projektets ansvarsområde. Projektägaren hänvisar till basverksamheten vid Gothia Innovation (Open Arena) och forskningen vid Högskolan i Skövde.					
Antal forskare som deltar i utbyte	5	15	20			-
<i>Kommentar</i>	Att skapa forskarutbyte har inte ingått i projektets ansvarsområde. Projektägaren hänvisar till basverksamheten vid Högskolan i Skövde.					

Indikatorer 2014-2016	Förväntat utfall			Utfall		
Egna indikatorer	Kvinnor	Män	Totalt	Kvinnor	Män	Totalt
Nodsamverkan affärsutveckling på Lindholmen Science Park			1			1
<i>Kommentar</i>	Inom projektet skapades förutsättningarna för att starta igång The Game Incubator på Lindholmen i Göteborg, som efter uppstart fått finansiering av Regionutvecklingsnämnden i ett separat projektbeslut (RUN 2016-00893).					
Internationella forsknings- och utvecklingsprojekt			2			-
<i>Kommentar</i>	Att generera FoU-resurser har inte ingått i projektets ansvarsområde. Projektägaren hänvisar till basverksamheten vid Gothia Innovation (Open Arena) och forskningen vid Högsolan i Skövde.					
Antal företag som fått affärsutveckling på Lindholmen	3	7	10	0	9	9
<i>Kommentar</i>	Utfallet är avgränsat till de företag som antagits till inkubation, fler har mottagit affärsutvecklingsstöd exempelvis genom förinkubationsinsatser.					

Utöver utfallen i ovanstående tabell är det tre företagsprojekt som har påbörjat exportsatsning, men som ännu inte har bildat aktiebolag. Sammanlagt startade 14 företagsprojekt inom dataspel via Gothia Innovation i Skövde, varav nio bildat AB under den tid som projektet pågått. Jämförelsevis har det vid The Game Incubator i Göteborg startat fyra företagsprojekt. Generellt sett är det i Göteborg fler företag som redan är AB som söker sig till inkubatorn för utökad finansiering och utvecklad marknadsföring, medan det i Skövde är fler i inledande fas som behöver stöd i att bilda företag.

Engagemanget från företag i dataspelsbranschen visade sig bli betydligt större än vad som var förväntat vid uppstarten av Sweden Game Arena. Det förväntade utfallet 35 företag och beräknade 6 600 timmar blev 98 företag och nästan 13 000 timmar. Det finns ett utpräglat behov hos företagen att delta vid och profilera sig vid olika evenemang.

I sammanställningen finns ett antal indikatorer som projektägaren anser inte varit påverkbara inom ramen för projektet, men där det finns en koppling till basverksamheternas uppdrag. Projektets roll när det gäller exempelvis FoU-resurser och forskarutbyte har varit att skapa förutsättningar för interaktion och att förmedla kontakter vidare till basverksamheterna. Könsfördelningen i indikatorutfallet är en annan aspekt som inte projektet haft möjlighet att påverka, utan ses som en effekt av hur många kvinnor som söker sig till dataspelsbranschen (se även avsnitt 8 *Horisontella kriterier*).

8. Horisontella kriterier

Då aktiviteterna i projektet till stor del handlar om att delta på internationella mässor och konferenser innebär det mycket resor. Genom koordinerade insatser i projektet har dock transporterna samordnats så långt det är möjligt. Därtill har utställningsmaterialet kunnat återanvändas för flera aktiviteter och användningsområden i projektet.

En särskild insats för att belysa frågor kring jämställdhet och integration var det övergripande temat på 2016 års Sweden Game Conference i Skövde – ”Inclusive Development”. Jämställdhet och mångfald i spelbranschen berördes därmed av flera talare och genom en speciell panel – ”Inclusiveness panel”.

Jämställdhetsarbetet bedrivs till stor del inom basverksamheterna. Gothia Business Incubator har exempelvis haft särskilda nätverksträffar med tjejer på dataspelsutbildningarna. DONNA-nätverket koordineras av Högskolan i Skövde och var i hög grad involverat i temat på Sweden Game Conference.

Projektledaren framhåller i den preliminära slutrapporten att jämställdhetsmålen i förväntat indikatorutfall inte kunnat uppnås och att projektet haft begränsade möjligheter att påverka. Bland företagen inom Gothia Science Park är det ca 10 % av de sysselsatta i företagen som är kvinnor och därtill endast en kvinnlig VD. Fler goda förebilder behövs för att attrahera fler kvinnor till branschen. Emellertid har projektet varit en drivande part vid aktiviteter som syftar till att lyfta frågan om mångfald inom spelsektorn, exempelvis tillsammans med DONNA-projektet vid högskolan.

9. Sweden Game Arena efter projektavslut

Sweden Game Arena är ett långsiktigt projekt på sammanlagt åtta år, där extern finansiering ses som en förutsättning att kunna driva det internationella positioneringsarbetet samt för att bygga den regiongemensamma plattformen för dataspelsutveckling i regionen.

Enligt projektansvariga på Gothia Innovation har Sweden Game Conference en potential att kunna anordnas även utan projektstödet till Sweden Game Arena. Dock ser de att projektet kommer att fortsätta behövas i någon form. På ett eller annat sätt är det nödvändigt att hålla samman arbetet inom spelklustret som helhet och den planering och framförhållning som därmed möjliggörs. Ett arbete som är alltför resurskrävande för att kunna inrymmas i basverksamheternas ordinarie uppdrag. På den internationella arenan är det viktigt med kontinuitet, att utebli från något av de stora evenemangen skulle innebära ett steg tillbaka i arbetet med positionering och kontaktskapande.¹⁵ Ansvarig projektpartner på Skövde kommun har förhoppningen att projektet på sikt kan komma att bli självförsörjande. Mycket är beroende av etableringar av större internationella företag, som skulle generera fördelaktiga kringeffekter för såväl sysselsättningen som det lokala näringslivet.¹⁶

¹⁵ Intervju med projektledare Magnus Ling & Anna Niklasson, Gothia Innovation, 2016-11-15

¹⁶ Intervju med Victor Sunnliden, Skövde kommun, 2016-11-30

10. Reflektioner

Tyngdpunkt på internationalisering

Ett tydligt fokus i projektet de inledande tre åren har varit den internationella positioneringen. Merparten av resurserna har lagts på närvaro, nätverkande och synliggörande på den globala arenan. Det pågår ett strategiskt arbete med att identifiera de mest betydelsefulla evenemang och att organisera marknadsföringen av Sweden Game Arena på dessa. Enligt projektledaren gör den tydliga positioneringen att Sweden Game Arena ofta ikläds en nationell roll och likställs med ”den svenska spelbranschen”. Förvisso ett tecken på framgång, men många gånger en utmaning att axla ambassadörskapet.

Det har visat sig finnas ett tydligt behov hos företag i spelbranschen att synas i internationella sammanhang. Indikatorutfallet (avsnitt 7) visar att engagemanget varit långt större än förväntat, därav behovet av att via uttagningsmomentet ”Pitch My Game” selektera de företag som anses vara mest lämpade att representera Sweden Game Arena. På så vis sker en kvalitetssäkring vid deltagandet på mässor samtidigt som det verkar motiverande för andra företag i inkubatormiljön.

Internationaliseringen är ett arbete vars effekter är svåra att mäta på kort sikt (inom projektperioden). De hitintills uppnådda resultaten visar på ett stärkt varumärke för spelklustret i Skövde och Västra Götaland. Samtidigt som det bekräftar hur viktigt det är att arbeta på ett internationellt plan för företag i spelbranschen.

När det gäller de andra delarna i projektet – nodsamverkan och koordinering – har aktiviteterna till stor del genomförts såsom beskrivet i ansökan. Det handlar om etablering av en företagsinkubator på Lindholmen i Göteborg, gemensamma nätverksträffar och ett samordnat deltagande på mässor och konferenser. Slutrapporten och intervjuer visar emellertid att dessa områden varit en väsentligt mindre del av projektet jämfört med internationaliseringen. Värt att nämna i sammanhanget är att inkubatorn i Göteborg kom att utgöra ett särskilt projekt i huvudsak finansierat av regionutvecklingsnämnden. Så är fallet för flera av aktiviteterna som startat upp inom ramen för Sweden Game Arena, de har kommit att bli egna projekt med separata beslut om medel.

Före och efter Sweden Game Arena

Det mest påtagliga som inte varit möjligt utan projektet är omfattningen på och samordningen av den internationella marknadsföringen. Från att ha bestått av enstaka insatser när tillfälle getts, finns nu en etablerad organisation och en regelbundenhet i detta. De ökade resurserna verkar också ha inneburit ett tätare samarbete mellan inkubatorverksamhet, kommun och akademi. Ansvariga för projektet tror sig kunna se att den lokala branschen och innovationsmiljön blivit mindre sårbar för förändringar och att det nu finns goda förutsättningar ifall ett större spelföretag väljer att etablera sig i Skövde. Det är betydelsefullt med en ökad dialog projektparter emellan för att på ett optimalt sätt ta vara på de möjligheter detta ger och att samtidigt mota bort eventuella hinder på tidigt stadium. Det bör dock tilläggas att bedömningen av projektets betydelse har gjorts av personer som är direkt involverade. Den snäva tidsplanen för denna rapport har dock inte möjliggjort någon vidare undersökning bland målgrupperna eller andra aktörer i branschen.

Graden av måluppfyllelse

Sett till indikatorutfallet har projektet uppnått och överträffat det förväntade resultatet. I förhållande till de uppsatta målen är det dock svårt att göra en bedömning av måluppfyllelse. Resultatredovisningen är till stor del inriktad på aktiviteterna i arbetspaketet och vad de har utmynnat i. Målen i beslutet verkar vara formulerade utifrån ett längre tidsperspektiv snarare än förväntade resultat under projektperioden, det vill säga mellan 2014 och 2016. Den något otydliga projektlogiken gör det svårt att avgöra i vilken grad insatsen har lett till måluppfyllelse. De beslutade målen verkar heller inte genomsyra det operativa arbetet, då de enligt projektägaren till stor del är kopplade till basverksamheternas uppdrag – de faller alltså inte helt och hållet inom ramen för projektet. Sweden Game Arena möjliggör etableringar och säkerställer att rätt målgrupper nås, men måluppfyllelsen ligger egentligen inom bolagens och inkubatorns verksamhetsområden. Då de övergripande målen ofta är beroende av andra påverkande faktorer har det varit mer relevant att utgå ifrån arbetspaketens beskrivningar.

Avslutande kommentarer

Sammanfattningsvis har projektet haft stor betydelse för spelklustrets och bolagens möjlighet att marknadsföra sig internationellt. Det har lett till tillväxtfrämjande kontaktskapande och betydelsefulla arrangemang lokalt. Dock är det än så länge svårt att peka på konkreta effekter av positioneringen, men man kan konstatera att Skövde som spelstad fått mycket uppmärksamhet på flera plan, inte minst genom framväxten av Sweden Game Conference. Exempel på arbete som återstår är tydligare kommunikation för en bredare lokal förankring.

11. Rekommendationer

- **Renodla målen för projektet.** Projektägaren ska kunna relatera till de mål som har satts upp specifikt för projektet. Målen behöver vara formulerade så att de har en tydlig koppling till insatserna inom den beslutade projektperioden. Efter avslutat projekt ska det vara möjligt att bedöma hur väl målet uppnåtts.
- **Utveckla relevanta mätetal.** Liksom för de övergripande målen behöver indikatorerna anpassas efter projektets innehåll. För tre av projektets åtta indikatorer har utfall inte kunnat redovisas på grund av att de inte anses falla inom ramen för projektet.
- **Se över projektorganisationen.** Då det finns vissa svårigheter i att särskilja projektet ifrån övriga insatser inom det större initiativet Sweden Game Arena kan det vara fördelaktigt att göra en översyn av hur projektet är upplagt. Förutsättningarna kan ha ändrats de år projektet pågått och eventuellt finns vinster i att förtydliga de olika delarna i satsningen som helhet. Dels för att underlätta det administrativa arbetet och dels för en tydligare kommunikation gentemot projektpartner och deltagande företag.
- **Skapa en bredare förankring lokalt och regionalt.** Vid sidan om den internationella positioneringen är det viktigt att kommunicera projektet på det lokala/regionala planet. Resultaten i projektet och betydelsen av dessa skulle i högre grad kunna synliggöras och eventuellt leda till synergieffekter med andra styrkeområden.

Rapporten finns att ladda ner [här](#).