



MEDIERNES UDVIKLING I DANMARK

2018

MEDIEBRANCHENS OMSÆTNING OG BESKÆFTIGELSE



MEDIEBRANCHENS OMSÆTNING OG BESKÆFTIGELSE

Indhold

1	Introduktion	2
2	Hovedresultater	4
3	Hvordan er analysen blevet til?	8
4	Hovedbrancher og ordforklaring.....	9
5	Hovedbrancher.....	11
6	Ejerskabskoncentration.....	17
7	Beskæftigelse i detaljen	22
7.1	Geografisk fordeling – alle typer beskæftigelse.....	22
7.2	Beskæftigelse af journalister.....	24
7.3	Beskæftigelse fordelt efter herkomst	24
8	Delbrancher.....	26
8.1	Skrevne nyheds- og aktualitetsmedier.....	26
8.2	Licensfinansieret og kommerciel Tv og streaming og Radio	34
9	Supplerende data	38
10	Metode.....	39
10.1	Sådan udarbejdes analysen.....	39
10.2	Af- og begrænsninger.....	40
10.3	Udfordringer.....	43
10.4	Udvælgelse af virksomheder og kilder.....	46
10.5	Analysens fokusområder	49
10.6	Tilvejebringelse af data fra Danmarks Statistik.....	54
10.7	Fremtidige opdateringer af analysen og virksomhedspopulationen	55
11	Brug af data og resultater	55
12	Figurfortegnelse	56
13	Tabelfortegnelse	57

1 Introduktion

Denne analyse giver et samlet overblik over størrelsesforholdene og udviklingen i omsætningen og beskæftigelsen i den samlede danske mediebranche fra 2016 til 2017. Endvidere belyser analysen ejerforhold og koncentrationstendenser ved at opgøre branchens virksomheder ud fra eksempelvis deres tilhørsforhold under store danske eller udenlandske koncerner.

I analysen indgår alene virksomheder, som primært beskæftiger sig med indholdsproduktion, tilrettelæggelse af en programflade eller bearbejdning af andres input (virksomhederne kaldes i analysen "indholdsbase"). Den relaterede infrastruktur (fx trykkerier) eller forhandlerled indgår dermed ikke. Kun omsætning og beskæftigelse registreret i dansk registrerede virksomheder, herunder også deres salg til udlandet, indgår – dermed er dansk registrerede virksomheders udenlandske datterselskabers omsætning ikke en del af analysen.

Mediebranchen opdeles i analysen i otte hovedbrancher (en uddybende oversigt er på s. 9):

- **Skrevne nyheds- og aktualitetsmedier**
- **Tv og streaming**
- **Forlag**
- **Magasiner og ugeblade**
- **Filmproducenter**
- **Tv-producenter**
- **Radio**
- **Pladeselskaber**

Enkelte hovedbrancher opdeles yderligere relevante steder. Eksempelvis inddeles virksomheder i hovedbranchen Skrevne nyheds- og aktualitetsmedier i otte delbrancher, samt ud fra deres primære redaktionelle fokus (regional/lokal overfor national) og platform (digital overfor ikke-digital).

Analysens population – bestående af i alt 1.079 virksomheder – er baseret på Slots- og Kulturstyrelsens anvendelse af 21 forskellige kilder og registre. På baggrund af denne population er data tilvejebragt fra fem forskellige registre hos Danmarks Statistik, herunder især statistikken 'Firmaernes køb og salg' ("momsstatistikken"), der viser virksomhedernes omsætning.

Det er første gang, denne fremgangsmåde anvendes i sin helhed til at belyse den danske mediebranche. Analysen skal derfor ses som et udviklingsprojekt, hvor det forventes, at særligt den bagvedliggende population over tid kan både forbedres og udvides; herunder også med yderligere hoved- og delbrancher samt inddelinger heraf.

For at understøtte eventuelle input fra relevante bidragsydere er analysens metode beskrevet forholdsvis udførligt i rapportens afsnit 10, ligesom den samlede population er offentliggjort (bilag 1).

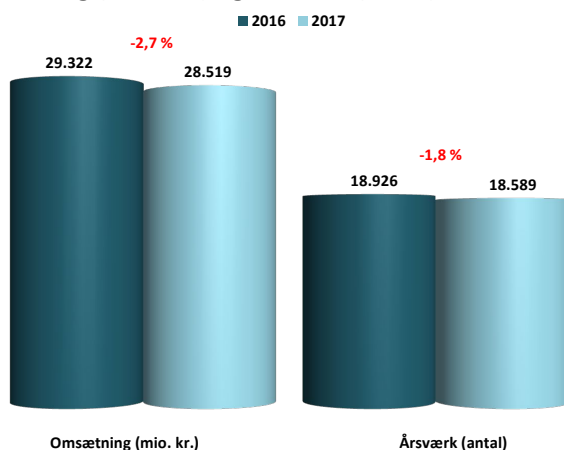
Analysens struktur:

- **Hovedbrancher:** Beskriver udviklingen i omsætningen og beskæftigelsen i den samlede mediebranche samt i hovedbrancherne.
- **Ejerskabskoncentration:** Belyser ejerskabskoncentration i branchen ud fra fem inddelinger af virksomheder, fx ejerskab under store danske koncerner eller udenlandske koncerner.
- **Beskæftigelse i detaljen:** Beskriver branchens beskæftigelse ud fra de ansattes geografi og herkomst og viser, hvor mange journalistuddannede der er i hovedbrancherne.
- **Delbrancher:** Opdeler hovedbrancherne Skrevne nyheds- og aktualitetsmedier, Tv og streaming og Radio i yderligere inddelinger.

2 Hovedresultater

Både mediebranchens omsætning og beskæftigelse gik tilbage i 2017

Omsætning (mio. kr.) og årsværk (antal)

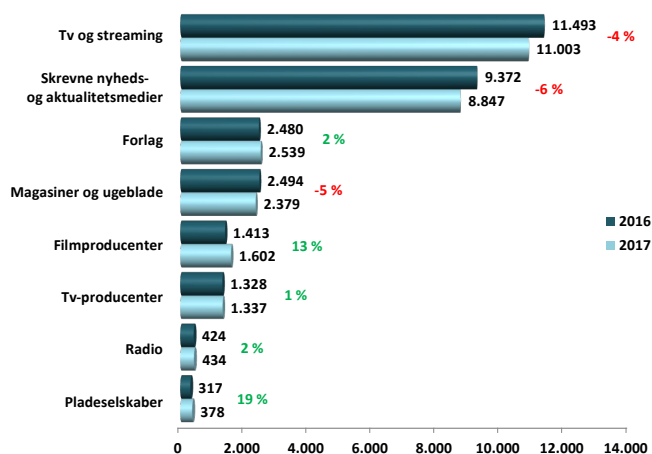


Kilde: Danmarks Statistik på baggrund af Slots- og Kulturstyrelsens population
Univers: 1.079 indholdsbaseede og dansk registrerede virksomheder i mediebranchen

- Mediebranchens (her defineret ved analysens 1.079 indholdsbaseede virksomheder) samlede omsætning gik tilbage med 2,7 %, svarende til 803 mio. kr.
- Beskæftigelsen faldt med 1,8 %, svarende til 337 årsværk, lidt mindre end omsætningen.
- Den negative udvikling i virksomhedernes omsætning og beskæftigelse skal ses i lyset af en ellers generel vækst i økonomien, BNP, på 2,3 % i 2017.

Udviklingen var dog ikke ens på tværs af hovedbrancherne

Udvikling i omsætning efter hovedbranche (mio. kr.)



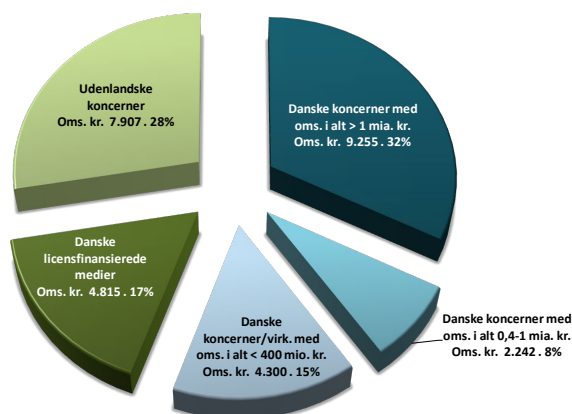
Kilde: Danmarks Statistik på baggrund af Slots- og Kulturstyrelsens population
Univers: 1.079 indholdsbaseede og dansk registrerede virksomheder i mediebranchen

- Målt i kroner gik omsætningen især tilbage i 2017 i hovedbrancherne Skrevne nyheds- og aktualitetsmedier (525 mio. kr.) og Tv og streaming (490 mio. kr.)
- Flere, særligt mindre, hovedbrancher havde dog også fremgang i 2017.

I hovedbranchen Skrevne nyheds- og aktualitetsmedier var det især dagbladene og lokalaviserne som gik tilbage, hvilket afspejler et generelt faldende forbrug på disse medier (s. 28). Derimod vedrører en del af faldet for Tv og streaming, at dele af forbruget rykker til internationale aktører, fx Netflix, som ikke indgår i statistikken, da de ikke er registreret i Danmark.

De udenlandske og store danske koncerners omsætning udgør den klart største andel af mediebranchens samlede omsætning

Omsætning (mio. kr.) og andel (i %) efter virksomhedstype med bestemmende indflydelse (ejerskab), 2017



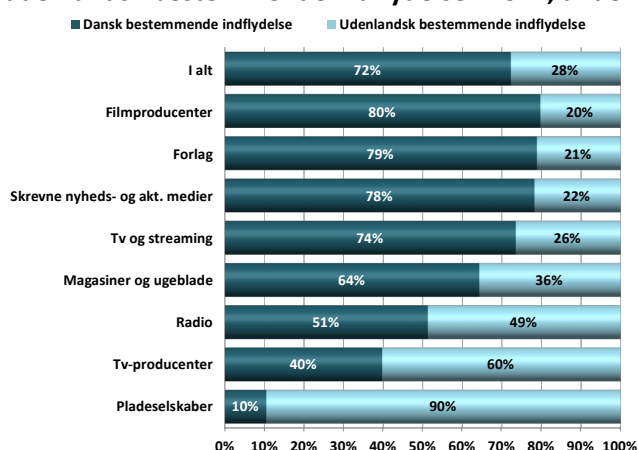
Kilde: Danmarks Statistik på baggrund af Slots- og Kulturstyrelsens population
Univers: 1.079 indholdsbaseerede og dansk registrerede virksomheder i mediebranchen

- Kommercielle virksomheder ejet af store (med en omsætning i alt over 1 mia. kr.) og mellemstore (med en omsætning i alt mellem 0,4-1 mia. kr.) danske koncerner og udenlandske koncerner udgjorde i alt 68 % af mediebranchens omsætning i 2017.

At virksomheder ejet af kommercielle store og mellemstore danske koncerner og udenlandske koncerner stod for 68 % af omsætningen skal ses i forhold til, at denne type virksomheder kun udgjorde 11 % af det samlede antal aktive virksomheder i analysen (s. 19).

Der er stor forskel på graden af udenlandsk ejerskab i hovedbrancherne

Omsætningen i hovedbrancher fordelt efter dansk og udenlandsk bestemmende indflydelse i 2017, andel i %



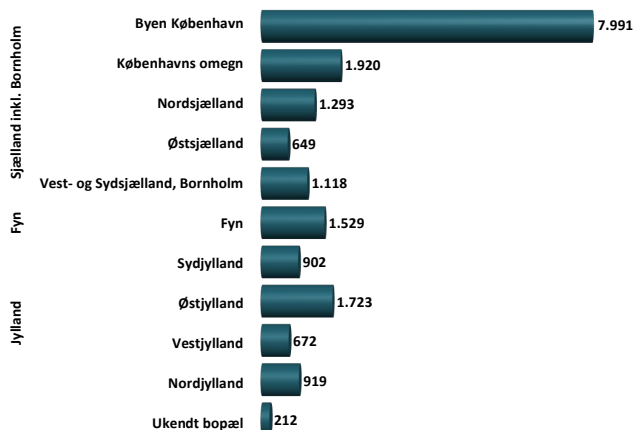
Kilde: Danmarks Statistik på baggrund af Slots- og Kulturstyrelsens population
Univers: 1.079 indholdsbaseerede og dansk registrerede virksomheder i mediebranchen

- Særligt i de relativt set små hovedbrancher Pladeselskaber, Tv-producenter og Radio er en stor *andel* af omsætningen under udenlandske koncerners bestemmende indflydelse.
- Omvendt er *andelen* af omsætning under udenlandske koncerners bestemmende indflydelse forholdsvis lav blandt Filmproducenter, Forlag og Skrevne nyheds- og aktualitetsmedier.

Målt på *omsætning* i kroner er det derimod Tv og streaming (2.915 mio. kr. under udenlandske koncerner) samt Skrevne nyheds- og aktualitetsmedier (1.926 mio. kr.), hvor omsætningen under udenlandske koncerner er størst.

Hovedparten af de ansatte i mediebranchen bor i København

Årsværk i mediebranchen i alt efter bopæl, antal, 2017



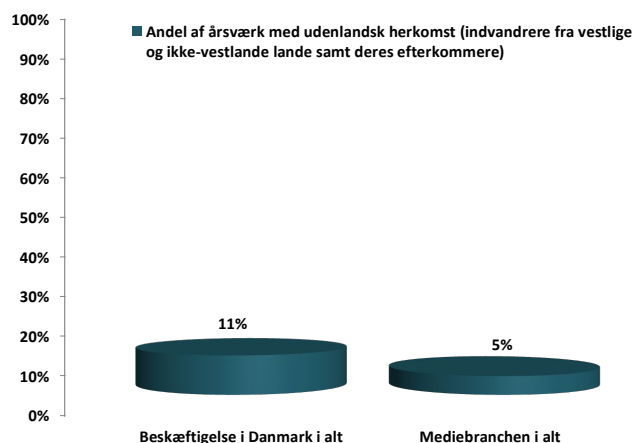
Kilde: Danmarks Statistik på baggrund af Slots- og Kulturstyrelsens population
Univers: 1.079 indholdsbaseerede og dansk registrerede virksomheder i mediebranchen

- Af branchens 18.589 årsværk i 2017 havde 7.991 bopæl i landsdelen Byen København (kommunerne København, Frederiksberg, Tårnby og Dragør).
- I alt 59 % af årsværkene havde bopæl i enten Byen København, Københavns omegn eller Nordsjælland (svarende til Region Hovedstaden uden Bornholm) i 2017.

Imidlertid er der meget stor forskel på, hvor stor en andel af årsværkene i de forskellige hovedbrancher, der har bopæl i de tre landsdele Byen København, Københavns omegn og Nordsjælland (Region Hovedstaden). Den laveste andel (41 %) findes blandt Skrevne nyheds- og aktualitetsmedier mens den højeste (86 %) er blandt Magasiner og ugeblade (s. 22).

Ansatte med udenlandsk herkomst udgør en relativt set lille del af mediebranchens beskæftigelse

Årsværk efter herkomst, andel af årsværk, 2017



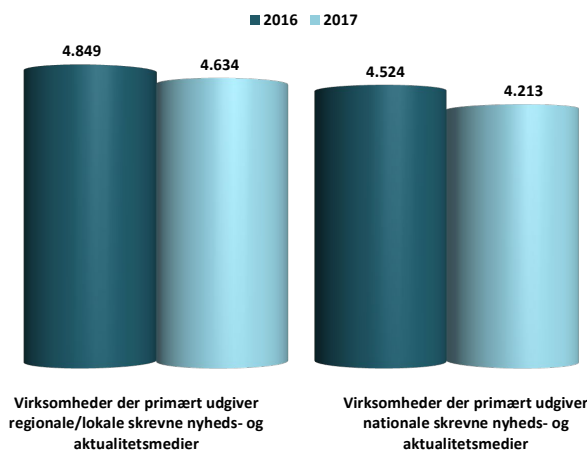
Kilde: Danmarks Statistik på baggrund af Slots- og Kulturstyrelsens population
Univers: 1.079 indholdsbaseerede og dansk registrerede virksomheder i mediebranchen

- 5 % af de ansatte i mediebranchen (opgjort i årsværk) var af udenlandsk herkomst i 2017 (indvandrere fra vestlige og ikke-vestlige lande samt deres efterkommere).
- Til sammenligning udgør ansatte med udenlandsk herkomst gennemsnitligt 11 % af hele den danske beskæftigelse.

De højeste andele af årsværk med udenlandsk herkomst var at finde i hovedbrancherne Film- og tv-producenter (7 %) og Skrevne nyheds- og aktualitetsmedier (6 %). De laveste andele var blandt Radio (2 %) samt Magasiner og ugeblade og Tv og streaming (begge 4 %). Se evt. s. 24.

De regionale/lokale udgivere står for en større andel af de skrevne nyheds- og aktualitetsmediers omsætning end de nationale udgivere gør

Omsætning (mio. kr.) efter redaktionelt fokus for skrevne nyheds- og aktualitetsmedier



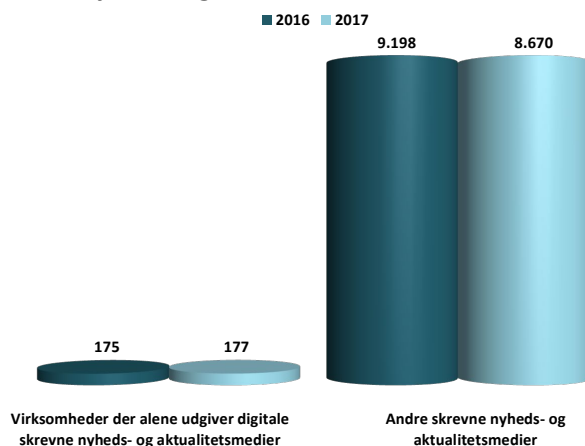
Kilde: Danmarks Statistik på baggrund af Slots- og Kulturstyrelsens population
Univers: 1.079 indholdsbaseerede og dansk registrerede virksomheder i mediebranchen

- Virksomheder der primært udgiver regionale/lokale skrevne nyheds- og aktualitetsmedier omsatte i 2017 for 4.634 mio. kr.
- Det er 421 mio. kr. mere end virksomheder der primært udgiver nationale skrevne nyheds- og aktualitetsmedier. De omsatte i 2017 for 4.213 mio. kr.

Blandt de regionalt/lokalt orienterede virksomheder er Jysk Fynske Medier den absolut største. Herefter følger Nordjyske Medier, Sjællandske Medier, Politikens Lokalaviser samt en længere række mindre dagblads- og lokalavisvirksomheder, herunder også digitale lokalaviser.

Virksomheder, der alene udgiver digitale skrevne nyheds- og aktualitetsmedier, fylder endnu kun lidt i mediebranchens omsætning

Omsætning (mio. kr.) efter digital/ikke-digital fokus for skrevne nyheds- og aktualitetsmedier



Kilde: Danmarks Statistik på baggrund af Slots- og Kulturstyrelsens population
Univers: 1.079 indholdsbaseerede og dansk registrerede virksomheder i mediebranchen

- Virksomheder, der alene udgiver digitale skrevne nyheds- og aktualitetsmedier, omsatte i 2017 for forholdsvis begrænsede 177 mio. kr.
- Det er imidlertid 2 mio. kr. mere end i 2016 i en hovedbranche, hvor der overordnet set er tilbagegang.

Virksomheder, der alene udgiver digitale skrevne nyheds- og aktualitetsmedier, er typisk forholdsvis nyetablerede og tæller fx Altinget, Watch-medierne, Zetland og Føljeton. De har typisk en lavere omsætning pr. årsværk (0,6 mio. kr.) end resten af hovedbranchen (1,2 mio. kr.).

3 Hvordan er analysen blevet til?

Analysens formål

Analysens formål er at give et overblik over den økonomiske aktivitet og beskæftigelse i mediebranchens virksomheder ud fra hoved- og delbrancher samt koncentrationsforhold.

Analysen er den første om emnet ud fra den valgte metode, og skal derfor ses som et udviklingsprojekt. Det forventes, at analysens population vil blive løbende forbedret.

Sådan defineres mediebranchen i analysen

Mediebranchen defineres i analysen ud fra otte hovedbrancher (se oversigt på s. 9). Kun virksomheder, der primært beskæftiger sig med indhold, tilrettelægger en programflade eller bearbejder andres input indgår.

Dermed ekskluderes fx trykkerier, logistik og anden infrastruktur, samt tv-distributører som fx Boxer og YouSee (der i et vist omfang også selv er begyndt at producere indhold).

Virksomheder der medvirker i analysen

I analysen indgår 1.079 virksomheder, som alle er registreret i Danmark som virksomhed eller som dansk filial af en udenlandsk virksomhed. Alle virksomheder fremgår af analysens bilag 1.

I analysen bestemmes virksomhedernes hovedbranche ud fra deres primære aktivitet. Fx placeres en virksomhed, der primært laver dagblade – men som også sekundært har fx radio- eller forlagsaktiviteter – i hovedbranchen Skrevne nyheds- og aktualitetsmedier.

Udvælgelse af virksomheder

Slots- og Kulturstyrelsen har udarbejdet analysens virksomhedspopulation ud fra 21 kilder; fx branchekoder, lister over modtagere af forskellige typer af mediestøtte, lister over tilladelse-shavere (radio- og tv-virksomhed), brancheforeninger, læsertalsmålinger og høringer.

Alle virksomheder er blevet gennemgået enkeltvis og er efterfølgende blevet placeret i analysens inddelinger (fx hovedbranche, ejer- og koncentrationsforhold m.m.).

Hvor stammer tallene fra?

Data kommer fra fem forskellige registre hos Danmarks Statistik, og især "Firmaernes køb og salg". Der er sket enkelte manuelle korrektioner/tilføjelser i licens- og i forlagsbranchen.

Hvad er analysens væsentligste af- og begrænsninger?

Kun omsætning fra produkter og services i virksomheder registreret i Danmark indgår (licens-indtægter er dog tilføjet manuelt). Dermed indgår danske virksomheders udenlandske datterselskaber ikke. Freelancere og leverandører inden for journalistik, layout m.m. indgår ikke.

Virksomhederne indgår i analysen ud fra primær aktivitet; nogle virksomheder har dog aktiviteter i to eller flere hovedbrancher, hvilket kan påvirke branchernes størrelse. Fx er delbranchen lokalavisers omsætning underestimeret, da flere regionale dagblade også har lokalaviser.

Et ukendt antal mindre virksomheder indgår ikke, hvis de ikke fremgår af analysens kilder. Omsætning fra indhold i ikke-indholdsbaseerede virksomheder, fx fagforbund, indgår ikke.

For en mere udførlig beskrivelse af de enkelte punkter henvises der til afsnit 10, s. 39.

4 Hovedbrancher og ordforklaring

Mediebranchen opdeles i denne analyse i otte hovedbrancher, der kort opsummeres her:

Tabel 1: Inddelinger af indholdsbaserede virksomheder i mediebranchen efter hovedbranche

Inddelinger	Eksempler
Filmproducenter	220 virksomheder, som primært producerer film – fx Nordisk Film og Zentropa.
Forlag	119 virksomheder med forlagsvirksomhed som primær aktivitet, fx Gyldendal og Lindhardt og Ringhof. Politikens Forlags omsætning, men ikke beskæftigelse, indgår heri selvom forlaget hører under JP/Politikens Hus A/S (Skrevne nyheds- og aktualitetsmedier).
Magasiner og ugeblade	60 virksomheder, som primært udgiver et eller flere magasiner og ugeblade, herunder også digitalt; fx Aller Media og Bonnier Publications. Virksomhederne er primært målrettet almindelige forbrugere (alle udgivelser orienteret mod professionelle er placeret i de trykte og digitale fagudgivelser omtalt nedenfor).
Pladeselskaber	98 virksomheder, fx Sony Music, der alle har musikproduktion som et væsentligt forretningsområde (enkelte selskaber der ikke primært producerer musik, men fx primært distribuerer musik, er ekskluderet).
Radio	177 virksomheder, som primært beskæftiger sig med radio- og podcastvirksomhed, dog ikke DR (placeret under Tv og streaming). De to absolut største aktører er Bauer Media og Radio24syv. Bemærk at en mindre del af den kommercielle radioaktivitet ligger under Skrevne nyheds- og aktualitetsmedier, da enkelte af fx Jysk Fynske Mediers og Sjællandskes Mediers radiokanaler ikke har selvstændigt CVR-nummer.
Skrevne nyheds- og aktualitetsmedier	171 virksomheder, som primært udgiver dagblade/aviser (fx Berlingske, Fyens Stiftstidende m.v.), diverse digitale medier (fx Zetland, kjavvis.dk), lokalaviser (fx Politikens Lokalaviser), trykte og digitale fagudgivelser, andre avislignende udgivelser samt nyhedsbureauer.
Tv og streaming	77 virksomheder, som primært er beskæftiget med tv, dvs. tv-kanaler, og streaming. Herunder TV 2, Discovery og NENT. Af fritstående udenlandske streamingtjenester er HBO inkluderet, men <i>ikke</i> bl.a. Netflix, Amazon Prime Video m.m.
Tv-producenter	157 virksomheder, som primært producerer indhold til tv. Herunder flere virksomheder ejet af udenlandske koncerner som Banijay Group.

Ordforklaring

Bestemmende indflydelse: En parts ejerskab eller rådighed over stemmerettigheder, således at der samlet set disponeres over mere end 50 % af aktiekapitalen/stemmerettighederne.

Dansk registrerede: I analysen indgår alene virksomheder, der er registreret i Danmark; enten med et selskab, fx et A/S eller et ApS, eller filialer af udenlandske selskaber.

Delbranche: Underopdelinger af en hovedbranche (fx opdeles Skrevne nyheds- og aktualitetsmedier i otte delbrancher).

Hovedbranche: Analysen inddeler de indholdsbaseerede virksomheder i otte hovedbrancher, der typisk følger branchens væsentligste udgivelsesplatform/medie, fx radio.

Indholdsbaseeret: I analysen indgår alene virksomheder der primært producerer indhold, sammensætter en programflade til tv eller bearbejder og videreformidler andres input. Dermed ekskluderes trykkerier, tv-distributører m.v.

Koncern: To eller flere forbundne virksomheder (både i og uden for analysens population), hvor der som minimum er bestemmende indflydelse i ejerleddet.

Kontrolleret af/ejet af: I analysen defineres virksomheder som er kontrolleret/ejet af en anden virksomhed, såfremt der er bestemmende indflydelse (og typisk minimum 50 % ejerskab).

Omsætning: Svarer i udgangspunktet til nettoomsætning i virksomhedernes årsregnskaber (dvs. efter fratækning af moms m.m.). Indeholder licens (tilføjet manuelt) men ikke andre former for støtte, fx mediestøtte.

Primær aktivitet: En virksomheds primære aktivitet, fx udgivelse af lokale ugeaviser, angives ud fra hvad der kan observeres ud fra diverse kilder, regnskaber, registre og hjemmesider.

Virksomhed: I analysen er en virksomhed defineret ved en enhed med eget CVR-nummer. En virksomhed kan enten være fritstående eller en del af en koncern (se ovenfor).

Årsværk: Virksomhedernes medarbejdere omregnet til heltidsansatte, dvs. årsværk, hvorfor antallet af ansatte er større end antallet af årsværk. Indeholder også freelancere o.l. i det omfang de modtager løn.

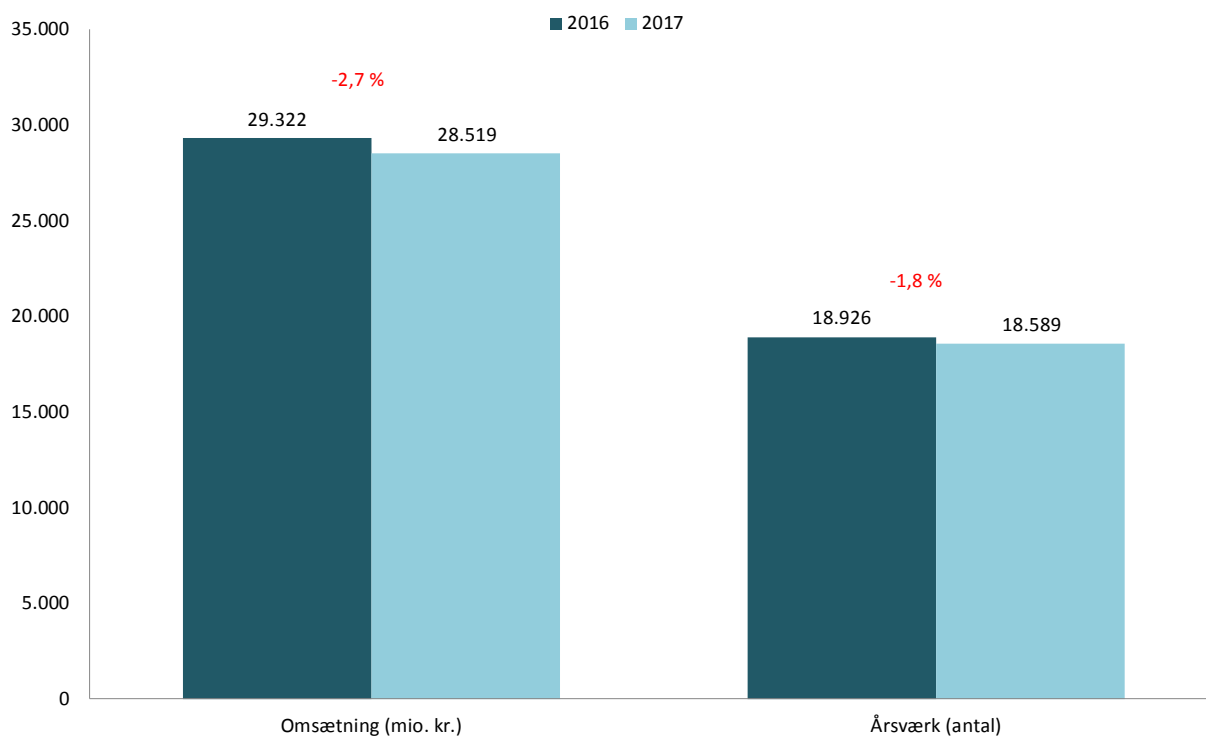
5 Hovedbrancher

Denne rapport analyserer 1.079 dansk registrerede virksomheder, der alle har som primært formål at producere medieindhold, tilrettelægge en programflade til eksempelvis tv og radio eller bearbejde og udgive andres input (fx forlag). Bemærk at omsætning i danske virksomheders udenlandske datterselskaber i udgangspunktet ikke indgår. Virksomhederne analyseres i det følgende ud fra deres hovedbranche – hvori de har deres primære aktivitet – som beskrevet i Tabel 1 på side 9 ovenfor.

Den danske mediebranche havde tilbagegang fra 2016 til 2017. Det gælder både, når der ses på virksomhedernes samlede aktivitet målt på omsætning samt deres beskæftigelse målt på årsværk. Udviklingen illustreres i Figur 1 nedenfor. Samlet set omsatte virksomhederne i mediebranchen for 28.519 mio. kr. i 2017, svarende til en tilbagegang på 803 mio. kr., eller -2,7 %. De samme virksomheder beskæftigede i 2017, hvad der svarer til 18.589 årsværk, hvilket er 338 årsværk færre end i 2016.

Med -1,8 % var den procentvise tilbagegang i beskæftigelsen dog noget mindre end tilbagegangen i omsætningen, hvilket blandt andet vidner om en moderat produktivitetstilbagegang i året. At den samlede mediebranche udvikler sig i en negativ retning målt på omsætning og beskæftigelse skal ses i lyset af en ellers generel vækst i økonomien, BNP, på 2,3 % i 2017¹.

Figur 1: Omsætning og årsværk (årsgennemsnit) for indholdsbaseerede virksomheder i mediebranchen, mio. kr., 2016 og 2017



Kilde: Danmarks Statistik (registre fremgår af analysens metode) på baggrund af Slots- og Kulturstyrelsens population
Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen

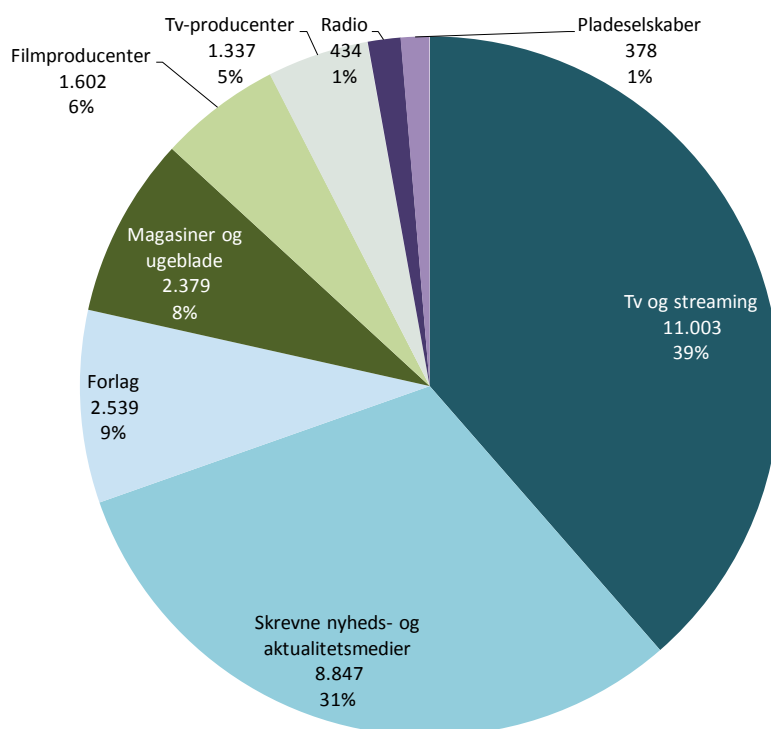
Univers: 1.079 indholdsbaseerede og dansk registrerede virksomheder i mediebranchen

¹ Økonomisk Redegørelse, december 2018, Økonomi- og Indenrigsministeriet

Opgjort efter omsætning var hovedbranchen Tv og streaming (bemærk, hovedbranchen indeholder ikke tv-distributører som fx YouSee, hvoraf nogle i et vist omfang er begyndt at producere eget indhold) mediebranchens største med en omsætning på 11.003 mio. kr. i 2017 (svarende til 39 % af branchens samlede omsætning). Tv- og streaming-omsætningen er dog formentlig højere jf. afsnit 10.2 om af- og begrænsninger, blandt andet fordi opgørelsen alene rummer virksomhedernes omsætning registreret i Danmark (og dermed ikke fx Netflix omsætning).

Herefter følger Skrevne nyheds- og aktualitetsmedier med en omsætning på 8.847 mio. kr. i 2017 (31 % af brancheomsætningen). Forlag og Magasiner og ugeblade var med en 2017-omsætning på henholdsvis 2.539 mio. kr. og 2.379 mio. kr. tredje- og fjerdestørst. Filmproducenter var med en omsætning på 1.602 mio. kr. i 2017 lidt større end Tv-producenter, der havde en omsætning på 1.337 mio. kr. Endelig var Radio og Pladeselskaber (bemærk at DR indgår under Tv og streaming) mindst med en 2017-omsætning på henholdsvis 434 mio. kr. og 378 mio. kr.

Figur 2: Omsætning efter hovedbranche, indholdsbaserede virksomheder i mediebranchen, mio. kr. og andel i %, 2017.



Kilde: Danmarks Statistik (registre fremgår af analysens metode) på baggrund af Slots- og Kulturstyrelsens population
Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen

Univers: 1.079 indholdsbaserede og dansk registrerede virksomheder i mediebranchen

Selv om de 1.079 virksomheder i mediebranchen samlet set gik tilbage i 2017, er udviklingen (som illustreret i Figur 3 nedenfor) dog langt fra ensartet på tværs af de forskellige hovedbrancher i analysen. Begge de to store hovedbrancher, Tv og streaming og Skrevne nyheds- og aktualitetsmedier, gik markant tilbage og tabte henholdsvis 490 mio. kr. (4 %) og 525 mio. kr. (6 %) af omsætningen i 2017. For så vidt angår Skrevne nyheds- og aktualitetsmedier, der især

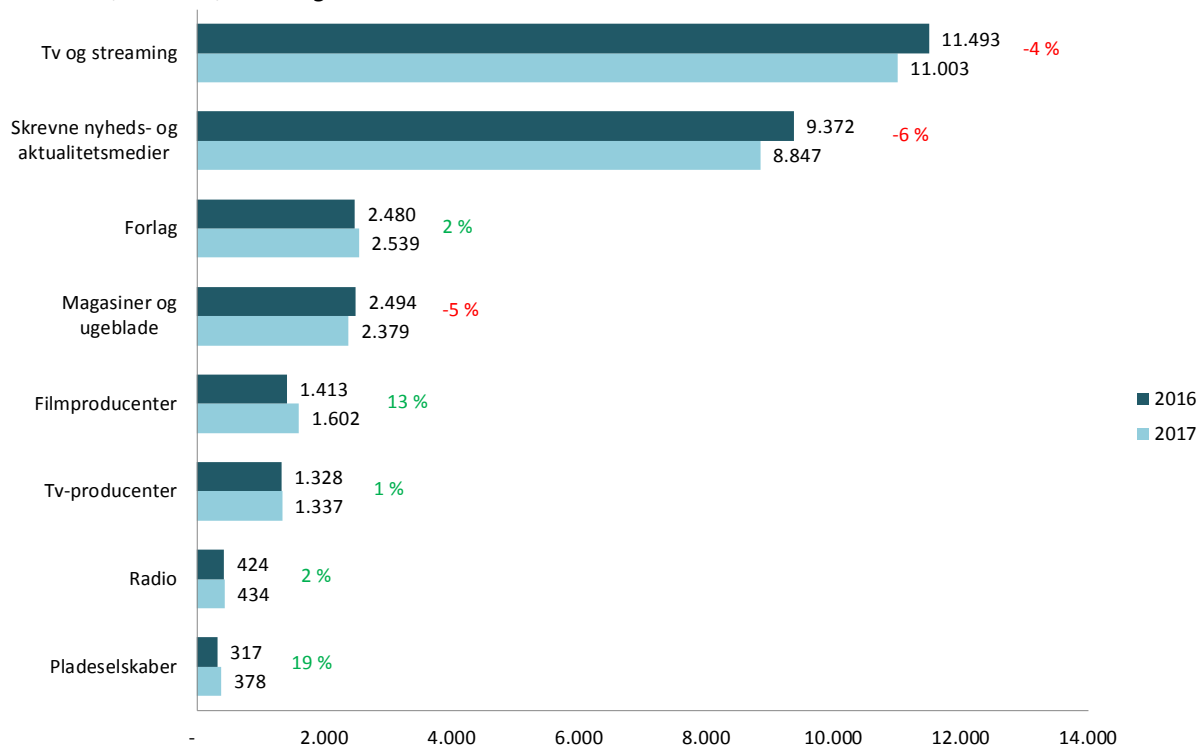
rummer dagbladene og lokalaviserne, er der her formentlig tale om en mere strukturel tilbagegang som følge af et generelt faldende forbrug på aviser og annoncer heri².

For Tv og streaming er der derimod i et vist omfang tale om en omsætnings-forskydning i retning mod de internationale streamingtjenester, som danskerne i stigende grad bruger tid og penge på³. Et antal af disse indgår ikke i denne analyse, da de ikke har virksomheder registreret i Danmark. Især Netflix aftager formentlig en vis omsætning, da en stor andel af de danske husstande har abonnement på tjenesten. Et 2017-omsætningsestimat for alene Netflix – der er den største aktør på markedet – lyder på 725 mio. kr.⁴ Tallet er estimeret konservativt, og skal alene betragtes indikativt, idet det faktiske tal både kan være højere og lavere.

Af de resterende brancher var det kun Magasiner og ugeblade, der med et omsætningsfald på 115 mio. kr. (-5 %), gik tilbage i 2017.

Forlag havde en begrænset vækst fra 2016 til 2017 på 59 mio. kr. (2 %), mens både Filmproducenter med 189 mio. kr. (13 %) og Pladeselskaber med 61 mio. kr. (19 %) voksede væsentlig mere end Tv-producenter med 9 mio. kr. (1 %) og Radio med 10 mio. kr. (2 %).

Figur 3: Udvikling i omsætning efter hovedbranche, indholdsbaseerede virksomheder i mediebranchen, mio. kr., 2016 og 2017



Kilde: Danmarks Statistik (registre fremgår af analysens metode) på baggrund af Slots- og Kulturstyrelsens population Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen

Univers: 1.079 indholdsbaseerede og dansk registrerede virksomheder i mediebranchen

² Se fx Rapportering om mediernes udviklings analyser "[Forbrug og priser 2018](#)" og "[Annonceomsætning 2018](#)"

³ Se fx Rapportering om mediernes udviklings specialrapport "[Streaming – audiovisuelle tjenester](#)" udgivet i 2019

⁴ Estimatet på 725 mio. kr. i 2017 er beregnet ud fra den andel af danske husstande (i Index Danmark/Gallup, helår 2017) der har angivet, at de har et ordinært Netflix-abonnement. Dette tal, 956.056 husstande, er ganget med prisen på det billigste mulige Netflix-abonnement (79 kr., dvs. 63,2 kr. korrigeret for moms for at tallet flugter mod nettoomsætning) gange tolv måneder. Netflix er blevet forelagt estimatet, og har ikke ønsket at bekræfte det/oplyse et alternativt tal.

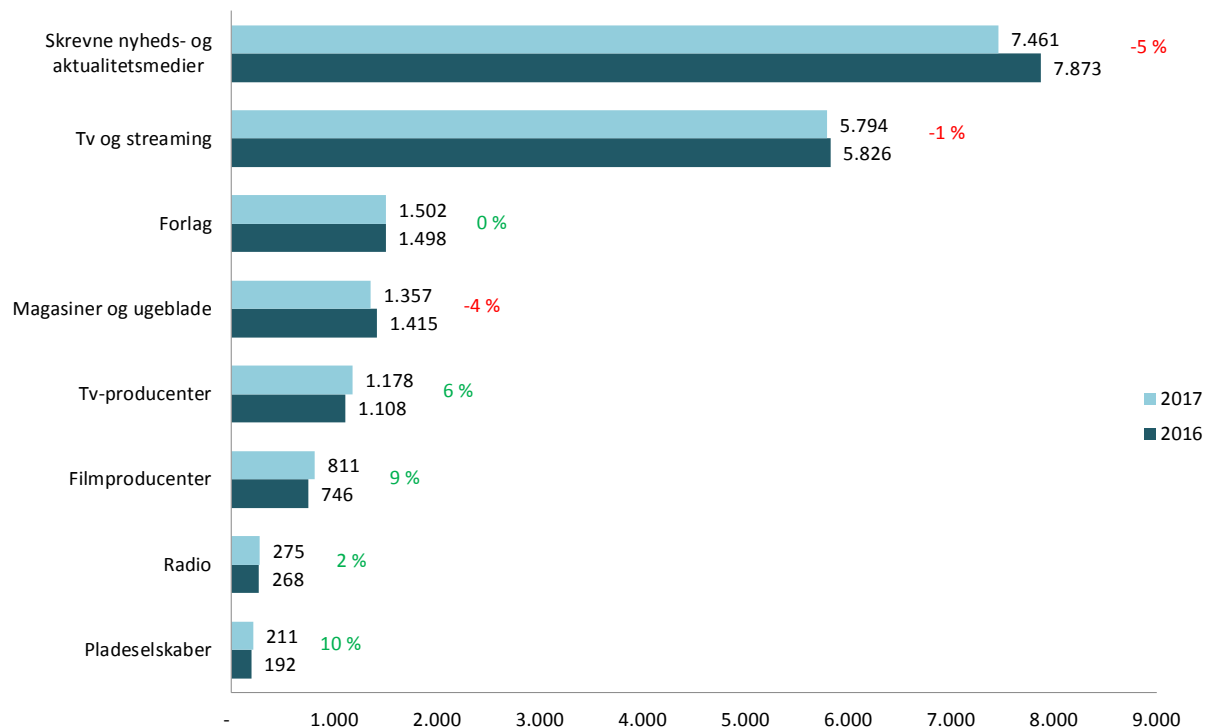
Det er ikke kun, når man ser på omsætning, at der er forskelle i udviklingen fra 2016 til 2017 for hovedbrancherne. Også i forhold til deres beskæftigelse har hovedbrancherne udviklet sig forskelligt fra 2016 til 2017 (i Figur 4 nedenfor opgjort i årsværk for at sikre sammenlignelighed på tværs af hovedbrancherne, idet der i disse i varierende grad bruges fx deltidsansatte og freelancere). Udviklingen i beskæftigelsen følger imidlertid kun i varierende grad udviklingen i omsætningen (eller omvendt) i de forskellige hovedbrancher:

For Skrevne nyheds- og aktualitetsmedier faldt beskæftigelsen 5 %, hvilket var på niveau med faldet på 6 % i omsætning i 2017, mens beskæftigelsen inden for Tv og streaming kun faldt med 1 %, og dermed væsentlig mindre end tilbagegangen på 4 % målt på omsætning.

Dermed står Skrevne nyheds- og aktualitetsmedier, med et fald på 412 årsværk, for hovedparten af den samlede branches beskæftigelsesmæssige tilbagegang som afspejlet i Figur 1. Ligeledes var der et fald i beskæftigelsen på 4 % hos Magasiner og ugeblade svarende til branchens omsætningstilbagegang på 5 %.

I hovedbranchen Forlag var beskæftigelsen i 2017 på niveau med 2016, mens omsætningen blev forøget med 2 %. Blandt Tv-producenterne forøgedes beskæftigelsen med 6 % derimod væsentlig mere end omsætningen, der steg med 1 %. Hos Filmproducenterne og Pladeselskaberne var væksten i beskæftigelsen omvendt noget mindre end omsætningsvæksten.

Figur 4: Årsværk (årgennemsnit) efter hovedbranche, indholdsbaseerede virksomheder i mediebranchen, 2016 og 2017



Kilde: Danmarks Statistik (registre fremgår af analysens metode) på baggrund af Slots- og Kulturstyrelsens population Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen

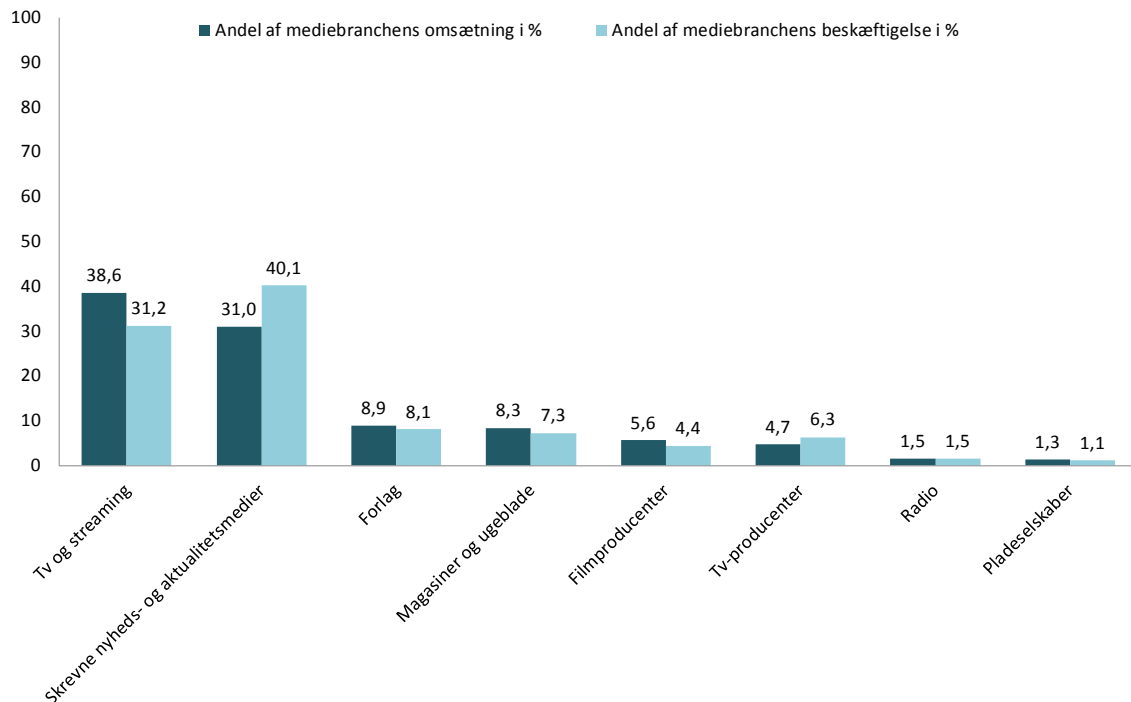
Univers: 1.079 indholdsbaseerede og dansk registrerede virksomheder i mediebranchen

Skrevne nyheds- og aktualitetsmedier var i 2017 størst målt på beskæftigelse, mens Tv og streaming omvendt havde den største omsætning. Disse forskelle, samt tilsvarende forskelle for de

andre hovedbrancher, opsummeres i Figur 5 nedenfor. Eksempelvis udgjorde Tv og streaming ca. 39 % af de indholdsbase­rede medie­virksomheders omsætning i 2017 mod ca. 31 % af be­skæftigelsen.

Omvendt udgjorde Skrevne nyheds- og aktualitetsmedier kun ca. 31 % af omsætningen, men ca. 40 % af beskæftigelsen.

Figur 5: Omsætning og årsværk (årsgennemsnit) i % af de respektive totaler, efter hovedbrancher, indholdsbase­rede virksomheder i mediebranchen, 2017



Kilde: Danmarks Statistik (registre fremgår af analysens metode) på baggrund af Slots- og Kulturstyrelsens population Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen

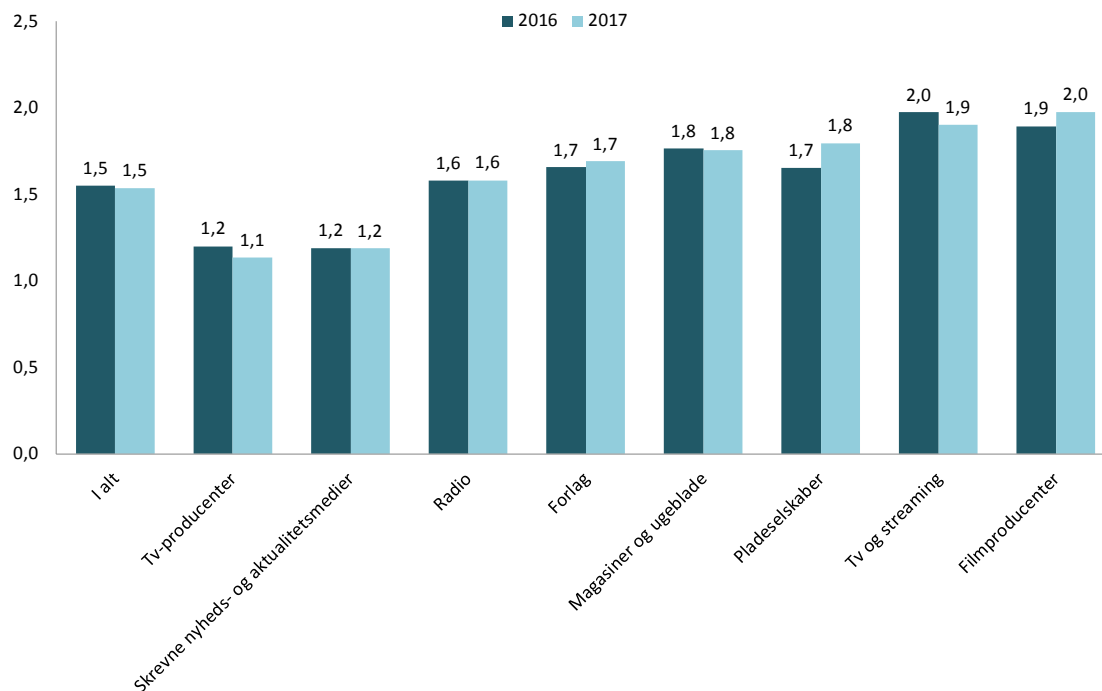
Univers: 1.079 indholdsbase­rede og dansk registrerede virksomheder i mediebranchen

Den overordnede udledning af forskellene er, at der inden for Tv og streaming genereres væsentlig mere omsætning pr. årsværk (1,9 mio. kr. i 2017), end der gøres i eksempelvis Skrevne nyheds- og aktualitetsmedier (1,2 mio. kr.). Figur 6 nedenfor viser, at der også i de andre hovedbrancher er meget stor forskel på den omsætning, der genereres pr. årsværk.

Således er de audiovisuelle hovedbrancher (med Tv-producenter som den store undtagelse) generelt væsentlig mere produktive målt på omsætning pr. årsværk end de brancher, hvor den skriftlige formidling fylder mest.

Bemærk dog, at forskellene primært relaterer sig til de grundlæggende forretningsmodeller i de forskellige hovedbrancher; fx vil de brancher, hvor en større del af indholdet købes udefra alt andet lige have en større omsætning pr. årsværk end de, hvor indholdet produceres internt i eksempelvis nyhedsredaktioner.

Figur 6: Omsætning i mio. kr. pr. årsværk (årgennemsnit), efter hovedbranche, indholdsbase-rede virksomheder i mediebranchen, 2016 og 2017



Kilde: Danmarks Statistik (registre fremgår af analysens metode) på baggrund af Slots- og Kulturstyrelsens population
Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen

Univers: 1.079 indholdsbase-rede og dansk registrerede virksomheder i mediebranchen

6 Ejerskabskoncentration

Omsætningen i den danske mediebranche, som den er defineret i denne rapport, er præget af en høj grad af koncentration i ejerskabet hos et forholdsvis lille antal virksomheder, der typisk ejes af nogle – for branchen – meget store, og ofte udenlandske, koncerner. Derudover udgøres en væsentlig del af branchen af de licensfinansierede medier. Endelig står et stort antal mindre virksomheder for en forholdsvis lille del af branchens omsætning.

For at kortlægge ejerskabskoncentrationen er der foretaget en inddeling af analysens i alt 1.079 indholdsbaseerede virksomheder i fem grupper (for en beskrivelse af disse henvises der til Tabel 8 s. 50 samt beskrivelsen nedenfor), hvori virksomhederne er placeret alt efter hvilken type koncern/virksomhed, der har bestemmende indflydelse over virksomheden; fx placeres den lille virksomhed Watch Medier under koncernen JP/Politikens Hus. Bemærk at et stort antal virksomheder samtidig *ikke* er under en koncerns indflydelse.

Kort opsummeret kan de fem grupper beskrives som følger:

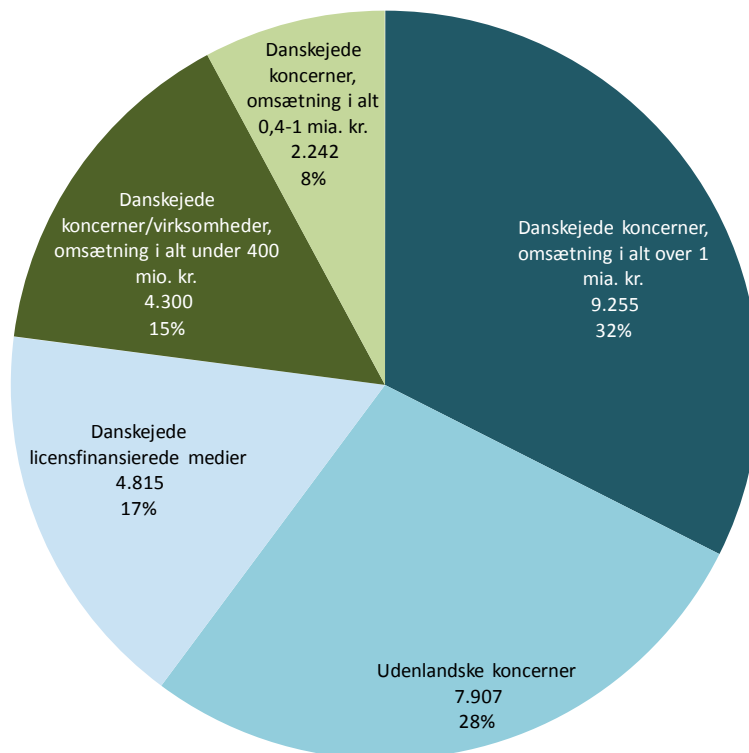
- **Danskejede koncerner, omsætning i alt over 1 mia. kr. hver**, udgøres af 31 virksomheder under fem koncerner: Egmont, TV 2, Aller, JP/Politikens Hus og Jysk Fynske Medier. Hvor de fire sidstnævnte primært er aktive inden for forholdsvis afgrænsede forretningsområder, arbejder Egmont-koncernen med både film, tv, biografier, magasiner, forlag m.m. Især Egmont og Aller, og i mindre grad JP/Politikens Hus, har også omsætning i udlandet.
- **Danskejede koncerner, omsætning i alt ml. 0,4-1 mia. kr. hver**, udgøres af 20 virksomheder under avis-koncernerne Nordjyske Medier og Sjællandske Medier, forlaget Gyldendal og North Media, hvis primære omsætning udgøres af distribution, som ikke er inkluderet i denne analyse.
- **Danskejede koncerner/virksomheder, omsætning i alt under 400 mio. kr.**, udgøres af 799 virksomheder af vidt forskellig størrelse, hvoraf de største er bl.a. Zentropa (film), Lindhardt og Ringhof (forlag) og Dansk Avis Tryk (lokalaviser, trykkeri, fagudgivelser).
- **Danskejede licensfinansierede medier** udgøres af 180 virksomheder. Næsten al omsætningen ligger under DR, de otte TV 2-regioner og Berlingske People (Radio24syv); resten er licensfinansieret og ikke-kommerciel lokalradio og lokal-tv uden public service-forpligtelser.
- **Udenlandske koncerner** udgøres af 72 virksomheder under bestemmende indflydelse af 38 udenlandske koncerner som NENT, Discovery Networks, De Persgroep (Berlingske Media), Bonnier (Dagbladet Børsen, C More, Bonnier Publications, Benjamin Media m.fl.), Bauer Media, Universal Music og Sony Music.

Ud fra disse opdelinger stod et lille antal danskejede koncerner med en samlet omsætning på over 1 mia. kr., samt et begrænset antal virksomheder under udenlandske koncerners bestemmende indflydelse, for ca. 60 % af virksomhedernes omsætning i 2017. Medregnes de få

virksomheder ejet af mellemstore danskejede koncerner (omsætning mellem 0,4-1 mia. kr.) er den samlede andel 68 %.

Det betyder, at omsætningen for et meget stort antal små, danskejede koncerner/virksomheders (omsætning under 400 mio. kr.) i alt udgjorde under en fjerdedel (ca. 23 %) af den samlede omsætning for de indholdsbaseerede virksomheder.

Figur 7: Omsætning for indholdsbaseerede virksomheder i mediebranchen efter virksomhedstype med bestemmende indflydelse, mio. kr. og andel i %, 2017



Kilde: Danmarks Statistik (registre fremgår af analysens metode) på baggrund af Slots- og Kulturstyrelsens population
Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen

Univers: 1.079 indholdsbaseerede og dansk registrerede virksomheder i mediebranchen

At der er tale om en forholdsvis høj omsætningskoncentration under især de store koncerner og udenlandsk kontrollerede virksomheder afspejles i Figur 8 nedenfor. Her opsummeres virksomhedstypernes andel af henholdsvis antallet af aktive⁵ indholdsbaseerede virksomheder samt deres andel af den samlede omsætning i 2017 (i alt 28.519 mio. kr.).

Således udgjorde virksomheder under danskejede koncerner med en omsætning på over 1 mia. kr. kun 3 % af de aktive virksomheder i denne analyse, men stod samtidig for hele 32 % af den samlede omsætning i 2017.

Tilsvarende udgjorde virksomheder under udenlandske koncerners bestemmende indflydelse kun 7 % af virksomhederne men 28 % af omsætningen. En forholdsvis stor del af omsætning

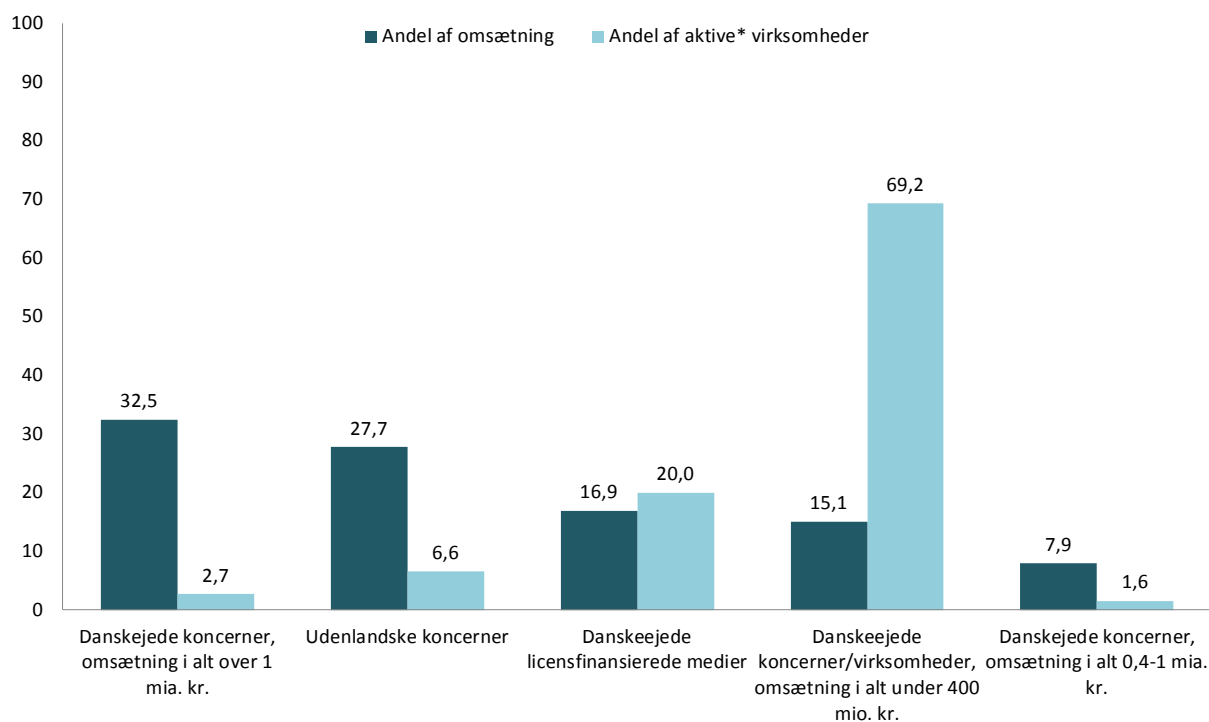
⁵ Med aktive menes her kommercielle virksomheder der havde enten beskæftigelse eller omsætning i 4. kvartal 2017. Alle licensfinansierede virksomheder inkluderes her, idet særligt de lokale medier i mange tilfælde har ingen af delene.

gen, 8 %, ligger endvidere under de 2 % af virksomhederne hjemhørende i inddelingen dansk-ejede koncerner med en omsætning i alt på 0,4-1 mia. kr.

De danskejede licensfinansierede medier stod for 17 % af omsætningen (indtægterne) og 20 % af virksomhederne. Men som beskrevet ovenfor vedrører næsten al omsætningen i denne gruppe DR, de otte TV 2-regioner samt Berlingske People (Radio24syv). De ikke-kommercielle og licensfinansierede lokalradio- og lokal-tv-virksomheder udgør således 170 ud af 180 af virksomhederne i denne mediegruppe, men kun 50 mio. kr. af omsætningen.

Endelig står virksomhederne i gruppen Danskejede koncerner og virksomheder med en omsætning i alt på under 400 mio. kr., for 69 % af virksomhederne men kun 15 % af omsætningen.

Figur 8: Indholdsbaseerede virksomheder i mediebranchens andel af samlet omsætning samt andel af **aktive*** virksomheder, efter virksomhedstype med bestem. indflydelse, mio. kr., 2017



Kilde: Danmarks Statistik (registre fremgår af analysens metode) på baggrund af Slots- og Kulturstyrelsens population Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen

*Med aktive menes her kommercielle virksomheder der havde enten beskæftigelse eller omsætning i 4. kvartal 2017. Alle licensfinansierede virksomheder inkluderes her idet særligt de lokale medier i mange tilfælde har ingen af delene.

Univers: 1.079 indholdsbaseerede og dansk registrerede virksomheder i mediebranchen

Når blikket vendes mod hovedbrancherne, er der endog meget store forskelle på, hvor stor en del af omsætningen i de enkelte hovedbrancher, der ligger under udenlandsk ejede koncerner (Figur 9 nedenfor).

For alle de 1.079 indholdsbaseerede virksomheder i mediebranchen *samlet* er ca. 28 %, eller 7.907 mio. kr. af omsætningen under udenlandske koncerners bestemmende indflydelse.

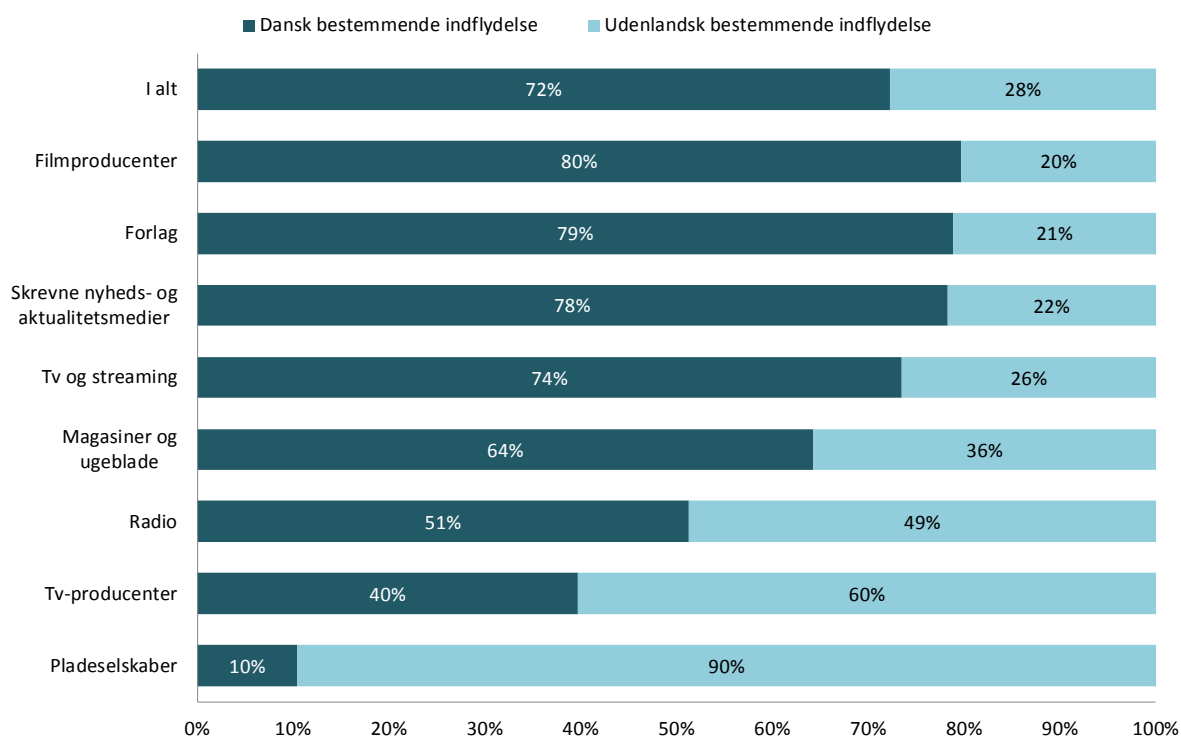
Blandt Pladeselskaber er denne andel imidlertid helt oppe på ca. 90 %, hos Tv-producenter ca. 60 %, for Radio ca. 49 % og Magasiner og ugeblade ca. 36 %. Bemærk dog, at DRs radioaktivite-

ter er placeret sammen med resten af DRs aktiviteter under Tv og streaming, ligesom der også findes visse radioaktiviteter under virksomhederne i Skrevne nyheds- og aktualitetsmedier. Såfremt disse radioaktiviteter kunne placeres særskilt under Radio, ville den udenlandske andel være noget lavere.

De hovedbrancher, der har de laveste andele af omsætningen under udenlandske koncerners bestemmende indflydelse, er Filmproducenter (ca. 20 %), Forlag (ca. 21 %) og Skrevne nyheds- og aktualitetsmedier (ca. 22 %).

Tallene for Tv- og streaming (ca. 26 % under udenlandske koncerners bestemmende indflydelse) skal dog tages med to væsentlige forbehold: Dels ville den udenlandske andel være væsentlig højere såfremt DR og TV 2-regionerne ikke blev medregnet, dels er den samlede Tv- og streaming-omsætning formentlig højere jf. metodens afsnit 10.2 om af- og begrænsninger; primært på grund af virksomhedernes kun delvise registreringer i Danmark.

Figur 9: Andel af hovedbranchernes omsætning efter dansk overfor udenlandsk bestemmende indflydelse, indholdsbaseerede virksomheder i mediebranchen, 2017



Kilde: Danmarks Statistik (registre fremgår af analysens metode) på baggrund af Slots- og Kulturstyrelsens population Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen Univers: 1.079 indholdsbaseerede og dansk registrerede virksomheder i mediebranchen

Det er dog i hovedbrancherne Tv og streaming (2.915 mio. kr.) og Skrevne nyheds- og aktualitetsmedier (1.926 mio. kr.), at virksomheder uden udenlandske koncerners bestemmende indflydelse havde den største omsætning i 2017.

Herefter følger Magasiner og ugeblade (850 mio. kr.) og den forholdsvis lille branche Tv-producenter.

Tabel 2: Hovedbranchernes omsætning efter dansk overfor udenlandsk bestemmende indflydelse, indholdsbase­rede virksomheder i mediebranchen, % og mio. kr. 2017

Hovedbranche	Udenlandsk andel i %	Dansk oms. (mio. kr.)	Udenlandsk oms. (mio. kr.)
I alt	28 %	20.612	7.908
Pladeselskaber	90 %	40	339
Tv-producenter	60 %	531	805
Radio	49 %	223	211
Magasiner og ugeblade	36 %	1.530	850
Tv og streaming	26 %	8.088	2.915
Skrevne nyheds- og aktualitetsmedier	22 %	6.921	1.926
Forlag	21 %	2.001	537
Filmproducenter	20 %	1.278	325

Kilde: Danmarks Statistik (registre fremgår af analysens metode) på baggrund af Slots- og Kulturstyrelsens Population. Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen. **Univers:** 1.079 indholdsbase­rede og dansk registrerede virksomheder i mediebranchen.

Væsentlige, udenlandske koncerner med virksomhedsejerskab i de enkelte hovedbrancher:

- **Filmproducenter:** Bonnier, Fremantle Media
- **Forlag:** Rothschild Group (Karnov), Storytel (People's Press), Bonnier (Clio Online)
- **Skrevne nyheds- og aktualitetsmedier:** Bonnier (Børsen), De Persgroep (Berlingske Media)
- **Tv og streaming:** NENT, Discovery Networks, HBO, Warner Bros., Disney, Turner m.fl.
- **Magasiner og ugeblade:** Bonnier (Bonnier Publications, Benjamin Media)
- **Radio:** Bauer Media
- **Tv-producenter:** Banijay Group, Fremantle Media, NENT, Warner Bros. m.fl.
- **Pladeselskaber:** Universal Music, Sony Music, Warner

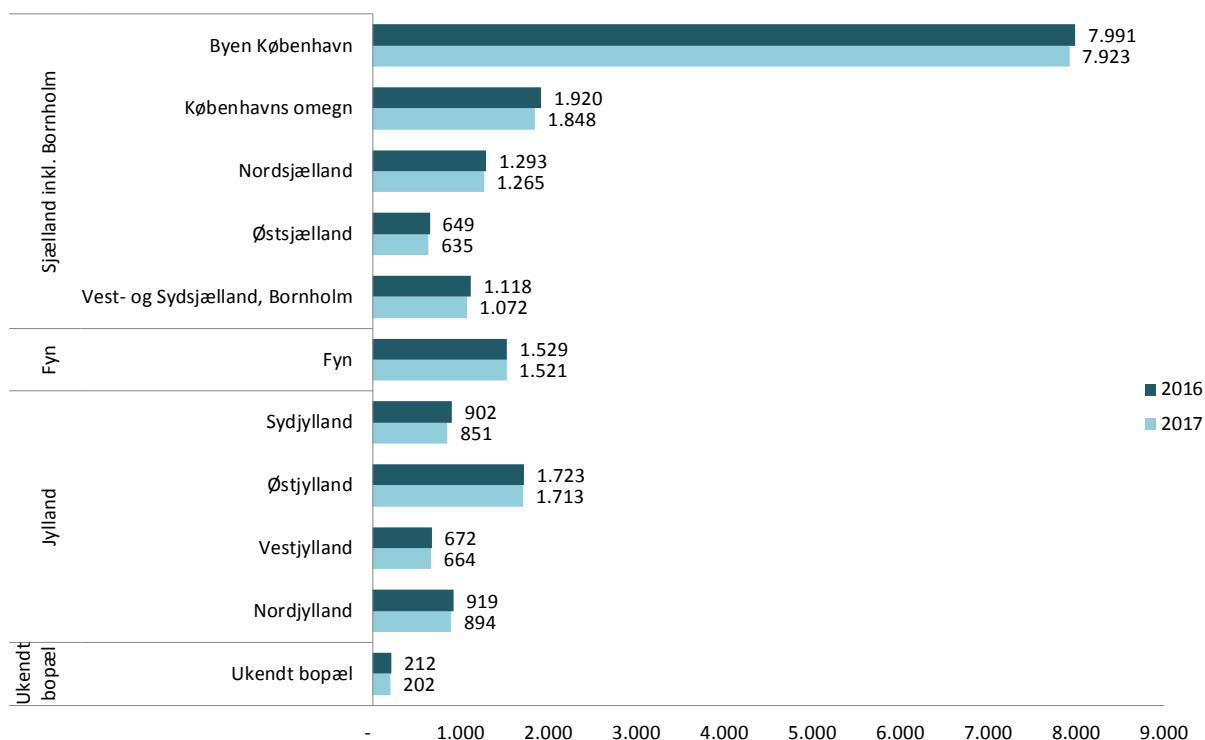
7 Beskæftigelse i detaljen

Afsnittet beskriver mediebranchens beskæftigelse ud fra de ansattes geografiske fordeling på landsdele, beskæftigelsen af journalister samt graden af udenlandsk beskæftigelse. Alle opgørelserne foretages ud fra årsværk (frem for antal beskæftigede) for at sikre sammenlignelighed på tværs af opdelingerne. Bemærk at Bornholm er placeret under landsdelen Vest- og Sydsjælland, samt at Pladeselskaber ikke indgår som en selvstændig hovedbranche i dette afsnit. Ligeledes behandles Filmproducenter og Tv-producenter her samlet grundet diskretioneringssyn (se evt. afsnit 10.3 på s. 43).

7.1 Geografisk fordeling – alle typer beskæftigelse

De beskæftigede i mediebranchen er i høj grad bosiddende i og omkring København. Således var der 7.923 årsværk, der havde bopæl i landsdelen Byen København (kommunerne København, Frederiksberg, Tårnby og Dragør) i 2017. Det er mere end fire gange så meget som de næst- og tredje-største landsdele, Københavns omegn og Østjylland. Ingen af landsdelene havde fremgang i beskæftigelsen i 2017.

Figur 10: Årsværk (årgennemsnit) efter medarbejderens bopæl ud fra landsdele, indholdsbase-rede virksomheder i mediebranchen, 2016 og 2017



Kilde: Danmarks Statistik (registre fremgår af analysens metode) på baggrund af Slots- og Kulturstyrelsens population Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen

Univers: 1.079 indholdsbase-rede og dansk registrerede virksomheder i mediebranchen

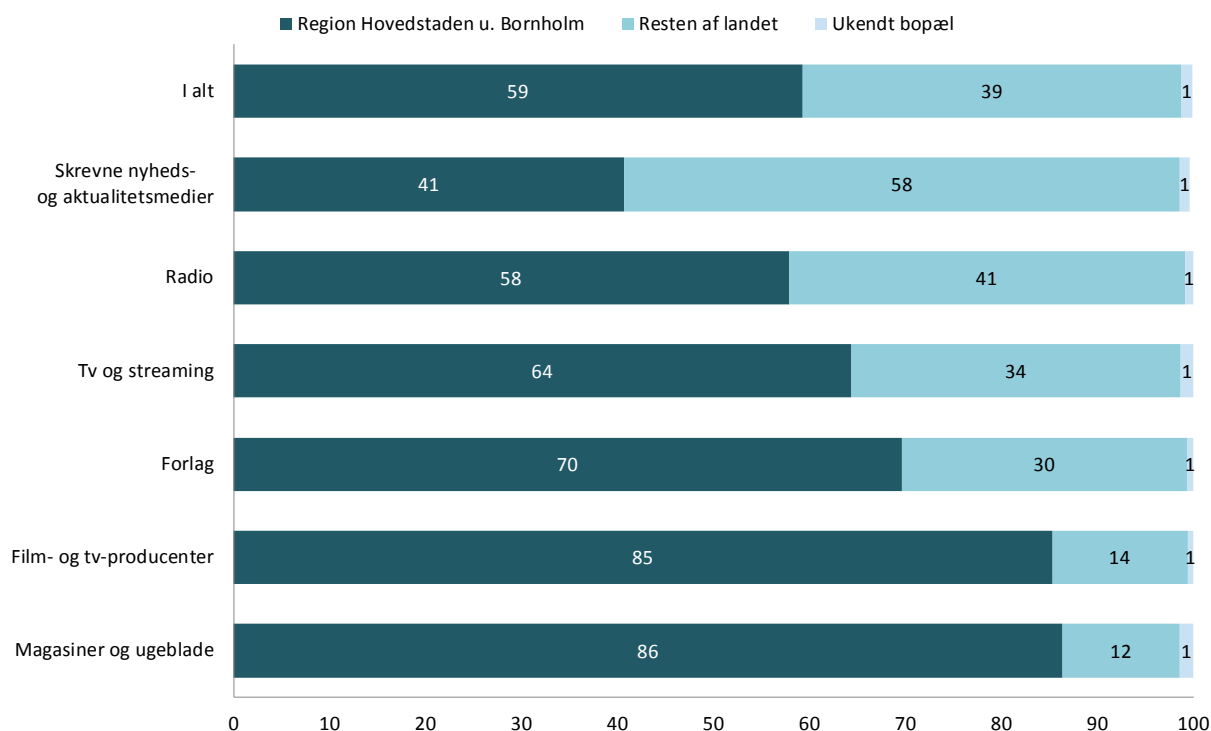
Der er imidlertid stadig meget stor forskel på, hvor stor en andel af de beskæftigede i de forskellige hovedbrancher, der har bopæl i Region Hovedstaden i forhold til resten af landet (Figur 11 nedenfor). Samlet set var der i 2017 59 % af årsværkene, der havde bopæl i Region Hovedstaden, men med en variation i denne andel fra 41 % til 86 % i de forskellige hovedbrancher.

En mulig årsag er, at de hovedbrancher, hvor en væsentlig andel af virksomhederne har et regionalt- og lokalt redaktionelt fokus, også har en relativt set højere geografisk spredning.

Således var Skrevne nyheds- og aktualitetsmedier den hovedbranche, hvor den absolut laveste andel, 41 %, af årsværkene havde bopæl i Region Hovedstaden (uden Bornholm). Den væsentligste forklaring herpå er den store beskæftigelse hos de regionale dagblads- og lokalavis-koncerner, herunder Jysk Fynske Medier, Nordjyske Medier, Sjællandske Medier, Herning Folkeblad, Lolland-Falsters Folketidende m.m. For hovedbranchen Radio gælder, at de to største fritstående aktører, Bauer Media og Radio 24syv, begge har hovedkontor i Region Hovedstaden, men herudover findes en del mindre virksomheder uden for hovedstadsområdet. Bemærk dog, at der både findes radio-aktiviteter under DR (i denne analyse placeret under Tv og streaming) og under flere af de regionale dagblads- og lokalavis-koncerner.

I den anden store hovedbranche, Tv og streaming, havde 64 % af årsværkene i 2017 bopæl i Region Hovedstaden. Af de resterende årsværk vedrører en væsentlig del TV 2, TV 2-Regionerne og DR, mens fx NENT og Discovery Networks begge hører til i Region Hovedstaden. Ligeledes gælder, at flertallet af de største virksomheder inden for Forlag (fx Gyldendal, Lindhart og Ringhof), Film- og tv-producenter (Nordisk Film og Metronome Productions) og Magasiner og ugeblade (fx Aller Media og Egmont Publications) er baseret i Region Hovedstaden. Se evt. Tabel 6 på s. 38 for en samlet opgørelse på tværs af landsdelene og hovedbrancherne.

*Figur 11: Årsværk (årsgennemsnit) efter hovedbranche og medarbejderens bopæl, indholdsbase-
serede virksomheder i mediebranchen, fordeling i %, 2017*



Kilde: Danmarks Statistik (registre fremgår af analysens metode) på baggrund af Slots- og Kulturstyrelsens population Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen

Univers: 1.079 indholdsbase- og dansk registrerede virksomheder i mediebranchen

7.2 Beskæftigelse af journalister

Målt på årsværk udgjorde journalistuddannede i 2017 3.620, eller ca. 19 % af de i alt 18.589 årsværk (bemærk at freelancere indgår i det omfang, at de er lønmodtagere) i de virksomheder, der indgår i denne analyse. Dermed havde mere end fire femtedele af årsværkene, 81 %, en anden uddannelse end journalistuddannelsen. Det skal imidlertid bemærkes, at de 3.620 årsværk *ikke* skal sammenlignes med et andet og formentlig noget højere antal årsværk, der generelt arbejder med journalistik, men med en anden uddannelsesbaggrund.

Som det fremgår af Tabel 3, er det især de to største hovedbrancher, Skrevne nyheds- og aktualitetsmedier og Tv og streaming, der beskæftiger de journalistuddannede. Samtidig er det også her, at de journalistuddannede udgør den største andel af hovedbranchernes samlede beskæftigelse målt på antal årsværk.

Også i hovedbrancherne Magasiner og ugeblade samt Radio udgør de journalistuddannede, med andele på henholdsvis ca. 17 % og ca. 13 % af årsværkene, en forholdsvis stor del af den samlede beskæftigelse, mens de laveste niveauer ses hos Film- og tv-producenterne (ca. 9 %) og især Forlag (ca. 1 %).

Tabel 3: Årsværk (årsgennemsnit) efter hovedbranche og uddannelsesbaggrund, indholdsbase-rede virksomheder i mediebranchen, 2017

	I alt	Andre udd.	Journalist udd.	Kommunikations-udd.	Ukendt udd.	Andel af jour. udd.
Mediebranchen i alt	18.589	14.454	3.620	194	320	19 %
Skrevne nyheds- og akt.	7.461	5.476	1.808	42	134	24 %
Tv og streaming	5.794	4.291	1.340	63	100	23 %
Film- og tv-producenter	1.989	1.748	184	26	31	9 %
Forlag	1.502	1.439	20	23	20	1 %
Magasiner og ugeblade	1.357	1.068	231	29	28	17 %
Radio	275	233	36	3	2	13 %

Kilde: Danmarks Statistik (registre fremgår af analysens metode) på baggrund af Slots- og Kulturstyrelsens Population. Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen. **Univers:** 1.079 indholdsbase-rede og dansk registrerede virksomheder i mediebranchen.

Mediebranchen rummer også andre, formentlig store, grupper af ansatte med uddannelsesbaggrund fra både universiteter og professionshøjskoler inden for eksempelvis de medie-, film- og kommunikationsfaglige uddannelser samt merkantile og juridiske uddannelser. Det er hensigten at fremtidige udgaver af denne analyse også vil forsøge at kortlægge disse grupper.

7.3 Beskæftigelse fordelt efter herkomst

Virksomhederne i mediebranchen har en væsentlig lavere andel af årsværk med udenlandsk herkomst (indvandrere fra vestlige og ikke-vestlige lande samt efterkommere af disse), end den samlede, danske beskæftigelse.

Således fremgår det af Tabel 4 nedenfor, at ca. 11 % af den samlede, danske beskæftigelse (målt i årsværk) i 2017 havde udenlandsk herkomst mod kun ca. 5 % af årsværkene i den samlede mediebranche, som den er opgjort i denne analyse.

Samtidig er der en vis spredning i andelen af årsværk med udenlandsk herkomst i de forskellige hovedbrancher. Således er det blandt Skrevne nyheds- og aktualitetsmedier, Film- og tv-producenter samt Forlag, at de største andele med udenlandsk herkomst skal findes. Modsat er andelen absolut lavest inden for hovedbranchen Radio.

Tabel 4: Årsværk (årgennemsnit) efter hovedbranche og herkomst, indholdsbaseerede virksomheder i mediebranchen, 2017

	I alt	Dansk herkomst	Udenlandsk herkomst	Ukendt herkomst	Udenlandsk herkomst i pct. af total
Beskæftigelse i alt	2.234.080	1.941.290	248.806	43.984	11,1 %
Mediebranchen i alt	18.589	17.400	987	202	5,3 %
Skrevne nyheds- og akt.	7.461	6.936	446	79	6,0 %
Tv og streaming	5.794	5.472	246	76	4,2 %
Film- og tv-producenter	1.989	1.845	131	12	6,6 %
Forlag	1.502	1.410	83	10	5,5 %
Magasiner og ugeblade	1.357	1.281	57	19	4,2 %
Radio	275	267	5	2	2,0 %

*Kilde: Danmarks Statistik (registre fremgår af analysens metode) på baggrund af Slots- og Kulturstyrelsens Population. Herudover lønmodtagerstatistik (LBESK64), Danmarks Statistik. Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen. **Univers:** 1.079 indholdsbaseerede og dansk registrerede virksomheder i mediebranchen.*

8 Delbrancher

Dette afsnit beskriver delbrancher under de tre hovedbrancher Skrevne nyheds- og aktualitetsmedier, Tv og streaming samt Radio. Se eventuelt Tabel 10 på s. 53 for en mere udførlig beskrivelse af delbrancherne.

8.1 Skrevne nyheds- og aktualitetsmedier

I det følgende inddeles denne meget overordnede hovedbranche i otte delbrancher, som afspejler pluralismen inden for Skrevne nyheds- og aktualitetsmedier. Virksomhederne og deres medier afviger blandt andet fra hinanden ved deres redaktionelle fokus (regional/lokal over for national), målgrupper (almindelige forbrugere eller professionelle), udgivelsesfrekvens (fx dagblade over for lokalaviser) og udgivelsesplatform (digital over for ikke-digital). Bemærk i opgørelsen i Tabel 5 nedenfor, at særligt virksomheder inden for Regionale dagblade med lokalaviser og Nationale dagblade i et vist omfang har aktiviteter ud over den primære aktivitet.

Tabel 5: Inddelinger af virksomheder i hovedbranchen Skrevne nyheds- og aktualitetsmedier

Inddelinger	Eksempler
Regionale dagblade med lokalaviser	14 virksomheder, som udgiver regionale dagblade og lokalaviser, samt i mindre omfang også radio m.m. Udgøres af virksomheder som Jysk Fynske Medier, Herning Folkeblad, samt Der Nordschleswiger og Flensborg Avis, der dog ikke har lokalaviser men som antalsmæssigt er for få til at udgøre en selvstændig kategori (se evt. s. 43 herom).
Nationale dagblade	Ni virksomheder, fx JP/Politikens Hus, som står for en væsentlig del af branchens samlede omsætning. De væsentligste aktiviteter er nationale dagblade/aviser, samt diverse digitale udgivelser, forlag m.m.
Lokalaviser og Digitale lokalaviser	"Lokalaviser": 53 virksomheder, som primært udgiver en eller flere trykte lokalaviser. Bemærk dog, at et stort antal titler herudover ligger under "Regionale dagblade med lokalaviser" (fx Jysk Fynske Medier). Den største virksomhed blandt de 53 er Politikens Lokalaviser. Enkelte har trykkeri tilknyttet som sekundær aktivitet. "Digitale lokalaviser" består af 11 små virksomheder, som udgiver digitale nyheder og aktualitetsstof med lokalt fokus på nettet, fx kjavis.dk, tv-kalundborg.dk m.m.
Fagudgivelser og Digitale fagudgivelser	Henholdsvis 33 og 11 virksomheder, som udgiver aviser og avislignende udgivelser rettet mod professionelle brugere. Eksempelvis Nordiske Medier, FBG Medier, Watch-medierne, Effektivt Landbrug, Olfi, Horizont Gruppen m.m. Særligt de større virksomheder har typisk både avis- og magasinlignende udgivelser, herunder i høj grad også digitale.
Avislignende udgivelser og nyhedsbureauer	14 virksomheder, som enten udgiver avislignende udgivelser (fx Mandag Morgen) eller er nyhedsbureauer. Er at betragte som en opsamlingsinddeling for virksomheder, der enten på grund af deres type eller af diskretioneringssyn, ikke umiddelbart kan placeres andetsteds.
Andre skrevne digitale nyheds- og aktualitetsmedier	21 virksomheder hvor udgivelsen alene foregår digitalt og er henvendt til ikke-professionelle brugere. Fx Zetland, bold.dk, avisen.dk, Inside-Business og Føljeton.

Figur 12 nedenfor skal læses med udgangspunkt i, at hovedbranchen Skrevne nyheds- og aktualitetsmedier er domineret af få, store virksomheder, hvoraf JP/Politikens Hus og Berlingske Media (Nationale dagblade) og Jysk Fynske Medier, Nordjyske Medier og Sjællandske Medier (Regionale dagblade med lokalaviser) er de centrale aktører.

Disse centrale aktører er – ud over at drive egne aktiviteter – også hovedkomponenterne i en række af landets største mediekoncerner. Disse koncerner ejer et væsentligt antal af de virksomheder, som indgår i flertallet af de resterende delbrancher i hovedbranchen Skrevne nyheds- og aktualitetsmedier. Derfor skal de oplyste tal for delbrancherne i Figur 12 alene tages som en *indikation* for den kommercielle aktivitet i de virksomheder, hvis primære aktivitet ligger inden for hver af disse delbrancher. Det betyder blandt andet:

- At delbranchen Lokalaviser er noget større end de 859 mio. kr. (2017), der angives i Figur 12, idet en væsentlig men ukendt del af aktiviteten ligger under virksomheder i delbranchen Regionale dagblade med lokalaviser⁶. Herudover skal det bemærkes, at der i delbranchen Lokalaviser har været en del opkøb og frasalg af både titler og virksomheder, hvilket eksempelvis kan betyde, at omsætning, der tidligere hørte under Lokalaviser, nu indgår under Regionale dagblade med lokalaviser.
- Ligeledes indgår omsætningen for et antal af landets største digitale medier i delbranchen Nationale dagblade; det gælder selvstændige udgivelser (fx finans.dk) og versioner af fx dagbladene (fx berlingske.dk).

Bemærk derudover, at de angivne tal kun vedrører omsætning fra salg af produkter og services, og dermed ikke ikke-kommercielle indtægter som mediestøtte samt engangsindtægter (i typisk 2017) fra opløsningen af Danske Dagblades Strejkefond.

Med disse forbehold gælder, som illustreret i Figur 12 nedenfor, at omsætningen i hovedbranchen Skrevne nyheds- og aktualitetsmedier (8.847 mio. kr. i 2017) især udgøres af Regionale dagblade med lokalaviser (3.758 mio. kr.) og Nationale dagblade (3.256 mio. kr.). Begge delbrancher mistede dog fra 2016 til 2017 forholdsvis meget af omsætningen. Særligt Nationale dagblade gik meget tilbage med et fald på 367 mio. kr. (10 %), mens Regionale dagblade med lokalaviser mistede 159 mio. kr. (4 %). Eksempelvis gik alene virksomheden JP/Politikens Hus dagbladsomsætning tilbage med ca. 118 mio. kr. i 2017.

Også for de virksomheder, som primært udgiver lokalaviser, var der omsætningstilbagegang i 2017. Således faldt omsætningen i delbranchen Lokalaviser med 52 mio. kr. (6 %) fra 2016 til 2017. Eksempelvis tabte alene Politikens Lokalaviser jf. virksomhedens årsregnskab ca. 40 mio. kr. af den danske omsætning i 2017. De digitale lokalaviser, som udgøres af kun elleve meget små virksomheder, fx kjavis.dk, gik tilbage fra 21 mio. kr. i 2016 til 17 mio. kr. i 2017.

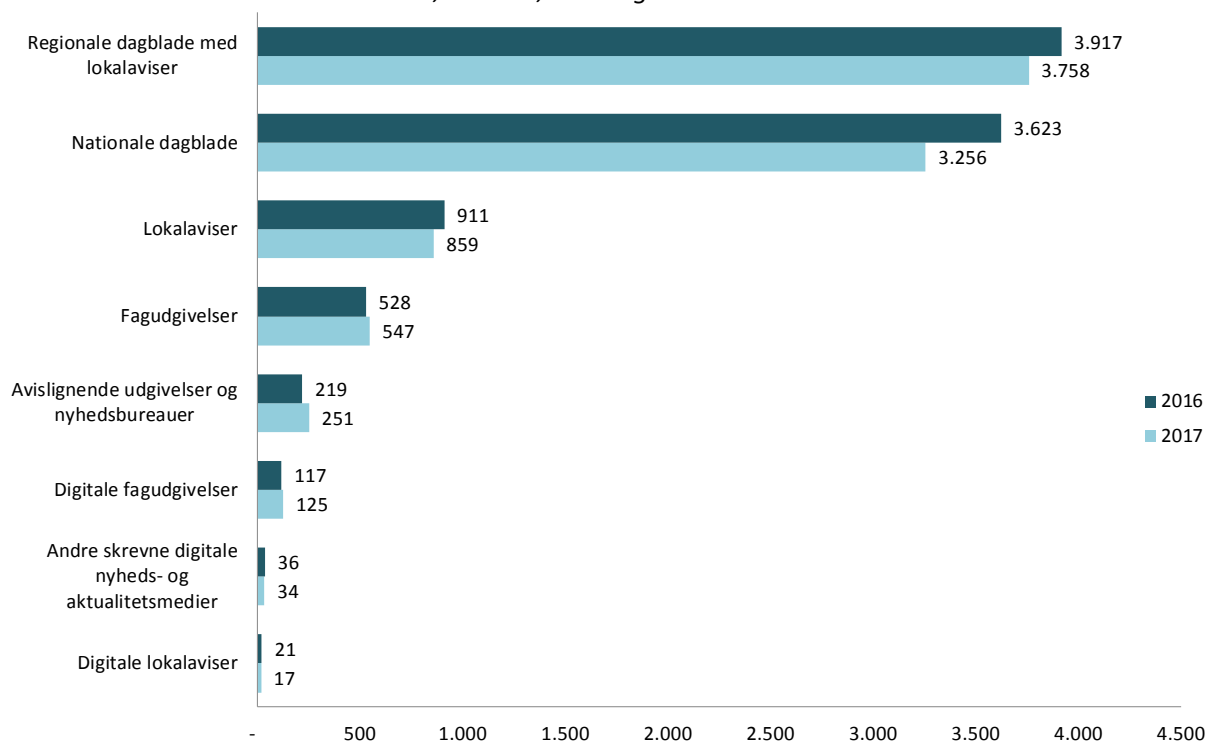
⁶ Et estimat for den samlede lokalavis-omsætning (alene annonceomsætning) lyder på 1.414 mio. kr. i 2017 (Det Danske Reklamemarked af IRM).

Derimod var der fra 2016 til 2017 fremgang i delbranchen Fagudgivelser, der rummer medier henvendt til professionelle inden for især landbrug, transport og byggeri. Den samlede omsætning forøgedes med 19 mio. kr. (3 %) til 547 mio. kr. i 2017. Eksempelvis havde den i delbranchen store aktør, Nordiske Medier (ejet af Nordjyske Medier), en fremgang på ca. 8 mio. kr. i bruttofortjenesten (omsætning fratrukket direkte omkostninger, men ikke personaleomkostninger) i moderselskabet. Ligeledes var der fremgang blandt de digitale fagudgivelser, som blandt andet rummer Watch-medierne (JP/Politikens Hus) og Altinget; her steg omsætningen med 8 mio. kr. til 125 mio. kr. i 2017.

I den næststørste rent digitale delbranche, Andre skrevne digitale nyheds- og aktualitetsmedier, faldt omsætningen en smule fra 36 mio. kr. i 2016 til 34 mio. kr. i 2017. Delbranchen rummer fortrinsvis nyere digitale medier rettet mod forbrugere og inkluderer blandt andet Zetland, Føljeton og bold.dk.

Endelig var der i inddelingen Avislignende udgivelser og nyhedsbureauer (der fungerer som opsamlingsinddeling for ikke-regionale/lokale medier med en atypisk udgivelsesfrekvens, samt indeholder nyhedsbureauer grundet diskretioneringshensyn) en vækst i omsætningen på 32 mio. kr. fra 2016 til 2017. Blandt inddelingens større virksomheder er Ritzaus Bureau, Mandag Morgen og Jobindex Media (Computerworld).

Figur 12: Omsætning for skrevne nyheds- og aktualitetsmedier efter **delbranche**, indholdsbase-rede virksomheder i mediebranchen, mio. kr., 2016 og 2017



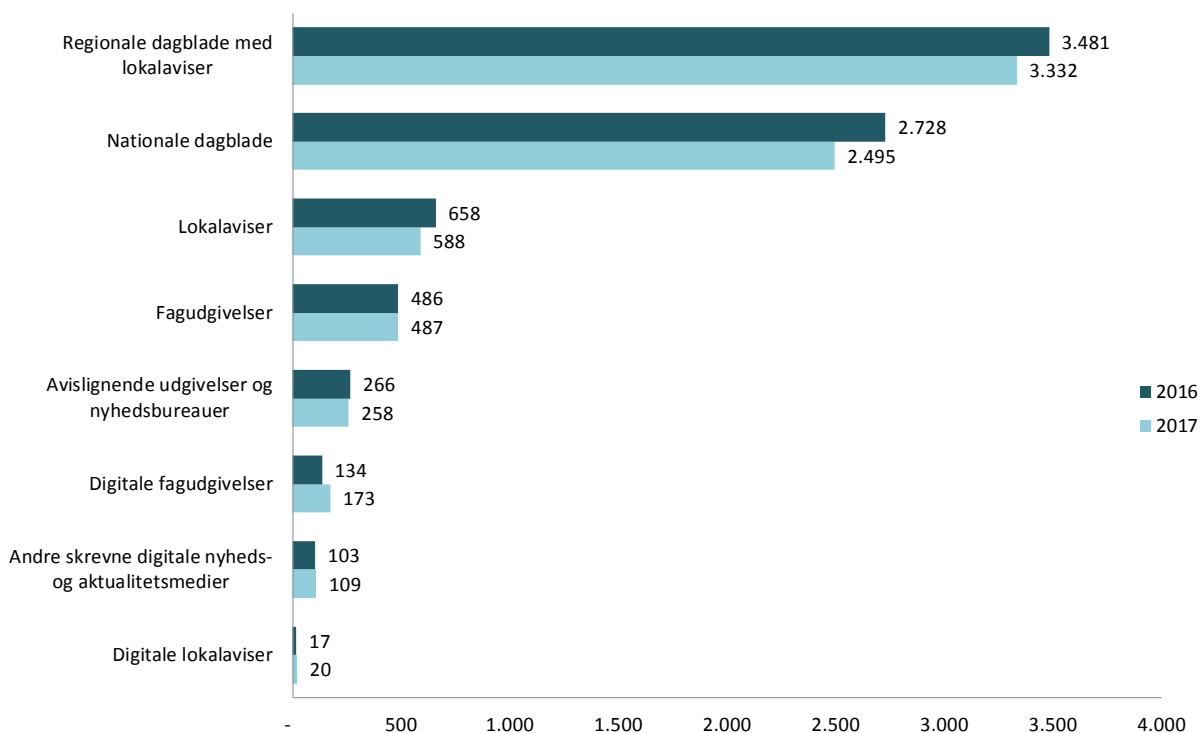
Kilde: Danmarks Statistik (registre fremgår af analysens metode) på baggrund af Slots- og Kulturstyrelsens population
Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen

Univers: 1.079 indholdsbase-rede og dansk registrerede virksomheder i mediebranchen

Udviklingen i omsætningen fra 2016 til 2017 afspejles i de fleste tilfælde også i beskæftigelsen i de enkelte delbrancher. Således faldt beskæftigelsen målt i årsværk forholdsvis meget både i Regionale dagblade med lokalaviser (149), Nationale dagblade (233) og Lokalaviser (70). Beskæftigelsen inden for Fagudgivelser var stort set uændret, mens der var en vækst fra 134 årsværk i 2016 til 173 i 2017 blandt de Digitale fagudgivelser. Denne forholdsvis lille og meget fokuserede delbranche stod dermed for den største fremgang blandt alle otte delbrancher.

Derudover er det værd at bemærke, at beskæftigelsen blandt Andre skrevne digitale nyheds- og aktualitetsmedier voksede med 6 årsværk til 109 i 2017, hvilket står i kontrast til delbranchens omsætningsfald. En del af forklaringen kan være, at en væsentlig del af virksomhedernes omsætning i delbranchen kommer fra innovations- og udviklingsrelateret mediestøtte, som ikke inkluderes i denne analyse. Dermed kan fremgangen i beskæftigelsen muligvis tages som udtryk for, at virksomhederne ansætter ud fra en forventning om forøget omsætning fremadrettet.

Figur 13: Årsværk (årgennemsnit) for skrevne nyheds- og aktualitetsmedier efter delbranche, indholdsbaseerede virksomheder i mediebranchen, 2016 og 2017



Kilde: Danmarks Statistik (registre fremgår af analysens metode) på baggrund af Slots- og Kulturstyrelsens population
Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen

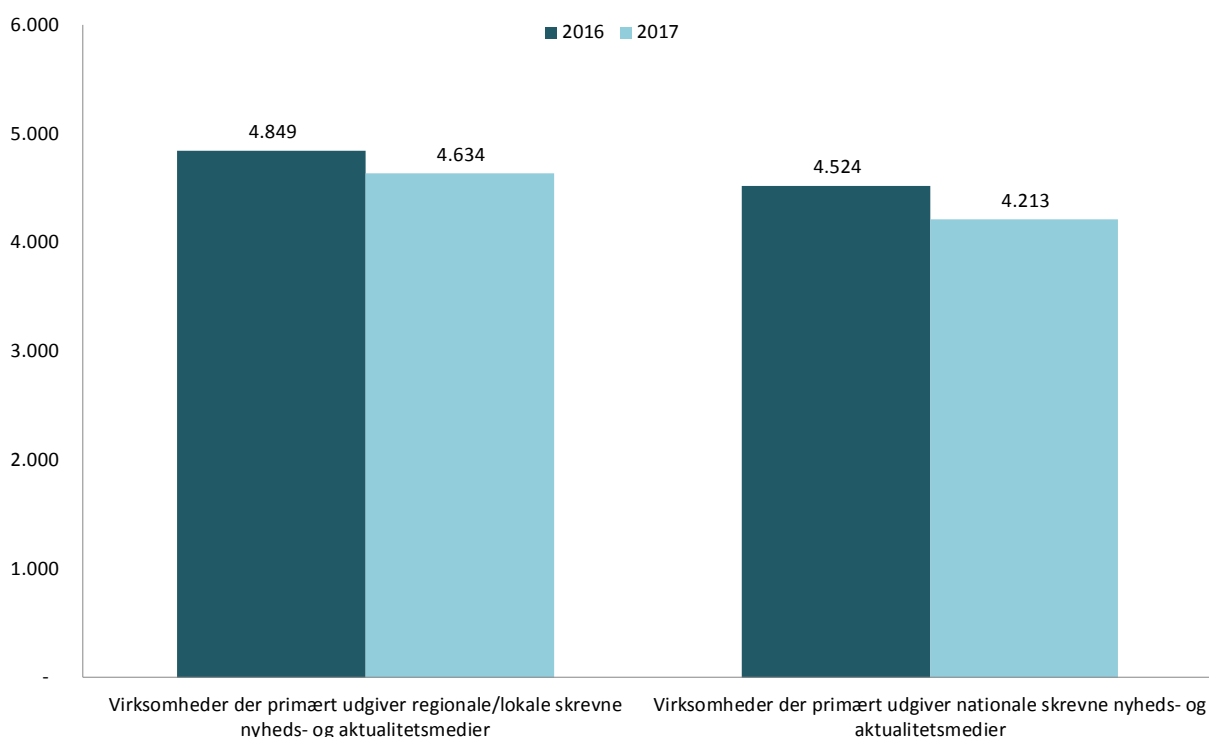
Univers: 1.079 indholdsbaseerede og dansk registrerede virksomheder i mediebranchen

I de senere år har der i og omkring mediebranchen været forholdsvis meget fokus på de skrevne regionale og lokale nyheds- og aktualitetsmediers udvikling, herunder også i forhold til de landsdækkende medier. Baggrunden er blandt andet en række afskedigelsesrunder, opkøb, frasalg, fusioner og lukninger af især lokalaviser. Endvidere blev det i den seneste medieaftale (2019-2023) besluttet at yde særskilt støtte til lokalaviser, ligesom regionale og lokale skrevne nyheds- og aktualitetsmedier fik en større andel af den samlede mediestøtte.

For at perspektivere forholdet mellem henholdsvis primært regionalt- og lokalt orienterede virksomheder og primært nationalt orienterede virksomheder, opsummerer Figur 14 nedenfor disse to gruppers omsætning i 2016 og 2017. Samlet set havde de primært regionalt- og lokalt orienterede virksomheder, med en omsætning på 4.634 mio. kr. i 2017, 421 mio. kr. mere i omsætning end de primært nationalt orienterede virksomheder.

Denne omsætningsmæssige afstand mellem de to grupper blev øget fra 2016 til 2017, idet forskellen i omsætning i 2016 var 96 mio. kr. mindre (325 mio. kr.). Den samlede tilbagegang for de regionalt- og lokalt orienterede medier var således mindre end tilbagegangen for de nationalt orienterede medier.

Figur 14: Omsætning efter **redaktionelt fokus** for skrevne nyheds- og aktualitetsmedier, indholdsbaseerede virksomheder i mediebranchen, mio. kr., 2016 og 2017.



Kilde: Danmarks Statistik (registre fremgår af analysens metode) på baggrund af Slots- og Kulturstyrelsens population
Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen

Univers: 1.079 indholdsbaseerede og dansk registrerede virksomheder i mediebranchen

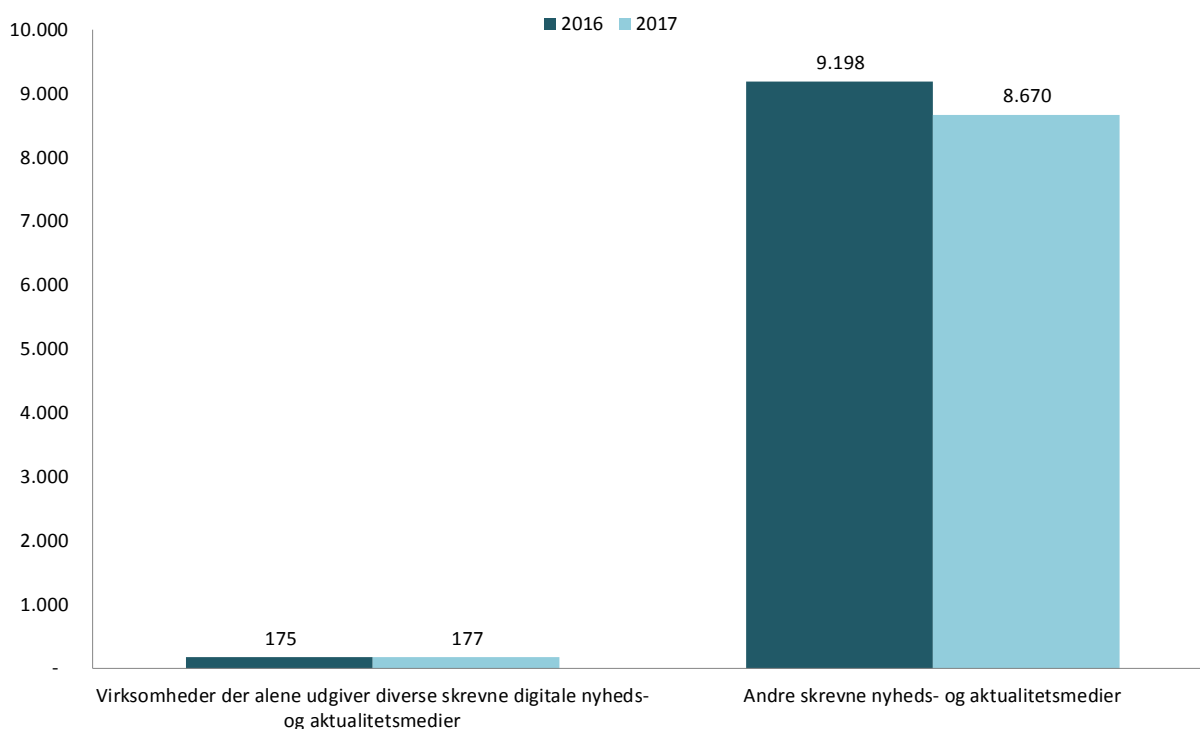
Blandt de fleste skrevne nyheds- og aktualitetsmedier sker der i disse år en opprioritering af den digitale formidling af indholdet og omsætningen herfra; ligeledes etablerer særligt branchens større virksomheder løbende nye rent digitale medier målrettet både professionelle og private forbrugere.

De nye digitale medier ligger rent selskabsmæssigt både i de store virksomheder (finans.dk som en integreret enhed i JP/Politikens Hus) og under deres direkte ejerskab (Watchmedierne er en selvstændig virksomhed under JP/Politikens Hus). Herudover findes en række typisk små virksomheder, der ejerskabsmæssigt er uafhængige af de etablerede aktører, og som alene udgiver rent digitale skrevne nyheds- og aktualitetsmedier.

Figur 15 nedenfor viser omsætningen for de virksomheder, der *alene* udgiver rent digitale skrevne nyheds- og aktualitetsmedier (svarende til summen af de tre digitale delbrancher i Figur 13) uanset deres ejerskab. Eksempelvis indgår Watch-medierne, Altinget og Føljeton, idet de er organiseret som selvstændige virksomheder, men ikke medier/titel-versioner, der er integreret i andre, og typisk større virksomheder, som finans.dk og berlingske.dk. Derfor er den samlede digitale omsætning reelt noget større, end hvad der angives i Figur 15.

Ud fra denne opgørelse udgør de rent digitale skrevne nyheds- og aktualitetsmedier, med en 2017-omsætning på 177 mio. kr., endnu en ret marginal del af branchens samlede omsætning. Imidlertid er der tale om en stigende andel, idet de ikke-digitale mediers omsætning er faldende samtidig med, at der ses en lille stigning i de digitale mediers omsætning. Udviklingen skal også ses i lyset af den samlede vækst i de digitale mediers beskæftigelse på 48 årsværk fra 2016 til 2017 (jf. Figur 13). Væksten indikerer blandt andet en forventning om en højere aktivitet og omsætning fremadrettet.

Figur 15: Omsætning efter **digital/ikke-digital fokus** for skrevne nyheds- og aktualitetsmedier, indholdsbaseerede virksomheder i mediebranchen, mio. kr., 2016 og 2017



Kilde: Danmarks Statistik (registre fremgår af analysens metode) på baggrund af Slots- og Kulturstyrelsens population
Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen

Univers: 1.079 indholdsbaseerede og dansk registrerede virksomheder i mediebranchen

Virksomheder, der alene udgiver digitale skrevne nyheds- og aktualitetsmedier, omsatte som vist i Figur 16 nedenfor for 0,6 mio. kr. pr. årsværk i 2017, hvilket kun er det halve af, hvad andre skrevne nyheds- og aktualitetsmedier omsætter for. Denne meget store forskel har formentlig flere forskellige årsager.

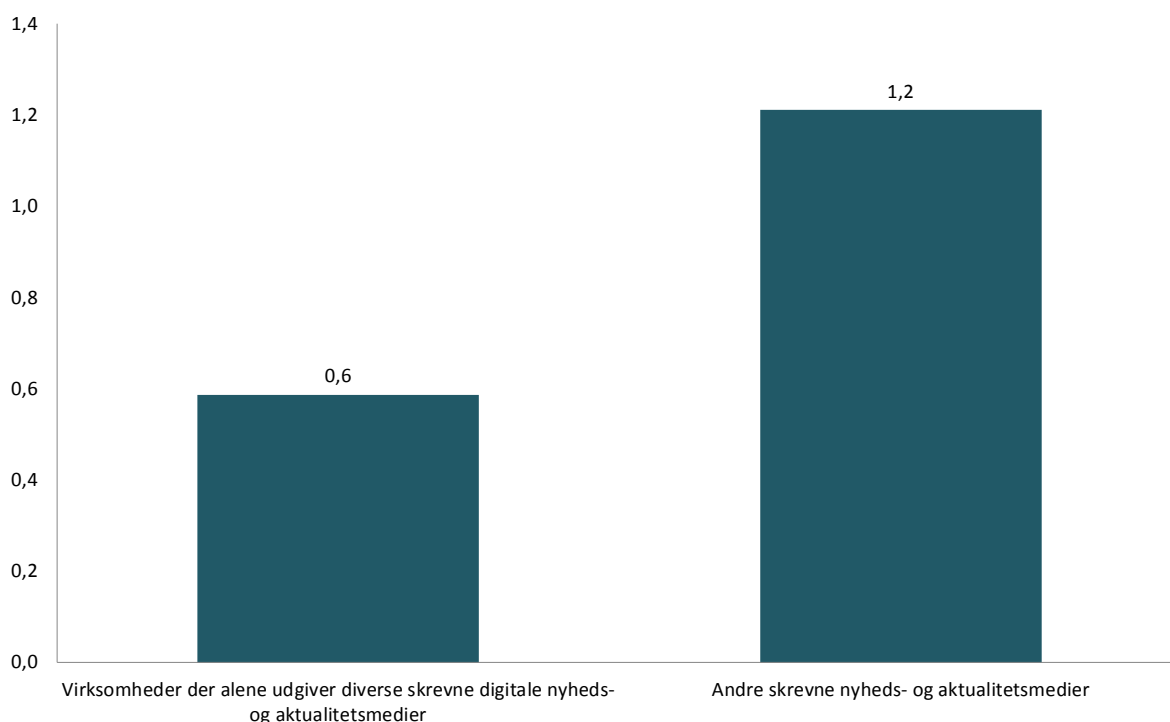
Dels arbejder de rent digitale skrevne nyheds- og aktualitetsmedier, når der ses bort fra selve indholdet, med en fundamentalt anderledes forretningsmodel end de trykte skrevne nyheds-

og aktualitetsmedier. Den største forskel udgøres af, at en stor del af de trykte mediers omkostninger vedrører tryk, distribution og logistik, samt en række forholdsvis ressourcekrævende redaktionelle og administrative processer vedrørende blandt andet sideombrydning, grafisk produktion, annoncesalg og kundeservice. De fleste af disse aktiviteter er ikke relevante, eller indgår i et mere begrænset omfang, hos de rent digitale medier.

Endvidere adskiller de rent digitale skrevne nyheds- og aktualitetsmedier sig ved, at de typisk er forholdsvis nyetablerede. Det betyder blandt andet, at flertallet af virksomhedernes medarbejdere endnu ikke har en lang anciennitet, hvilket i udgangspunktet muliggør et lavere omkostningsniveau end hos særligt de mere etablerede virksomheder.

Én konsekvens af et lavere omkostningsniveau er alt andet lige, at der også kan opretholdes en lavere produktpris. Endelig gælder, at de digitalt fokuserede virksomheder i højere grad er på et udviklingsstadium (fx efter virksomhedsopstart), hvorfor den lavere omsætning pr. årsværk i en vis grad kan tilskrives virksomhedernes forholdsvis nyetablerede karakter.

Figur 16: Omsætning i mio. kr. pr. årsværk (årgennemsnit) for skrevne nyheds- og aktualitetsmedier efter **digital/ikke-digital fokus**, indholdsbaserede virksomheder i mediebranchen, 2017



Kilde: Danmarks Statistik (registre fremgår af analysens metode) på baggrund af Slots- og Kulturstyrelsens population
Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen

Univers: 1.079 indholdsbaserede og dansk registrerede virksomheder i mediebranchen

Endelig er det muligt at sammenligne omsætningen pr. årsværk for virksomheder inden for delbrancherne Danske regionale dagblade med lokalaviser og Nationale dagblade med en række fremtrædende, internationale avisvirksomheder: The New York Times Company, Telegraph Group, Financial Times Limited, The Economist Group og Guardian Media Group. Sammenligningen er væsentlig for at belyse de strukturelle forskelle, der er på at være et medie, der udgives på internationalt plan med afsæt i store hjemmemarkeder, eller i et lille og sprogligt af-

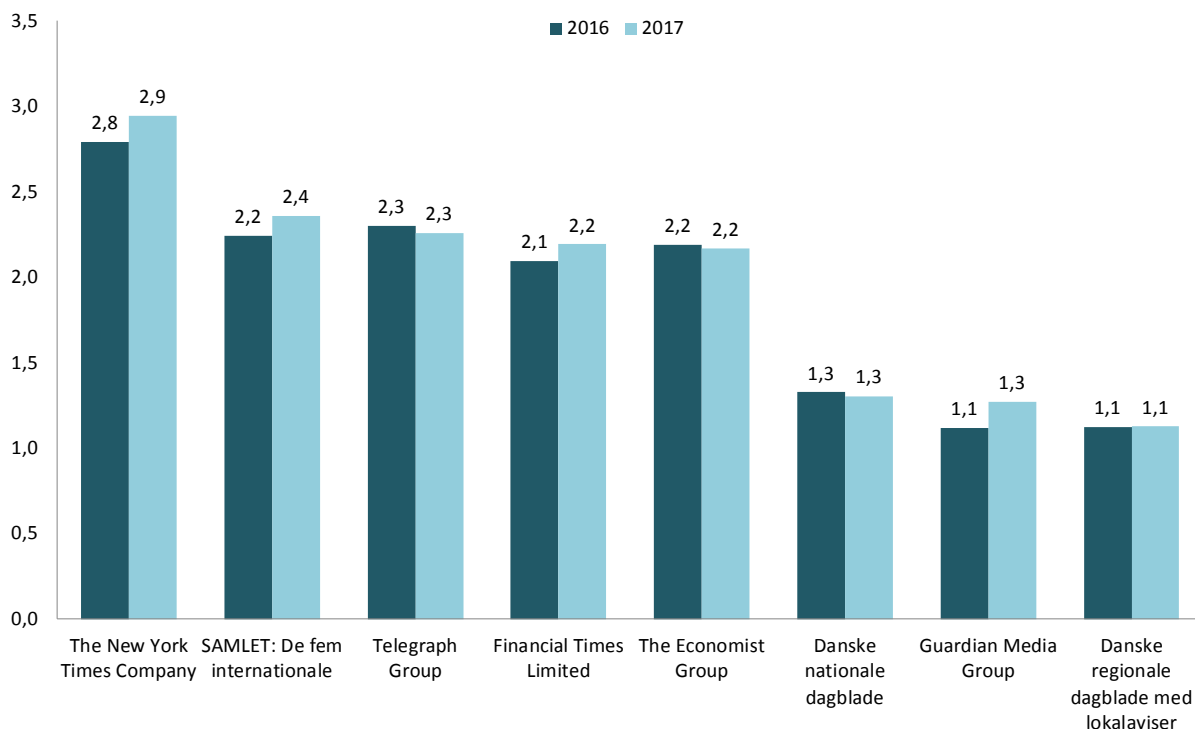
grænset marked som det danske. Således har de fem internationale virksomheder, og i særdeleshed The New York Times Company, i de senere år øget fokus på deres digitale, internationale omsætning. De internationale virksomheders volumen gør blandt andet, at deres digitale udgivelser typisk er prissat noget lavere end de danske tilsvarende.

I Figur 17 nedenfor indgår således de to danske dagbladsinddelinger samt de fem internationale enkeltvis og samlet. Bemærk, at alle de internationale, på nær The New York Times Company, indgår med antal ansatte og ikke årsværk; havde sidstnævnte været tilfældet ville omsætningen pr. årsværk for virksomhederne, herunder det samlede tal for de fem, være højere.

Det er især iøjefaldende, at alle de internationale på nær Guardian Media Group havde en markant højere omsætning pr. årsværk/medarbejder end de danske. Især The New York Times Company – som også er den med afstand største virksomhed målt på omsætning og beskæftigelse – havde en høj omsætning pr. årsværk, 2,9 mio. kr. i 2017.

Endvidere skal Guardian Media Groups forholdsvis lave omsætning pr. årsværk ses i en kontekst af, at virksomheden i de seneste to år har fokuseret meget på at nedbringe omkostningerne og forøge især den digitale indtjening. Det er forventningen, at denne udvikling vil fortsætte i 2018-2019⁷.

Figur 17: Omsætning i mio. kr. pr. årsværk* (årgennemsnit) for internationale aviskoncerner* samt danske regionale dagblade med lokalaviser og nationale dagblade, indholdsbase­rede virksomheder i mediebranchen, 2017



Kilde: Danmarks Statistik (registre fremgår af analysens metode) på baggrund af Slots- og Kulturstyrelsens population, samt regnskaber for de internationale virksomheder. Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen. *Note: Guardian Media Group og The Economist Groups regnskaber er fra april til marts. Alle internationale på nær The New York Times Company indgår med antal ansatte; hvis årsværk var benyttet i stedet ville omsætningen pr. medarbejder have været højere. Valutaomregning er sket ud fra gennemsnitsværdien i hele perioden.

Univers: 1.079 indholdsbase­rede og dansk registrerede virksomheder i mediebranchen

⁷ <https://www.theguardian.com/gnm-press-office/2018/jul/24/guardian-media-group-plc-gmg-results-for-the-financial-year-ended-1-april-2018>

8.2 Licensfinansieret og kommerciel Tv og streaming og Radio

Inden for hovedbrancherne Tv og streaming og Radio vedrører en stor del af omsætningen og beskæftigelsen licensfinansierede virksomheder. Disse udgøres i al væsentlighed af DR, TV 2-regionerne og Radio24syv.

Herudover findes der et stort antal licensmodtagende og ikke-kommercielle radiostationer (130 medvirker i denne analyse) og tv-stationer (40 medvirker i denne analyse). I det følgende opdeles de to hovedbrancher derfor i henholdsvis licensfinansierede og ikke-licensfinansierede virksomheder. Analysen skal dog læses med visse forbehold:

- Den kommercielle tv- og streaming-omsætning er formentlig større jf. afsnit 10.2 om af- og begrænsninger, blandt andet fordi en del af virksomhedernes danske omsætning ikke nødvendigvis registreres her i landet.
- Omsætningen og beskæftigelse fra kommerciel radio er højere end det, der angives her, da et antal virksomheder, der udgiver regionale dagblade og lokalaviser, også har radio som et sekundært forretningsområde, men denne omsætning og beskæftigelse indgår ikke i opgørelsen for kommerciel radio. Et andet estimat for den kommercielle omsætning i 2017 lyder på 388 mio. kr. mod de 318, der præsenteres her⁸. Endvidere ligger DRs indtægter under Tv og streaming, hvorfor de af DRs indtægter og årsværk, der vedrører radio, indgår i opgørelsen af Tv og streaming og ikke i opgørelsen af Radio.
- Endelig indgår, af diskretioneringshensyn (jf. metodens afsnit 10.3), kommercielt lokal-tv i inddelingen "TV 2-regionerne, kommercielt/ikke-kommercielt lokal-tv". Det er dog vurderingen, at omsætningen og beskæftigelsen i disse seks virksomheder er marginal.

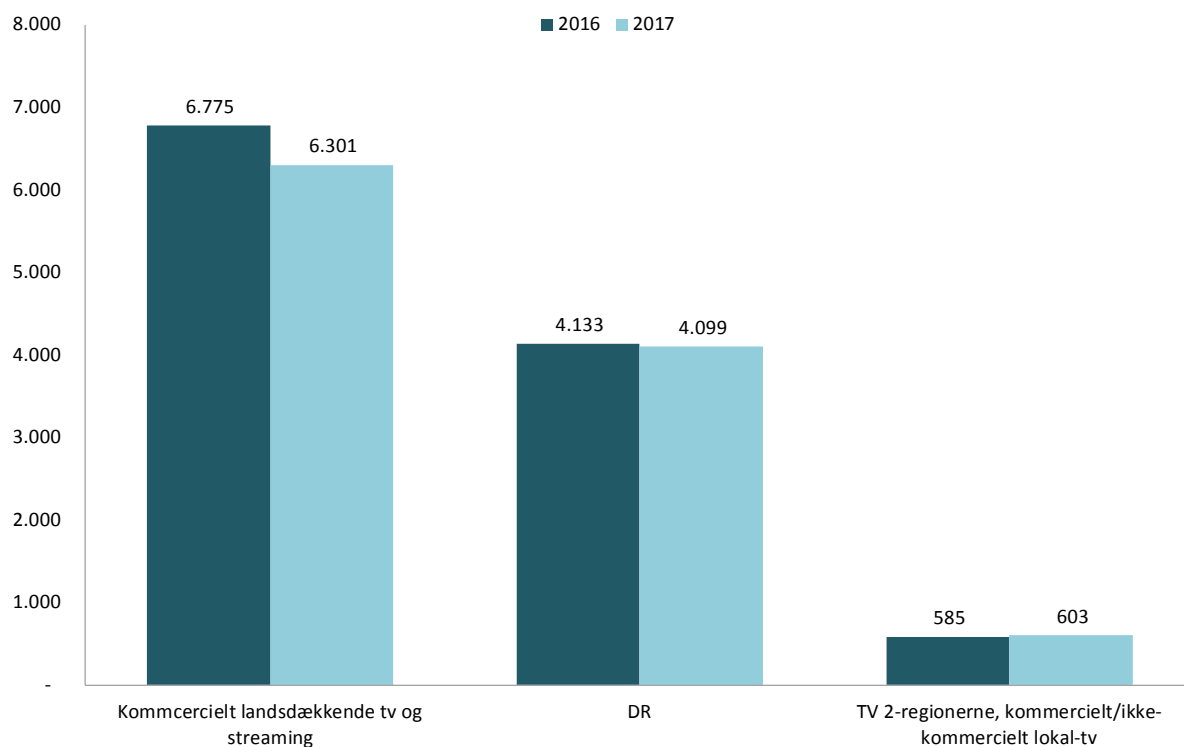
Inden for hovedbranchen Tv og streaming stod Kommercielt landsdækkende tv og streaming for hovedparten, 6.301 mio. kr., af den samlede omsætning på 11.003 mio. kr. i 2017. De 6.301 mio. kr. udgjorde et fald på 474 mio. kr. i forhold til 2016.

Modsat udviklingen i den kommercielle omsætning var de licensfinansierede virksomheders indtægter som ventet helt stabil. Tilbagegangen i den kommercielle omsætning skal dog ses i lyset af den forventeligt øgede omsætning blandt særligt de internationale streamingtjenester (fx Netflix), der ikke typisk registrerer deres omsætning i Danmark (se evt. noten på s. 13 for yderligere oplysninger herom).

Af samme grund skal tilbagegangen ikke alene tages som et udtryk for et generelt omsætningsfald med afsæt i et faldende forbrug, men snarere som et udtryk for en forskydning i retning mod ikke-dansk registreret omsætning – [danskerne streamer på livet løs](#).

⁸ Et estimat for den samlede kommercielle radio-omsætning (alene annonceomsætning) lyder på 388 mio. kr. i 2017 (Det Danske Reklamemarked af IRM).

Figur 18: Omsætning for Tv og streaming efter delbranche, indholdsbaseerede virksomheder i mediebranchen, mio. kr., 2016 og 2017



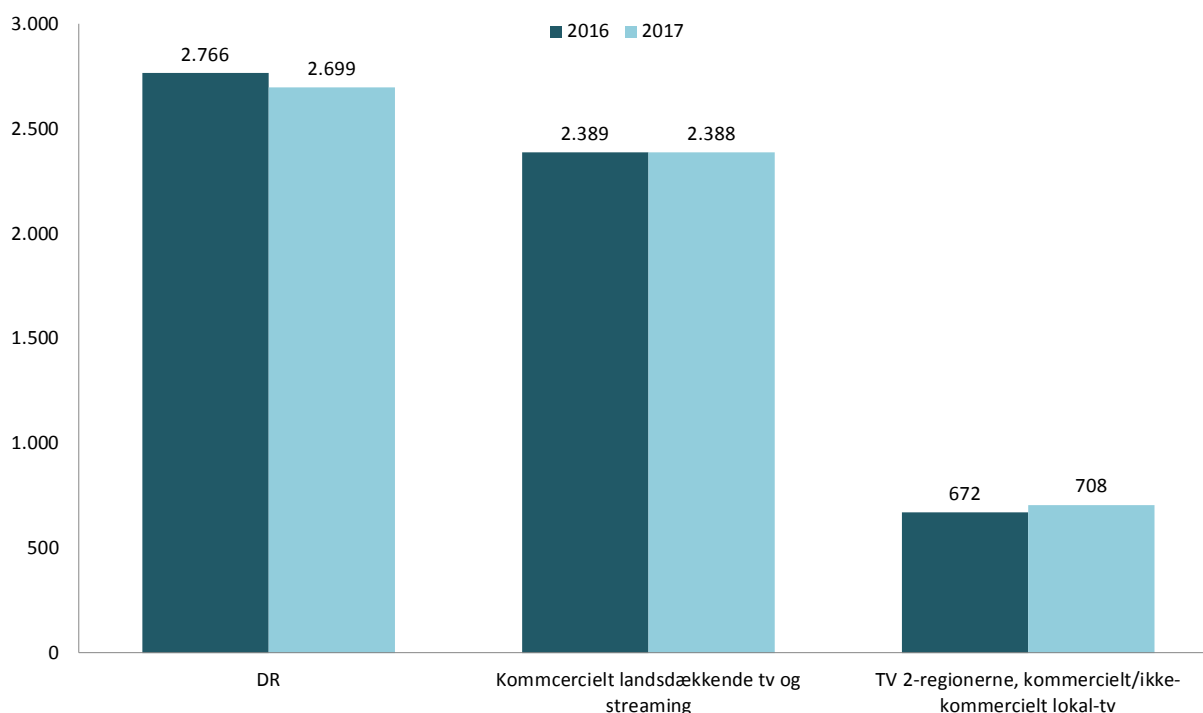
Kilde: Danmarks Statistik (registre fremgår af analysens metode) på baggrund af Slots- og Kulturstyrelsens population Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen

Univers: 1.079 indholdsbaseerede og dansk registrerede virksomheder i mediebranchen

Mens Kommercielt landsdækkende tv og streaming stod for størstedelen af omsætningen i 2017 var det omvendt DR, der beskæftigede flest årsværk (2.699 ud af i alt 5.795). Blandt de kommercielle var TV 2 med 1.231 ansatte (ej årsværk, og ifølge virksomhedens årsrapport) den største arbejdsgiver i 2017.

Omvendt havde en af branchens største aktører målt på omsætning, NENT, kun 206 ansatte i Danmark ifølge moderkoncernens (MTG) årsrapport.

Figur 19: Årsværk (årsgennemsnit) for Tv og streaming efter delbranche, indholdsbase­rede virksomheder i mediebranchen, 2016 og 2017



Kilde: Danmarks Statistik (registre fremgår af analysens metode) på baggrund af Slots- og Kulturstyrelsens population, samt DRs årsrapport. Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen

Univers: 1.079 indholdsbase­rede og dansk registrerede virksomheder i mediebranchen

I hovedbranchen Radio udgjorde den kommercielle omsætning på 318 mio. kr. i 2017 klart størstedelen af den samlede omsætning på 431 mio. kr. (eksklusive DRs radioaktiviteter).

De kommercielle radiovirksomheder beskæftigede, med 172 ud af de 273 årsværk, også flest, men forskellene i antal beskæftigede mellem de kommercielle og ikke-kommercielle virksomheder var her, som vist i Figur 20, mindre end forskellen i omsætning.

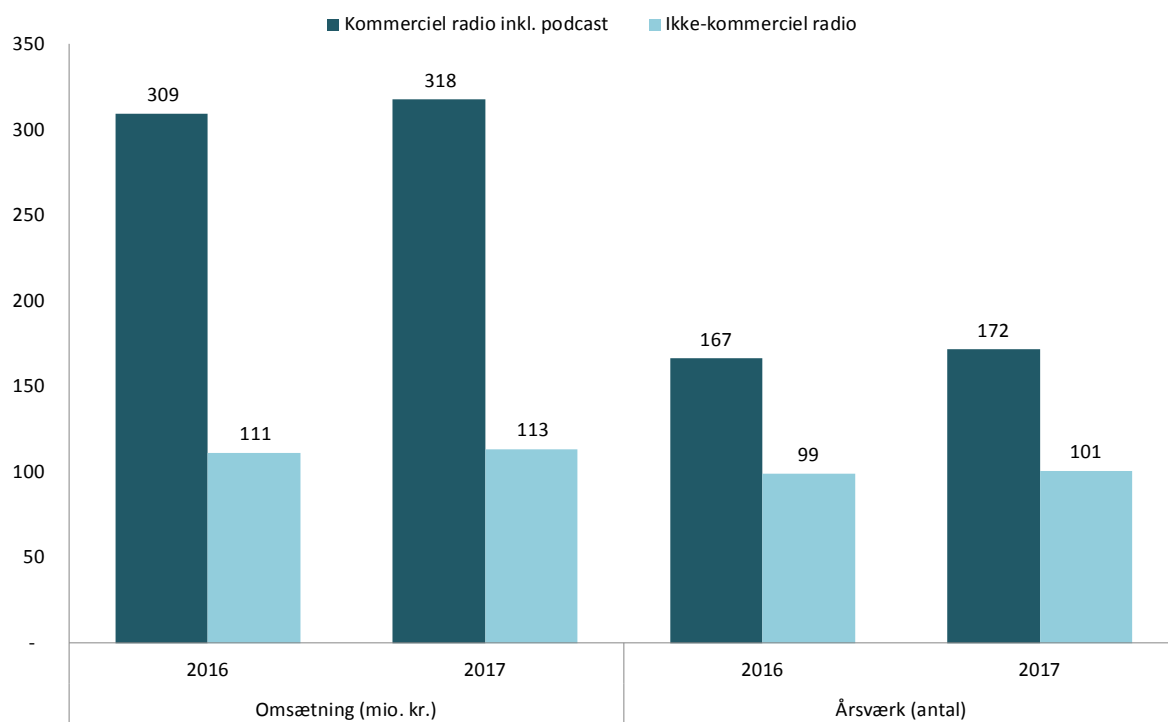
Blandt de ikke-kommercielle aktører udgjorde Radio24syv hovedparten af grupperingens indtægter og årsværk. Af de 111,3 mio. kr. i licensmidler til ikke-kommerciel radio i 2017 stod Radio24syv således for 93,8 mio. kr., ligesom virksomheden ifølge regnskabet havde 75 ansatte (ej årsværk) i perioden.

Endelig indgår virksomheder, der primært laver podcasts, i Figur 20 under grupperingen Kommerciel radio inkl. podcast. I analysen indgår fem virksomheder (Third Ear Productions, Qvortrup Media, Heartbeats, Mediano og Podland).

Samlet set omsatte de fem virksomheder for 3 mio. kr. i 2017, ligesom den samlede beskæftigelse svarede til tre årsværk. Som selvstændigt forretningsområde er podcast-mediet altså endnu relativt småt. Imidlertid kan udviklingen på dette område gå forholdsvis hurtigt; eksempelvis har podcast-virksomheden Mediano øget beskæftigelsen markant på en ganske kort periode⁹.

⁹ <http://www.mediano.nu/oversigt/2019/2/19/10-millioner-tak>

Figur 20: Omsætning (mio. kr.) og antal årsværk (årgennemsnit) for radio efter delbranche, indholdsbaseerede virksomheder i mediebranchen, 2016 og 2017



Kilde: Danmarks Statistik (registre fremgår af analysens metode) på baggrund af Slots- og Kulturstyrelsens population
Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen

Univers: 1.079 indholdsbaseerede og dansk registrerede virksomheder i mediebranchen

9 Supplerende data

Tabel 6: Årsværk (årgennemsnit) efter hovedbranche og medarbejderens bopæl ud fra landsdele, indholdsbaseerede virksomheder i mediebranchen, 2017

Landsdel	I alt	Skrevne nyheds- og aktualitetsmedier	Tv og streaming	Forlag	Magasiner og ugeblade	Film- og tv-producenter	Radio
Byen København	7.951	2.052	2.793	673	755	1.380	112
Københavns omegn	1.848	531	594	210	255	206	31
Nordsjælland	1.265	466	340	163	162	110	16
Østsjælland	635	271	175	74	59	44	9
Vest- og Sydsjæl.*	1.072	659	264	64	40	30	10
Fyn	1.521	714	620	109	20	46	11
Syddjylland	851	620	155	25	18	20	11
Østjylland	1.713	857	509	145	22	129	40
Vestjylland	664	505	124	14	2	4	16
Nordjylland	894	707	143	15	4	7	16
Ukendt bopæl	202	79	76	10	19	12	2
I alt	18.589	7.461	5.794	1.502	1.357	1.989	275

Kilde: Danmarks Statistik (registre fremgår af analysens metode) på baggrund af Slots- og Kulturstyrelsens Population. Data bearbejdet af Slots- og Kulturstyrelsen. **Univers:** 1.079 indholdsbaseerede og dansk registrerede virksomheder i mediebranchen. *Bornholm indgår i Vest- og Sydsjælland.

10 Metode

Analysen har til formål at belyse den økonomiske aktivitet målt på omsætning og beskæftigelse – begge dele i Danmark – blandt de største indholdsbaseerede selskaber i mediebranchen med virksomheder eller filialer af udenlandske selskaber registreret i Danmark. For at give læseren en forståelse af analysens tilvejebringelse beskrives i det følgende:

- Hvorledes analysen er udarbejdet
- Analysens særegenhed
- Analysens af- og begrænsninger
- Metode- og branchespecifikke udfordringer, samt hvorledes de håndteres
- Hvordan virksomhederne i populationen er blevet udvalgt
- Analysens fokusområder
- Hvorledes data tilvejebringes fra Danmarks Statistik

10.1 Sådan udarbejdes analysen

Analysen følger en metode, hvor data ud fra virksomhedernes CVR-numre fremskaffes fra diverse registre. Det er således virksomhedens aktiviteter, og ikke aktiviteter i de enkelte medie-kategorier og brands, der er analysens genstandsfelt. Analysen er baseret på en fremgangsmåde med flere trin, som gennemgås detaljeret i det følgende, men kan kort opsummeres som:

Trin i analysen

1. Ud fra adskillige kilder udvælges virksomheder i Danmark, der vurderes at være en del af den samlede mediebranche.
2. Virksomhederne gennemgås enkeltvis med henblik på at afgøre deres relevans og inklusion i brancheinddelinger i populationen.
3. Herefter opdeles populationen ud fra bl.a. hovedbranche og beriges med andre karakteristika, fx rent digitalt medie eller ej, regional/lokal fokus eller ej m.v.
4. Populationen beriges med omsætnings- og beskæftigelsestal på baggrund af fem af Danmarks Statistiks registre.
5. Tallene efterbehandles (blandt andet tilføjes i flere tilfælde data manuelt fra andre kilder) og analyseres.

De første tre trin i analysen er i udpræget grad en iterativ proces: Eksempelvis kan den senere identifikation af en eller flere relevante virksomheder, med specifikke karakteristika, give anledning til, at der igen søges efter flere virksomheder, der kan indgå i populationen, som herefter genbehandles.

Udvælgelse af virksomheder ud fra adskillige og forskelligartede kilder repræsenterer en anden fremgangsmåde end tidligere brancheanalyser udgivet i Slots- og Kulturstyrelsens regi. Grundlaget for analyserne har tidligere været DB07-klassifikationen (en statistisk klassifikation af økonomiske aktiviteter). Grundlaget for branchesegmenteringen i DB07-klassifikationen er de hovedaktiviteter, virksomhederne selv har angivet, fx "udgivelse af aviser og dagblade". Det har imidlertid vist sig, at DB07-klassifikationen kan mangle nuancer til analyse af specifikke

brancher, fx mediebranchen, da der ikke løbende tages stilling til, om de valgte hovedaktiviteter fortsat er retvisende eller ej. Blandt andet gælder:

- Virksomheder, som er medievirksomheder, er ikke nødvendigvis registreret blandt de brancher, der normalt ses som en del af mediebranchen, hvorfor deres omsætning, beskæftigelse m.v. ikke tælles med som en del af mediebranchen.
- Virksomheder kan være placeret i en anden branche i mediebranchen end den umiddelbart mest oplagte.

I begge tilfælde kan årsagen være manglende opfølgning efter ændringer i virksomhedens formål, fx som følge af opkøb, frasalg, fusioner, ændret forretningsmæssigt fokus, fejlregistrering fra virksomhedens side, eller at virksomhedens aktiviteter ligger i mellem to branchegrupper/-koder.

Et eksempel på umiddelbare fejlplaceringer (pr. februar 2019) er Berlingske Media A/S, hvis angivne hovedaktivitet er "udgivelse af distrikts- og annonceblade" – i forbindelse med nærværende analyse er selskabets angivne biaktivitet mere retvisende ("udgivelse af aviser og dagblade"). Et andet eksempel er Nordjyske Mediers datterselskab, Nordiske Medier A/S, som er registreret under branchekoden "webportaler", som ifølge DB07-klassifikationen ikke skal anvendes ved udgivervirksomhed.

Blandt andet af disse årsager er der valgt en anden kategorisering end DB07-standarden. Metodikken til identifikation af virksomheder til denne analyse beror på en lang række forskelligartede kilder over aktører i mediebranchen, som samlet vurderes at dække mediebranchens væsentligste aktører. På baggrund af de identificerede virksomheder, og med udgangspunkt i deres kategorisering jf. kilderne, er virksomhederne efterfølgende placeret i de i analysen benyttede hovedbrancher, fx "Tv og streaming". Dermed læner analysens fremgangsmåde sig op ad andre udgivelser på området, herunder Producentforeningens "Danske Indholdsproducenter".

Analysen adskiller sig tillige fra bl.a. Danske Mediers udgivelser, der fokuserer mere specifikt på eksempelvis dagbladenes økonomi eller annonceomsætning (men ikke den samlede økonomi og beskæftigelse) på tværs af mediebranchens hovedområder, samt ved eksempelvis at opgøre virksomhedernes ejerforhold.

10.2 Af- og begrænsninger

I udarbejdelsen af analysen er der foretaget en række afgrænsninger, ligesom den valgte fremgangsmåde er forbundet med visse begrænsninger:

Afgrænsning af analysens bredde: Den samlede mediebranche i Danmark kan defineres mere eller mindre bredt, herunder hvilke delbrancher og virksomhedstyper, der kan siges at være en del af branchen. Flere delbrancher, som dagblade, lokalaviser og radio, vil de fleste betragte som en del af mediebranchen, mens andre - fx virksomheder inden for reklamefilm og markedsføring - kan opfattes som mere perifere.

Denne analyse definerer mediebranchen forholdsvis konventionelt og tager derfor udgangspunkt i de mere traditionelle medier som aviser, tv og radio samt moderne former af disse (eksempelvis podcast). Dermed ekskluderes blandt andet computerspil-producenter, reklamefilms-producenter, markedsføringsbureauer m.m. Analysen medtager alene virksomheder, der primært beskæftiger sig med at *producere* indhold; dvs. hvor indholdsproduktion, sammensætning af en programflade eller bearbejdning af andres input er virksomhedens væsentligste formål, og altså ikke virksomheder, som hovedsageligt er beskæftiget med den omkringliggende infrastruktur; herunder også tv-distribution (fx YouSee og Boxer), forhandlerled (fx supermarkeder, kiosker m.m.), salg/markedsføring (fx dedikerede salgs- og markedsføringsvirksomheder under avis-koncerner), support-aktiviteter (fx outsourcet avissideredigering), trykkerier (fx Dansk Avis Tryk, bog- og magasintrykkerier m.m.), distribution (fx Bladkompagniet, FK Distribution og DAO) m.m.

Denne tilgang har den indbyggede udfordring, at et mindre antal, primært store, virksomheder i et vist omfang har infrastrukturen integreret i samme virksomhed som indholdsproduktionen; fx har Jysk Fynske Medier P/S både trykkerier samt avis- og radiotitler under samme CVR-nummer. Det er dog vurderingen, at dette kun i begrænset omfang påvirker det samlede resultat, idet en væsentlig eller overvejende del af eksempelvis trykkeriydelserne afregnes internt, hvorfor den interne afregning dermed ikke regnes med som yderligere omsætning. Dog påvirkes beskæftigelsesniveauet i et vist omfang (bemærk dog, at flere af de store avishuse, fx JP/Politikens Hus og Berlingske Media, har trykkerierne i selvstændige virksomheder ligesom langt størstedelen af avisdistributionen i Danmark foretages uden for avishusene). Endvidere findes der også et lille antal mindre virksomheder, der primært har trykkeriaktiviteter, men som også udgiver lokale ugeaviser. Disse medtages ikke i analysen, da den primære aktivitet umiddelbart består i levering af infrastruktur til branchen. Samlet er der altså tale om begrænsede grader af både *over-* og *underdækning* i visse af delbrancherne.

Øjeblikksbillede: Analysens primære fokus er ikke at belyse virksomhedernes udvikling over tid. Den primære årsag herfor er, at populationen først er etableret i 2018, og at branchens komposition i tidligere år ikke konsekvent er afdækket. Det betyder blandt andet, at ændringer skabt af tidligere års opkøb, frasalg, fusioner, ændrede virksomhedsformål og virksomhedstyper m.v. ikke er kortlagt for alle virksomheder og brancher. Det kunne for eksempel være Berlingske Medias frasalg af særligt regionale og lokale avisaktiviteter, Jysk Fynske Mediers opkøb af disse eller selve fusionshistorikken i Jysk Fynske Medier – ændringer, som har stor betydning for, i hvilken grad en lang række medier kan opgøres retvisende i deres respektive brancher. Derfor fokuserer analysen primært på virksomhedernes status i 2017 samt udviklingen fra 2016 til 2017. Fremadrettet vil analysen følge udviklingen i branchen, da datagrundlaget herfor nu er etableret.

Meget små aktørers aktivitet: Det er, ud fra anvendelsen af mange og forskelligartede kilder, forsøgt at kortlægge alle *væsentlige* virksomheder, for derved at kunne opgøre og analysere langt størstedelen af branchens aktivitet, men målet har ikke været at kortlægge *alle* virksom-

heder. Således er der, hvor relevant, anvendt en nedre grænse for hvilke virksomheder i forskellige registre, fx DB07, der er kortlagt. Derfor indgår et ukendt antal formentlig meget små virksomheder ikke.

Omsætning og beskæftigelse i udlandet/udenlandske virksomheders omsætning i Danmark:

Hvis en virksomhed (ud fra dens CVR-nummer) fx sælger indhold til udlandet (dvs. eksport), indgår aktiviteten som omsætning i analysen. Aktiviteter i udenlandske datterselskaber, der ikke er registreret i Danmark, indgår derimod *ikke* i analysen, da disse ikke kan fremskaffes gennem Danmarks Statistiks registre (grundlaget for denne analyse). Omsætning i Danmark fra danske filialer af internationale selskaber, fx "THE WALT DISNEY COMPANY NORDIC, FILIAL AF THE WALT DISNEY COMPANY NORDIC AB, SVERIGE", vil alene være den omsætning, der er betalt dansk moms af. De beskæftigelsestal, der indgår i analysen, er baseret på den beskæftigelse, der er tilknyttet CVR-nummeret. Det vil sige, at deciderede udenlandske enheders beskæftigelse *ikke* er en del af analysen. Ifølge Danmarks Statistik vil eksempelvis korrespondenter dog formentlig indgå i de fleste tilfælde.

Endelig indgår alene udenlandske virksomheders aktiviteter i Danmark i det tilfælde, at de har et registreret selskab eller en filial i Danmark. Det betyder, at fx HBO kan indgå, men at Netflix, Amazon Prime Video m.m. ikke kan indgå. Tilsvarende er det en forudsætning af virksomhederne bogfører deres omsætning i de danske selskaber. Især på tv og streaming-området er den samlede omsætning vedrørende danske forbrugere formentlig større, end hvad der angives i denne analyse. Således oplyser NENT (Nordic Entertainment Group) i virksomhedens svenske koncernregnskab (under MTG), at 2017-omsætningen i Danmark var 3.907 mio. svenske kr., hvilket alene svarer omtrentligt til den samlede omsætning på tv og streaming-området registreret under udenlandsk ejede koncerner i denne analyse (2.915 mio. kr.). Ligeledes er Slots- og Kulturstyrelsen, gennem en høring, gjort opmærksom på, at omsætning vedr. DPLAY (Discovery Networks) ikke registreres i Danmark.

Andre afgrænsninger: Endvidere er der en række virksomhedsområder, virksomhedstyper og delbrancher, som helt eller delvist ikke er en del af analysen:

Holdingselskaber o.l.: Ekskluderes blandt andet, fordi der i disse typisk ikke er nævneværdig omsætning (anden end administrationsrelateret omsætning), og fordi resultater fra andre aktivitetsområder end analysens fokus på indholdsbaseerede virksomheder *kan* indgå.

Infrastruktur, outsourcing, markedsføring m.v.: Som beskrevet ovenfor, har analysen fokus på indhold, og ikke den infrastruktur der understøtter og formidler den (eksempelvis trykkerier m.v.). Ligeledes indgår et antal virksomheder, der er en del af indholdsproduktionens værdikæde ikke (fx leverandører af redaktionelle ydelser som layout, fx Wunderkind Media). Endelig er virksomheder, der primært leverer indhold til salg- og markedsføring, ikke medtaget, fx reklamefilms-producenter.

Freelancere: Tilsvarende er freelancere ikke en del af analysen, idet de ikke retvisende kan kortlægges, fordi aktiviteten typisk finder sted hos privatpersoner/meget små virksomheder, hvis primære formål ikke umiddelbart kan udledes af regnskaber, hjemmesider e.l.

Fagblade: I Danmark er der et stort antal fagblade, som udgives bl.a. af fagforeninger, organisationer m.v. I langt de fleste tilfælde er udgivelsen dog ikke det primære formål, hvorfor de ikke indgår i analysen, hvor den enkelte enheds CVR-nummer danner grundlaget for data. Brancheanerkendte opgørelser over disse, fx Danske Mediers mediedatabase, er dog gennemgået for at identificere relevante fritstående udgivelser/virksomheder.

Medier forankret i virksomheder, som ikke primært udgiver medier: Tilsvarende findes der et ukendt antal medier, som udgives af virksomheder, som ikke har medieudgivelse som den primære aktivitet. Det kan være medier udgivet af virksomheder, eller medier som er en del af en virksomhed med mange forskellige aktiviteter, hvor det kan være vanskeligt at definere, hvilken aktivitet der er den væsentligste. Et eksempel herpå er Vice Media (Vice ApS), som både udgiver Vice-medierne, men også har væsentlige aktiviteter inden for markedsføring m.v. I dette tilfælde følges rækkefølgen af virksomhedens angivne aktiviteter i det seneste regnskab, og her angives ”nyhedsmagasiner til det danske marked” efter ”ydelse inden for marketing og reklame” – derfor indgår virksomheden ikke i denne analyse.

10.3 Udfordringer

Mediebranchen er kompleks, og en analyse af den samlede branche udfordres blandt andet af:

- Mange forskellige og ofte overlappende medietyper indgår i ofte store koncerner med varierende selskabsstrukturer.
- Nogle virksomheder har udliciteret infrastruktur som tryk o.l., andre har alle aktiviteter inden for den samme virksomheds vægge.
- Væsentlige dele af branchens indtægter er licens, støtte og mediestøtte, og dermed ikke at betragte som egentlig kommerciel omsætning.
- Og branchen har en række karakteristika, som vurderes relevante at belyse; fx dansk over for internationalt ejerskab, regionalt/lokalt fokus, digitale over for trykte medier m.v.

Det er i videst muligt omfang forsøgt at tilpasse og fokusere analysen disse forhold. I det følgende gennemgås de væsentligste:

Betydningen af forskellige medietyper og aktiviteter i samme virksomhed: Analysens genstandsfelt er aktiviteten i virksomheder defineret af deres CVR-nummer, og dermed *ikke* aktiviteten i præ-definerede medie-kategorier og brands. I flertallet af de virksomheder, der er en del af analysens population, er dette ikke en udfordring, idet aktiviteten i virksomheden i al væsentlighed er identisk med den medietype, som udgør virksomhedens primære medier/brands. Imidlertid gælder for særligt en række store virksomheder, at der findes flere for-

skellige medietyper og aktiviteter i samme virksomhed. I forbindelse med placeringen af disse virksomheder i analysens fokusområder er der derfor foretaget en række metodiske valg.

Virksomheder placeres ud fra *primær* aktivitet. Det vil sige, at en virksomhed med både dagblads- og radioaktiviteter placeres under hovedbranchen skrevne nyheds- og aktualitetsmedier, når dagbladsomsætningen vurderes at være den mest omfattende. Flere af analysens brancheopdelinger er som konsekvens heraf i videst muligt omfang konstrueret under hensynstagen til betydningen af, at forskellige medietyper kan ligge i samme virksomhed, herunder:

- Når analysen beskæftiger sig med hovedbrancher samles alle dagblads/avis- og avislignende udgivelser¹⁰ under fællesnævneren Skrevne nyheds- og aktualitetsmedier. Dermed arbejdes der i denne inddeling med en meget bred opgørelse af en branche med mange forskellige typer udgivelser. På et overordnet plan vurderes denne generiske gruppe dog at være repræsentativ for skrevne udgivelser baseret på nyheds- og aktualitetsstof.
- I analysens fokus på delbrancher opdeles Skrevne nyheds- og aktualitetsmedier i otte typer af dagblads/avis og avislignende udgivelser¹⁰. Opdelingerne er konstrueret under hensynstagen til a) den enkelte virksomheds primære udgivelsestyper (fx "lokalaviser") og b) tilstedeværelsen af andre væsentlige aktiviteter end den primære udgivelsestyper; her drejer det sig i al væsentlighed om de mange lokalaviser, der udgives under samme CVR-nummer som de regionale dagblade. Af samme grund samles de regionale dagblade og deres lokalaviser i typen Regionale dagblade med lokalaviser.
- Enkelte virksomheder i hovedbranchen Skrevne nyheds- og aktualitetsmedier inkluderer dog også i et begrænset omfang andre medietyper såsom forlag og radio. For forlag korrigeres der for omsætning vedrørende den store aktør Politikens Forlag. En lignende fremgangsmåde er desværre ikke mulig for andre medietyper, hvor radio er den væsentligste, da selskaberne ikke oplyser omsætningen herfor på segmentniveau.
- Den eneste væsentlige undtagelse herfor er DR (her placeret i inddelingen tv og streaming), som har en væsentlig andel af radio, samt i mindre grad andre aktiviteter som koncerthus, musikensembler m.m. Indtægter og beskæftigelse herfra indgår kun under tv og streaming.

Diskretionershensyn: Når data tilvejebringes gennem Danmarks Statistiks registre, er der, på grund af såkaldte diskretionershensyn, begrænsninger for, hvor små (og dermed fokuserede) brancheopdelinger der kan foretages. Således skal der – afhængigt af udsnittet af virksomhederne – typisk være minimum fem virksomheder og ikke én dominerende aktør; på denne måde kan data ikke henføres til en enkelt aktør. I analysen betyder det blandt andet, at Der Nordschleswiger og Flensborg Avis indgår i brancheopdelingen "Regionale dagblade med lokalaviser" på trods af, at de – i modsætning til alle andre virksomheder i opdelingen – ikke har lokalaviser.

¹⁰ I analysen inddeles hovedbranchen "Skrevne nyheds- og aktualitetsmedier." i: Nationale dagblade, Regionale dagblade med lokalaviser, Lokalaviser, Digitale lokalaviser, Avislignende udgivelser og nyhedsbureauer, Fagudgivelser, Digitale fagudgivelser og Andre skrevne digitale nyheds- og aktualitetsmedier.

Ligeledes har diskretioneringshensyn påvirket den valgte segmentering af delbrancherne Tv og streaming og Radio i væsentlig grad. Det har eksempelvis ikke været mulig at opstille en særskilt gruppe af licensfinansierede tv-stationer, da DR er en dominerende aktør. På radioområdet har det tilsvarende ikke været muligt at have en gruppe bestående af landsdækkende radiokanaler, da der er under fem selskaber i Danmark med landsdækkende radiokanaler. Derfor er der kun kommerciel og ikke-kommerciel radio. På tv-området bearbejdes seks lokal-tv-virksomheder sammen med regionalt tv (som alene består af TV 2-regionerne).

Delt ejerskab og bestemmende indflydelse: Et mindre antal virksomheder i analysen ejes af to eller flere virksomheder. Fx ejes Dagbladet Børsen A/S af både svenske Bonnier og danske JP/Politikens Hus. Det kan, blandt andet, skabe tvivl om en virksomhed i populationen skal registreres som dansk eller internationalt kontrolleret. I analysen registreres en virksomhed kun som kontrolleret af en anden koncern (international såvel som dansk) i de tilfælde, hvor der er bestemmende indflydelse.

Manuel tilføjelse af omsætning: I enkelte væsentlige tilfælde er virksomheders omsætning blevet tilføjet de forskellige fokusområder manuelt. Dette er gjort i følgende tilfælde:

- For radio- og tv-området lægges licensindtægterne til den kommercielle omsætning. Støtte som fx mediestøtte indregnes ikke, da den betragtes som et supplement til en ellers almen, kommerciel omsætning.
- Analysens omsætningstal dækker alene den kommercielle omsætning (dvs. momspålagt) genereret fra eksempelvis abonnements- og annoncesalg, salg af indhold m.m. Dermed indgår bl.a. licensindtægter, mediestøtte, filmstøtte m.m. typisk ikke. Men for en række aktører i mediebranchen er licens den primære indtægtskilde. Det betyder, at licens er tilføjet manuelt til analysens omsætningstal vedr. DR, public service-radio, de ikke-kommercielle lokalradiostationer og de ikke-kommercielle lokaltv-stationer (men ikke TV 2-Regionerne, da de indregner licensen som momspligtig indkomst).
- En enkeltstående forretningsenhed i en større koncern hører til i en anden branche: Politikens Forlag er et af landets største forlag, men hører til samme CVR-nummer som hovedparten af resten JP/Politikens Hus. Derfor fratrækkes deres omsætning som oplyst i koncernregnskabet fra "skrevne nyheds- og aktualitetsmedier" og tilføjes manuelt til "forlag" (men ikke beskæftigelse da denne ikke oplyses, herunder fordelingen på fx herkomst og uddannelse).

Endvidere er der, efter modtagelse af data fra Danmarks Statistik, foretaget en korrektion af data vedrørende virksomheden Thomson Reuters (Markets) Danmark, som indledningsvis var blevet placeret som nyhedsbureau under henholdsvis Skrevne nyheds- og aktualitetsmedier, Avislignende udgivelser og nyhedsbureauer samt Udenlandsk ejet. Efter modtagelse af data blev det åbenlyst, at virksomhedens forretningsområde primært er et andet og større end nyhedsbureauaktivitet. Slots- og Kulturstyrelsen har derfor manuelt fjernet virksomhedens omsætning og beskæftigelse fra data. Vedrørende beskæftigelse er alle årsværk blevet be-

handlet som værende af dansk herkomst, anden uddannelse og som med bopæl i København. Efter korrektionen er det Slots- og Kulturstyrelsens vurdering, at eventuelle yderligere konsekvenser for diverse inddelinger i analysen er absolut marginale.

Særligt vedrørende momsmæssig fællesregistrering: Gennem høringer er Slots- og Kulturstyrelsen gjort bekendt med, at tre større koncerner, der indgår i analysen, er helt eller delvist momsmæssigt fællesregistreret. Det vil sige, at de hver for sig indberetter moms under et CVR-nummer (én virksomhed). I forhold til denne analyse har det en vis betydning, idet de anvendte omsætningstal fra Danmarks Statistik udledes fra virksomhedernes moms-indberetninger – således kan der være tale om, at en virksomhed der fællesindberetter for flere CVR-numre kan se kunstigt stor ud (og de andre fremstå uden omsætning). I tilfælde hvor to eller flere virksomheder indberetter moms under et CVR-nummer fordeler Danmarks Statistik den omsætning (der udregnes på baggrund af den indberettede moms) ud fra a) de enkelte selskabers beskæftigelse og b) den gennemsnitlige omsætning pr. medarbejder i den enkelte virksomheds branche. Det er Slots- og Kulturstyrelsens vurdering, at denne fremgangsmåde ikke giver anledning til væsentlige forskydninger imellem opgørelserne for de specifikke virksomheder i de tre koncerner, der helt eller delvist fællesindberetter.

Skelnen mellem forskellige skrevne medier: I analysen indgår aktivitetsområderne ”Skrevne nyheds- og aktualitetsmedier” og ”Magasiner og ugeblade”, som i flere tilfælde delvist overlapper. Således kan visse ”Skrevne nyheds- og aktualitetsmedier” siges at have magasinlignende karakteristika (fx lavere udgivelsesfrekvens) og omvendt. I forhold til nærværende analyse er virksomhederne placeret i de to inddelinger ud fra følgende forholdsvis fleksible definition: For ”Skrevne nyheds- og aktualitetsmedier” gælder, at virksomhedens primære medier udkommer forholdsvis højfrekvent på den primære platform med primær fokus på nyheder og aktualitet. Modsat gælder for ”Magasiner og ugeblade”, at virksomhedernes primære medier typisk udkommer med en lavere udgivelsesfrekvens og ikke har primær fokus på nyheder og aktualitet. Endvidere er alle skrevne medier henvendt professionelle, idet de alle i al væsentlighed har et vist fokus på nyheder og aktualitet, samlet i to inddelinger under ”Skrevne nyheds- og aktualitetsmedier” i henholdsvis ”Fagudgivelser” og ”Digitale fagudgivelser”.

10.4 Udvalgelse af virksomheder og kilder

Udvælgelsen af virksomheder til analysens bagvedliggende population har fulgt tre principper:

1. Udvalgelsen er i videst muligt omfang sket ud fra minimum to (og ofte flere) forskellige kilder, eksempelvis oversigter over medlemmer af brancheforeninger, modtagere af mediestøtte, tilladelseshavere af radio- og tv, mediebrugsstatistikker, DB07-klassifikationen m.fl.
2. Identificere alle væsentlige virksomheder, men ikke nødvendigvis alle virksomheder. Dermed repræsenterer analysen størstedelen af branchens aktivitet, men kan dog *ikke* tages som et fuldstændigt udtryk for det samlede niveau.

3. Det er forsøgt at foretage inddelingerne konsekvent. Der er således i første omgang arbejdet med bruttolister over alle virksomheder, inklusive et meget højt antal dubletter, da mange virksomheder fremgår af to eller flere kilder. Listen er herefter blevet reduceret til en nettoliste, hvorefter alle individuelle virksomheder er placeret i de forskellige hoved- og delbrancher således, at hver virksomhed kun indgår én gang i fx en enkelt hovedbranche.

Både den indledende (til bruttopopulationen) og endelige inddeling af virksomheder er sket med udgangspunkt i virksomhedens primære aktivitet. Først og fremmest skal virksomheden, jf. analysens fokus, primært være indholdsbaseret. Virksomheder som ikke primært er indholdsbaserede er dermed konsekvent ekskluderet fra den endelige population. Dernæst bestemmes virksomhedens placeringer i analysen ud fra den aktivitetstype, der fastslås som den primære; dette gøres ud fra analysens kilder, registre, regnskaber, hjemmesider m.v. Langt de fleste medvirkende virksomheder har dog i al væsentlighed kun en enkelt aktivitetstype (fx forlagsvirksomhed), men særligt på avis-området er der et større antal virksomheder, der udgiver både forskellige typer af "Skrevne nyheds- og aktualitetsmedier" samt fx bøger og radio. Som beskrevet ovenfor, er denne udfordring primært håndteret ved at arbejde med forholdsvis brede brancheinddelinger af virksomheder i analysen.

I alt er 1.079 virksomheder blevet identificeret til den endelige population af indholdsbaserede virksomheder, der anvendes i denne analyse. Ca. 2.600 medier, virksomheder og brands er blevet gennemgået med henblik på at identificere de bagvedliggende virksomheder.

Høring

Forud for udarbejdelsen af den endelige population er der foretaget en høring blandt en række af branchens største aktører og brancheinteressenter, ligesom der med flere af virksomhederne har været formel og uformel dialog om visse metodiske udfordringer – eksempelvis den retvisende branche-placering af en specifik virksomhed, moms-mæssig fællesregistrering m.v. Høringen gav blandt andet anledning til omplaceringen af en række virksomheder samt ændrede måder at opbygge hoved- og delbrancherne på.

Analysens kilder

Som nævnt er der til udarbejdelsen af populationen bag analysen benyttet en længere række kilder, hvoraf de væsentligste er opsummeret i

Tabel 7 nedenfor. De fleste er blevet anvendt til at identificere virksomheder i to eller flere delbrancher, mens enkelte primært er anvendt til en enkelt delbranche (fx forlag).

Tabel 7: Kilder benyttet til udarbejdelsen af virksomhedspopulationen

Kilder	Brug af kilderne i analysen
Bog- og Litteraturpanelet (Slots- og Kulturstyrelsen)	Bog- og Litteraturpanelets årlige opgørelse over antal udgivelser pr. forlag er blevet brugt til at identificere forlag med et større antal udgivelser. Panelets sekretariat har endvidere bidraget med en for-

	ståelse af bl.a. opkøb, frasalg og fusioner i forlagsbranchen.
CVR-registret (og regnskaber)	CVR-registret (samt regnskaber heri) er i vid udtrækning benyttet til at kontrollere for bl.a. primære og sekundære virksomhedsaktiviteter, ejerskabsforhold, størrelsesinddelinger m.v.
Danske Forlag	Danske Forlag har fremsendt deres medlemsliste som dækker 60 af de estimerede ca. 900 danske forlag, samt udpeget relevante større forlag uden for deres medlemskreds. Danske Forlag oplyser, at de 60 dækker langt størstedelen af forlagsbranchens væsentligste aktører. Danske Forlag har derudover hjulpet med at beskrive den senere tids opkøb, frasalg og fusioner i branchen.
Danske Mediers mediedatabase	En oversigt over danske medietitler, som her er blevet benyttet til at identificere virksomhederne i kategorierne "Købt magasin", "Gratis/andre magasiner", "ugeblade" samt "fagblade" (for sidstnævnte dog kun de største jf. læsertal).
DB07-brancheopdelingen	Der er foretaget udtræk fra CVR-registret for alle relevante delbrancher og virksomheder med oplyst hovedaktivitet inden for disse og med to medarbejdere eller flere (angivet) er blevet gennemgået manuelt. DB07 er primært blevet benyttet som supplement til andre og mere specifikke kilder, fx fra brancheforeninger m.v.
De Lokale Ugeavisers medlemsliste (samt Danske Lokalaviser og Dansk Oplagskontrol)	De Lokale Ugeavisers medlemsliste (som opgør 204 lokale ugeaviser på titelniveau) er blevet gennemgået med henblik på at identificere de bagvedliggende virksomheder. Denne liste er blevet krydstjekket med Danske Lokalavisers oversigt over lokale ugeaviser. Dertil er suppleret med udgivelser jf. Dansk Oplagskontrol.
Danske Uafhængige Pladeselskaber (DUP)	DUP anvendes som supplerende kilde til IFPI (se nedenfor), som udgør størstedelen af branchens omsætning, til delbranchen pladeselskaber. Har 129 medlemmer (pr. november 2018).
Høring blandt væsentlige brancheaktører	23 personer i ledende stillinger blandt en række af branchens største aktører og interessenter (særligt inden for dagblade/aviser, magasiner og forlag) er blevet hørt i forhold til den retvisende inklusion af deres virksomheder i populationen. Dertil kommer uformel dialog med yderligere personer om specifikke forhold for enkeltvirksomheder, fx om datterselskaber, moms-mæssig fællesregistrering m.m.
IFPI	IFPI repræsenterer 36 pladeselskaber, der tilsammen udgør mere end 95 % af den samlede omsætning fra salg af musikudgivelser i Danmark (inkl. Grønland og Færøerne).
Index Danmark og Dansk Online Index	Læsertal/brugertal fra Index Danmark og Dansk Online Index er blevet benyttet til at identificere særligt virksomhederne bag skrevne nyheds- og aktualitetsmedier, magasiner og ugeblade m.v.
Koncernregnskaber	13 af de største danske mediekoncerners regnskaber er blevet gennemgået mhp. at sikre, at alle relevante selskaber indgår retvisende i populationen, herunder også vedr. ejerskabsforhold m.v.
Mediawatch, Journalisten o.a. medier	Identifikation af ændringer, opkøb/frasalgs/fusioner, nye og lukkede medier m.v.

Modtagere af etablerings- og udviklingsstøtte 2013-2018 samt afslag herpå.	Er primært blevet benyttet til at identificere mindre og nystartede skrevne nyheds- og aktualitetsmedier, magasiner, podcast-virksomheder m.m.
Modtagere af redaktionel produktionsstøtte 2013-2017	Støttemodtagere er typisk de mere etablerede skrevne nyheds- og aktualitetsmedier. De fem års støttemodtagere har desuden medvirket til at etablere et overblik over ændringer i ejerskab af enkelttitler, fusioner, ændringer i virksomheder m.v.
Producentforeningen	Populationslisterne bag hovedbrancherne "Filmproducenter" og "Tv-producenter" i analysen. Listerne er i udgangspunktet identiske med de lister, som Producentforeningen benytter i egne udgivelser, men i dialog med Producentforeningen er enkle virksomheder omfordelt ift. denne analyse for at tilsikre, at der ikke sker overlap mellem populationerne.
Tilladelsehavere samt licensfinansierede medier	Kommercielle og ikke-kommercielle virksomheder der udøver radio- og tv-virksomhed.
Tv-distributørers kanaludbud	Bruttoliste over tv-kanaler udbudt i Danmark

10.5 Analysens fokusområder

Analysen belyser de indholdsbaseede virksomheder i populationen ud fra tre fokusområder, der hver for sig bidrager med forskellige perspektiver på mediebranchens økonomi og beskæftigelse.

De tre forskellige måder at "skære" den samme population på har til formål at analysere en række grundlæggende strukturer og forhold, som vurderes at være væsentlige for forståelsen af den danske mediebranche.

De tre fokusområder gennemgås i det følgende, men kan kort opsummeres som følger:

Figur 21: Analysens tre fokusområder

Tre fokusområder for de samme 1.079 indholdsbaseede virksomheder i mediebranchen		
Ejerskab: Opdeling ud fra bestemmende indflydelse:	Hovedbrancher: Opdeler ud fra otte hovedbrancher:	Delbrancher: Opdeler udvalgte hovedbrancher:
Udenlandsk ejet, store danske koncerner, mellemstore danske koncerner og andre danskejede koncerner/virksomheder samt diverse licensfinansierede.	Skrevne nyheds- og aktualitetsmedier, magasiner og ugeblade, forlag, radio, tv og streaming, tv-producenter, pladeselskaber og filmproducenter.	Fx opdeles virksomheder indenfor skrevne nyheds- og aktualitetsmedier i otte typer/delbrancher, fx regionale dagblade med lokalaviser og digitale fagudgivelser.

Herudover opdeles virksomheder i hovedbranchen Skrevne nyheds- og aktualitetsmedier ud fra både deres redaktionelle fokus (regional/lokal eller national) og udgivelsesplatform (alene digital og andre). Ud fra ejerskabsinddelingen er det endvidere muligt, at kortlægge i hvor høj

grad alle virksomheder i de forskellige hovedbrancher er under enten danske eller udenlandske koncerners bestemmende indflydelse. For en komplet oversigt over alle medvirkende virksomheder, herunder også ud fra ovenstående fokusområder, henvises der til analysens bilag (i Excel), "Bilag: Virksomhedspopulationen".

Fokusområde et: Hvem ejer og kontrollerer virksomhederne?

Her opdeles populationen i fem hovedinddelinger. Rationalet bag de fem inddelinger er, at opgøre hvor stor en del af aktiviteten i mediebranchen, der er under fx store danske eller udenlandsk kontrollerede medievirksomheders bestemmende indflydelse.

Den nedre grænse på 400 mio. kr. er valgt ud fra, at det erfaringsmæssigt har vist sig, at næsten alle virksomheder, der har en omsætning på over 400 mio. kr., oplyser dette i de offentliggjorte regnskaber; dermed kan virksomhederne placeres retvisende. I tvivlstilfælde er relevante virksomheder blevet kontaktet.

Tabel 8: Hvem kontrollerer de indholdsbaseerede virksomheder i mediebranchen?

Inddelinger	Eksempler
<p>"Store danske koncerner"</p> <p>Best. indflydelse hos danske koncerner, omsætning i alt over 1 mia. kr.</p>	<p>Alene virksomheder under store koncerner, som typisk er aktive inden for flere medietyper og relateret infrastruktur (trykkerier, biografer m.v.) suppleret af aktiviteter inden for andre brancher (rejsebureau m.m.). Kun en enkelt af disse (Jysk Fynske Medier) har et primært regionalt fokus.</p> <p>Inddelingen udgøres af fem koncerner: Egmont, TV 2, Aller JP/Politikens Hus og Jysk Fynske Medier.</p>
<p>"Mellemstore danske koncerner"</p> <p>Best. indflydelse hos danske koncerner, omsætning i alt ml. 0,4-1 mia.</p>	<p>Består af virksomheder under to mellemstore koncerner med skrevne nyheds- og aktualitetsmedier og et primært regionalt fokus (Nordjyske Medier og Sjællandske Medier), Danmarks største forlag (Gyldendal) samt North Media, hvis primære aktivitet er distribution (FK Distribution), lokale ugeaviser og Helsingør Dagblad.</p> <p>(Andre større koncerner - bl.a. Zentropa, Herning Folkeblad, Dansk Avis Tryk - har alle mindre end 400 mio. kr. i omsætning og indgår derfor i Andre danskejede koncerner og virksomheder.)</p>
<p>"Udenlandsk ejet"</p> <p>Best. indflydelse hos internationale koncerner (uanset størrelse).</p>	<p>Inddelingen består af virksomheder og filialer under bestemmende indflydelse af 38 internationale primært mediebaseerede koncerner af vidt forskellig størrelse og karakter.</p> <p>Blandt de væsentligste kan nævnes NENT, Discovery, De Persgroep (Berlingske Media), Bonnier (Dagbladet Børsen, C More, Bonnier Publications, Benjamin Media m.fl.) og Bauer Media.</p>
<p>"Andre danskejede koncerner og virksomheder"</p> <p>Best. indflydelse hos danske koncerner, omsætning i alt under 1 mia. kr.</p>	<p>Er alle virksomheder, som ikke er kontrolleret af koncerner og virksomheder i en af de fire andre inddelinger, dvs. ikke udenlandske og med en omsætning på under 400 mio. kr.</p>

”Licensfinansierede virksomheder”

Alle licensfinansierede virksomheder, hvoraf DR, TV 2 regionerne og Radio24syv er de absolut største. Dertil kommer en række mindre ikke-kommercielle radio- og tv-kanaler.

Fokusområde to: Hovedbrancher

Analysens andet fokusområde opstiller populationen ud fra otte hovedbrancher. Hensigten med inddelingen i hovedbrancher er, at beskrive de helt overordnede brancher i den samlede mediebranche. Hovedbrancherne er endvidere konstrueret således, at der inden for hovedbrancherne kun i begrænset omfang er aktiviteter, der vedrører andre hovedbrancher.

Tabel 9: Fokusområde to: Hovedbrancher

Inddelinger	Eksempler
Filmproducenter	Består af 220 virksomheder, som alle er identificeret og bearbejdet ud fra Producentforeningens population til analysen ”Danske Indholdsproducenter” (enkelte afvigelser herfra grundet overlap er aftalt med Producentforeningen). Et lille antal væsentlige virksomheder ejes af udenlandske selskaber.
Forlag	<p>Der er til analysen identificeret 119 virksomheder med forlagsvirksomhed som primær aktivitet. Forlagsbranchen er kendetegnet ved en række store virksomheder som Gyldendal og Lindhardt og Ringhof samt enkelte mellemstore forlag med udenlandske ejere (herunder Peoples Press, Karnov og ClioOnline).</p> <p>Politikens Forlag, som ifølge interesseorganisationen Danske Forlag er landets 3. største, indgår ikke direkte i populationen, men forlagets omsætning eftertilføjes som beskrevet i metoden manuelt.</p>
Magasiner og ugeblade	<p>Udgøres af 60 virksomheder, som primært udgiver et eller flere magasiner, ugeblade og lignende. De største aktører er Egmont, Bonnier og Aller. Størstedelen, særligt når der måles på omsætning, er primært trykte udgivelser, men i delbranchen indgår også en del rent digitale virksomheder.</p> <p>Alle medier heri er primært målrettet almindelige forbrugere idet alle udgivelser primært orienteret mod professionelle er placeret i de trykte og digitale fagudgivelser omtalt nedenfor.</p>
Pladeselskaber	Analysens udsnit af pladeselskaber består af 98 virksomheder, der alle har musikproduktion som et væsentligt forretningsområde. Alle virksomheder i populationen stammer fra kilderne IFPI og DUP (enkelte selskaber der ikke primært producerer musik er ekskluderet).
Radio	<p>Består af 177 virksomheder som primært beskæftiger sig med radio- og podcastvirksomhed.</p> <p>DRs radioaktivitet indgår i denne analyse i hovedbranchen Tv og streaming. Bemærk endvidere, at en mindre del af den kommercielle radioaktivitet er registreret under skrevne nyheds og aktualitetsmedier, da enkelte af fx Jysk Fynske Mediers og Sjællandskes</p>

	<p>Mediers radiokanaler ikke har selvstændigt CVR.</p> <p>Populationen er blevet til på baggrund af sendetilladelser hos Radio- og Tv-nævnet, samt liste over populære danske podcasts via Apple. Desuden krydstjekket via koncerngennemgang og DB07-registret.</p>
<p>Skrevne nyheds- og aktualitetsmedier</p>	<p>Består af 171 virksomheder som alle primært udgiver enten nationale/regionale aviser/dagblade (fx Berlingske, Information, Weekendavisen, Fyens Stiftstidende m.v.), diverse digitale nyheds- og aktualitetsmedier (fx Zetland, bold.dk, kjavis.dk), lokalaviser (fx Politikens Lokalaviser), trykte og digitale fagudgivelser og andre avislignende udgivelser.</p> <p>Medierne heri er forholdsvis forskelligartede hvad angår bl.a. udgivelsesfrekvens, indhold og format, men er alle kendetegnet ved at have fokus på nyheder og aktualitet. Størstedelen af omsætningen er forankret i et mindre antal koncerner (JP/Politikens Hus, Jysk Fynske Medier, Berlingske Media m.v.), som udgiver flere forskellige medietyper. Særligt de regionalt orienterede koncerner har endvidere et højt antal lokalaviser foruden i noget mindre grad bl.a. radio-aktiviteter.</p> <p>Består (pga. diskretioneringshensyn) også af nyhedsbureauer, hvoraf de tre hører under Ritzau. Derudover drejer det sig om Bloomberg Business News og Dagbladenes Bureau.</p>
<p>Tv og streaming</p>	<p>Består af 77 virksomheder som primært er beskæftiget med tv og streaming.</p> <p>En lang række af tv-kanalerne driver deres streamingtjenester fra samme CVR-nummer, fx TV 2 Play, hvorfor det ikke har været muligt at adskille tv og streaming.</p> <p>Desuden gælder det, at en række kanaler og streamingtjenester ikke er registeret med en virksomhed eller lignende i Danmark og derfor ikke indgår i populationen. Eksempelvis indgår Netflix ikke, da de ikke har et dansk selskab, mens HBO indgår, da de har et dansk selskab.</p> <p>Tilsvarende er det i enkelte tilfælde uklart, hvor virksomheder med aktiviteter i Danmark såvel som i andre EU-lande bogfører omsætning generet af danske kunder. Eksempelvis har abonnenter af streamingtjenesten ViaPlay indgået aftale med Nordic Entertainment Group Sweden AB og ikke med fx Nordic Entertainment Group Denmark A/S. Det fremgår af "Aftalevilkår for brug af Viaplay".¹¹ Tilsvarende har kanaler som TV 3, Kanal 5 med flere sendetilladelse hos den britiske myndighed Ofcom. Ligeledes i sådanne tilfælde, er det uklart hvor stationernes omsætning bogføres.</p> <p>Populationen er blevet til på baggrund af registreringer hos Radio og Tv-nævnet og lister over tv-kanaler hos tv-distributører. Desuden krydstjekket via koncerngennemgang og DB07.</p>

¹¹ <https://viaplay.dk/terms>

TV-producenter

Udgøres af 157 virksomheder, som alle er identificeret og bearbejdet ud fra Producentforeningens population til analysen "Danske Indholdsproducenter" (enkelte afvigelser herfra er aftalt med Producentforeningen). Et lille antal virksomheder med stor omsætning ejes af udenlandske selskaber.

Fokusområde tre: Delbrancher

I det tredje fokusområde analyseres udvalgte hovedbrancher yderligere ud fra yderligere underopdelinger i delbrancher/typer og virksomhedskarakteristika for at belyse særlige forhold.

Tabel 10: Udvalgte delbrancher specificeret

Inddelinger	Eksempler
Radio	<p>Kommerciel radio inkl. podcast: Udgøres af i alt 45 selskaber, som alle driver kommerciel radio. Kanalerne er primært finansieret af reklamer. Den absolut største aktør er Bauer Media. Heri inkluderes også virksomheder der udøver podcast-virksomhed.</p> <p>Ikke-kommerciel radio: Består af 131 selskaber. Ud over Berlingske People (Radio24syv) er hovedparten ikke-kommerciel lokalradio.</p>
Skrevne nyheds- og aktualitetsmedier	<p>Nationale dagblade: Udgøres af kun ni virksomheder, som til gengæld står for en væsentlig del af avisbranchens samlede omsætning. Deres væsentligste aktiviteter er nationale dagblade/aviser, og sekundært diverse digitale udgivelser, forlag m.m. Alle virksomheder i udsnittet vedrører koncernerne JP/Politikens Hus og Berlingske Media samt Kristeligt Dagblad, Information og Arbejderen.</p> <p>Regionale dagblade med lokalaviser: I analysen indgår 14 virksomheder som udgiver regionale dagblade og lokalaviser. I realiteten dækker disse virksomheder langt over 100 enkeltstående titler samt i mindre omsætningsmæssigt omfang bl.a. radio-aktiviteter. Virksomhederne er Jysk Fynske Medier, Nordjyske Medier, Sjællandske Medier, Herning Folkeblad, North Media (avisaktiviteterne), Skive Folkeblad, Lolland Falsters Folketidende og Bornholms Tidende. Endvidere indgår Der Nordschleswiger og Flensborg Avis grundet diskretioneringshensyn (der skal typisk være minimum fem virksomheder i en gruppe for at få data fra Danmarks Statistik) i delbranchen på trods af, at de ikke har lokalaviser.</p> <p>Lokalaviser: Består af 53 virksomheder som primært udgiver en eller flere trykte lokalaviser. Bemærk dog, at et stort antal titler ligger under "Regionale aviser med lokalaviser" (fx Jysk Fynske Medier). Den absolut største virksomhed blandt de 56 er Politikens Lokalaviser. Enkelte har trykkeri tilknyttet som sekundær aktivitet.</p> <p>Digitale lokalaviser: 11 små virksomheder som udgiver digitale nyheder og aktualitetsstof med lokalt fokus på nettet, fx kjavvis.dk, tv-kalundborg.dk m.m.</p> <p>Fagudgivelser og digitale fagudgivelser: Henholdsvis 33 og 11 virksomheder, som udgiver aviser og avislignende udgivelser rettet mod professionelle brugere. Eksempelvis Nordiske Medier, FBG Medier,</p>

Watch-medierne, Effektivt Landbrug, Fagbladet Folkeskolen, Olfi, Horisont Gruppen m.m. Særligt de større virksomheder har typisk både avis- og magasinlignende udgivelser, herunder i høj grad også digitale.

Andre digitale skrevne nyheds- og aktualitetsmedier: Udgøres af 21 virksomheder, hvor udgivelsen alene foregår digitalt og er målrettet ikke-professionelle brugere. Blandt virksomhederne er fx Zetland, bold.dk, avisen.dk, InsideBusiness og Føljeton.

Andre avislignende udgivelser og nyhedsbureauer: Består af 14 virksomheder som enten udgiver avislignende udgivelser (fx Mandag Morgen) eller er nyhedsbureauer. Er at betragte som en opsamlingsinddeling for virksomheder, der enten på grund af deres type eller af diskretioneringssyn ikke umiddelbart kan placeres andetsteds.

Endelig opdeles virksomhederne ud fra a) regional/lokal fokus eller ej, b) digital eller ej) og c) internationalt ejet eller ej.

Tv og streaming

Landsdækkende tv og streaming: Består af 24 selskaber, som alle driver landsdækkende tv samt streamingtjenester. I gruppen indgår der både kommercielle aktører og DR. Den eneste udenlandske streamingtjeneste med dansk CVR-nr. indgår også (HBO Nordic ApS). I det dertil hørende afsnit behandles DRs omsætning særskilt fra resten. Opgøres i analysen også ekskl. DR under "Kommercielt landsdækkende tv streaming".

TV 2-regionerne, kommercielt/ikke-kommercielt lokal-tv: Består af de otte licensfinansierede regionale tv-virksomheder med public service forpligtelse samt seks lokal-tv virksomheder (ikke-licensfinansierede). Dertil 39 ikke-kommercielle lokale tv-stationer, som alle er finansieret af public service midler.

Forlag, Magasiner og ugeblade, Tv-producenter, Filmproducenter og Pladeselskaber opdeles ikke yderligere.

10.6 Tilvejebringelse af data fra Danmarks Statistik

I det følgende beskrives kort, hvilke statistikker hos Danmarks Statistik analysen benytter på baggrund af de af Rapportering om mediernes udvikling opstillede populationer. For mere detaljerede beskrivelser henvises i øvrigt til Danmarks Statistiks hjemmeside, www.dst.dk.

Omsætningstal: Statistikken "Firmaernes køb og salg" belyser konjunktur- og erhvervsudviklingen i Danmark ved at opgøre virksomhedernes nettoomsætning ud fra deres indberettede moms. Nettoomsætning indgår kun i det tilfælde, at der er betalt dansk moms af den; derfor er det også en forudsætning, at en virksomhed er registreret i Danmark for at kunne indgå i statistikken. Da avisers salg er moms fritaget indgår dette i første instans ikke. Metodisk er dette imidlertid løst ved, at aviser, som er undtaget moms fritaget skal betale lønsumsafgift. Lønsumsafgiften betales efter de gældende regler som værdien af salget af aviser ganget med en faktor på 3,54 %.

Fordelen ved statistikken er, at den – i modsætning til ”Regnskabsstatistik for private byerhverv” - både opdateres oftere og med mindre tidsmæssigt efterslæb. Derfor er statistikken relevant for en analyse, der følger udviklingen i en branche, der i disse år udvikler sig markant. Forskellige former for offentlig finansiering (i denne sammenhæng især licens, mediestøtte og filmstøtte) indgår ikke i ”Firmaernes køb og salg”.

Beskæftigelsestal gennem ”Beskæftigelse for lønmodtagere”, ”Befolkningen” og ”Højest fuldførte uddannelse”: Analysen benytter kombinationer af tre forskellige statistikker til at beskrive branchens beskæftigelse og art. ”Beskæftigelse for lønmodtagere” belyser konjunkturudviklingen i beskæftigelsen af lønmodtagere i danske virksomheder på baggrund af virksomhedernes indberettede indkomstoplysninger, og indeholder også freelancere i det omfang de modtager løn. Beskæftigelsen opgøres både som antal ansatte og omregnet til årsværk, som anvendes i denne analyse. ”Befolkningen” belyser befolkningens størrelse og sammensætning, og danner grundlag for demografiske opgørelser. Statistikken er baseret på CPR-registret og holdes løbende opdateret. ”Højest fuldførte uddannelse” opgør den højest fuldførte uddannelse pr. person og er primært baseret på Danmarks Statistiks elevregister.

10.7 Fremtidige opdateringer af analysen og virksomhedspopulationen

Alle medvirkende virksomheder fremgår af analysens bilag 1. Det er intentionen, at virksomhedspopulationen opdateres løbende og som minimum årligt ud fra de ovenfor beskrevne kilder og fremgangsmåder. Der opfordres til, at branchens aktører retter henvendelse til Rapporteringen om mediernes udvikling i Danmark, såfremt det vurderes, at de valgte virksomhedsinddelinger ikke er korrekte eller hensigtsmæssige. Dette gælder ligeledes, hvis der er virksomheder, som mangler. Endelig inviteres branchens aktører og andre til at tage kontakt i tilfælde af kommentarer eller forslag til analysens metodiske grundlag. Der kan rettes henvendelse til medieudviklingen@slks.dk.

11 Brug af data og resultater

Alle rettigheder til de anvendte data tilhører original-kilderne/dataleverandørerne.

Slots- og Kulturstyrelsen kan kontaktes med henblik på udveksling og videreudvikling af de den population, der ligger til grund for analysen.

Ved enhver brug af data skal originalkilden (f. eks. Dansk Online Index eller Danmarks Statistik og tabel) eller lignende oplyses. Endvidere skal Slots- og Kulturstyrelsens Rapportering om mediernes udvikling 2018 oplyses som kilde. Videresalg eller anden kommerciel udnyttelse/anvendelse af data er ikke tilladt i nogen form.

12 Figurfortegnelse

Figur 1: Omsætning og årsværk (årgennemsnit) for indholdsbase­rede virksomheder i mediebranchen, mio. kr., 2016 og 2017	11
Figur 2: Omsætning efter hovedbranche, indholdsbase­rede virksomheder i mediebranchen, mio. kr. og andel i %, 2017	12
Figur 3: Udvikling i omsætning efter hovedbranche, indholdsbase­rede virksomheder i mediebranchen, mio. kr., 2016 og 2017	13
Figur 4: Årsværk (årgennemsnit) efter hovedbranche, indholdsbase­rede virksomheder i mediebranchen, 2016 og 2017	14
Figur 5: Omsætning og årsværk (årgennemsnit) i % af de respektive totaler, efter hovedbranche, indholdsbase­rede virksomheder i mediebranchen, 2017	15
Figur 6: Omsætning i mio. kr. pr. årsværk (årgennemsnit), efter hovedbranche, indholdsbase­rede virksomheder i mediebranchen, 2016 og 2017	16
Figur 7: Omsætning for indholdsbase­rede virksomheder i mediebranchen efter virksomhedstype med bestem­mende indflydelse, mio. kr. og andel i %, 2017	18
Figur 8: Indholdsbase­rede virksomheder i mediebranchens andel af samlet omsætning samt andel af aktive* virksomheder, efter virksomhedstype med bestem. indflydelse, mio. kr., 2017	19
Figur 9: Andel af hovedbranchernes omsætning efter dansk overfor udenlandsk bestem­mende indflydelse, indholdsbase­rede virksomheder i mediebranchen, 2017	20
Figur 10: Årsværk (årgennemsnit) efter medarbejderens bopæl ud fra landsdele, indholdsbase­rede virksomheder i mediebranchen, 2016 og 2017	22
Figur 11: Årsværk (årgennemsnit) efter hovedbranche og medarbejderens bopæl, indholdsbase­rede virksomheder i mediebranchen, fordeling i %, 2017	23
Figur 12: Omsætning for skrevne nyheds- og aktualitetsmedier efter delbranche , indholdsbase­rede virksomheder i mediebranchen, mio. kr., 2016 og 2017	28
Figur 13: Årsværk (årgennemsnit) for skrevne nyheds- og aktualitetsmedier efter delbranche , indholdsbase­rede virksomheder i mediebranchen, 2016 og 2017	29
Figur 14: Omsætning efter redaktionelt fokus for skrevne nyheds- og aktualitetsmedier, indholdsbase­rede virksomheder i mediebranchen, mio. kr., 2016 og 2017	30
Figur 15: Omsætning efter digital/ikke-digital fokus for skrevne nyheds- og aktualitetsmedier, indholdsbase­rede virksomheder i mediebranchen, mio. kr., 2016 og 2017	31
Figur 16: Omsætning i mio. kr. pr. årsværk (årgennemsnit) for skrevne nyheds- og aktualitetsmedier efter digital/ikke-digital fokus , indholdsbase­rede virksomheder i mediebranchen, 2017	32
Figur 17: Omsætning i mio. kr. pr. årsværk* (årgennemsnit) for internationale aviskoncerner* samt danske regionale dagblade med lokalaviser og nationale dagblade, indholdsbase­rede virksomheder i mediebranchen, 2017	33
Figur 18: Omsætning for Tv og streaming efter delbranche, indholdsbase­rede virksomheder i mediebranchen, mio. kr., 2016 og 2017	35
Figur 19: Årsværk (årgennemsnit) for Tv og streaming efter delbranche, indholdsbase­rede virksomheder i mediebranchen, 2016 og 2017	36
Figur 20: Omsætning (mio. kr.) og antal årsværk (årgennemsnit) for radio efter delbranche, indholdsbase­rede virksomheder i mediebranchen, 2016 og 2017	37
Figur 21: Analysens tre fokusområder	49

13 Tabelfortegnelse

Tabel 1: Inddelinger af indholdsbaserede virksomheder i mediebranchen efter hovedbranche	9
Tabel 2: Hovedbranchernes omsætning efter dansk overfor udenlandsk bestemmende indflydelse, indholdsbaserede virksomheder i mediebranchen, % og mio. kr. 2017	21
Tabel 3: Årsværk (årgennemsnit) efter hovedbranche og uddannelsesbaggrund, indholdsbaserede virksomheder i mediebranchen, 2017	24
Tabel 4: Årsværk (årgennemsnit) efter hovedbranche og herkomst, indholdsbaserede virksomheder i mediebranchen, 2017	25
Tabel 5: Inddelinger af virksomheder i hovedbranchen Skrevne nyheds- og aktualitetsmedier	26
Tabel 6: Årsværk (årgennemsnit) efter hovedbranche og medarbejderens bopæl ud fra landsdele, indholdsbaserede virksomheder i mediebranchen, 2017	38
Tabel 7: Kilder benyttet til udarbejdelsen af virksomhedspopulationen	47
Tabel 8: Hvem kontrollerer de indholdsbaserede virksomheder i mediebranchen?	50
Tabel 9: Fokuserede to: Hovedbrancher	51
Tabel 10: Udvalgte delbrancher specificeret	53