

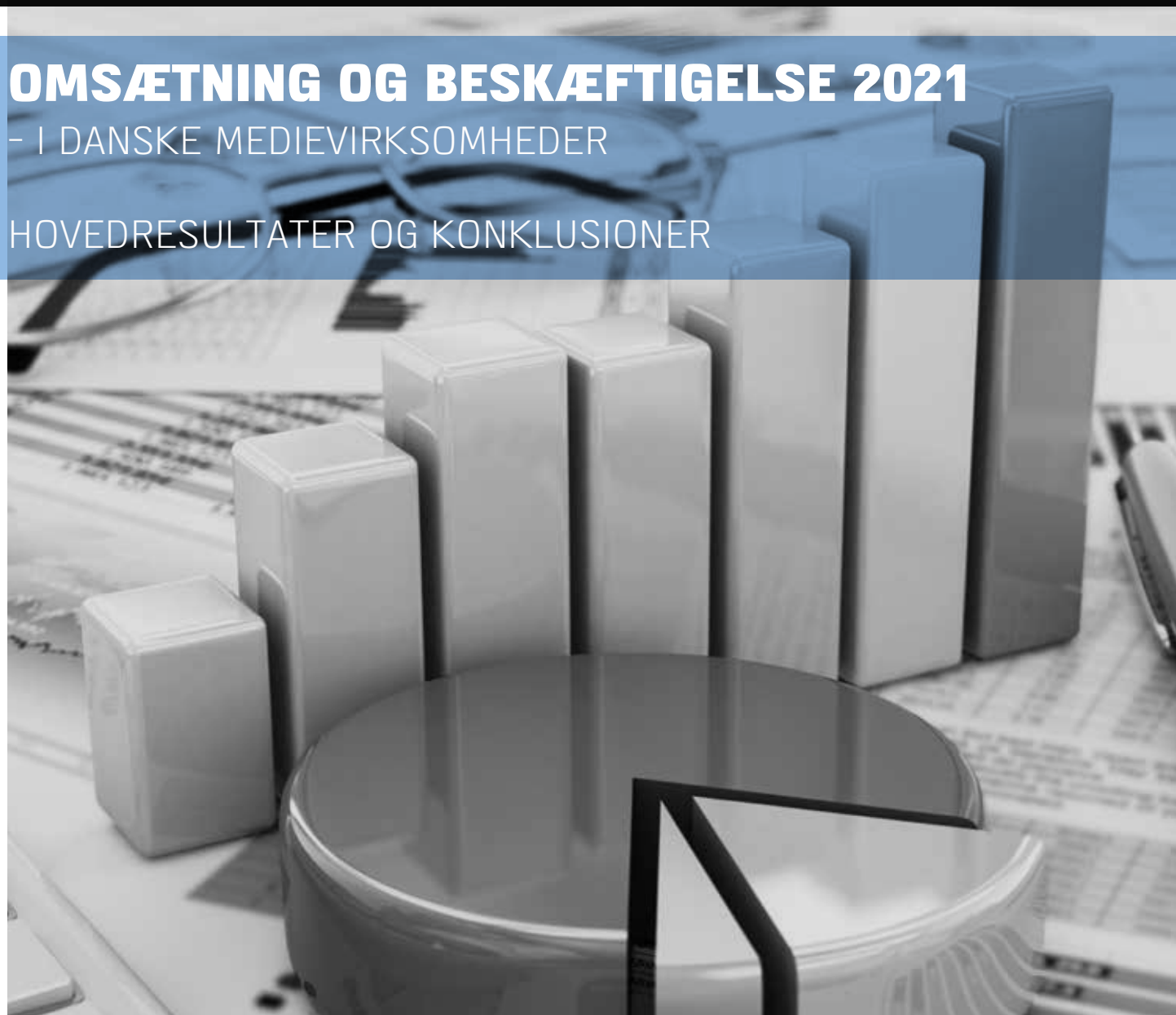


## MEDIERNES UDVIKLING I DANMARK

# OMSÆTNING OG BESKÆFTIGELSE 2021

- I DANSKE MEDIEVIRKSOMHEDER

HOVEDRESULTATER OG KONKLUSIONER



# 1 INTRODUKTION

Denne analyse giver et overblik over udviklingen i omsætningen og beskæftigelsen i et bredt udsnit af danske medievirksomheder opgjort ud fra både overordnede og mere detaljerede delbrancher. Analysen omhandler perioden fra 2016 til 2019.

Omsætningen er det væsentligste udtryk for den økonomiske aktivitet i de danske medievirksomheder og er relevant at belyse, da den udvikler sig særdeles forskelligartet blandt forskellige grupper af medievirksomheder. Ligeledes er beskæftigelsen vigtig at observere. Både fordi den overordnet set afspejler virksomhedernes økonomiske udvikling, men også i detaljen i forhold til dens sammensætning; fx kønsfordelingen, dens geografiske fordeling og andelen med udenlandsk herkomst.

Det skal generelt fremhæves, at de danske medievirksomheder er under kraftig indflydelse af en række tendenser, der udspringer af især en løbende internationalisering og digitalisering af mediebranchen<sup>1</sup>. Analysens resultater skal ses i dette lys, og derfor opsummeres de væsentligste tendenser i analysens afsnit "Hvad påvirker de danske medievirksomheder?" på s. 11.

Analysen beskriver medievirksomheder inden for otte overordnede brancher. Disse omfatter både virksomheder, der selv producerer og sælger/formidler medieindhold til slutbrugeren (fx dagblade), samt virksomheder, der ikke typisk selv sælger/formidler produkter til slutbrugeren, men alene producerer medieindhold (fx film- og tv-producenter).

Analysen omhandler specifikt indholdsbaseerede og dansk-registrerede virksomheder i mediebranchen. Det vil sige medievirksomheder, der er registreret med et selskab i Danmark og som til hverdag lever af at skabe, producere og sælge indhold til et primært dansk publikum, men som dog også i flere tilfælde sælger dette indhold til udlandet.

Dermed omhandler analysen **ikke** udenlandske medievirksomheder uden registrering i Danmark (fx Netflix), annoncemarkedet (herunder Google og Facebook) samt infrastruktur (fx trykkerier); dette gælder dog ikke NENT Groups engelske datterselskab for hvilket der korrigeres for en væsentlig omsætning vedrørende det danske tv-marked udledt af selskabets regnskaber. Endelig er omsætning og beskæftigelse fra danske koncerners udenlandske datterselskaber (herunder især under Egmont og Aller Media) ikke en del af analysen.

Analysens genstandsfelt opsummeres nedenfor; herunder også de områder af omsætningen og beskæftigelsen, der ikke indgår. For flere oplysninger henvises til analysens metodeafsnit fra s. 40.

**Tabel 1: Oversigt over analysens genstandsfelt**

Omsætningen og beskæftigelse, der indgår i analysen	Omsætning og beskæftigelse, der <b>ikke</b> indgår i analysen
Omsætning og beskæftigelse i medievirksomheder i den danske mediebranche, som primært beskæftiger sig med indholdsproduktion, tilrettelæggelse af en programflade m.m. (virksomhederne kaldes i analysen "indholdsbaseerede").	Omsætning og beskæftigelse i virksomheder, der ikke primært beskæftiger sig med indholdsproduktion m.m., herunder danske og internationale aktører inden for annoncering, tv-distribution, markedsføring m.m. Dermed indgår beskæftigelse hos væsentlige aktører som fx Google, Facebook, TDC og Norlys (Entii og SE) ikke, også selvom de i et vist omfang selv er begyndt at få produceret eget indhold.
Alene virksomheder med et dansk registreret selskab indgår. Der korrigeres dog i enkelte tilfælde for kendt (jf. udenlandske regnskaber) omsætning relateret til det danske marked.	Infrastruktur (fx trykkerier eller distribution), leverandører inden for journalistik (herunder freelancere, der ikke modtager løn) og forhandlerled indgår ikke.
Virksomhedernes udenlandske beskæftigelse indgår. Freelancere o.l. indgår i det omfang de modtager løn.	Omsætning og beskæftigelse hos virksomheder, formentligt meget små, der ikke er blevet identificeret igennem analysens kilder.
Analysen indeholder data om antal årsværk (og ikke antal ansatte) da årsværk bedre kan sammenlignes på tværs af forskellige typer virksomheder og brancher, blandt andet af hensyn til visse branchers brug af deltidsbeskæftigede og freelancere.	Omsætning og beskæftigelse i danske virksomheders udenlandske datterselskaber.
Virksomhederne er aktive inden for følgende otte brancher:  Filmproducenter, forlag, magasiner og ugeblade, pladeselskaber, radio og podcast, skrevne nyheds- og aktualitetsmedier, tv og streaming samt tv-producenter.	I opgørelser over uddannelse, bopæl og herkomst er de analyserede tal alene gældende for folk bosiddende i Danmark. Oplysninger om køn er derimod gældende for alle beskæftigede.

Virksomhederne placeres ud fra deres primære aktivitet. Fx placeres en virksomhed, der primært laver dagblade – men som også sekundært har fx radio- eller forlagsaktiviteter – i branchen Skrevne

nyheds- og aktualitetsmedier. Det betyder blandt andet, at DR placeres i kategorien ”tv og streaming”, selvom DR har væsentlige radio- og internetaktiviteter. I dette tilfælde overestimeres ”tv og streaming”, mens ”radio” og ”skrevne nyheds- og aktualitetsmedier” underestimeres (se fordelingen af DRs programudgifter på s. 20 for yderligere oplysninger).

**Tablet 2: De indholdsbaseede og dansk-registrerede medievirksomheder indgår i analysen i otte brancher**

<b>Filmproducenter:</b>	Virksomheder, som primært producerer film – fx Nordisk Film og Zentropa.
<b>Forlag:</b>	Virksomheder med forlagsvirksomhed som primær aktivitet, fx Gyldendal og Lindhardt og Ringhof. Politikens Forlag er en del af JP/Politikens Hus, som indgår under Skrevne nyheds- og aktualitetsmedier.
<b>Magasiner og ugeblade:</b>	Virksomheder, som primært udgiver et eller flere magasiner og ugeblade, herunder også digitalt. De største aktører er Aller Media, Story House Egmont og Benjamin Media. Virksomhederne er primært målrettet almindelige forbrugere (alle udgivelser orienteret mod professionelle er placeret i de trykte og digitale fagudgivelser omtalt nedenfor).
<b>Pladeselskaber:</b>	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).
<b>Radio og podcast:</b>	Virksomheder, som primært beskæftiger sig med radio- og podcastvirksomhed. Den største aktør er Bauer Media idet DRs beskæftigelse indgår i Tv og streaming. En del af den kommercielle radioaktivitet ligger under Skrevne nyheds- og aktualitetsmedier da enkelte af fx Jysk Fynske Mediers og Sjællandskes Mediers radiokanaler ikke har eget CVR-nummer.
<b>Skrevne nyheds- og aktualitetsmedier:</b>	Virksomheder, som primært udgiver dagblade/aviser, diverse digitale medier (fx Zetland, kjavis.dk), lokalaviser, trykte og digitale fagudgivelser, andre avislignende udgivelser samt nyhedsbureauer. De største aktører er JP/Politikens Hus, Jysk Fynske Medier, Berlingske Media, Nordjyske Medier, Sjællandske Medier og Dagbladet Børsen.
<b>Tv og streaming:</b>	Virksomheder, som primært er beskæftiget med tv, dvs. tv-kanaler, og streaming. Herunder DR, TV 2, Discovery og NENT Group. Af udenlandske streamingtjenester er HBO inkluderet, men ikke bl.a. Netflix, Amazon Prime Video m.m.
<b>Tv-producenter:</b>	Virksomheder, som primært producerer tv-indhold. Herunder flere ejet af koncerner som Banijay Group.

Analysens population af indholdsbaseede og dansk-registrerede medievirksomheder er baseret på Kulturministeriets anvendelse af mere end 20 forskellige kilder og registre. På baggrund af denne population er data tilvejebragt fra forskellige registre hos Danmarks Statistik. Datakvaliteten i de anvendte registre er høj, idet de bagvedliggende kilder bag beskæftigelsen er firmaernes faktiske lønindberetninger samt CPR-registret. For omsætningens vedkommende anvendes Danmarks Statistiks bredt anerkendte og anvendte generelle firmastatistik samt i enkelttilfælde regnskabsoplysninger.

For så vidt angår medievirksomhedernes omsætning korrigeres der ikke for den generelle prisudvikling, eller inflationen, i analysen. Dette skyldes blandt andet, at der er tale om en relativt kort analyseperiode (2016 til 2019) samt at de præsenterede tal skal stå som udtryk for medievirksomhedernes faktiske omsætning i de fire analyserede år. At der ikke korrigeres for den generelle prisudvikling betyder dog, at særligt de mere marginale ændringer (fx en vækst på 1 %) skal ses i lyset af den samtidige generelle prisudvikling, fx som udtrykt i Danmarks Statistiks Forbrugerprisindeks. Det bemærkes i den forbindelse, at Forbrugerprisindekset i analyseperioden er steget med følgende værdier: 0,3 % i 2016, 1,1 % i 2017, 0,8 % i 2018 og 0,8 % i 2019.

## 1.1 Sammenlignelighed med tidligere udgaver af analysen

Virksomhedspopulationen og metoden bag denne analyse blev første gang anvendt i 2019. I forhold til tidligere analyser er der foretaget nedenstående ændringer, hvorfor resultaterne i denne udgave ikke er direkte sammenlignelige med den foregående udgave. Ændringerne omfatter:

- **Registre anvendt for at estimere medievirksomhedernes omsætning:** Tidligere anvendtes statistikken ”Firmaernes køb og salg” (der er baseret på primært virksomheders momsindberetninger) men fremadrettet anvendes den generelle firmastatistik, idet det er Kulturministeriets vurdering, at denne over tid giver et mere retvisende billede af virksomhedernes udvikling. Begge statistikker laves af Danmarks Statistik.

- **Ændrede uddannelsesinddelinger:** Da den tidligere anvendte uddannelsesvariabel ikke længere opdateres, anvendes i stedet den såkaldte [AUDD-klassifikation](#).
- **Tv-producenter og filmproducenter:** Producentforeningen udgiver årligt en analyse om bl.a. tv-producenter og filmproducenter, hvis bagvedliggende population anvendes i denne analyse. Imidlertid fik Producentforeningen ny populationsleverandør i 2019, ligesom der er gennemført visse metodeændringer, hvilket har medført adskillige ændringer blandt de medvirkende virksomheder; herunder både i antallet af virksomheder, samt i hvorledes de er kategoriseret.
- **Identifikation af enkelte mindre selskaber:** Enkelte mindre selskaber, der ikke tidligere blev identificeret ud fra de anvendte kilder, er blevet tilføjet.

Alle data for alle år i denne analyse er baseret på de senest anvendte registre og den senest opdaterede population. De præsenterede data i denne analyse kan dermed betragtes som en kontinuerlig tidsrække uden databrud, men kan ikke sammenlignes direkte med tal gengivet i tidligere års analyser.

## 1.2 Analysens struktur

Analysen er struktureret som følger:

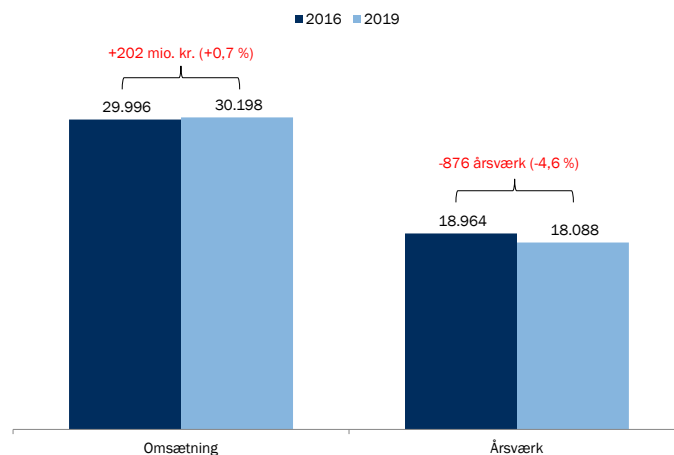
- **Hvad påvirker de danske medievirksomheder?** Afsnittet redegør kort for de væsentligste brancherelaterede faktorer, der påvirker medievirksomhedernes omsætning og beskæftigelse – herunder internationale aktører som Google, Facebook og Netflix.
- **Hovedtendenser:** Gennemgår hovedtendenserne i medievirksomhedernes omsætning og beskæftigelse ud fra overordnede brancheinddelinger samt finansiering- og ejerskabsforhold.
- **Hvem beskæftiger medievirksomhederne?** Beskriver beskæftigelsens sammensætning ud fra geografi, uddannelse, køn, alder og herkomst; herunder også de forskelle, der kan observeres på tværs af brancher samt finansiering- og ejerskabsforhold.
- **Skrevne nyheds- og aktualitetsmedier:** Belyser i detaljen branchens forskellige typer af medievirksomheder ud fra otte underinddelinger, herunder digitale over for ikke-digitale.
- **Radio og podcast:** Beskriver i detaljen branchen ud fra kommercielle og ikke-kommercielle aktører, samt viser den lille men voksende aktivitet inden for dedikerede podcast-medievirksomheder.

Bemærk at der – grundet et større antal referencer til fx analyser, artikler m.m. – konsekvent anvendes slutnoter (angivet med romertal), som vises i slutningen af analysen.

## 2 HOVEDRESULTATER

### Medievirksomhedernes beskæftigelse går tilbage mens omsætningen holder status quo

Medievirksomhedernes omsætning (mio. kr.) og årsværk (antal), 2016 og 2019



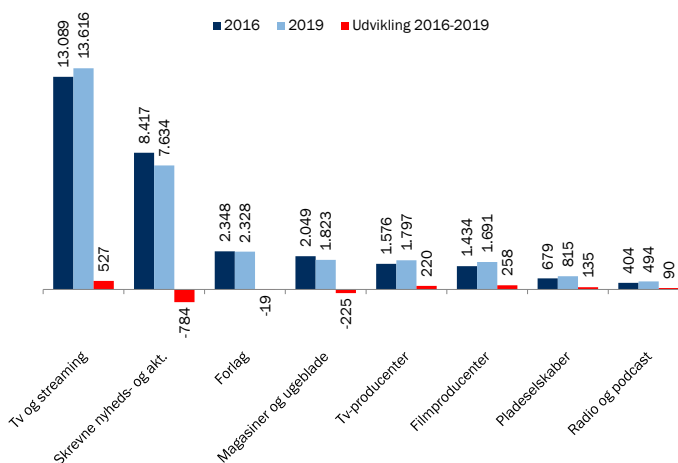
Kilde: Danmarks Statistik på baggrund af Kulturministeriets population  
 Univers: Indholdsbaserede og dansk-registrerede medievirksomheder

- Medievirksomhederne omsatte i 2019 for 30.198 mio. kr. Det er begrænsede 202 mio. kr. (0,7 %) mere end i 2016.
- Omvendt er beskæftigelsen faldet med 876 årsværk (-4,6 %) i perioden og udgør i 2019 18.088 årsværk.
- Udviklingen skal ses i lyset af en dansk økonomi der frem til COVID-19 var i vækst med en meget høj beskæftigelse.

Hertil kommer, at flere toneangivende og voksende udenlandske medievirksomheder som Netflix og Amazon Prime ikke registrerer deres omsætning i dansk-registrerede selskaber, og derfor ikke indgår i ovennævnte tal. Disse aktører har samtidig ingen eller begrænset direkte beskæftigelse i Danmark. Derfor kan der være tale om en udvikling, hvor den samlede omsætning genereret på det danske marked er i vækst, mens beskæftigelsen går tilbage.

### Brancher med audiovisuelle medier løfter omsætningen mens brancher med skrevne medier går tilbage

Medievirksomhedernes omsætning (mio. kr.) efter branche, 2016 og 2019



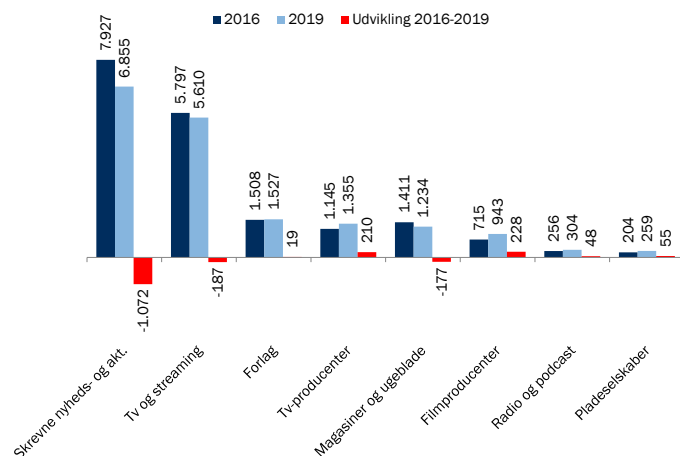
Kilde: Danmarks Statistik på baggrund af Kulturministeriets population  
 Univers: Indholdsbaserede og dansk-registrerede medievirksomheder

- De audiovisuelle brancher Tv og streaming, Tv-producenter, Filmproducenter, Pladeselskaber samt Radio og podcast har alle øget omsætningen fra 2016 til 2019.
- Derimod er omsætningen faldet i brancher med skrevne medier, herunder Skrevne nyheds- og aktualitetsmedier, Forlag og Magasiner og ugeblade.

Væksten har fra 2016 til 2019 været mest udtalt i Tv og streaming (527 mio. kr.), Filmproducenter (258 mio. kr.) og Tv-producenter (220 mio. kr.), mens Skrevne nyheds- og aktualitetsmedier (-784 mio. kr.) og Magasiner og ugeblade (-225 mio. kr.) er gået mest tilbage.

## De to lidt mindre brancher Tv-producenter og Filmproducenter øger antallet af årsværk mest

Medievirksomhedernes årsværk efter branche, 2016 og 2019



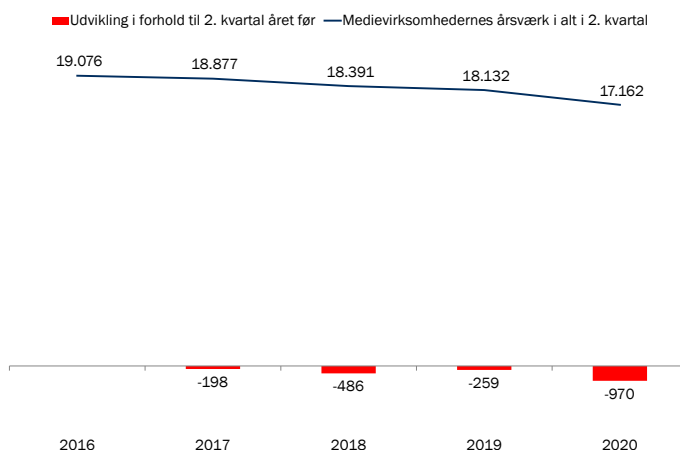
Kilde: Danmarks Statistik på baggrund af Kulturministeriets population  
 Univers: Indholdsbaseerede og dansk-registrerede medievirksomheder

- Branchen Filmproducenter er fra 2016 til 2019 gået frem med 228 årsværk (32 %) til 943 årsværk i 2019.
- Væksten i branchen Tv-producenter har i samme periode været på 210 årsværk (18 %) (1.355 årsværk i 2019).

En væsentlig del af forklaringen på producenternes vækst er formentlig en øget efterspørgsel efter indhold, herunder også fra internationale aktører som Netflix og HBO.

## COVID-19 ser ud til at påvirke medievirksomhedernes beskæftigelse væsentligt

Medievirksomhedernes samlede, gennemsnitlige antal årsværk i årets 2. kvartal, 2016-2020



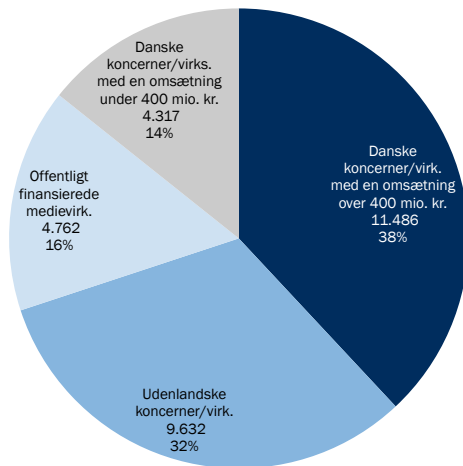
Kilde: Danmarks Statistik på baggrund af Kulturministeriets population  
 Univers: Indholdsbaseerede og dansk-registrerede medievirksomheder

- Store dele af samfundet, herunder også medievirksomhederne, blev påvirket af nedlukningerne som følge af COVID-19 pandemien i foråret 2020.
- Medievirksomhedernes beskæftigelse er i perioden fra 2. kvartal 2019 til 2. kvartal 2020 faldet med 970 årsværk.
- Dette fald er væsentligt større end de foregående år, hvor det største fald på 486 årsværk skete i perioden fra 2. kvartal 2017 til 2. kvartal 2018.

Selvom der alene er tale om tal for en begrænset periode, der endvidere er opgjort som kvartalets gennemsnit (hvorfor niveauet fx kan have været lavere eller højere ultimo perioden), indikerer udviklingen alligevel, at den første nedlukning som følge af COVID-19, har haft væsentlig betydning for medievirksomhedernes beskæftigelse i perioden.

## Udenlandsk ejede medievirksomheder står for en tredjedel af den opgjorte omsætning i Danmark

Medievirksomhedernes omsætning (mio. kr.) efter ejerskab, 2019



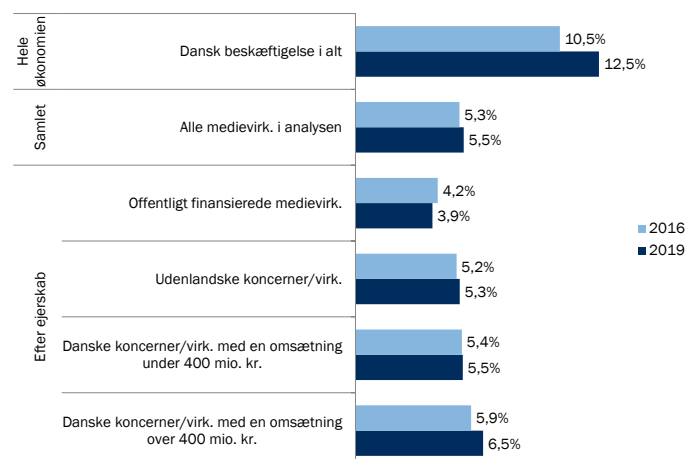
**Kilde:** Danmarks Statistik på baggrund af Kulturministeriets population  
**Univers:** Indholdsbaserede og dansk-registrerede medievirksomheder

- I 2019 omsatte medievirksomheder under udenlandsk bestemmende indflydelse/ejerskab for 9.632 mio. kr., svarende til en andel på 32 % af den samlede, opgjorte omsætning i Danmark.

Dertil kommer omsætning i udenlandske medievirksomheder, der ikke registreres i dansk-registrerede virksomheder, og som derfor ikke er en del af denne analyse; herunder fx Netflix og Amazon Prime. Samtidig står udenlandske techvirksomheder som Google og Facebook for stadigt voksende andele af det danske annoncemarked. Der er dermed tale om en samlet set væsentlig, udenlandsk indflydelse på den danske mediebranche.

## Medievirksomhederne – især de offentligt finansierede – har en lav andel af årsværk med udenlandsk herkomst

Andel af medievirksomhedernes (og hele økonomiens) årsværk med udenlandsk herkomst\*, efter ejerskab, 2016 og 2019



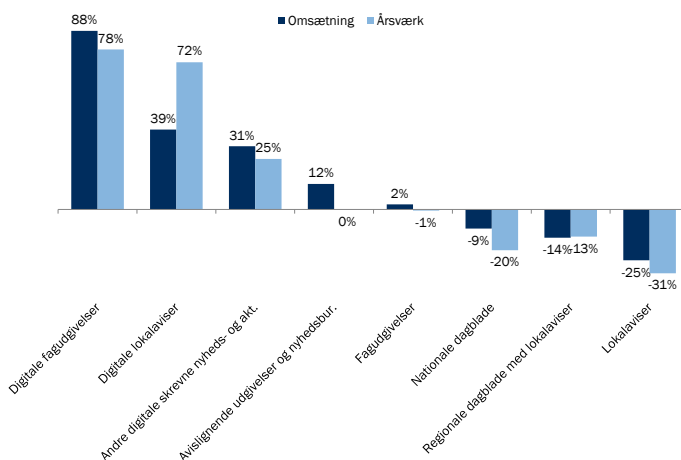
**Kilde:** Danmarks Statistik på baggrund af Kulturministeriets population. \*vestlige og ikke-vestlige indvandrere samt disses efterkommere  
**Univers:** Indholdsbaserede og dansk-registrerede medievirksomheder

- Årsværk med udenlandsk herkomst udgjorde i 2019 5,5 % af medievirksomhedernes samlede beskæftigelse.
- For den samlede, danske beskæftigelse er andelen på 12,5 % mere end det dobbelte; og samtidig er den vokset med 2 procentpoint fra 2016 til 2019.

Blandt medievirksomhederne er det især de offentligt finansierede (licens, finanslov), der har en lav andel af årsværk med udenlandsk herkomst. Blandt disse virksomheder udgør andelen i 2019 3,9 %, mens den højeste andel på 6,5 % findes i gruppen Danske koncerner/virksomheder med en omsætning på over 400 mio. kr.

## Rent digitale medier og fagudgivelser har vækst

Udvikling i hhv. omsætning og årsværk i delbrancher under Skrevne nyheds- og aktualitetsmedier, 2016-2019



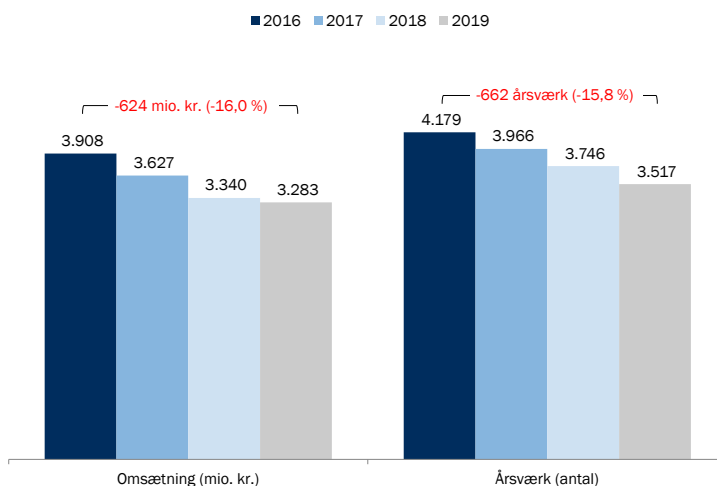
Kilde: Danmarks Statistik på baggrund af Kulturministeriets population  
Univers: Indholdsbase og dansk-registrerede medievirksomheder

- I branchen Skrevne nyheds- og aktualitetsmedier har de medievirksomheder, der alene udgiver digitale medier, fremgang.
- Således er delbrancherne Digitale fagudgivelser, Digitale lokalaviser og Andre digitale skrevne nyheds- og aktualitetsmedier fra 2016 til 2019 gået væsentligt frem målt på både omsætning og årsværk.

Den største af de tre rent digitale delbrancher, Digitale fagudgivelser, har fra 2016 til 2019 øget omsætningen fra 110 til 206 mio. kr. og antallet af årsværk fra 134 til 240. Den lille delbranche Digitale lokalaviser er i samme periode vokset fra 25 til 34 mio. kr. i omsætning og fra 18 til 31 årsværk.

## Både omsætningen og beskæftigelsen hos regionale og lokale nyhedsmedier er faldet med 16 procent

Omsætning og årsværk blandt skrevne nyheds- og aktualitetsmedier med primært regional/lokal fokus, 2016-2019



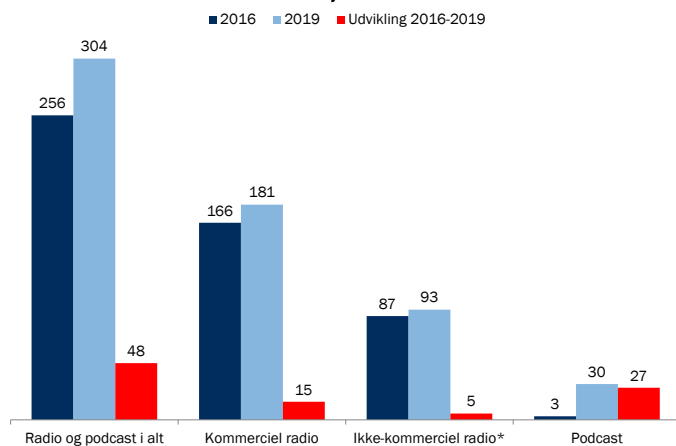
Kilde: Danmarks Statistik på baggrund af Kulturministeriets population  
Univers: Indholdsbase og dansk-registrerede medievirksomheder

- Omsætningen blandt de medievirksomheder, der primært udgiver skrevne nyheds- og aktualitetsmedier med regional og lokal fokus, er faldet med 624 mio. kr. fra 2016 til 2019. Det svarer til en tilbagegang på 16 %.
- Deres beskæftigelse er i samme periode gået tilbage med 662 årsværk, hvilket svarer til et tilsvarende fald på 15,8 %.



## Antallet af årsværk stiger i branchen Radio og podcast – især podcastvirksomhederne beskæftiger flere

Gennemsnitligt antal årsværk hos radio- og podcastvirksomheder efter delbranche, 2016-2019



**Kilde:** Danmarks Statistik på baggrund af Kulturministeriets population

**Univers:** Indholdsbase og dansk-registrerede medievirksomheder

\*Bemærk at DR ikke her indgår i branchen Radio og podcast, men alene i Tv og streaming

- Fra 2016 til 2019 er beskæftigelsen i branchen Radio og podcast steget med 48 årsværk.
- Med 27 flere årsværk fra 2016-2019 står delbranchen Podcast for mere end halvdelen af stigningen i antallet af årsværk.
- Det er næsten dobbelt så stor en stigning som i delbranchen Kommerciel radio, der beskæftiger 15 årsværk mere.

Med 30 årsværk i 2019 er delbranchen Podcast dog fortsat relativ lille. Med både stigende beskæftigelse og omsætning tyder tallene dog på, at delbranchen udvikler sig væsentligt i disse år. En del af væksten kan formentligt tilskrives Podimo, der i 1. halvår 2020 beskæftigede godt to femtedele af delbranchens samlede årsværk.