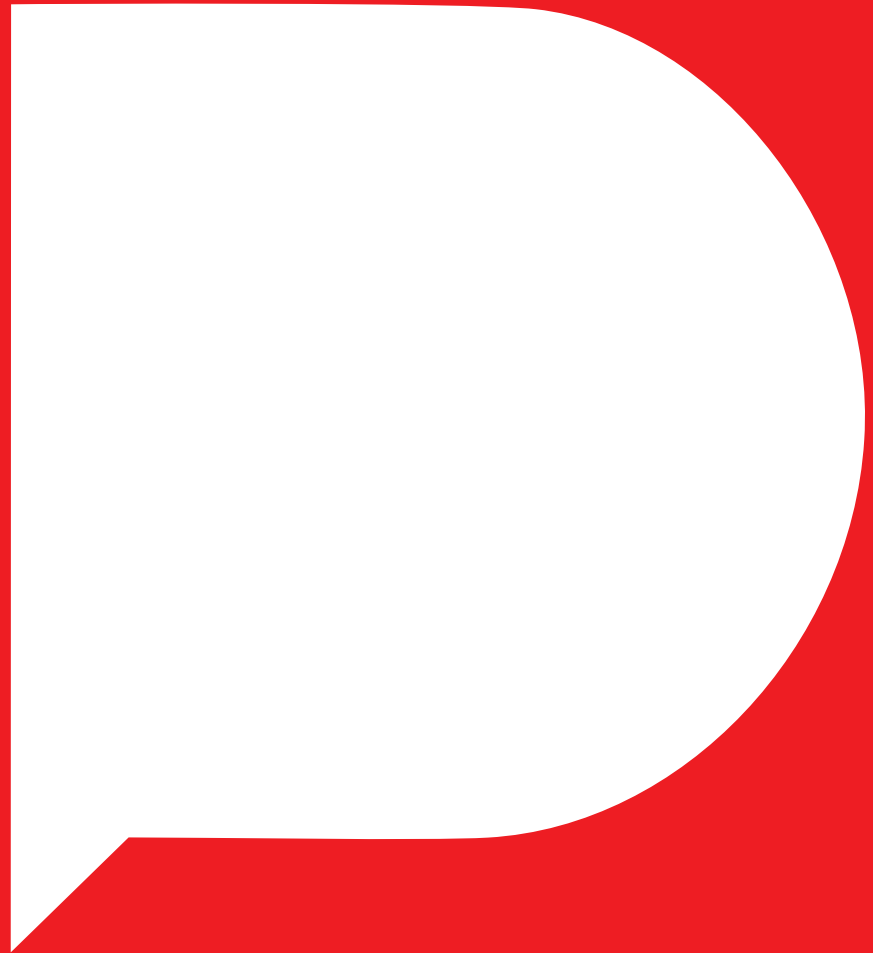


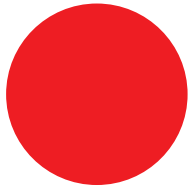


**Producent
Foreningen**

2017



DANSKE INDHOLDSPRODUCENTER I TAL



Indholdsfortegnelse

1	Formål	3
2	Sammenfatning	4
	Film	4
	Reklame	4
	TV	5
	Spil	5
3	Metode	6
	Datapunkter	6
4	Udviklingen i antal virksomheder	8
5	Beskæftigelse	9
6	Omsætning	10
7	Eksport	11
8	Omsætning pr årsværk	12
9	Regional fordeling	13
10	Fordeling på virksomhedsstørrelser	14

1 Formål

Dansk film, tv, computerspil og reklamefilm er en kreativ og kunstnerisk succes. Brancherne er udfordrede af ændrede forbrugsvaner og den digitale udvikling men bidrager på trods af dette også i økonomisk henseende positivt til værditilvæksten i Danmark. For at kunne iværksætte de rette politiske og branchemæssige tiltag er det væsentligt at kende udviklingen i branchen, og derfor har Producentforeningen, som er brancheforening for de private indholdsproducenter, siden 2009 udarbejdet analysen Danske Indholdsproducenter.

Formålet med analysen Danske Indholdsproducenter er at give et økonomisk overblik over dansk indholdsproduktion, og analysen er i denne rapport opdateret med tal for private producenter i 2016. De private producenter er defineret ved, at de skaber egne rettighedsbeskyttede produkter, og analysen omfatter derfor ikke DR, TV 2, TV 2 Regionerne eller reklamebureauernes egenproduktion. Rapporten omfatter alle producenter, også de, der ikke er medlemmer af Producentforeningen.

Branchen er i analysen delt op i delbrancher, som svarer til Producentforeningens medlemsområder: film, som dækker over både spillefilm og dokumentarfilm, tv, reklamefilm og spil. Formålet er således at kortlægge virksomhederne inden for delbrancherne i sammenlignelige størrelser, så en sammenligning med tidligere års undersøgelser er mulig.

Der måles på omsætning, eksport, beskæftigelse, antal af virksomheder og regional fordeling. Ved hjælp af forskellige registre over indholdsproducenternes produkter indsamles den samlede population, og økonomiske nøgletal trækkes som særkørsel på cvr-numre fra Danmarks Statistik.

2

Sammenfatning

Generelt er 2016 et år præget af stagnation i de audiovisuelle brancher. Til gengæld er billedet for hele perioden 2009-2016 meget positivt og viser en voksende brancheklynge med stort potentiale for yderligere udvikling og vækst.

Perioden 2009-2016 viser en fordobling i omsætning og eksport hos producenterne. Det viser sig i en gennemsnitlig årlig vækst i omsætningen på 8,58% (samlet for perioden +93,2%) og en gennemsnitlig vækst i årlig eksport på 10,65% (samlet for perioden +103,3%) for den samlede danske indholdsproduktion. Samtidig er det samlede antal virksomheder vokset med 61,5%, og antallet af årsværk er vokset med 49,7%.

Brancherne er i 2016 fortsat præget af en struktur, hvor få, store virksomheder står for hovedparten af omsætningen og eksporten, mens en spirende underskov af virksomheder vokser frem med nye produkter, som endnu har til gode at generere omsætning og eksport. 2016 er også præget af fortsat vækst i antallet af virksomheder i den audiovisuelle industri. Væksten er en følge af den konstante udvikling i teknologier og forbrugeradfærd, der i stigende grad efterspørger indhold til de digitale forretningsmodeller.

Omsætningen og eksporten er i 2016 præget af en svag tilbagegang, der især skyldes, at enkelte tv-producenter og spilvirksomheder mister omsætning. Til gengæld ser det ud til, at spil-virksomhederne i stigende grad konsoliderer sig og investerer i nye ansatte og produkter. Samtidig er der fortsat vækst i antallet af nye virksomheder generelt. Reklamefilmproducenterne ser ud til at have nydt godt af en positiv markedskonjunktur og oplever som eneste branche to cifret vækst i både omsætning, eksport og antal ansatte.

2016 fremviser et samlet fald i omsætningen på lige under 5%. Omsætningen er dog stadig højere end i 2014, så dette kan ikke ses som udtryk for en tendens. I alt omsatte brancherne for 4,3 mia. kr., og den samlede beskæftigelse holder niveauet fra året før.

Film

I 2016 beskæftigede 133 filmselskaber hvad der svarer til 433 fuldtidsmedarbejdere (årsværk), og omsatte for 1,34 mia. kr. Det er en stigning i omsætning på 2,3%, til trods for at antallet af årsværk er gået lidt ned (-4,4%). Dansk film eksporterer stadig for et massivt beløb, selv om filmproducenternes eksport er faldet med 7,3%, til 470 mio. kr. Det viser, at dansk film stadig har stor gennemslagskraft i udlandet. Ift. selskabernes økonomiske situation er eksporten også et vigtigt element, da 35% af filmproducenternes omsætning ligger i udlandet.

Reklame

De 68 private reklamefilmproducenter beskæftigede i 2016 363 medarbejdere, hvilket er en stigning på 32 årsværk, svarende til 9,7%, som i øvrigt fulgte en tilsvarende stigning i 2015. Omsætningen er steget med 10,3% og eksporten er steget med 16,7%. Da der kun optræder 68 virksomheder, og da både omsætning og eksport er relativt moderat, betyder enkelte virksomheders succes eller mangel på samme ganske meget for branchens nøgletal fra år til år.

TV

Tv-branchens omsætning falder i 2016 med 10,7%, til 1,32 mia. kr. men er stadig større end i 2014. Eksporten falder til rekordlave 142,7 mio. kr. - det er et fald på 19,2%, og er ikke set lavere i undersøgelsens syvårige periode. Beskæftigelsen ligger med 1071 årsværk stabilt på samme niveau som de seneste fire år. Tendensen fra de seneste fire år viser samme type udsving i nøgletallene, og kan tilskrives tv-branchens projektbaserede karakter.

Spil

Spilbranchen har oplevet et dyk i både omsætning og eksport i 2016, på hhv. 11,7% og 12,8%. Spilproducenternes omsætning har en eksportandel på 63%, og det må derfor forventes, at et fald i eksporten betyder meget for virksomhedernes omsætning. Enkelte større virksomheder med betydelig eksport har haft et fald i omsætningen, uden at de mellemstore virksomheder har kunnet kompensere for det samlede fald.

Beskæftigelsen hos spilproducenterne stiger med 4,4%, og stadig flere virksomheder skyder op, hvilket viser en branche i stadig vækst.

Fig.1: Virksomhedernes udvikling 2009-2016 (omsætning og eksport i mio. kr.)

		Virksomheder	Årsværk	Omsætning	Eksport
Film	2009	95	484	861	112*
	2016	133	433	1.344	470
	Udvikling	+40,0%	-10,5%	+56,1%	+319,6%
Reklame	2009	32	118	262	43*
	2016	68	363	567	35
	Udvikling	+112,5%	+207,6%	+116,4%	-18,6%
Spil	2009	72	516	377	339*
	2016	162	804	1.025	649
	Udvikling	125,0%	55,8%	+171,9%	+91,4%
TV	2009	110	667	703	144*
	2016	136	1.071	1.318	143
	Udvikling	+23,6%	+60,6%	+87,5%	-0,7%

*Eksportdata er fra 2010

Fig.2: Nøgletal 2016 (omsætning og eksport i mio. kr.)

	Film	Reklame	TV	Spil	Samlet	Udvikling 15-16	Udvikling 09-16
Virksomheder	133	68	136	162	499	+4,2%	+61,5%
Årsværk	433	363	1071	804	2671	-0,7%	+49,7%
Omsætning	1.344	567	1.318	1.025	4.254	-4,7%	+93,2%
Eksport	470	35	143	649	1.297	-11,0%	+103,3%

3 Metode

Relevant data indhentes fra flere steder for at få et fyldestgørende billede af, hvilke virksomheder der arbejder indenfor medlemsområderne.

Rapportens oplysninger om kernevirksohederne bygger på Danmarks Statistik, men da Danmarks Statistiks branchekoder er for bredt defineret til at give brugbar information om indholdsproducenterne, identificeres virksomhederne via produkt- og rettighedsregistre:

- Lister fra Producent Rettigheder Danmark (PRD), bestående af film og tv-producerende virksomheder, der har modtaget rettighedsmidler i 2016 for egne produktioner
- Lister fra Interactive Denmark med de danske spil- og interaktiv-udviklere, der falder inden for Producentforeningens medlemsområder
- Data fra TV2 Medialink, hvor reklamefilmproducenter, der har udsendt reklamer i 2016, optræder
- Lister fra Det Danske Filminstituts offentlige støttetildeling
- Producentforeningens interne CRM-system gennemgås manuelt af nøglemedarbejdere for at fjerne dubletter og vurdere de enkelte producenters primære forretningsområder.

Disse data sorteres efter Producentforeningens medlemsområder ud fra, i hvilken kategori virksomhedernes primære produktion foregår. Således indgår virksomheder, der producerer indhold i flere kategorier, kun i den kategori, hvor deres primære produktion foregår.

Bruttolisterne gennemgås først i cvr-registret, således at lukkede og konkursramte virksomheder sorteres fra, og dernæst ekspertvalideres listerne. Herefter indsamles aggregerede økonomiske nøgletal om de identificerede virksomheder via deres cvr-numre.

Datapunkter

Analysens data er primært baseret på tal fra Danmarks Statistik og Det Centrale Virksomhedsregister. De enkelte datapunkter afhænger af flere registre og består af aggregerede data.

Udvikling i antal virksomheder

Antallet af virksomheder fremkommer efter en gennemgang af virksomhedernes omsætning og beskæftigelse (se afsnit nedenfor), således at virksomheder uden omsætning eller uden beskæftigede medarbejdere sorteres fra. Den sortering foregår for at skabe et mere retvisende billede af det reelle antal aktive virksomheder.

Rapportens titel er i år blevet ændret til at indeholde udgivelsesåret. Tidligere har rapportens titel fulgt undersøgelsesåret, men for klarheds skyld er praksis ændret fra og med i år.

Beskæftigelse

Antal årsværk i branchen opgives på baggrund af *Beskæftigelse for Lønmodtagere*^{*} ("e-Indkomst-statistikken"), som bygger på de oplysninger, der af arbejdsgivere og andre, der udbetaler løn, vederlag eller lignende, skal indsendes til skattemyndighederne. Disse aggregeres til årsværk – antal fuldtidsbeskæftigede.

Omsætning

Omsætningen opgøres af Danmarks Statistik, ud fra *Firmaernes Køb og Salg*[†] ("Momsstatistikken"). Data til tabellen er indhentet fra SKATs momsregistre og suppleres med baggrundsoplysninger fra Det Centrale Virksomhedsregister. Manglende indberetninger imputeres af Danmarks Statistik. Momsfri fondsstøtte og lignende indgår ikke i virksomhedernes omsætning.

Eksport

Eksportomsætning er som hovedregel ikke momspligtig i Danmark, og eksporttallet fra Danmarks Statistik indhentes fra *Firmaernes Køb og Salg*[‡] og er baseret på virksomhedernes eksportangivelse i momsblankettens felt b og c, idet det omfatter virksomhedernes årlige eksport samt anden ikke momspligtig aktivitet. Eksportomsætning, der er momspligtig i Danmark, vil være omfattet af det indenlandske salg, da det er baseret på salgsmomsen, og da det ikke er muligt at adskille det yderligere.

^{*} <http://www.dst.dk/da/Statistik/dokumentation/statistikdokumentation/maanedlig-beskaeftigelse-for-loenmodtagere>

[†] <http://www.dst.dk/da/Statistik/dokumentation/statistikdokumentation/firmaernes-koeb-og-salg>

4

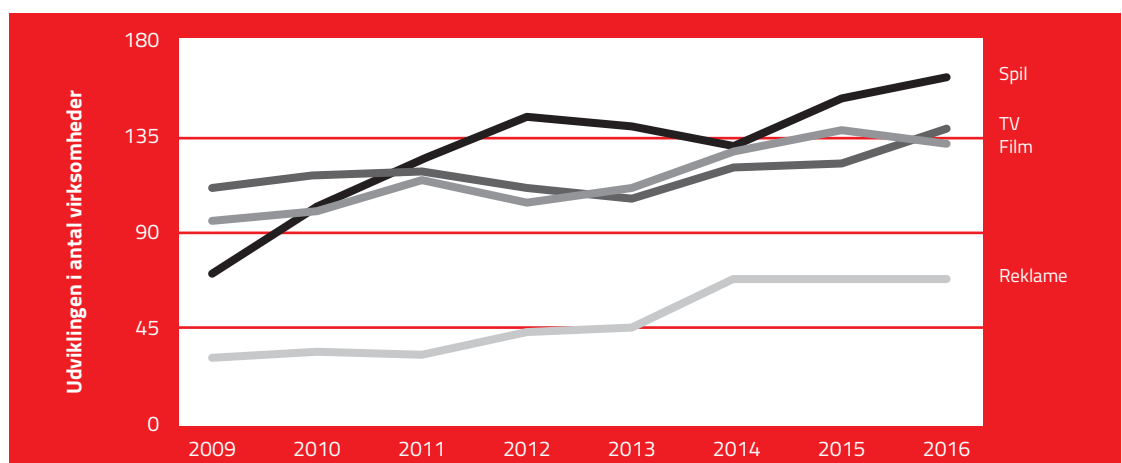
Udvikling i antal virksomheder

Der bliver stadig flere virksomheder i den audiovisuelle industri. Man kan i 2016 se en samlet stigning på 4,2%, og det på trods af, at reklamefilm blot holder niveauet, og filmbranchen er blevet fire virksomheder færre. Dermed fortsætter den positive tendens, som har præget alle opgørelsesårene.

I perioden 2009-2016 er antallet af virksomheder i de audiovisuelle brancher steget med 61,5%. I denne periode har især reklamefilm- og spilproducenter trukket for med stigninger på hhv. 112,5% og 125%.

Fig. 3: Udvikling i antal virksomheder

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Udvikling 15-16	Udvikling 09-16
Film	95	100	114	104	110	128	137	133	-2,9%	40,0%
Reklame	32	34	34	44	46	67	68	68	0,0%	112,5%
TV	110	117	118	110	107	120	123	136	7,3%	125,0%
Spil	72	103	125	145	139	131	151	162	10,6%	23,6%
Samlet	309	354	391	403	402	446	479	499	4,2%	61,5%



5

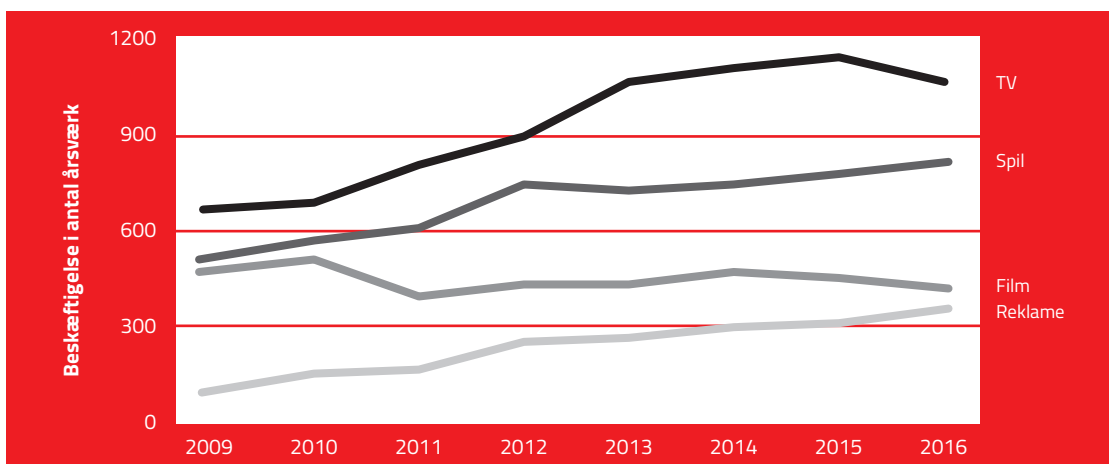
Beskæftigelse

I forhold til beskæftigelse hos producenterne kan man se en stagnation i 2016. Samlet set er beskæftigelsen faldet med 0,7%, hvilket dækker over 19 færre årsværk ud af 2.671 årsværk i alt. Altså et minimalt fald.

I hele opgørelsesperioden 2009-2016 er beskæftigelsen øget med knap 50%, svarende til en samlet stigning på 886 årsværk. Alle undtagen filmproducenterne har oplevet en stor, samlet stigning i beskæftigelsen i hele opgørelsesperioden.

Fig. 4: Beskæftigelse i antal årsværk

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Udvikling 15-16	Udvikling 09-16
Film	484	513	403	432	446	467	453	433	-4,4%	-10,5%
Reklame	118	161	174	256	262	303	331	363	9,7%	207,6%
Spil	516	571	615	728	721	735	770	804	4,4%	55,8%
TV	667	693	803	893	1.046	1.098	1.136	1.071	-5,7%	60,6%
Samlet	1.785	1.938	1.995	2.309	2.475	2.603	2.690	2.671	-0,7%	49,6%



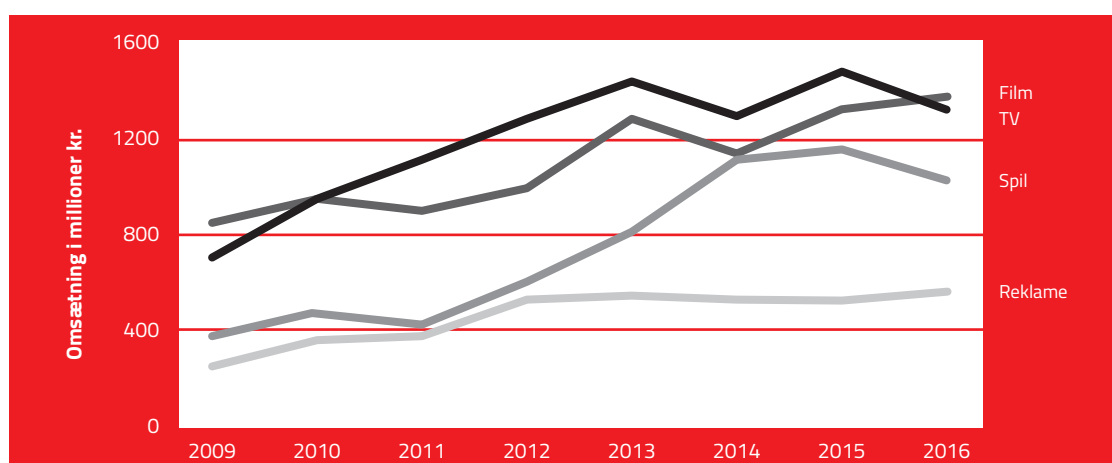
6 Omsætning

I 2016 ser man for første gang i opgørelsesperioden en stagnation i omsætningen i den audiovisuelle industri. Der sker et samlet fald i omsætningen på 4,7% i 2016 svarende til 212 mio.kr. Nedgangen ses tydeligst i spil- og tv-branchen, hvorimod man i film- og især reklamefilmbranchen har formået at øge omsætningen. Hvor tv historisk har været branchen med størst omsætning, kan filmbranchen nu overtage den plads, efter tv-omsætningen går ned med 158 mio. kr. Spilbranchens fald udgør 136 mio. kr., men branchen holder sig stadig over 1 mia. kr. i årlig omsætning.

For hele opgørelsesperioden 2009-2016 er omsætningen tæt på fordoblet, og lander i 2016 på knap 4,3 mia. kr. mod 2,2 mia. kr. i 2009 – en stigning på godt 2 mia. kr. eller 93,2% på syv år.

Fig. 5: Omsætning (i mio. kr.)

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Udvikling 15-16	Udvikling 09-16
Film	861	948	884	983	1.276	1.132	1.314	1.344	2,3%	56,1%
Reklame	262	355	392	537	551	544	514	567	10,3%	116,4%
Spil	377	461	429	598	823	1.116	1.161	1.025	-11,7%	171,9%
TV	703	934	1.113	1.262	1.435	1.298	1.476	1.318	-10,7%	87,5%
Samlet	2.202	2.699	2.819	3.380	4.085	4.090	4.466	4.254	-4,7%	93,2%



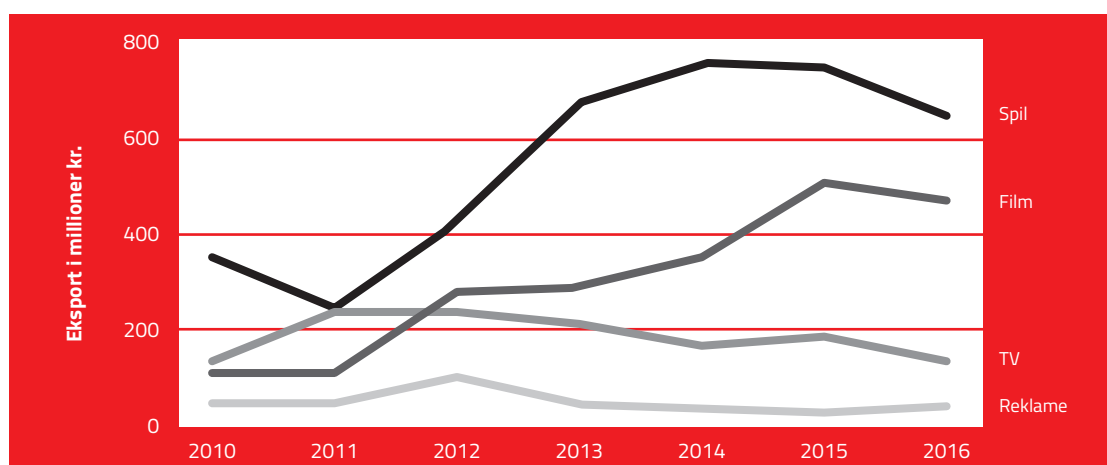
7 Eksport

Eksporten falder med 11% i 2016, hvor kun reklamefilmbranchen formår at øge eksportandelen. Samlet eksporteres der for 1,3 mia. kr., hvoraf spilvirksomhederne tegner sig for cirka halvdelen, nemlig 649 mio. kr. Hos tv-producenterne, hvor eksporten dykker med godt 19%, er det et fald på 34 mio. kr. (under 2,5%) af producenternes samlede omsætning på knap 1,3 mia. kr., der udløser en stor, procentvis ændring. Samme tendens med et beskedent fald i beløb og en stor, procentuel forskel gør sig gældende i både film- og reklamefilmproducenternes eksporttal.

Eksporten i den audiovisuelle industri er på seks år (2010-2016) mere end fordoblet (+103,3%), hvilket især kan tilskrives film- og spilproducenterne. De to grene står i hele opgørelsesperioden for stigninger i eksport på hhv. 319,6% og 91,5%. Filmeksporten er i hele opgørelsesperioden steget med 358 mio. kr.

Fig. 6: Eksport (i mio. kr.)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Udvikling 15-16	Udvikling 09-16
Film	112	114	279	291	348	507	470	-7,3%	319,6%
Reklame	43	42	92	50	39	30	35	16,7%	-18,6%
Spil	339	240	415	669	747	744	649	-12,8%	91,5%
TV	144	231	232	213	166	177	143	-19,2%	-0,8%
Samlet	638	627	1.019	1.222	1.300	1.458	1.297	-11,0%	103,3%



8

Omsætning pr årsværk

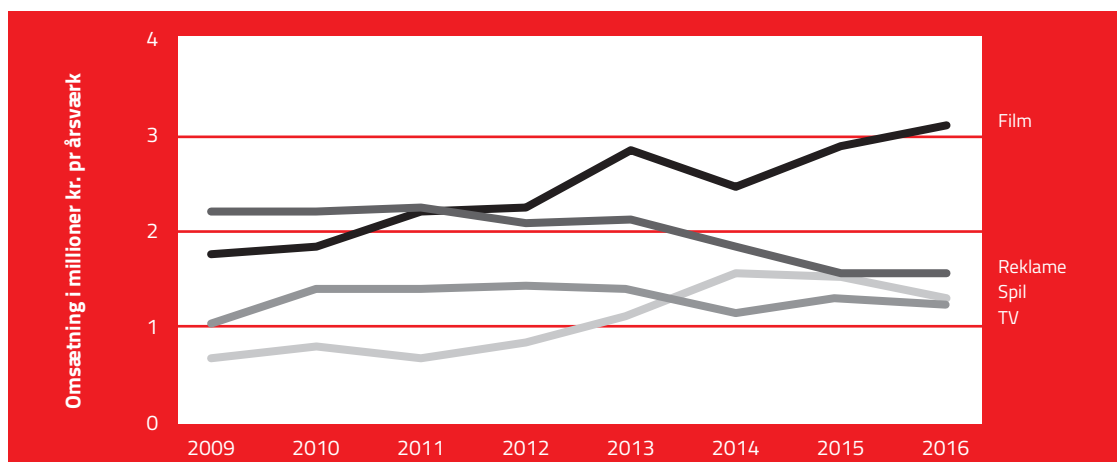
Det er interessant at få et tal for virksomhedernes omsætning i forhold til antal medarbejdere, og et af de centrale økonomiske nøgletal for de danske indholdsproducenter er derfor omsætning pr årsværk.

Der har generelt været en positiv udvikling i omsætningen hos indholdsproducenterne, når man ser på dette nøgletal. Spilproducenterne har dog oplevet et ret markant fald i omsætningen pr ansat på 15,5% fra 2015 til 2016. Som illustreret tidligere skyldes dette et omsætningsfald på 136 mio. kr., mens antallet af ansatte er steget med 34 personer i samme periode. Filmproducenterne har med 3,1 mio. kr. den højeste omsætning pr årsværk af alle brancher. Niveauet er dobbelt så meget som reklamefilm, der ligger næsthøjest med 1,56 mio. kr pr ansat.

I hele perioden 2009-2016 er det kun reklamefilm, der oplever et samlet fald på 29,7% i omsætningen pr årsværk. Film- og tv-producenterne har hver for sig oplevet en stigning på 74,5%, mens spilproducenterne kan notere en samlet vækst på 16,8%.

Fig. 7: Omsætning (i mio. kr.) pr årsværk

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	Udvikling 15-16	Udvikling 09-16
Film	1,78	1,85	2,19	2,28	2,86	2,42	2,90	3,10	7,0%	74,5%
Reklame	2,22	2,20	2,25	2,10	2,10	1,80	1,55	1,56	0,6%	-29,7%
Spil	0,73	0,81	0,70	0,82	1,14	1,52	1,51	1,27	-15,5%	74,5%
TV	1,05	1,35	1,39	1,41	1,37	1,18	1,30	1,23	-5,3%	16,8%
Samlet	1,23	1,39	1,41	1,46	1,65	1,57	1,66	1,59	-4,1%	29,1%

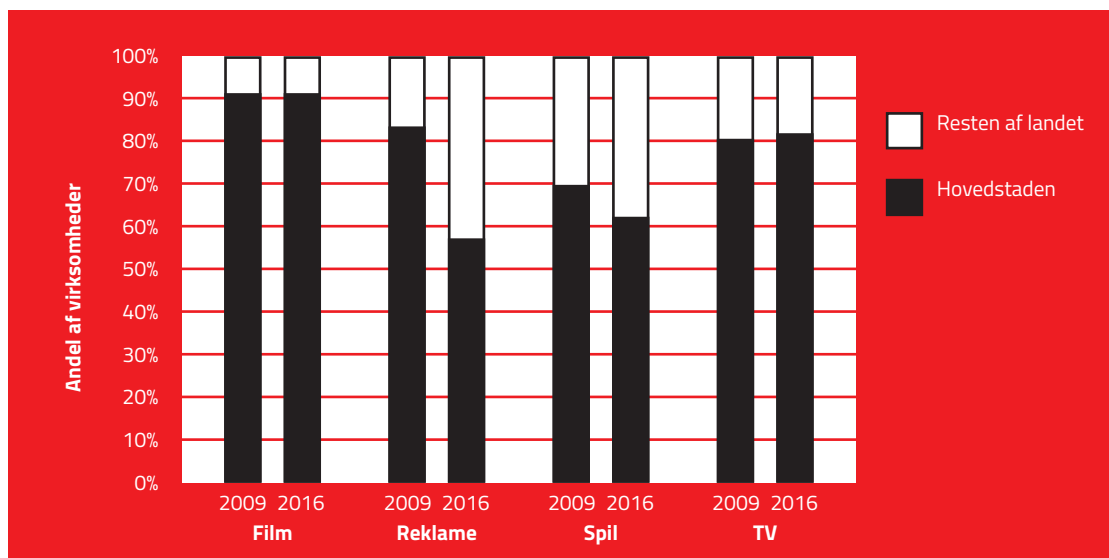


9

Regional fordeling

København er fortsat centrum for producenterne indenfor den audiovisuelle industri. 91% af filmproducenterne og 82% af tv-producenterne bor i hovedstaden. Spil- og reklamefilm-producenterne viser sig at være de mest tværregionale, til trods for at begge brancher har omkring 60% af virksomhederne placeret i København.

Fig. 8: Regional fordeling af virksomheder



10

Fordeling på virksomhedsstørrelser

Den audiovisuelle industri er i 2016 domineret af mindre virksomheder, mens 81% af omsætningen genereres af de største virksomheder. Især spilbranchen har et højt antal mindre virksomheder – 105 spilvirksomheder har en omsætning på 1 mio. kr. eller derunder. Reklamefilmproducenterne, derimod, har meget få af de mindre virksomheder, blot 20 stk.

Fig. 9: Fordeling på virksomhedsstørrelser (omsætning)

		Virksomheder 1 mio. og derunder	Virksomheder fra 1 mio. til 7,5 mio.	Virksomheder over 7,5 mio.
Film	2009	53	27	15
	2016	76	39	18
Reklame	2009	6	13	12
	2016	20	32	16
Spil	2009	43	17	7
	2016	105	42	15
TV	2009	67	26	19
	2016	60	51	25

