

**MEDIERNES UDVIKLING** 2014  
**I DANMARK**

 **STYRELSEN**

# BRANCHEANALYSE

## INTRODUKTION



## Indholdsfortegnelse

1. Introduktion: Mediernes økonomi og rammevilkår .....	2
1.1 Struktur .....	3
2. Konklusion .....	4
3. Overvejelser om analyser i fremtidige rapporteringer .....	6
4. Metode .....	7
4.1 Firmastatistik.....	7
4.2 Den registerbaserede arbejdsstyrkestatistik .....	7
5. Brug af data og resultater.....	8

## 1. Introduktion: Mediernes økonomi og rammevilkår

Brancheanalysen har til formål at belyse, hvordan mediebranchen påvirkes af de ændringer, der sker på markedet. Det er hensigten at få belyst udviklingen for mediebrancherne over tid, så mediernes tilstand følges løbende, og de eventuelle ændringer i deres rammevilkår synliggøres.

Den hastige udvikling teknologisk og den øgede internationalisering samt de heraf afledte ændringer i forbrugeradfærden betyder, at der er tale om en række strukturelle forandringer af mediemarkedet, hvor de traditionelle betalingsmodeller for nogle mediegrupper er under pres. Der er stor forskel i påvirkningen inden for de forskellige mediegrupper, hvilket vil blive vist i gennemgangen af mediernes økonomiske situation. Ud over de strukturelle forandringer er Danmark samtidig fortsat påvirket af den konjunkturbetingede finansielle krise, som ligeledes har påvirket mediernes indtjening.

Grundlæggende er der en række fællestræk i forhold til, hvad medierne påvirkes af, som er

- den teknologiske udvikling
- internationalisering
- ændringer i forbrugeradfærden.

Kommercielle medier er afhængige af indtægter fra købere af deres produkt, enten via reklame, brugerbetaling eller lignende. Samtidig er de forskellige mediegrupper i indbyrdes konkurrence om brugernes økonomiske og tidsmæssige ressourcer. Konkurrencevilkårene afgør brugernes mulighed for at kapitalisere på deres indholdsproduktion.

Mediernes produktion i en dansk kontekst finansieres traditionelt ved

- annonce- og/eller abonnementsindtægter for kommercielle virksomheder
- licensfinansiering af public service-medier.
- statsstøtte i form af produktionsstøtte og indirekte statsstøtte i form af 0-moms mv.
- andre indtægter fra fx distributions-, og trykkerivirksomhed m.v.

Indtægtsgrundlaget for de danske medier er imidlertid under pres som følge af strukturelle forandringer på markedet. Mediegrupperne påvirkes forskelligt, men forandringerne vil – alt andet lige – have indvirkning på deres driftsvilkår over tid.

De strukturelle forandringer skyldes som nævnt internationaliseringen og introduktionen af nye teknologier, der har ændret konkurrencen om annoncekronerne og direkte har betydet, at de danske mediegrupper nu ikke alene kæmper med hinanden, men ligeledes gør det i konkurrence med store internationale aktører som Google og Facebook.

Mediebrugen bevæger sig i stigende grad mod online, mobil og tablet. Det betyder bl.a., at de særligt annoncefinansierede nyhedsproducenter befinder sig i en ny konkurrencesituation, men ligeledes at de andre medietyper befinder sig i en ny konkurrencesituation som følge af eksempelvis Spotify, Youtube, HBO og Netflix.

Kombinationen af de strukturelle forandringer og de konjunkturbetingede indvirkninger betyder, at mediernes rammebetingelser er under hastig forandring, og at deres umiddelbare indtjening ligeledes er under pres.

Vurderet med udgangspunkt i den danske debat har det været vurderingen, at medierne har haft en periode med vanskelige indtjeningsmuligheder. Derfor har branchen nødvendigvis haft et fokus på at foretage de nødvendige driftstilpasninger for at sikre balancen mellem indtægter og udgifter samt konsolidere deres virksomhed med henblik på at kunne imødegå eventuelle tab fremadrettet.

Mediebranchen er derfor i forbindelse med rapporteringen blevet undersøgt i forhold til udviklingen over tid med henblik på at identificere den påvirkning, som de forandrede rammevilkår har medført. Det vil ske dels i form af en overordnet brancheanalyse, en analysen af reklameforbrugsundersøgelse og pengestrømme, dels en analyse af de største kommercielle publicistiske medievirksomheder og public service-medierne.

## **1.1 Struktur**

Indledningsvis gennemgås de 8 udvalgte mediebranchers økonomiske forhold på en række økonomiske nøgletal, der viser udvikling for de udvalgte brancher – via et bilag kan de enkelte brancher fordelt regionalt tilgås. Dernæst vil udviklingen i reklameforbruget samlet set bliver gennemgået og herefter pengestrømmene ud af landet. Derefter gennemgås en udarbejdet beskæftigelsesstatistik over udviklingen i antal beskæftigede med journalistuddannelse i de udvalgte brancher. Sidst analyseres udviklingen for mediebranchens største virksomhedernes og ejerskabsstruktur – via et bilag kan der tilgås en beskrivelse for de enkelte virksomheder og deres ejerskabsstruktur.

## 2. Konklusion

Grundlæggende set har alle brancherne været påvirket af de strukturelle forandringer på det danske mediemarked, men er i høj grad også fortsat påvirket af eftervirkningerne fra finanskrisen. Til illustration af den udvikling kan anføres, at mediebranchen i perioden 2008-2011 samlet set havde en omsætningsreduktion på 9 % fra ca. 26,9 mia. kr. i 2008 til ca. 24,4 mia. kr. i 2011. Det er en reduktion svarende til en 2,5 mia. kr.

Brancherne er dog ikke påvirket lige, hvilket afspejler sig i, at særligt de skrevne trykte medier (defineret som ugeblade og magasiner, distrikts- og annonceblade samt dagblade) har været mere udsatte end de andre. Tilsammen har de således haft en 2,2 mia. kr. nedgang fra 2008 til 2011.

Nedgangen har naturligt haft indvirkning på driften. Brancherne har bl.a. samlet set reduceret antallet af beskæftigede med 8 %, svarende til en reduktion på 2.015 beskæftigede fra 26.575 i 2008 til 24.560 i 2011 – defineret både som hel- og deltidsbeskæftigede. Anvendes årsværk i stedet for beskæftigede, så er reduktionen 1.835 af de ansatte årsværk i perioden 2008-2011, svarende til et fald på 10 %. Branchen har fortsat 16.125 årsværk ansat i 2011. Brancherne er i høj grad påvirket forskelligt, og således i lighed med omsætningsnedgangen, er det de trykte skrevne medier, der har tilpasset driften mest. Tilsammen har de haft en reduktion på 2.559 beskæftigede og en reduktion i forhold til årsværk på 1.777 i de tre brancher.

Indtjeningsstrukturen for annoncer i det danske mediemarked blev ved internetannonceringen og de store internationale aktørers fremkomst ændret markant, således at det estimeret set for hver krone, der anvendes på internetannoncering, går der 51 øre til udenlandske virksomheder. Beløbet der tilfalder udlandet udgør samlet set 20 % af reklameforbruget i 2013.

Det skaber en række udfordringer for særligt de trykte skrevne medier, der ligeledes mister abonnementsindtægter, men også for de andre mediegrupper, der er afhængige af annonceomsætning, da de så ikke længere kan opnå den samme indtjening til finansiering af deres indholdsproduktion. Det betyder, at hvor der tidligere stort set var tale om et nulsumsspil mediegrupperne imellem, nu er en situation for de danske medier, hvor en stigende andel af annonceomsætningen til internettet går til de internationale aktører som følge af deres popularitet blandt brugerne og ikke til finansiering af dansk indholdsproduktion.

Imidlertid er det ikke udtryk for, at det alene er et tab, da tabet af indenlandske annoncekroner, alt andet lige, skyldes den popularitet tjenester som særligt Google og Facebook, men også LinkedIn har i den danske befolkning. Det forhold ændrer dog ikke ved, at det kan have medvirket til at øge behovet for konsolidering på markedet, der har været de seneste år.

Udviklingen siden 2008 har været drevet af driftstilpasninger for at kunne tilpasse driften til de ændrede indtjeningsmuligheder. Branchen har overordnet set gennemgået en konsolidering, og der har været en del køb og salg af forskellige aktiviteter som har medført dels samarbejde på tværs, dels øget koncentrationen af ejerskab i det regionale mediebillede. De regionale mediehuse har i det hele taget aktivt søgt nye forretningsmuligheder, hvilket også afspejles i deres erhvervelser af nye aktiviteter særligt. De trykte mediers nedadgående annonceomsætning og de faldende oplag vil nok medføre et fortsat behov for fokus på indtjening og driftsomkostninger. Dette fokus er til stede i branchen, hvilket indikeres af virksomhedernes fokus på konsolidering og erhvervelse af nye digitale aktiviteter.

Ikke desto mindre opnår virksomhederne fortsat positive resultater i regnskaberne, hvilket tyder på, at branchen har været i stand til at tilpasse driften den nye medievirkelighed, bl.a. ved konsolidering eksempelvis ved fusion eller opkøb af andre virksomheder, så de er bedre i stand til at tage hånd om udviklingen.

Samlet set har alle brancherne været påvirket af krisen, men særligt radio lader til at være i en positiv udvikling. Til trods for nedgangen i såvel omsætning som antal årsværk, kan medievirksomhederne fortsat

godt skabe værdi, hvilket værditilvæksten i de enkelte brancher over tid indikerer, særligt set i lyset af at driftstilpasninger har øget værditilvæksten per årsværk i de trykte medier.

### **3. Overvejelser om analyser i fremtidige rapporteringer**

Fremadrettet kunne det overvejes at inkludere flere analyser af mediekonvergensens betydning. Det kunne eventuelt gøres ved at undersøge pengestrømmene yderligere for de respektive brancher for at identificere ind- og udgående transaktioner. Endvidere kunne det være relevant at undersøge økonomien i streaming-tjenesterne og betydningen af indførelse af betalingsmodeller for indhold.

I forhold til brancheanalyserne kunne det overvejes at inkludere flere brancher, således at der over tid kunne tegnes et helhedsbillede af medierne og de omkringliggende brancher, samt at etablere en mulighed for at sammenligne med udviklingen i Danmark generelt.

I forhold til beskæftigelsesstatistikken kan det overvejes at få etableret et mere helhedsorienteret billede over branchernes uddannelsesmæssige baggrund.

Oplysningerne omkring de største virksomheder kunne udvides, så flere brancher inkluderes, og beskrivelserne blev udvidet, således at der over tid kan etableres et mere helhedsorienteret billede af medievirksomhederne inden for de forskellige brancher. Det kunne også overvejes at få udarbejdet en lignende statistik på brancheniveau for de andre nordiske lande.

## 4. Metode

Analysen har anvendt særkørsler fra Firmastatistikken og den Registerbaserede Arbejdsstyrkestatistik (RAS) fra Danmarks Statistik. Derudover er reklameforbrugsundersøgelsen anvendt og i tilknytning hertil en indsamling foretaget af Danske Medier research i forbindelse med indberetningerne fra deres medlemmer. Endvidere er anvendt de enkelte medievirksomheders regnskaber.

### 4.1 Firmastatistik

Formålet med generel firmastatistik er at give en sammenhængende og konsistent beskrivelse af det danske erhvervsliv gennem økonomiske, beskæftigelses- og regnskabsmæssige oplysninger på firmaniveau.

Statistikken integrerer oplysningerne fra tre andre erhvervsstatistikker, der udarbejdes for forskellige enhedstyper. Det drejer sig om regnskabsstatistikken, der udarbejdes på firmaniveau, omsætningsstatistikken, der udarbejdes på SE-nummer-niveau (dvs. den administrative enhed, der indberetter moms til Told- og Skattestyrelsen), og erhvervsbeskæftigelsesstatistikken, der udarbejdes på arbejdsstedsniveau. De forskellige enhedstyper betyder, at de tre statistikkers resultater ikke uden videre kan sammenstilles. Det råder firmastatistikken bod på ved at bearbejde statistikernes oplysninger til det samme enhedsniveau, firmaet. Dette gør statistikken velegnet til blandt andet erhvervsøkonomiske analyser.

Den Generelle firmastatistik dækker reelt aktive firmaer i alle brancher med oplysninger om antal firmaer og deres beskæftigelse. Derudover indeholder den generelle firmastatistik regnskabsoplysninger samt oplysninger om omsætning og eksport for langt de fleste brancher.

Følgende statistikker i Danmarks Statistik indgår i den generelle firmastatistik:

- Omsætningsstatistikken/Firmaers Køb og Salg

- Erhvervsbeskæftigelsesstatistikken

- Den generelle regnskabsstatistik

- Det ErhvervsStatistiske Register

Der foretages ikke indsamling af oplysninger fra respondenter, da statistikken udelukkende er registerbaseret og baseret på andre statistikker.

Den generelle firmastatistik indeholder økonomiske og beskæftigelsesmæssige oplysninger vedr. alle sektorer. Endvidere medtages firmaer i alle brancher. Den generelle firmastatistik medtager kun de reelt aktive firmaer. I statistikken opgøres økonomiske og beskæftigelsesmæssige oplysninger som f.eks. omsætning, eksport, antal fuldtidsansatte og lønsum. Oplysningerne er fordelt på branche- og størrelsesgrupper. Der er dog visse brancher, hvor ikke alle oplysninger er tilgængelige.

Den Generelle firmastatistik omfatter de firmaer, der har været reelt aktive i løbet af tællingsåret. Oplysninger om branche vedrører udgangen af året, dog hvis enheden er ophørt i løbet af året branchen på ophørstidspunktet. De økonomiske, beskæftigelsesmæssige og regnskabsmæssige oplysninger vedrører hele året for de pågældende enheder. Statistikken opgøres årligt.

På Danmarks Statistiks hjemmeside findes en mere omfattende beskrivelse af kilder og metoder vedrørende generel firmastatistik: [www.dst.dk/kvalitetsdeklaration/83001](http://www.dst.dk/kvalitetsdeklaration/83001)

### 4.2 Den registerbaserede arbejdsstyrkestatistik

Rapporteringen har anvendt særkørsler fra den registerbaserede arbejdsstyrkestatistik (RAS). RAS er en årlig opgørelse af befolkningens tilknytning til arbejdsmarkedet på den sidste arbejdsdag i november året før.



Grunddata stammer fra en række interne og eksterne kilder heriblandt eIndkomstregistret, erhvervsregistret, statistikken for offentligt forsørgede, uddannelsesstatistikken, arbejdsklassifikationsmodulet mv.

Statistikken indeholder en række baggrundsoplysninger, der knytter sig til selve personen eller til det arbejdssted, personen måtte arbejde på.

Oplysninger der knytter sig til personen stammer overvejende fra de andre registre i det personstatistiske system. Eksempelvis demografiske oplysninger (f.eks. køn, alder bopælskommune), uddannelsesoplysninger (f.eks. højeste fuldførte uddannelse, igangværende uddannelse) og oplysninger om herkomst (ex. oprindelsesland). Listen er således ikke fyldestgørende.

Oplysningerne fra lønstatistikken relaterer sig til personens vigtigste job i løbet af året og knytter sig således ikke nødvendigvis til beskæftigelsen ultimo november.

På Danmarks Statistiks hjemmeside findes en beskrivelse af kilder og metoder vedrørende Den registerbaserede arbejdsstyrkestatistik: [www.dst.dk/kvalitetsdeklaration/848](http://www.dst.dk/kvalitetsdeklaration/848)

## **5. Brug af data og resultater**

Alle rettigheder til de anvendte data tilhører originalkilderne/dataleverandørerne.

Ved enhver brug af data skal originalkilden (f. eks. Gallup/Index Danmark (og base), Danmarks Statistik (og tabel og statistik (eksempelvis firmastatistikken)), Dansk Oplagskontrol (kontrollerede oplagstal), Branchen ForbrugerElektronik – BFE el. lign.) samt Kulturstyrelsen, Rapportering om mediernes udvikling 2014 oplyses. Videresalg eller anden kommerciel udnyttelse/anvendelse af data er ikke tilladt i nogen form.