



MEDIERNES UDVIKLING I DANMARK

MEDIEVIRKSOMHEDERS BESKÆFTIGELSE 2020 HOVEDRESULTATER OG KONKLUSIONER



1 INTRODUKTION

Denne analyse giver et overblik over beskæftigelsen i et bredt udsnit af danske medievirksomheder fra 2016 til 2019. Beskæftigelsen er vigtig at observere. Både fordi den afspejler virksomhedernes økonomiske udvikling, men også fordi den siger noget om, hvilken kapacitet de danske medievirksomheder har til rådighed til at producere indhold. Analysen beskriver blandt andet virksomhedernes samlede beskæftigelse, beskæftigelsen fordelt på brancher og efter ejerforhold, beskæftigelses geografiske fordeling, hvor store andele henholdsvis mænd og kvinder udgør af beskæftigelsen og andelen med udenlandsk herkomst.

De danske medievirksomheders beskæftigelse er under kraftig indflydelse af en række tendenser, der udspringer af især en løbende internationalisering og digitalisering af mediebranchen¹. Analysens resultater skal ses i dette lys, og derfor opsummeres de væsentligste tendenser i analysens afsnit ”Hvad påvirker medievirksomheders beskæftigelse?”.

Analysen fokuserer på perioden fra første halvår 2016 til og med første halvår 2019, og 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 producere og sælge indhold til et primært dansk publikum. Dermed omhandler analysen **ikke** udenlandske medievirksomheder uden registrering i Danmark (fx Netflix), annoncemarkedet (herunder Google og Facebook) samt mediebranchens infrastruktur (fx trykkerier).

Analysens genstandsfelt opsummeres nedenfor; herunder også de områder af beskæftigelsen, der ikke indgår. For yderligere oplysninger henvises til analysens metodeafsnit.

Tabel 1: Oversigt over analysens genstandsfelt

Beskæftigelse, der indgår i analysen	Beskæftigelse, der ikke indgår i analysen
Beskæftigelse i 1.717 medievirksomheder i den danske mediebranche, som primært beskæftiger sig med indholdsproduktion, tilrettelæggelse af en programflade m.m. (virksomhederne kaldes i analysen ”indholdsbaseerede”).	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 (Eniig 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. Virksomheder der er aktive inden for følgende otte brancher:	Infrastruktur (fx trykkerier eller distribution), leverandører inden for journalistik (herunder freelancere, der ikke modtager løn) og forhandlerled indgår ikke.
Filmproducenter, forlag, magasiner og ugeblade, pladeselskaber, radio, skrevne nyheds- og aktualitetsmedier, tv og streaming samt tv-producenter.	Beskæftigelse hos virksomheder, formentligt meget små, der ikke er blevet identificeret igennem analysens kilder.
Virksomhedernes udenlandske beskæftigelse indgår. Freelancere o.l. indgår i det omfang de modtager løn.	Beskæftigelse i virksomhedernes udenlandske datterselskaber.
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.	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.

Analysens population på i alt 1.717 indholdsbaseerede og dansk-registrerede medievirksomheder er baseret på Slots- og Kulturstyrelsens anvendelse af mere end 20 forskellige kilder og registre. Bemærk at ikke alle 1.717 medievirksomheder har været aktive i hele den analyserede periode – fx på grund af opstart, lukninger, opkøb, fusioner og ændrede virksomhedsformål.

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 er firmaernes faktiske lønindberetninger samt CPR-registret.

1.1 Ændringer i forhold til tidligere udgaver af analysen

Virksomhedspopulationen bag denne analyse blev første gang anvendt i 2019. I nærværende analyse er der foretaget enkelte tilpasninger og nuanceringer i populationen, hvorfor resultaterne i denne udgave ikke er direkte sammenlignelige med den foregående udgave. Dette skyldes følgende forhold:

- **Tv-producenter og filmproducenter:** Producentforeningen udgiver årligt en analyse om bl.a. tv-producenter og filmproducenter, hvis bagvedliggende population anvendes i denne analyse. Imidlertid har Producentforeningen fået ny populationsleverandør, hvilket har medført adskillige ændringer blandt de medvirkende virksomheder; herunder både antallet af virksomheder, samt hvorledes de er kategoriseret. Ændringerne er implementeret for hele analyseperioden.
- **Identifikation af enkelte mindre selskaber:** Enkelte mindre selskaber, der ikke tidligere blev identificeret ud fra de anvendte kilder, er blevet tilføjet.

1.2 Analysens struktur

Analysen er struktureret som følger:

- **Hvad påvirker medievirksomhedernes beskæftigelse?** Afsnittet redegør kort for de væsentligste brancherelaterede faktorer, der påvirker medievirksomhedernes beskæftigelse – herunder internationale aktører som Google, Facebook og Netflix.
- **Hovedtendenser:** Gennemgår hovedtendenserne i medievirksomhedernes beskæftigelse, herunder også ud fra virksomhedernes branche og ejerskabsforhold.
- **Demografi:** Beskriver i detaljen beskæftigelsens sammensætning ud fra geografi, uddannelse, køn og herkomst; herunder også de forskelle, der kan observeres på tværs af brancher og ejerskabsformer.
- **Skrevne nyheds- og aktualitetsmedier:** Denne branche beskæftiger flest og udgøres af meget forskelligartede virksomheder, der udvikler sig forskelligartet. Samtidig er branchen udfordret på flere områder, herunder fra internationale aktører. Derfor opdeles branchen i otte delbrancher.

2 ORDFORKLARING

Tabel 2: Ordforklaring

De væsentligste begreber, der anvendes i analysen, kan defineres som følger:

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

Bopæl: Ansatte (med bopæl i Danmark) opgøres i analysens geografiske inddelinger ud fra deres egen bopæl. Ansatte med bopæl i udlandet fremgår som "ukendt bopæl".

Branche: Analysen inddeler de indholdsbaseerede medievirksomheder i otte brancher, der følger branchens væsentligste udgivelsesplatform/medie, fx radio.

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.

Herkomst: I analysen opgøres beskæftigelsen ud fra andelen med henholdsvis dansk herkomst og udenlandsk herkomst defineret som indvandrere fra vestlige og ikke-vestlige lande samt efterkommere af disse.

Indholdsbaseeret: I analysen indgår alene virksomheder, der primært producerer indhold, sammensætter en programflade til tv eller bearbejder og videreformidler andres input. Dermed ekskluderes fx tech- og annoncevirksomheder som Google og Facebook, 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 ejerledet.

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).

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

Uddannelse: Svarer til den enkeltes højeste fuldførte uddannelse.

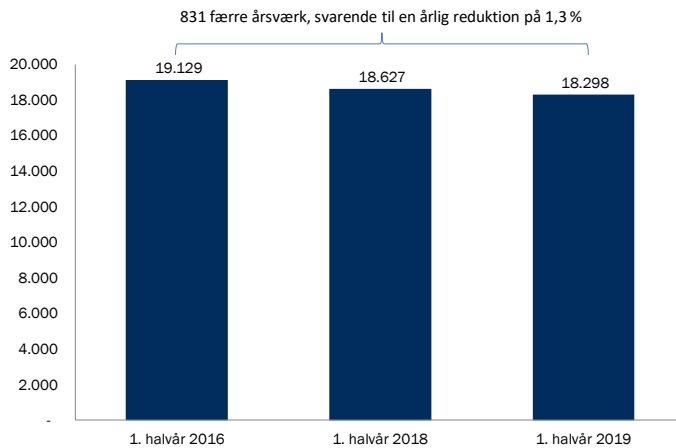
Virksomhed: I analysen er en virksomhed defineret ved en enhed med eget CVR-nummer. En virksomhed kan enten være fritstående eller en del af en koncern (se ovenfor). Bemærk at den samme virksomhed kan indgå i forskellige inddelinger i analysen – fx ud fra ejerskab, branche, delbranche eller redaktionel fokus.

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.

3 HOVEDRESULTATER

Medievirksomheders beskæftigelse falder

Årsværk i medievirksomhederne



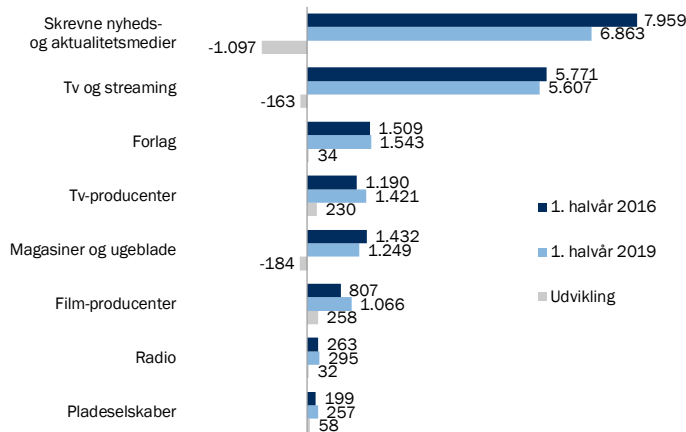
Kilde: Danmarks Statistik/Slots- og Kulturstyrelsen.
Univers: 1.717 indholdsbaseerede og dansk-registrerede medievirksomheder

- De analyserede medievirksomheder beskæftiger i første halvår af 2019 18.298 årsværk.
- Det er 831 færre end i første halvår af 2016 og 329 færre end året før i første halvår af 2018.

For perioden fra første halvår af 2016 til første halvår af 2019 svarer udviklingen til, at antallet af årsværk beskæftiget af medievirksomhederne faldt med i gennemsnit 1,3 % om året. Udviklingen sker parallelt med, at medievirksomhederne er under påvirkning af især en digitalisering og internationalisering af branchen; fx udfordres dagbladenes annonceomsætning af Google og Facebook. Ligeledes ændrer branchens værdikæder i flere tilfælde karakter. Fx når en tv-distributør som TDC i stigende grad får produceret indhold til egne platforme og kanaler, herunder den nye kanal Xee. Udviklingen kan både medføre en øget efterspørgsel hos de medievirksomheder, som leverer indhold, samt udgøre en ny konkurrencesituation.

Tilbagegangen er størst blandt de skrevne medier

Årsværk i medievirksomhederne efter brancher



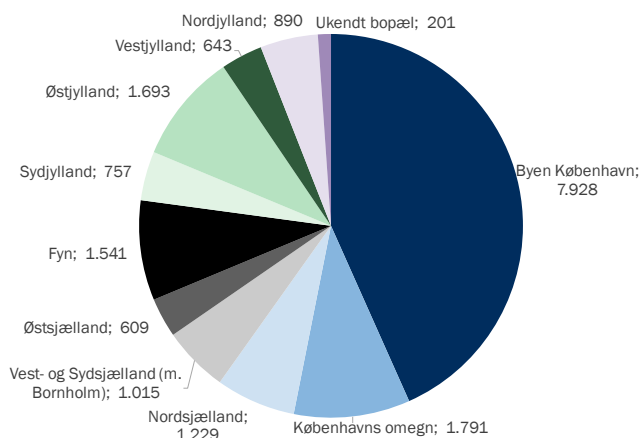
Kilde: Danmarks Statistik/Slots- og Kulturstyrelsen.
Univers: 1.717 indholdsbaseerede og dansk-registrerede medievirksomheder

- Virksomheder i branchen Skrevne nyheds- og aktualitetsmedier beskæftiger 1.097 færre årsværk i første halvår af 2019 end i første halvår af 2016. Det svarer til en tilbagegang på 14 %.
- Branchen Magasiner og ugeblade, har i den samme periode fået 184 færre årsværk, hvilket svarer til et fald på 13 %.

Omvendt er der i brancherne Tv-producenter og Filmproducenter en – i forhold til branchernes beskæftigelse - stor stigning i antallet af årsværk i perioden fra første halvår af 2016 til første halvår af 2019. En af årsagerne til den positive udvikling kan være en øget efterspørgsel, også fra internationale streamingtjenester, efter indhold.

København er omdrejningspunkt for beskæftigelsen

Årsværk i medievirksomhederne efter bopæl, 1. halvår 2019



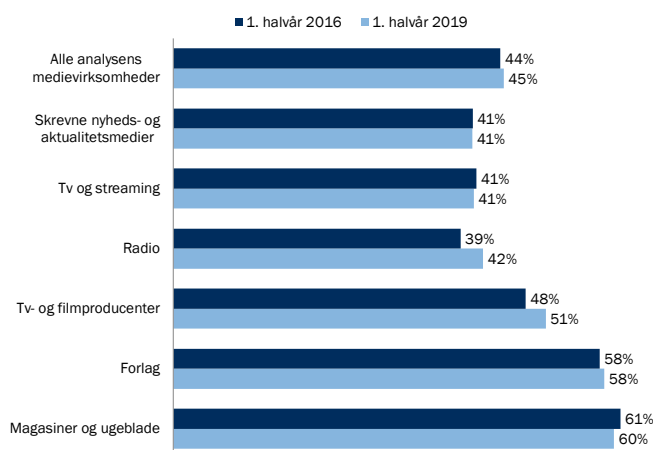
Kilde: Danmarks Statistik/Slots- og Kulturstyrelsen.
Univers: 1.717 indholdsbaserede og dansk-registrerede medievirksomheder

- Hovedparten af medievirksomhedernes årsværk har bopæl i eller omkring København.
- I alt 10.949 årsværk ud af 18.298, svarende til 60 %, har i første halvår af 2019 bopæl i Region Hovedstaden opgjort uden Bornholm.

I brancherne er der dog stor forskel på, hvor stor en andel af årsværkerne, der har bopæl i Region Hovedstaden opgjort uden Bornholm. Andelen i første halvår af 2019 er højest i Tv- og filmproducenter (86 %) og Magasiner og ugeblade (85 %) og lavest i Skrevne nyheds- og aktualitetsmedier (41 %).

Stor forskel på mænds og kvinders andele af branchernes beskæftigelse

Kvindens andel af årsværk efter branche, første halvår 2019



Kilde: Danmarks Statistik/Slots- og Kulturstyrelsen.
Univers: 1.717 indholdsbaserede og dansk-registrerede medievirksomheder

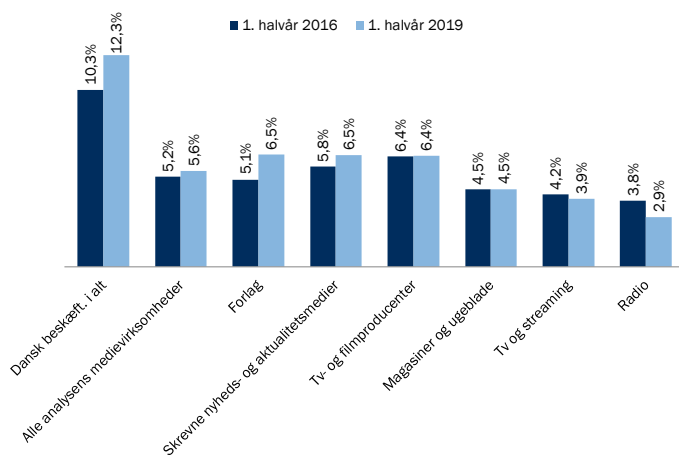
- Blandt medievirksomhederne udgør kvinder 45 % af årsværkerne i første halvår af 2019. Det er 1 procentpoint mere end i første halvår af 2016.
- Kvinders andel er med 41 % lavest i Skrevne nyheds- og aktualitetsmedier og med 60 % højest i Magasiner og ugeblade.

Når man ser på udviklingen fra første halvår af 2016 til første halvår af 2019 er det typisk i de brancher, hvor beskæftigelsen stiger forholdsmæssigt mest – Tv- og filmproducenter og Radio – hvor kvinders andel af årsværkerne stiger mest. Udviklingen kan indikere, at kvinder udgør en større andel af nyansættelserne i brancherne.

I analysen opgøres beskæftigelsen også ud fra hvem, der ejer medievirksomhederne, og også her er der væsentlige forskelle. Medievirksomheder ejet af udenlandske koncerner har således den højeste andel af kvinder med 48 % af årsværkerne i første halvår af 2019, mens kvinders andel på 42 % af årsværkerne er lavest blandt de licensfinansierede medier.

Medievirksomhederne beskæftiger færre årsværk med udenlandsk herkomst end gennemsnittet

Andel af årsværk med udenlandsk herkomst



Kilde: Danmarks Statistik/Slots- og Kulturstyrelsen.
Univers: 1.717 indholdsbaseerede og dansk-registrerede medievirksomheder

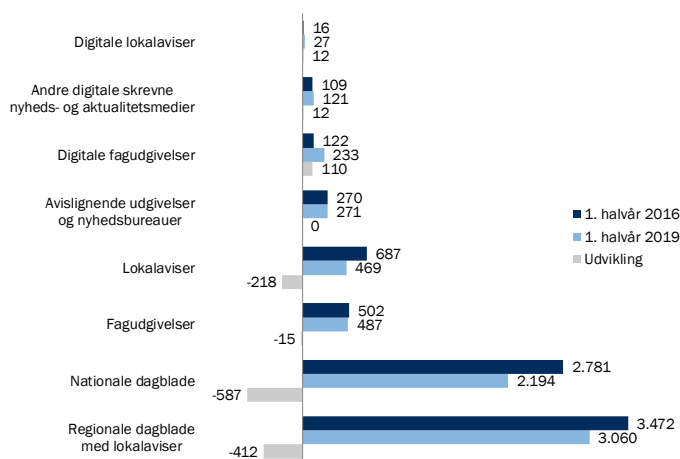
- Årsværk med udenlandsk herkomst udgør i første halvår af 2019 12,3 % af den samlede danske beskæftigelse.
- Andelen med udenlandsk herkomst blandt medievirksomhederne på 5,6 % i første halvår af 2019 er dermed under det halve af gennemsnittet.

Andelen af årsværk med udenlandsk herkomst er i første halvår af 2019 højest blandt Førlæg (6,5 %), Skrivne nyheds- og aktualitetsmedier (6,5 %) og lavest i Radio (2,9 %) og Tv og streaming (3,9 %).

Når andelen i stedet opgøres ud fra hvem, der ejer medievirksomhederne, er det medievirksomheder ejet af store, danske koncerner, der med 6,5 % i første halvår af 2019 har den højeste andel af årsværk med udenlandsk herkomst, mens andelen – ligesom med kønsfordelingen – med 4,0 % er lavest blandt de licensfinansierede medier.

Rent digitale skrevne medier øger beskæftigelsen

Årsværk i otte delbrancher under Skrivne nyheds- og aktualitetsmedier



Kilde: Danmarks Statistik/Slots- og Kulturstyrelsen.
Univers: 1.717 indholdsbaseerede og dansk-registrerede medievirksomheder

- Antallet af årsværk i branchen Skrivne nyheds- og aktualitetsmedier er generelt faldende; det gælder særligt i delbrancherne Nationale dagblade, Regionale dagblade med lokalaviser og Lokalaviser.
- Imidlertid er der fremgang blandt de rent digitale skrevne medier, herunder især delbranchen Digitale fagudgivelser.

I alt har medievirksomhederne i de tre delbrancher Digitale fagudgivelser, Andre digitale skrevne nyheds- og aktualitetsmedier og Digitale Lokalaviser øget antallet af årsværk fra 247 i første halvår af 2016 til 381 i første halvår af 2019 – en stigning på 134 årsværk eller 54 %.

¹ Lisbeth Knudsen m.fl. for Slots- og Kulturstyrelsen: "Globaliseringen af den danske mediebranche", 2017