



# Öppenhetsskultur bakom framgången för finsk spelindustri

Den finländska spelbranschens öppenhetsskultur ger företagen en unik konkurrensfördel. Spelstudior och utvecklare delar information och nätverkar kring nästan alla relevanta frågor.

**F**rån en anspråkslös början i datorlaboratorier på 1960-talet har digitala spel under tiden fram till 2025 gradvis utvecklats till att bli den mest värdefulla industrigrenen inom den

... kreativa och kulturella sektorn. Räknat i global omsättning lägger sektorns 195 miljarder euro bakom sig till exempel musikindustrins 25 miljarder euro eller filmindustrins 29 miljarder euro (Newzoo, 2025).



Supercells grundare och vd Ilkka Paananen glädjer sig över fjolårets resultat. Foto: Lehtikuva/Jussi Nukari

Över 40 procent av den globala befolkningen spelar digitala spel. I Finland skapar stora titlar som *Clash of Clans*, *Angry Birds* och *Alan Wake* rubriker. Men spelindustrin har också ekonomisk betydelse för landet. År 2024 omsatte branschen 2,85 miljarder euro och den sysselsatte 4 300 professionella i 270 studior, medan den samtidigt höll sig med en arbetsstyrka som hör till de mest internationella i landet (Neogames, 2024). Frågan är hur detta var möjligt att uppnå i ett land som identifierar sig med tung industri.

Intresset för både programmering och spel har länge haft en populär bas i Finland. Datorfestivalen Assembly startade 1992 som ett evenemang för den finska demoscenen och den har utvecklats till en av de största festivalerna för datorspel och



**J. Tuomas Harviainen** är professor vid Tammerfors universitet. **Mikko Vesa** är biträdande professor vid Hanken Svenska handelshögskolan. **Kati Alha** är universitetslektor vid Tammerfors universitet.

programmering i världen. På samma vis lanserades rollspelsevenemanget Ropecon 1994 och det har i dag vuxit till den största självständiga rollspelsammanskomsten i Europa.

I kombination med ett liknande intresse för nördkulturens ingredienser såsom serier och klädlekar, betydde det att det i Finland fanns en växande uppskattning för den kulturella estetiken och kompetens som är avgörande för framgångsrik utveckling av spel. Vad som under en lång tid saknades var tillräckligt omfattande investeringar för att åstadkomma en omvälvning inom digitala spel. Dessa genererades av två stråk som korsar varandra: först en identifiering av en potentiell finländsk spelindustri genom statens industripolitik, med påföljande investeringar av till exempel utvecklingscentret Tekes och finansieringscentret Business Finland. För det andra ledde Nokias misslyckade räd i de digitala spelens värld – med den bärbara enheten N-Gage – i slutändan till att det gjordes betydande investeringar i digitala spel.

### Spelstudier på topp i Finland

Givet både uppkomsten av ett ekosystem för digitala spel och en aktiv scen runtom en gynnsam kulturell estetik, är det knappast förvånande att Finland även har ett av de bästa – om inte det bästa – akademiska samfundet kring studier och forskning i

spel. Ett exempel är toppforskningscentret för spelkultur, Centre of Excellence in Game Culture Studies, finansierat av Finlands forskningsråd och samfällt organiserat av Tammerfors, Åbo och Jyväskylä universitet, med över 30 studerande i spelkultur. Speldesign undervisas i sin tur på olika nivåer av utbildningen, från yrkesläroanstalter till universitet och yrkeshögskolor.

De två masterprogrammen i speldesign och spelutveckling vid Aalto-universitetet, ett med fokus på den konstnärliga sidan och det andra med fokus på teknologin, är särskilt välkända. Scenen är i stor utsträckning förlagd till produktionsnätverk, och medan huvudstadsregionen är mest framträdande existerar starka grupper i allt från större städer till avlägsna regioner såsom det livaktiga Kajaland.

Det är värt att notera att spelproduktion och spelforskning i hög grad är intersektionella områden. Kunskapen förvärvas till exempel i businessstudier, studier i informationssystem, kommunikationsstudier och kulturella studier. På motsvarande sätt forskas det på en bred skala av fenomen från businessmodeller till användargränssnittsdesign, från spelifiering<sup>1</sup> till spelhistoria.

Det är en forskningstradition som sitter i en rörlig båt och ständigt undersöker nya frågor som dyker upp. För att ge en förståelse av vad denna räckvidd betyder skall vi i det följande ge korta beskrivningar på tre sådana ämnessfärer som vi tror att är relevanta för läsarna av denna tidskrift: (1) identifieringen av nya marknader för målinriktad spelutveckling, (2) forskning i missvisande marknadsföring i mobilspel och (3) öppenhetskulturen i den finländska spelindustrin som en källa till en konkurrensfördel.

### Identifiering av nya marknader

Spelmarknaden är mycket vital. Nya spel produceras i en accelererande takt, vilket

betyder att konkurrensen om uppmärksamhet är hård och att mycket få av spelen slår igenom eller ens kommer att bära sig finansiellt. Det gäller stora titlar (de så kallade AAA-spelen) och små indiespel (Neogames, 2024; Newzoo, 2025). Resultatet är att marknaden översvämmas av design som inte är särskilt remarkabel, och ändå finns det i mängden verkligt innovativ design som omvälvande branschen och blir rosad av både allmänhet och kritiker. Finsk speldesign har under lång tid förknippats med unika former, av vilka många blivit imponerande framgångar likaväl som källor till stolthet för deras skapare. Finland uppfattas som ett attraktivt ställe att arbeta på inom spelindustrin och landet attraherar ett stort antal internationella experter, som snabbt blir en del av den lokala designgemenskapen.

Finlands starka speldesignare har sina rötter i datordemokretsarna som bildades på 1980-talet och som på ett avgörande sätt utvecklades när många intresserade experter lämnade Nokia. Scenen karakteriseras av platta hierarkier, mycket öppen delning av information, passion och stolt kreativitet. Denna kombination har lett till betydande businessfördelar då företagen insett att de kan vara konkurrenter, samtidigt som de drar nytta av att arbeta tillsammans på den globala marknaden. Det är mycket allmänt att människor som är involverade i spelindustrin berättar för varandra vad som produceras och hur det görs, även över olika affärsområden. Det uppfattas som normalt och är tillåtet inom kollektivet. Det minskar spänningar som orsakas av konkurrens och förhindrar slöseri med resurser, eftersom de involverade företagen är kapabla att diversifiera sitt utbud på marknaden och undvika att försöka göra saker som deras lokala konkurrenter gör mycket bättre.

Tillståndet att dela information bygger på en hög nivå av tillit mellan aktörerna

## UTVECKLING

# 120

nya spel publicerades 2023–2024.  
Primära plattformar: mobiler och PC.  
Betydande tillväxt i delning  
av nya plattformar.

## ANSTÄLLDA

# 4 300

anställda inom spelutveckling.

# 35

procent av de anställda är icke-finländare.  
24 procent av de anställda är kvinnor.

## FINANSIELLA UTSIKTER

# 2,85

miljarder euro var omsättningen 2024.  
Den totala vinsten 2023  
var 800 miljoner euro.

# 3,5

miljarder euro betalades i skatter  
under de senaste 12 åren.

## STUDIOR

# 270

aktiva studior 2024.  
40 nya studior 2023–24.  
Största centra i huvudstadsregionen,  
Tammerfors, Uleåborg och Åbo.

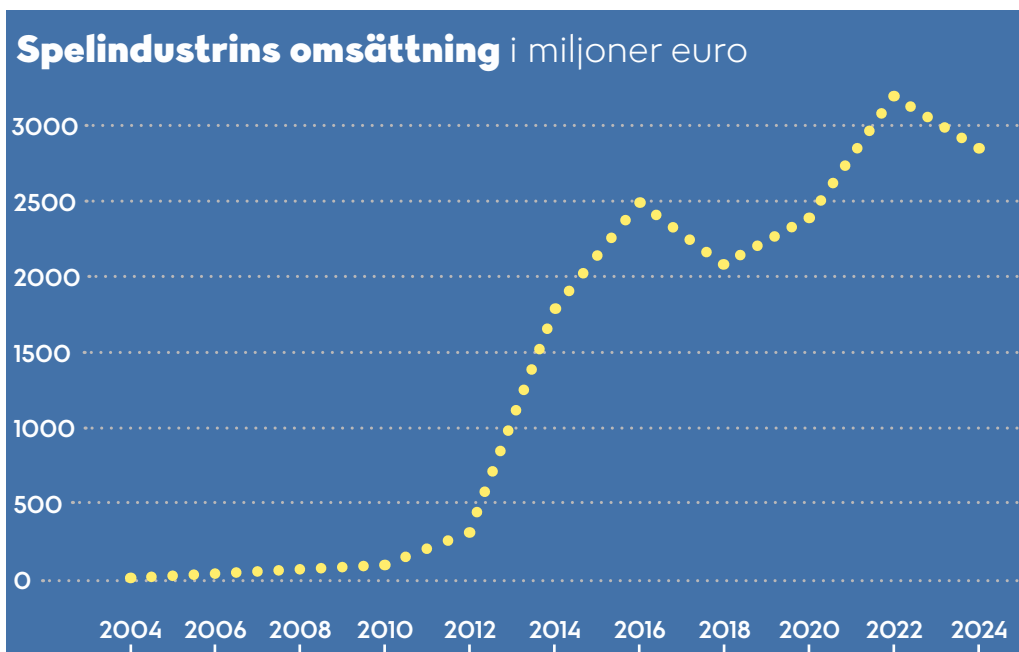
och på det faktum att många av företagens grundare är gamla vänner och bekanta, som även själva deltar i den öppna informationskulturen. Medlemmar av spelutvecklingskollektivet träffas också regelbundet för både festligheter och nätverkande, vilket skänker en solid bas för kulturen med öppenhet och öppna innovationer.

### Missvisande marknadsföring

Spelmarknaden är inte utan sina problem. Den höga nivån på konkurrensen, ändringar i lagstiftning och plattformar lika väl som investeringar som suger ut arenan, har lett till en del problematisk praxis. De här problemen syns speciellt på mobilspelsmarknaden som Finlands spelindustri varit speciellt beroende av och som globalt täcker mer än hälften av intäkterna av digitala spel. Speciellt har problem med marknadsföringen och värvningen av nya spelare lett till aggressivare och mer provocerande reklam. Medan en del företag skapar metabertellser och lägger till bakgrundshistorier genom reklamkampanjer, har andra börjat vara beroende av falsk reklampraxis. Missvisande och vilseledande reklam är emot lagen och branschens reglering kontrolleras inte alltid i mobilspel som fritt kan laddas ner.

Falsk reklam innehåller vanligtvis korta videoannonser antingen i spelet eller på de sociala mediernas plattformar. Medan de i allmänhet har en förbindelse till spelet de gör reklam för, till exempel genom temat, kan de i andra fall visa annorlunda eller icke-existerande teknik, audiovisuellt format eller berättelser än i det verkliga spelet. Även AI-genererade videor dyker upp i de falska reklamerna. Förutom att locka spelare att ladda ner spel på falska premisser har

Figur 1. Nyckelsiffror för spelbranschen i Finland.  
Källa: Finnish game industry report 2024.



annonserna potentiellt skadligt innehåll, såsom våld, alkoholbruk, mobbning, stereotyper, sexualisering, sexuella trakasserier och övergrepp. Detta innehåll står inte att finna i de ofta familjevänliga spel som annonseras, medan det skadliga annonsinnehållet kan dyka upp även i barnspel.

Provokativa, överdrivna eller förvrängda reklamer med tvivelaktigt innehåll kan locka spelare att klicka på och ladda ner spelet, och så länge tillräckligt många av dessa spelare stannar kvar i spelet, är falsk reklam lönsam. Missvisande och skadlig annonsering är problematisk för konsumenten men också för spelindustrin. Då praktiken blivit mer omfattande handlar det om hela industrins rykte, då den kan ses som konkurrens-hämmande genom att öka anskaffningskostnader för företag som inte använder sig av missvisande marknadsföring.

#### Industrikulturen som konkurrensfördel

Slutligen önskar vi återkomma till frågan om vad som är den fundamentala styrkan i

**Figur 2. Den finländska spelindustrins omsättning 2004–2024.** Källa: Finnish game industry report 2024.

det finländska klustret av digitala spel och söka ett svar på frågan om var dess unika källa till konkurrensfördelar ligger i dag. Först av allt måste fundamentala strukturer vara på plats för ett globalt konkurrenskraftigt industrikluster. Det bör finnas ett fungerande och tillräckligt stort ekosystem av företag. Arbetsmarknaden som dessa skapar måste vara kapabel att attrahera internationella toppförmågor. Det ska finnas lokal utbildning och forskning som stöder både praktisk kompetensutveckling och mer abstrakt, teoretisk kunskapsgenerering. Och det måste finnas tillgång till finansiella marknader och investerare.

Finland har alla de här bitarna på plats i dag, men det har också många andra. Vad är det då som vi gör annorlunda för att vara konkurrenskraftiga? Forskning pekar på att källan till vår unika konkurrensfördel

härstammar från branschens öppenheitskultur. I praktiken manifesterar sig denna öppenheitskultur genom aktivt deltagande i branschens tillställningar där spelstudior och utvecklare öppet diskuterar sina utgivningspipelines, delar information och nätverkar kring nästan alla relevanta frågor för spelutvecklare. Det är ett strategiskt val att undvika sekretess närhelst det är möjligt.

Konsekvensen av denna praktik med transparent information är en inkluderande industrikultur som karakteriseras av hög tillit. Där finns en delad känsla av stolthet över att inte bara arbeta för en specifik spelstudio utan över att vara en del av den finländska spelindustrin. Segrar och framgångar har en gemensam nämnare med studior som delar sin förståelse av vinnande praxis likaväl som de generöst sponsorerar gemensamma evenemang. Samtidigt finns tysta regler inom klustret rörande tävlan om resurser, till exempel om när det är okej eller inte okej att rekrytera utvecklare från ett annat bolag. Det skapar effektivitet inom forskning och utveckling och mindre överlappningar på marknaden, och mindre kostnader för differentieringsstrategier.

Studior undviker att utveckla likartade spel och de har en bättre förståelse av hur originalspel utvecklas hellre än att de släpper kopierade spel. Studior kan tillsammans skapa bästa praxis för spelutveckling och det finns en effektiv resursallokering över hela branschen tack vare arbetskraftens rörlighet. Det ökar också spelindustrins attraktionskraft genom ett kraftfullt värdeerbjudande för anställda. Inom managementforskningen beskriver vi detta fenomen som samtidigt samarbete och konkurrens (co-opetition).

### Djup förankring i samhället

För att sammanfatta vilar Finlands framgång på spelfältet på många olika pelare. Vi har ett innovativt och nätverkat ekosystem

av spelföretag, utbildning och forskning i världsklass, lika väl som en djupt engagerad hobbyarena runt de frågor som är avgörande för fältet. Men det som är unikt med det finländska spelfältet är öppenhet och sammanlänkning.

Detta pekar på två nyckellärdomar. För det första handlar industrins framgång inte bara om att idka affärer, utan om att verksamheten måste vara djupt förankrad i samhället. För det andra kan företag inom samma bransch i samma region, som alla strävar efter global framgång, på ett väsentligt sätt dra nytta av att etablera regler för öppen informationsdelning sinsemellan. Framgång kan vara ett resultat för hela branschen och inte en kvalitet hos ett enskilt bolag.

Översättning från engelska: Mikael Kosk

### Referenser

- Harviainen, J. T., Lehtonen, M. J., & Kock, S. (2022). Timeliness in information sharing within creative industries. Case: Finnish game design. *Journal of Documentation*, 78(1), 83-95.
- Harviainen, J. T., Martins, J. T., & Lehtonen, M. J. (2025). Openness, Trust, and Sharing in the Creative Industries: Lessons from the Finnish Video Game Industry. In *De Gruyter Handbook of Creative Industries* (pp. 283-294). De Gruyter.
- Neogames <https://neogames.fi/the-finnish-game-industry-report-2024/>.
- Newzoo (2025). Global games market report 2025. <https://newzoo.com/resources/trend-reports/newzoo-global-games-market-report-2025>.
- Vesa, M. (Ed.). (2021). *Organizational gamification: Theories and practices of ludified work in late modernity*. Routledge.
- <sup>1</sup>Spelifiering syftar på användning av spelelement i sammanhang som inte direkt hör samman med spelande, reds anm.