



MARTIN LINDELL

HISTORIEN OM SEGA

Hur en blå igelkott och hockey-
spel tog Sverige med storm

DEL 2: MEGA DRIVE

HISTORIEN OM SEGA

Hur en blå igelkott och hockey-
spel tog Sverige med storm

Första digitala utgåvan 2017, publicerad på www.martinlindell.com
Ursprungligen utgiven fysiskt i 500 exemplar 2014, ISBN: 978-91-9811201-6

© Martin Lindell, 2014-2017

Korrektur 2017: Fredrik "linc" Ågren och Henrik Nordell

Förläggare fysiska utgåvan 2014: Thomas "Sol" Sunhede, www.mygrandmotherisgone.se

INNEHÅLLSFÖRTECKNING

Förord.....	5
-------------	---

Mega Drive

Drömmen om en miljon.....	6
Genesis tillkommer i väst.....	10
Megan stormar in i Europa.....	22
En blå igelkott tar SEGA till nästa nivå.....	38
Nytt ledarskap i USA och sportspel i Sverige.....	53

Game Gear

Slå dig inte med en ekorre i huvudet.....	70
---	----

Mega Drive fortsättning

Sonic tar ledningen.....	82
SEGA FORCE - Den svenska SEGAtidningen.....	94
Svenska mästerskap i SEGA.....	104
Uthyrning av Mega Drive.....	112
CD-ROM blir det heta.....	122
Sen och svag lansering av Mega CD i Europa.....	126
1993 - Det starka spelåret.....	132
SEGA kopplar upp Mega Drive.....	148
Elitserien skrinns in på Megan.....	150
Svenska Mega Drive-spel.....	173
En svensk koloni i Norge.....	174
Förlag och försäljning.....	180
Rörligt med 32X.....	186
Mega Drive - statistik, logotyp och förpackning.....	196
Leksakskonsolen Pico.....	204

Övrigt

Om författaren.....	206
Tack till.....	207
Källor.....	208
Fler svenska böcker om spel.....	210



SEGA
BEAT US. IF YOU CAN.

FÖRORD

Varför en bok om SEGA? Den frågan har jag fått ett par gånger. Eftersom jag skrev om Bergsala, Game & Watch samt NES så tycker de flesta att det vore naturligt att fortsätta med Super Nintendo. Storyn om Bergsala som gjorde NES till en succé i Sverige var bortsett från ett par intervjuer odokumenterad. Samma kände jag med SEGA, det fanns enstaka omnämningar om Brio och gamla SEGA-spelare minns med glädje hur de ringde Dr. Roffe med samma vördnad som när Nintendo-spelarna pratar om Jens Ohlin och Nintendoklubben, men inget samlat grepp. Inte att förringa Super Nintendo, men jag ansåg det var viktigare att lägga min tid på SEGA i Sverige och få det bevarat för eftervärlden.

Är SEGA något som är värt att dokumentera och bevara då? De blev ju till sist förloraren? Mitt svar är självklart ja! Personligen har jag alltid varit fascinerad av Mega Drive. Konsolen blev SEGAs stora succé i väst som bröt Nintendos dominans. När Mega Drive dök upp så var det något helt annat. Känslan av arkadkvalité och en slags råstyrka skapade en känsla av mystik och förundran. I början var man lite tveksam till det nya och okända. Som ung var man dessutom inte så benägen att köpa vad som helst utan övervägde noga hur man skulle investera sin surt förvärvade veckopeng. För mig var det Sonic som fick vågen att slå över till SEGAs fördel. Den blå igelkotten representerade framtiden med sin attityd, de klara krispiga färgerna och den bländande hastigheten. Dessutom fanns det massor av rollspel. Det senare var ofta bara något man läste fanns på NES och SNES i Japan och USA, men väldigt få rollspel släpptes i Europa. På Mega Drive var Phantasy Star, Shining Force och Landstalker en verklighet i Europa.

Min väg in i spelbranschen som yrke gick dessutom till stor del genom SEGA. Som praktikanter på butiken Ny Data i Kristianstad så var Elitserien 95 till Mega Drive det första spelet jag sålde julen 1994. Lojala som vi var mot Brio och SEGA så satsade vi dessutom oproportionerligt mycket på Saturn genom att ge konsolen bästa plats i butiken, ställa ut ett demoställ på lokala McDonalds och ta in alla nya spel som släpptes ända in i det bittra slutet. Vi började med förhandsbokningar på Dreamcast tidigt genom att ha en japansk konsol i butiken. Jag minns hur folk tappade hakan och imponerades. Äntligen är SEGA tillbaka på topp! Men det blev ju inte så. Strax efter lanseringen gick jag vidare inom spelbranschen. Perioden i butik och arbetet med SEGA som underdog är dock något som präglat mig och något jag minns varmt. Oavsett om man var med på toppen med Mega Drive eller som utböling med Master System eller Saturn så representerade SEGA något genuint. Därför tycker jag det är en story som är värd att dokumentera. Hoppas du tycker den är läsvärd.

Martin Lindell
Författare

DRÖMMEN OM EN MILJON

Varenda dag skrek Hayao Nakayama på SEGAs kontor: Hyakumandai! Det betyder en miljon enheter och är visionen med SEGAs kommande 16-bitare. Med sin kunskap och starka position inom arkadspel planerar SEGA att basera sitt nya tv-spel på arkadsystemet System-16, som bland annat används till Golden Axe, Altered Beast och Shinobi. Genom att använda sin styrka från arkadhallarna så kan SEGA dels sälja sina befintliga arkadtitlar för hemmamarknaden och dels kan man använda sin teknik för att skapa ett avancerat tv-spel som vida överträffar konkurrenterna. Man kan tycka att med två äss på handen borde det bli en lätt match för SEGA, men det krävs en stor insats inom marknadsföring och försäljning. Det är inte riskfritt och därför sätter Nakayama ett tydligt affärs mål på en miljon konsoler för ett äkta arkadsystem för hemmet.

Hideki Sato modifierar System-16 för att anpassa det för hemmamarknaden och blir något nedskalad med färre antal färger. Hårdvaran måste ner i pris om den ska masstillverkas i en konsol. Dessutom är ett resonemang att hushållen ändå inte har lika stor tv som arkadkabinetterna är utrustade med. Med en 16-bitars processor klarar SEGAs tv-spel att visa 64 färger samtidigt på skärmen, det är en märkbar skillnad i visuell kvalitet jämfört med NES.

Juni 1988 skriver den japanska speltidningen Beep! om SEGAs planer på ett nytt tv-spel. Systemet kallas då för Mark V och följer samma produktserie som SEGAs gamla konsoler. Internt kallas den för Mk-1601. SEGA vill ha ett bättre namn med större genomslag på konsumentmarknaden som inte låter som en teknisk benämning. Efter 300 olika förslag fastnar de för Mega Drive.

Den 29 oktober 1988 går till historien då SEGA Mega Drive introduceras på den japanska marknaden tillsammans med versioner av de populära arkadspelen Super Thunderblade och Space Harrier 2. För inbitna spelare är det en stor händelse, då man nu äntligen kom ett steg närmare arkadkvalité på ett tv-spel hemma. Speltidningarna Famitsu och Beep! imponeras av Mega Drive, fast för den generella massan går det obemärkt förbi, då Super Mario Bros 3 släpptes enbart några dagar tidigare.

Utan Internet är inte nyhetsflödet lika snabbt på slutet av 80-talet och ofta får västerländska speltidningar veta om sådana här nyheter på mässor och liknande tillställningar långt efter

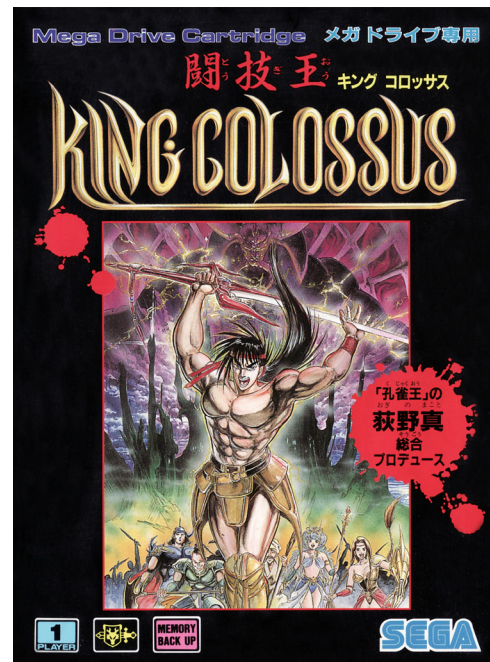


den faktiska lanseringen. Japan är mångt om mycket en skyddad övärld, även om Nintendo påbörjat sin erövring av världen så har fenomenet ännu inte exploderat i sådan omfattning att bevakningen av japanska spel är något som finns i medvetandet. Dessutom arbetar de japanska bolagen med sin inhemska marknad som sin primära. Även om man är varse om det växande intresset och potentialen i väst så är det sekundärt. Först släpper man sitt system eller sina spel i Japan, sedan lokaliseras och lanseras de i andra länder. Det skulle dröja två år innan Mega Drive nådde Europa hösten 1990.

Marknadsledaren Nintendo är inte oroad och deras gamla chef Hiroshi Yamauchi ser inte Mega Drive som ett hot. Nintendo har en tydligare profil mot familjespel och intresserar inte de inbitna arkadspelarna. Det pågår även en våg med rollspel som tagit landets spelare med storm. Företagen Square och Enix som på den tiden var två olika bolag, säljer miljontals exemplar av sina spelserier Dragon Quest och Final Fantasy till Famicom.

SEGA går till en början snarare i klinch med elektronikjätten NEC och deras tv-spel PC Engine som har ett års försprång. Det är också en 16-bitarskonsol som skapats genom ett samarbete mellan mjukvarutillverkaren Hudson Soft och NEC, som satsar 3,7 miljarder dollar i forskning och utveckling. Det är mer än vad Nintendo omsätter vid den tidpunkten. SEGA ligger på 700 miljoner dollar. Trots de astronomiska beloppen så är det SEGA med sin arkadteknik som drar det längsta strået och skåpar ut PC Engine rent tekniskt.

Men det är snarare eftertraktade spel och marknadsföring som möjliggör försäljningen. Tekniken är bara en bas och förutsättning. Mega Drive hamnar efter PC Engine. SEGA skeppar 400 000 Mega Drive från lanseringen fram till slutet av 1988. I ett försök att sälja mer lanseras en onlinebank för Nagoya Bank, telefonsvararen Mega Answer och skrivaren Mega Printer. Mega



SEGA släpper flera spel i Japan som aldrig når väst som till exempel Rent-a-Hero och King Colossus.

Drive är designad för att kunna utrustas med mus, tangentbord och en 3,5" diskettstation, så den blir en fulländad hemdator. Hideki Sato bygger även ett interface för en eventuell CD-ROM i framtiden.

SEGA lyckas inte komma ikapp Nintendo som fortsätter sin starka ställning med Super Famicom som lanseras november 1990. Spelet alla pratar om är Super Mario World, mer känt som Super Mario Bros 4 innan det släpps. Japanerna rusar som galningar och campar utanför butikerna för att säkra sitt exemplar av Super Mario World och en Super Famicom. Rent tekniskt klarar Super Famicom att visa 256 färger jämfört med 64 på Mega Drive. Dock är processorn i Super Famicom hälften så snabb som den i Mega Drive och det märks i flera actionintensiva spel där processorn helt enkelt inte hinner med vilket gör att spelen "hackar" och går långsammare än det är tänkt när det händer för mycket samtidigt.



SEGAs tredje kontor är rymligare med plats för den växande skaran medarbetare.

GENESIS TILLKOMMER I VÄST

Två gånger om året sker elektronikmässan CES (Consumer Electronics Show) i Chicago. Innan spelbranschen var tillräckligt stor för att ha sin egen mastodontmessa E3 så var detta tillfället att för omvärlden visa upp sina nyheter jämte nya TV-apparater och andra elektronikprodukter. Media och butiker är på plats för att begrunda kommande produkter som utställarna hoppas ska ta över och förändra marknaden. SEGA är kaxiga på CES juni 89 och illustrerar spelvärldens historia genom att visa Pong, Atari VCS, NES och andra spel. Budskapet är att deras 16-bitarskonsol är framtiden och Nintendo är historia.

I USA får Mega Drive namnet Genesis. Anledningen sägs vara att varumärket Mega Drive redan ägs av den amerikanska datalagringstillverkaren Mega Drive Systems Inc. Namnvalet Genesis ska antyda en ny start för SEGA, då det betyder ursprung på grekiska. Det finns även en religiös koppling. Första Moseboken i Bibeln heter på engelska Genesis. Något som är smått ironiskt med tanke på att det ockulta actionspelet Altered Beast medföljer varje konsol.

När Genesis först visas upp är Tonka Toys fortfarande distributör för Master System i USA, men SEGA of America klargör att de själva bygger upp en sälj- och marknadsavdelning för Genesis.

- Samarbetet med Tonka har varit gynnsamt för båda parterna. Vår utveckling av en separat organisation för Genesis är ett naturligt steg för SEGAs tillväxtplan, säger David Rosen i ett pressmeddelande från april 1989.

Tonka Toys imponerade inte på SEGA of America och dessutom riktar sig den nya 16-bitaren mot en äldre målgrupp, vilket gör att de börjar sondera marknaden efter en ny distributionspartner som är bättre lämpad för Genesis. En naturlig tilltänkt representant för SEGA i USA är Atari som dominerade med sin Atari 2600, men sedan tappade greppet efter den amerikanska spelkraschen 1983. När SEGA träffar Atari får de kontakt med Michael Katz, en praktiskt lagd man och branschveteran som arbetat med Mattel i samband med Intellivision och hos Coleco med Colecovision i början av 80-talet.

Tidpunkten är dålig för SEGA, Ataris konsumentverksamhet köptes upp juli 1984 av Jack Tramiel som tror hårt på sin 16-bitarsdator Atari ST som ska konkurrera med Amiga från hans gamla bolag Commodore som Tramiel grundat, men som han sedan var tvungen att lämna

efter en dispyt med styrelsen. Tramiel är inte speciellt intresserad av tv-spel, först vid slutet av 80-talet gör Atari åter en seriös konsolsatsning med den portabla enheten Lynx som dock krossas av Nintendos Game Boy. Dessutom tyckte Tramiel att David Rosens förslag var för dyrt. Katz inser dock potentialen och tror mer på SEGAs 16-bitarskonsol än Ataris 16-bitarsdator. David Rosen anställer honom för att arbeta på nya SEGA of America.

Händelserna går snabbt och Genesis släpps den 14 augusti 1989 i USA. Katz påbörjar sin nya anställning hos SEGA of America knappt en månad senare. Vid det tillfället består det amerikanska kontoret av knappt 50 personer som haft två tidigare chefer i Bruce Lowery och Gene Lipkin. Den senare kom också från Atari, men en tidigare era och var då säljchef och kände Atari-grundaren Nolan Bushnell ända sedan deras gemensamma tid på Nutting. Lipkin stannade kvar på Atari under Warners ägarskap, men trivdes ej under ledarskapet av Ray Kassar och valde därför att lämna Atari och hamnade så småningom hos SEGA.

- SEGA var främst en distributör i USA. All utveckling av hårdvara och mjukvara skedde i Japan. Inledningsvis försökte jag hålla personalen glada och sätta mig in i den kommande SEGA vs Nintendo-striden, säger Katz i en intervju med Retro Gamer.

”SEGA är snabbare och effektivare när det gäller att beställa och fylla på med produkter. En egenskap som visar sig vara viktig i kampen mot Nintendo som är ökända för att jämt ha slut på lagret och tillämpa långa leveranstider.”

Distribution är en av SEGAs starka och välfungerande delar. I boken International Marketing beskrivs hur SEGAs distributionscenter i Hayward, Kalifornien, är före sin tid med utrustning som skannar streckkoder på produkter, vars information sedan förs över med radiosändare. Det skapar en möjlighet för SEGA att vara snabbare och effektivare när det gäller att beställa och fylla på med produkter. En egenskap som visar sig vara viktig i kampen mot Nintendo som är ökända för att jämt ha slut på lagret och tillämpa långa leveranstider. Nintendos starka position gör att de inte behöver vara lika tillmötesgående utan tillämpar nästan en ”skyll dig själv”-attityd om en återförsäljare köper för lite spel i sin första order vid release av en ny titel. För SEGA är distribution en operationell effektivitet som ofta är överblickad eftersom det inte anses vara sextigt med effektivt lager och logistik, men något som skulle gynna SEGA i relationen med återförsäljarna.

Med en effektiv distribution tar sig Katz an en tuff uppgift. Nakayama fortsätter med sin milstolpe om en miljon konsoler. Inledningsvis så tittar Katz inte så mycket på det verkliga målet med en miljon sålda Genesis, utan är mest intresserad av att göra ett så bra jobb som möjligt genom att analysera problemområden som är hinder för att ens kunna nå någonstans i när-

heten av målet. Han identifierar annonsering, support från oberoende spelutgivare samt avsaknaden av spel som tilltalar den västerländska publiken som områden som måste förbättras.

Eftersom Nintendo slutit exklusiva avtal med spelutgivarna har SEGA svårt att få stöd i USA. Som dominerande aktör på marknaden kräver Nintendo att spel som släpps på NES ej får släppas på konkurrerande format. Då Genesis är ny på marknaden har SEGA ingen installerad bas som kan locka spelutgivare från att inte välja Nintendo i första hand.

De olika problemen är relaterade och lösningen är två handlingsplaner. För annonsering introduceras en ny slogan. SEGA använde sig av "We bring the arcade experience home" för Genesis vid lanseringen. Budskapet är begränsat till en inbiten publik och inte den breda massan som spelar Nintendo. Därför går den nya slogan på offensiven och utmanar konkurrenten med orden "Genesis does what Nintendon't" för att framhäva att SEGAs 16-bitare är betydligt vassare än gamla NES. Nintendo svarar med den för eftervärlden betydligt mindre kända "Nintendo is what Genesisn't".

- Jag minns när vår reklambyrå presenterade det för första gången. Det handlade inte bara om hur Genesis does what Nintendon't låter när man säger det, utan även att se det i skrift. Nintendo med apostrofen och bokstaven t på slutet var himla visuellt tilltalande. Vi brast ut i skratt när vi såg det, minns marknadschefen Al Nilsen, i en intervju med SEGA-16.

Utmaningen med att kunna erbjuda spel som attraherar västerländska spelare leder till att SEGA of America börjar agera förläggare i Nordamerika och anlitar utvecklare i väst istället för att förlita sig blint på utomstående support eller spelen från sitt japanska moderbolag. Katz satsar på att knyta upp kändisar och sportstjärnor. Först ut att teckna avtal är Joe Montana, en amerikansk fotbollsspelare som spelar som quarterback i San Francisco 49ers. Superstjärnan Montana får 1,7 miljoner dollar för att låna ut sitt namn och ansikte till SEGA. Den enorma summan får Nakayama och den japanska ledningen att svettas, de är oroliga att spelet inte ens kommer att sälja tillräckligt mycket för att täcka Montanas kontrakt. Kort därefter följer avtal med Tommy Lasorda, Evander Holyfield, James Buster Douglas, Arnold Palmer, Mario Lemieux och Michael Jackson.

Det råder en klar skillnad i SEGAs satsning och Nintendos spel. Medan Nintendos spel är joviala som boxningsspelet Punch Out med tecknade karikatyrer eller ishockeyspelet med tjocka, mittemellan och smala spelare, så satsar SEGA på realism och autentiska idrottsmän, vilket tilltalar en mognare publik. Att dessutom SEGA har den nya tungviktsmästaren James Buster Douglas, medan Nintendo använde Mike Tyson på omslaget till Punch Out, markerar också ett annalkande tronskifte även i spelvärlden. Nintendo väljer att inte förnya avtalet med Tyson när det löper ut. Istället ersätts Tyson i spelet av en fiktiv karaktär vid namn Mr. Dream under 1990.

Det går dock inte som smort med att få ut Joe Montana Football på marknaden. SEGA anlitar Media Genic för att utveckla spelet. De tror att spelet är i trygga händer eftersom Media



WHAT NINTENDON'T.
INTRODUCING **MICHAEL JACKSON'S MOONWALKER.**

1. In the greatest of Michael's moves, he does the "Moonwalk" to defeat the ghost who tries to kill him.
2. With the Dance Attack, Michael evades the tough boss in the arena.
3. Use Michael's lightning power to send his enemies flying into the air.
4. Michael marches through the city and saves the day by defeating the evil boss.
5. Use the transporter beam to move from level to level. Watch out for the secret level game.
6. All of Michael's famous dance moves are in the game, including the "Moonwalk" and the "Sade" move.
7. To defeat Mr. Big, use the "Moonwalk" to escape the "Moonwalk" and the "Sade" move.

It's here. The hit music video becomes the first ever hit music video game. It was designed by Michael Jackson himself. His moves match his video so closely, it's uncanny. The animation is unmatched. The stereo sound uses Michael's actual voice. And the music is unlike anything you've ever heard before in a video game. It's only possible with the 16-bit power of Genesis.

The totally evil Mr. Big is kidnapping the children of the world. It's up to you to rescue them. In 16 different rounds.

Take on Mr. Big's deadly henchman in Club 30 using your kicks, jump spins, punches and hat attacks. Battle wild dogs and young punks in the high-rise garage. Fend off the zombies in the cemetery. And dodge laser beams in Mr. Big's High Tech Hideout. This game's got it all.

All of this to the stereo sounds of "Smooth Criminal," "Beat It," "Thriller," "Bad" and "Billie Jean."

Finally, you transform into a giant flying robot and use your own laser weapons and heat-seeking missiles.

And from the moment you hit the start button, you know one thing for sure. You can't do this on Nintendo!

1400 x2

SEGA and Genesis are registered trademarks of Sega of America, Inc. SegaMark II & IIx are trademarks of Sega of America, Inc. Michael Jackson's Moonwalker is a registered trademark of Sega of America, Inc. The Sega Genesis logo is a registered trademark of Sega of America, Inc. © 1990 Sega of America, Inc. P.O. Box 3487, San Francisco, CA 94116.

Genic är samma bolag som Activision, en gammal och rutinerad spelutgivare. Varumärket Activision används som etikett på deras spel, medan studio som skapar spelen kallas Media Genic eftersom de även sysslar med att ta fram andra sorters program och applikationer vid sidan av spel. Arbetet med Joe Montana fortlöper inte enligt plan och Media Genic drabbas av ekonomiska bekymmer. För att få verksamheten att gå ihop påstås de ljuga för SEGA och skickar under fem månader rapporter att arbetet med Joe Montana Football fortskrider enligt plan. Till sist blir det ohållbart och under hösten 1990 upptäcker SEGA att de knappt påbörjat utvecklingen av spelet. SEGA säger upp samarbetet med Media Genic som fortsätter sin bana mot undergång, något år senare köps bolaget av Robert Kotick som leder Activision till nya glansdagar med Guitar Hero, Skylanders, Call of Duty och Blizzards spel.

Istället börjar SEGA överlägga med Electronic Arts. Men det handlar inte enbart om ett enkelt uppdrag om att skapa ett amerikanskt fotbollsspel, utan är resultatet av en mer komplex förhandling. Electronic Arts är fortfarande en relativt medelmåttig spelutgivare och brottas snarare med finansiella problem. EA har en bra nisch inom PC- och hemdatorspel, men är inte ekonomiskt stabila. För att förstå bakgrunden går vi tillbaka till 1982 då Electronic Arts grundades av Trip Hawkins. Till skillnad från andra bolag där utvecklarna var en anonym entitet bakom ett företagsnamn så ville Hawkins profilera sina utvecklare som kreatörer och konstnärer. Drömmen om att synas och uppmärksammas gjorde att EA även lyckades locka till sig en hel del duktiga utvecklare. Beläget på den amerikanska västkusten och med kraschen för tv-spel 1983 i Nordamerika var det naturligt för EA att satsa på datorspel som marscherade fram med hemdatorvågen. Valet att specialisera sig på datorspel innebar att EA ignorerade NES, vilket visade sig vara ett misstag.

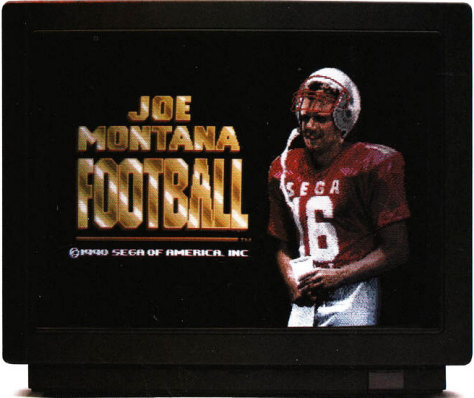
- Electronic Arts missade tåget med cartridge. Vi trodde på Moores lag och arbetade endast med disketter, trots att de flesta datorspelen kom på kassett. Vi trodde det var framtiden och det som skulle vinna, säger Bing Gordon, kreativ chef på EA under 80- och 90-talet, i en intervju med Game Informer.

Först 1988 när Toys R Us visar en lista över vilka spel de sålt mest av insåg EA att Nintendo är större än de annat. Electronic Arts titlar kom först på tredje sidan efter långa rader med NES-spel. Till råga på allt var det inte enkelt att arbeta med Nintendo i slutet av 80-talet. Den japanska jättens monopol på tv-spelsmarknaden gjorde att de kunde ställa väldigt hårda krav på de utgivare som önskade ge ut spel till NES. Man var tvungen att flyga till Japan, presentera sig och köpa ett löjligt dyrt utvecklingskit. Men inte ens det innebar att man fick ge ut sitt spel. Efter att ha skapat spelet skulle det skickas till Nintendo för utvärdering, de kunde rätt och slätt neka utgivning.

- Vi skulle alltså spendera tid på att ta fram ett spel som vi inte med säkerhet vet om vi får sälja?, minns Gordon att han frågade Nintendo och fick svaret att den japanska jätten dessutom ska tillverka kassetterna och vill ha hälften av tillverkningskostnaden i förskott. När Nin-

GENESIS DOES JOE MONTANA FOOTBALL.

INTRODUCING THE ULTIMATE HOME VIDEO FOOTBALL GAME.




1. Get your running info direct from Joe. He'll make information on all the teams. Go for the win!
2. Play select screen. Try a draw play. Run pass or maybe go for a bomb. Joe Montana even gets you the best play!
3. Check out your receivers through the fact book view in the top of the screen and find the specimen. If the defender is making back, let your receiver on a short pass for a big play!
4. Make the catch! Sell arm abilities as you sprint forward for the touchdown.

Who better to design the ultimate football video game than the Pro Quarterback of the Decade, Joe Montana. And Joe chose Sega® Genesis™ because only its 16-bit power could create the lifelike animation of real passing, running, receiving and blocking. After months of working closely with our programmers in the development stages, Joe Montana Football™ is here.

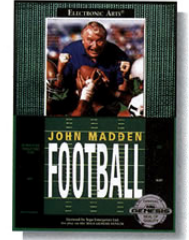
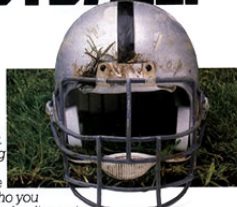
You select from 16 teams, each with their own strengths, weaknesses and unique style of play. You can be Joe Montana and control San Francisco's devastatingly accurate passing attack or quarterback another team that fits your style. Set your own strategy or use Joe's recommendation for the winning play.

Call audibles at the line of scrimmage. As you take the snap, you see your receivers run their patterns from a quarterback's perspective looking through his face mask. You decide whether the pass is a bullet or a long bomb going for the endzone. You can even throw the ball away. And you also control the receiver as he dives for the ball, or runs downfield and straightens defenders. As the game clock runs down, dive for first down yardage. There's also half-time and end-of-game stats, delivered by Joe. Or play the "two minute drill" and see if you can score a touchdown in just two minutes—in true Joe Montana style. Football couldn't get more real. What else would you expect from Joe Montana Football™. You can't do this on Nintendo!



Sega and Genesis are registered trademarks of Sega of America, Inc. Joe Montana Football™ © 1990 Sega of America, Inc. © 1990 Sega of America, Inc. P.O. Box 287 South San Francisco, CA 94080 Nintendo is a registered trademark of Nintendo of America, Inc.

THE BIGGEST HIT IN FOOTBALL.


So you want a Genesis® game with real impact? Play John Madden Football™. A game as big and tough as the man himself. Seventeen teams. Each one blitzing and scrambling its way to Super Sunday. Each one packed with pro caliber players who you make dive, spin, jump, block, and break tackles. Just like the big boys. Besides real moves, you get real weather. Rain. Mud. Ice. Snow. Wind. Adjust to the conditions. Or take a beating.

Play on the all Madden team with 1200 who will beat you out of your head and don't know the meaning of pain. It's real mud and pain football.

It's fourth down and you could boom one down or take your chances. Make the push and give it a try! What a thrill!

4

You can call more than 100 real plays, too, for complete, easy on-screen play calling. Pages ripped right out of Madden's play-book. Even audibles.

So everything's true to the game itself. Bone-jarring sounds of the trenches. Animation that will flatten you. Intense pressure. And half-time highlights and stats.

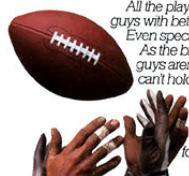


Make the right call from over 100 different plays. Keep the weather in track and pick up the game on air.

Totally A3-Pro moves that you control including spins, dives, jumps, and an end zone to touchdown drives.

Now it can be Super Sunday any day of the week.

All the players have real attributes. You get guys with better hands. Guys who are faster. Even special short yardage units. As the big man himself says, "Some guys aren't mudders. Some guys can't hold a block on grass. That's real football. That's in the game." Think you can find a harder hitting football game? Get real.



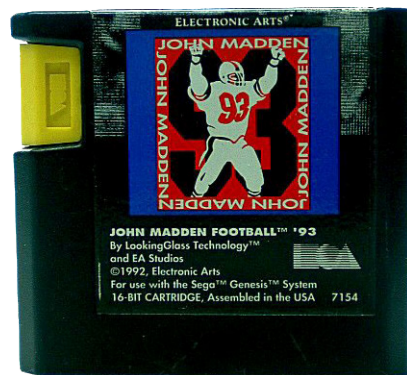

EA GET REAL!

Electronic Arts®

John Madden Football is a trademark of Electronic Arts. Sega, Sega Genesis, Sega Genesis 32X, and Sega Saturn are trademarks of Sega of America, Inc. Madden is a registered trademark of EA Games Inc.

CIRCLE #117 ON READER SERVICE CARD.

"Folk kutade till butikerna för att köpa Genesis och spela John Madden."



Electronic Arts kassetter har sin unika design med den gula plastbiten.

tendo har tid eller tycker tidpunkten är lämplig framställer de kassetterna och vill då ha resten av kostnaden för att skeppa dem.

Det var alltså inte lätt att planera en lansering på NES och det krävdes ett väldigt starkt kassaflöde där man kunde ligga ute med höga förskottsbetalningar innan man ens fick några spel levererade. Electronic Arts är inte speciellt sugna att ta risken och osäkerheten om en eventuell vinst i fall spelet släpps i tid efter Nintendos nåder om god smak och schemaläggning av tillverkning. Istället tar de kontakt med SEGA eftersom Genesis är på väg ut i USA.

- Vi trodde att vi skulle bli mottagna med öppna armar eftersom SEGAs Master System hade misslyckats med sin bleka spelportfölj och hade endast tre procents marknadsandel [i USA], berättar Bing Gordon.

Men Mike Katz på SEGA of America var inte imponerad och menade att SEGA ska bli lika stora och viktiga som Nintendo. Bing Gordon förstod inte Katz inställning eftersom SEGA skulle kunna bli mycket mer framgångsrika med Genesis om de hade efterfrågade spel från oberoende spelutgivare till sin konsol, vilket som bekant även var Katz analys i problemområden som SEGA of America måste förbättra. Efter mycket diskussioner säger SEGA nästan lite upp-nosigt till EA att "ni får väl göra reverse-engineering och ge ut egna spel". Reverse-engineering är när man istället för att kopiera något rakt av lyckas ta reda på hur systemet fungerar och bygger ett eget system som göra samma sak, eller i det här fallet lyckas ta fram kassetter som fungerar på Genesis. Electronic Arts tar det som en utmaning och skrider till verket. De är dock försiktiga och stämmer av sina tekniska framsteg med en advokat, så de inte överskrider några patent eller andra rättigheter. Steve Hayes och Jim Nitchals hos EA lyckas skapa en "egen" Genesis som de kan använda för att utveckla spel till.

I början av 1990 efter den första blygsamma julhandeln för Genesis så är det åter dags för en CES-mässa och SEGA är givetvis på plats. Electronic Arts har också bokat en monter för att visa

upp sina nya spel. Dagen innan mässan öppnar sina portar träffas Trips Hawkins och Hayao Nakayama. Hawkins informerar Nakayama om sina framgångar och mer eller mindre hotar med att EA kan introducera ett eget licensprogram för andra spelutgivare som vill släppa spel till Genesis, men inte vill lyda under SEGAs stränga licensavtal. För att förhindra en katastrof för SEGA förhandlar bolagen direkt. EA får ett förmånligare licensavtal och behöver bara betala två dollar per sålt spel till SEGA istället för den normala licensnivån på 8-10 dollar. Dessutom får de ett tak på två miljoner dollar per spel, vilket innebar att de helt slapp ytterligare licensavgifter till SEGA om deras spel sålde mer än en miljon exemplar. EA tillåts också att tillverka sina egna kassetter istället för att tvingas använda SEGAs fabriker. Kassetterna är lite större än en vanlig Genesis/Mega Drive-kassett och har en gul plastbit med EAs logo på vänstra sidan av kassetterna. I juni samma år släpper EA sina första spel till SEGAs 16-bitare: Peter Molyneuxs Populous och Budokan: The Martial Spirit.

EA arbetar även med ett amerikanskt fotbollsspel med John Madden som rådgivare, den populära kommentatorn som vann Superbowl med Oakland Raiders som coach 1976. Det första Madden-spelet släpptes 1988 till Apple II efter flera års utveckling. Den externa studion Park Place Productions får i uppdrag att utveckla ett Madden-spel till Genesis. Park Place har erfarenhet av amerikansk fotboll och tidigare skapat ABC Monday Night Football till PC. Som en vidare del av uppgörelsen kring att EA får betala lägre licensavgifter tar EA an sig uppgiften att göra Joe Montana Football åt SEGA. Park Place bygger spelet på ett alternativt John Madden som var en back-up. Det har enklare grafik och inte heller lika många lag eller spelmöjligheter. EA släpper sitt eget John Madden Football under hösten och det blir en stor hit. EA och Park Place hinner inte bli klara med Joe Montana Football för en lansering inför julhandeln 1990, utan spelet släpps i januari 91, men säljer ändå bra.

- Det slutade riktigt bra för SEGA eftersom Madden blev en killer-app, säger Gordon.

Folk kutade till butikerna för att köpa Genesis och spela John Madden. Framgångarna fortsatte för EA och de blev en stark faktor till att Genesis i Nordamerika och Mega Drive i Europa tog marknadsandelar och lockade nya spelare.

SEGA fortsätter med Joe Montana-serien och anlitar Blue Sky Software för produktionen. Det släpps ytterligare två spel de kommande två åren innan SEGA lägger ner serien och låter John Madden få fritt spelrum.

Electronic Arts är inte den enda spelutgivaren som försöker kringgå SEGA och tillverka egna kassetter. Det amerikanska spelförlaget Accolade tittar på möjligheten att släppa Genesis-versioner av sina PC-spel, men gillar inte förutsättningarna för att bli en licensierad spelutgivare.

- Förutom den faktiska tillverkningskostnaden så betalar man 10 till 15 dollar per kassett (i licensavgift), vilket fördubblar kostnaden för ett oberoende förlag, säger Alan Miller, en av grundarna av Accolade, i en intervju med Stephen Kent.

Accolade försöker istället förbigå säkerhetsspärrarna i konsolen och lyckas genom att kopie-



John Madden Football 92 (1991)

ra SEGAs upphovsrättsskyddade kod när de analyserar redan utgivna spel. Accolade släpper Ishido: The Way of Stones 1990. Deras spel ges ut i pappkartonger, inte helt olik boxarna som datorspel säljs i, fast i samma storlek som SEGAs förpackningar. På baksidan av kartongen har de texten "Accolade, Inc. is not associated with SEGA Enterprises, Ltd.".

Accolade åker dock på ett bakslag när SEGA uppdaterar sitt kopieringsskydd som är integrerat i hårdvaran. Skyddet kallas för Trademark Security System (TMSS). När man slår på konsolen så söker TMSS efter strängen "SEGA" på speciella ställen i spelet. Om skyddet finner strängen så visas meddelandet "PRODUCED BY OR UNDER LICENSE FROM SEGA ENTERPRISES LTD.". Misslyckas det så låser sig processorn och spelet kan ej spelas på enheten. Ursprungligen är det primärt ett skydd för att hindra japanska spel att spelas på västerländska Mega Drive och Genesis. Senare implementeras TMSS i kampen mot piratkopior som tillverkas i Sydostasien. Länder som Taiwan erkänner ej upphovsrätt, men åttalar däremot varumärkesintrång. Genom att visa meddelandet som genereras av TMSS så gör sig piratkopieraren skyldig till varumärkesintrång.

Accolade får veta detta på CES i januari 1991. TMSS gör att Ishido inte längre kan spelas på de nya modellerna av Genesis. Eftersom Accolade har fler spel planerade för konsolen börjar de arbeta febrilt med att kringgå skyddet. Deras ingenjör Mike Lorezen lyckas identifiera TMSS

PRODUCED BY OR
UNDER LICENSE FROM
SEGA ENTERPRISES LTD.

och Accolade lyckas kopiera det kodsegment som behövs och implementerar det i spel som Hardball, Star Control, Mike Ditka Power Football, Onslaught och Turrigan. Det är dock inte helt och hållet framgångsrikt. När Onslaught konverteras så placeras koden för TMSS fel, vilket gör att det inte fungerar på nyare Genesis.

SEGA gillar inte att Accolade släpper spel utan att betala licenskostnad och ärendet går upp i domstol framåt slutet av oktober 1991, där SEGA anklagar Accolade för varumärkesintrång och att de bryter mot upphovsrätten genom att kopiera SEGAs kod. Under rättegången visar SEGAs ingenjör Takeshi Nagashima att spel kan spelas på den nya Genesis-modellen med TMSS utan att meddelandet visas. Domstolen dömer till SEGAs fördel och menar att Accolades spel konkurrerar med SEGAs licensierade spel och anser därför att varumärkesintrånget otillbörligt gynnade Accolade ekonomiskt. Det leder till att Accolade måste återkalla sina spel från butikshyllorna, samt drar på sig en halv miljon dollar enbart i rättsliga kostnader. Accolade ger dock inte upp, utan överklagar till en högre instans och får stöd av Computer & Communications Industry Association som skickar in en skrivelse till rätten. I nästa instans så väljer domstolen att undersöka varumärke respektive upphovsrätt separat. De avfärdar Nagashimas demonstration där ett spel kan spelas utan att varumärkesmeddelandet visas och menar att det inte är tillräck-



ligt eftersom informationen om TMSS inte var allmän kännedom. Det slår istället tillbaka mot SEGA när domaren menar att man falskt märker konkurrenters produkter för att avskräcka andra konkurrenter från att tillverka Genesis-kompatibla spelkassetter. Domstolen hänvisar till tidigare rättsfall där varumärken missbrukas för att skapa monopol eller begränsa konkurrensen.

När domstolen granskar frågan om upphovsrätten brutits eller inte så tittar de på hur mycket upphovsrättsskyddad kod som använts, avsikten av användandet och effekterna på marknaden av användandet. Domstolen menar att mängden data som Accolade kopierade till sina spel är bara en bråkdel del av hela spelet som till större delen är unikt skapat innehåll. De menar att det finns en fördel för allmänheten att främja konkurrens, speciellt om Accolades spel skiljer sig och inte är direkta kopior av SEGAs spel. Argumentet domstolen använder är att det inte finns någon grund att Ishido ska ha förändrat förutsättningarna för Altered Beast, eftersom en konsument kan köpa båda, samt att en sportintresserad konsument kan köpa både Accolades Mike Ditka Power Football och SEGAs Joe Montana Football eftersom de är olika i sin uppbyggnad.

SEGA försöker åberopa att de investerat mycket tid och kapital i att utveckla Mega Drive/Genesis och borde kunna kapitalisera på det faktumet, något som ogillas av domstolen som menar att konsolen är "funktionell" och inte tillräckligt starkt motiv för upphovsrätt av vetenskaplig eller konstnärlig höjd.

Till slut dömer domstolen i slutet av augusti 1992 till Accolades fördel med anledning av rättvist användande. Som en följd av detta beslut faller domstolskostnaderna för överklagandet på SEGA och de nekas att överklaga ytterligare. Accolade vill stämma SEGA som en följd av domstolens konstaterande att TMSS falskt märker deras spel med SEGAs varumärke och text. Det går dock ej upp i domstol, utan SEGA och Accolade förlikar vilket resulterar i att Accolade blir en licensierad spelutgivare. Det första spelet de släpper som licensierad spelutgivare blir Barkley Shut Up and Jam. Detaljerna från förlikningen är hemliga, så det är inte känt om Accolade likt EA får gynnsammare villkor i sitt licensavtal.

- Vi är nöjda med förlikningen som sätter punkt för många komplexa problem. Inte nog med att vi gjorde upp i godo så är det en vändpunkt i relationen med Accolade, nu ser vi fram emot ett gemensamt framtida samarbete, säger David Rosen i ett skriftligt uttalande.

- Nu öppnar sig nya marknader upp för Accolade. Vi ser en stark efterfrågan på våra SEGA Genesis-produkter och kan nu ge ut dem på SEGA Genesis och Game Gear i hela världen, säger Alan Miller.

Fallet blir ett prejudikat som flera andra fall kring reverse engineering och upphovsrätt hänvisar till. Det finns likheter med ett rättsfall som pågick fram till september 1992 där Atari kringgick Nintendos säkerhetsskydd kallat 10NES. I det fallet vann dock Nintendo eftersom Atari begick bedrägeri när de erhöll Nintendos källkod till skyddet, vilket gjorde att man ej kunde hänvisa till rättvist användande av reverse engineering.

MEGAN STORMAR IN I EUROPA

II Europa behåller SEGA det japanska namnet Mega Drive. Den första officiella informationen om en europeisk lansering sker maj 1990 när SEGA offentliggör priset på Mega Drive för återförsäljare. Konsolen ska lanseras i Europa under oktober. Likt USA så säljs konsolen tillsammans med Altered Beast, prislappen hamnar på 1995 kronor.

Den 19 juni visas Mega Drive för första gången för den europeiska branschen på Hotel de Sully i Paris. SEGA spelar hårt på sitt japanska ursprung eftersom Japan fått en stark position som ett föregångsland inom elektronik. Det bjuds på sushi och champagne till uppvisning av kampkonsten kendo och japanska dansöser. Förutom underhållning så har SEGA med sig en line-up bestående av Super Thunderblade, Super Shinobi, World Soccer, Thunder Force 2 och Super Hang On för att övertyga gästerna om den nya konsolens förträfflighet.

Brio börjar sälja in Mega Drive så fort det är klart att de får agenturen.

- Vi fokuserade på 16-bitars eftersom vi såg att Mega Drive skulle kunna återskapa namnet för SEGA i Sverige, säger produktchefen Roger Jönsson och fortsätter: - Vi började sälja in med vår leksaksmässa. Leksakshandlarna la order på våren när de köpte leksaker och vi levererade under hösten, det är standard i den branschen. För spelbutiker var det däremot nytt vid den här tidpunkten att man sålde in spel så tidigt. Vi gav butikerna bra betalningsvillkor, om de la orden i maj så gjorde vi leverans på hösten och de behövde inte betala förrän i vinter.

Nästa steg för Brio är att visa upp konsolen för konsumenter. Med sig i bagaget till Göteborg har de japanska konsoler och spel.

- Vi ville visa upp Mega Drive för att få igång snacket och låta folk se hur mycket kraftfullare den var, förklarar Roger Jönsson. Vi deltog på Hobby & Spelmässa i Göteborg innan lanseringen. Det var riktigt mycket folk i vår monter. Det var också första gången vi gick ut publikt och marknadsförde Mega Drive.

Västkusten är traditionellt ett väldigt starkt fäste för Nintendo eftersom distributören Bergsala har sitt kontor i Kungälv.

- Vi stack huvudet rätt in i getingboet. Vår monter var runt 40-50 kvadratmeter. Bergsala hade säkert fyra gånger så stor monter. Men vi gjorde det häftigt och hade en, för den tiden, stor tv på 33 tum och kopplade in ljudet till ett stereosystem som vi brassade på rejält med. Mässper-



Nu är båten i hamn.

Nu är leveransläget för nya Mega Drive stabilt. Efter en farofylld färd har den första båtlasten Mega Drive kommit till svensk hamn...
Det betyder att du från vecka 43 kan vara säker på att ha den eftertraktade maskinen hemma!

*Det stryker vi under med en omfattande annonsering.
Under de närmaste veckorna kommer vi att gå ut med annonser
i 2.360.000 dagstidningar – där vi inte minst talar om att Mega Drive
nu finns i butikerna!*

Vill du hänga med i den satsningen kan du börja med att se över ditt förråd av skyltmaterial etc. Vill du ha mer information, kontakta din PlayMix-representant.

Tillsammans med detta newsletter får du nu för första gången tidningen 'S – The SEGA MAG. I fortsättningen kommer vi att sända ett nytt nummer varje månad. Se till att tidningen hamnar hos den person hos er som jobbar mest med SEGA.

sonalen bad oss flera gånger att sänka volymen. Besökarna blev imponerade och det kändes häftigt att börja där.

Med framgången i Göteborg i bagaget åker Brio till Stockholm i mitten av september för att visa upp Mega Drive i det centrala köpcentret Gallerian. På inbjudningslistan står också utvalda journalister.

- Vi gjorde en show av det med en scen där en ung kille utklädd till Michael Jackson dansade till Thriller. Vi demonstrerade Altered Beast och det blev en succé, berättar marknadschefen Stefan Lampinen.

- Vi byggde tio demonstrationer i Gallerian. Det var bra mycket folk som stannade till och spelade. Ryktet spred sig, vilket gjorde att folk samlades och köade för att få testa Mega Drive, säger Jönsson.

Förutom de publika framträdandena är träffarna med återförsäljarna viktiga. Brio arrangerar möten i Stockholm, Göteborg och Malmö.

- Det var roligt att turnera och träffa butikerna. Vi åkte runt i en stor Cheva. Det skulle vara stora bilar, gärna jänkare. Det hade HK Electronics satt ribban för när de åkte runt i landet, minns Stefan Lampinen.

"Vi fick runt 7000-8000 Mega Drive första hösten inför jul och sålde slut direkt. Vi kunde sålt mer, men vi fick en tilldelning av SEGA."

- Vi satsade rejält och bjöd in butikerna till hotell med konferenslokaler, berättar Roger Jönsson. Där bjöd vi på pyttipanna, öl och godis. Man umgicks under lättsamma former. Vi körde presentationer av spel, vad som händer i marknadsföring och Stefan föreläste lite om spelbranschen. Sedan fick man prova spelen, gick runt och tjabade. Vi försökte få dit nyckelpersonerna och bjuda på något extra och vara mänsklig. Tror inte att det var så många butiker som då hade den personliga dialogen med Bergsala, utan där var det nog mer rakt på sak. Det gjorde att vi fick en bra relation och många som kom dit fick ett gott intryck och köpte säkert in fler spel och satsade mer på SEGA.

Ofta genomförs träffarna med oväntade spektakel och shower.

- En gång hade jag hyrt en kille som spelade Robocop. Jag hade fått ok av Royal Viking att han fick slå sönder några glas och tallrikar. Så han sparkade in dörren och vevade ner några glas. Folk blev skiträdda. Han gick runt och skrek på amerikanska, sedan presenterade vi Robocop på Mega Drive, berättar Lampinen.

På träffarna blir det ibland mer än ett par öl.

Inget annat TV-spel
klarar lika mycket.

SEGA

MEGA DRIVE

-16 bit bättre.

NYHET!
Finns i din butik nu!



När "vanliga" TV-spel har 8 bits minneskapacitet har **MEGA DRIVE** dubbelt upp – 16 bit.

Det ger en fantastisk grafik som inget annat spel kan matcha. Och ljudet är minst lika bra. Med 10 kanalers stereoljud blir **MEGA DRIVE** också ett hörvärt spel (särskilt när du spelar med hörlurar!). **MEGA DRIVE** kostar cirka 1.995,-, inklusive ett spel. De som vill börja med ett enklare spelsystem väljer SEGA Master System. Det är marknads starkaste 8 bits-alternativ och kostar ca 995,-.

Ring 020-74 40 41 och lyssna på Alex Kidd!

Då får du en heltäckande presentation av **MEGA DRIVE**. Eftersom det är ett 020-nummer betalar du bara som för ett lokalsamtal. Ring direkt!



Brio visar upp Mega Drive i Gallerian, Stockholm och bjuder på dansshow med en Michael Jackson-imitatör. Förutom att Gallerian ligger centralt så är det även hemvist för Stor & Litens flaggskeppsbutik som är en av de största återförsäljarna av tv-spel.



Spelavdelningen inuti Stor & Liten i Gallerian. Nedan syns Roger Jönsson och Rolf Larsson jobba hårt med att bygga upp demoställen.





"En gång hade jag hyrt en kille som spelade Robocop. Han sparkade in dörren och vevade ner några glas. Folk blev skiträdda."



Förhandsinfo. Endast för bransch och butiker.



- Vi hade varit i Malmö och hållit en dragning för butikerna, minns Roger. Sedan gick vi ut på lokal på kvällen. Det var när Pekka Lindmark, den legendariska hockeymålvakten, hade öppnat butik i Trelleborg, så vi var ute med honom och det blev ganska sent och många glas.

- Vi hamnade med Dan Corneliusson, superkänd som fotbollssproffs i Tyskland och Italien, som hade flyttat hem till Sverige. Jag kommer inte ihåg vrålmycket av den kvällen, men dagen därpå låg jag som en blöt hund i vanen när vi skulle köra från Göteborg till Malmö, skrattar Stefan.

- Stefan gick upp på hotellrummet direkt och fortsatte sova. Men han kom ner och höll presentationen för butikerna som ett riktigt proffs. När han var klar var det direkt upp på hotellrummet igen, säger Jönsson.

Försäljningsstarten sker på lördagen den 27 september och Sverige blir bland de första marknaderna att ta del av Mega Drive i Europa.

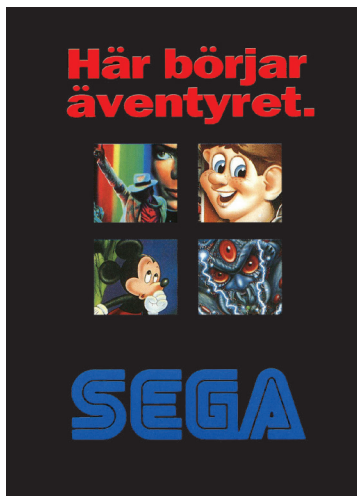
- Det var en ny era av spel. När Mega Drive lanserades rådde det begränsad tillgång. Prisläget i kombination med annorlunda spel som var mer vuxna och actionorienterade gjorde att vi koncentrerade oss på att nå ut till en äldre målgrupp. Vi planerade aktivt för åldersgruppen 15 år och uppåt, berättar Roger Jönsson.

Reklambyrån Ord Art i Helsingborg beskrivs som en viktig nyckel i genomförandet av marknadsföringen. De skapar en egen Mega Drive-logotype som initialt används flitigt i marknadsföringen.

- Inför lanseringen kom Lasse Göransson från Ord Art in och började hjälpa oss. Han hade tidigare skrivit alla svenska frågor i det första Trivial Pursuit. De skrev en stor del av allt vårt marknadsföringsmaterial och skapade koncept. Det var annonser, broschyrer i butik och butikernas egna julkataloger, berättar Roger.

SPEL VID RELEASEN AV MEGA DRIVE I SVERIGE

Alex Kidd in the Enchanted Castle
Altered Beast
Ghouls 'n Ghosts
Mystic Defender
Super Hang On
Super Thunder Blade
Thunder Force II
Truxton
Zoom



Brio rullar ut annonser i Aftonbladet och Expressen. I annonsen uppmanas man att ringa ett 020-nummer och lyssna på Alex Kidd berätta om Mega Drive. Brio går på offensiven och inför julhandeln så börjar man med tv-reklam på MTV som från november fram till jul rullar 300 gånger. Konsolerna flyger från butikshyllorna.

- Jag tror att vi fick runt 7000-8000 konsoler första hösten inför jul och sålde slut direkt, säger Roger Jönsson. Vi kunde sålt mer, men vi fick en tilldelning av SEGA. Även om vi vill ha stor tackning och synas i butik, gjorde det att vi inledningsvis ändå inte kunde gå hur brett som helst och ha åtskilliga hundratals återförsäljare som sålde Mega Drive. Varje butik måste få ett par dussin konsoler så de kan sälja mjukvara till dem som köper konsolen, annars blir det inte lönt att lägga ner tiden och mödan på det.

Så småningom börjar Brio hinna ifatt den initiala efterfrågan.

- Vi fick leveranser från SEGA varje månad och framåt februari kunde vi pytsa ut relativt hyfsat och började kunna möta efterfrågan.

Samtidigt som konsolen lanseras så släpps nio spel som kostar från 349 till 449 kronor för det dyraste som är Ghouls'n Ghosts. Detta är i många fall billigare än vad nya spel som släpps till NES kostar. Strax efter lanseringen så släpps även Golden Axe och Space Harrier 2. Dessa följs av Ghostbusters, World Cup Italia 90, Super Monaco GP och ytterligare en handfull spel i december. Det är arkadspelen som driver försäljningen.

- Golden Axe var tidigt en av titlarna som stack ut. Även Truxton och Arnold Palmer Golf sålde bra, berättar Stefan Lampinen.

Brio får besök av SEGAs exportchef Shigekazu Hayashi och konsulten Anton Bruehl i början av 1991. De vill se hur Brio sköter sig.

- Hayashi-san skulle se Täby Centrum, han skulle se småhandlare. Han ville se alla kategorier av butiker och kontrollera alla siffror. Om det är något jag lärde mig av honom så är det arbetsmoral, vilken detaljkoll han hade, säger Stefan Lampinen och fortsätter: - Hayashi var så smart, han lyssnade och var ödmjuk. Man ville jobba arstet av sig för honom. Anton var mer koordinerande mellan den västerländska och japanska kulturen och skulle vara lite pushig på en del grejer.

Hayashi och Bruehl besöker Sverige flera gånger under de första åren. Oftast flyger de till Malmö och åker hyrbil upp till Osby.

- De åkte genom regn och på skogsvägar upp till Brio, det måste ha känts exotiskt för dem. De sov på Hotell C4 i Kristianstad, vi vågade inte lägga dem i Osby. Sedan brukade vi och Brios VD Bengt Ivarsson äta middag med dem på Tallbacken i Vittsjö. Att de avsätter så mycket tid och ger en sådan respekt för en så liten marknad som Sverige är imponerande, redan på den tiden visste vi mycket väl att England, Frankrike och Tyskland var större. Ändå så valde de att besöka Brio ofta, säger Lampinen.

Första kvartalet och våren 1991 inleds starkt med en uppsjö spel. Phantasy Star 2 släpps i början av januari som älskas av den brittiska tidningen SEGA Power som ger spelet betyget 94/100. Spel som Strider från Capcom och Castle of Illusion med Musse Pigg gör att folk får upp ögonen för Mega Drive.

- Ganska snabbt kom Moonwalker med Michael Jackson och sedan Disney-spelen Castle of Illusion, Fantasia och Donald Duck Quackshot. Alla dessa spel sålde runt 15 000-20 000 exemplar vardera, berättar Roger Jönsson.

Moonwalker får ett extra uppsving i slutet av året när Michael Jackson släpper albumet Dangerous lagom till julen 1991. Spelet återaktiveras med reklam på TV3. Annars är det snarare det totala antalet spel, snarare än specifika titlar, som tidigt blir en nyckel i marknadsföringen av Mega Drive.

- Mängden byggdes på snabbt och var ett viktigt budskap under första året. För att visa det byggde vi en stapel med alla spel som vi fotograferade och använde i annonser i serietidningar. Först hade stapeln 30 spel, sedan 60 och i den tredje varianten var vi över 80.

Dessutom sänks priset på konsolen i maj till 1695 kronor, vilket också hjälper att öka försäljningstakten ytterligare.

Brio lyckas dessutom få bra uppmärksamhet i media. Förutom de mer renodlade spel- och datortidningarna så utnyttjar Brio sitt befintliga kontaktnät inom media.

- Kvällstidningarna var viktiga, på den tiden hade de spelrecensenter på brädspelssidan som till exempel Lasse Råde på Kvällsposten. Det var via den vägen vi kom in på större dagstidningar och kvällstidningar, eftersom vi hade relationen så föreslog vi att de även kunde skriva om tv-spel, förklarar Roger Jönsson.

I Storbritannien är det fortsatt Virgin som distribuerar SEGA och introducerar Mega Drive.

Bolagen är väldigt tätt sammankopplade vilket märks i de första annonserna för Mega Drive där det står "SEGA from Virgin" som avsändare. Intresset är stort i Storbritannien tack vare framgångarna med Master System.

- Storbritannien blev ett starkt SEGA-fäste och knockade till Nintendo rejält. Vi samarbetade mycket med engelsmännen från Virgin på den tiden och utbytte kunskaper. De hade bättre förståelse för vårt europeiska tänk, berättar Anders Hallberg.

Inför lanseringen av Mega Drive har Virgin beställt 20 000 enheter, vilket visar sig inte komma att räcka till lanseringen. Butikernas förhandsbokningar överträffar förväntningarna och man ökar ordern till 30 000. Intresset fortsätter att växa, i synnerhet efter visningen av Mega Drive på CES-mässan vid Earl's Court i London i september. Virgin ber SEGA att trappa upp tillverkningen och beställer ytterligare 10 000 konsoler.

Julhandeln går bra i Storbritannien, slutsiffran för 1990 landar på 60 000 sålda Mega Drive. Trotjänaren Master System fortsätter att vara populär och når upp till 150 000 sålda konsoler, vilket för upp det totala antalet till 360 000 i Storbritannien enligt Virgin. Det innebär att nästan 40 procent av alla 918 000 Master System i Europa har sålts i just Storbritannien. Framför allt är det ett styrkebesked i jämförelse med Nintendo som säljer 80 000 NES under samma år i Storbritannien. I övriga Europa är dock NES starkare och SEGA kan inte matcha den totala europeiska NES-försäljningen under 1990 på 650 000 enheter.





**KALLE ANKA-SPELET
QUACKSHOT SLÄPPS DEN
13 FEBRUARI!**

MOONWALKER!

SEGA Official Software News
Nr 1 - 1991

Michael Jackson and SEGA proudly presents MOONWALKER!

Nu är det dags att presentera ett av de häftigaste spel du kan få till din Mega Drive! Michael Jacksons **MOONWALKER!**

Men inte nog med det! Denna gång presenterar vi också Mega Drive-spelen Basketball och Sword of Vermilion. Dessutom gör Musse Pigg TV-spelsdebut i nya Master System-spelet Mickey Mouse!



MOONWALKER
Världen är i fara! Elakungen Mr Big har kidnappat världens alla barn och bara Michael Jackson (d v s Moonwalker) kan rädda dem... fast han behöver *din* hjälp!
Eftersom ljudningen innehåller Michael Jackson-hits som Beat It och Bad blir spelet också en hörvård upplevelse!

Som Officiell SEGA-spelare kan du också dra nytta av vad Dår får du svar på alla frågor som gäller våra maskiner och 19.30. Här du någon frägnis som har ett SEGA-spel, men spelare? Be då din kompis att skicka uppgifter om så ska vi ordna registret.
Adresserna till SEGA, Stockholm

MICKEY MOUSE
Mimmi är i knip
av häxan Mizra
Drömmarnas
slott. Bara
Musse Pigg
kan rädda
henne - men
först måste
han ta sig
igenom slott-
et och hitta
regnbågens
sju juveler!

SWORD OF VERMILION
För 18 år sedan dödade den onde kung Tjall Excalabrias kung Erik kunde ingenting göra men såg till att hans lille son kom i säkerhet. Nu återvänder kungasonen för att kämpa mot kung Tsarkon!

BASKETBALL
Är du redo att må stora (och långa) basketbollspottar kan du verkligen uppleva spänningen, de snabba brytningarna, dunkarna och det intensiva spelet hemma framför TV:n!



för att skicka uppgifter om namn, adress
 så ska vi ordna registreringen!
 Adressen är: SECA, Elm-Mix, 262 00 Ockelbo

SEGA MEGA DRIVE

-16 bitar bättre.

Tack vare 16 bits kapacitet ökar vinsten 8 till 16 Mega Drive erbjuder en färgrikhet som egentligen spelat bort sig i andra spel.

Men Mega Drive är inte bara ett spel, det är en värld.

Tack vare 16 bits kapacitet (mot vanliga 8 bit) kan Mega Drive erbjuda en färggrafik som inget annat spel kan matcha. Men Mega Drive är också ett spel som det är värt att lyssna till: 10 kanalers stereoljud ger maskinen en enastående ljudkvalitet. Mega Drive är ett unikt videospel



SEGA Marknadsförs av PlayMix, 283 00 Osby.
Spelen till Mega Drive är minst lika avancerade
– och det kommer ständigt nya. Redan nu finns följande:
Altered Beast (följer med maskinen), Super Thunder Blade,
Thunder Force II, Ghouls'n Ghosts, Zoom, Alex Kidd Enchan-
tadimension, Space Harrier, Altered Beast 2000, Fantasy Bikkies.

**MASTER8^{BIT}
SYSTEM**

NEWS
LETTER

INFORMATION TILL HANDELN. NR 20, NOVEMBER 1991.



SEGA på TV 3!

Nu kör årets TV-reklam för SEGA igång på allvar... Från den 20 november och nästan ända fram till jul kan du i stort sett dagligen se SEGA Mega Drive, presenterad av

*Michael Jackson på TV 3.
(Jo... vi vet att Michael Jackson just släppt en
ny LP och en ny video...).*

Vill du dra full nytta av TV-reklamen finns
förstås bara ett säkert recept:
**Satsa på en stark skyltning och lyft fram
produkterna. Julens TV-snel heter SEGA!**

**Behöver du fylla på förråden?
Beställ på telefon 0479-192 37,
192 98 eller på telefax 0479-193 22.**

SEGA, Marknadsförs av RizeMix, 283 00 Oskv. Telefon 0479-190 00

SEGA NEWS LETTER

INFORMATION TILL HANDELN. NR 7, APRIL 1992.



MEGA DRIVE:
Mario Lemieux Hockey
Ännu en hockeyhögare till Mega'n!
Mario Lemieux Hockey har massor i
du kan bli en världsspelare med en
För 1-2 spelare.
Art.nr 47112-10 Ca. pris 449:-



Art.nr 47111-37 Ca. pris 399



GAME GEAR
Fantasy Zone
Shooting-spel med mycket bra grafik
Spellet har sju långa nivåer
och en shop där du köper
utrustning för att besegra
dina fiender. För 1 spelare
Art.nr 47123-19 Ca. pris 295

★★★★

**Beställ på
telefon
0479-192 37,
192 98
eller på
telefax
0479-192 22**

OBS! Vår påsktävling slutar den 26 april!
Glöm inte att skicka de tävlingsblanketter
du fått in till oss så snart som möjligt.
Adressen är
PlayMix, Box 62, 202 00 Oulujoki.

SEGA. Marknadsförs av PlayMix, 283 00 Osby. Telefon 0479-190 00.

LEVERANS 27/4!

EN BLÅ IGELKOTT TAR SEGA TILL NÄSTA NIVÅ

Spelvärlden har genom åren haft sina karaktärer vars popularitet givit eko i populärkulturen och växt till globala fenomen. Likt framgångsrika sportstjärnor som Wayne Gretzky, Tiger Woods och Maradona, som är kända även för dem som ej följer hockey, golf eller fotboll, så har Pac-Man, Angry Birds och Lara Croft i Tomb Raider blivit kända av gemene man. Ingen i spelvärlden är dock större än Super Mario. Nintendos rödklädda rörmokare har år efter år hållit sig i toppen med spel som tilltalat generation efter generation. Han har fått en långfilm, tecknade serier, varit på flingpaket, motiv för oräkneligt antal t-shirts, ännu fler samlarfigurer och klistermärken. Super Mario är synonymt med tv-spel.

1990 behöver SEGA en ny maskot som kan tilltala en global publik och på allvar tävla med Mario. Trotjänaren Alex Kidd som var frontfigur under Master System-eran ska pensioneras. Alex Kidd är för japansk i stilen han är tecknad på, något som var en nackdel då japansk anime och manga ännu inte slagit igenom i väst. Spelen med Alex Kidd är omoderna plattformsspel som inte hållit samma klass som Super Mario. SEGA behöver något helt nytt, en modern maskot som kan associeras med Mega Drive och som ligger i tiden.

”SEGA behöver en ny maskot som kan tilltala en global publik och på allvar tävla med Mario.”

SEGA vet med andra ord vad de söker på pappret, men har egentligen ingen aning om hur de kreativt ska lyckas få fram det. Därför startar man en intern tävling där personalen ska komma med förslag. Gensvaret blir stort och över 200 tecknade förslag strömmar in från de anställda. SEGAs interna studio AM8 står för flertalet av dessa förslag, bland annat ett bältdjur som senare blir Mighty the Armadillo, en hund, en kanin och pyjamasgubbe som liknar den amerikanska presidenten Theodore Roosevelt, som senare blir antagonisten Dr Robotnik/Eggman. Slutligen fastnar SEGAs ledning för ett förslag från Naota Oshima. Han ritar en supersnabb blå igelkott med röda skor och namnet Mr. Needlemouse som rusar genom loopar och berg- och dalbanor. Namnet Mr. Needlemouse är en direkt översättning av den japanska



benämningen för igelkott som är nålbus. Den blå färgen kommer från SEGAs logo. Skorna inspireras av Michael Jacksons stövlar med spännen i videon för låten Bad. Eftersom stövlarna är svarta, vilket inte gör sig bra i ett animerat tv-spel, plockar Oshima färgen från den mest kända karaktären han kan komma på, nämligen jultomten.

Namnet ändras till Sonic the Hedgehog. Det tros vara inspirerat av en ljudbang som uppstår när man färdas över ljudets hastighet. På engelska heter ljudbang sonic boom. Personligheten hämtas delvis från den amerikanske presidenten Bill Clinton. Sonic har mycket attityd och är otålig jämfört med den lite sävligare jämt leende Super Mario. Trots sin tuffare framtoning så har Sonic en ödmjuk sida och är ärlig, lojal och försvarar de svaga. Oshima tar inspiration från rockstjärnor och vill framställa Sonic som eftertraktad och låter den blå igelkotten spela i ett rockband och ger honom en mänsklig tjej formad efter Madonna som beundrare/flickvän.

Mark Cerny började arbeta med spel redan som 17-åring på Atari 1982 och utvecklade Marble Madness 1984. Kort därefter flyttade han till Japan för att jobba med SEGA och deras spel till Master System. Strax innan SEGA påbörjar arbetet med Sonic så flyttar Cerny till USA för att bygga en amerikansk studio. Han åker dock över på regelbundna besök och Oshima visar upp sina teckningar av Sonic för honom. Cerny tar färgkopior för att visa upp för marknadsavdelningen i USA. Tanken är att amerikanerna ska ge AM8 feedback så Sonic även går hem i väst.

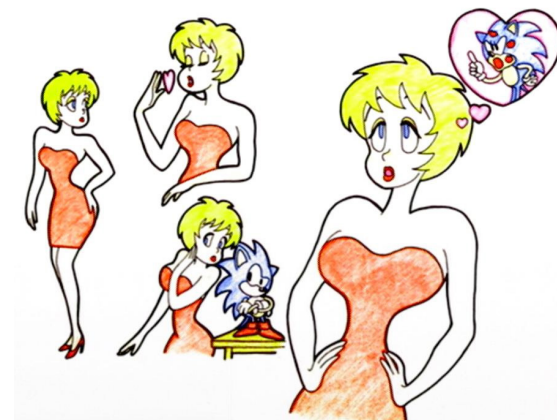
- Det tar lång tid innan SEGA of Americas marknadsgrupp svarar. De tycker att karaktärerna är bortom räddning och en katastrof. Istället försöker de säkra att något liknande inte händer igen genom att ta fram punktlister på vad de ska ta hänsyn till och inte göra. Dessutom vill de anlita en känd amerikansk tecknare som kan illustrera vad som behövs på amerikanska marknaden. Jag tycker själv den tecknaren var helt fel för den japanska marknaden och även för den amerikanska, säger Mark Cerny i en intervju med SEGA-16, men han vill inte avslöja vilken tecknare som man avsåg.

Michael Katz gillar inte Sonic. Han ser krasst på det och tror inte att amerikanska barn och ungdomar kan identifiera sig med en igelkott. Som ett resultat av detta tillsätts en projektgrupp som leds av produktchefen Madeine Schroeder. Hon kallar sig själv för Sonics mamma. Syftet med gruppen är att bygga en plan för att lansera den nya maskoten. Schroeder vill tona ner Sonic och göra honom mer barnvänlig och anpassad för den amerikanska marknaden genom att bland annat ta bort hans vassa tänder, den mänskliga flickvännen och rockbandet. Det blir en kreativ dust mellan USA som vill marknadsanpassa Sonic i väst och Japan som inte vill förändra sin skapelse.

SEGA är övertygade om att Sonic är nyckeln till framgång för Mega Drive och produktionen sätts igång trots delade åsikter om de kreativa detaljerna. De 15 personer som arbetar med spelet på AM8 döps om till Sonic Team. Förutom Naoto Oshima så består kärnan av ytterligare två personer: Hirokazu Yasuhara som designar banorna och programmeraren Yuji Naka. Mest känd i trion är Yuji Naka som föddes 1965 i Osaka. Han var intresserad av digital musik, vilket



Tidiga skisser på Sonic och hans tilltänkta mänskliga flickvän som var inspirerad av Madonna.



ledde in honom på datorer. Naka började testa sig fram och skriva egna spel. Istället för att ansöka till högskola började han söka jobb inom spelbranschen. Namco var inte intresserade av Naka eftersom han saknade en examen, slutligen fick han jobb på SEGA och första spelet blev Girl's Garden till SG-1000 och arbetade senare med Phantasy Star tillsammans med Rieko Kodama och gjorde flertalet arkadkonverteringar innan han blev Mr Sonic.

Schroeders projektgrupp tar fram marknadsföringsmaterial och skickar över till Japan. Sonic Team övertygas inte. Diskussionerna fortlöper och tidsskillnaden gör att en stor del av kommunikationen sker via fax och man missförstår varandra när svaren översätts och tolkas. Det leder till att Schroeder åker över till Japan för att få beslut och ta processen vidare. Yuji Naka står på sig och försvarar Sonic Teams vision mot Schroeders argument. Men eftersom SEGA vill växa i USA så väljer man att gå på den amerikanska linjen. I efterhand har Yuji Naka i en intervju med Gametap medgett att utgången förmodligen var bättre för Sonics framgång på långt sikt.

Utvecklingen fortsätter och Sonic börjar nå sin slutliga form. Förutom att vara supersnabb, till skillnad från långsamma och rultiga Super Mario, så försöker Naka fånga en igelkotts egenskaper. Hans inspiration kommer oväntat från Lemmings, där mängder av små grönhåriga lämlar ramlar ner och ska guidas av spelaren till målet på banan. När Naka såg lämlarna så vill han fånga en djurs egenskap och unika stil, därför ger han Sonic förmågan att rulla ihop sig till en vass boll.

Musiken i Sonic komponeras av Masato Nakamura från bandet Dreams Come True. Det är också via dem som Sonic för första gången presenteras för omvärlden den 7 november 1990, genom att synas på bandets turnébuss och deras affisch för turnén.

Inspelningen av musiken sker på en Atari-dator, vilket enligt Nakamura var en utmaning då antalet kanaler eller ljud som kan spelas upp samtidigt är begränsat. För musiken tillämpas fyra stycken kanaler i Sonic.

- Samtidigt skedde en vändpunkt för musikskapande, nämligen att vi helhjärtat tog till oss idén att använda datorer för att göra musik. Det var perfekt timing för mig att få chansen att göra musiken till Sonic. Konst, underhållning och datorer sammanstrålade och kom till liv och ur detta föddes Sonic, säger Nakamura i en intervju med SEGA.com.

Sonic visas på Consumer Electronics Show i Las Vegas 1990. Alla är ense om att SEGA är på gång och kan på allvar utmana Nintendo. Men ingen anar att den blå igelkotten på allvar kommer att peta ner Mario från tronen. SEGA är självsäkra och känner att de har hittat rätt, de försöker bygga förväntan genom att haussa Sonic.

- Vår plan är väldigt, väldigt enkel. Vi har de hetaste spelen. Vi visar Sonic the Hedgehog som är mässans bästa spel, säger Al Nilsen, marknadschef på SEGA of America, i en intervju med det amerikanska tv-programmet Entertainment Tonight.

”Vi visste att detta var spelet som skulle vända det till SEGAs fördel, men vi anade inte att intresset skulle vara så stort och så omedelbart.”

Efter 14 månader i utveckling är spelet äntligen klart och den 23 juni 1991 släpps Sonic the Hedgehog och SEGA får sin maskot som lyckas lyfta Mega Drive till en helt ny nivå. I Sverige släpps den blå igelkotten lös den 22 augusti, en vecka före Nintendos flaggskepp Super Mario Bros 3. Trots att det senaste Super Mario får en svensk rekordförsäljning med över 200 000 exemplar så är det en tydlig markering om ett pågående maktskifte. Medan den yngre målgruppen med barn fortsatt spelar Super Mario så attraheras tonåringar och mognare spelare av den tuffare igelkotten.

- Vi hade fått bra fäste först med arkadspelen och sedan med sportspelen. Med Sonic fick vi något som inte fanns innan. Sonic var häftig och cool, det var inte bara 8-9-åringar som gillade honom. Det var snabbheten och attityden. Jag personligen älskade Mario ändå, men just då var det verkligen Mario kontra Sonic och Mario upplevdes inte som cool, säger Roger Jönsson.

Premiären av Sonic backas upp av annonsering i Expressen och Aftonbladet. Alla som köper spelet under första veckan får en Sonic-tröja.

- Vi visste att detta var spelet som skulle vända det till SEGAs fördel, men vi anade inte att intresset skulle vara så stort och så omedelbart. Det stod klart att tröjorna inte skulle räcka till och vi fick snabbt lägga in en extra order, berättar Stefan Lampinen.

Medan tidigare hyllvältare sålt 15 000 exemplar så går försäljningen av Sonic i samma snabb takt som den blå igelkotten springer och närmare 40 000 exemplar säljs av det första spelet i Sverige. Sonic används också flitigt i Brios marknadsföring av Mega Drive genom bland annat citat från Sonic i annonser och trottoarpratare för butiker.



Björn Skifs stiftar bektantskap med Sonic.



Stefan och Roger med delegation träffar Sonic.



Några exempel på utomhus- och tunnelbane-reklamen med Sonic runtom i Sverige.



SEGA Official Software News Nr 4 - 1991



VROO!

Ingen slår SONIC!



SONIC
THE HEDGEHOG
16-BIT CARTRIDGE



MEGA DRIVE



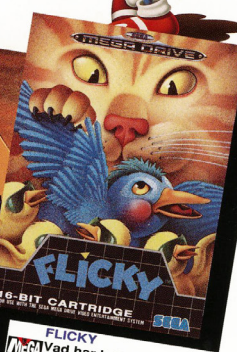
SONIC
THE HEDGEHOG
16-BIT CARTRIDGE



ALIEN STORM
16-BIT CARTRIDGE



FAERY TALE
ADVENTURE
16-BIT CARTRIDGE



FLICKY
16-BIT CARTRIDGE



SPEED BALL
16-BIT CARTRIDGE



SONIC
THE HEDGEHOG
16-BIT CARTRIDGE

ALIEN STORM
Utomjordiska varelser tar över din stad... Se till att grilla dem! **ALIEN STORM** är ett verkligt **tungt** actionspel. Varje spelnivå har tre speltyper: Action, shooting, running! Och du kan välja mellan tre olika spelfigurer. För 1-2 spelare och andlös spänning!

FAERY TALE ADVENTURE
Ett äventyrsspel med 8 spännande nivåer – som i sin tur alla för att vara med om den slutliga uppgörelsen... **Gastkranden!** Spelet kommer från Electronic Arts, är på 4M och har lösenord...

FLICKY
Vad har katter och odlor gemensamt? Tja, t ex att de gärna kårar käckling! Den vänliga fågeln **FLICKY** har åtagit sig att rädda käcklingarna! **FLICKY** är ett spel mest för de som är lite yngre.

SPEED BALL
Här är framtidens supersport! På med rustningen och ge dig in i falten med bollar och banditer! Tackla och spring på! **SPEED BALL** kommer från Mirrorsoft och är för 1-2 spelare.

Samtliga spel som visas här, finns i din butik!!

SENASTE SEGA-NYTT - RING 020-74 40 41!

Som Officiell SEGA-spelare kan du också dra nytta av vår speciella spelservice på SEGA Hot Line! Där får du svar på alla frågor som gäller våra maskiner och spel.

Ring 08-600 51 71, måndag – torsdag 17.30-19.30. Har du någon kompis som

SEGA

som har ett SEGA-spel, men som inte fått erbjudande om att bli en Officiell spelare? Be då din kompis att skicka uppgifter om namn, adress och födelsedata till oss, så ska vi ordna registreringen! Adressen är SEGA, PlayMix, 283 00 OSBY.

44

45

- När vi annonserade i tunnelbanan i Stockholm så tryckte vi upp dubbel upplaga av pappskyltarna med Sonic för vi ville att folk skulle stjäla dem och sätta upp dem hemma.

I USA exploderar försäljningen av Genesis tack vare Sonic. Det kulminerar vid julhandeln 1991 och enligt NPD som mäter försäljningsstatistik i USA så har SEGA med 1,6 miljoner sålda Genesis en marknadsandel på 55% mot Nintendos 45% inom 16-bitarssegmentet.

SEGA använder också Sonic som en ambassadör för bolaget. För att framhäva Sonics fart och nå ut till en bred målgrupp så väljer SEGA att sponsra Williams-Renault i Formel 1 säsongen 1993. Sonics handskar och röda skor är målade på bilen och det ser ut som om det är Sonics ben som trycker på pedalerna. Förarna Damon Hill och Alain Prost har Sonics leende på sina hjälmar. Det skapar heta känslor hos konkurrenterna. Varenda gång McLaren vinner ett lopp målar de på sin bil en tecknad svart igelkott med snurriga ögon och ett rött hjulspår över sig. Men skrattar bäst som skrattar sist, Williams-stallet vinner Grand Prix och Prost tar flest poäng av förarna under säsongen. SEGA sponsrar även ett helt lopp, Donington Park i Storbritannien. Förutom Sonic-ballonger, SEGA-skyltar och folk i Sonic-kostymer så får vinnaren en Sonic-staty i guld.

”SEGA är övertygade om att Sonic är nyckeln till framgång för Mega Drive.”

Hemma i Norden så sponsrar Brio den finska dragracingföraren Anita Mäkelä med SEGA-logotype och Sonic på hennes bil. Det skapar genast en vänskaplig rivalitet med Tony Dönges vars vrålåk pryds av Nintendo-loggor. Dönges driver leksaksbutiken Toys Leksaker & Hobby i Frölunda när han inte befinner sig i sin dragracer. När de möts i tävlingar hakar media på och det skrivs flitigt om dem i motorsportstidningar. Likt SEGA som kört om Nintendo i spelvärlden, så drar Anita ofta det längsta strået i duellerna och får snabbast tid.

- Det var kul att köra mot Nintendo. Det skapade ett stort intresse bland folk. Vi var dessutom de snabbaste teamen, berättar Anita Mäkelä.

I Japan sponsrar man fotbollslaget JEF United. Det är Sonics snabbhet som associeras med att lagets spelare är nästan lika snabba.

Sonic the Hedgehog blir en omedelbar kommersiell succé och förändrar spelvärlden för evigt. 2014 passerar försäljningen över 140 miljoner spel i serien. Så sent som 2008 i samband med London Games Festival gjordes en undersökning om vilken spelkaraktär som är populärast. Sonic vann med 24 procent framför Mario på andra plats och Lara Croft på tredje plats.



Ovan går Stefan Lampinen in för en närmare inspektion av F1-bilen. Nedan syns Anders Hallberg och Brio-delegation på banan med Sonic och till höger Alain Prost som vann loppet vid Donington Park.

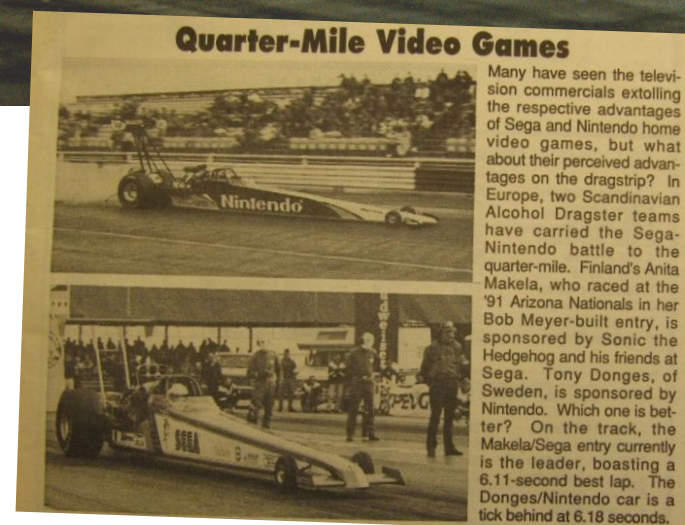




Fler fotografier från F1-loppet på Donington Park.



Anita Mäkelä i sin SEGA-sponsrade bil. Till höger ett facsimile från Dragracing News.





Sonic The Hedgehog

Nu över till Spelet med stort S. När man recenserar spel kan man i-bland bli en smula blåst. Man tittar på ett spel och säger; "jaha ett nytt skjuta ned" eller "ett nytt sidscroll-lande". Det skall mycket till för att man skall lyfta på ögonbrynen. I fallet "Sonic" hamnade de någonsans vid nackmuskeln ungefär. Sega själva vill gärna berömma sig med att ha skapat "Världens bästa arkadspel" med det här och även om detta är en överdrift så ligger den inte långt från sanningen.

I "Sonic" har man lyckats att förnya sidscroll-spelen på ett sätt som jag inte trodde var möjligt. Lite påminner spelet om Gods (när får vi föresten se det på Megan?) men det är ungefär 20 ggr snabbare. Den lilla eitriga igelkotten swochar omkring på skärmen med en hastighet som man inte trodde var möjlig.

Spelet är i sig ett argument att skaffa Megadriven och jag vet att ex US Gold har varit ute efter



Sonic the Hedgehog - en höjdare!

att få tillverka datorversionen. De har ju rättigheterna till övriga Sega-spel - utom Sonic The Hedgehog. Och jag förstår Sega. Har man ett sådant här spel så skall man hålla på det. Spelet går ut på att hoppa, rulla, skutta, studsas runt ett antal nivåer för att befria vänner och samla ringar. Egentligen behövs inte bakgrundshistorien. Det är bara att köra på. Läckert!

100%



Sonic blir 1993 första spelfiguren i Macys årliga ballongparad i NY.

Sonic mottog strålande recensioner när det släpptes, som ovan toppbetyget 100% av Svenska Hemdatortnytt.

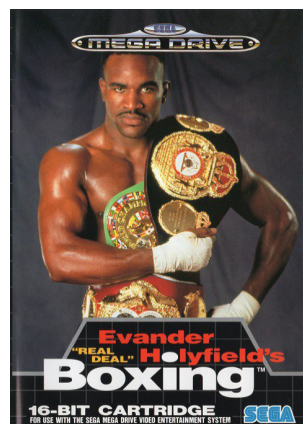
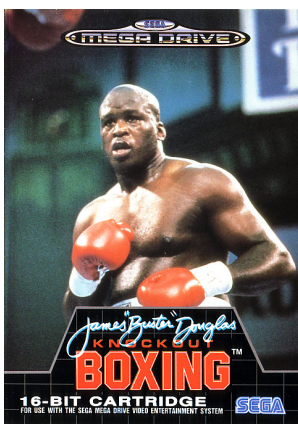
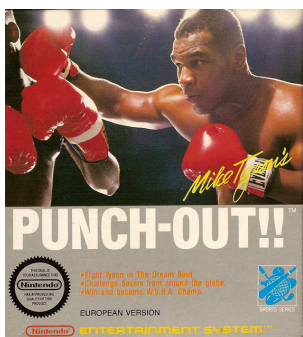
FÖRSTA SONIC FORTSÄTTER ATT SPRINGA IN PÅ NYA FORMAT

Det ursprungliga Sonic har efter sin premiär på Mega Drive 1991 släppts i närmare 30 olika versioner. Förutom samlingar som Sonic Jam till Saturn och Sonic Mega Collection till PS3, Gamecube och Xbox, så har det som enskilt spel släppts till bland annat mobiltelefon på J2ME (2005), Game Boy Advance (2006), i två versioner till iOS (2007 och 2013), för digital nedladdning på Wii (2006), Xbox 360 (2007) och PS3 (2011) samt i 3D-version i Sega Classics-serien till 3DS (2013). Sonic the Hedgehog har sålt 15 miljoner exemplar på Mega Drive, flertalet av dem medföljde konsolen. En imponerande siffra, men blygsamt jämfört med de 40 miljoner Super Mario Bros som såldes på NES.





Boxaren Evander Holyfield och Tom Kalinske i SEGAs monter på CES. Holyfield fick sitt eget spel 1992. Han besegrade James "Buster" Douglas för att få tungviktsbältet. Douglas hade tidigare figureerat i eget spel på Mega Drive och vunnit bältet från Mike Tyson, som i sin tur var känd från Punch Out på NES.



NYTT LEDARSKAP I USA OCH SPORTSPEL I SVERIGE

Trots att Sonic the Hedgehog blir en stor framgång för SEGA och lägger en grund för många år framöver så räcker det inte på kort sikt. Innan Sonic lanseras har Hayao Nakayama bestämt sig för att byta ledarskap. När den hårde japanens mål på en miljon sålda Mega Drive inte uppnås och SEGA lyckas halvvägs till 500 000 i Nordamerika så måste någon ställas till svar. Trots att Nintendo börjar vackla och ser sin marknadsandel sjunka från 90 till 70 procent så är det inte tillräckligt. Det blir Michael Katz som får ta fallet. Katzs strategi med sportspel och ändring av marknadsföringen var början på framgången som skulle komma. Det sägs också att aggressiva Nakayama inte gillar Katz, utan vill ha en tydligare ledare med utstrålning som kan förmedla en vision.

- Jag lärde mig aldrig att säga Hyakumandai och jag antar att de [Nakayama och SEGAs ledning] inte var intresserade av att höra sanningen, säger Katz i en intervju med SEGA-16.

In träder Tom Kalinske. SEGA hade träffat honom redan 1984 när Gulf+Western ville sälja SEGA vilket fick Nakayama och Rosen att leta efter nya potentiella ägare. Kalinske arbetar inom leksaksbranschen på Mattel och beskrivs som en självsäker herre med stark personlighet som inte ryggar tillbaka från en konflikt. Hans erfarenhet från spelbranschen kommer från Mattels Intellivision. Men det är knappast därför han var omtalad. Kalinskes status höjdes till skyarna när han omformade strategin kring Barbie, vars segment inom Mattel gick från en årlig omsättning på 42 miljoner dollar till att överstiga en miljard dollar. Det är denna typ av person som med en vision analytiskt kan rikta marknadsföringen rätt och uppnå de mål som SEGA siktar på.

- Jag var på semester i Hawaii. En man ställde sig i vägen för solen och kastade en skugga över mig. Jag tittade upp och såg att det var Hayao Nakayama. Han undrade vad jag gjorde där och jag svarade att jag försöker skaffa en solbränna och sa att han var i vägen, säger Kalinske.

Nakayama vill att Kalinske följer med honom till Japan. I Japan får Kalinske se vad som kommer att bli Game Gear. Kalinske märker att SEGA har formidabla produkter och tror att de har en chans mot Nintendo. Kalinske ansluter sig hösten 1990 och blir chef för SEGA of America.

Inledningsvis är han försiktig och observerar mest organisationen, vilket får många att undra om han egentligen är den ledare som de behöver. Efter de första månaderna börjar han agera.

Hans första åsikt är att Genesis kostar för mycket, 189 dollar är en konsol för rikemansbarn, Kalinske vill se en prislapp på 149 dollar. Han vill också spetsa till deras marknadsföring. Arkad i hemmet är för snäv och han tycker Genesis ska definieras som en egen upplevelse. Det medföljande spelet Altered Beast tycker Kalinske låter som djävulsdyrkan och är dessutom ett ganska medelmåttigt arkadspel, så han planerar att byta ut det i basenhetspaketet mot Sonic när det släpps.

Kalinske vill också fortsätta på samma linje som Katz etablerade med Genesis does what Nintendo'n't, fast ännu mer aggressivt. Nintendo ska förlöjligas och NES framställas som en underlägsen konkurrent till Genesis. Samtidigt ska SEGA vara "in your face" och mer attityd.

Nintendo har skrämt konkurrenterna och de andra förlagen som ger ut spel vågar bara släppa spel till NES. För att bryta det mönstret och få förlag att utveckla spel till Genesis gäller det att skapa en efterfrågan, det skapas genom att konsumentens beteende förändras. Kalinskes strategi med att göra SEGA mer coolt och Nintendo löjligt är alltså även ett sätt att få fler förlag med sig. Något som är kritiskt för framgång i Nordamerika, annars blir det primärt SEGA själva som får stå för alla spel, vilket inte är tillräckligt. Kalinske menar dessutom att förutom få fler oberoende förlag att ge ut spel på Genesis borde så SEGA även satsa på att utveckla egna spel i Nordamerika, anpassade för en västerländsk marknad.

Med sina intryck och planer åker han över till SEGA i Japan för att presentera sin strategi. När Kalinske presenterar sin plan får han mothugg. SEGAs ledning är inte lika pigg på att sänka priset och tycker det är dumt att ge bort deras största spel med konsolen. Marginalen på konsolen var redan pressad och om man skänker bort sin största titel i form av Sonic med konsolen ger man även upp ett spel som är tänkt att inbringa stora vinster. På ett framgångsrikt spel som SEGA utvecklar själv kan bruttointäkten efter tillverkning och distribution vara upp till 70 procent. De anser också att det är dumt att expandera med spelutveckling i USA eftersom det innebär en stor risk med nyrekrytering av personal eller kostsamma avtal med oberoende utvecklare.

Om det inte vore för Nakayamas tilltro till sin handplockade jänkare skulle nog Kalinske inte enbart få lämna mötesrummet, utan även sitt jobb på SEGA.

- De pratade på japanska och jag förstod ingenting, berättar Kalinske i en intervju med SEGA-16. Efter två timmar sa Nakayama till mig att ingen i rummet håller med mig och jag tänkte: det blev en kort karriär, jag får nog försöka hitta ett nytt jobb. Men Nakayama fortsatte och sa att de anställde mig för att förändra situationen så jag får göra som jag vill och får backing för det.

Shinobu Toyoda, chef för licenser på SEGA, beskriver det ännu mer dramatiskt.

- Nakayama skällde ut Kalinske, ställde sig upp och sparkade ner sin stol och började gå mot dörren, där han vänder sig om och säger: om du tror att du kan slå Nintendo så gör det.

Med mandatet från SEGAs styrelse i ryggen sätter Kalinske sina planer i verk. Den unga re-

klambyrån Goodby, Berlin and Silverstein tar över kontot för SEGA. Det resulterar i att SEGA lanserar "Welcome to the next level" och SEGA-skriket med excentriska reklamfilmer. En lite mer fräck attityd som går hem på de amerikanska skolgårdarna. Med vad som beskrivs som en "coolhetsfaktor" utvidgas även målgruppen 10-14 år till 10-27 år. För att enkelt förklara att Genesis är snabbare och kraftfullare introduceras termen blast processing. Det var en ren reklamterm för att beskriva Genesis som det enda systemet för actionspelsälskare. En annan viktig del blir allianser med företag som Coca Cola, 7-Eleven och MTV, vilket gör att SEGA får mycket exponering mot den bredare målgruppen och blir en del av den amerikanska populärkulturen.

Priset på Genesis sänks enligt Kalinskes plan till 149 dollar och Altered Beast byts ut mot Sonic. Det ger SEGA en ny skjuts och positioneringen är väldigt aggressiv i jämförelse med Super Nintendo som ska lanseras till 199 dollar med Super Mario World i slutet av augusti 1991. Medan Nintendo skryter om att konsolen kan visa fler färger på skärmen och Mario är populärare än någonsin efter Super Mario Bros 3 på NES, så ligger Super Mario World väldigt nära sina 8-bitarsrötter, vilket får Sonic att framstå som en ny fräsch upplevelse som dessutom är 50 dollar billigare för en familj att köpa i paket med basenhet än Nintendos alternativ. Nakayamas Hyakumandai-gapande känns inte längre avlägset. Inom ett år efter det dramatiska mötet i Japan har SEGA of America sålt en miljon Genesis.

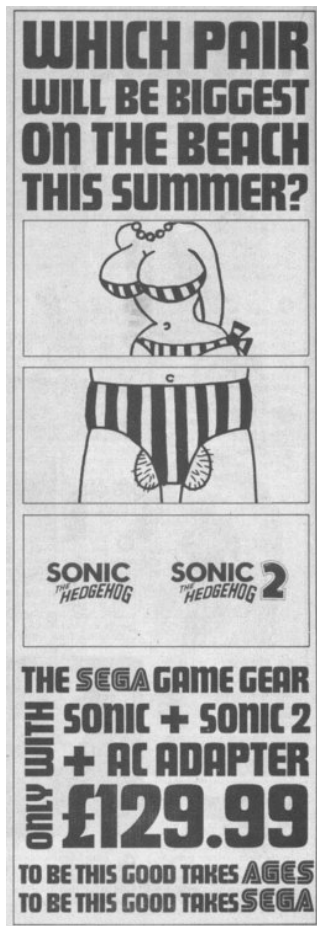
Men trots att SEGA har vind i seglet är det fortfarande svårt att få stora återförsäljare som Walmart och Target att sälja Genesis. För att övertyga Walmart angrips Bentonville i Arkansas där Walmart har sitt huvudkontor. SEGA hyr en butiklokal i köpcentret i närheten av Walmarts kontor och proppar den full av demomaskiner. De köper så många utomhustavlor för reklam som möjligt, går på hårt med radioreklam på lokalstationerna, köper arenareklam där det lokala collegelaget i amerikansk fotboll spelar. Allt för att skapa ett intryck av att SEGA är den största aktören på spelmarknaden. Till sist ger Walmart med sig och inköpschefen Doug McMillan ringer upp SEGA och säger att de ska köpa in Genesis.

Det blir en dominoeffekt och i takt med att fler återförsäljare tar in konsolen i kombination med marknadsföringen börjar även intresset för spelutgivare att öka. Licensansvariga Shinobu Toyoda gör ett hästjobb med att åka runt i världen och få spelutgivare att skriva på avtal och börja ge ut sina spel på Mega Drive. I Europa är det enklare eftersom SEGA redan befäst en position primärt i Storbritannien och Frankrike, och dessutom har konsolen stora likheter med hårdvaran i Commodores populära hemdator Amiga. Det gör konverteringar av befintliga Amiga-spel till Mega Drive till en relativt enkel process och likheten betyder även att en stor skara betydelsefulla utvecklare redan är bekanta med tekniken i Mega Drive och förstår hur den fungerar.

SEGA använder också en ödmjukare attityd än Nintendo i Europa. Även om Nintendo var överlägsna på 8-bitarsgeneration, så har Master System klarat sig bättre i Europa än vad konsolen gjorde i Nordamerika, vilket innebär att SEGA har en större skara fans i flera europeiska

länder. Istället för att gå i direkt kliché med Nintendo så anspelas marknadsföringen på SEGAs anrika historia genom sloganen "To be this good takes AGES, to be this good takes SEGA" som tas fram av byrån WCRS. Ages skrevs med samma typsnitt som SEGAs logotype använder och uppmärksamma personer noterar säkerligen att ages baklänges blir SEGA. Senare intar SEGA även lite tuffare attityd i Europa med devisen "Beat us. If you can..".

- Spelboomen var ett globalt fenomen. Det skiljde sig inte så mycket mellan olika europeiska länder. Det enda undantaget var Tyskland med sina strikta lagar för att skydda barn för våldsamt innehåll, vilket betydde att några av våra mest populära spel blev förbjudna, säger Nick Alexander, VD för SEGA Europe. Tyskland var det enda territoriet där vi inte var marknadsledare. Nintendos image som familjevänligt tilltalade landet.



I Storbritannien anpassas annonserna efter media och publik, därför kunde man se lite "fräckare" eller som vissa anser osmakligare annonser i de brittiska kvällstidningarna.

Det reflekteras i marknadsandelarna hösten 1992. Enligt SEGA så leder de i Storbritannien, lika i Frankrike och till Nintendos fördel i Tyskland.

- Att Nintendo dessutom förändrade sitt försäljnings- och marknadsteam flera gånger och framförallt i Storbritannien är jag säker på var till en fördel för oss.

Likt SEGA of America så kämpar Brio också med att öka antalet återförsäljare i Sverige. När tillgången på konsoler blir bättre så kan Brio börja utöka distributionen. Leksakshandeln dominerar försäljningen genom att stå för 55% av alla sålda Master System i Sverige, men på Mega Drive är deras andel nere på 40%. Övrig försäljning är jämt fördelad mellan stormarknader, radio- och tv-handlare samt spel- och datorbutiker.

- Gamers högg direkt. Vi visste att det fanns stort intresse, så vi planerade att bredda distributionen först år två och tre. Medan Brios säljare tog leksakshandlarna så tog Stefan hand om mycket av andra kanaler och kedjor, säger Roger Jönsson.

Förutom leksakshandeln samt renodlade spel- och databutiker så är B&W med sina 10 stormarknader tidigt ute med Mega Drive. KF som senare köper upp B&W, tar in Mega Drive i sina 32 Obs-varuhus under 1992.

Totalt säljs Mega Drive i 450 butiker i Sverige, det är fortfarande långt under antalet butiker som säljer Nintendo. För att kunna växa och gå om Nintendo i marknadsandel måste Brio utöka antalet butiker som saluför SEGA i sitt sortiment.

- Vi gjorde en totalruta och tittade på hur många invånare varje stad hade och uppskattade hur stora Nintendo var respektive vilka butiker som sålde Nintendo. Vi försökte hitta återförsäljare i respektive ort som kunde bli förstasäljare på SEGA. Vi gick inte alltid in där Bergsala var fantastiskt starka, utan satsade på att hitta nya butiker. Var Nintendo stora i en butik så gick vi hellre först till en konkurrent på samma ort. Det var viktigt att få hållplatser och få butikerna att verkligen satsa, säger Jönsson.

- Det fanns ett antal nyckelhandlare som sålde väldigt mycket Mega Drive. Bröderna Dönge's butik Toys Leksaker vid Frölundatorg sålde som tusan, Lekbiten i Umeå och Leksakscity i Malmö där Thomas Jakobsson jobbade var också fenomenala. Vi fick en tät bonding med dem och många av dem ville supporta en underdog, förklarar Stefan Lampinen.

Det finns undantag i flaggskeppsbutiker som har hög trafik och som många andra branschaktörer eller konkurrenter tittar på som ledstjärnor. Trots att de säljer mycket Nintendo så anser Brio att det är viktigt att även finnas där med SEGA som en strategisk position. Lampinen har som rutin att varje fredag besöka just sådana typer av butiker.

- Stefan var fantastisk på att bygga relationer, lobba och hitta ingångar, säger Roger. Vissa butiker ville vi verkligen in på, som Stor & Liten [köps senare upp av BR Leksaker] i Gallerian, Stockholm. Vi gjorde aktiv marknadsföring på nyckelpersoner för att de skulle få upp ögonen och se storheten i Mega Drive. Lampinen snackade med dem bakom disk, hade med sig nya spel eller t-shirts åt dem. Det var hans mission att hela tiden besöka nyckelbutiker och försöka

- Det gick inte på alla stora kedjor som KF och Åhléns som hade vissa bestämmelser och liknande som ej var förenligt med säljtävlingar, förklarar Roger Jönsson.

Totalt får närmare 25 återförsäljare följa med Lampinen och tre säljare från Brio på USA-resan. Lampinen och Roger väljer de säljare som de visste skulle palla med resan: Jonas Berglin med ansvar för västra Sverige, Nicklas Blomqvist från fältsälj och Per-Ola Nilsson som är telefonsäljare. Medan Lampinen får agera reseledare och försöka hålla ihop gänget så stannar Roger Jönsson hemma för att sköta affärerna.

- Det var en häftig resa, vi åkte till västkusten och träffade SEGA of America och gjorde ett besök på Electronic Arts, minns Lampinen. Men på EA hade de missat att vår delegation skulle komma så de fick snabbt sy ihop ett paket så det stod härliga till. Vi kollade också på NHL-hockey, det var en väldigt social resa som stärkte våra relationer med återförsäljarna.

Förutom att titta på EAs line-up med sportspel får delegationen se Road Rash 3 under utveckling. På SEGA of America visar de upp Jurassic Park för de svenska besökarna. De stilar med digitaliserade dinosaurier som roterar på skärmarna. Hos SEGA är restriktionerna höga, ingen får fotografera inuti studio där Jurassic Park utvecklas. Mindre restriktioner var det på stoppen i diverse vattenhål.

- Nu är resan preskriberad, så nu får man väl berätta att bar efter bar tömdes på vägen, skratrar Roger. Det fanns bara champagne kvar efter delegationen varit där. Allt hände som man kunde tänka sig när man skickar iväg ett 20-tal glada återförsäljare där allt var betalt. Jag fick höra många historier efteråt, behöver inte nämna några namn, men alla var inte i skick att se NHL-matchen. Det var en resa som var ett minne för livet för de som åkte med.

Med god täckning i butiksledet så inleds en strategisk satsning på sportspel.

- Vi tittade på vad Nintendo inte hade och de hade inget på sport. Istället för att attackera Nintendo, så belyste vi det som var bra med SEGA, vilket blev perfekt med sportspelen. Överlag hade vi inte konflikter med Nintendo, utan hade en bra relation med Owe Bergsten (VD för



Foton från den beryktade USA-resan, de enda vi hittade som var barnsäkra nog att publicera.

VÄLKOMMEN TILL USA!



SÄLJ, TÄVLA OCH VINN! SEGA

Tävlingen med den berömda USA-resan frontades av en vig japan som senare återkom i andra sammanhang som en sommarhälsning där han fick en fräsig gulkavaj.



Bergsala som distribuerar Nintendo), han var skämtsam och ödmjuk med glimten i ögat, säger Lampinen.

Brio samlar de olika sportspelen till Mega Drive i annonser och affischer som skickas ut till butikerna.

- Vi myntade begreppet SEGA Sports innan jänkarna använde det som ett eget varumärke och detta var innan Electronic Arts rullade ut EA Sports i Europa. Eftersom vår målgrupp var killar 15 år och äldre fungerade det bra med sportspel, säger Roger Jönsson.

SEGAs egna sportspel Arnold Palmer Tournament Golf, World Cup Italia 90, Super Real Basketball och Mario Lemieux Hockey som finns ute överträffar vad som finns på andra format, men kvalitén är varierande och överlag inte tillräckligt hög för att verkligen tilltala hela den potentiella köpskaran. Som en skänk från ovan kommer EA Hockey, vilket passar perfekt för Brio som försöker bygga hårt på sportbenet. Medan Electronic Arts lanserar spelet som NHL Hockey till Genesis i USA så väljer de att byta ut den nordamerikanska proffsligan mot landslag i den europeiska utgåvan, därav namnet EA Hockey. Till och med tidningen Mean Machines som ges ut i Storbritannien, ett land där intresset för ishockey är så gott som obefintligt, hyllar spelet med betyget 95/100 och skriver: "Ice Hockey is another superlative sports simulation from EA, and ranks as an utterly essential purchase".

- Vi hade extrem tur att Electronic Arts började komma med fotboll och NHL. Timingen med EA Sports och att vi började få vind under seglet för Mega Drive var ju fantastiskt, säger Lampinen.



Stefan Lampinen försöker hålla koll på folkmassan när hockeylandslaget utmanas i EA Hockey.

För att profilera Mega Drive ytterligare inom sport används det svenska fotbollslandslaget. Det görs inte under stora formella former, utan nästan med gerillataktik.

- På den tiden kunde man ringa till fotbollslandslaget och säga "vi är SEGA, kan vi komma med lite fria spel till er?". Vi åkte dit och hela landslaget var där. Vi frågade om det är okej att ta bilder och då satte de sig ner i gräset och låtsades spela. Vi var mycket i tidningarna då, säger Stefan Lampinen.

- Vi nästlade oss in i samband med fotbolls-EM 92. Limpar och Ravelli hade på sig SEGA-tröjor och spelade Game Gear. Vi var även med och lämnade SEGA-prylar till Englands landslag, vilket media också följde. Det var ett lite udda tilltag som fungerade, berättar Roger Jönsson.

Den 22 oktober 1992 släpps NHLPA Hockey 93 i Sverige. Denna gång under licens av spelarnas fackförening, vilket innebär att spelet innehåller riktiga spelare som Wayne Gretzky och Tomas Sandström, men inga riktiga lag eftersom licensen på själva ligan saknas. Det betyder att lagen heter till exempel enbart Toronto istället för hela namnet Toronto Maple Leafs. Spelet är fullt av statistik och oerhört detaljerat. Sportspel brukar inte få toppbetyg eftersom helt sonika recensenter i de renodlade speltidningarna ofta inte är intresserade av sport, men NHLPA Hockey 93 hyllas unisont. Svenska Hemdatortnytt skriver: "Detta kan få vem som helst att bli hockeyfreak". Dessutom uppmärksammas spelet i medier som aldrig eller väldigt sällan nämner spel, som till exempel radioprogrammet P3 Signal, vilket hjälper Brio att nå ut med Mega Drive till en bredare målgrupp.

- Hockeyspelen blev en succé. Det växte för varje år, NHLPA Hockey 93 sålde ännu bättre än EA Hockey, säger Roger Jönsson.

Intresset för hockeyspelen gör att Brio accelererar satsningen på att profilera sig mot ishockeypubliken och börjar göra reklam för SEGA i svenska hockeyarenor. Det leder till nya kontakter och Stefan Lampinen träffar en kille vid namn Jan Serenander.

- Han hade kontakter inom sportvärlden och hookade in Mats Sundin som blev ambassadör och användes i annonseringen av NHL-spelen. Sundin var även uppe och besökte Stockholmskontoret, säger Lampinen.

- Att det blev Mats berodde på att jag hade jobbat på Djurgården [där Sundin spelat innan sin flytt till NHL] och kände några av killarna i laget, men inte Mats så gott. Han var ju ganska ung och spelade bara en kort period i Djurgården innan han flyttade. Men jag ringde nog bara, han visste vem jag var, så det gick vägen, berättar Jan Serenander.

Det är ett lyckat drag. Mats Sundin är hetare än någonsin och har precis inlett sin NHL-karriär i laget Quebec Nordiques. Annonseringen sker i samband med hockey-VM i april 93 då NHLPA Hockey 93 återaktiveras. I annonserna säger Mats Sundin saker som: "Nu ska jag lära mig nya finter och sätta några strutar till. Med SEGA NHLPA Hockey kan jag kartlägga de andra lagen. Det är nästan bättre än verkligheten och det bästa hockeyspelet som finns..".

Förutom NHLPA Hockey 93 så släpps även det officiella OS-spelet Olympic Gold under juni



Fotbollslandslaget testar Game Gear.

till Mega Drive, Master System och Game Gear, vilket får stor närvaro i butik tack vare ett samarbete med Coca Cola. I augusti lanseras Ayrton Sennas Monaco GP 2, som får bra kritik och anses vara ett av de mest populära racingspelen på sin tid.

För att befästa sin äldre målgrupp så satsar Brio förutom på sportspelen även friskt på actionspelet Desert Strike från EA. Det är en het potatis då det äger rum i Mellanöstern och med Gulfkriget färskt i minnet hos många så finns det viss kritik att EA är snabba på att slå mynt av kriget. Det kammar dock hem toppbetyg som 91/100 i SEGA Power och 92/100 i SEGA Pro. För att störa lanseringen av Super Nintendo så går Brio igång med annonser för Desert Strike i serietidningar varje vecka under sommaren med start i slutet av maj, två veckor innan Super Nintendo introduceras den 15 juni. Konsolen säljs för 1695 kronor med Nintendos trumfkort Super Mario World inkluderad. Brio svarar med att sänka priset på Mega Drive till 1495 kronor i augusti för att ligga under Super Nintendo. Det attraktiva priset i kombination med NHLPA Hockey 93 och Sonic 2 blir en stark upptakt för Mega Drive inför julhandeln.

- Vår tredje jul [med Mega Drive] var den första för Bergsala med Super Nintendo. Vi körde på hårt med 80 spel staplade i annonserna för att visa utbudet, de hade väl jämförelsevis tre till fyra spel ute till Super Nintendo, säger Roger Jönsson.

Strategin är lyckad. Mega Drive säljer nu väldigt bra och närmar sig en installerad bas på

EN AV STJÄRNORNA I VÅRT HOCKEYSPEL.



Att se på när andra spelar det här hockeyspelet, är lika roligt som att se en riktig match på TV. Ljudet och stämningen är som på vilken arena som helst. Spelarna rör sig och har samma namn som i verkligheten.

SEGA NHLPA Hockey är ba-



serat på statistik från 500 NHL-spelare. Alla stjärnor är med – som vanligt är Mats Sundin livsfarlig framför kassen. Spelar Gretzky dåligt så byt ut honom.



Suurrar Lemieux upp ditt försvar så ta honom under särskild be-

handling. Precis som på riktigt komponerar du egna femmor, väljer målvakt och toppar laget om det behövs. Du dribblar, fintar och slår öppnande passningar, åker på kontringar och blir överspelad. Men du riskerar inte att få



tänderna utslagna och behöver ingen hästkondition.

SEGA NHLPA Hockey handlar om tre saker – få igång passningspelet, lära sig skridskotekniken och att göra mål på frilagen. Det



är inte helt lätt så förbered dig på många hårda timmar framför teven.

Det tog tid för Mats Sundin att bli kung på isen. Det tar lite tid för dig också.



SEGA
BEAT US. IF YOU CAN.



Ovan annonsen med Mats Sundin och nedan utmanar han Stefan Lampinen i NHLPA Hockey 93.

SVÄR INTE ÖVER ANDRAS MISSAR SPELA BÄTTRE HOCKEY SJÄLV

Släpp fram den lille hockeyexperten i dig. I SEGAs nya TV-spel NHL -94 är du spelare, tränare och lagledare samtidigt. Skott, passning och byten sker på ditt kommando.

I spelet bildar du egna kedjor i ditt favoritlag. Du dribblar, fintar och slår öppnande passningar. Åker på kontringar och får spelare utvisade. Alla stjärnor från NHL finns med.

Nytt för i år är uppdaterad statistik över lag och spelare. Upp till 4 personer kan spela samtidigt. Du kontrollerar målvakten och skjuter direktskott som får dig att drömma om proffskontrakt.

NHL -94 är inte helt lätt så förbered dig på många hårda timmar framför teven. Men du slipper svära över andras misstag. Om ditt lag vinner eller förlorar är helt upp till dig.

SEGA
BEAT US. IF YOU CAN.

NHL
HOCKEY '94

"Hur många gånger har du inte klagat på oss hårt arbetande hockeyspelare?! I SEGAs nya TV-spel gör jag och alla andra precis som du vill. Här har du äntligen chans att spela bättre själv. Ta den".

Mats Sundin
Gör det bättre själv



60 000 konsoler i Sverige. Försäljningen drivs på av just sportspelen som står för 25% av spel-försäljningen. Hela 60% av spelarna på Mega Drive är äldre än 14 år. Och de blir bara fler och sportspelen säljer ännu mer, detta trots högre pris på tv-spelen som en följd av en devalvering november 1992. Staten minskar värdet på den svenska kronan för att öka exporten, vilket främjar inhemsk industri som säljer varor till utlandet, men det ger en negativ effekt på utländska varor som blir dyrare när de importeras till Sverige. Det märks av under våren 93 när nya inköp görs som leder till höjda spelpriser. För NHL 94 innebär det en prislapp på hela 695 kronor när det släpps 13 oktober 1993. Det spelar ingen roll, spelet är så otroligt upphäussat och efterlängt av spelarna som hänger på låset till butikerna när spelet släpps. NHL 94 blir det definitiva genombrottet för Electronic Arts hockeyserie och säljer över 20 000 exemplar. Den stora nyheten är direktskott efter att en spelare mottagit en pass. Denna gång kan även upp till fyra spelare kämpa på isen med hjälp av en fyrspelaradaptor som ger Mega Drive ytterligare två stycken uttag för handkontroller. Den kostar 495 kronor och kan även användas i FIFA och Madden 94.

”Summerar vi alla år så sålde vi i snitt ett hockeyspel per Mega Drive i Sverige.”

Märkligt nog kan samma adaptor ej användas i SEGAs spel, utan de använder en egen variant som kostar 399 kronor och fungerar med Ultimate Soccer och Wimbledon, vilket förvirrar konsumenter. Detta beror på att Electronic Arts adapter kopplas till båda handkontrollsportarna och ger fyra personer chans att spela. SEGAs variant kopplas endast till första porten och kan då användas av fem spelare. Japanerna på SEGA löser detta snart genom att släppa en uppdaterad adaptor som också den kopplas till båda portarna och därmed fungerar med Electronic Arts sportspel. Som rolig kuriositet så gör Codemasters ytterligare en lösning på fyrspelaradaptor genom att bygga in två extra kontrollportar direkt i kassetten till Micro Machines 2 Turbo Tournament, det snabba racingspelet med små leksaksbilar som spelas i fågelperspektiv.

Trots att Electronic Arts även börjar släppa sina hockeyspel till Super Nintendo når de inte samma framgång. Medan High Score Productions ansvarar för utvecklingen på Mega Drive som första plattform, så hoppar anpassningen till Super Nintendo runt på olika studios som Visual Concept (NHL 95) och Tiburon (NHL 96), vilket kan vara en förklaring till att dessa versioner inte är lika bra. Till exempel så får NHL 95 på Super Nintendo betyget 3,4 av 5 i amerikanska Nintendo Power, medan Mega Drive-versionen nästan uteslutande får full pott.

I Sverige så har Brio redan etablerat en stark position på sportspelen, vilket har gjort Mega Drive till det givna valet för de äldre sportintresserade spelarna.

- Summerar vi alla år så sålde vi nästan i snitt ett hockeyspel per Mega Drive i Sverige, säger Roger Jönsson.



Det är inte bara Svenska hockeyligan som SEGA sponsrar. Spelarna i amerikanska fotbollslaget Limhamn Griffins springer runt med SEGA-logotyper på byxorna. Timing är bra då laget blir svenska mästare 1993 och även om sporten är liten i Sverige så bevakas alltid SM-finalen av media. Man deltar även på stora sportevenemang där en potentiell målgrupp för Mega Drive och sportspelen finns, som ovan när Harlem Globetrotters besökte Globen. Notera både arenareklam samt en reklamfilm för Mega Drive spelandes på jumbotronen.

SLÅ DIG INTE MED EN EKKORRE I HUVUDET

Med bärbara konsoler på tapeten i slutet av 80-talet är det givet att SEGA vill ge sig in i matchen och ta en del av kakan som Nintendo med sin Game Boy och Atari med sin Lynx bråkade om. SEGAs konsol får projektnamnet Mercury och baseras på hårdvara i Master System. Den får slutligen namnet Game Gear och lanseras oktober 1990 i Japan. Mottagandet är överväldigande och det säljs 90 000 första månaden. Enligt SEGA finns det beställningar på 600 000 enheter, men de kan inte tillverka tillräckligt många, en saga som verkar upprepa sig vid så gott som samtliga SEGAs konsollanseringar.

Våren 1991 släpps Game Gear i USA och tidig sommar når den Europa. I Sverige får den prislappen 1195 kronor inklusive pusselspelet Columns. Det är något dyrare än Game Boy som säljs för 795 kronor med Tetris. Själva spelpriserna är dock likvärdiga kring 249-299 kronor.

- Först trodde vi att SEGA skulle ha en hyfsad chans mot Game Boy. Men vi insåg att med det priset, den batteritid och delvis det spelutbudet som Game Gear hade att det aldrig skulle bli en volymprodukt, säger Roger Jönsson, produktchef på Brio.

Medan Game Boy utan problem kunde spela över 15 timmar på fyra AA-batterier, så gick det knappt att spela fyra timmar på sex AA-batterier i en Game Gear. Det är inte helt oväntat bland annat färgskärmen i Game Gear som drar mer batteri jämfört med den monokroma LCD-skärmen som endast klarar fyra gråskalor i en Game Boy.

"Först trodde vi att SEGA skulle ha en hyfsad chans mot Game Boy. Men vi insåg att med det priset, den batteritid och delvis det spelutbudet som Game Gear hade att det aldrig skulle bli en volymprodukt."

I USA går SEGA direkt och attackerar Game Boy i sin reklamfilm där en överviktig tonåring sitter och spelar Game Boy i en park. För att få färg slår han sig med en död ekorre i huvudet. SEGA Europe är lite finurligare och även i Sverige belyser man att Game Gear faktiskt har färg,



Columns

SPEL VID RELEASEN AV GAME GEAR I EUROPA

Castle of Illusions starring Mickey Mouse

Columns

Dragon Crystal

G-Loc: Air Battle

Psychic World

Super Monaco GP

Wonderboy



men utan att direkt jämföra sig med Game Boy. Brio marknadsför Game Gear med sloganen "Inget vanligt tryck-å-pip-spel".

Ett av de stora försäljningsargumenten för Game Gear blir tillbehöret TV-tuner som förvandlar enheten till en portabel TV. TV-tunern placeras i kassettporten och sändningarna fångas genom en inbyggd antenn. Den lanseras 26 mars 1992 i Sverige med prislappen 895 kronor och annonseras friskt i Aftonbladet och Expressen.

- Vi hade mycket dialog och rabbel med TV-tunern innan den var okej. Det kom hit japaner från SEGA och det var möten med TV-styrelsen, snack om kvalitén på signaler och det ena med det andra. Vår inställning var att vi inte lanserar Game Gear om vi inte får TV-tunern. Vi såg den som nyckeln som kunde lyfta Game Gear, men det var typiskt för SEGA, de var innovativa så det förslag, men det kommersiella gick inte alltid hand i hand med innovationen.

"Vår inställning var att vi inte lanserar Game Gear om vi inte får TV-tunern. Vi såg den som nyckeln som kunde lyfta Game Gear."

TV-tuner lyfter aldrig riktigt. En anledning är inte helt oväntat den begränsade batteritiden som gör att man i princip är beroende av att ha en AC-adapter inkopplad i elnätet om man vill titta på TV i mer än tre timmar på Game Gear.

Brio satsar på Game Gear sommaren 1993 när konsolen sänks i pris till 995 kronor och det ges även utrymme i budgeten för en kampanj som blir väldigt lyckad.

- Vi gjorde en stor sommarkampanj med helsidor i dagspress som Kvällsposten, Expressen och Aftonbladet, berättar Roger Jönsson. Det var roliga annonser med budskap som att det

VEM BEHÖVER TV NÄR DET FINNS GAME GEAR!?



Vår lilla glädjemaskin har en finess – den är en TV också. Komplettera med en TV-tuner så behöver du aldrig missa Beverly Hills eller sporten. Var du än befinner dig – på bussen, tåget eller i bilen.

Game Gear är inte större än att den ryms i fickan. Den har färgskärm med drygt 4000 färger och därmed helskarp bild. Du kan köra den på batterier eller elnätet. Med eller utan hörlurar.

Det är också världens enda TV som inte visar tråkiga program. När du tröttnar på TV'n så fortsätter du ju att spela.





**DEN SOMMAREN FICK MIN MAN
ANNAT ATT TITTA PÅ.**



GAME GEAR med färgskärmen • 4 spel • 1190:-

Två medeltida stenhuggare blev tillrägade om vad de höll på med. "Jag står och huggar i den här jävla stenen för att få den fyrkantig", sa den ene. "Jag bygger en katedral" sa den andre. Det finns olika sätt att se på sitt jobb.

Den som skrift vänder företaget. Den handlar om vad vi i ledningsgruppen har pratat om, grubblat över, tänkt och klist under de senaste två-tre åren. Vi vill börja förändra divisionen. Men inte utan dig. Du är nämligen en mycket

viktig person i det nya företaget. Det spelar ingen roll var i företaget.

SEGA
BEAT US. IF YOU CAN.



**DEN SOMMAREN FICK MIN MAN
ANNAT ATT TITTA PÅ.**



GAME GEAR med färgskärmen • 4 spel • 1190:-

Säg adjö till tristess. Säg välkommen till Game Gear - den lilla glädjemaskinen med färgskärmen från SEGA.

I fäkan. Du kör den på batteri, elad eller i standardtaget i bilen. Med eller utan hörlurar. Komplettera med TV-tuner så har du en färg-TV för bil, båt och bavgång. Mer än 4000 färg-er gör bilden levande.

När stranden känns långtråkig eller kanske

är intressant gör SEGA lilla glädjemaskin att du glöms bort allt annat.

SEGA
BEAT US. IF YOU CAN.

SEGA NEWS LETTER

INFORMATION TILL HANDELN. NR 3, MARS 1992.

Spela eller titta på TV!

Columns, Sonic eller Rapport?

Med GAME GEAR väljer du själv...
GAME GEAR har 4.095 färg färger än den mest kända konkurrenten...
Stereoljudet är enastående...
Det kommer ständigt ny mjukvara - av högsta klass...
Med tanke på vad köparen får för pengarna, är priset mycket lågt...
Och - lätt som en plätt kan Game Gear förvandlas från ett bärbart TV-spel till en fantastiskt användbar färg-TV!!
Allt detta berättar vi om i en omfattande annonsering i Aftonbladet, Expressen och idag den 26 mars! Vi vet att det blir rusning - haka på nu!!

Priset för TV-tunern är 573,-/1 st, 551,-/6 st - cirka pris 895,-

Beställ på telefon 0479-192 37, 192 98 eller på telefax 0479-193 22.

SEGA. Marknadssökt av PlayMx, 283 00 Ödby. Telefon 0479-190 00.

AFTER A TOUGH GAME, RELAX WITH A LITTLE TV.

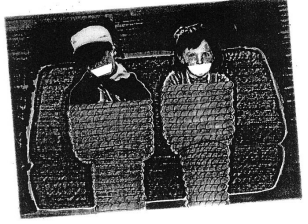


Only one portable video game system can transform into a portable colour TV. Sega Game Gear. Game Gear is also the only portable with an optional Gear-to-Gear cable for head-to-head competition. And only Game Gear can give you all your favourite games and television shows anytime, anywhere, complete with full colour graphics and a stereo headphone outlet.

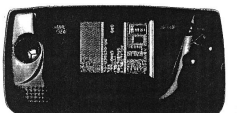
So if you're looking for the ultimate in portable entertainment, remember, without a TV Tuner option you're only playing games.

SEGA
GAME GEAR
Super Portable

Den framgångsrika kampanjen sommaren 1993. Prototyp till vänster och slutlig annons till höger.



**GRANNEN PÅPEKADE ATT DET FANNS ETT
BÄTTRE SÄTT ATT FÅ TYST I BAKSÄTET.**



GAME GEAR med färgskärmen • 4 spel • 1190:-

Två medeltida stenhuggare blev tillrägade om vad de höll på med. "Jag står och huggar i den här jävla stenen för att få den fyrkantig", sa den ene. "Jag bygger en katedral" sa den andre. Det finns olika sätt att se på sitt jobb.

Den som skrift vänder företaget. Den handlar om vad vi i ledningsgruppen har pratat om, grubblat över, tänkt och klist under de senaste två-tre åren. Vi vill börja förändra divisionen. Men inte utan dig. Du är nämligen en mycket

viktig person i det nya företaget. Det spelar ingen roll var i företaget.

SEGA
BEAT US. IF YOU CAN.



**GRANNEN PÅPEKADE ATT DET FINNS ETT BÄTTRE SÄTT
ATT FÅ TYST I BAKSÄTET.**



GAME GEAR med färgskärmen • 4 spel • 1190:-

Säg adjö till tristess. Säg välkommen till Game Gear - den lilla glädjemaskinen med färgskärmen från SEGA.

I fäkan. Du kör den på batteri, elad eller i standardtaget i bilen. Med eller utan hörlurar. Komplettera med TV-tuner så har du en färg-TV för bil, båt och bavgång. Mer än 4000 färg-er gör bilden levande.

När du på bilvägen är SEGA lilla glädjemaskin en klok investering. Då får du inte märka vilddjurarna i bakgrunden längre.

SEGA
BEAT US. IF YOU CAN.



**VISST TYCKER JAG OM HENNE
MEN JAG HATAR ATT DANSA.**



GAME GEAR med färgskärmen • 4 spel • 1190:-

Säg adjö till tristess. Säg välkommen till Game Gear - den lilla glädjemaskinen med färgskärmen från SEGA.

I fäkan. Du kör den på batteri, elad eller i standardtaget i bilen. Med eller utan hörlurar. Komplettera med TV-tuner så har du en färg-TV för bil, båt och bavgång. Mer än 4000 färg-er gör bilden levande.

När du sedan måste göra något som känns

trist märker du att SEGA lilla glädjemaskin gör livet till en dans.

SEGA
BEAT US. IF YOU CAN.

GAME GEAR

COLOR TV TUNER You've got a portable color TV. Now you can watch the Game Gear TV tuner. It's the only portable TV tuner that's portable.	THE GREAT DIME CARER Starting Donald Duck Donald Duck in every kind of danger, possible with a fantastic variety of settings, enemies, puzzles and traps.	POT & PUTTER Bark, bark, bark! The Game Gear has a lot of fun in the game of golf. It's the only portable game that's portable.	SONIC THE HEDGEHOG This amazing game is faster than you. It's the only portable game that's portable.
RECHARGEABLE BATTERY PACK Now you can get hours of playtime. No more batteries. No more batteries.	WORLD CLASS BASEBALL Baseballing golf. The Game Gear has a lot of fun in the game of golf. It's the only portable game that's portable.	SPACE HARRIER Now you can get the most of the game. It's the only portable game that's portable.	AXE BATTLES Now the Game Gear has a lot of fun in the game of golf. It's the only portable game that's portable.
CAR ADAPTOR Now you can play your games in the car. It's the only portable game that's portable.	JOE MONTANA FOOTBALL The game of football. It's the only portable game that's portable.	NINJA GAIDEN Now the Game Gear has a lot of fun in the game of golf. It's the only portable game that's portable.	FACTORY PANIC Now the Game Gear has a lot of fun in the game of golf. It's the only portable game that's portable.
GEAR-TO-GEAR Now you can play your games in the car. It's the only portable game that's portable.	SOLITAIRE Now the Game Gear has a lot of fun in the game of golf. It's the only portable game that's portable.	HALLY WARS Now the Game Gear has a lot of fun in the game of golf. It's the only portable game that's portable.	WOODY POP Now the Game Gear has a lot of fun in the game of golf. It's the only portable game that's portable.

TO BE THIS GOOD TAKES AGES

SEGA

finns enklare sätt att få det lugnt på semestern än att sätta en tejpbitt över munnen på ungarna. Den andra var ganska fräck med en bild på en tjej i baddräkt och texten "den sommaren fick min man annat att titta på". Vi tryckte hårt på att Game Gear har färgskärm, men vi talade inte högt om att batteritiden endast var tre timmar... Den sommaren sålde vi 5000 stycken Game Gear.

De bästsäljande spelen blir Sonic-serien och Disney-spelen med Kalle Anka och Musse Pigg i Sverige. Bland de minnesvärda spelen till konsolen finns flera pärlor, tyvärr är det många av dem som stannar i Japan och aldrig översätts som till exempel två stycken Phantasy Star-spel.

- Vi sålde relativt hyfsat med Game Gear, men ganska taskigt med mjukvara. Tie-ration (antal sålda spel per konsol) var lägre än för de stationära, förklarar Roger Jönsson. För Game Gear låg det på 3,5 spel per maskin, jämfört med Megan som vi sålde 6 spel per konsol. Sedan var det även andra leverantörer som sålde spel till Mega Drive, så den verkliga tie-ration kom nog upp i 8. För Mastern hade vi uppåt 12 spel per konsol, men det var inte så konstigt eftersom vi inte sålt alla maskiner, så den faktiska siffran när man även inkluderar de Master System som Dennis Bergström importerat var antagligen betydligt lägre.

Totalt säljer Brio knappt 15 000 Game Gear. Globalt så säljs 11 miljoner enheter, vilket gör att den vida överträffar Ataris Lynx som började bra genom att bryta sig igenom miljongränsen februari 1992, men sedan avstannade väldigt snabbt. Däremot har SEGA ingen chans mot Game Boy. Det lägre priset, längre batteritiden och bättre spelutbudet gör att Nintendo säljer närmare 120 miljoner enheter, en siffra som inkluderar den senare Game Boy Color.

"Vi sålde relativt hyfsat med Game Gear, men ganska taskigt med mjukvara. Antal sålda spel per konsol var lägre än för de stationära."

Nick Alexander, VD för SEGA Europe beskriver relationen med moderbolaget SEGA Enterprises i Japan som stundvis utmanande, i en intervju med SEGA-16:

- Det tydligaste exemplet var Game Gear. Japan ville att vi skulle sälja mer, men vi hade en negativ marginal på minus elva procent. Så för varje enhet vi sålde förlorade vi mer pengar. För att sälja mer var vi tvungna att sänka priset, öka marknadsföringen eller öka värdet i paketet. Detta skulle öka vår förlust ännu mer. Jag debatterade med japanerna, vilket kulminerade i att vi skulle sälja mer, men inte dra på mer förluster. Det var helt klart omöjligt om inte japanerna ville sänka priset till oss, vilket de inte ville. Just då kände jag att det var dags att gå vidare.



Även t-shirts för butikspersonal användes i sommarkampanjen, foto från butiken Leksaken.

SPELFÖRPACKNINGEN



Såväl förpackning som logotype skiljer sig mellan de olika regionerna. Europa får den mest stiliserade logotypen. Nedan syns en senare variant av den nordamerikanska förpackningen. Den ändrades för att följa samma stil som Genesis när dess omslag fick en ny design.



ANTAL SÅLDA KONSOLER

	Game Gear	Game Boy
Japan	3 230 000	32 470 000
Nordamerika	5 400 000	44 060 000
Europa	1 780 000	42 160 000
Varav Sverige	15 000	490 000
Övriga regioner	210 000	-
Totalt	10 620 000	118 690 000



I Japan släpps Game Gear i flera olika färger som blå, röd, gul och vit. Förutom dessa släpps även flertalet olika specialversioner som en Coca Cola-modell som säljs med spelet Coca Cola Kid.

If you were

Why is their screen only one colour? Why that colour? Some questions we just can't answer. We make Game Gear.[™] A multi-colour portable video game

colourblind

system with a monitor so good you can turn it into a mini-television. All you've got to do is pop in the TV Tuner which is sold separately. But the best

and had an I.Q. less than

thing about it is the games. And by now there are 30 of them available. Like Sonic The Hedgehog 2,[™] Taz-Mania,[™] Streets of Rage,[™] Shinobi 2,[™] and

twelve

Batman[™] Returns. But don't think we're going to stop there. After we take a few minutes to catch our breath, it's back to the drawing board, designing new

then you wouldn't care which

games, and making sure Game Gear remains the number one colour portable, which should be no problem considering the competition.

portable you had.

(Of course you wouldn't care if you drank from the toilet either.)



Förutom reklamfilmen där en unge slår sig själv med en ekorre i huvudet så jämförs Game Boy-spelare i USA med en färgblind hund som dricker ur toaletten.



SONIC TAR LEDNINGEN

Sonic the Hedgehog säljer snabbt 1 miljon exemplar enbart i USA. Trots framgången tycker programmeraren Yuji Naka att han inte får ett riktigt erkännande för Sonic och känner sig bunden av japansk företagspolitik. September 1991, fyra månader efter lanseringen av Sonic, så flyttar Naka och designern Hirokazu Yasuhara som också arbetade med det första spelet, tvärs över Stilla havet från Japan till USA. De ansluter sig till SEGA Technical Institute, en nystartad amerikansk studio som SEGA of America byggt upp under ledning av Mark Cerny. Tanken är att SEGA Technical Institute ska främja kreativitet och utvecklarna ska ha frihet i sitt skapande. Dock är det fortfarande ledningen i SEGA of America med Shinobu Toyoda i spetsen som har sista ordet på vad som ska ges ut.

- Vi var redo att sätta igång med ett nytt projekt och frågar marknadsavdelningen på SEGA of America den självklara frågan: ska vi göra ett nytt Sonic? Biserat nog så var svaret, och jag skojar inte, att det är för tidigt, berättar Cerny i en intervju med SEGA-16. Istället börjar vi skissa på ett annat spel [Kid Chameleon], men redan två månader senare kommer marknadsavdelningen tillbaka, medger sitt misstag och vill att vi påbörjar ett nytt Sonic direkt. Vi hade då gått miste om två månader av de elva månaderna på utvecklingsschemat.

Resultatet blir framgångsrikt, men vägen dit är inte lätt. Fler personer från ursprungliga Sonic Team omplaceras till SEGA Technical Institute. Medan Yuji Naka är en av få japanska spelutvecklare som talar flytande engelska, så är det väldigt få andra från Sonic Team som ens kan någon engelska alls och språkförbistringarna försvårar arbetet. Arbetet delas upp mellan japanerna och amerikanerna. Cernys jänkare sköter det visuella i banorna samt står för de ring-samlade bonusbanorna i fejkad 3D som kan liknas racing i en tub. Nakas grupp ansvarar främst för design och programmering. Japanerna arbetar enligt en annan filosofi med övertid sent in på kvällarna och sover några få timmar under skrivborden för att nå perfektion. Eftersom synen skiljer sig på vad som förväntas av en kreatör samt problemet med språket, så väljer man att låta de japanska utvecklarna ta hand om uppföljarna Sonic 3 och Sonic & Knuckles, fast fortsatt på plats i USA.

Efter knappt ett år av mödor lämnar studion Sonic 2 som ett fulländat plattformsmästerverk och skickas till fabriken för tillverkning. Förutom att spelet överträffar sin föregångare visuellt



och musikaliskt, så är den största nyheten att man nu kan spela två personer samtidigt. Sonic får sällskap av den tvåsvansade räven Tails. Med sina två svansar kan Tails flyga som en helikopter och hjälpa Sonic i kniviga situationer.

Den 24 november 1992 går till historien som Sonic 2sday, uttalar man det på engelska blir det tuesday, alltså tisdag. SEGA gör en stor sak av att spelet släpps samtidigt i hela världen.

- Detta är första gången som vi släpper ett spel tvärsöver hela världen samtidigt. Det beror på de enorma förväntningarna spelarna har visat inför Sonic 2. Bara i USA har vi investerat 10 miljoner dollar i reklam och PR för lanseringen av Sonic 2, säger Al Nilsen, i ett pressmeddelande.

Fabrikerna går på helvarv för att skeppa ut tillräckligt många exemplar av Sonic 2. SEGAs prognos är två miljoner exemplar i Nordamerika och total 4,5 miljoner globalt. Resultatet överträffar förväntningarna och SEGA säljer 6 miljoner spel. 1992 tippar vägen över och SEGA fångar upp 55% av marknaden i USA. Från att ha omsatt 813 miljoner dollar 1989 har man med Genesis och Sonic växt till makalösa 3,6 miljarder dollar 1993.

Enbart i Storbritannien säljs 800 000 spel första dagen. Det kan jämföras med annan poplärkultur som Terminator 2, som på VHS lyckades sälja 250 000 exemplar första dagen. Med en omsättning på 27 miljoner pund första dagen så drar Sonic 2 in mer pengar än Madonnas senaste skiva och den för tillfället mest populära skivan, som var Simply Red:s album Stars, som under 58 veckor omsatte 19 miljoner pund.

Sverige är inte sämre, under de fyra första veckorna säljs 15 000 exemplar, vilket vida överträffar alla SEGAs tidigare lanseringar. Brio drar på för fullt med annonser i kvällstidningar, morgontidningar, serietidningar och med tv-reklam på TV3 under två veckor på prime time som till exempel vid engelska ligamatcher i fotboll, The Simpsons och Die Hard. De 35 000 medlemmarna i SEGA Club får hemskickad information om det nya spelet. Som om det inte vore nog genomförs även en kampanj med Hemglass. Aldrig tidigare har man brassat på så mycket vid en spellansering.

- Sonic 2 blir ett av våra trumfkort som understryker Mega Drives styrka med snabbare spel och betydligt större urval, säger Lampinen, som menar att den enorma reklaminsatsen inte bara hjälper att sälja Sonic 2, utan även Mega Drive som konsol.

Spelet hyllas världen över. Electronic Gaming Monthly utser det till ett av årets bästa spel 1992 och så gott som samtliga medier från CVG till Mean Machines sätter betyg på 94-97%. Även de svenska medierna ger spelet toppbetyg. SEGA Force delar ut sin första 100% och i vanlig ordning använder de sina humoristiska metaforer och skriver: "Det får alla attraktioner på Grönan att likna gunghästen ute på gården". Även Svenska Hemdatortnytt ger Sonic 2 det absoluta toppbetyget 100% och kallar det för "ett obligatorium".

Tv-spel har strålkastarljuset på sig och väljs till årets julklapp 1992. Totalt så säljs 30 000 exemplar av Sonic 2. Tillsammans med NHLPA Hockey 93 så hjälper Sonic 2 till att jämna ut marknadsandelarna under julen. Ser man endast på 16-bitars så har SEGA ett övertag med 58% marknadsandel för Mega Drive mot 42% för Super Nintendo när man jämför installerad bas. För Brio blir 1992 ett succéår och hela 25% av omsättningen för koncernen kommer från SEGA.

Sverige hamnar även på kartan kort efter lanseringen av Sonic 2. Den 5 december 1992 blir Daniel Larsson, 14 år gammal, inskriven i Guinness rekordbok. Bedriften? Han spelar Sonic 2 i åtta timmar, enligt reglerna tillåts han ta en paus på fem minuter varje timme. Att Daniel är ett proffs som har spel i blodet är inte helt oväntat, hans pappa är nämligen SEGAKlubbens Rolf Larsson.

- Han fick inte lov att få game over, utan var tvungen att hålla igång hela dagen. Han var duktig, duktigare än vad jag var. Ungdomar är bättre än vi gamla, de har mindre rost på kontakterna, berättar Dr. Roffe skämtsamt.

Rekordet sker på Ge-Kås i Ullared inför publik och förbipasserande.

- Jag peppade honom och tog över och spelade under hans pauser när han åt eller gick på toa. Så lite delaktig var jag i rekordet.

Just när du trodde att du var ikapp...

SONIC 2

Världens snabbaste TV-spelsfigur slår till igen!

VÄRLDSPREMIÄR IDAG!!

SONIC 2 kommer till alla SEGAs spelsystem: Mega Drive, Master System och Game Gear. I Mega Drive-versionen av SONIC 2 kan två spelare vara igång samtidigt - Sonic har nämligen fått sällskap av den nya figuren Tails.

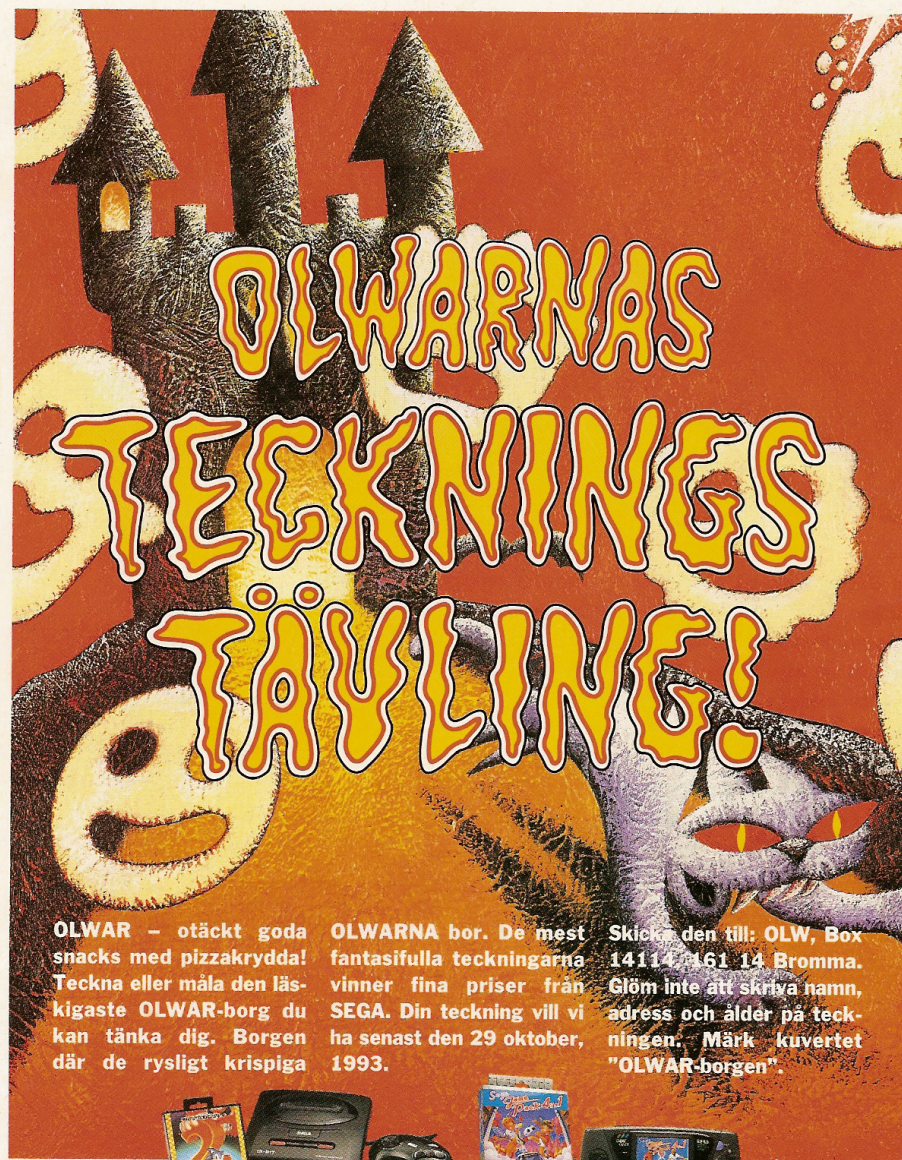
16-BIT CARTRIDGE

SONIC 2
Ca. pris 495:- (Mega Drive),
399:- (Master System),
320:- (Game Gear).

SEGA

HÄR BÖRJAR ÄVENTYRET!

Senaste SEGA-nytt hör du på telefon 020-74 40 41. Kostar bara som ett lokalsamtal!
OBS! Spelen kan också hyras i välsorterade videobutiker. SEGA marknadsförs av BRIO® PLAYMIX, 283 00 Ösby.



OLWAR - otäckt goda snacks med pizzakrydda! Teckna eller måla den läskigaste OLWAR-borg du kan tänka dig. Borgen där de rysligt krispiga

OLWARNA bor. De mest fantasifulla teckningarna vinner fina priser från **SEGA**. Din teckning vill vi ha senast den 29 oktober, 1993.

Skicka den till: **OLW**, Box 14114/161 14 Bromma. Glöm inte att skriva namn, adress och ålder på teckningen. Märk kuvertet "OLWAR-borgen".



SEGA
BEAT US. IF YOU CAN.

1:a pris: **SEGA Mega Drive**.
2:a-3:e pris: **SEGA Game Gear**, 4:e-15:e pris: **Sonic T-shirt**.

Vinnarna utses av OLW:s jury och underrättas per brev. Ev. vinstskatt betalas av vinnarna.



Förutom glass och godis så täcker man även in chips genom en tävling med Olw.

Vinn en week^end för två till London!



Nu har Du chansen att vinna en resa för två personer till London i februari med K-TV och Sega. Med bland annat ett besök på Segas huvudkontor samt Sega World. Du reser tillsammans med en representant från K-TV och en ifrån Sega.

Sonic the Hedgehog kan du se varje vardag på K-TV från och med den 1 februari nästa år.

För att vara med i tävlingen måste du svara på följande fråga:

Vilket djur är Sonic the Hedgehog?



1. Igelkott

2. Katt

3. Mullvad

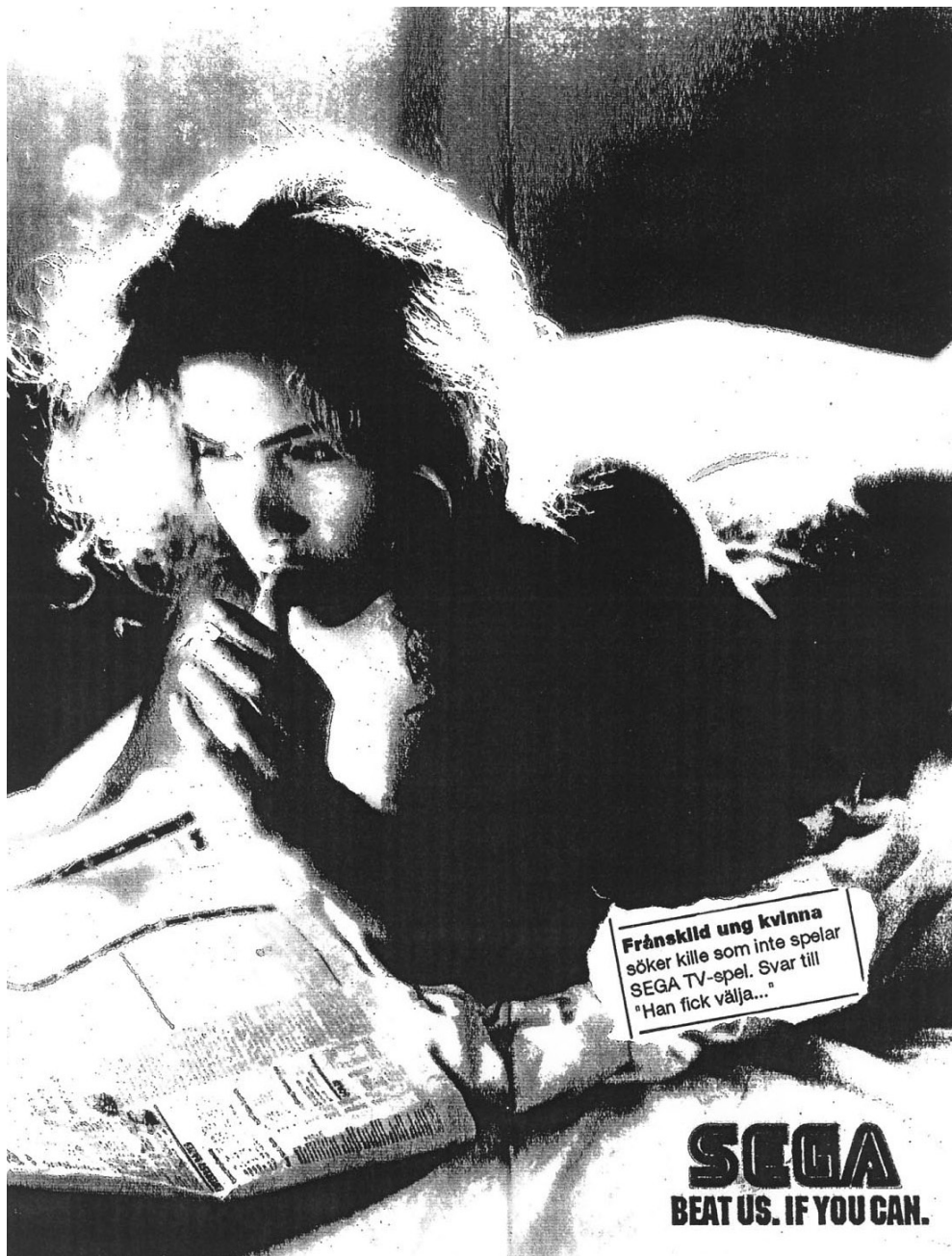
Skriv också med max 15 ord varför du vill åka med K-TV och Sega till London. Skicka sedan in ditt svar till:

K-TV
Box 9006
102 71 Stockholm
Märk kuvertet "Sonic".

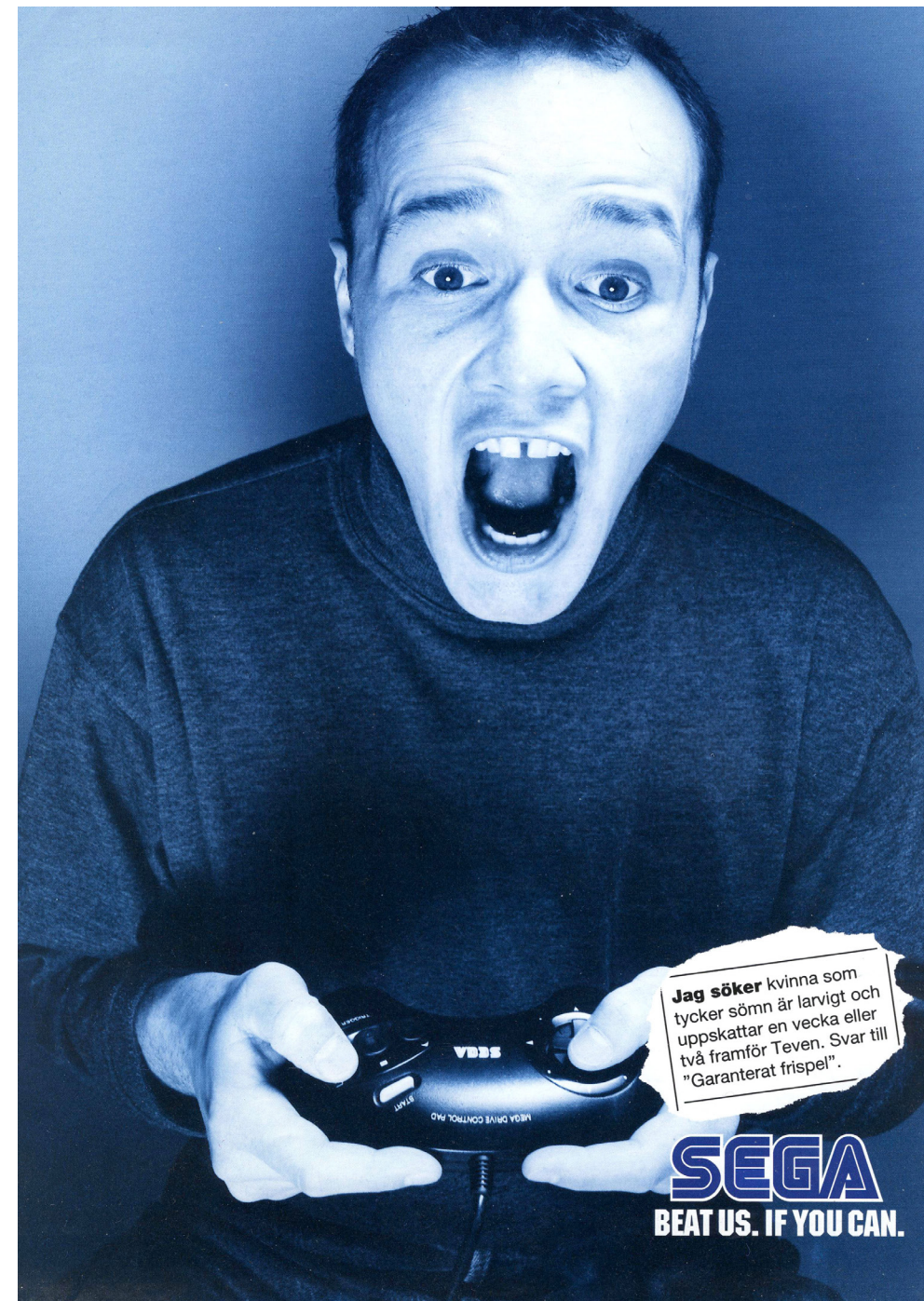
Lycka till!

Eventuell vinstskatt betalas av vinnaren.





Galna kontaktannonser från 1993. Förutom den spelglade mannen på nästa sida så fanns det även en version med en ledsen hund på jakt efter en ny husse som inte spelar SEGA. Varianten ovan med kvinnan är en opublicerad konceptbild.





Stefan Lampinen guidar runt besökare i Brios showroom.



Mässan Spel och Dator '92 i Stockholm blir en stor succé med en välfylld SEGA-monter.

Amstrad

FREE! BUILT-IN GAMES SYSTEM

386sx for £599 VAT

Brilliant for Business, Mega for Games!

INCLUDES 12 MONTHS ON-SITE WARRANTY

SYSTEMS INCLUDE:

- VGA COLOUR MONITOR** 14" DUAL SYNC WITH BUILT-IN STEREO SPEAKERS
- 40 Mb HARD DRIVE**
- 1Mb RAM** EXPANDABLE TO 16Mb
- 3 1/2" FLOPPY DRIVE**
- 256K VIDEO RAM**
- AD-Lib™ SOUND CARD**
- PS/2 TYPE MOUSE**
- PC JOYSTICK** PRECISION ANALOGUE WITH PC GAMES PORT
- GAMES CONTROL PAD**
- FREE SOFTWARE:** MS-DOS 5.0, AMSTRAD DESKTOP
- 12 MONTHS ON-SITE WARRANTY WITH NCR**

386sx 25MHz PC

£599

Amstrad lanserar 1993 en dator med inbyggd Mega Drive. Via en lucka på fronten skiftas läge från PC till Mega Drive. En speciell beige handkontroll medföljer för att matcha färgen på datorn. En liknande mindre kraftfull variant vid namn Teradrive släpptes av SEGA och IBM i Japan 1991.

SEGA FORCE - DEN SVENSKA SEGATIDNINGEN

|| nnan Internet blev gemene mans dagliga verktyg var det svårare att erhålla information om spel. Numera skrivs det om spel i Aftonbladet, snackas om spel i P3 och recenseras i Gomorron Sverige på SVT, men på 90-talet var återkommande bevakning av spel i bredare medier inget att ta för givet. För de flesta var ett besök i spelbutiken det enda sättet att kolla in nyheter genom att scouta hyllorna och testa nya spel på demostationer. Likt Bergsala med Nintendo-klubben drev även Brio en SEGAKlubb. Nyhetsbladen som Brio skickade ut till konsumenterna var samma som även sändes till återförsäljarna med information om nya spel. Nyhetsbladen kallades för SEGA Official Software News och var ett A4 i fyrfärgstryck med korta texter om månadens nya releaser.

Tobaksbutiker och välsorterade kiosker hade ibland engelska speltidningar som Computer & Video Games, Mean Machines och dylika, men de var ofta dyra och kostade 60-80 kronor stycket, vilket var mycket pengar som endast de allra mest spelintresserade var villiga att krossa spargrisen för.

- Vi hade ett avtal med brittiska förlaget Future Publishing och köpte deras tidning SEGA Power. Medlemmarna i SEGAKlubben kunde köpa sex tidningar mot en prenumerationsavgift. Vi byggde prenumerationsregister och skickade ut tidningarna i Sverige, berättar Roger Jönsson.

SEGA Club hade som mest uppåt 50 000 medlemmar och av dem var det ungefär 1500 som prenumererade på SEGA Power.

- När antalet prenumeranter ökade var hustrun tvungen att hjälpa mig med att skicka ut tidningarna. Det var ganska omständligt och inget vi tjänade pengar på. Vi sålde tidningarna till självkostnadspris som en service. För oss var det ett viktigt marknadsföringsinstrument och trots att SEGA Power var på engelska så var det ändå många som gärna ville ha den.

När serietidningsförlaget Semic ringde Brio var det en enorm lättnad för Roger Jönsson. Semic ingår i Bonniers medieimperium.

- När förslaget om en svensk SEGA-tidning kom från Semic sa vi direkt att det bara var att köra, så slipper vi hålla på att skicka ut SEGA Power.

Börje Nilsson, förlagschefen på Semic, är bror till Tommy Boustedt, utvecklingschef på Svenska hockeyförbundet och tidigare tränare för Djurgården, som i sin tur hade kontakt med



Mega Drive Special! SEGA OFFICIAL SOFTWARE NEWS

NEWS Nr 3 SOMMAREN 1992

LÄPPA FÖR EN HET SPELSOMMARI

MARBLE MADNESS
Framtidens läpprintspel idag! Du ska rulla kulan genom 8 nivåer. MARBLE MADNESS är mycket lätt att lära – men mycket svårt att bemästrat! 3 utväringsgrader. Cirkapris 449:-

SONIC
Sonic the Hedgehog är tillbaka! Den blåa kulan som springer snabbare än ljuset är tillbaka! 3 utväringsgrader. Cirkapris 449:-

WHERE IN TIME IS CARMEN
En helt ny typ av spel – som karaktär kallas för deckerspel. Du resar med en teleporter genom 15 århundraden och till all olika platser medan du jagar böver. Du får handboken till att läsa på IBM och för 1 spelare. Cirkapris 595:-
Priser efter butik 6,95 till 25 juni

WONDER BOY IN MONSTER WORLD!
Wonder Boy är en klassisk SEGA-spel – det är nog bara ikonen Sonic som är så populär... Denna gång är äventyret en blandning av action och rollspel. På IBM och med batteri backar upp Cirkapris 995:-
Priser efter butik 6,95 till 25 juni

SENASTE SEGA-NYTT
RING 020-74 40 41!

SEGA

JORDAN VS BIRD
Jag har ett spännande spel från Electronic Arts. Två av världens bästa basketspelare möter här i en spännande fight. På IBM och för 1-2 spelare. Cirkapris 495:-

OLYMPIC GOLD
ARETS SPORT-SPEL – det enda godkända TV-spel till OS i Barcelona och det enda som får ha den officiella OS-symbolen.
Tänk 4-4 spelare i upp till 40 spelare!
Priser i den butik 6,95 till 25 juni.
Cirkapris 495:-

LANDSLAGET LÄR SIG SPELA

„Ja, att spela SEGA, menar vi förstås. Att grabbarna kan spela fotboll är redan bevisat! Tyskland blev visserligen för svårt i semifinalen, men det berodde inte på att killarna spände sig för mycket. Det är väl omöjligt, om man har chans att släppa av med ett SEGA-spel mellan träningspauser? Thomas Ravelli, Anders Limpar och Lars Eriksson har bytt de blåa tröjorna med siffrorna 1, 10 och 12 mot SEGA-tröjor. Både dräkterna står för spel av hög klass...för STORA grabbar.

„Smart är man väl profis på det här spelet också“, vekar Anders Limpar tänks. De båda målvakterna ser inte ut att ta det som en pausning...

„Jo, grabbar, så här går man...“ SEGA:s utövande Stefan Lampinen har fått den unika chansen att visa (f.a.) Thomas Ravelli, Anders Limpar och Lars Eriksson hur man spelar fotboll, men ändå...

„Hur står man ett lag med den här gräsen, att tycka Anders Limpar tundera med sin Game Gear i hand. Precis som Anders är Göran lagom stor, förgävt och väldigt snabb...

TACK FÖR EN LYSANDE INSATS I FOTBOLLS-EN 1992!

DEN EXTREMT FINA OCH BRA POÅNGSKALAN

ORDLISTAN

SCROLLING Det engelska ordet "scroll" betyder "dokumentslita", och scrolling är dataspel för att låta ett dokument "rulla" över en skärm. Här används ordet för att beskriva hur du rör dig genom spelets nivåer – fast det är oftast bakgrunden som rör sig. Det finns två typer av scrolling: Horisontell scrolling: Allt utom spelaren (och eventuellt en plattform) rör sig åt höger. Vertikal scrolling: Allt utom spelaren (och eventuellt en plattform) rör sig upp och ner. Horisontell scrolling: Allt utom spelaren (och eventuellt en plattform) rör sig åt höger. Vertikal scrolling: Allt utom spelaren (och eventuellt en plattform) rör sig upp och ner.

RESET Knappen som låter dig börja om från början, oftast utan att ta bort inställningar som du gjort i "optionsmenyn".

LUS Från engelskan "bug". Fel i programvara. Visar oftast genom att spelet låser sig eller börjar brusas. Mycket sällsynt i videospel. Starta om spelet. Händer det flera gånger så gå till butik och klaga – men kolla först att inte joystick-sladden har lossnat...

BAGGE Samma som "lus".

HIGH-SCORE Rekordbetyg. Förvo-vinstbetyg för första som spelat ett spel. När man kommer igenom ett spel är nästa gräns att nå så många poäng som möjligt. Varning: inget att göra på jagen!

CARTRIDGE Heter "kassett" på svenska, även om ordet också kan betyda "patent". Den lilla plasten i spelet sitter i.

LCD-SKÄRM Här du en Game Gear, så har du en sådan. LCD-skärmen är en bildskärm som har en rutenett av flytande kristaller (Liquid Crystal Display) i stället för de elektronrör som malar upp bilden på din TV-skärm. Den är mindre platt och drar ganska lite ström – åtminstone jämfört med ett TV-rör. Ingen mening att säga det till GO-ägare som bytt sin svärmor med batterier.

Fortsättning i nästa nummer!

POÅNGSKALAN!

I SEGA FORCE ser ni genast vad varje spel heter och vad det har fått för betyg. Här ni till att läsa texten så står där ofta varför ett visst spel fått just detta betyg. Vad betyder då de olika siffrorna? Här får ni en liten tabell!

BETYDER UNGE-FÄR SÅ HÄR:

PÖN	BETYDER UNGE-FÄR SÅ HÄR:	JÄMFÖRT MED OLIKA GÖSIGA MAT-RÄTTER...	...OCH TYPER AV KLÄDER.
100	Helt perfekt! Fines tyder inte	Restaurang Rätt	Frank
90	En klassisk. Har allt	T-Rex steak med allt	Sandwich
80	Mycket bra	Färdig tillagad	Konst
70	Bra spel. Någon svaghet	Kattkall (mamme)	Konst
60	Visst en bra. Någon svaghet	Hamburgare	Jeans & kapp
50	Käp - MEN BARA om du ökar just denna sorts spel	Färdig tillagad	Ultralegga 70 och guldskåp
40	Dåligt. Tråkigt, ful, hemsk musik	Färdig tillagad	Färdig tillagad
30	Spelet är ett klassiskt fel. Typ färdig tillagad	Bleckare	Spelet är ett klassiskt fel. Typ färdig tillagad
20	Rea skit. Fabrikatierat!	Kall bleckare	Spelet är ett klassiskt fel. Typ färdig tillagad
10	Så dåligt finns inte.	Ser bleckare	Ljudning i ljud
0	Små grå lådspel	Vår papp	Begagnade kläder

PRENUMERERA NU!

Ha kommit en helt ny tidning för dig som gillar TV-spel - SEGA FORCE. Du som är registrerad SEGA-spelare får ett starkt specialerbjudande!

● Du får 6 nummer för 92:-
● Om du svarar inom 10 dagar får du en klassisk SONIC-pin som snabbhetspremie!
X Ja visst vill jag ha SEGA FORCE även i brevlådan till specialerbjudet 92:- och få en Sonic-pin som snabbhetspremie!

Premskod: 20 462 001 001

Skriv tydligt - TEXTA!

Namn: _____
Adress: _____
Postadress: _____
Om du är under 16 år ska din mamma skriva på här: _____
Jag har: ☐ Mega Drive ☐ Master System ☐ Game Gear ☐ Sega TV-spel
Aldre: _____
Allt annat underskrift: _____

SVARSPOST
Knr. 110 662 554
110 03 Stockholm

Nyhetsbladen från SEGAKlubben (t.v.) upphörde att komma reguljärt när SEGA Force etablerat sig.

Tommy Töpel på Svenska hockeyligan. I och med att Brio var en tung annonsör som marknadsförde SEGA på Elitserielagens hjälmar och även senare var i samarbete kring Elitserien till Mega Drive, snackades det mycket SEGA i korridorerna hos den svenska hockeyns maktshavare.

- Börje Nilsson på Semic fick upp ögonen för SEGA och kontaktade oss där de frågade om möjligheterna att ge ut en SEGA-tidning. Jag och Anders Hallberg träffade dem på ett möte och vi kom snabbt överens. Det enda åtagandet från vår sida var att förse tidningen med material som produkter för tester och lovade att annonsera minst en helsida i varje nummer. Det var ingen jätteinsats i pengar, speciellt inte med tanke på hur viktigt det var för marknadsföringen att få ut en svensk tidning med bred distribution.

”SEGA Force präglades av mycket attityd och bisarr humor. Stundvis kändes tidningen väldigt taggig med grälla färger, men med mycket hjärta och glädje.”

Den beryktade humoristiska betygsskalan.

Prenumerationsblanketten medföljde konsolen.

Brio försåg Semic med kundregistret från SEGAKlubben så de kunde erbjuda alla medlemmar SEGA Force. Alla nya köpare av Mega Drive fick prenumerationserbjudande med konsolen. Första numret kom ut september 1992 och i det kunde man läsa om det hett efterlängtrade Sonic 2.

SEGA Force präglades av mycket attityd och bisarr humor. Stundvis kändes tidningen väldigt taggig med grälla färger, men med mycket hjärta och glädje. Betygsskalan förklarades ofta med olika sorters jämförelser som resor, snorkrår, väder eller cyklar, där högsta betyg 100 jämfördes med en 21-växlad mountainbike, medan bottenbetyget jämfördes med en träcykel och det finns termer i närheten. Tidningen fostrade läsarna till fanboys med en pubertal ton. Läsarna skickade in teckningar där Mario lemlästades eller hänades av Sonic, som sedan ogenerat publicerades i tidningen. När Nintendo nämndes var det genom AB grå lådan, Nintanto eller Nintonto. NES kallades för Lilla grå lådan och SNES för Stora grå lådan.

- Jag tror inte målgruppen 16 år och uppåt satt och läste i serietidningsformat, men Nintendo hade sin tidning Nintendo Magasinet och det var ett sätt att möta upp konkurrensen. Det var inte avgörande, men tror nog att SEGA Force gjorde en hel del för SEGA som varu-



Artisten Jens Lekman var en av många som skickade in tecknade serier till SEGA Force.



Ovan ett foto på Patte i tips & tricks-sektionen.

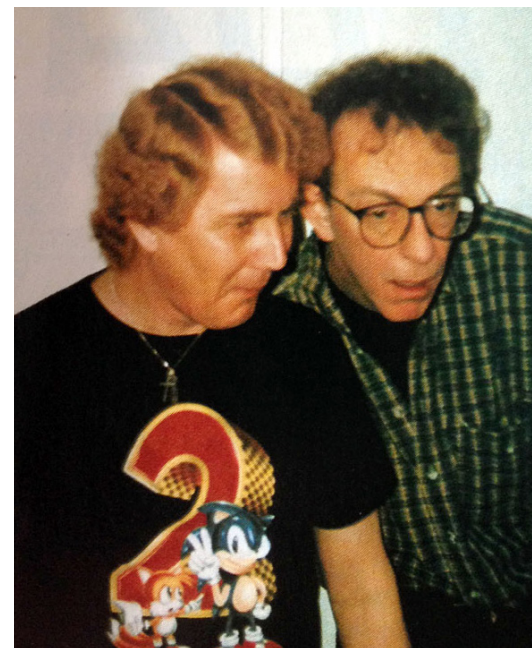
märke och hjälpte till att det såldes 150 000 maskiner.

Redaktionen som knåpade ihop SEGA Force bestod av Mats Jönsson och Patrik Lindqvist på plats hos Semic. Redaktören Mats Jönsson var ingen inbiten spelare, utan hade sin bakgrund som serietidningsredaktör. Han var en skåning född i Trelleborg som flyttade till Stockholm för att jobba på Semic 1986, då som redaktör för Fantomen, en position han satt på fram till 1990. Han skrev även Fantomen-avsnitt mellan 1998 och 2002 samt som akvarellmålare illustrerade han även flera Fantomen-omslag. Endast 53 år gammal gick han bort den 18 februari 2007, då var han redaktör för Ernie och Fantomen Krönika.

Layoutaren Patrik Lindqvist gick under smeknamnet Patte och framställdes på ett humoristiskt vis som en våldsälskare. Med sitt kampsportsintresse tog Patte ofta an sig fightingspel eller beat'em up. Han använde frekvent ordet mörsa efter ordet mörsare, som är en artilleripjäs. Mörsa var detsamma som kötta, krossa, meja eller liknande för att på ett skämtsamt sätt illustrera intensiva actionspel. Förutom Mats Jönsson och Patte figurerade flertalet frilansare i SEGA Force, som bland annat stå upp-komikern John Thelin och den tidigare make up-artisten Yesmin Bilgic som är författare till romanerna Defekt och Pause/Play.

- Jag tjtade om att jag ville skriva om spel och så fick jag skriva för SEGA Force, minns Yesim Bilgic.

Även Rolf Larsson var med under sin pseudonym Dr Roffe och profilerades hårt i SEGA Force.



Dr. Roffe och Mats Jönsson i vad som ser ut att vara ett intensivt speltest.



- Ibland var jag med och recenserade spel också, berättar Rolf. Jag var uppe hos dem i Sundbyberg och vi satt oss ner och pratade om spel. De fick låna spel av oss innan spelen hade släppts i butik. Det var lite bångstyrigt att jobba med dem, men vi hade väldigt bra kontakt och de var duktiga. Patrik var lite egen och Mats Jönsson var mycket sympatisk.

Roffe minns när han och Mats åkte med till USA.

- När Brio lanserat första Elitserien hade vi en stor tävling för återförsäljare i Sverige, där vinsten var att man fick åka till USA och besöka Electronic Arts. Jag och Mats fick följa med för att skriva artiklar om resan, vilket var riktigt kul, han var trevlig att umgås med. Vi fick se utvecklingsstudiorna, där man gör spel hos EA.

Besöket gjorde stort intryck på Rolf som med egna ögon fick se hur många utvecklare som arbetade på varje spel.

- Det är enorma kostnader i sådana spelproduktioner. Ibland kan det ta flera år att ta fram ett nytt spel, beror så klart på vilket typ av spel, men minst ett år. Jag tror inte alla konsumenter som håller spelet i sin hand begriper vilka stora pengar det handlar om.

I nummer 6/94 introducerar SEGA Force något de kallar Master Shop. Antalet återförsäljare som har Master System i sitt sortiment blir allt färre i takt med att Mega Drive helt och hållet tar över. I Master Shop erbjuder de spel på postorder. Genom att sätta in pengar på postgiro får

läsaren sina spel skickade till sig inom två veckor. Det var nya spel som bland annat Deep Duck Trouble för 449 kronor och Asterix: The Great Rescue för 495 kronor samt reaspel som Brio hade överlager av som till exempel Speedball för 99 kronor och Global Gladiators för 199 kronor.

Ett SEGA på nedgång med flaskot 32X och lågt intresse för Saturn samt fler konkurrerande speltidningar som Interface, High Score och Super Power i magasinformat leder till att SEGA Forces läsarskara konstant minskar. Sommaren 1995 beslutar Semic att lägga ner SEGA Force efter 20 nummer. Super Play som tidigare enbart koncentrerat sig på Nintendo börjar då skriva om SEGA i hopp om att locka nya läsare. Man uppskattar att tilltaget endast bidrog med 300 nya läsare. Kanske var det Nintendo-stämpeln som skrämde och andra tidningar som High Score som mer tilltalade SEGA-spelarna, eller så kanske det bara vittnade om att intresset för SEGA var i utförsbacke.

BLI MEDLEM I SEGA POWER CLUB



SEGA POWER CLUB

Nu startar vi SEGA POWER CLUB. Det är inte vilken klubb som helst. Som medlem får du en tidning med massor av inside information om TV-spel 4 ggr per år. Du får ett medlemskort i plast som kommer att ge dig värdefulla rabatter i framtiden. Dessutom kommer du att få erbjudanden som bara är för medlemmar. Det enda du betalar för är portokostnaden

för att få SEGA POWER MAGAZINE hem i brevlådan. Det rör sig om minimala 25 kronor. Skicka in kupongen så har du nästa nummer redan i november.

DETTA FÅR DU:

- SEGA POWER MAGAZINE 4 ggr per år.
- Medlemskort
- Värdefulla rabatter
- Erbjudanden bara för medlemmar

SEGA POWER CLUB

Nu startar vi SEGA POWER CLUB. Det är inte vilken klubb som helst. Som medlem får du en tidning med massor av inside information om TV-spel 4 ggr per år. Du får ett medlemskort i plast som kommer att ge dig värdefulla rabatter i framtiden. Dessutom kommer du att få erbjudanden som bara är för medlemmar. Det enda du betalar för är portokostnaden

för att få SEGA POWER MAGAZINE hem i brevlådan. Det rör sig om minimala 25 kronor. Skicka in kupongen så har du nästa nummer redan i november.

DETTA FÅR DU:

- SEGA POWER MAGAZINE 4 ggr per år.
- Medlemskort
- Värdefulla rabatter
- Erbjudanden bara för medlemmar

VINN EN SEGA MEGA CD

Skynda dig att skicka in din anmälan och berätta med högst 10 ord varför det är roligt att spela SEGA TV-spel. Första pris är en MEGA CD. 75 vinnare får sedan varsin Sonic T-shirt eller Sonic mugg eller Sonic klocka. Vinnarna utses av BRIO/PlayMix och meddelas per brev före den 30 september. De presenteras också i nästa SEGA POWER MAGAZINE.




SEGA

BEAT US. IF YOU CAN.

Efter nedläggningen av SEGA Force börjar Brio åter lägga mer resurser på en egen klubb som gör en ny-start med det internationellt klingande namnet Sega Power Club. Nyhetsbladet får namnet SEGA Power Magazine och liknar en tabloidtidning i fyrfärgstryck med korta artiklar och reportage.

WCL mot PGA II

Forts. från föregående sida:

Både World Class Leaderboard och PGA II kan spelas av 1 - 4 spelare

...men spelar du ensam kan du ändå möta datastyrda spelare.

I WCL får du göra iordning motståndarna själv, men i PGA II finns det 10 färdiga proffs som väntar på att bli utmanade. Det finns fördelar och nackdelar med båda alternativen. Det är synd att WCL inte har batteri-back-up, för det är en av de bidragande orsakerna till att PGA II står som segrare vid en jämförelse av de båda spelen.

Johan Spångberg

Grafik

Graffen är bäst i WCL. Det finns flera träd och molnen rör sig faktiskt i bakgrunden. Överhuvudtaget är grafiken mjukare och rundare i PGA II.

Spelkänsla

Här vinner PGA. Det beror på att bollen har en mera verklighetstrogen bana, och att synvinkeln ändras så att man ser bollen komma emot sig. Det är inte mycket som skiljer PGA II från riktigt golf.

Ljud

I båda dessa spel har vi blivit förskonade från musik. Visst kommer det en trudelutt i inledningen och vid flygbilden, men när man ska slå är det tyst. (Fattas bara. RED) Effekterna är inte mycket att orda om - de är som de ska, med applåder och publikjubel. (Det förbannade fågelkvittet i PGA II, då? RED)

Hållbarhet

Två spel som kommer att hålla länge. Den enda faran med WCL är att man kan tröttna på puttningen och att det därför blir liggande. Vad angår PGA II, så blir det nog liggande lika länge som NHLPA 93 - var och en får väl tolka det som den vill...

Irritationsnivå

Jag retade mig bara på en sak, och det var i WCL: Hamnar du precis bakom ett träd, så måste du dra iväg 3-4 slag rätt in i trädet för att komma därifrån. Räkna med att dra iväg 3-4 svordomar också...

14



BE TYG S TER MO METERN

© 1995 Anna Barkman AB

100	Perfekt. Programmerarna jobbar på gränsen till det omöjliga - alla andra också.	Som att flyga Concorde med 6 privata flygvärldinnor
90	En klassiker. Bäst i sin kategori. Har nästan allt.	Som att flyga i första klass med VIP-flagga på passagerarlistan
80	Mycket bra. Har det mesta man kan önska sig.	Som att flyga i Business Class med extra bekvämlighet
70	Bra spel, men det finns svagheter.	Som att flyga i Business Class utan extra bekvämlighet
60	Värt att ha, men har flera svaga punkter. Köp om du gillar denna sorts spel!	Som att flyga i Apklass när vädret är ok. Trevligt stolsgranne.
50	Som ovan + tekniska fel som flicker-screen, tröga sprites osv.	Som att flyga i Apklass när vädret är sämre. Fyllt stolsgranne.
40	Dåligt, fullt, irriterande. Töntig spelidé. Nu har ni gjort dåligt, boyz & girlz!	Fortfarande i Apklass, lite sämre väder. Fylltratt som stolsgranne.
30	Som ovan + tekniska klanterier. Rasar och gör i bakläs. Blaaääh!	Det börjar bli grottigt. Fyllt i stolen intill börjar ulka.
20	Ren skit. En gata ett sådant överhuvudtaget släpps. En gång till så jä...	Fyllt gör en pizza på din matbricka. Personalen spänner fast sig. Hårt.
10	Så dåligt finns knappst ens på "50-spel-i-en"-kassetter, men var inte för säkra.	Fyllt tar över spelarna. Personalen visar hur man intar "brace positions".
0	Kris i fabriken. Är detta en kassett eller en dubbelmacka på chips & asfalt?	Fyllt frågar om någon vet frekvensen till flygledartornet i Sarajevo.
-10	CD-spel där man förväxlat spelet med Arvingarnas senaste LP...	Fyllt frågar om man kan landa hårt med last av svetliga dynamitgubbar.

Våra betyg är naturligtvis inte rättvisa och 100% objektiva. De är resultatet av ett antal olika åsikter, och vi gör så gott vi kan för att eliminera smak & tycke, men det finns alltid någon som tycker annorlunda. Gröt inte om vi kör ditt favvo-spel i backen!

SONIC SOM SERIETIDNING

Parallellt med SEGA Force börjar Semic även ge ut serietidningen Sonic the Hedgehog som är mer klippt och skuren för förlaget vars styrka är just serietidningar. Första numret kommer ut våren 1994 och tidningen ges ut varannan månad. Börje Nilsson är ansvarig utgivare och Mats Jönsson sköter allt dagligt arbete som redaktör med ansvar för översättning och layout. Första numret har en annons för SEGA Force med reklamtexten: "Vill du veta mera om de senaste spelen? Läs SEGA Force". Märkligt nog har SEGA Force aldrig någon annons för förlagets serietidning. Tidningen är kortlivad och sista numret blir nr. 3 1995.

Trots sin korta livslängd i Sverige är serietidningen ur internationellt perspektiv unik. Den amerikanska förlagan är nämligen den serietidning baserad på ett spel som överlevt längst och är erkänd av Guinness rekordbok. Den ges fortfarande ut i USA och är uppe närmare 300 nummer när detta skrivs. Utgivare är Archie Comics som varit verksamma sedan 1939. Förlaget är mest känd för sina tidningar med Archie eller Ace som han heter i Sverige. Serietidningen kretsar kring Sonic och Tails samt antagonisten Dr. Robotnik, men innehåller även karaktärer som valrossen Boomer (Rotor Walrus på engelska), robotkaninen Nina (Bunnie Rabbot), prinsessan Sally (princess Sally Acorn) och ökenräven Antoine von Rääv (Antoine D'Collette). Tails behåller samma namn på svenska till skillnad från i Sonic 2 där han kallas för Fracken på svenska i instruktionsboken.

Archie Comics ger även ut Sonic Universe, en spinoff som började som Sonic X, vilken i sin tur baseras på den japanska animen med samma namn. Animen går fyra säsonger under åren 2003-2006 och blir väldigt framgångsrik. Förutom USA och Japan visas Sonic X även i flera länder i Sydamerika, Frankrike och gick även i Sverige på Kanal 5 och Jetix (som ersattes i kanalutbudet av Disney XD september 2009).

Serietidningen Sonic the Hedgehog ska ej blandas ihop med brittiska Sonic the Comic som gavs ut 1993-2002 av Fleetway Editions, ett förlag som senare integrerades i Egmont. Förutom den blå igelkottens äventyr innehåller Sonic the Comic även serier med spel som bland annat Decap Attack, Shining Force, Golden Axe och Streets of Rage samt nyheter och recensioner av spel.

För att återkoppla till den svenska serietidningen med Sonic så pryds baksidan av första numret av en annons från satellitkanalen Filmnet och deras barnkanal K-TV. Filmnet erhåller rättigheterna till den tecknade serien Adventures of Sonic the Hedgehog. Den tecknade serien består av 66 avsnitt över tre säsonger. Filmnet blir senare Canal+, när det franska bolaget med samma namn köper upp dem 1996. Bakom serien står produktionsbolaget DiC Entertainment. Premiären sker den 6 september 1993 på ABC i USA. Karaktärerna i Adventures of Sonic the Hedgehog känns igen från serietidningen.

Bland de svenska rösterna hörs bland annat Johan Hedenberg som Dr. Robotnik och Hans Jonsson som Sonic. K-TV visar även Kapten N och Super Mario Super Show, som Jonsson och



Hedenberg också lånar ut sina röster till. Varje avsnitt avslutas med Sonic Sez där Sonic staplar moralkakor. Han uppmanar kidsen att inte skolka, inte röka, inte använda vapen eller begå sexuella övergrepp. I Storbritannien klipper Channel 4 bort detta segment eftersom de anser att det är lite väl grova handlingar som Sonic avråder från, vilket de tycker är olämpligt att exponera barn för.

Parallellt gör även DiC Entertainment den lite mörkare tecknade serien Sonic the Hedgehog som också går på ABC med premiär den 18 september samma år. Serien har en mer komplex handling under sina två säsonger med 26 avsnitt. Samma personer som gör de svenska rösterna i Adventures of Sonic the Hedgehog gör även rösterna till Sonic the Hedgehog. Serien visas på TV3. Då annonsen från Filmnet har pratbubblan "K-TV är ensamma om att få visa mej på TV." lär säkerligen en och annan chef på Filmnet känt sig snuvade på exklusiviteten när TV3 rullade ytterligare en tecknad serie med Sonic från samma produktionsbolag som Filmnet köpt in sin Sonic-serie ifrån!

Den amerikanska originalrösten för Sonic i både Sonic the Hedgehog och Adventures of Sonic the Hedgehog spelas av Jaleel White, en skådespelare som är mest känd för sin roll som nörden Steve Urkel i komedin Family Matters (Räkna med bråk på svenska).

SVENSKA MÄSTERSKAP I SEGA

E-sport som står för elektronisk sport har blivit ett vedertaget begrepp och fördes in i 2013 års lista över nyord från språkrådet. Sverige har rönt framgångar inom e-sport med spelare som Madeleine "MaddeLisk" Leander som åtskilliga gånger blivit damvärldsmästare i Starcraft 2 samt Emil "HeatoN" Christensen som med vinster inom alla de stora ligorna ansågs vara en av världens bästa Counter-Strike-spelare. Tävlingar inom tv- och datorspel är något som dock pågått länge. Redan 1983 anordnade Atari de svenska mästerskapen i Centipede, där två vinnare fick åka till VM i München. 1992 var speltävlingar rejält på tapeten med både SM i SEGA och Nintendo.

Det svenska SEGA-mästerskapet ingår i SEGA European Challenge 92. Tävlingar sker i Olympic Gold, det officiella spelet för OS i Barcelona 1992. Med ett OS-spel så känns kopplingen till tävling naturligt. Coca Cola är högt involverade med så väl reklam i spelet som i tävlingarna. I Sverige vinnas tävlingen av 16-åringe Daniel Hemgren från Gävle. Han är på besök hos en vän



Daniel Hemgren, vinnaren 1992, tillsammans med Ray Cokes från MTV.



Daniel Hemgren med intensiv blick under tävlingen.



Ovan syns Mikael Roth och Per Lundborg, vinnarna i junior respektive senior-klassen 1993. Nedan SM-finalen 1993 på Globens hotell. Nästa sida: Damon Hill och Mikael Roth vid EM-finalen.



Året därpå är det dags för ett nytt SM i SEGA Champ 93. Denna gång blir det inte enbart en turné, utan man involverar alla SEGA-återförsäljare för lokala kval i en junior- och en seniorklass under våren. Kvalet sker i Sonic 2 och det gäller att samla mest poäng på den första banan. De bästa får åka till SM-finalen på Globens hotell i Stockholm den 22 maj. Författaren av denna bok vann butikstävlingen på Ny Data i Kristianstad (samma butik som han drygt ett år senare börjar arbeta för), men fick inte tillräckligt bra resultat för att kvalificera sig till själva finalen.

Förutom final så blir det även premiärvisning av Mega CD i Sverige som ska släppas några dagar senare. Dragplåstret gör att läktaren fylls illa kvickt. Vinnare i juniorklassen är Mikael Roth, 13 år från Stockholm och bäste senior är Per Lundborg, 15 år från Linköping. Christian Martinsson (numera Ponziani) produktchef från Brio blir resledare och tar med de båda unga herrarna till EM som sker i början av september i Wien, Österrike. Där tävlar de i Cool Spot och Jungle Strike på Mega Drive samt Final Fight och Jaguar på Mega CD. Mästerskapet bevakas av media, förutom spelmedia så finns även flera tv-kanaler som brittiska Sky One på plats. Roth vinner EM, medan Lundborg blir trea i seniorklassen efter tävlande från Finland och Spanien. Priset delas ut av F1-förarna Damon Hill och Alain Prost från Williams-Renault-stallet som SEGA sponsrar. Dessutom får de se Bon Jovi och Billy Idol uppträda.

- Jag minns att vi åt frukost med Damon Hill på tävlingsdagen vilket var lite häftigt. Jag fick en t-shirt med en handmålad svensk flagga på ryggen, riktigt snygg, berättar Lundborg.



SVENSK EUROPAMÄSTARE I TV-SPEL



I början av september avgjordes SEGAs EM i TV-spel i Wien. Av 18 tävlande från 9 länder fanns två svenskar. Mikael Roth från Stockholm vann juniorklassen och bland



seniorerna knep Per Lundborg från Linköping en tredjeplats.

SM-TITEL

Det började i våras med uttagnings tävlingar i Sverige. Drygt 2000 personer tävlade i Sonic 2. De fem bästa resultaten i varje åldersgrupp gick vidare till SM-final. Efter mycket jämn kamp stod slut-



ligen Mikael Roth och Per Lundborg som slutsegrare och var därmed kvalificerade till EM.

KONSERT

I Wien började EM-finalisterna med att gå på konsert med Billy Idol och Bon Jovi.

Därefter fick de känna på de aktuella spelen. Man tävlade i fyra olika spel – Cool Spot och Jungle Strike på MEGA DRIVE och Final Fight och Jaguar på MEGA CD. Allt bevakades av flera TV-stationer.

SEGA CHAMP

Mikael Roth tog kommandot direkt och stod som klar

vinnare redan efter tredje spelet. Även Per Lundborg hade stor chans att vinna men föll på mållinjen och slutade på bronsplats. Priserna delades sedan ut av Formel 1 stjärnan Damon Hill.

Två mycket nöjda svenskar stod då på pallen och fick ta emot både medaljer och publikens jubel.

Kons olliderat

Det tävlades i två klasser, Juniorer respektive Seniorer. Bland juniorerna vann Mikael Roth från Stockholm och bland seniorerna intogs en mycket betydande tredjeplats av Per Lundborg från Linköping.

SM

Det började i våras med uttagnings tävlingar runt om i Sveriges TV-spelsbutiker där drygt 2000 personer tävlade med Mega Drive titeln Sonic 2 och det gällde här att skrapa ihop så mycket poäng som möjligt på första banan. De fem bästa resultaten i varje åldersgrupp gick vidare till SM-finalen som hölls i Maj. Efter en mycket jämn kamp stod så Mikael Roth, 13 år, och Per Lundborg, 15 år, som slutsegrare och hade därmed kvalificerat sig vidare till EM som representanter för Sverige.

EM-tävlingen

Till Wien kom man fredagen den 3:e september, dagen innan man skulle tävla. Man vyös på rundtur i staden och åkte sedan direkt till en konsert med Billy Idol och Bon Jovi. Efter frukost på lördagen fick de tävlande chans att värma upp genom att prova spe-

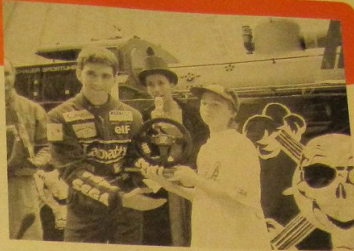
Mikael Roth blev bäst i Europa !!

Den 4:e september avgjordes Europeiska Mästerskapen i TV-spel, plats: Tekniska Muséet i Wien. 18 tävlande från nio länder gjorde upp om den åtråvärda mästartiteln.

len de skulle tävla i senare under dagen.

TV-bevakning

Efter det att den samlade pressen fått intervjuas finalisterna bar det av till tävlingslokalen inne i det antika Tekniska Muséet i Wien. Man tävlade i fyra olika spel på



kampen mot Finland och Spanien. Trots massiv TV-bevakning från olika europeiska bolag behöll de båda svenskarna sitt lugn och förde Sverige till en Guld- och en Bronsplats.

Prisutdelningen

Priserna delades ut av F1-för-

Resultatlista

Juniorer	Cool Spot	Final Fight	Jungle Strike	Jaguar
1. Mikael Roth, Sverige	2720	14040	2000	30000
2. Rafael Sanchez, Spanien	2020	13100	1500	41300
3. J. Almon, Storbritannien	1720	12800	7400	12700

Seniorer:

1. Mikael Roth, Sverige	2720	12940	11400	37100
2. José Gervás, Spanien	2140	14240	8600	47800
3. Per Lundborg, Sverige	5100	11200	9200	41800

FRÅN TÄVLANDE TILL BRANSCHPROFIL

För Pelle Lundborg är SEGA Champ 93 bara början på en fantastisk spelkarriär, om än mindre tävlingsrelaterad. Han öppnar Spel- och Teleshoppen i Linköping under mitten av 90-talet. Butiken säljs senare till postordergiganten Nordic Games som ägs av Lars Wingefors och vill expandera med egna butiker vid sidan av postorderverksamheten. Lundborg arbetar vidare inom Nordic Games, men efter ett par år så tar han en tjänst hos tillbehörstillverkaren Joytech som ägs av Take-Two (bolaget som äger Rockstar och Grand Theft Auto). Wingefors och Lundborgs banor korsas igen 2004 i det nya bolaget Game Outlet som säljer spel billigt på pall, vilket blir oerhört framgångsrikt i stormarknader och varuhus. Vissa spel är mer eftertraktade än andra och svåra att få tag på. För att fylla behovet återuppväcks varumärket Nordic Games som ett förlag 2008 och ger samma år ut dansmattspel och racingtitlar som dels säljs på pall, men också separat. Pelle Lundborg blir förlagschef. Nordic Games stora framgång kommer 2009 när de ger ut karaokespelet We Sing till Wii. Under åren 2011-2013 expanderar Nordic Games Group och köper butikskedjan GAMEs drygt 40 butiker i Sverige och Norge, flera spelförlag som Jo-Wood, Dreamcatcher och The Adventure Company samt åtskilliga rättigheter och varumärken från bland annat THQ och Atari. Bland dessa ingår spelserier som Darksiders och MX vs ATV från THQ samt Desperados och Silver från Atari. Medan satsningen på GAME inte blev lyckad och butikerna stängdes, så går förlaget som taget. 2016 byter Nordic Games namn till THQ Nordic och börsnoteras på OMX Nasdaq i Stockholm.



Spel- och Teleshoppen i Linköping 1996.

Mästerskapen följdes flitigt av media, ovan bl.a. utdrag från Svenska Hemdatortnytt.

UTHYRNING AV MEGA DRIVE

En framgångsfaktor för Nintendo i Sverige är uthyrningen av spel. Eftersom det kostar en del att köpa en NES så växer uthyrningen när nyfikna vill testa genom att hyra basenheten. De som redan har en konsol hyr spel eftersom de kanske inte har råd att köpa nya spel till fullpris eller helt enkelt för större variation då man för samma summa som ett nytt spel kostar kan hyra flera olika spel. Uthyrningen sker till stor del via videobutiker och de hör inte till skaran av traditionella butiker som säljer spel. Därför krävs det en separat organisation med erfarenhet och kontaktnät i den världen för att lyckas. Istället för Nintendo-distributören Bergsala är det Yapon som tar hand om uthyrningsdelen. Däremot är Owe Bergsten och Lars Jarhamn från Bergsala delägare i Yapon. Företaget når ut till närmare 2000 uthyresbutiker.

”Vår idé var i första hand att paketera ihop det för uthyrning med videobutiker likt Yapon, men vi försökte även undersöka om vi kunde få agenturen för SEGA.”

Yapon är beläget i Borås, känd för sina postorderföretag och har en lång tradition av knallar, kringresande handelsmän. För att nå ut till alla videohandlare behöver man många säljare ute på fältet. Ett annat företag inom videobranschen, också från Borås som har många utesäljare är Kanal 10. Det är ett dotterbolag till Scandinavian Channel som arbetar med TV- och filmrättigheter. Kanal 10 hanterar köpfilm på VHS och är den största aktören inom området vid slutet av 80-talet. De har i princip avtal med alla stora aktörer förutom Disney. Med sina 18 säljare är de framgångsrika och har total geografisk täckning.

Yapons framgång går inte Kanal 10 obemärkt förbi. De har samma förutsättningar att vara framgångsrika inom uthyrning av spel och får upp ögonen för SEGA.

- Vi tog kontakt med Dennis Bergström som då distribuerade SEGA. Jag träffade först honom, sedan skickade han ner Kenneth Klingborg till Borås. Men det blev inget av det, berättar Peter Levin, chef för Kanal 10.



Peter Levin börjar med uthyrning av Mega Drive, ett äventyr som gör honom till en av Sveriges mest inflytelserika personer i spelbranschen.

De ger dock inte upp. Indirekt via Dennis Bergström får de kontaktuppgifter till SEGA och börja kommunicera med dem via fax.

- Dennis Bergström var på väg att avveckla agenturen för de hade inte fått fotfäste. Vår idé var i första hand att paketera ihop det för uthyrning med videobutiker likt Yapon, men vi försökte även undersöka om vi kunde få agenturen, säger Peter Levin.

Kanal 10 bestämmer sig för att resa till Tokyo och träffa SEGA. Peter Levin flyger in till Tokyo via Singapore och hans affärskollega åker från Australien.

- Jag kom in på morgonen och kände mig ordentligt sliten när jag hoppade på bussen in till hotellet där jag skulle träffa min partner. Jag duschade, svidade om, på med blåkostymen. På väg till SEGAs kontor kom energin tillbaka. Det var ofantligt spännande att se SEGA, vi fick en visning av hela kontoret med deras sovsalar för sina utvecklare.

De slussas sedan till den internationella avdelningen där försäljning och export hanteras. Skrivborden är inte större än en attachéväska. Här sker möten i flera timmar och på japanskt vis i hierarkisk ordning. Efter en sen lunch med för mycket sake på SEGAs egna restaurang i kontoret fortsätter mötena.

- Efter att vi haft förhandlingar med fyra olika personer kom vi slutligen till Hayashi som är

ansvarig för internationell försäljning. Jag kommer ihåg att vi satt i en glasbur där han hade sitt kontor. Helt plötsligt på ett givet klockslag under eftermiddagen så reste sig alla medarbetare, tog sin papperskorg och tömde den i en soptunna i korridoren. Sedan gick de tillbaka till sin plats och satte sig. Snacka om disciplin.

När arbetsdagen väl tar slut sent framåt kvällen avslutar Hayashi genom att ta med sina besökare på middag. Det blir en lång natt.

- Jag rasade in sent på Tokyo Hilton och sov bara tre timmar innan det var dags att gå upp igen och göra sig redo för hemresa. Som souvenir tog jag med en fjärrkontrollshållare i kristall från hotellet. Det var ett komprimerat dygn, skrattar Peter Levin.

- Vad vi inte visste, men fick veta i efterhand och som sannolikt var anledningen till att japanerna tog emot oss, var att Brio hade visat intresse.

SEGA vill skaffa sig mer information om den nordiska marknaden och utvärdera olika alternativ innan de bestämmer sig för vem som ska få agenturen.

- Japanerna var väldigt artiga och meddelade att Brio fått agenturen. Då kontaktade jag Anders Hallberg. Vi träffades på en vägkrog mitt emellan Borås och Osby. Så tecknade jag avtalet med Brio istället. Det enda vi var ute efter var uthyrningen och hantera videofackhandeln, som Brio ändå inte hade ambition att ta hand om själva. Anders Hallberg är en helt suverän kille. Det blev ett väldigt fint samarbete och jag lärde även känna Roger Jönsson och Stefan Lampinen i samband med detta. Vi fyra blev väldigt goda vänner.

Redan nio månader efter avtalet tecknats med Brio så lämnar Peter Levin bolaget.

- Min dåvarande affärskollega trodde inte på tv-spel och ville koncentrera sig på film, så jag bad att få sluta. I god anda tog jag med mig samarbetet med Brio och startade Hent-gruppen.

- Vi började tidigt arbeta med det som blev Hent-gruppen, de tog hand om uthyrningen av Mega Drive. För oss var det ren marknadsföring, man lät konsumenten testa genom uthyrning. Dessutom syntes Mega Drive på fler ställen som vanligtvis inte sålde spel, säger Roger Jönsson på Brio.

Hent-gruppen tar själva hand om Sverige och samarbetar med CCV i Norge, LM Media i Finland och Scanbox i Danmark. Hyrspelen kostar mellan 745-845 kronor exklusive moms att köpa in. De flesta butiker hyr ut spelen för 35-50 kronor per dygn, vilket betyder att de behöver hyra ut ett spel upp till 25 dygn innan det börjar generera vinst. Själva konsolen i hyrväska kostar 1695 kronor att köpa in.

Vissa titlar som baseballspelet Hardball 3 från Accolade, fightingspelet Fatal Fury från SNK och Gamefabriques arkadspel Atomic Runner finns endast för uthyrning. Det händer även att spel släpps för uthyrning innan de finns tillgängliga att köpa, vilket sker med Batman och Tazmania som lanseras en månad senare som vanliga "köpspel" av Brio. Även Mortal Kombat är initialt exklusivt för uthyrning och släpps under mellandagarna 1993. Enligt Hent-gruppen är efterfrågan så stor på Mortal Kombat att "en av årets mest omtalade titlar har sålt över våra

SEGA NEWS

SEGA NYHETER SAMMANSTÄLLDA AV HENT-GRUPPEN NR5 • OKT-NOV 1992

VIDEO -92 EN SUCCÉ



Öka Uthyrningen

Vi på HENT-Gruppen försöker aktivt hjälpa dig till en ökad uthyrning. Höstens stora DR-kampanj är ett fint exempel på detta. Vad vi konstaterar är som tidigare att en del av våra kunder har för låga megadrives i butiken. Precis som att ha för lite kopior på de senaste titlarna blir detta en begränsande faktor avseende hyresintäkterna. Naturligtvis är det delvis en ekonomisk fråga, men mitt något näsvisa motinlägg blir samtidigt – Har du råd att ha för låga megadrives eller kopior?

Avslutningsvis några rader om årets ECTS (Electronic Computer Trade Show) som gick av stapeln i London 5-7/9. SEGA har Europas 16-bit marknad i ett järngrepp. Allsammans förstärks av att man nu bestämmer sig för introduktion av Mega-CD vid Parismässan i november. Vi kommer således att ha underverket här under första halvåret -93.

Fram till dess kan vi se fram emot mycket fantastisk mjukvara under okt-december. Kronan på verket blir naturligtvis **Sonic 2!**

Vi hör och lycka till! Med vänlig hälsning
Peter Levin
HENT-GRUPPEN

Vår monter på Video-92 var mycket välbesökt och omtyckt. Vi hade möjlighet att visa upp inte mindre än 72 SEGA-titlar! "Småfolk" inlånade från SEGA-klubben såg till att alla som tittade in fick högkvalificerade demonstrationer. Sonic var ju också på besök och snabb som han är häffade han en av sina stora fans, ingen mindre än Björn Skifs. Björn spelar naturligtvis SEGA mellan uppträdandena (é de ' sant?). Video-92 gav oss en oerhörd kick inför hösten/vintern och vi har ökat på antalet SEGA uthyrare rejält. □

SEGA SEGA SEGA SEGA SEGA SEGA

Likt Brio hade Hent-gruppen även egna nyhetsutskick. Eftersom vissa åf, som videobutikerna, endast hade uthyrning fanns behovet att göra nyhetsbrev som var mer inriktade på uthyrning.



CHECK THIS OUT

• **-din nya intäktskälla!**

• **N**u sparkar vi igång försäljningen av begagnade TV-spel. Videobutiker har en unik möjlighet att sälja begagnade kopior av topp titlar billigare än någon annan. Missa inte tillfället att utnyttja denna nya intäktsmöjlighet!

✓ Sälj begagnade kopior av topp titlar!
✓ Utnyttja dina unika konkurrensmöjligheter:
Try it before you buy it!

Kampanjen består av:

Kampanjställ (1st)	90-sektion (1st)
Mobiler (3st)	Mobiler (3st)
Affischer (2st)	Affischer (2st)
Pris: 500:-	Pris: 995:-

Dessutom presenteras "Check this out" i en artikel i Videonytt.
Vi tillhandahåller också annonsunderlag.

vildaste förhoppningar". Mortal Kombat är den första seriösa utmanaren till Street Fighter 2. Populariteten härstammar från arkadhallarna i USA där Mortal Kombat drar stor publik. Visuellt använder spelet sig av digitaliserade skådespelare som ser ut att vara hämtade ur Big Trouble in Little China, diverse ninjafilmer och med tydlig inspiration av Jean Claude van Damme och Bruce Lee. Den mörkare atmosfären kombinerat med de våldsamma och brutala avslutningarna på motståndaren som när ryggraden dras ut eller huvudet slås av gör spelet känt och folk flockas för att se det. Nintendo är mer restriktiva och Mortal Kombat är censurerat utan blod och mildare avslutningar till Super Nintendo, medan versionen till Mega Drive är ocensurerad. Spelets utgivare Acclaim meddelar att spelet är en succé med 6,5 miljoner sålda exemplar. Mega Drive-versionen säljer tre gånger så mycket som Super Nintendo-utgåvan.

- SEGA hade fattat det här med våld. Nintendos policy var de inte vill ha sådana spel. Det förklarade vi på. Från en marknadsandel på 90% med NES gick vi till 50%, berättar Owe Bergsten, VD på Bergsala som distribuerar Nintendo.

En annan het potatis är handel med begagnade spel. Bergsala och Yapon påbörjar en juridisk process mot butiken Gameland i Skåne framåt slutet av 1993. Gameland är en av de första återförsäljarna som aktivt även köper, säljer och byter begagnade spel. Bergsala och Yapon hävdar att det är en form av byteshandel som därmed går att likställa med uthyrning. Saknar



VIKTIG INFO VIKTIG INFO VIKTIG INFO VIKTIG INFO

Ang. "Mortal Kombat"

En av årets mest omtalade titlar har sålt långt över våra vildaste förhoppningar. Titeln är EXKLUSIV FÖR UTHYRNING varför tillgången har varit något begränsad. För att samtliga butiker skall få beställda volymer samtidigt skjuter vi upp leveransen av "Mortal Kombat" till mellandagarna.

Leverans av "Mortal Kombat" till Sveriges Videobutiker under Vecka 52.

Ang. Electronic Art Multiplayer (Flerspelaradaptor)

EA Multiplayer gör det möjligt att spela upp till fyra samtidigt på ett flertal av EA's spel (EA Fotboll, General Chaos och NHL-94). Efterfrågan i Europa har varit stor och produktionen har inte hängtt med.

Du som beställt mer än en EA Multiplayer får tyvärr inte hela din order före årsskiftet. Anledningen är helt enkelt att Brio endast fått en bråkdel av sin leverans. Vi söker med ljus och lykta efter fler men tror i dagsläget inte att vi kan leverera förrän i januari.

Ang. Megadrive II

Leverans av Megadrive II sker vecka 51.

Vi hoppas du har överseende med ovan.

Välkommen med eventuella frågor.

Med vänlig hälsning

HENT-Gruppen AB

Postadress	Besöksadress	Leverans/Lageradress	Telefon	Telefax
Box 1215	Lidaholmsgatan 3	Mariedalsgatan 13	033-14 10 41	033-14 11 41
501 12 BORÅS				

Under processens gång tonar Hent-gruppen ner sin offensiva inställning kring begagnade spel och uppmanar butikerna att sälja begagnade hyrkassetter. I ett utskick rekommenderade de att spelen säljs för 195-395 kronor jämfört med nypriset 395-595 kronor. Hyrboxarna är större, så därför ska de klippas ner och placeras i vanliga Mega Drive-boxar samt hyretiketten på kassetten överstrykas med tuschpenna. För att stödja försäljningen finns det kampanjstall som man tar betalt för. Idén är smart eftersom intresset för spel för uthyrning är som högst när spelet är nytt och aktuellt. Istället för att spelet bara hyrs ut en gång varannan månad och samlar damm på hyllan är det smartare att göra plats för nya spel och sälja det gamla hyrspelet.

I takt med att spelbranschen växer och allt fler spel baseras på filmlicenser får filmbranschen upp ögonen för spel. En naturlig ingång är uthyrning eftersom spel hyrs ut i videobutiker som redan är kunder till filmbranschens distributörer. Vad filmbranschens distributörer saknar är specialkompetensen. Eftersom Hent-gruppen har kunskap om spel och arbetar med videobutiker blir det lilla bolaget ett hett byte för filmdistributörerna.

Övertagandet sker våren 1994 och som en följd av uppköpet byter Hent-gruppen namn till SF Interactive Media med kontor fortsatt i Borås, medan ekonomi och distributionsfunktioner flyttar till SF i Stockholm.

Innan PlayStation lanseras säljer Sony Electronic Publishing spel till andra konsoler under märket Sony Imagesoft. SF tecknar avtal med Sony Electronic Publishing och får därmed hantera uthyrningen av spel från Sony som Sensible Soccer, Super Bomberman och Flashback till Super Nintendo och Mega Drive på den nordiska marknaden. Försäljningen av spelen sköts av Sony Music i Norden med ingen mindre än den tidigare hjärnan bakom Master System i Sverige, Kenneth Klingborg som ansvarig. Klingan fortsätter sedan att arbeta med lanseringen av PlayStation på Egmont och anställs senare av Bonnier Multimedia. För Super Nintendo plockar SF även upp spel som saknar distribution i Sverige och därmed endast finns tillgängliga för

NEWS!

SEGA

BEAT US. IF YOU CAN.



Snabbare, tuffare och fräckare än någonsin. En av årets största titlar!

RELEASE V8

SONIC THE HEDGEHOG



RELEASE V 8



RELEASE V 8



RELEASE V 10



RELEASE V 10



RELEASE V 10

Crazy äventyr med varning för skrättkramp! Ett av de bättre äventyrs spelen på marknaden. Spelet är ännu bättre än filmen. Digitala filmscener! Flipperspelet där allt händer! Massor av överraskningar!

NYHETER! NYHETER! NYHETER! NYHETER! NYHETER!

Hyper! SEGA

För information
Tel 033-141041

BOOCERMAN
A PICK AND FLICK ADVENTURE
4
Garanterat vidrigaste hjärten!
Han fiser, kastar snorbusar,
spottar och rapar... 24 Meg!

STREET RACER
RELEASE V22
Bilspelet för
alla fartdärar! Kör fyra
stycken på split-screen! Toppbetyg -
95% i SEGA POWER!

Judge Dredd
V27
Judge Dredd är värstingsnuten
som rensar stan med minst
sagt kraftfulla metoder!
Exklusivt för uthyrning!

Desert Demolition
V22
För art i öknen med Gräben &
Hjulben! Ta hjälp av katapult,
rakett, dynamit och
dynamit...

Toughman Contest
V27
Boxningsspel från Electronic Arts där du får
känna på det tuffa proffslivet. Självklart för
två spelare. Exklusivt för uthyrning!

Theme Park
V27
Har du synpunkter på Liseberg
och Gröna Lund? Nu har du
chansen att göra nåt åt det...

SUPER NINTENDO ENTERTAINMENT SYSTEM

Whizz
V27
En unik 3D-presentation av spel-
miljön. För två spelare.
Exklusivt för uthyrning!

Wild Guns
V24
Actionspel som blandar en grym framtid
med äventyret i Vilda Väster! 90% i
Super Gamer! Exklusivt för uthyrning!

SUPER NINTENDO ENTERTAINMENT SYSTEM

STAR TREK
V24
Rymdspelet med hjältarna från TV-
serien. Spelet tänjer SNES-maskin-
ens gränser! Endast på uthyrning!

uthyrning som Whizz, Wild Guns och Star Trek: Next Generation från Titus respektive Microp-rose. SF fortsätter att utveckla verksamheten och börjar med PlayStation och Saturn när dessa lanseras i Sverige 1995. På PlayStation är det framförallt titlar från Electronic Arts som FIFA 96 och Theme Park. Gamla konkurrenten Yapon vänder sig också till SF för att låta dem ta över uthyrningen av Nintendo-spel.

Även om fokus är uthyrning så har Peter Levin en större ambition med spelvärlden.

- Jag tittade på svenska spelutvecklare och ville bygga ett förlagshus med egna spelstudios. Tv-spelsäventyret med uthyrning var något som vi gjorde när den möjligheten fanns, men långsiktigt var det inte en hållbar affär. Efter ett år på SF Interactive var jag ganska besviken och talade frispråkigt på en internkonferens för Bonnierfamiljen och koncernledningen. Antingen är det någon som lyssnar eller så får jag sparken i eftermiddag tänkte jag. I kafferasten kom både Carl-Johan Bonnier, Håkan Ramsin och Per-Olof Atle och alla höjdarna, de var intresserade och ville träffas i slutet av veckan. Då föddes Bonnier Multimedia, där Bonniers olika divisioner bestämde sig att de skulle skapa ett gemensamt bolag med ansvar för alla multimediaaktiviteter.

"Jag tittade på svenska spelutvecklare och ville bygga ett förlagshus med egna spelstudios. Tv-spelsäventyret med uthyrning var något som vi gjorde när den möjligheten fanns, men långsiktigt var det inte en hållbar affär."

Den 1 januari 1996 upphör SF Interactive som fristående organisation och personalen går till Bonnier Multimedia som distribuerar spel från sitt egna förlag samt bland annat Acclaim. Peter Levin blir VD för Bonnier Multimedia, Catrin Wirfalk blir försäljningskoordinator med ansvar för säljkåren och Jan Kronquist får tjänsten som produktchef för de utländska förlagen som Bonnier Multimedia representerar i Norden. Uthyrningen av spel fortsätter en kort period hos SF Video i Stockholm och personalen som sysslar med hyrfilm får även ta hand om spel. Men i takt med att spelpriserna sjunker i och med CD-formatet och begagnathandeln tar fart så minskar uthyrningen. Att hyra ut spel på CD är också problematiskt. CD-skivor är inte lika tåliga som kassetter med elektronik. Slitaget på CD-skivorna förkortar livslängden och därmed blir lönsamheten lägre. Detta leder till att SF Video upphör med speluthyrning. Brio tar över uthyrningen i mindre skala som en service och erbjuder bland annat nya spel som Worms, Pocahontas och NBA Hangtime till Mega Drive samt Nights, Athlete Kings och NHL 97 till Saturn. Dessa får inga speciella hyrboxar utan hyrs ut i originalfodralen.

CD-ROM BLIR DET HETA

På 90-talet håller teknikutvecklingen ett rasande högt tempo. Att jämföra spel från 1990 med spel som kom ut 1999 visar vilka enorma steg som gjordes. Med snabbare processorer, mer RAM-minne och kraftfullare grafikkort blir upplevelsen bättre. Men det finns en flaskhals som hindrar spelutvecklarna att till fullo utnyttja potentialen, nämligen lagringskapaciteten. Elektroniken i en spelkassett är inte bara dyr för att vara en konsumentprodukt som ska köpas av många, utan också begränsad i lagringsutrymme. För Mega Drive och Super Nintendo består minneskretsarna i spelkassetterna oftast av 8 eller 16 Megabit. Ibland skryter spelutgivare om de "större" minneskretsarna på 32 Megabit, vilket motsvarar 4 Megabyte. En CD-skiva kan lagra upp till 640 Mb eller omräknat till megabit 5120 Mbit, alltså är lika mycket som 160 stycken kassetter med 32 Mbit-minne! Dessutom är det betydligt billigare att tillverka en CD-skiva än att sätta ihop olika elektronikkomponenter med minne i ett plasthölje som är en spelkassett. Helt plötsligt är kreativiteten inte bunden av övre minnesgränser eller har åtminstone ökat så dramatiskt att man har oanade möjligheter jämfört med tidigare förutsättningar.

Vad man ska göra med det förhållandevis enorma utrymmet är inte alltid självklart. Att helt plötsligt få så mycket mer minne att lagra spel på bryter helt mot de kända konventionerna. Mycket riktigt innebär det en inlärningskurva som först bemästras i en senare generation när 3D-grafiken stiger in på allvar. Just nu blir svaret på den omedelbara chocken med utökat lagringsutrymme att antingen använda ljudspåren på CD-skivan för inspelad musik och även utnyttja lagringsutrymmet till inspelade röster eller som fallet är på västerländska marknaden där man stoppar in rörlig film, så kallad Full Motion Video. Det är något som nämligen tar anspråk på mycket dataminne. Eftersom film är statiskt och inte interaktivt lämpar sig lösningen inte för att berika spelupplevelsen, annat än att ösa in massor av mellansekvenser eller fattiga spel som växlar mellan olika filmer vid en knapptryckning. Egentligen är tekniken inte ny, det har gjorts i arkadhallar där kabinetterna var utrustade med laserdisc-spelare, som enklast kan beskrivas som en CD, fast i samma storlek som en 12" vinylskiva. Ett av de kändare spelen är Dragon's Lair.

Först ut för hemmamarknaden är NEC med en extern CD-ROM som kopplas på konsolen PC Engine. Den släpps redan december 1988. I västvärlden är det datortillverkaren Commodore



som är banbrytande med att paketera om sin Amiga 500 i ett nytt chassi och inkludera en CD-ROM. Enheten får namnet Commodore CDTV och släpps i mars 1991. SEGA är medvetna om formatet och när Hideki Sato designade Mega Drive inkluderades en port på sidan av konsolen där en CD-expansion kan kopplas in. Innan SEGA tillkännager sina planer för en CD-ROM så tror många att det är en port för att koppla in en diskettstation och eventuellt även tangentbord som SEGA gjorde på sina tidigare konsoler. Det är en vanlig funktion för att kunna sälja enheten inte bara som ett tv-spel, utan även en hemdator.

Tidigt 1991 berättar SEGA på Tokyo Toy Show i Japan att de ska släppa Mega CD senare samma år. Enheten kopplas in i porten på höger sida av Mega Drive, men placeras under konsolen. Förutom en CD-läsare så innehåller den även åtskilliga komponenter däribland 6 Mbit RAM och en Motorola 68000-processor på 12,5 MHz, vilket gör den snabbare än Mega Drive.

Lanseringen sker den 12 december med prislappen 49800 yen. Endast två spel släpps samtidigt som Mega CD. Det är rymdspelen Sol-Feace och Heavy Nova, ett shoot'em up respektive ett actionplattform. Dock hoppar många japanska utvecklare på formatet och det kommande året släpps en mängd olika titlar. Ett lysande exempel är Game Arts som gör sitt rollspel Lunar: The Silver Star exklusivt till Mega CD. Trots intresset för Mega CD är det dock ingen kommersiell framgång. Den är dyr att tillverka så SEGA begränsar antalet till 100 000 under det första året. Insikten är att ett tillägg aldrig kommer att sälja lika mycket som en helt ny konsol, men det finns en möjlighet att testa marknaden och lära sig hur CD-ROM fungerar, hur det förändrar

spelutbudet och hur det tas emot av spelarna.

Eftersom Mega Drive som bekant går under namnet Genesis i USA så byter man namn på Mega CD till SEGA CD, där den släpps den 15 oktober 1992 med prislappen 299 dollar. Tom Kalinske beskriver Mega CD som en vågad satsning där bolaget egentligen inte vet riktigt vart man är på väg.

- Ingen av oss visste vad i helskotta vi gjorde. Jag menar, det var egentligen ett experiment, ett lärorikt experiment. Intressant nog så var Sony en av våra starkaste partners när vi skapade plattformen, säger Kalinske i en intervju med SEGA-16.

När Mega CD är aktuell så har Sony ingen egen hårdvaruavdelning för spel. Under etiketten Sony Imagesoft släpper de åtskilliga spel från studio Digital Pictures som anpassar spel designade av Tom Zito och Rob Fulop som arbetat hos Atari. Merparten är Full Motion Video-produktioner där olika videosekvenser spelas upp beroende på spelarens val. Hela konceptet är i princip "spela en film" och de ger sig på så gott som varje genre man kan tänka sig. Deras första spel är Sewer Shark (utgivet av Sony) och Night Trap (utgivet av SEGA), som båda släpps samtidigt med SEGA CD-lanseringen i USA. Night Trap anses vara kontroversiellt eftersom det med sina måttligt våldsamma scener och lättklädda damer inte ansågs passa en yngre publik. Spelet diskuteras i den amerikanska senaten och leder till att spelbranschen tar ansvar och skapar det självreglerande åldersmärkningssystemet ESRB (Entertainment Software Rating Board) som berättar ett spels lämplighet för en viss ålder i Nordamerika.

"Sony var en riktig bra partner. De spenderade antagligen mer pengar på att utveckla spel till SEGA CD än vad vi gjorde."

Sonys spelavdelning leds av islänningen Olaf Olafsson, som även författat åtskilliga böcker och 2006 vann det isländska litteraturpriset.

- Sony var en riktig bra partner. De spenderade antagligen mer pengar på att utveckla spel till SEGA CD än vad vi gjorde, säger Kalinske. Vi hjälpte dem tekniskt, skickade dit folk och det fanns ett underbart samarbete. Vi båda gynnades av samarbetet och jag tror det är något som glömts bort i spelhistorien. Vid en tidpunkt så diskuterade jag, Olaf och Mickey Schulhoff (tidigare chef för Sony i USA) samarbete kring framtida format eftersom vårt samarbete kring SEGA CD fungerade utmärkt.

SEGA of America försöker ta in feedback och lärdomar från spelutvecklarna och använda det som kriterium för nästa plattform.

- Vi träffade Sony och det var inte rent ingenjörssnack, utan sådant som folk kunde förstå.

Jag kommer ihåg att Olaf och Mickey hade ett dokument med sig till Sony [i Japan] om att utveckla nästa hårdvara tillsammans. Sony gillade idén att jobba med SEGA och jag tog det vidare till SEGA of Japan och förklarade att detta är hur en ideal spelplattform skulle se ut, åtminstone från ett amerikanskt perspektiv. Det baserades på vad vi lärt oss från SEGA CD och vårt samarbete med Sony. SEGA of Japan sa blankt nej. Varför skulle vi dela en plattform med Sony? var det omedelbara svaret. SEGA skulle klara sig bättre själv men det var fint att få några idéer på en plattform och att de skulle ta hänsyn till det, men att SEGA skulle skapa nästa plattform själv.

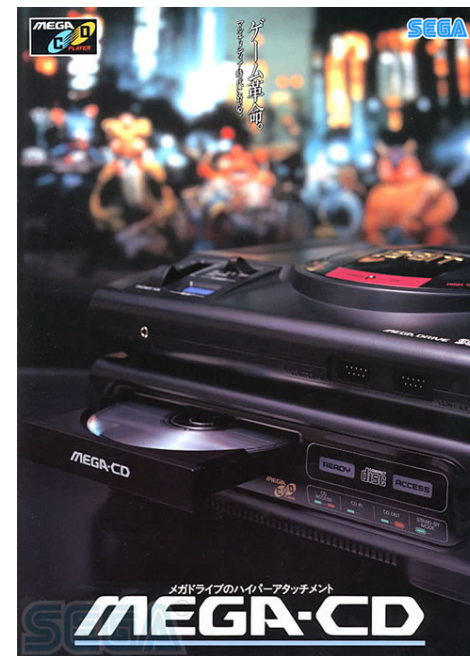
Kalinske menar att lönsamheten ligger i spelförsäljning och ej att sälja själva spelkonsolen.

- När du tänker tillbaka så var det otroligt intressant. Vi visste att vi skulle förlora pengar på hårdvara, så vårt förslag var att vi skulle sälja en gemensam SEGA/Sony-plattform, vi skulle dela på förlusten och slå samman vår annonsering och marknadsföring, men vi skulle själva vara ansvariga för vår egen mjukvara och dess försäljning. Sony var på väg in och hade en inlärningskurva, så vi skulle ha gynnats mer, det var åtminstone min åsikt. Men SEGA of Japan ville inte ha något med det att göra.

Det är inte första gången Sony försöker samarbeta med en aktör inom spelbranschen. Redan 1988 tecknade de ett avtal med Nintendo om att skapa en CD-ROM för Super Nintendo, samt även bygga en egen konsol som klarar spela både spelkassetter och CD-skivor för Super Nintendo. En prototyp visas upp 1991, men bakom kulisserna är de oense om licenser. Vid sidan av det befintliga samarbetet med Sony så börjar Nintendo inleda samtal med Philips. Som en chock för Sony så presenteras det nya partnerskapet mellan Nintendo och Philips dagen efter uppvisningen av Sonys SNES-CD på CES.

- Sony hade väl inget val. Först försökte de samarbeta med någon av de stora aktörerna och när det misslyckades så var de tvungna att göra det själv. I slutändan så gynnades de otroligt mycket av det [när de gav ut PlayStation], säger Kalinske.

Någon CD-expansion till SNES från Philips materialiseras aldrig. Däremot licensierar Nintendo ut Mario och Zelda till Philips som resulterar i hiskeliga spel till sin CD-i.



SEN OCH SVAG LANSERING AV MEGA CD I EUROPA

Vanlig ordning får Europa vänta till efter introduktion skett på den japanska och amerikanska marknaden. Mega CD har inte någon gemensam europeisk lansering. En anledning är att man i Japan tillkännagivit en Mega CD 2 som inte är kraftfullare, utan endast har en ny design som passar med den omdanade och billigare Mega Drive 2. Den nya Mega CD 2 ska få en lägre prislapp tack vare billigare tillverkningskostnad. Detta innan ens första Mega CD seglat in i Europa. Det skapar en osäkerhet och vissa europeiska distributörer ser inte poängen i att under några få månader sälja den första modellen dyrare. Men det är tudelat då Mega CD blivit omskriven i speltidningar finns det redan en viss efterfrågan i Europa och med tanke på att CD-ROM är hett så hjälper det även att positionera Mega Drive som mer avancerad i striden mot Super Nintendo. SEGA vill sondera marknaden, se konsumentreaktioner och bygga upp ett intresse, vilket leder till att Mega CD släpps först i Storbritannien som testmarknad eftersom SEGA har ett starkt fäste där. Det sker den 2 april och enligt uppgift från SEGA så säljs 80 000

”Det här blir inte nästa stora grej. Något som du ska koppla ihop och lite vagt vad det ger spelmässigt, och med filmade inslag och högt pris.”

enheter på två veckor, det är ändå relativt blygsamma siffror då det fram till 1993 sålts cirka 1,5 miljoner Mega Drive i landet. Det betyder att endast 5 procent av alla Mega-ägare köper en Mega CD. Den mastiga prislappen på 269 pund som kan jämföras med introduktionspriset på Mega Drive som 1990 var 189 pund, får säkert en hel del konsumenter att tänka efter en extra gång. För att rättfärdiga det höga priset bundlas enheten med Sol-Feace, helikopterspelet Cobra Command och SEGA Classics Arcade Collection som innehåller Mega Drive-spelen Golden Axe, Streets of Rage, Super Monaco GP, Columns samt The Revenge of Shinobi. Det är främst entusiasterna som plockar upp en Mega CD.

SEGA slår på stora trumman när det gäller marknadsföringen. De hade precis lanserat den



påkostade Pirate TV-kampanjen, där reklamfilmerna ser ut som en illegal källa som avbrutit den riktiga sändningen. Mega CD släpps med en över två minuter lång reklamfilm där frenetiskt gapande i en trång högteknologisk studio kulminerar i en slags humoristisk tolkning av Apocalypse Now med en attackbåt på en flod i en djungel som leder till ett tempel där en galning spelar Mega CD. Den senare delen av reklamfilmen spelas in i Thailand. Hela reklamfilmen påstås kosta en miljon pund. Sloganen "To be this good takes ages" hakas på reklamfilmerna.

Storbritannien följs tätt av Italien och sedan är Sverige på tur den 27 maj 1993. Prislappen hamnar på 3495 kronor. Förutom konsolen och samma bundling som i Storbritannien släpps även spelen Black Hole Assault, Prince of Persia, Wolfchild och Jaguar XJ220. Spelen kostar 495-595 kronor stycket, vilket är i nivå med vad nya Mega Drive-spel lanseras för.

- Stefan och jag var väldigt tydliga, det här blir inte nästa stora grej. Något som du ska koppla ihop och lite vagt vad det ger spelmässigt, och med filmade inslag och högt pris. Redan där insåg vi att den var svår att kommunicera till marknaden och spelarna, berättar Roger Jönsson.

Brio lägger inte ner så mycket krut på Mega CD, den finns med i produktkataloger och visas upp på återförsäljarträffarna, men det sker väldigt sparsam annonsering.

- Vi hade inga stora påtryckningar på oss att vi ska sälja så eller så många, utan det var främst en service för gamers. Den kom och försvann utan något större väsen. Tror vi sålde ett 1000-tal Mega CD. Eftersom vi insåg snabbt att den inte skulle bli något stort, så satt vi aldrig på några stora lager och det blev aldrig ett problem för oss.

Rolf Larsson är mer entusiastisk kring Mega CD som anser att den är revolutionerande, men att SEGA inte satsar tillräckligt mycket på marknadsföring.

- Det var kanske lite för dyr för slutkonsumenten också. Priset borde vara en tusenlapp billigare [alltså 2495 kronor], det skulle fått betydligt fler att köpa den, menar Roffe.

Resten av Europa får ta del av den i form av Mega CD 2 i september. I Spanien lanseras Mega CD 2 innan Mega Drive 2 skeppas ut i landet, vilket leder till frågetecken om kompatibilitet. Något som även är allmänt bekymmer i övriga länder. För den oinvigde är det inte givet att Mega Drive 2 med säkerhet kan hantera samma spel som första Mega Drive. Många tror också att du enbart kan koppla på Mega CD 2 på en Mega Drive 2, vilket inte är fallet.

SEGA får också mer konkurrens då Commodore hinner få ut sin Amiga CD32 i september för 3495 kronor, alltså till samma pris som en Mega CD. Amiga har starkt fäste i Europa och den tas initialt emot väl även om spelutbudet inte är övertygande. Det är framför allt grafiken som imponerar. När konsumenter får se spel som Microcosm både på Mega CD och CD32 råder det ingen tvekan om att CD32 är betydligt kraftfullare och fångar därmed många uppmärksamhet. Konkurrensen blir inte långvarig eftersom Commodore försätts i konkurs april 1994. Men den korta perioden räcker för att vara ett störande moment som gör att Mega CD redan framstår som omodern.

Lägligt för att ge ett uppsving till julhandeln anländer Sonic CD och Ecco the Dolphin den 28 oktober. Sonic CD utvecklas i Japan av Sonic Team med Naoto Oshima i spetsen. Utvecklingen sker fristående från Nakas arbete med Sonic 2 på Sonic Technical Institute i USA, vilket förklarar varför vissa nyheter i Sonic 2 som spinnattacken saknas i i Sonic CD. Den anrika japanska studion Toei Animation som ligger bakom flera kända anime-serier, gör intro- och mellansekvenser till spelet som läggs in som FMV. Själva spelets banor har en nutid, dåtid och framtid som Sonic kan transportera sig emellan för att ändra utgången. Spelet blir inte helt oväntat ett av de mest framgångsrika Mega CD-spelen och säljer globalt 1,5 miljoner exemplar, merparten i USA. Men inte ens Sonic klarar av att lyfta Mega CD till framgång. Totalt säljs 6 miljoner Mega CD globalt och det skapas nya spel till den ända fram till 1996 då Shadowrun släpps som sista spel.



Commodore gick på offensiven med utomhusreklam bredvid SEGAs kontor i USA.

[HAVE FUN NOW, while you can still chew your food.]

you'll get old waiting for someone to top SEGA CD.

SEGA CD has over 100 outrageously great games — and no waiting! Sports, Action, Fighting, TruVideo, Adventure, RPG — what more could you want? (Alright, we'll even throw in Sewer Shark.)

SEGA CD has 32-bit compatibility (if you're wise enough to add a Genesis 32X). So it has the technological muscle to deliver the kind of intense, epic, next-GENERATION gaming experiences you've been waiting for — on CD!

SEGA

AFTER SEGA'S NEW BABY, AMIGA BRING YOU THE MOTHER.

32bit

AMIGA CD32

The world's first 32 Bit CD games machine. Amiga Advanced Graphics Chips. 256,000 on screen colours from a palette of over 16 million. CD (Digital) quality audio sound. Upgradable to run Video CD including feature films and music videos.* 32 Bit software for up to half the price of most 16 Bit cartridge games.

Over fifty software titles available before Christmas. Plugs straight into your TV. Can play audio CD's. State-of-the-art technology. Price only \$299.99 complete with two great new games. Twice as fast and twice as powerful as any other games machine you can buy. Game over.

AMIGA CD32

HATE THE WAY IT TAKES!

MULTIMEDIA IST PRIVATSACHE

GET INTERACTIVE!

a Der MEGA CD II - Der Multitaster Ihrer Spielewelt. Passt zu stark durch einen zweiten 16-Bit-Processor, hat dessen dank 300 auf mehr Speicher-Kapazität pro CD im Vergleich zu herkömmlichen Videospielekonsolen. Einzigartig für alles, was die SEGA Zukunft bringt. Unvergleichbar gut geeignet für alle Musik-CDs. Und natürlich in der Spielkonzeption. Letzte Funktionen sind komplett darstellbar.

b Der MEGA DRIVE II. Auf einem Kasten ist bereit.

c Der MEGA CD II. Multimedia und weggeschickt.

d Das SEGA CD-Zentrum ist angekommen.

Alle reden von Multimedia. Und SEGA bietet als erster Videospieleanbieter eine atemberaubende Lösung: den MEGA CD II. Jetzt können Sie damit ganz einfach Ihr eigenes Privatprogramm gestalten. Sie schneiden eigene Video-clips. Sie bewegen sich in faszinierenden 3D-Grafikwelten. Und Sie hören Ihre guten, alten Musik-CDs in großartigen Klangqualitäten. Alles, was Sie für den MEGA CD II und seine High-Tech-Dimensionen brauchen, sind ein MEGA DRIVE, ein Fernseher und eine Stereoanlage - schon starten Sie durch.

SEGA

MP
MEGA
CD






高性能ボディコン・ペア新登場!!
(ボディ・コンパクト)

高性能で低価格
MEGA DRIVE 2
メガドライブ2
12,800円

新世代のCDマシン
MEGA-CD 2
メガ・CD2
29,800円

SEGA

1993 - DET STARKA SPELÅRET

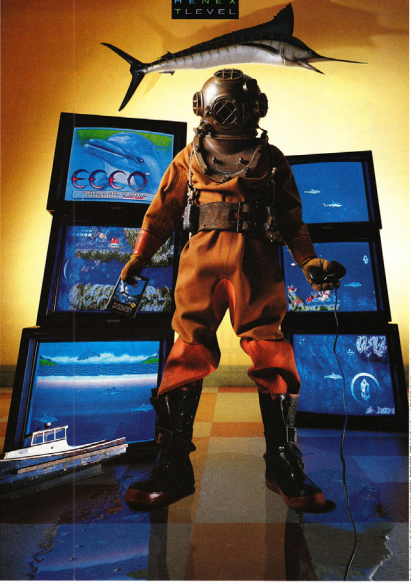
Om Mega CD inte lämnar något större intryck hos den breda massan så gör mängden spel det definitivt. Efter en stark julhandel med Sonic 2, NHLPA Hockey 93 och Quackshot så träder SEGA in i 1993 som kommer att bli ett starkt år för Mega Drive sett till mjukvaran. Med jämt skägg mellan SEGA och Nintendo så är målet för Brio att dominera 16-bitarsmarknaden och profilera Sonic under 1993. Det är en långsiktig plan med utomhusannonsering på stora reklamtavlor med Sonic. Detta trots att endast Sonic Spinball släpps senare under hösten, medan Sonic 3 är redo först 1994. Allting drivs med Sonic 2 som fortsätter att sälja och hjälper till att få in Mega Drive i nya hem.

Förutsättningarna är egentligen inte så goda med tanke på devalveringen. 1992 går Sverige över från fast till rörlig växelkurs, vilket leder till att svenska kronan flyter. Värdet minskar, vilket hämmar importen och gör utländska varor dyrare. Priserna på tv-spel ökar drastiskt. Det märks på konsolpriserna under våren som höjs på såväl Game Gear och Master System 2 som på Mega Drive, vars pris går tillbaka till 1695 kronor. Eftersom konsolen nu är känd och eftertraktad skadar det inte Brio i kampen mot Super Nintendo.

I slutet av mars simmar Ecco the Dolphin in i Sverige. Äventyret med en delfin blir en oväntad framgång. Den drömlika musiken och undersköna visuella stilen liknar inget annat. Allt ramas in av det oerhört vackra omslaget som är målat av Boris Vallejo, en konstnär som är mer känd för action- och fantasyillustrationer som omslag för till exempel Golden Axe och Strider. Ecco kammar hem betyget 97/100 av Mean Machines. I Sverige så ger Hemdatornytt det högsta betyg, vilket gör Ecco till det tredje Mega Drive-spelet att få det efter Sonic 2 och NHLPA Hockey 93. Det är väldigt få spel som lyckas få 100/100, ett av dem är The Legend of Zelda: A Link to the Past till Super Nintendo. De höga betygen reflekteras även i försäljningen med Ecco som ett av de mest sålda spelen 1993.

En annan viktig framgång för Mega Drive under våren sker när Konamis spel börjar komma till Mega Drive. Det japanska förlaget har främst varit trogna Nintendo, men hoppar nu för fullt på Mega Drive-tåget. Den 28 maj släpps Sunset Riders och Teenage Mutant Hero Turtles: The Hyperstone Heist i Sverige. Framförallt den senare är efterlängtd då Nintendo och Super Nintendo kunnat ståta med åtskilliga framgångsrika Turtles-spel. Efter dessa följer senare spel ur





Experience

*An interview with Cd Romunziata,
developer of Ecco the Dolphin for Sega Genesis*

life as a

Dolphin

without ever

winding up in a can

of tunafish.

SEGA
GENESIS

Why a game about dolphins?
Humans are intrigued by dolphins, by their intelligence and ability to communicate with each other. Also the sea as an environment is a pretty interesting contrast to other video games. Most dangerous places aren't beautiful or inviting. But the sea is.

Why the name Ecco?
Ecco is a homonym for Echo. And in Italian it means "I see." So it's a good name for a game where the players use sound to see and communicate. Ecco must use his echolocation to find and rescue his family. Communication is the basis for the entire game.

How did you make the dolphin motion so lifelike?
Our first task was to duplicate the "feel" of a swimming dolphin. It wasn't easy. The dolphin began as a simple stick figure while we worked on its movement. We created a menu of the physical laws of gravity, water viscosity, and momentum, then we fine-tuned it for months until we felt it was absolutely perfect. In fact, Ecco has been redesigned nine times.

So the realism was important?
Yeah. We wanted the motion to be so realistic that the player would feel like he was actually the dolphin. The action of the game is so different from other video games that most new players will be totally blown away until they get a feel for it. It's a bit like learning a new sport. And I have one last bit of advice for everyone. Look beyond your eyes with your song.

Marknadsföringen av Mega Drive skiljer sig stort mellan olika länder. Till höger syns den svenska annonsen för Ecco the Dolphin som ingår i en serie annonser där Sonic framför budskapet. Ovan syns den amerikanska annonsen som är typisk "life style". Som kontrast så brukade ofta annonser från andra utgivare som EA eller Konami vara överfyllda med screenshots och text som framhäver spelet i detalj samt riktat mot en mer ungdomlig publik. Nedan syns Rocket Knight Adventures som exempel.



**WHEN CONFRONTED
WITH DANGER
OPOSSUMS WILL OFTEN
PLAY DEAD...**

THIS ONE GOES BALLISTIC.

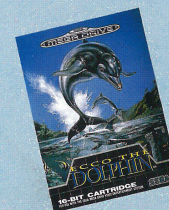


KONAMI

FLIPPER, HAVET ÄR INTE STORT NOG FÖR ER BÅDA.



ECCO THE DOLPHIN



Som delfin ska du söka rätt på dina kamrater, som svepts i väg av en orkan. Sökandet går genom världshaven – undervattensgrottor, karga havsbottnar och mjuka sandstränder. Hajar, bläckfiskar och andra havsvidunder gör allt för att stoppa dig. Dessutom måste du se till

att ha tillräcklig energi och luft. I Ecco the Dolphin blir du din egen delfinhjälte. Flipper kan säga vad han vill. Honom kan du bara se på TV, inte påverka och kontrollera.

SEGA
BEAT US. IF YOU CAN.



serier som Rocket Knight Adventures, Tiny Toons, Castlevania och Probotector till Mega Drive.

Kanske inte det bästa spelet, men kopplingen till McDonalds gör att Brio satsar hårt på Global Gladiators som lanseras under sommaren. Det backas upp av annonser i serietidningar som Agent X9, Serieparaden, Fantomen och Kalle Anka samt även i Okej och SEGA Force. Termometern ger högre utslag på heta spel senare i juli när det välanimerade Another World släpps. Innan hösten anländer så släpps Jungle Strike, uppföljaren till Desert Strike. Precis som namnet antyder äger en stor del av spelet rum i djungeln, men man får förutom helikopter även flyga ett stealth-flygplan och rädda Vita huset i Washington. Brittiska SEGA Force ger det 94/100 och recensenten summerar det med "I've been in front of the screen so long I see helicopters in my sleep and keep thinking I'm Chuck Norris!". Tidningen Mega placerar Jungle Strike på plats 13 i listan på de bästa spelen någonsin till Mega Drive.

Den 10 september släpps den nya modellen av Mega Drive i Sverige. Den kallas kort och gott Mega Drive 2 och har en ny design samt sägs vars något billigare att tillverka. Prislappen hamnar på 1995 kronor med två kontroller och ett medföljande spel. De flesta bundlas med ett hockeyspel eller Sonic 2. Samtidigt sänks priset på den första Mega Drive med en kontroll och utan något medföljande spel till 1495 kronor.

Sista kvartalet exploderar det med bra spel. Det populära Street Fighter 2 når äntligen Mega Drive. Spelet har redan funnits ute i nästan ett år på Super Nintendo och Mega-versionen är

kraftigt försenad. Det är en klen tröst att den uppdaterade versionen som kallas för Special Championship Edition innehåller bossarna spelbara. Dessutom är det svårspelat med en vanlig Mega Drive-kontroll eftersom den endast har tre knappar. Street Fighter 2 använder sig av tre knappar för slag och tre knappar för sparkar. Varianterna på de tre slagen respektive sparkarna är lätt och snabb upp till hård och långsam. En speciell handkontroll med sex knappar som kostar 249 kronor släpps. Istället blir det den blodiga fightern Mortal Kombat som är o censurerat på Mega Drive som stjälar uppmärksamheten.

Samtidigt som Street Fighter 2 släpps den 12 november så lanseras också rollspelet Shining Force. Med fantasytema bjuder det på taktiska turbase- rade strider där spelaren flyttar flera olika karaktärer i sitt lag. Knappt en månad senare släpps äventyret Landstalker som hyllas av svenska SEGA Force med betyget 96/100. Tillsammans befäster de Megans position som första valet för rollspelsälskare. Situationen hade antagligen varit väldigt annorlunda om Square hade släppt sin Final Fantasy-serie till Super Nintendo även i Europa.

Medan SEGA hela tiden legat i lä och fått spel som Turtles och Street Fighter på Mega Drive efter motsvarande serier släppts i versioner på Nintendos konsoler, så får de ett viktigt för- språng på Aladdin. Spelet baseras på den tecknade långfilmen av Disney. Som en följd av olika avtal görs flera olika versioner. SEGA arbetar med Virgin som har David Perry som designer på Mega Drive-utgåvan, medan Capcom står för Super Nintendo-versionen. Aladdin släpps på Mega Drive i november, medan spelet lyser med sin frånvaro på Super Nintendo under julhandeln. Nintendo som traditionellt haft ett starkt fäste bland unga spelare och barnfamiljer får nu tuff konkurrens av SEGA som lockar med Sonic 2 och Aladdin. För SEGA blir det en succé och ett av de mest sålda spelen 1993. Aladdin på Super Nintendo dyker först upp i början av nästa år. Globalt säljs fyra miljoner Aladdin på Mega Drive jämfört med 1,75 miljoner på Super Nintendo.





Stefan Lampinen och David Wallén poserar framför SEGAs monter på CES 1993. Efter Brio så fortsatte Wallén i spelbranschen och arbetade på Electronic Arts, THQ Nordic och Namco Bandai Partners.

Nya SEGA spel!



1.595:-

På **MEGA DRIVE II**, TV-spelens flaggskepp, kan du spela alla Mega Drive-spel. Både gamla och nya. Grafiken är suverän, ljudet fantastisk och spelet blixtrande snabbt. Megadrive II innehåller 2 spelkontroller, samt spelet "Sonic II". (1.795:-)

JURASSIC PARK

Höstens succéfilm som TV-spel. 7 laddade nivåer! 1 spelare. (635:-)

595:-

NHL HOCKEY 1994

Så nära verklig hockey du kan komma. 1-4 spelare. (635:-)

595:-



SEGA
BEAT US. IF YOU CAN.

SEGA GAME GEAR
Small Colorful
Hand Held



SEGA **GAME GEAR** är bärbar och har suverän grafik och mycket bra ljud. Du får spelet "Columns" på köpet. (1.195:-)

995:-

ULTIMATE SOCCER

1-2 spelare med vanliga spelkontroller. Upp till 8 spelare om du kopplar till 4-spels adaptern. (535:-)

495:-

ALADDIN

Disneys nya storfilm. Överträffad grafik och spelupplevelse. 1 spelare. (635:-)

595:-

MICKEY MOUSE II - LAND OF ILLUSION

Ett Game Gear spel. Du utforskar mystiska skogar och en supersnurrig leksaksfabrik i jakten på den magiska kristallen. (359:-)

329:-

Priserna gäller så långt lagret räcker eller t o m 31/12-93.

Obs!

SYVA REKLAM REG A

Luleå

Måndag-Fredag 10-20, Lördag 10-17, Söndag 11-17.
Tel 0920-574 30. OK-station finns vid Stormarknaden.

Kiruna

Måndag-Fredag 9.30-19, Lördag 9-14, Söndag stängt.
Tel 0980-124 00. OK-station finns vid Stormarknaden.

STORMARKNADEN



”SEGA kom med många bra spel, men inget som kunde mäta sig med Sonic, det var något helt nytt och unikt.”

Julens största spel blir dock ingen av tidigare nämnda, utan det är sportspelen som leder försäljningen. NHL 94 blir årets mest sålda spel på Mega Drive i Sverige och får sällskap i toppen av FIFA International Soccer som släpps den 10 december. FIFA är en storsatsning av Electronic Arts som vill utvidga sin dominans inom sportgenren. NHL-serien tog ishockey till en helt ny nivå i digital form, nu gör FIFA detsamma för fotboll. Med sin isometriska vinkel och detaljerade grafik skåpar FIFA ut Sensible Soccer-serien på Amiga som varit ledande inom fotbollsspel, vilket får fler att köpa Mega Drive.

Tack vare alla starka spel uppskattar Brio att SEGA nu har en marknadsandel på 60% på de stationära konsolerna i Sverige. Styrkebeskedet visar att Mega Drive nu har en bred bas av olika topptitlar som man kan luta sig på vid sidan av Sonic och sportspelen.

För Sonic var sidospåret Sonic Spinball dock en indikation om att den blå igelkotten sett sina glansdagar. SEGA är lyckligtvis inte i desperat behov av en stark familjetitel då Aladdin gör succé och Sonic 2 fortfarande säljer bra, men Brio sticker inte under stol med att det vore ännu bättre om Sonic 3 hade hunnit ut till julhandeln. Trean når inte upp till samma hype som föregångaren när det släpps 24 februari 1994.

På den automatiska fördelningen för återförsäljare är volymerna på Sonic 3 relativt blygsamma på med tanke på seriens tidigare framgångar.

- När Sonic 3 kom var journalisterna lite skeptiska, du vet hur de är. Sonic 1 var ju outstanding. Sonic 2 var också utomordentligt bra, men Sonic 3 var lite upprepning, även om man försökte hitta på andra saker, så var det inte tillräckligt för att övertyga media om spelets förträfflighet, säger Rolf Larsson.

Han tror även att oförmågan att lyckas göra något större än Sonic präglar SEGA.

- SEGA hittade inget som var lika stort som Sonic, de kom med många bra spel, men inget som kunde mäta sig med Sonic, det var något helt nytt och unikt.

Det är något som Dr. Roffe märker då telefonsamtalen till SEGAKlubben gradvis minskar.

- Det såldes drygt 150 000 Mega Drive i Sverige så telefonerna gick riktigt varma ett tag. Vi hade ett enormt tryck på supporten om hur man skulle komma vidare i rollspel som Phantasy Star och folk som kört fast i Sonic och ville ha tips. Det var ju Sonic som erövrade världen och även ishockeyspelen var en bidragande faktor till att man fick så många konsoler sålda i Sverige. Men sedan började det mattas av.

MICHAEL JACKSON OCH SONIC 3

Det är allmänt känt att Michael Jackson hade en nära koppling till SEGA. Som spelfantast var han engagerad i arbetet med spelet Moonwalker och är med som karaktär i Space Channel 5 på Dreamcast. Det sägs att han även skrev musiken till Sonic 3. Michael Jackson nämns dock inte i spelets eftertexter. Däremot listas flera andra personer som kompositörer av musiken i spelet, däribland Brad Buxer, Darryl Ross och Bobby Brooks. Gemensamt för dessa är att de producerat eller skrivit musik åt Jackson. I en intervju på sajten Sonic Retro bekräftar Roger Hector, en av projektledarna på Sonic 3, att Michael Jackson anlätades för att komponera all musik i spelet, men när skandalerna om hans påstådda sexuella övergrepp på barn uppdagades så användes inte materialet i spelet.

- När skandalerna bröt ut så tog SEGA i Japan beslutet att inte arbeta med Michael Jackson. Istället fick Howard Drossin (SEGA Technical Institutes kompositör) och kompositörer i SEGA Japan skriva musiken, allt redigerades och godkändes av Yuji Naka. Jag kan inte säga att det inte fanns några likheter (med Michael Jacksons låtar), men jag kan säga att det isåfall inte var avsiktligt av SEGA, förtydligar Roger Hector i en intervju med Pop Fiction på Gametrailers.com.

Det är i synnerhet två låtar som har stora likheter med Michael Jacksons verk, dels Carnival Night Zone som liknar Jam och dels Ending Credits som påminner om Stranger in Moscow. Enligt Pop Fiction så erbjöd Michael Jackson även låten Black or White till spelet. Ice Cap Zone är en instrumental version av bandet The Jettons tidigare osläppta låt Hard Times. Kopplingen där ligger hos Brad Buxer som spelade keyboard i The Jettons innan han började arbeta med Michael Jackson. Buxer har själv uttalat sig om Sonic 3 i en intervju med det franska fanzinet Black & White.

- Jag har inte spelat Sonic 3 och jag vet inte vad utvecklarna behöll från låtarna som jag och Michael arbetade med, men vi komponerade musiken. Michael ringde mig och bad om hjälp med projektet, vilket jag gjorde. Om han inte är namngiven för att ha komponerat musiken så måste det bero på att han inte var nöjd med hur det lät på konsolen. På den tiden så var inte ljudet optimalt i konsolerna och Michael tyckte det var frustrerande. Han ville inte bli hopkopplad med en produkt som nervärderade hans musik.



THE
BIGGEST
GAME
OF THE YEAR!

SONIC & KNUCKLES



WANT TO TURN SONIC 3 IN TO A MASSIVE 32 MEG GAME AND
EXPLORE PREVIOUSLY HIDDEN AREAS?

WANT TO BE KNUCKLES IN SONIC 2?

WANT TO SEE WHAT HAPPENS IN SONIC 1 AND SONIC SPINBALL?

YOU DO ...

THEN YOU NEED
SONIC & KNUCKLES!



THE FIRST
BACKWARDLY
COMPATIBLE
GAME

SEGA

AVAILABLE ONLY FROM SEGA
**OUT
18TH
OCTOBER**

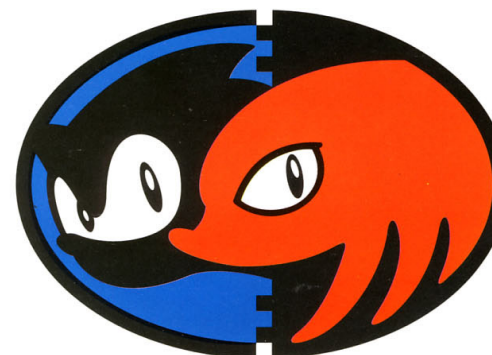
Reklam för Sonic & Knuckles (1994) som försöker förklara funktionen att det fungerar som ett fristående spel plus ger nytt innehåll till Sonic 2 och 3.

MEGA DRIVE

SEGA

NEW! ACTION / ADVENTURE

SONIC & KNUCKLES



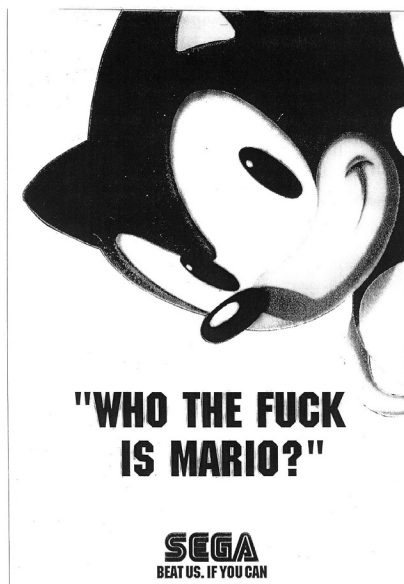
- * Sonic & Knuckles förändrar tillsammans TV-spelandet för evigt.
- * Sonic ökar nu ännu mer i action med sin supersonic snabbhet.
- * Vi introducerar Knuckles; han klättrar, han slår sig genom väggar och berg med sina knytnävar m. m. .
- * Sonic har snabbheten. Knuckles har styrkan. Spelet blir alltså ej samma beroende på vem du spelar med.
- * OCH - Sonic & Knuckles är "bakåtkompatibel" med Sonic 2 och Sonic 3.

MK Code: TBA
Bar Code: TBA

REVOLUTIONERANDE IGEN AV SEGA!

PS! Bakåtkompatibel innebär att man ovanpå Sonic & Knuckles kassetten kan sätta antingen Sonic 2 eller Sonic 3. Det gör att man i dessa spel får tillgång till nivåer och möjligheter som man inte tidigare haft!!!

Sega, Mega Drive and Sonic & Knuckles are trademarks of SEGA. © 1994 Sega Enterprises Ltd. All Rights Reserved.



De svarta bilderna med Axl och Mario är interna opublicerade konceptbilder för annonsformatet. På nästa sida syns Sonic Spinball (1993), en fusion av flipper och plattform som blir ansedd som en mellantitel i väntan på Sonic 3.



SEGA KOPPLAR UPP MEGA DRIVE

|| nom åtskilliga områden är SEGA pionjärer med goda idéer, men oftast för tidigt ute. De är inte först på onlinetjänster för spel, men först inom många områden. Det har experimenterats med datakommunikation på konsol sedan tidigt 80-tal med GameLine för Atari 2600 och PlayCable för Intellivision. Däremot introducerar och utvecklar SEGA konsekvent olika tjänster och funktioner till sina plattformar som man senare tar för givet på Xbox Live och PlayStation Plus.

1993 så gör SEGA tidiga tester i några amerikanska storstäder. Tanken är att strömma digitalt innehåll till Mega Drive genom kabelnätet via en adapter som placeras i kassettporten på konsolen. Resultatet blir SEGA Channel som introduceras i full skala framåt slutet av 1994. Det är sent i livscykeln för Mega Drive och många inbitna spelare har redan börjat snegla på modernare konsoler. De som köper en gammal konsol gör det oftast för det låga priset och det stora spelbiblioteket, vilket är en målgrupp som inte brukar vara mottagliga för ny teknik eller villig att prova något nytt. Dessutom kräver SEGA Channel förutom anslutningsavgiften på 25 dollar ett månadsabonnemang på 15 dollar, något som avskräcker den bredare konsumentbasen.

Initialt är dock intresset stort och Popular Science Magazine röstar fram SEGA Channel som en av de mest innovativa produkterna 1994. En undersökning i augusti 1995 på beställning av Sports Illustrated visar att barn 9-13 år hellre prenumererar på SEGA Channel än köper en Saturn, Nintendo 64, Jaguar eller PlayStation. Kanske för att en ny konsol är väldigt dyr, få spel har visats för de nya konsolerna och det stora utbudet spel på SEGA Channel lockar. Antagligen är dock föräldrarna inte lika begejstrade av en löpande månadskostnad då man vet att barn byter intressen ofta medan de växer upp.

Abonnemanget på SEGA Channel ger tillgång till mellan 25 och 50 spel åt gången beroende på period och region. Flest tillgängliga spel är alltid i USA. Spelen sparas ej lokalt, utan försvinner när konsolen stängs av. Troligtvis finns det en rädsla att folk skulle ladda ner alla spel och sedan säga upp abonnemanget illa kvickt. Spelen är uppdelade i kategorier, som i sin tur varierar från period till period. Teman och kategorier har klatschiga namn som dynamic duos, sports arena, super sequels och wings'n wheels.

SEGA Channel erbjuder även spel som aldrig släpps på kassett. I USA är bland annat Gar-



field: The Lost Levels, Power Drive, Body Count och Donald in Maui Mallard exklusiva för SEGA Channel. Vissa av dessa finns på kassett i Europa. De europeiska länder där SEGA Channel finns tillgängligt får andra exklusiva titlar som bland annat Ecco Jr som aldrig släpps på kassett här. I en intervju säger Chris Bergstresser som arbetade med SEGA Channel att det inte fanns någon direkt strategi på urvalet och spelutgivare gillade modellen eftersom de ej behövde riskera att investera något i tillverkning av kassetter och var därför mer villiga att inkludera dem på SEGA Channel.

En annan unik funktion är demos, kortare versioner av spelen som ofta har tidsbegränsning eller ett visst antal nivåer spelbara. SEGA Channel blir en bra kanal för att låta spelare testa spel innan de köper dem. Genom att de görs tillgängliga innan release så känner sig spelarna på SEGA Channel dessutom som en exklusiv skara testpiloter som får testa nya spel först av alla.

SEGA Channel är dock ej felfritt eller optimalt. Bara att starta SEGA Channel tar 30 sekunder och sedan kan det ta ett par minuter att ladda ner ett spel. Eftersom kabelnätet fortfarande är analogt vid mitten av 90-talet är signalen som sänds ej optimal. Därför händer det ibland att nedladdningar misslyckas. SEGA försöker avhjälpa detta genom att ta fram teknik som "rengör" den analoga signalen hos kabeloperatörerna. Trots det funkar SEGA Channel inte alltid felfritt, dock är det teknik som senare visar sig få en viktig roll i framtagandet av bredband via kabelnätet.

I USA och Kanada fortlöper SEGA Channel fram till juli 1998 och har som flest 250 000 abonnenter i USA. Det låter som en bra siffra, men SEGA hade ett mål på en miljon abonnenter redan första året. Övriga länder där SEGA Channel testas är tjänsten kortlivad. Introduktionen i Europa sker så sent som 95-96 i Storbritannien, Frankrike, Tyskland och Nederländerna, när Mega Drive redan är på fallrepet. SEGA gör även en likartad satsning i Japan några år tidigare under namnet Meganet fast då med modem på telefonnätet istället för att gå via kabelnätet. Denna variant släpps även i Brasilien, fast främst med email som huvudsyfte snarare än spel. SEGA Channel gör även korta satsningar i Argentina och Chile. Nintendo gör ett liknande tilltag i Japan med Satellaview till Super Famicom under 1995, ett slags satellitmodem som laddar ner spel. Kanske fungerade SEGA Channel som ett avskräckande exempel eftersom Satellaview aldrig lanseras till Super Nintendo i väst.

ELITSERIEN SKRINNAR IN PÅ MEGAN

Långt innan Sverige sysselsatte ett fyrsiffrigt antal spelutvecklare utspridda över hela landet, så fanns en studio vid namn Neurostone i Stockholm. Tillsammans med DICE, som då låg i Göteborg, Atod i Helsingborg och Norrköpingsbaserade UDS, var dessa starten på vad man kunde kalla en bransch för spelutveckling. Från hobbyprojekt och enmansshower började riktiga studios växa fram under mitten av 90-talet. De är unga och hungriga, men har inte det vassaste affärssinnet och är knappast särskilt organiserade. Styrkan är istället ett enormt tekniskt kunnande och visioner om vad man kan åstadkomma med dessa kunskaper. De bärs fram av sina unga drömmar och förstår inte vad ett riktigt arbete innebär. Disciplin saknas knappast, vilket syns i oändliga arbetsdagar med jobb natttid där cola och ostbågar är bränslet. De är lika mycket pionjärer som skulle erövra världen som tonåringar som drömde om att bli rockstjärnor inom sitt gebit.

Neurostones grundare John Hammarberg som är uppvuxen i Enskede i södra Stockholm, kommer i kontakt med datorer när han är runt 10 år genom en jämnårig granne som har en VIC-20. För honom är det som ren magi.

- Mina föräldrar förstod att jag behövde en dator. Då blev det en C64 som var det finaste man kunde få på den tiden. 1985 blev det en beställning på en sådan via Gula tidningen, berättar han.

Med sin C64 så glider John in på demoscenen. Kortfattat kan ett demo beskrivas som en musikvideo på datorn. Det blir en prestige att kunna pressa datorn till sitt max och göra kreativt intressanta demos som imponerar på sina gelikar inom scenen. Ofta skapas ett demo av en grupp som tillsammans programmerar, gör grafik och skapar musik. Demoscenen är en gräsrotsrörelse där man träffas på demoparty för att kopiera spel, dricka öl, lyssna på musik och visa upp sina nya demos. Genom demoscenen med sina olika partyn och även datormässor så träffar John på nya bekansnader, bland annat ett gäng från Södertälje bestående av Anders "Psycho" Almman, Nicklas "Mogwai" Kring, Sandor "Sensei" Nilsson, hans yngre bror Urban "Taito" Nilsson och ytterligare ett par andra personer. De kommer bra överens och inom en månad bestämmer de sig för att slå ihop sina påsar och bilda en gemensam grupp. Från att ha varit i periferin så blir de på mindre än ett halvår på allvar en central del av demoscenen och

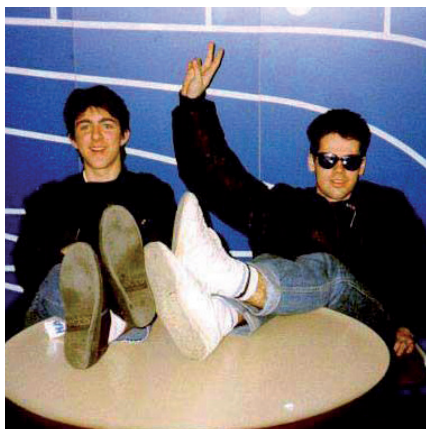
MEGA DRIVE ELITSERIEN 95



By HIGH SCORE PRODUCTIONS & NEUROSTONE



Licensed by Sega Enterprises Ltd. for play on the SEGA™ MEGA DRIVE™



Robert "Bob" och Janne "Euzkera" från Censor Design på Randers Party, 1989.



Det kodas och knäcks för fullt på The Party I i Danmark, 1991.

vinner åtskilliga tävlingar. Sommaren 1989 bildas en ny grupp vid namn Censor Design och in kommer Robert "Bob" Györvari (numera Hajduk), Patrik "Dragon" Havilla och Patrik "Contring" Nylén. Namnet Censor kommer från en låt av kanadensiska bandet Skinny Puppy som spelar musik som klassas som electro-industrial.

De bemästrar Commodore 64 och placerar sig högt eller rentav vinner på ansedda demopartyn som The Computer Crossroad i Göteborg och The Party i Danmark under 1993. Redan under hösten 1992 så börjar de experimentera med konsoler för att ta sig an en ny utmaning.

- Eftersom vi kunde hemdatorerna utan och innantill så gick vi på konsol. Vi tyckte att det var coolt att kunna behärska dem, så vi började göra demos på Super Nintendo och Mega Drive, berättar Robert Györvari.

Anders "Psycho" Almmann är först ut att skaffa en Sega Mega Drive. Först är syftet främst för att byta spel. Han är aktiv som VHS-swapper och ser Mega Drive som ett nytt område. Genom kopiatorer som Super Magic Drive kan spel på konsolen kopieras. De säljs i Sverige av Strider genom deras företag Fairlight Trading som har importerat dem. Enheten monteras i cartridgeporten på konsolen, sedan pluggas spelen in i Magic Drive. Med en diskettstation som kopplas in via en seriell kabel i Magic Drive kan spelen sedan kopieras till disketter. Just den serieporten i Magic Drive blir snart mer intressant när de inser att man kan koppla ihop den med en Amiga och sedan via cross-assembler ladda in egen kod i Mega Driven. Det innebär att man helt plötsligt kan spela hemmagjorda spel eller demos på Mega Drive. Att dessutom Mega Drive har stora likheter med Amiga gör det lättare.

- Behärskade man burkarna behövdes bara en ledtråd så öppnades en dörr. Vi kunde Z80

och 68000. Vi hade lärt oss 68000 på Amigan och Megan hade samma processor. Enda skillnaden var att vi tvungna att tunnla datan för grafikchipet, vilket var en enorm flaskhals för systemet, förklarar Robert.

- Jag ville också ha ett sådant kit och började programmera Mega Drive. Vi fick tag på utvecklingsmanualer via BBS:er. Sedan var det bara att börja koda. Det var en 16-bitars med character tiles vilket var vanligt på 8-bits och konsol, så någonstans mellan C64 och Amiga i hårdvarukapacitet, berättar Hammarberg.

Censor Design i Göteborg med Peter "Geggin" Svensson och Kenneth "Slaygon" Mutka arbetar med demos på Super Nintendo, medan Stockholm pillar med Mega Drive.

- Vi gjorde antagligen världens första demo till Super Nintendo med SID-mania och på Mega Drive släppte vi Censor Demo 1, berättar Robert.

Förutom en rad demos börjar Censor Design även göra tidningar på diskett, ett koncept inom demoscenen som är vanligt på hemdatorerna. De kallar sin tidning för Consol Shock som innehåller nyheter, rykten, intervjuer, koll på japanska scenen, insändare, serier och mycket annat.

Samtidigt börjar den amerikanska speljätten Electronic Arts att söka efter en svensk studio. EA är framgångsrika med sportspel som baseras på de verkliga proffsligorna och med riktiga spelarnamn som NHL, NBA och FIFA. Planen är att tillsammans med SEGAs generalagent Brio ta fram ett hockeyspel baserat på svenska Elitserien.

- Likt mig är också Anders Hallberg idrottstokig, berättar Roger Jönsson. Jag spelade själv hockey. Eftersom vi hade lyckats bra med EA Hockey och NHLPA 93 märkte vi att det finns potential. Vi tog kontakt med EA för att diskutera förutsättningar och möjligheter att göra en svensk version. De gillade idén och tror att det skulle gå, men då skulle vi behöva lägga en order på minimum 20 000 spel för att det ska vara lönsamt för dem.

Vid den tidpunkten hade det sålts strax över 60 000 Mega Drive i Sverige.

- Jag var något försiktig, men Hallberg sa att vi ska köra på detta. Han har en fantastisk känsla att hitta rätt tajming när något ska slå, som tidigare när han lanserade Trivial Pursuit i Sverige, så jag litade på honom, säger Jönsson.

- Både Roger och Stefan kände att det var kämpigt att driva Elitserien. Där fick vi slåss internt för att övertyga om att det är värt att ta risken med att göra ett svenskt hockeyspel, berättar Hallberg.

Brio har upparbetade relationer med Svenska Hockeyligan tack vare tung annonsering och sponsring av Elitserien säsongen 93-94.

- Det började med att vi skulle vara sponsorer av Elitserien med reklam. Så det var en långsiktig satsning och förutsättningarna för ett spel blev större när vi var sponsorer, menar Hallberg.

Anders är bestämd om att de inte ska ha reklam på isen eller rinken, utan anser att hjälmen är bäst eftersom det exponerar varumärket rakt in i kameran vid tv-sändningar.

- Vi köpte reklam på alla hjälmar och satte SEGA-logotypen där. Vi kunde välja mellan byxor eller hjälmar, men resonerade att det är hjälmen som syns i tv när de sitter i utvisningsbåset, ska teka och liknande. Byxorna ser främst de som är på arenan. Det var dyrt, handlade om miljonbelopp, men gav mycket tv-tid, vilket gjorde det värt det, berättar Jönsson.

- Vi hade tur med timingen, det var 94 som Modo förlorade SM-finalen mot Malmö. Då blev Foppa tjurig och slog sönder sin klubba, svor mot alla och hade SEGA-loggan på hjälmen. Vi hade mycket momentum som flöt och gjorde att allt gick åt rätt håll för oss, säger Lampinen.

När idén om spelet undersöks så tar Brio kontakt med Tommy Töpel på Svenska Hockeyligan och tillfrågar honom om de kan tänka sig att sälja licensen.

- Det visar sig passa dem perfekt och de tycker projektet är intressant, vilket resulterar i ett avtal med en royaltidel som är nästan obefintlig. Alla tidningar skrev om Mega Drive och tv-spel, så de såg ett spel som ett sätt för Elitserien att stärka sitt varumärke. Vi gjorde en deal där Hockeyligan tog en procent som var lägre än jag trodde och sedan gick samma procent till spelarnas fackförbund, berättar Stefan Lampinen.

"Foppa blev tjurig och slog sönder sin klubba, svor mot alla och hade SEGA-loggan på hjälmen."

Ett centralt avtal gör det dessutom lättare att fortskrida med produktionen.

- Via hockeyligan kunde vi komma åt alla klubbar och behövde inte förhandla med respektive förening, förklarar Roger.

Med avtalet med Svenska Hockeyligan på plats så börjar Electronic Arts att söka efter en svensk studio som kan göra om deras NHL-spel till en svensk Elitserien-version. EA annonserar på nyhetsgrupper på Usenet på Internet och kontaktar även DICE eller Digital Illusions som de fortfarande kallas vid det här laget.

- DICE var en generation äldre än oss. De var en av få som arbetade med spelutveckling i Sverige, just då utvecklade de Benefactor, Hardcore och Pinball Illusions. Vi var de enda i Sverige som kunde utveckla på konsolerna, men vi var inga proffs, vi var hackers som höll på att komma ut ur våra skolor och var ännu inte redo för arbetslivet. Jag gick själv slutåret på KTH, vilket var en av anledningarna till att jag knappt kunde vara med, säger Robert Györvari.

John Hammarberg besöker DICE som hyrt en villa i Växjö för att samla styrkorna. Det är tydligt att tiden läggs på att skapa spel inomhus, utifrån ser det mer ut som ett spökhuss med en ovårdad trädgård. Inuti villan lyser hackerkulturen starkt med utspridda tomma Coca Cola-burkar och flimrande skärmar som står på nästan dygnet runt. Joakim "Okkun" Wejdemar och Bo Staffan "Boman" Lankinen (byter senare efternamn till Langin) arbetar med det sidscrollande actionspelet Hardcore på Mega Drive. Trots att spelet är så gott som färdigt så ställs det



SEGA 

Elithockey

SEGA är en av 5 huvudsponsorer till årets elitserie. Alla lagen har SEGA på hjälmarna. Så SEGA är med där det händer, där människor samlas som gillar fart och fläkt, för att inte tala om all gratis TV-reklam!

160.000.000 gånger!

87% av Sveriges befolkning såg SEGA's stortavlekanpanj. I genomsnitt 23 gånger, under 14 dagar i september.

BRIO, styrka och långsiktighet

Skandinaviens största leksaksdistributör. Bildades 1884 och ligger idag på börsens OTC-lista.



Anders "Psycho" Almman och Robert "Bob" Györvari.

in 1994 när spelets förläggare Psygnosis beslutar att satsa på PlayStation.

- Vi fick signaler från flera håll att EA letar efter en svensk studio så jag skrev ett e-mail till EA och fick ett svar tillbaka. Jag och Anders höll på att programmera ett spel under arbetsnamnet Aerobusters på Mega Drive. Det var ett shoot'em up där man flyger runt i 360 grader, kan bomba och spränga saker. Det blev aldrig klart, men vi visade ett demo för EA som insåg att vi kunde programmera konsolen, berättar John Hammarberg.

Det leder till att John tar pendeltåget för ett par möten i Upplands Väsby där Brio har ett kontor. Han träffar den jämnåriga producenten David Amor som blir deras främsta kontakt på EA. Från Brios sida blir det Stefan Lampinen och Roger Jönsson som arbetar på Elitserien-projektet. Det följs upp med en flygtur för kontraktskrivning på plats i EA:s kontor i Guildford, Storbritannien. Något som John i sin unga ålder naivt accepterade utan vidare eftertanke. Efter att Brio också formellt sagt ok till en order på 20 000 exemplar av Elitserien-spelet från EA så sätter det verkliga arbetet igång.

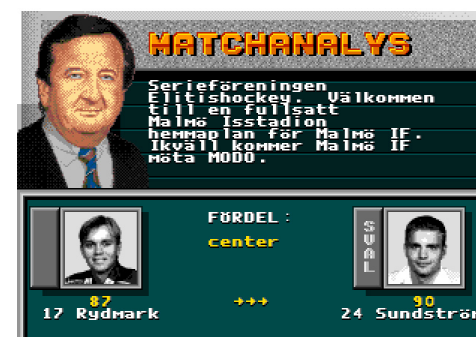
Då Commodore 64 är en döende plattform och de vill göra spel så blir det en naturlig fortsättning att gå över till Mega Drive och dessutom kunna tjäna pengar på det. Företaget Neurostone bildas. Namnet kommer John Hammarberg på. Han la helt enkelt ihop neuro och stone.

- Jag är helt skyldig till det. Neuro för det kommer från nervsystemet och kopplas till hjärna vilket var tankekraft. Sedan på något vis kopplade jag ihop det med sten som en kärna. Det var egentligen inga logiska ord att slå ihop, men det lät bra. Första skämtet var så klart att det på svenska låter som njursten, skrattar Hammarberg.

Neurostone gör Anders Almmans vardagsrum i Södertälje till sin bas. Det är tigt med tid och de arbetar dag och natt under tre veckors tid i den konstant mörklagda lägenheten. Tillammans med John så står Anders för kodandet medan Sandor Nilsson sköter grafiken. Electronic Arts skickar ett utvecklingskit för Mega Drive som ser ut som en stor blå plåtlåda och en Macintosh som kopplas in till kitet. Trots att de aldrig arbetat med en Mac så vänjer de sig väldigt snabbt vid tangentbordet, skärmen och den något udda texteditorn.

- En dag och vi var vana vid Macintosh, så anpassningsbara var vi. När man ominstallerar Windows nu för tiden är man lost i en vecka, konstaterar John med glimten i ögat.

Medan Macen används för utvecklingskitet så har de en Amiga som står för all hantering av spelarstatistik. John skriver ihop ett stort BASIC-program som hanterar databasen för all information. För Stefan Lampinen och Roger Jönsson består en stor del av arbetet att få in all statistik som sedan Neurostone kan mata in i spelets databas. Tommy Töpel på Hockeyligan går ut med underlag som alla klubbar ska fylla i. Det är information om spelare, femmor, vänster eller högerskytt och all möjlig statistik som behövs. Det krävs dock en del bearbetning och de stöter på en del motstånd från vissa lag som inte vill ranka sina spelare och ge ut det till någon utomstående. Efter en hel del samtal lyckas de till sist få in all information.



"Alla Elitseriespelarna tyckte det var kul att se själv på en skärm. Här kommer Mikael Renberg och så är det han som styr sig själv."

SEGA POWER MAGAZINE

NR 5



SEGA HOCKEY CAMP '94



Finalen spelades i Stockholm den 14 juni och det blev en tuff och jämn kamp. Power Magazine hoppas kunna presentera en ny SEGA-tävling under 1995.

Marknadschef Stefan Lampinen överräcker priset - en Mega CD och pokal till vinnaren Mikael Weiss 17 år från Uppsala.

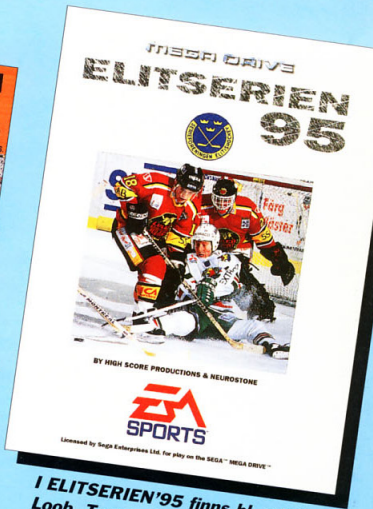
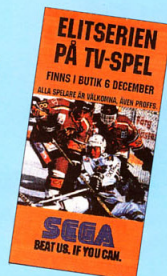


Finalisterna i SEGA HOCKEY CHAMP '94



ELITSERIEN '95

Finns nu - endast till Mega Drive!



I ELITSERIEN '95 finns bl. a Håkan Loob, Tomas Jonsson och Charles Berglund. Spelet bygger på förra säsongens statistik, så spelarna är precis så bra som de förtjänar.

SEGA gjorde en enorm mediainsats inför lanseringen på ELITSERIEN '95 den 6 december. Under två veckor fanns spelet på 3500 pelarytor över hela landet. Det är den hittills största marknadsinsatsen på ett enskilt TV-spel i Sverige.



Största satsningen på TV-spel någonsin!

SEGA i Sverige har tillsammans med Electronic Arts och Serieförbundet Elitishockey skräddarsytt ett svenskt hockeyspel, **Elitserien '95**.

Electronic Arts är världens största programvaruföretag och deras sportspel har blivit ett begrepp världen över. Ett mycket nära samarbete under nästan ett år med svenska programmeringsteamet Neurostone och PlayMix möjliggjorde **Elitserien '95**. Det är första gången i spelhistorien som ett sådant projekt genomförs.

"Vi har sålt mest hockeyspel i världen, därför känns det naturligt att vara först med en svensk produkt" säger Roger Jönsson, produktchef. "Fantastiskt" säger Tommy Töpel, ordförande i Elitserieförbundet, "tänk att hela Elitserien finns i ett TV-spel".

Elitserien '95 är exklusivt för SEGA MEGA DRIVE



SEGA STORE NEWS



Osby i oktober 1994

Hockeyspelsucce'!

Att NHL '95 formigen haft skridskor på sig och åkt genom butikerna i rekordfart har ingen kunnat undgå! Tyvärr är det så att vi (trots rekordinköp) ej kunnat tillgodose Er med de spel ni önskat köpa. Nästa inleverans vilken tyvärr blivit försenad av omständigheter vi ej råder över beräknas ankomma till vårt lager kring den **18/11**. Det föreligger också risk att vi blir tvingade att kvotera din order.

Det var den dåliga nyheten som dock uppvägs av en oerhört glädjande nyhet. Med hjälp av Electronic Arts och ett svenskt programmeringsteam vid namn Neurostone kan vi presentera årets bomb i Sverige bland TV-spelen;

Elitserien 95!

Spelet är det första i världen i sitt slag eftersom det är helt gjort på svenska! Alla lagen, alla spelarna och all statistik är baserat på den svenska Elitserien. Det innebär att oavsett om du håller på Djurgården, Leksand eller något annat lag kan man lira med sina favoritlag resp spelare. Spelet är uppbyggt efter NHL 95 och är till och med snäppet snabbare än detta.

Värt att notera är att Elitserien 95 endast kommer till Sega Mega Drive!

För att vi skall kunna garantera dig leverans vid lanseringen som sker i början av december (datum meddelas senare) vill vi att ni faxar in kupongen till oss snarast om ni inte redan har lagt order. **Senast den 24/11 behöver vi din order!** Ingen orderfördelning kommer att ske.

Givetvis vill jag köpa Elitserien 95. Skicka mig.....st a' 417,-/st.

Butikens namn;.....

Kundnummer;.....

SEGA
BEAT US. IF YOU CAN.

SEGA marknadsförs av PlayMix - 283 00 OSBY - Telefon 0479-190 00 - Fax 0479-193 22.

- Alla tränare ställde upp och gjorde Excel-ark med hastighet, styrka och sådant på sina spelare. Under arbetets gång fick jag träffa många av dem som till exempel Leif Boork. Sedan gav vi det bladet till Neurostone som knappade in statistiken i spelet, säger Lampinen.

- Jag kalibrerade statistiken, berättar Roger. Jag hade spelat mot många av dem och sett mycket hockey och hade därmed koll på nästan varje spelare. När varje förening skickade sin statistik handlade det om att få bra synkronisering så inte Rögle fick 80 i snitt, medan Frölunda fick 75, fastän Frölunda egentligen var bättre. Hela det jobbet gjorde jag och det var förbaskat roligt.

Förutom arken med bedömningar av Elitseriens alla spelare matas det även in ny grafik som logotyper och lagdräkter samt översättning av spelet till svenska. En utmaning blir att ändra spelets logik då den nordamerikanska förlagan har Stanley Cup som slutspel och en annan typ av gruppspel. Mycket arbete läggs ner på att ändra reglerna och hur slutspelsträdet skulle se ut med vilka som går vidare.

"Det var väldigt skoj att känna att jag har varit med och gjort det här. Från att sitta själv i sitt datarum till att vara känd spelprogrammerare på en månad."

Eftersom Nordamerika och Europa använder olika TV-system i NTSC respektive PAL så påverkas ofta hastigheten i spel. PAL har högre upplösning i form av fler linjer på skärmen, men långsammare bilduppdatering med 50 hz jämfört med 60 hz för NTSC. Oftast anpassas inte spelen för PAL, utan de får svarta kanter ovan och nedanför som en följd av den högre upplösningen, samt så går spelen cirka 17 procent långsammare. Det märks inte enbart i hur snabbt föremål rör sig på skärmen, utan påverkar även till exempel musiken. För Elitserien så anpassar Neurostone det för PAL i Europa, vilket innebär ett snabbare spel som utnyttjar hela bildytan. De ändrar även så spelet allmänt går lite snabbare med högre hastighet på skridskorna. Recensenterna märker det ökade tempot och tycker det är roligare än NHL-förlagan.

Lampinen tar ofta med sig sin produktchef Christian Martinsson (numera Ponziani) för att buggtesta spelet och korrekturläsa texten. För Christian blir det starten på en lång och trogen tjänst inom EA som produktchef för bland annat Battlefield-serien i Norden.

- Fantastiskt, tänk att Elitserien finns i tv-spel, skanderar Tommy Töpel, ordförande för Elitserien i SEGA Power Magazine som gick ut till klubbmedlemmarna.

Den 6 december 1994 lanseras Elitserien 95 med dunder och brak. Brio satsar hårt och annonserar spelet på 1600 stortavlor utomhus i hela landet, något som kostar tre miljoner kronor och man skryter att det är den dyraste kampanjen för ett enskilt spel i Sverige.

- Vi hade tur och fick napp på storpelarna för utomhusreklam, men vi var tvungna att pro-



Flera av Elitseriespelarna ställde upp på evenemang för spelet i hemstaden för laget som de spelade för, som ovan i Stockholm och nedan i Luleå.





Topplistan TV-spel 1-10		
1	Elitserien '95 (MD)	625:-
2	NHL '95 (MD/SNES)	599:-/699:-
3	Pitfall (MD/SNES)	629:-/679:-
4	Mickey Mania (MD/SNES)	629:-/679:-
5	Donkey Kong Country (SNES)	795:-
6	Secret of Mana (SNES)	699:-
7	FIFA '95 (MD)	669:-
8	Lion King (MD/SNES)	699:-/749:-
9	Sonic&Knuckles (MD)	669:-
10	Djungelboken (MD/SNES)	669:-/699:-



Ovan: På mitten av 90-talet står fortfarande individuella spelbutiker för en stor del av spelförsäljningen, men största kedjan är Åhléns som har en marknadsandel på över 20 procent. Här syns topplistan under julhandeln 1994 på Åhléns och det är tydligt att hockeyfebern tagit över och Mega Drive är hetast med Elitserien 95 som det bästsäljande spelet, vilket är en viktig markering om marknadsläget.

Till vänster en facsimile på en intervju med Anders Almman, John Hammarberg och Robert Györvari. Elitserien till Mega Drive fick mycket uppmärksamhet i media.



Christian Martinsson



ducera annonsen inom 24 timmar för att få ett attraktivt pris. Då jobbade vi hela natten med reklambyrån som producerade annonserna. Det fick ett kraftfullt genomslag där budskapet annonserade datumet för spelet, berättar Anders Hallberg.

Det är tight, Brio lyckas få hem spelen på lager innan lanseringen och alla 20 000 exemplar säljs över julsäsongen och efterförsäljningen i januari och februari. Det resulterar i att Brio behöver beställa hem ytterligare 5000 exemplar och senare köper de ännu fler, vilket gör att försäljningen till sist slutar på totalt 37 000 spel.

- Enbart i Västerås klapp man omedelbart 200 exemplar, vilket var mer än vad något spel sålt där hittills, men så låg de också i Elitserien på den tiden, minns Roger Jönsson.

Elitserien 95 blir en formidabel succé och draghjälp för hela konsolen.

- Den [Elitserien 95] och Sonic var ju Mega Drive. Spelet gjorde att folk fick upp ögonen för Mega Drive och därmed uppmärksammades också andra spel. Det stod mycket i tidningarna, helsidor i lokaltidningarna och kvällspressen.

SVT besöker Anders lägenhet i Södertälje och spelar in ett nyhetsreportage om spelets framtagande som rullar ut i tv-rutan lagom till att julhandeln sätter igång på allvar.

- Det var väldigt skoj att känna att jag har varit med och gjort det här. Från att sitta själv i sitt datarum till att vara känd spelprogrammerare på en månad. Morsan var stolt och sådana saker, men annars hände egentligen inget speciellt, utan livet gick vidare som vanligt, berättar John Hammarberg.

Uppståndelsen leder till att några elitserieklubbar hör av sig och vill ha royalty för att de är med i spelet.

- Vi hänvisade alla till Tommy Töpel, minns Roger. Claes Elefalk, en av de stora agenterna på



Två facsimiler från tidningsartiklar. Till vänster exempel på hur mycket exponering som sponsringen med SEGA-logotyperna på hjälmarna gav. Iförd hjälm så går verkligen Roger Jönsson in i rollen som produktchef när det är dags för intervjuer om spelet.

IMG som representerade några av de största idrottsmännen hade Jörgen Jönsson. Han var på omslaget på spelet och då ville Elefalk ha pengar, men vi skickade en konsol och spelet till Jörgen, vilket han nöjde sig med. Vi hade ju redan köpt rättigheterna. Vi fick också höra att det var många andra elitseriespelare som köpt spelet.

Många av spelarna som dåtidens hockeyhjältar Håkan Loob och Challe Berglund ställer dessutom upp på evenemang i samband med att spelet demonstreras i köpcentrum och butiker i städerna där deras lag spelar.

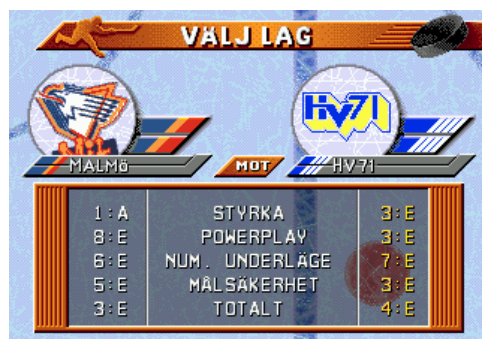
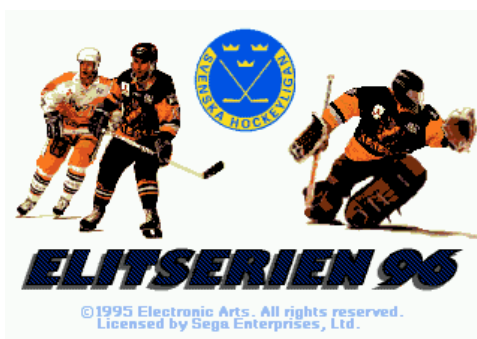
- Alla Elitseriespelarna tyckte det var kul att se sig själv på en skärm. Här kommer Mikael Renberg och så är det han som styr sig själv, skämtar Lampinen.

Elitserien 95 ger inte enbart Mega Drive skjuts i Sverige, utan ger även effekt inom EA.

- Idag är det kanske inget speciellt, men då var det nytt med lokala ligor och EA insåg att det fanns en enorm potential att ta tillvara på genom att bygga på ligor, säger Stefan Lampinen.

Från att ha varit underdog blir SEGA nu marknadsledaren.

- Jag tror det var tufft för Bergsala att se produkten, säger Jönsson fundersamt. Vi hade fått en bra position med Sonic och sportspelen och SEGA kändes nytt och fräscht. Bergsala hade



"Andra Elitserien var mer avancerad, det var inte bara ett rutinjobb. Vi förändrade mer saker och arbetade åter under extrem tidspress."

95% av marknaden med NES, medan det var jämnare på 16-bitarsmarknaden. Vi påstod att vi hade mer än 50%, medan Bergsala påstod att de var större med Super Nintendo. Helt klart var att den totala marknaden för spel ökade, även om det inte fanns någon officiell branschstatistik på den tiden. Vi fick statistik från tullmyndigheten, innehållandes värden som importerats från olika håll och kunde räkna ut hur mycket de sålt och jämföra med vad vi sålt. Hur man än vrider och vänder på det så gick det från 95-5 för Nintendos fördel till någonstans runt 50-50. Men så var marknaden också delvis segmenterad, de fokuserade på en yngre målgrupp och vi blev starka i vår något äldre målgrupp, så totalt sett var det ett uppsving för hela marknaden med två starka aktörer snarare än en stark och en svag.

Efter lanseringen av Elitserien 95 så återgår de flesta i Neurostone till studerandet med Komvux eller extrajobb. Efter några månader är det dock dags att upprepa processen och påbörja arbetet med Elitserien 96. Samma blåa utvecklingskit dyker upp igen från EA. Denna gång sker dock arbetet med mer resurser. EA är nöjda och vill satsa mer. Dessutom innehåller den amerikanska förlagan mer animationer och en rad förbättringar som bland annat snapshot som beskrivs som ett mellanting mellan handleds- och slagskott, vilket kommer att kräva fler personer för att hinna anpassa det till en svensk version. Förutom John, Anders och Sandor så kopplas även Patrik "Contring" Nylén in på programmering och Patrik "Dragon" Havilla blir assisterande grafiker.

- Vi resonerade att nu blir det ytterligare en månads arbete dygnet runt, om vi är tre programmerare så kan vi byta av varandra och får faktiskt tid att sova lite grann emellanåt också. Nylén var dessutom duktig på 68000-programmering så det var ett välkommet tillskott, menar Hammarberg.

Andra förändringar är att all statistik matas in i en ny databas skapad i C på PC istället för Amiga BASIC. Även Stefan Lampinen och Roger Jönssons arbete med insamlandet och hanteringen av statistiken är enklare. Denna gång är lagen mer villiga att lämna ut informationen.

- Efter succén med första Elitserien var det inga problem att få statistik. Spelarna själva hade spelat och tyckte det var riktigt skoj. Nu finns det officiell statistik tillgänglig på nätet om allt mellan himmel och jord som hur många passningar en viss spelare har gjort eller många skott denne har skjutit. Men då var det inte lika enkelt att få fatt på det, förklarar John Hammarberg.

Resultatet låter inte vänta på sig. Elitserien 96 skapar åter igen hysteri och säljer mer än 20 000 exemplar.

- Elitserien 96 sålde förvånansvärt bra, men vi köpte ändå in för många och blev kvar med ett 1000-tal exemplar som vi senare sålde i paket med konsolen, minns Jönsson.

Även om det är kul att få bra uppmärksamhet och få ett gott rykte när ett spel säljer väl, så spelar det ingen större roll för Neurostone hur många exemplar Elitserien säljer eftersom de betalas en fast summa.

Med en mättad marknad görs det inga fler Elitserien på Mega Drive. Även om spelen är

populära så är det fortfarande många spelare som hellre köper NHL-spelen eftersom den ligan har de riktiga superstjärnorna. Under 90-talet får NHL dessutom allt mer uppmärksamhet i svensk media tack vare svenska stjärnor som Mats Sundin och Peter Forsberg. Flugan kring att samla på hockeybilder hjälper också till att få många unga intresserade av den nordamerikanska ligan.

Elitserien återvänder till spelvärlden 2001 i form av en expansion till NHL 2001 på PC. EA gör liknande expansioner i andra länder och tilltaget är lyckat. Man beslutar sig för att integrera ligorna direkt i spelet, vilket betyder att från NHL 2004 är Elitserien och andra internationella ligor som till exempel finska och ryska, med direkt i alla utgåvor av NHL från EA.

För Stefan Lampinen blir hela resan kring Elitserien även början på ett nytt äventyr. David Gardner som leder det europeiska kontoret för Electronic Arts planerar att växa bolaget genom fler lokalkontor runtom i Europa som kan hantera marknadsföring, försäljning och distribution i olika länder. Redan 1994 under arbetet med Elitserien 95 föreslår han att radarparet Lampinen och Jönsson från Brio ska öppna ett lokalkontor för EA. Lampinen tycker det är för tidigt och känner lojalitet till Brio och SEGA. Några månader senare i oktober 94 strax innan lanseringen av Elitserien 95 träffas Stefan och David igen.

"Det kändes rätt att gå vidare. Framtiden låg i EA och inte SEGA."

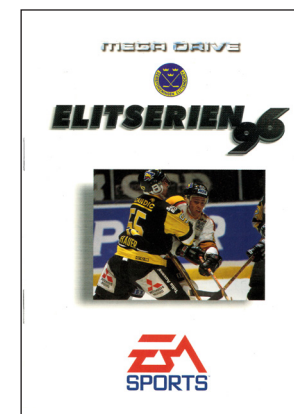
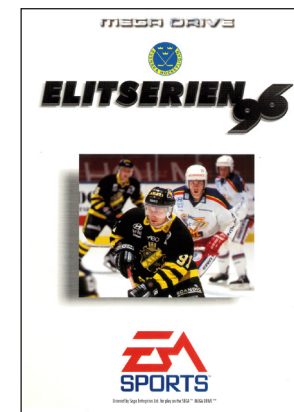
- Vi satt på ett Scandic Hotel vid Victoria Station i London. Gardner sa "we're not gonna ask you one more time, do you want to be managing director and build up Electronic Arts Nordic?". Då stammade jag fram "yes". När jag kom ut från hotellet så hade jag världens huvudvärk för jag var så stressad. Jag fick meddela Brio och SEGA. Den tiden 90-92 med Hallberg och Roger var den roligaste jag upplevt, så det var inget lätt beslut. Anders tog det bra och jag bibehöll kontakten med Roger. Just då var det dessutom ganska turbulent på SEGA med 32X och Saturn, SEGA Europe hade också köpt Virgin Mastertronic, så det kändes rätt att gå vidare. Framtiden låg i EA och inte SEGA.

Den 1 juni 1995 öppnar kontoret för Electronic Arts i Stockholm. Roger Jönsson stannar på Brio, men hävdar stolt att han är den okrönte mästaren i Elitserien 95.

- Jag vann alltid över Lampinen. Anledningen till att jag slog honom var att han alltid envisades med att spela som Luleå (som inte var så bra i Elitserien 95). Han hade som ung spelat med någon i laget på juniornivå.



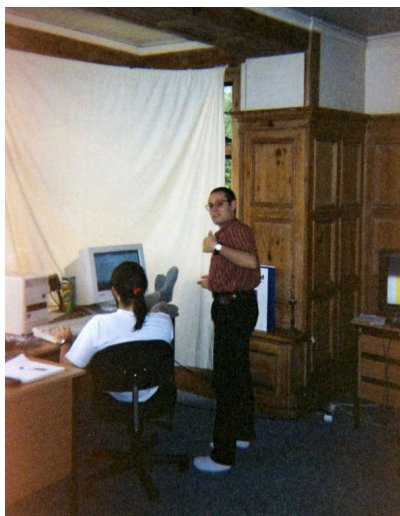
Fotografi på Stefan Lampinen taget när han arbetade på Electronic Arts, bakom honom skimtar reklam för NHL 99.



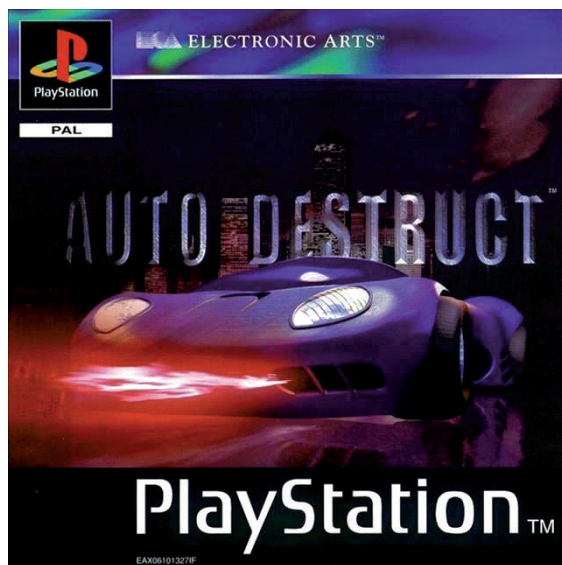
Instruktionsboken till Elitserien 96 skiljer sig från omslaget (överst) och använder ett annat foto som illustration.



Neurostones team på Autodestruct, översta raden stående: Anders "Psycho" Almmann, Patrik "Dragon" Havilla, Juan Gautier, Johan Landström, Egil Sjölander och Ulf Pettersson. Sittandes: John "CRT" Hammarberg, Che "Alfatech" Lalic, Robert "Bob" Györvari och Patrik "Contring" Nylén.



Robert Györvari och Patrik Nylén.



LIVET EFTER ELITSERIEN FÖR NEUROSTONE

Efter Elitserien 96 så jobbar Neurostone med Auto Destruct till PlayStation. Det är ett actionfyllt racingspel i stadsmiljö i 3D med möjligheten att köra utanför en sluten bana vilket pressade de tekniska gränserna. EA ger dem en budget på sju miljoner kronor och de kan börja anställa fler personer. Det blir början på ett två och ett halvt års äventyr som innefattar mycket hårt arbete. Med ett växande team är det dags att flytta ur Almmans vardagsrum i Södertälje och in på kontor i centrala Stockholm. John Hammarberg bosätter sig mer eller mindre på kontoret. Spelproduktionen i sig är ett hårt arbete med långa dagar, men löper på bra. Det mesta av ansvaret att driva Neurostone som företag hamnar dock på John som får ta hand om bokföring, löneutbetalningar, förhandlingar och dylikt vid sidan av rollen som huvudprogrammerare.

Auto Destruct släpps 20 december 1997 i Europa och februari 1998 i övriga världen. Spelet säljer 180 000 exemplar. EA hämtar precis igen kostnaderna. Tekniskt är de långt före konkurrenterna, men uppmärksamheten riktas istället till det blodigt kontroversiella GTA - Grand Theft Auto som släppts några månader tidigare i oktober 97.

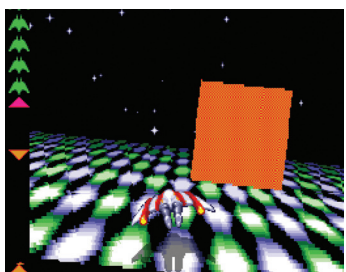
Utan nytt spelkontrakt så börjar Neurostone att splittras. De flesta är utbrända efter Auto Destruct. För flera personer slutar drömmen om att bli stor i spelvärlden, medan några fortsätter att harva vidare. Grafikern Juan Gauthier går till Amuze och arbetar med Headhunter-serien. Programmeraren Niklas Smedberg hamnar hos Epic där han programmerar spelmotorn för Gears of War-serien. Patrik Nylén får så småningom anställning på Avalanche Studios. Robert Györvari går till Refraction Games med Codename Eagle, spelet som blir upptakten till Battlefield-serien när Refraction köps upp av DICE. Robert lämnar sedan DICE och blir konsult för bland annat Rymdbolaget.

- Jag ville göra något annat. Som konsult kunde jag berika mig lite, men det är med spel som jag har de vackraste minnena. Det tog många år innan jag balanserade livet. På Neurostone fanns det ingen normaliserad gräns, det dröjde innan man både arbetsmässigt och privat nådde ett vettigt tillstånd, berättar Robert.

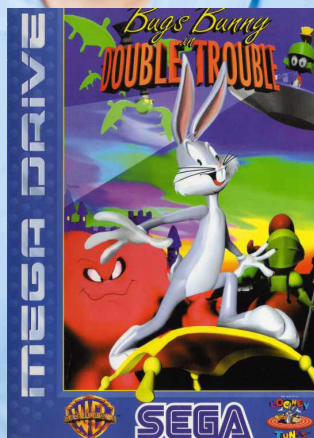
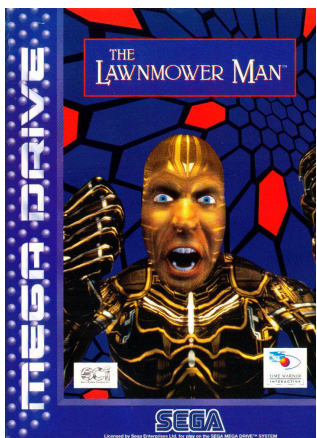
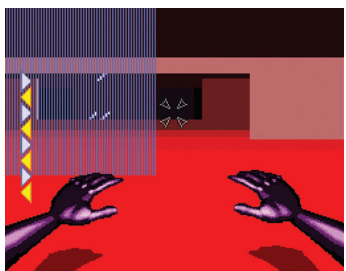
Grundaren John Hammarberg lämnar spelbranschen och flyttar till Kanada. Gänget fortsätter dock att hålla kontakten och 2012 återuppstår Sensor Design som demogrupp. De visar att de fortfarande är vassa genom att vinna förstapris på en uppsjö olika demopartyn.

Efter flera år som konsult så återvänder John Hammarberg till spelbranschen 2014. Han tröttnar på konsultlivet med ett halvår hemma följt av ett halvår på annan ort. John tar en anställning på Eidos i Montreal och får arbeta med Shinra, en cloud gaming-plattform. När Shinra läggs ner sommaren 2016 väljer John att sluta och börjar arbeta på Warner Bros Montreal där han hamnar i systemteamet. Han väljer också att lämna Sensor.

- Jag vill ha mera fritid över till något eget projekt. Jag är inte helt säker på vad det blir, men jag känner mig fortfarande kreativ och vill göra något. Jag får se vart det leder. Framtiden är fortfarande öppen, avslutar han.



Ovan Hardcore, till vänster The Lawnmower Man. Glad man: Christoffer Nilsson.



SVENSKA MEGA DRIVE-SPEL

De flesta svenska spelutvecklarna började sin bana på hemdatorer som C64, Amiga 500 och Atari ST eftersom dessa inte krävde speciella utvecklingskit eller licenser för att ge ut spelen. Men det fanns en del som tog sig an konsolspel och i synnerhet Mega Drive eftersom det fanns en likhet med Amiga 500, som också använde sig av Motorolas 68000-processor. Förutom Neurostone så arbetar även Scangames, Atod och DICE med Megan. Scangames återkommer vi till senare, då som Amuze. Atod från Helsingborg är inblandade i flera spel som bland annat The Pagemaster, Bugs Bunny in Double Trouble. och The Lawnmower Man. De använder sig av en teknik som skapar 3D-effekt av platta sprites. På Super Nintendo kallas det Mode 7 och stöds av hårdvaran.

- Mitt jobb var att få till något liknande på Megan utan att man hade hårdvaran som gjorde det. Det var en rolig utmaning och påminde om när man gjorde demos då man fick lura datorn för att pressa gränserna och skapa något som såg imponerande ut. Det gäller att gömma begränsningarna och få till så det upplevs som häftigt, berättar Christoffer Nilsson på Atod.

Han lyckas implementera tekniker som full-screen scaling, full-screen rotation och sprite scaling i 60 bildrutor per sekund, något som ingen lyckats med tidigare på Mega Drive. Det leder till att Atod får i uppdrag att göra förstapersonsskjutaren Heretic till Mega Drive. Med 16-bitarsgenerationen på väg ut och de nya CD-baserade 32-bitarskonsolerna på väg in innebär det både att spelprojekt och plattform ändras för Atod. De tar sig istället an uppföljaren Hexen till Saturn, som slutförs och släpps 1996.

Hardcore från DICE är ett intensivt actionplattform som liknar det populära Turricon, men det kommer aldrig ut. Spelet skulle släppas 1995, men i slutskedet så ställs det in.

- Det började som ett Amiga-spel 1991, men blev ett Mega Drive-spel som skulle ges ut av Psygnosis. Mega Drive var på väg ut så Psygnosis beslutade på ett eftermiddagsmöte att ställa in 13 spel [som var planerade till konsolen]. Vi hade bara en bugg kvar att fixa sedan var spelet klart, berättar Andreas Axelsson, en av grundarna på demopartyt Datastorm 2010 där spelet visades.

Psygnosis la istället resurserna på projekt till PlayStation och nyare format. Numera ägs Psygnosis av Sony.

EN SVENSK KOLONI I NORGE

Våra grannar i väst är också flitiga på att utveckla spel till Mega Drive. Norska Funcom färdigställer sju spel inom loppet av tre år under mitten av 90-talet. De arbetar även på fler titlar som inte släpps och gör också Super Nintendo-versioner av flera spel. Den Oslobaserade studion utgörs till en stor del av svenska programmerare, grafiker och musiker från demoscenen. Som flest är de fler än 10 stycken svenskar samtidigt. För utvecklare blir det naturligt att söka sig till Funcom i väst.

- Det fanns ju inga i Sverige som rekryterade så kraftigt då. Tror inte ens att det fanns några andra än Digital Illusions som ens var ett företag, berättar Johan Andersson (numera Dahlberg), programmerare på Funcom under 90-talet och som med scenenamnet Colorbird var medlem i demogrupperna Scoopex och Razor 1911.

Flera svenskar på Funcom kommer från demogruppen Blue House, en sub-grupp till The Silents.

Gruppen bildas när The Silents medlemmar som är hemmastadda i Växjö försvinner från jordens yta i sex månader och sedan återuppstår som Digital Illusions för att arbeta med Pinball Dreams. En av Blue House-medlemmarna är programmeraren Carl-Henrik Skårstedt med scenenamnet Alta. Han är även med i grupperna Rebels och The Movement.

- Jag spelade inte så mycket spel innan jag började på Funcom, men jag gillar att programmera demon och det kan man ju inte leva på men spel kändes ganska nära, berättar Skårstedt och fortsätter: - På universitet började jag snacka lite med Christer Ericsson, han började senare jobba med God of War-serien på Sony Santa Monica. Han hade samma inställning och frågade mig varför jag inte bara sökte jobb i spelbranschen. Jag skrev ett brev till Funcom och eftersom jag hade lite demon ute till Amiga som de hade sett så svarade de att jag kunde komma in på en jobbintervju.

Johan Andersson har å andra sidan ett väldigt utpräglat intresse för spel och som tonåring knackar han flitigt hemma först på C64 och senare på Amiga.

- Jag gjorde en egen variant av Bard's Tale med hjälp av en kompis som stod för grafiken. Med alla världar och monster tog det upp två diskar på C64. Jag gjorde även en egen C64-version av Ports of Call utan actionscener eftersom jag då inte hade råd med en Amiga 500



Till vänster en namnbricka från en jobbmässa där Funcom visade upp sina spel. Ovan en märkbart utmattad Johan Andersson på väg hem från en resa till Köpenhamn 1994.

[som var enda datorn spelet gavs ut till när det släpptes 1987].

Under sin universitetstid studerar Johan matematik och ryska, men mesta delen av tiden spenderas hemma för att koda demos.

- Jag läste i Datormagazin att några andra demokodare hade gjort spel och tjänat pengar på det, så det ville jag göra. Jag gjorde mina egna små spelkoncept, men visste inte riktigt hur jag skulle gå tillväga för att sälja dem.

Våren 1994 åker Johan till ett copyparty i Oslo. På plats finns Funcom för att rekrytera nya talanger. Han ser sin chans och skickar in en ansökan med en diskett som innehåller några demos. Det hela går snabbt. Carl-Henrik Skårstedt minns det som en tokig process.

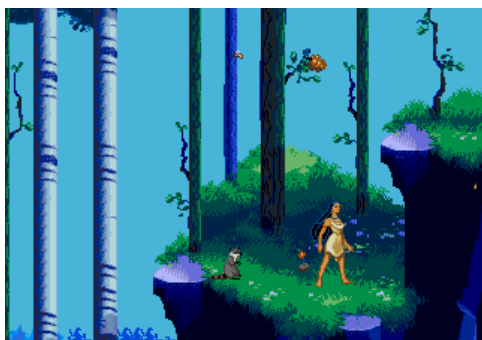
- Vi hade ett speldesigndokument på över 1000 A4-sidor i en pärm som vi hade fått av SEGA och vi programmerare hade bläddrat igenom designen och kommit fram till att det här ville vi inte göra. När jag pratade med vår personalansvarige sa han att en ny programmerare [Johan Andersson] skulle börja nästa vecka. Jag undrade vem som hade intervjuat honom, men det hade vi glömt. Det gick ju ganska bra ändå, men stackaren fick bli huvudprogrammerare för ett spel ingen annan ville göra. Designen var ett test från SEGA för att se om det fungerade bra att göra klart hela designen innan någon började på programmering och grafik. I praktiken fungerade den idén precis lika dåligt som den låter.

Projektet är ett väldigt ambitiöst actionplattformspel vid namn Nightmare Circus.

- Nightmare Circus är verkligen ett spel som hade mått bra av att ha en producent, säger Johan Andersson. Det var företagets absolut största nackdel, att de anställde producenter som skulle styra projekten, men de hade noll koll på spelutveckling och visste inte hur man hanterade folk. Vi var fem personer på teamet. Ingen av oss kodare hade ens fyllt 21 år och jag



Väljer man FUNCOM som namn och 1993 som kod i NBA Hangtime (SNES) visas ett foto på utvecklings-teamet. Övre raden: Johan Andersson, Carl-Henrik Skårstedt, André Johansen, Colin McMahon och Tore Blystad. Nedre raden: Christian Lasse, Henrik Holmdahl, Olav Mørkrid och Che Lalic.



Pocahontas (1996)



satt som huvudprogrammerare. Vår producent jobbade bara med vårt spel, men gjorde ingen planering och pratade inte särskilt mycket med oss. Sedan slutade han och vi var helt utan projektledning i sex månader innan vår förläggare skickade över folk att ta över projektet på plats. Men vi blev KLARA!

Trots att resultatet är bra så väljer SEGA att endast släppa Nightmare Circus via sin kabel-tjänst SEGA Channel i Nordamerika och på kassett via Tec Toy i Brasilien.

Det kan tyckas exotiskt att en norsk studio som Funcom får så många uppdrag under tidigt 90-tal, en period då större delen av spelutveckling till konsol sker i Nordamerika och Japan. Enligt både Johan och Carl-Henrik beror framgången på Erik Gløersen, en av Funcoms grundare, som är ruskigt bra på att få kontakt med spelutgivare och förhandla med dem.

- Jag tror det fanns ett stigma i spelbranschen om att jobba med skandinaviska firmor i samband med alla crackergrupper som fanns här, men det trängde de igenom och kanske viktigare var att jag tror vi budgeterade ungefär en programmerare per spel vilket gjorde att vi var ganska billiga, menar Carl-Henrik Skårstedt.

Förmågan att leverera i tid ger också Funcom ett gott rykte. Att spel blir försenade är annars nästan mer regel än undantag i spelbranschen.

- Vi var BRA på att leverera både i tid och den kvalitét förläggaren eftersträfvade, förklarar Johan Andersson.

Det leder till att självaste Disney vänder sig till Funcom för att låta dem skapa ett spel på den tecknade långfilmen Pocahontas om indianflickan med samma namn.

- Pocahontas var kul, vi jobbade direkt med Disney-animatörer från Feature Animation i Orlando och ett gäng grafiker på Disney Interactive i Burbank, berättar Skårstedt.

Trots att det är ett seriöst projekt finns det tid för humor. Gänget på Funcom har väldigt roligt tillsammans.

- Det var kanske inte världens bästa idé att sätta tecknaren [Tommy Sydseter] bakom Pyton på att göra konceptbilder för Pökahontas, sorry, menar Pocahontas, skrattar Andersson. Vi hade det djävligt kul på kontoret, vi var unga människor med mycket gemensamt som jobbade och festade galet mycket.

Spelutveckling är slitsamt och när ens passion också är ens jobb så tänjer man gränserna. Inom spelutveckling kallas en period koncentrerad övertid för crunch och sker ofta för att komma ifatt tidsplanen och leverera i tid. Något som sätter sina spår.

- Det finns så mycket vi gjorde på Funcom som var tokigt, en gång jobbade jag 60 timmar i sträck på Pocahontas och hängde med för en öl efteråt. Efter det har jag aldrig jobbat 24 timmar i sträck och har blivit lite tveksam till crunch, menar Carl-Henrik.

Allt är dock inte bara oändliga dagar med övertidskodande. Vissa projekt är mer skonsamma som NBA Hangtime, den spirituella uppföljaren till NBA Jam som döps om på grund av att spelets skapare och utgivare Midway förlorat namnet NBA Jam till Acclaim. Funcom hanterar

konsolversionerna till Mega Drive och Super Nintendo.

- Jag är mest stolt över NBA Hangtime. Det var så otroligt kul att jobba på och vi blev färdiga före deadline. Det gjorde att vi kunde lägga in extrabanor och behövde inte cruncha över huvudtaget, säger Johan.

Utvecklarna på Funcom blir bra vänner och åker ofta på semestrar tillsammans.

- Under NBA Hangtime drog vi till Kanarieöarna en sväng och innan Pocahontas åkte jag och Eivind Eklund (norsk tools-programmerare) till Irland och cyklade. När vi kom tillbaks så fick Funcom idén att starta en studio på Irland eftersom det var så bra skattesituation där.

Som känd studio blir Funcom inbjudna på olika fester och tillställningar. Johan minns i synnerhet när han under tre månaders tid 1995 arbetade från SEGAs kontor i San Francisco.

- Lanseringsfesten för Nomad var en galen fest på Haight Street där all personal var utklädda till arabiska haremsdamer och konsolerna kom in på bärstolar. Och utanför hade Stan Lee parkerat sin gigantiska vita limo. Det var kul att hänga på som nybliven 21-åring.

"Det finns så mycket vi gjorde på Funcom som var tokigt, en gång jobbade jag 60 timmar i sträck på Pocahontas och hängde med för en öl efteråt."

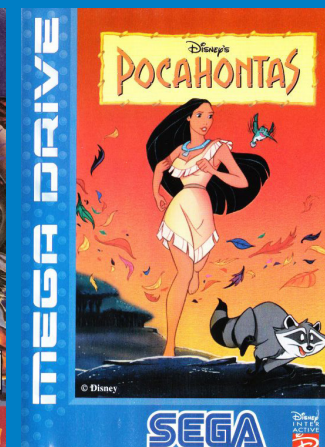
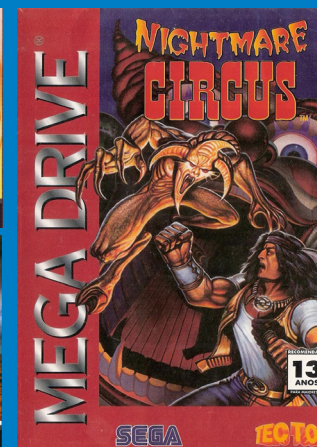
Sagan om Funcom som en renommérad konsolspelsutvecklare tar slut tidig vår 1997. När man inte får några nya kontrakt beslutar sig studioledningen för att satsa på onlinespel och produkter som spelas direkt i webbläsaren. Nästan alla svenskar säger upp sig samma dag och lämnar skutan. Funcom lyckas 2001 lansera onlinerollspelet Anarchy Online. Som mest sysselsätter studion över 300 personer år 2008, men är tvungna att minska personalstyrkan till 130 personer några år senare.

För många av svenskarna som startade sin karriär på Funcom går det bra. Flera av dem går vidare och arbetar på stora framgångsrika projekt. Den tidigare Blue House-medlemmen Johan Köhler arbetar med Call of Duty-serien hos Activision, medan Magnus Danielsson, även han från Blue House, jobbar under en period med flera spel i God of War-serien (Sony Santa Monica). Henrik Holmdahl fortsätter efter NBA Hangtime att stanna kvar i basketvärlden och arbetar på åtskilliga spel i Visual Concepts NBA 2K-serie för att sedan gå vidare till Harmonix. Che Lalic drar vidare till Neurostone och likt Tomas Danko hamnar han också en sväng hos DICE innan de går vidare till andra stora internationella studios. Daniel "Matrix" Hansson flyttar till Sverige och arbetar en period hos Starbreeze. Alf Yngve är en av få svenskar som stannar kvar på Funcom. I spelvärlden är Yngve mer känd för sina alster som skapas med Shoot'Em-Up Construction Kit på Commodore 64. Spelen medföljer omslagsdisketter och kassetter på tidningar som Zzap!64, och han fortsätter att skapa nya spel på C64 långt in på 2000-talet.

Johan Andersson flyttar till Stockholm för att börja arbeta med den då lilla studion Paradox Interactive som koncentrerar sig på strategispel. Efter framgångar som Hearts of Iron och Europa Universalis växer Paradox successivt för varje år som går och Johan blir chef för den interna utvecklingsstudion Paradox Development Studio. Carl-Henrik Skårstedt gör internationell karriär och hamnar i USA där han bland annat på Luxoflux arbetar med True Crime-serien. 2014 får han åter igen arbeta med SEGA när studion Big Red Button får uppdraget att skapa Sonic Boom. Efter spelets utgivning hamnar han 2016 hos Yacht Club Games som ligger bakom Shovel Knight. Andra svenskar på plats hos Funcom var bland annat Joakim Jönsson, Mikael Svensson och Mikael Nouguchi.

FUNCOMS SPEL PÅ SEGA-KONSOLER

Titel	Utgivare	Format	År
We're back: A Dinosaur's Tale	Hi-Tech Expressions	Mega Drive	1993
Daze Before Christmas	Sunsoft	Mega Drive	1994
Fatal Fury Special	JVC	Mega CD	1995
Samurai Shodown	JVC	Mega CD	1995
Nightmare Circus	SEGA	Mega Drive	1996
Disney's Pocahontas	Disney Interactive	Mega Drive	1996
NBA Hangtime	Midway	Mega Drive	1996
Dragonheart: Fire & Steel	Acclaim	Saturn	1996
Impact Racing (Funcom i Dublin)	JVC	Saturn	1996
Casper	Interplay	Saturn	1996



FÖRLAG OCH FÖRSÄLJNING

mär Nick Alexander lämnar SEGA Europe så fylls rollen av Kazutoshi Miyake som får titeln Chief Operating Officer när han flyttar till Europa 1994. När en japan tillsätts av moderbolaget förmodar man att det ska drivas hårdare och enligt riktlinjerna från ledningen i Japan, men det är inte fallet med Miyake.

- Jag och Hallberg hade en väldigt bra relation med honom, han var aldrig pushig med försäljningsvolymerna som britterna brukade vara, utan en realist med bra inställning som såg långsiktigt. Mister Miyake var en riktig karatenisse med svart bälte. Han hade en bild på Sonys japanska chef på sandsäcken. Jag kommer ihåg det väl eftersom vi åkte till London varje månad för att ha möte med SEGA, berättar Roger Jönsson

Det är väldigt sällan SEGA ställer krav på försäljningsvolymerna, däremot har de en minimikvantitet som måste uppnås för att det ska vara lönsamt att producera ett spel. Det rör sig om kostnader i form av ROM-minne och elektronik i kassetterna, vilket gör att för små volymer inte var lönsamt.

- Lägsta kvantiteten för ett spel i Europa låg på 2000 exemplar, kom de ej upp i det så blev det ingen produktion. Det var långa ledtider på produktionen, vilket gjorde det bökigt att göra en ny order om ett spel sålde över förväntan. Order på mjukvara tog tre månader om vi tog det med båt. Rätt mycket kunde flygas hem, men det blev dyrare och tog på kalkylen.

Förutom SEGA har även Brio kontakt med andra förlag som ger ut spel till SEGAs konsoler.

- En av de första tredjepartstillverkarna som vi kom i kontakt med var US Gold som hade flertalet titlar till Master System. Några spel som Indiana Jones sålde vi slut på och la då in en ny order på runt 750-1000 spel beroende på titel. Vi lyckades sälja hälften av den nya beställningen, sedan tog det tvärstopp. Där lärde jag mig att vissa typer av spel säljer sin volym på tre månader, sedan tvärdör den. Andra spel kunde ha jämn och bra försäljning i 12-15 månader. Sedan fanns det ett fåtal som Slapshot som sålde bra i flera år.

Medan SEGA bygger långsiktig relation finns det spelutgivare som är betydligt svårare att jobba med.

- Du hade ju en bransch som var extremt oseriös hur man säljer och har relationer mellan köpare och säljare. Vi köpte Pac-Mania och Populous av Tecmag. De ville bara kränga och



Terminator 2: Judgment Day (1993)

sälja in så mycket som möjligt, även om det innebar att de lurade distributören. Vissa bolag som Virgin och Acclaim var rent ut sagt riktiga skojare. De var riktigt hala väskdängare.

Roger Jönsson tror att många arbetar med provisionsbaserad lön som har upp till 70% rörlig del och endast 30% fast lön i sina anställningsvillkor.

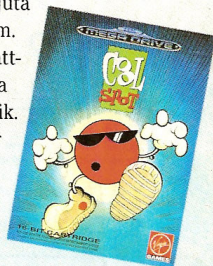
- Jag och Stefan förhandlade med Virgin för de hade Aladdin och Djungelboken som var stora Disney-titlar och hade även egna varumärken som Earthworm Jim och Coolspot. Vi satt i en sunkig källare, de hade väl inte pengar till en bättre lokal. Jag var bad guy och Stefan good guy. Jag fick alltid säga att vi inte ville sälja till så dålig marginal och klassades väl som en motsträvig kärring av tredjepartarna. Jag kommer inte ihåg exakt vad för pris de sa i pund, men vi höll på där och vände fram och tillbaka och förhandlade. Slog på miniräknaren, räknade och skulle vi ha 5 pence lägre pris så skulle vi köpa in 500 mer. För dem var det bara volym som gällde och sälja på oss mer än vad vi klarade av att sälja. De tog inget som helst ansvar om titeln

HAN ÄR NÄSTAN LIKA COOL SOM JAG.



Du är strandens coolaste snubbe. En liten röd prick med armar, ben och solglasögon. Du tar dig fram på ett sätt som får Mr Cool själv att bli grön av avund. Landkrabbor, fula fiskar och skeppsmaskar är dina fiender. Genom att skjuta kolsyra tar du dig fram.

Cool Spot är ett plattformspel med helt nya finesser och unik grafik. När du spelar handlar det om att vara kall som is ända ut i fingerspetsarna.



SEGA
BEAT US. IF YOU CAN.

AKASEN, HHS

inte sålde och vi satt på överlager. Några var villiga att supporta med marknadsföringsmaterial, medan andra ansåg att vi skulle stå för den delen själva.

Då Brio är generalagent för SEGA så är det svårt för spelutgivarna att försöka gå till någon annan distributör i Norden om Brio väljer att tacka nej.

- Det var inte så lätt att man bara gick till någon annan. De [andra distributörerna] hade inte de kanalerna eller butikerna som vi arbetade med, vilket gjorde att när en annan distributör gav sig på spel till Mega Drive så nådde de aldrig lika höga volymer som oss.

Förlagen försöker ibland dölja att kvalitén på deras spel är undermåliga.

- En del titlar var så dåliga att det inte var sant. Ett spel som Terminator 2 från Acclaim borde ha förbjudits av SEGAs kvalitetskontroll. Det kom extremt mycket skräp bland licensspelen. Förlagen påstod att det inte fanns någon alfabod (tidig version innan spelet är helt klart) så vi inte fick någon möjlighet att utvärdera spelet innan vi bestämde oss för vilken volym vi skulle köpa in.

"Vissa bolag som Virgin och Acclaim var rent ut sagt riktiga skojare. De var riktigt hala väskdängare."

Brio köper in så gott som alla spel som släpps till Mega Drive i Europa.

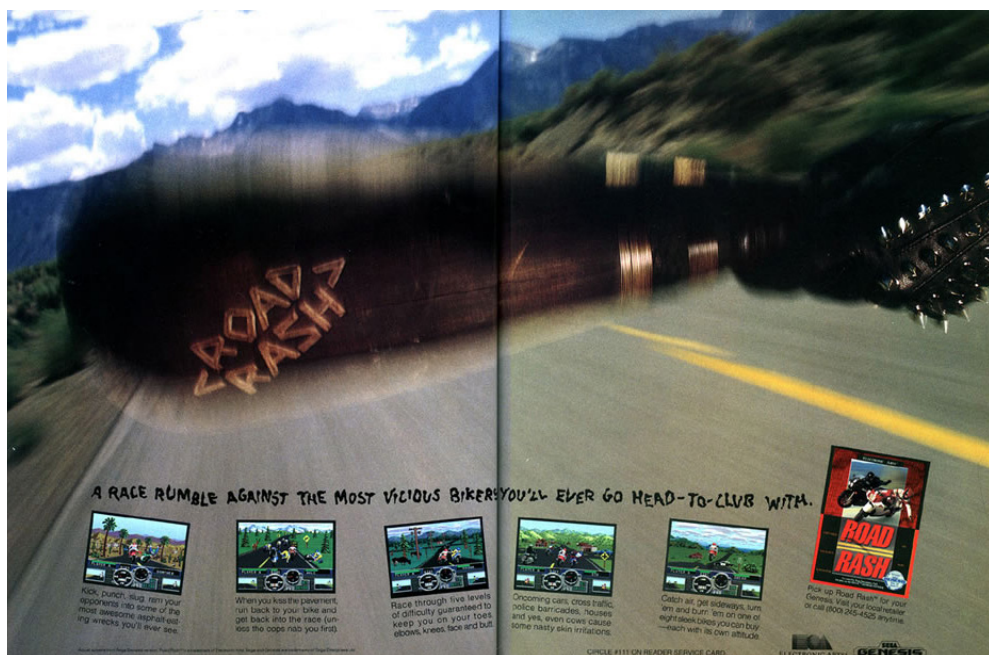
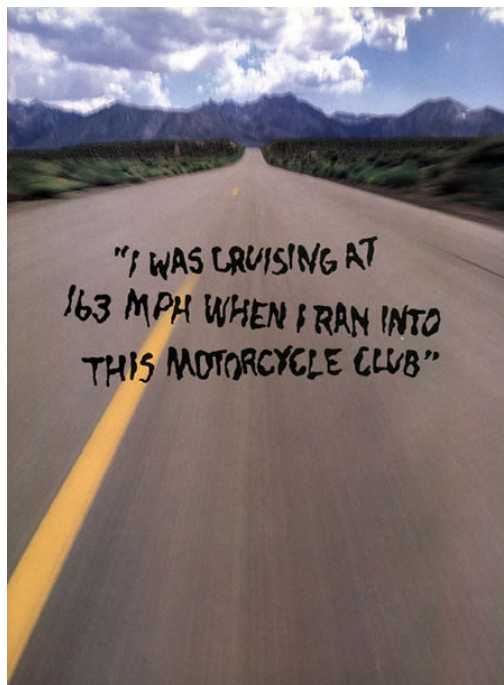
- Men att vara leksaksföretaget Brio och sälja alla typer spel gjorde att vi fick tona ner marknadsföringen av spel som Golden Axe och Desert Strike. Det hände att förlagen fick designa om omslagen, ta bort missiler eller liknande.

Det finns ingen gemensam åldersmärkning förrän 2003 då PEGI (Pan European Game Information) introduceras av spelbranschen på initiativ av EU-kommissionen. Istället för Brio samtal med Statens Biografbyrå och väljer att sätta klistermärke med texten 15 år på spel som Eternal Champions och Streets of Rage 3.

- Vi hade en intern dialog kring vad vi kan släppa och inte. Vissa udda titlar sålde vi "under bordet". De fanns inte med i prislistan, men vi sålde ändå 200-300 exemplar till spelbutikerna. Det var också som en service för spelbutikerna för att hålla gräimporten borta. Vi tog även in baseball-spel och så gott som alla titlar som släpptes i Europa. Möjligen kan det finnas några konstiga titlar från tredjepartsföretag som vi aldrig tog in, men då var det så dåliga spel att de inte förtjänade att komma in i Sverige.

Det är sällan ett spel säljer färre än 1000 exemplar och Megan åker på ganska få floppar.

- Det fanns ganska få spel som vi hade höga förhoppningar på, men som sedan inte levde upp till förväntningarna. En gång blev jag sjuk när vi var på en mäsä i USA så jag stannade på hotellet. Då lyckades Hallberg och Lampinen träffa Acclaim. Vanligtvis skötte jag inköpen och hade koll på titlar, men nu satte de sig ner med Acclaim och på ett bräde köpte de 1000



Förutom sportspelen så är Road Rash ett av EA-spelen som säljer bra i Sverige. Ovan amerikansk reklam.

exemplar av Terminator 2. Spelet hade ett häftigt omslag, men vi sålde bara 200 exemplar till fullpris, de övriga 800 fick vi nästan elda upp. Det var ett så djävulskt dåligt spel och utan tvekan vårt största misslyckade inköp. Den skyller jag på Lampinen och Hallberg, den kan de gott ta, skrattar Jönsson.

Om flopparna är ovanliga så råder det dock ofta övertro hos förlagen och tredjepartstillverkarna.

- Det var typiskt för Virgin. Earthworm Jim var en titel som hypades så in i bomben och visst, vi sålde ett par tusen exemplar. Det var hyfsat, men motsvarade inte hypen. Ingen av Dave Perrys spel blev dundersuccéer, de snackades bara upp.

Så småningom knyter Brio kontakt med de flesta spelutgivarna i takt med att de släpper spel till någon av SEGA-konsolerna.

- Vi hade kontakt med merparten av tredjepartstillverkarna, men när EA drog igång i Europa fick vi köpa via SEGA Europe. Tyvärr var deras prisbild på Electronic Arts spel horribel. Som tur var sprang vi på Mark Lewis från EA och fick börja handla direkt från dem. Det var en viktig seger eftersom EA med sina sportspel var en nyckel för Mega Drive. Sedan hade EA ju även andra spel som Road Rash, James Pond och Desert Strike som sålde riktigt bra. Efter Sonic så var nog NHL, FIFA och Road Rash tillsammans med Disney-spelen de största titlarna.

Electronic Arts är också en av få utgivare som har en seriös framtoning och tar ansvar för försäljningen och följer upp på marknadsföring.

- EA var extremt fokuserade på siffror, marknadens storlek och marknadsandelar, men det var inga jobbiga diskussioner och förhandlingar när vi la order.

Och siffror får EA. Bland de mest sålda spelen är nämligen Elitserien 95 med 37 000 exemplar och Elitserien 96 med drygt 20 000 exemplar. Störst är Sonic och Sonic 2 som säljer 40 000 respektive 30 000 exemplar i Sverige. Även med dagens mått så kan man konstatera att många spel på Mega Drive sålde riktigt bra och flertalet når 15 000 - 20 000 exemplar som bland annat Castle of Illusion, Quackshot, Moonwalker och FIFA. Under de senare åren av Mega Drives livscykel så har Micro Machines hög försäljning.

Totalt så säljs det 150 000 Mega Drive i Sverige och runt 200 000 konsoler i Norden.

- Brio var inte lika starka i övriga Norden. Företaget var väldigt leksakstungt och Briomiljön var inte optimal för att sälja tv-spel. Det dröjde innan vi kom in i Danmark. Det gick okej i Norge och Finland. I Norge hade vi Aksel Heirung som senare började jobba för EA, säger Roger Jönsson.

Konkurrenten Bergsala med Nintendo bekräftar att konkurrensen resulterade i att de tillsammans drev på intresset för spel.

- Briokulturen är inte skapad för sälja dessa produkter, men de bidrog till att få marknaden att växa och Brio lyckades tjäna pengar medan vi förlorade. Vi köpte på oss för att ligga kvar på en halv miljard i omsättning, berättar Lars Jarhamn, som under en period var delägare i Bergsala.

RÖRIGT MED 32X

Mega CD lyfter aldrig riktigt. Spelarna tröttnar illa kvickt på alla Full Motion Video-spel. Istället blickar folk framåt och 3D-grafik är samtalsämnet på allas läppar. 3D ska ta spelupplevelsen till nästa nivå. Potentialen anses vara stor, men än så länge är 3D-grafiken kantig och primitiv. I Japan där Mega Drive inte är lika framgångsrik som i väst är SEGA mer angelägna om att introducera en ny kraftfullare konsol för framtiden och sätter redan 1993 ihop en grupp under namnet Away Team. Gruppen leds av Hideki Sato, men förutom ingenjörer så inkluderas även folk från spelutveckling och marknadsföring.

Parallellt i USA så blir SEGA of America inbjudna till Silicon Graphics, ett företag som levererar dyra datorer för avancerad 3D-grafikproduktion. För omvärlden blir de kända när deras teknik används i filmen Jurassic Park. Silicon Graphics marknad är relativt begränsad så de undersöker hur de kan tjäna pengar på att massproducera sin teknologi med billigare chips och system. En potentiell marknad är spelbranschen där grafik är drivande för spelupplevelsen.

- Vi åkte till Silicon Graphics och träffade deras grundare James Clark. De hade just köpt MIPS Technologies och utvecklade ett chipset som kan användas i en spelkonsol. Vi gillade helt klart vad vi såg och frågade japanerna om de kunde komma och titta på det, berättar Tom Kalinske i en intervju med SEGA-16.

SEGA i Japan utvärderar projektet och anser att den tidiga prototypen har för många tekniska frågetecken och problem. Själva chipet är för stort och bilduppdateringen för långsam. Silicon Graphics tar till sig feedbacken och börjar försöka lösa problemen. Ett uppföljningsmöte sker mellan SEGA i Japan och Silicon Graphics där utfallet är samma som tidigare. SEGA är inte övertygade och väljer att inte arbeta med Silicon Graphics. Efteråt pratar James Clark med Kalinske och undrar vad han ska göra, de har ju nu ett system som är så gott som perfekt för tv-spel. Kalinske beklagar sig och svarar ärligt: - Det finns ett annat spelbolag i Seattle-området. Jag tror deras namn börjar med ett N.

Kort därefter i augusti 1993 sker ett möte mellan Silicon Graphics och Nintendo, som är betydligt mottagligare. Project Reality föds och samarbetet offentliggörs i oktober. Det utlovas Terminator 2-grafik i spelen, filmen ansågs under 90-talet att vara bland de mest tekniskt imponerande filmerna. Project Reality ändrar senare namn till Ultra 64 och blir slutligen Nintendo



64 och släpps den 23 juni 1996 i Japan.

SEGA å andra sidan presenterar sitt alternativ Saturn för omvärlden tidigt 1994. Mer om den senare, för förutom Saturnus så finns åtskilliga andra planeter i solsystemet. SEGA arbetar inte bara på en 32-bitare utan det pågår även andra projekt. Dessa lånar sina namn från andra planeter: Neptune, Jupiter och Mars. Den senare på order av Hayao Nakayama så sent som januari 1994. Bakgrunden är att SEGA är ängsliga och man tror att 1994 kommer innebära en tillbakagång för 16-bitarsgenerationen. De satsar mindre på att utveckla och marknadsföra nya spel till Mega Drive. Försäljningsmålen för 16-bitaren är låga, endast en miljon konsoler i USA. Ett mål som överträffas redan under första halvåret då 1,4 miljoner Genesis säljs jämfört med 1,1 miljoner Super Nintendo. Farhågorna om att de nya konsolerna ska ta över är än så länge felaktiga. Under samma period lyckas Atari knappt sälja 16 000 Jaguar i USA och 3DO når upp till drygt 17 000 enheter. Konsumenterna är inte övertygade om de nya formaten utan köper hellre de billigare 16-bitarna som må vara tekniskt mindre avancerade, men har fortsatt betydligt roligare spel. Totalt säljs hela 3,4 miljoner Genesis i USA under 1994.

Men detta visste SEGA inte i början av året, då har man bråttom att ta fram en ersättare till

SEGAS VIRTUAL REALITY-FÖRSÖK

Innan 32X spenderade SEGA mycket pengar på forskning kring virtual reality. Efter Mega CD börjar SEGA 1991 utveckla ett virtual reality-headset vid namn SEGA VR som kopplas in till Mega Drive. Med två stycken LCD-skärmar skapas en 3D-effekt som ger en känsla av djup. Dessutom är headsetet rörelsekänsligt, vilket innebär att synfältet i spelen flyttas med huvudets rörelser. SEGA VR visas upp på CES juni 1993 på en presskonferens där överentusiastiska ungdomar med stor inlevelse på video förklarar hur häftig den är och MTV-stjärnan Alan Hunter viftar med headsetet framför publiken. Planen är att sälja SEGA VR för 200 dollar och inkludera fyra stycken spel: Nuclear Rush, Iron Hammer, Matrix Runner och Outlaw Racing. Media som är på plats på mässan och får testa virtual reality-hjälmen bakom stängda dörrar är dock inte begejstrade och menar att spelen är en suddig röra.

SEGA VR lanseras aldrig trots att den var så gott som färdig. Enligt en intervju av Audioholics med Mark Pesce, som arbetade med SEGA VR, så beror det på att Stanford Research Institute som gjorde oberoende tester, varnade SEGA om negativ påverkan vid långvarig användning. I synnerhet uppmanades SEGA att inte sälja SEGA VR till barn. SEGA fruktade stämningar och dåligt rykte om de släppte SEGA VR. I slutändan var det antagligen ett klokt beslut. Nintendo fullföljde sin lansering av en liknande produkt, som dock ej kopplades in till Super Nintendo, utan fungerade på egen hand, nämligen Virtual Boy. Den släpptes endast i USA och Japan och var en kommersiell flopp som endast sålde 770 000 exemplar. Drömmen om virtual reality har dock levt vidare. Kanske tekniken är redo för konsumentförsäljning med produkter som Oculus Rift. Det finns åtminstone både intresse från konsumenter och investerare vilket Oculus Rift visade 2012 när bolaget bakom samlade in 2,4 miljoner dollar genom gräsrotsfinansiering på Kickstarter och ytterligare närmare 90 miljoner dollar i investeringar, innan bolaget förvärvades för hisnande 2 miljarder dollar av Facebook.



Mega Drive. Hideki Sato och ett antal japanska ingenjörer åker över till SEGA of America för att träffa dess forskningschef Joe Miller för att diskutera var som kommer att bli Project Mars, nämligen en Mega Drive som klarar att visa fler färger och bygger på en 32-bitarsprocessor. Det går inte hem hos SEGA of America, tillsammans med japanerna kommer de fram till att en expansion är en bättre idé eftersom det är svårt att få konsumenterna att köpa en helt ny konsol, i synnerhet då man redan meddelat att arbetet med en ny konsol i form av Saturn sker. Tanken är att Mars kan fungera som en brygga in till 32-bitarsgenerationen för att senare låta Saturn ta över när tiden är mogen.

Project Mars presenteras för allmänheten kort därefter och får senare namnet 32X. Då SEGA primärt lyckats med Mega Drive i väst är det också för USA och Europa som 32X först och främst designas. Genom att erbjuda en 32-bitarsuppgradering hoppas SEGA kunna hålla kvar spelarna på Mega Drive tills Saturn lanseras.

I juni visar SEGA upp sin 32X. Den svampformade enheten placeras i kassettporten ovanpå Mega Drive. Då svampformen påminner om en atombombsexplosion är det många som ironiserar över att SEGA nu bombat bort sig. Inuti svampen finns två stycken 32-bitars Hitachi RISC-processorer. Den klarar av att visa 32768 färger samtidigt och ljudet är förbättrat med QSound som tillåter 3D-ljud. 32X fungerar även tillsammans med Mega CD. Men den imponerar inte. Efter teknikdemon och tidiga spel på Saturn och andra riktiga 32-bitarskonsoler så upplevs 32X som en fattigmansbiljett till nästa generations konsoler.

- 32X var nästan samma sak som med Mega CD. Vi hypade aldrig upp den riktigt eftersom den var ett väldigt smalt tillbehör och konstig påbyggnad, berättar Roger Jönsson. Jag vet inte hur SEGA resonerade själva med alla de här tillbehören. Det var nog lite typiskt SEGA, en form av trial and error för att se vad som fungerar och ingen uttalad tydlig strategi. Kanske det var någon form av panik där man inte visste vad man ville.

Vid sidan av 32X planerar SEGA en konsol vid namn Neptune, det är i princip en Mega Drive med en inbyggd 32X och en expansionsport för Mega CD. Den hinner dock ej bli klar i tid och SEGA väljer att aldrig släppa den utan koncentrerar sig istället på Saturn.

Det är också bråttom att få ut 32X. För att expansionen ska fylla någon funktion måste den ut på marknaden tidigt, lanseringen ska ske innan årets slut 1994. På endast några få månader måste SEGA få ihop ett antal spel till 32X. De anlitar åtskilliga studios att på kort tid utveckla spel i tysthet och utan erkännande, vilket leder till en brokig skara spel av varierande kvalitet. De oberoende spelutgivarna



sätter ingen större tilltro till 32X, vilket måttligt uppgraderade 32X-versioner av Mega Drive-spel vittnar om. Det märks också att många spel är hastade. Doom på 32X saknar 10 nivåer, åtskilliga ljud effekter och grafik på fienderna jämfört med PC-versionen, något som knappast har att göra med tekniska begränsningar utan snarare är ett resultat av tidspress.

En konsol är inte starkare än dess mjukvara och utan spel som verkligen känns som 32-bitarskvalité får inte helt oväntat 32X ett väldigt mediokert mottagande när den släpps framåt slutet av november 1994 i USA och kort därefter i Europa och Japan. Endast tre spel hinner bli färdiga: Virtua Racing Deluxe, Star Wars Arcade och Doom. Prisen på spelen är samma som ett Mega Drive-spel vid den tidpunkten, det vill säga runt 599-699 kronor.

- Jag kan inte minnas att det fanns något intresse över huvudtaget. Jag kom ihåg när vi startade Virtua Racing så kändes det redan som lite omodern och kantig 3D, jämfört med vad som skulle komma med Saturn och PlayStation, säger Roger Jönsson.

Enligt utsago säljs en halv miljon enheter under julhandeln i USA. I Japan släpps även Saturn lagom till julhandeln och den svagare marknadspositionen för Mega Drive i landet gör att 32X i princip kommer och går direkt. Endast ett spel släpps exklusivt för den japanska marknaden i form av Romance of Three Kingdoms IV: Wall of Fire.



Katalogerna blev rörigare med åren. Här samsas Saturn- och Mega Drive-tillbehör på samma sida.

32X lanseras för 159 dollar i USA, men bara ett par månader senare är den nere i 99 dollar. Hösten 1995 kan man hitta den för 19,95 dollar. I Sverige kostar den 2495 kronor vid introduktionen, men redan knappt två månader senare i februari sjunker den till knappt 1400 kronor. Sommaren 96 så reas 32X ut för runt 800 kronor och spelen 200-250 kronor styck.

- Vi satt inte på några lager, utan vi tog hem ett 100-tal. Det handlade alltså inte ens om 1000 enheter. När vi köpte in en titel så var det 24 eller 36 som räckte för hela Sverige, berättar Jönsson.

"Jag kom ihåg när vi startade Virtua Racing så kändes det redan som lite omodern och kantig 3D, jämfört med vad som skulle komma med Saturn och PlayStation."

Oktober 95 beordrar Nakayama samtliga avdelningar att upphöra med spelutveckling och support av 32X, allt fokus ska läggas på Saturn. Sista spelet som släpps till 32X blir Spider-Man: Web of Fire under 1996. Tekniken från 32X lever dock vidare på ritplattan Picture Magic som lanseras i Japan 1996.

De få som köpte 32X till fullpris känner sig antagligen lurade med tanke på den korta tid som formatet är aktivt. Samtidigt är det kanske tur för SEGA att 32X aldrig lyfte. För SEGA var förvisso planen från början att senare hoppa över helt till Saturn, men skulle 32X blivit riktig framgångsrik hade det varit dumt att överge formatet i förtid vilket skulle lett till en splittrad kundbas



32X blir ännu en kortlivad satsning från SEGAs sida, men tekniken tillvaratogs i en ritplatta vid namn Picture Magic.



mellan Saturn och 32X. Då skulle de behövt släppa spel till båda formaten. Kanske det då hade blivit mer territoriellt splittrat med Saturn i Japan och 32X i väst.

Onekligen var mitten av 90-talet förvirrade tider när utvecklingen skedde väldigt snabbt och fokus var på CD-ROM och 3D. Tittar man i en svensk SEGA-broschyr från Brio hösten 95 så bestod sortimentet av Saturn, Mega Drive, Mega CD, 32X, Master System och Game Gear. För en inbiten spelare är kanske skillnaden självklar, men för gemene man var detta väldigt rörigt och förvirrande. När dessutom arkadspel är ett alltmer sällsynt inslag i vardagen är det antagligen väldigt många konsumenter som inte heller förstår vad SEGA menar med "spelhallskvalité", för man saknar helt enkelt referensramar. I Nordamerika har man dessutom den bärbara Nomad.

Det är inte bara SEGA som ger ett rörigt intryck. Många vill hoppa på tåget med CD-ROM och vissa aktörer som Philips CD-i och Commodore CDTV säljs mer på interaktivitet som med uppslagsverk och annan sorts mjukvara. SEGA och Nintendo får mer direkt konkurrens av 3DO, CD32 och Jaguar. Inga av dessa tre gör något större avtryck, utan bidrar främst till att förvirra konsumenten med alla olika nya format som cirkulerar under den tidigare delen och mitten av 90-talet. Det märks redan på CES 1995 att framtiden ligger någon annanstans när spelutgivarna i princip inte visar upp några nya spel till 3DO och Jaguar.

I denna fragmenterade marknad framstår Nintendo som väldigt tydliga och starka. Man väljer att lägga sin forskning och framtida medel i Nintendo 64 och ger Super Nintendo rejäl support med spel som Donkey Kong Country och Yoshi's Island framför diverse hårdvaruexpansioner fram till 1996. Istället blir Nintendo det trygga valet med ett starkt spelbibliotek. Denna konsekventa inställning gör att Super Nintendo hämtar igen i väst och börjar äta upp försprånget som SEGA har skaffat sig.

Detta blir även till fördel för PC som är mer standardiserad och stegvis vinner mark med först VGA-grafiken i början av 90-talet som är överlägsen Atari och Amigas hemdatorer, sedan ljudkortet, CD-ROM och så småningom 3D-grafikkortet under andra halvan av 90-talet. 3D-grafiken på PC överträffar vad spelkonsolerna kan prestera. Allt fler börjar överge tv-spelen för att investera i en PC. Detta märks i synnerhet i Sverige där hemdatorreformen inleds under den senare halvan av 90-talet. Anställda får möjlighet att låna eller hyra en dator mot bruttolöneavdrag, det vill säga skattefritt avdrag på en datoravbetalning. Det hjälper till att göra Sverige till ett föregångsland när Internet exploderar och föder även många spelutvecklare. Spel som Backpacker-serien säljer under sin livstid över en miljon exemplar i Norden och blir folkhemspelet. Reformen pågår fram till 2007 då den borgliga regeringen stegvis förmånsbeskattar lånet av hem-PC tills det avskaffas helt 2009.

SEGA inser sina misstag för sent och att börja utveckla ambitiösa spel till Mega Drive igen är uteslutet i synnerhet när man redan har sjösatt Saturn i Japan framåt slutet av 1994 och i väst under 1995. Till slut är SEGA konsekventa och för att fokusera på framtiden så upphör SEGA 1997 med Mega Drive aktivt i Europa samt fattar beslut att sluta tillverka Master System. Sam-



BÄRBAR MEGA DRIVE

SEGA börjar experimentera med en bärbar Mega Drive när komponenterna krymper som en följd av teknikutveckling. Det resulterar i Mega Jet som efter varianter för underhållning på flygplan släpps i Japan för konsumenter 1994. Det är dock ingen fullfjädrad bärbar konsol eftersom den

kräver en TV eller skärm. I princip är det en kontroll integrerad i en hopkrympt konsol. I USA undersöks om man kan gå hela steget ut. Game Gear anses ha förlorat slaget mot Nintendos Game Boy och genom att använda Mega Drive så har en ny bärbar konsol omedelbart ett enormt spelbibliotek att tillgå. Den får projektnamnet Venus och släpps i USA oktober 1995 under namnet Nomad. Prislappen på 179 dollar är rimlig, men anses lite hög för målgruppen som primärt är yngre barn som spelar på de bärbara konsolerna. Ganska snart sjunker priset till 99 dollar och den säljer runt en miljon enheter. Nomad har dock en hel del problem som gör att den aldrig riktigt lyfter trots prissänkningen. Den lanseras aldrig i Europa. Nomads outtömliga aptit på batterier är ett stort problem, något som SEGA borde lärt sig efter de fått kritik för samma problem på Game Gear. Nomad slukar sex stycken AA-batterier på knappt tre timmar, vilket kan jämföras med Game Boy som kan gå över 15 timmar på fyra stycken AA-batterier. Skärmen på Nomad är inte heller optimal, bilduppdateringen hänger inte med när det går snabbt vilket gör att det upplevs som suddigt. Dessutom släpps den under en period när SEGAs uppmärksamhet och resurser är splittrade på flera format samtidigt med Saturn och 32X, vilket heller inte är ett recept på en välplanerad kampanj och lansering.

Det närmaste en bärbar Mega Drive som vi kommer i Europa är Multimega, enheten som kombinerar Mega Drive och Mega CD. I egenskap av spelkonsol behöver Multimega kopplas in till en TV, men den fungerar även som en portabel CD-spelare. Den tillverkas endast under en kort tid, kostar över 4000 kronor vid lanseringen våren 1994 och försvinner redan ur sortimentet 1995.



ma år sluter SEGA ett avtal med Majesco i USA. Bolaget specialiserar sig på att göra billiga återutgivningar av gamla spel. Året därpå släpper Majesco sin Genesis 3 för 49 dollar. De ger även ut flera populära spel i nytgåvor där de använder billigare pappkartonger istället för plastfodral. Genesis 3 är verkligen en budgetkonsol, den saknar expansionsporten och fungerar ej med 32X eller Master System-konvertorn. Priset faller ganska snart till knappt 20 dollar och Majesco lyckas sälja 2,5 miljoner konsoler, vilket visar hur etablerad SEGAs 16-bitare är. Trots nya konsoler så lockar Genesis fortfarande en viss publik med sitt stora spelbibliotek och låga pris.

Majescos konsol blir inte det sista vi får se av 16-bitaren. Kinesiska AtGames återupplivar Mega Drive, Master System och Game Gear genom emulering flera år senare. De innebär att hårdvaran de säljer inte är samma komponenter som i en originalkonsol utan "härmar" en Mega Drive. Allting sker på licens från SEGA och AtGames är dessutom SEGAs distributör i Kina, så det är inga piratmaskiner. AtGames olika varianter säljs i andra länder genom avtal med olika distributörer som till exempel Blaze i Europa, som i sin tur arbetar med Wendros som distribuerar i Sverige.

2007 börjar AtGames släppa mängder av olika varianter. Det rör sig om portabel kombinerad Master System och Game Gear med 30 inbyggda spel, portabel Mega Drive med inbyggda spel som finns i varianter med och utan kassettport samt först med 3-knappars kontroller och senare 6-knappars, handkontroll som kopplas direkt till TV:n och mer traditionella Mega Drive-konsoler. De första varianterna av konsolen har trådade handkontroller, dessa byts sedan ut mot trådlösa. Även antalet inbyggda spel växer konstant, från 15 till 80 spel i de senare. Det är dock bara 20 spel som är "riktiga" Mega Drive-klassiker, resten är enklare casualspel. I urvalet syns bland annat spel ur följande serier Sonic, Ecco, Golden Axe, Alex Kidd och Streets of Rage.



BRIO OCH SEGA GÅR IN PÅ PC 1994-1998

SEGAs svagare försäljning och hemdatorreformen leder till att Brio under en period även säljer spel till PC, både som distributör och som förläggare. I en prislista från sommaren 1994 finns produkter från Sierra, Microsoft och Interplay samt spel till Macintosh. Sierra är fortfarande framgångsrika med sina äventyrsserier som till exempel Kings Quest och Police Quest samt experimenterar med digitaliserade skådespelare i spel som Urban Runner. Brio utökar katalogen med Electronic Arts på PC och PlayStation.

- Vi började sälja spel från ett par tredjepartare till PlayStation parallellt med SEGA. Det var som att svära i kyrkan, men vi var tvungna att bredda oss.

Hösten 1996 när NHL 97 lanseras säljer Brio spelet till fyra olika format, men det här med koordinerade releaser med ett gemensamt datum var inte infört: Mega Drive är först ut i mitten av oktober och PC följer den 29 oktober. Till Playstation släppts spelet den 19 november och slutligen på Saturn den 26 november.

På spelen de själva ger ut används Brio-varumärket.

- Vi använde Brio-namnet på barnprodukter för PC eftersom det är så starkt förknippat med leksaker, förklarar Roger Jönsson.

En av de egna titlarna är Lilla TV-huset som är ett barnspel framtaget i samarbete med SVT och senare släpps även julkalendern När karusellerna sover som ett spel och blir enormt framgångsrikt. Det är inte bara Brio som inser att PC är på framfart. Även SEGA är intresserade av formatet och släpper sina populära arkadspel Virtua Fighter, Daytona USA, Virtua Cop och Baku Baku Animal på PC under 1996. Det blir dock ingen större framgång.

- Arkadspel för PC var inte vad konsumenterna efterfrågade. Det funkade inte alls. Trots



att SEGA Rally och Virtua Cop var populära som arkadspel och även på Saturn så gick det inte hem alls här i Norden eller någon annanstans i världen. Vi sålde max ett 100-tal av varje spel, säger Roger Jönsson.

SEGA ska åtnjuta större framgång på PC flera år senare när de byter strategi och köper studios med varumärken anpassade för väst och PC som spelformat, som till exempel Football Manager och Total War-serien.

LOGOTYPEN



Logotypen skiljer sig väsentligt mellan regionerna. Där finns dock liknelser som att den brasilianska använder samma typsnitt som för amerikanska Genesis. Den asiatiska är en förgylld variant av den japanska med tydlig inspiration från den amerikanska. I Sverige tog Ord Art fram en logotype åt Brio som användes i marknadsföringen, den fanns även i en färggladare version (t.h.). Brio gick så småningom över till att använda den officiella europeiska logotypen.

ANTAL SÅLDA KONSOLER

	Mega Drive	Super Nintendo
Japan	4 300 000	17 170 000
Nordamerika	23 900 000	23 350 000
Europa	8 650 000	8 580 000
Varav Sverige	150 000	
Varav Norden	200 000	299 000
Brasilien	3 000 000	
Övriga regioner	3 500 000	
Totalt	43 350 000	49 100 000

Antalet sålda Mega Drive anges ofta felaktigt med siffran 29 miljoner som presenterades i tidningen Man!acs majnummer 1995 sammanställt med data från Robertson Stephens & Co, Bergstrom, SEGA, Nintendo, CTW, GfK och International Multimedia Information för årsskiftet 1994/1995. Som referens uppgavs 31,5 miljoner sålda Super Nintendo.

Vad som är intressant med Man!acs sammanställning är att det är en av få översikter som visar skillnaden inom Europa. Att Storbritannien är ett starkt SEGA-fäste valideras med siffran 2,1 miljoner sålda Mega Drive, vilket är dubbelt så mycket som vad Super Nintendo sålt. Medan i Tyskland är Super Nintendo överlägsen med 1,4 miljoner sålda jämfört med 800 000 sålda Mega Drive.

Man!acs sammanställning noterar 14 respektive 15 miljoner sålda Genesis och Super Nintendo i Nordamerika. Enligt SEGAs egna siffror hade de sålt mer än 16 miljoner Genesis vid samma period. Under de efterföljande åren 1995-1998 såldes det enligt NPD ytterligare 4,3 miljoner Genesis och 5,3 miljoner Super Nintendo. Till detta tillkommer sedan 2,5 miljoner sålda Genesis 3 av Majesco samt 1 miljon av Nomad.

Det är svårt att finna tillförlitliga försäljningssiffror, men hur man än vrider och vänder på det så såldes det sammantaget mer Super Nintendo tack vare konsolens starka position i Japan.

Nintendo redovisar Europa med övriga regioner, men eftersom det är troligt att merparten av försäljningen i Nintendos definition av övriga regioner skedde i Europa är det mer korrekt att placera den där än att jämföra med SEGAs övriga regioner som primärt består av territorier som Sydkorea, Hong Kong, Taiwan och Singapore.

ANTAL SÅLDA KONSOLER I SVERIGE

	Mega Drive		Mega Drive
1990	7 000	1995	15 000
1991	17 500	1996	5 000
1992	40 000	1997	1 000
1993	39 000	1998	500
1994	25 000	Totalt	150 000

Medan det är bekräftat att Super Nintendo var större i Norden så var det en betydligt jämnare match i Sverige där Mega Drive fick större marknadsstöd och hockeyspelen hade stort genomslag. Enligt siffror från Brio så var Mega Drive ledare från start till slut trots en stark lansering av SNES i Sverige 1992 (60 000 konsoler enligt en artikel i Super Power nr. 4/93). Brios egna marknadsuppskattningar visar att det såldes fler Mega Drive i Sverige under 1993, vilket innebär att det måste ha sålts färre än 39 000 SNES-konsoler under dess andra år på marknaden. Försprånget som Brio etablerat med Mega Drive gjorde att Super Nintendo aldrig kom i fatt. Bortsett från 1992 så var det först under den senare delen av 90-talet som det årligen såldes fler SNES-konsoler. Medan Nintendo höll fast vid SNES fram till 1997 då Nintendo 64 introducerades så var SEGA som bekant mindre konsekventa med Mega CD och 32X samt en påskyndad lansering av Saturn.

Ett intressant faktum är också att det såldes färre 16-bitarskonsoler än 8-bitars i Sverige och Norden. Det beror på att NES var enormt stark under sina 11 år på marknaden med 740 000 sålda konsoler i Norden. Mega Drive och Super Nintendo lyckades tillsammans under 9 års tid nå upp till knappt 500 000 konsoler i Norden.

Dock ska man komma ihåg att teknikutvecklingen och konkurrensen var högre framåt mitten av 90-talet. Medan NES och Master System främst tampades med Commodore 64 om uppmärksamheten, så utmanades initialt Mega Drive och SNES av hemdatorerna Atari ST och Amiga 500 samt senare PC tack vare hemdatorreformen.

Övergången från 16-bitars till 32-bitarsgenerationen gick också snabbare än övergången från 8-bitars till 16-bitars. Redan 1996 tog försäljningen av PlayStation rejäl fart vilket innebar ett stort avbräck för Mega Drive och SNES. Sammantaget var toppen för 16-bitarsgenerationen betydligt kortare och koncentrerad till åren 1992-1994, medan 8-bitarskonsolerna hade god försäljning från 1988 ända fram till 1992.

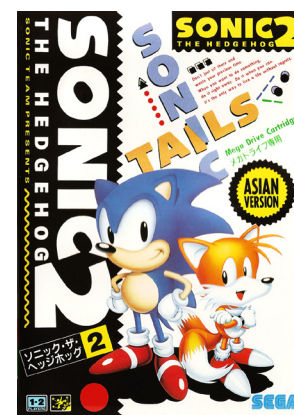
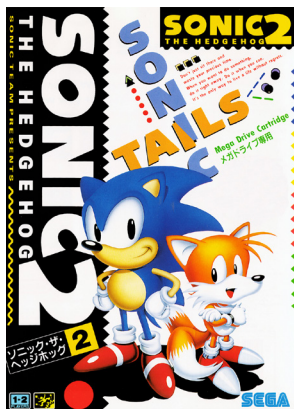




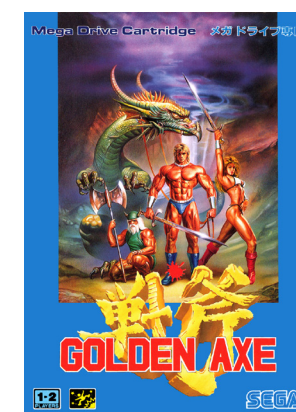
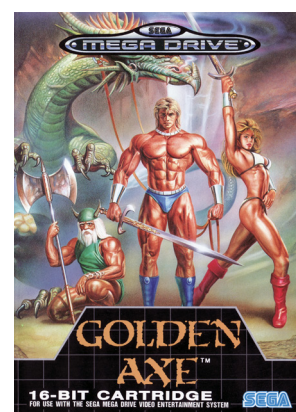
SPELFÖRPACKNINGEN

Med olika namn och logotyper för Mega Drive är det inte förvånande att även spelförpackningarna skiljer sig mellan de olika regionerna. Den japanska formgivningen är friare, medan den amerikanska och europeiska följer striktare mallar. Efter ett par år byts mallen ut i både Europa och Nordamerika. Den nya mallen följer samma layout med en ram och systemets namn till vänster, fast ramen är blå i Europa medan den är röd i Nordamerika.

Det råder ofta också stor skillnad i valet av illustrationer för spelet. I botten på denna sida syns Golden Axe som exempel där Japan och Europa har samma illustration, medan Nordamerika har en egen. Sonic 3 är ett bra exempel där samtliga använder väldigt olika illustrationer. Den amerikanska följer samma stil visuellt och använder samma typsnitt som Sonic 2, medan den europeiska avviker helt och hållet. Knuckles syns inte på den amerikanska, kanske är det han som lurar i busken? Den japanska är enhetlig och följer samma stil som tidigare delar i serien.



Som referens syns till vänster den brasilianska respektive asiatiska versionen av Sonic 2. Till synes placerar Tec Toy sin logotype på omslaget. De fortsätter också med att skriva ut storleken på spelet (8 Meg), en tradition som lever kvar från Master System-eran. Den asiatiska utgåvan är i princip en variant av den japanska.



SPELTOPPEN

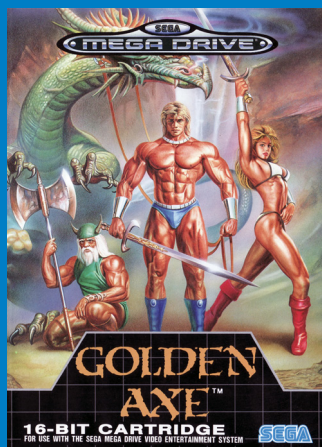
DE BÄST SÄLJANDE SPELEN PÅ MEGA DRIVE I SVERIGE ENLIGT BRIO

ALL-TIME

- | | |
|-------------------------|-----------------|
| 1. Sonic The Hedgehog | 40 000 exemplar |
| 2. Elitserien 95 | 37 000 exemplar |
| 3. Sonic The Hedgehog 2 | 30 000 exemplar |

1990

1. Golden Axe
2. Alex Kidd in the Enchanted Castle
3. Truxton
4. Arnold Palmer Golf
5. Ghouls n' Ghosts
6. World Cup Italia 90
7. Super Thunderblade
8. Super Hang On
9. Super Monaco GP
10. Mystic Defender



1991

1. Sonic The Hedgehog
2. EA Hockey
3. Castle of Illusion starring Mickey Mouse
4. Moonwalker
5. Fantasia
6. Wonderboy III Monster Lair
7. Strider
8. Super Real Basketball
9. James Buster Douglas Boxing
10. Afterburner 2



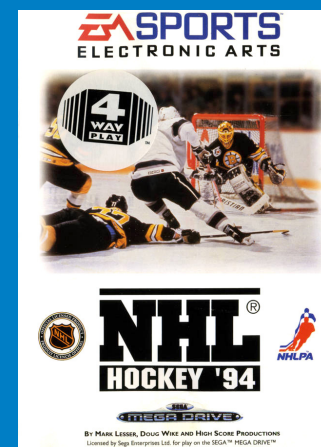
1992

1. Sonic The Hedgehog 2
2. Quackshot starring Donald Duck
3. NHLPA Hockey 93
4. EA Hockey
5. World of Illusion st. Mickey Mouse & Donald Duck
6. Olympic Gold
7. Sonic The Hedgehog
8. Desert Strike
9. Alex Kidd
10. European Club Soccer



1993

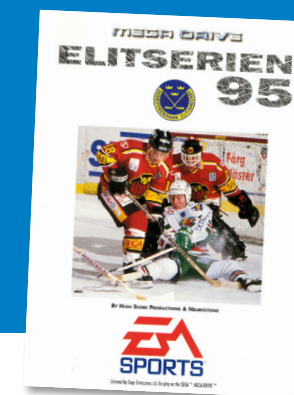
1. NHL Hockey 94
2. Aladdin
3. FIFA International Soccer
4. Jurassic Park
5. Ecco the Dolphin
6. Sonic The Hedgehog 2
7. NHLPA Hockey 93
8. World of Illusion st. Mickey Mouse & Donald Duck
9. PGA Tour Golf 2
10. Jungle Strike



1994

1. Elitserien 95
2. Lion King
3. FIFA Soccer 95
4. Ecco: Tides of Time
5. Sonic & Knuckles

Listan täcker endast julhandeln 1994.



LEKSAKSKONSOLEN PICO

SEGA är inte riktigt nöjda med försäljningen av Mega Drive i Japan, men ser en möjlighet att paketera om hårdvaran och rikta den mot en betydligt yngre målgrupp på 2-8 år. Det finns spel för yngre, men ingen har vågat gå hela steget ut med en hel konsol för den yngre publiken. Resultatet är en udda hopfällbar konsol med touch pad, en penna vid namn Magic Pen och en styrkontroll. Den är slitstark och byggd för att klara smällar från barn. Namnet blir finurligt nog Pico som likt Mega är ett SI-prefix. Medan mega är 10^6 så är pico 10^{-12} . Spelkassetterna kallas för storyware istället för software och ser ut som böcker. Pico släpps 1993 i Japan och blir framgångsrik på sin marknad. Enligt uppgift så säljs 3,5 miljoner konsoler och fler än 11

miljoner spel till Pico. Bland de 300 spelen finns givetvis Sonic, men även mycket från Disney som Musse Pigg och Lejonkungen samt populära japanska barnkaraktärer som Doreamon. Senare släpps även Pokémon till Pico. Konsolen hänger med ända fram till 2005 och flera olika modeller släpps, ofta tematiska som en speciell Pikachu-version som är gul och pryds av Pokémon-figurens ansikte. Anpanman som lär japan-ska barn att gå på toa får även en egen Pico. År 2005 ersätts Pico av uppföljaren Advanced Pico Beena som endast släpps i Japan. Även den får åtskilliga Disney-spel och flera Pokémon-titlar.

Pico släpps 1994 i USA och Europa, men blir inte lika framgångsrik som i Japan. Endast 20 spel släpps i USA, ännu färre i Europa.

- Vi lanserade Pico i Sverige. Vi översatte några titlar samt förpackning till svenska. Det var en produkt med högt pris och mot en yngre målgrupp. Det gjorde att det var främst leksakshan-



deln som vi satsade på och framförallt de som har en kapitalstark kundkrets, som till exempel Stor & Liten Gallerian, Stockholm. Den sålde hyfsat, knappt 3000 enheter, men fick inget bredare genomslag, berättar Roger Jönsson på Brio.

Priset i Sverige är 1995 kronor för konsolen och det medföljande Nalle Puh-spelet. Ytterligare tre titlar släpps i Sverige: Lejonkungen, Magic Crayons samt Pocahontas. Spelen kostar 399-499 kronor styck.

Likt många andra konsoler så sköts den via SEGAs partners i länder som Brasilien (TecToy) samt Korea (Samsung). Pico upphör att säljas 1998 i Nordamerika och Europa. Likt Genesis så sluter Majesco avtal med SEGA om att tillverka Pico på licens när SEGA upphört med egen produktion. Majesco säljer sin version för 49 dollar, hela 100 dollar lägre. Enligt SEGA of America så säljs 400 000 Pico i Nordamerika fram till och med 1996.

Med Pico bryter SEGA verkligen ny mark, vilket märks senare när konkurrerande tv-spel eller förenklade datorer för barn lanseras av LeapFrog och VTech.



OM FÖRFATTAREN

Tv-spel har varit en del av mitt liv ända sedan barnsben. Redan vid fyra års ålder smög jag in på min storebrors rum och spelade på hans Telstar Sportsman, ett enkelt gammalt tv-spel med elektroniskt tennis och ljuspistol som man sköt linjer eller fyrkanter med. Det verkliga intresset flammade upp när jag var sju år. Jag hade spelat NES hos en kompis och fastnade direkt för Ice Climber. Föräldrarna tyckte det var för dyrt att köpa en NES så vi bestämde oss för att hyra över en helg. Den helgen spelade jag som besatt. Skinnet på mina tummar slets av och jag drömde fyrkantiga drömmar. Efter ytterligare några omgångar insåg mina föräldrar att det skulle vara billigare att köpa ett eget NES än att hyra jämt och ständigt. Dessutom visade det sig att pappa tyckte det var ganska kul, i synnerhet Castlevania.

Även om jag nyfiket fingrade på plastfodralen med sitt svarta rutnät mot vit bakgrund i den lokala leksaksbutiken så fascinerades jag aldrig av SEGA Master System. Det var först i och med Sonic och ett större urval rollspel som jag tog det verkliga steget och önskade mig en Mega Drive i julklapp 1991.

Jag inledde sedan min karriär inom spelbranschen som praktikant i butiken Ny Data i Kristianstad 1994. Detta var en tid då individuella spelbutiker var lokalt starka. Det första spelet som jag sålde var passande nog ett Elitserien 95 till Mega Drive. Butiken var ett starkt fäste för SEGA och lojaliteten var stark även i sämre tider. Ny Data marknadsförde Saturn genom ett samarbete med lokala McDonalds som fick ett demotorn. För Dreamcast togs förhandsbokningar genom att tidigt ha en japansk enhet i butiken.

Parallellt med Ny Data så skrev jag även på mina hemsidor Martins Spelsida samt en svensk Saturn-sida. I samband med detta fick jag kontakt med Victor Leijonhufvud som drev Spelsiten.com, han sökte någon som kunde skriva recensioner av spel till Saturn samt senare bevaka Dreamcast. Spelsiten.com blev en plantskola för flera spelskribenter.

Till Ny Data skickades branschtidningen Manual som jag läste flitigt. En dag sökte de friansskribenter och jag började skriva artiklar för dem. Detta ledde till att jag 2000 flyttade till Stockholm för att arbeta med Manual på heltid. Det blev början på ett äventyr där jag förutom Manual har skrivit om spel i tidningar som Premiär och Nöjesguiden samt varit spelexpert på svenska MTV, arbetade som informatör och analytiker på Dataspelsbranschen, förläggare på PAN Vision med spel som Pippi Långstrump på DS och på marknadsavdelningen på DICE med Battlefield-serien.

Martin Lindell



AV SAMMA FÖRFATTARE

Svensk Videospelsutveckling - Från 50-tal till 90-tal
Författad tillsammans med Thomas Sunhede
Mygrandmotherisgone 2016
ISBN: 978-91-981120-4-7

8-bitar på 80-talet: Nintendos marsch in i de svenska hemmen
1:a-3:e upplagan Vulkan, 2008, 2009, 2014
ISBN 978-91-633-4558-6
4:e upplagan Mygrandmotherisgone 2015
ISBN 978-91-981120-3-0

En bok om spel: guidad tur i tv- och datorspelens värld
Författad tillsammans med Lars Hallström
Sambal, 2006
ISBN 91-631-9426-0

TACK TILL

Roger Jönsson, Stefan Lampinen, Rolf Larsson, Peter Levin, Anders Hallberg, Wai Kei Fung, John Hammarberg, Robert Hajduk, Christian Ponziani, Carl-Henrik Skårstedt, Johan Dahlberg, Johan Ydesand, Lars Wingefors, Pelle Lundborg, Pelle Svärd, Stefan Holmqvist, Thord Daniel Hedengren, Bengt Lemne, Martin Sirc, Anita Mäkelä, Jan Serenander, Lauri Valjakka, Thomas Jakobsson, Thomas "Sol" Sunhede, Stefan Gazimaluke Gancer, Linnea Harfeldt, Maggie, Eric Franzén, Victor Leijonhufvud, Johan Hallstan, Mikael Ovebring, Fredrik Nilsson, Maria Tjärnlund, Per Strömbäck, Tobias Bjarneby, Gert-Åke Lindblad, Tore Lindell, Teresa Lindell, Patrik Ferens, Johan Sandberg, Thomas Arnroth, Fredrik "linc" Ågren och Henrik Nordell.

Hedersvärt omnämnande till forum som SEGALOVERS.se, Svenska Nintendodatabasen (sndb.se) och Vintagegames.se samt evenemang som Retrospelemissan, Retrospelefestivalen, Retro Games och Retrogathering. Er kollektiva kärlek till retrospel har varit en stor inspiration.

SEGALOVERS.SE

KÄLLOR

Böcker

Asakura, Reiji (2000), Revolutionaries at Sony: The Making of the Sony PlayStation and the Visionaries Who Conquered the World of Video Games, McGraw-Hill
Czinkota, Michael och Ronkainen, Ilkka (2004), International Marketing 7th edition, Cengage Learning
Pettus, Sam (2012), Service Games: The Rise and Fall of SEGA
Sheff, David (1993), Game Over - How Nintendo Zapped an American Industry, Captured Your Dollars, and Enslaved Your Children, Random House
Sunhede, Thomas och Lindell, Martin (2016), Svensk Videospelsutveckling - Från 50-tal till 90-tal, Myg-randmotherisgone

Tidningar

Vending Times, december 1974
Joystick, nr. 1, 1983
HFD/Weekly Home Furnishings, juni 1986
Soft, nr. 2, 1988
Beep, juni 1988
Svenska Hemdatorhacking/Svenska Hemdatortnytt, flera nummer 1988-1993
S The Sega Mag, nr 9, 1990 och nr 12, 1990
SEGA Power, nr 13, 1990 och nr 18, 1991
Mean Machines, flera nummer 1991-1992
SEGA Force, flera nummer 1992-1995
Super Power/Super Play, flera nummer 1993-2009
Der Spiegel, nr. 50/1994
Game World Magazine, 1994
Man!ac, maj 1995
Saturn Magazine nr. 29, 1998 och nr. 33, 1998
Manual, flera nummer 1999-2006
Official Dreamcast Magazine, januari 2000
Level, flera nummer 2006-2012
Game Informer, nr. 219, 2011

Internet

1up.com
aftenbladet.se
arstechnica.com
assemblergames.com
audioholics.com
brio.net
capcom.co.jp
csk.com
defunctgames.com

serkantoto.com
eurogamer.net
forbes.com
fz.se
gamasutra.com
gambling-law-us.com
gamereactor.se
gamesindustry.biz

Internet fort.

gamesradar.com
gamespot.com
gematsu.com
gengame.net
guardian.co.uk
ign.com, uk.pc.ign.com, retro.ign.com
industrygamers.com
intergameonline.com
izvestia.ru
joystiq.com
kauppalehti.fi
klov.com
kotaku.com
kristianstadsbladet.se
logos.wikia.com
mcvuk.com
meanmachinesmag.co.uk
mega-drive.net
microsoft.com
mobygames.com
the-nextlevel.com
panvision.com
gametrailers.com/shows/pop-fiction
retroguiden.se
sadsamspalace.com
sega.com, sega.co.jp, segasammy.co.jp
sega-16.com
segaretro.org
sega-saturn.com
thesegasource.wordpress.com
seriewikin.serieframjandet.se
smspower.org
sonicretro.org
svampriket.se
svd.se
jogos.uol.com.br
archive.videogamesdaily.com
web.archive.org
en.wikipedia.org, se.wikipedia.org
wired.com
youtube.com

Foto

Roger Jönsson
Kenneth Klingborg
Stefan Lampinen
Rolf Larsson
Martin Lindell
Anita Mäkelä
Martin Sirc
Censor Design
Department of Defense
AdorableRuffian
Bill Betram
Black Squirell
Boffy b
Evan Amos
Rodw
X201
ほしけん
Pressfoton

BOKEN FÖR EN GENERATION TV-SPELARE!

En bok om hur Nintendo erövrade Sverige och banade väg för tv-spelsintresset.



Nintendo har sedan tidigt 80-tal haft en stark position i Sverige. En hel generation tv-spelare växte upp med NES Nintendo Entertainment System, även i folkmun kallad Nintendo 8-bitsars. Odödliga spelklassiker som Super Mario Bros och The Legend of Zelda såg dagens ljus på NES. En kombination av dessa unika spelidéer samt ett flitigt och finurligt arbete av den svenska generalagenten Bergsala ledde till stor framgång, enbart i Sverige så såldes det mellan åren 1986 och 1996 hela 420 000 enheter av NES! Det finns en kultur som bygger på nostalgi och nyfikenhet på den växande spelvärldens historik och rötter.

Denna bok berättar historien bakom succén från Bergs-
sals tidiga möten med Nintendo i Japan till slutet för NES
under det bittra 90-talet när valutan devalverades och
hårda år drabbade Bergsala. Minnen från Owe Bergsten,
Lars Jarhamn, Jens Ohlin och andra nyckelpersoner åter-
berättas i en fascinerande historia då pionjärsanda rådde i
dataspelsbranschen.

Titel: 8-bitar på 80-talet: Nintendos marsch in i de svenska hemmen

Författare: Martin Lindell

ISBN: 978-91-981120-3-0

Omfång: 112 sidor **Bindning:** Danskt band **Format:** 148 x 210 mm

Klicka för att provläsa:

Smakprov



Boken finns att köpa hos **Spel & Sânt**, **Mediapalatset**, **Nostalgibutiken**, **Japon**,

Boa Video, Arkad.nu, Adlibris, Bokus, CDON och Ginza.

För mer info: www.martinlindell.com



Boken om den svenska spelhistorien

Från pionjärerna som experimenterade på stordatorer till 90-talets studios som på allvar skulle erövra världen.

Över 150 intervjuer

Mer än 500 sidor

Boöcher för de närmast sörjande..
WWW.MYGRANDMOTHERSGONE.COM



LÄS FORTSÄTTNINGEN I DEL 3



MISSAT DEL 1?



Ladda ner på:
www.martinlindell.com