



**Producent
Foreningen**

2018

DANSKE INDHOLDSPRODUCENTER I TAL

Danske Indholdsproducenter i tal 2018

Udarbejdet af Producentforeningen september 2018

Yderligere oplysninger:

Vicedirektør Jan Neiiendam

jn@pro-f.dk

M. +45 20 10 81 78

Producentforeningen er branche- og arbejdsgiverforening for producenter af film, tv og spil.

www.pro-f.dk

INDHOLD

FORMÅL	1
OVERBLIK	2
Vækst gennem den digitale omstilling	2
Vækst bliver til høj vækst	2
Nye omstillinger på vej	2
ÅRETS UDVIKLING	4
Film	4
Spil	4
TV	5
Reklame	5
METODE	7
Datapunkter	7
VIRKSOMHEDER	9
BESKÆFTIGELSE	12
OMSÆTNING	15
EKSPORT	18
OMSÆTNING PER ÅRSVÆRK	21
DEN NATIONALE FORANKRING	24

1 FORMÅL

Siden 2009 har Producentforeningen samlet data på tværs af den danske film-, spil-, reklame- og tv-branche til rapporten 'Danske Indholdsproducenter i tal' - en periode, hvor industrien mere end nogensinde har været udfordret af ændrede forbrugsvaner og den digitale udvikling. I dette skiftende landskab har vi i stigende grad oplevet en efterspørgsel efter den type data, der tilbydes i vores årlige rapport.

I takt med at medier og indhold fylder mere i den enkelte forbrugers liv, er det naturligt, at eksperter og interessenter fra alle dele af samfundet har en interesse i, hvor industrien er på vej hen. Viden om de danske indholdsproducenter er væsentlig for at kunne iværksætte de rette politiske og branchemæssige tiltag, og 'Danske Indholdsproducenter i tal 2018' er blot et af mange værktøjer, som kan hjælpe med at navigere bedre i den danske indholdsproduktion.

Formålet med analysen 'Danske Indholdsproducenter i tal' er at give et økonomisk overblik over industriens erhvervsmæssige udvikling. Rapportens største styrke ligger derfor i, at den kan tilbyde mere end blot det granulære billede af de enkelte års udvikling; den forærer muligheden for at kigge på brancherne og deres udvikling over alle de år, hvor de omstiller sig til nye virkeligheder. Et samlet blik på de indholdsproducerende brancher er en forudsætning for at kunne arbejde målrettet og langsigtet på at sikre de bedste vilkår i et mere og mere differentieret og fragmenteret mediebillede.

Analysen er i denne rapport opdateret med tal for private producenter i 2017.

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 danske 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), spil, tv og reklamefilm. 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.

Vækst gennem den digitale omstilling

Den danske indholdsindustri har vist, at den kan og vil håndtere udfordringen med at omstille sig til en ny digital virkelighed. Siden 2009 er der kommet 75,4 pct. flere selskaber til og beskæftigelsen er steget med 61,4 pct. Tallene viser en voksende klynge med stort potentiale for yderligere udvikling og vækst.

Teknologi har i samme periode gjort både distributionen og produktionen af indhold mere tilgængelig og ledt til ændret adfærd og forventninger hos forbrugeren. Enhver forretningsmodel, segment, genre, produkttype og geografi er blevet udfordret og bliver det stadig.

Dansk film, spil, tv, og reklamefilm er en kreativ og kunstnerisk succes på trods af de udfordringer, som brancherne i højere grad end nogensinde før har mødt. I økonomisk henseende bidrager brancherne også positivt til værditilvæksten i samfundet, og i perioden 2009-2017 er der sket næsten en fordobling i omsætning (72,5 pct.) og eksport (105,8 pct.) hos producenterne.

Vækst bliver til høj vækst

I de senere år har der været et stort politisk fokus på at sikre bedre vilkår og rammebetingelser for at udvikle virksomheder med høje vækstrater - såkaldte højvækstvirksomheder. Det kommer sig af, at langt den overvejende del af en industris job- og vækstskabelse kommer fra det lag af virksomheder, der vokser i et accelereret vækstforløb. Den danske indholdsproduktion er en industri med stort vækstpotentiale. I perioden 2013-2016 blev der, på tværs af industrien, skabt 19 højvækstvirksomheder¹. I en forholdsvis lille industri er det altså en betragtelig andel af alle nye virksomheder, der formår at skabe denne afgørende accelererede vækst og som dermed er med til drive den samlede jobskabelse. Det er et produkt af et tæt samspil mellem innovative iværksættere og fremsynede og risikovillige investorer samt et miljø, der kan levere viden og arbejdskraft i den rette mængde.

Nye omstillinger på vej

Der er ingen tegn på, at den digitale omstilling er slut. Indholdsproduktion er fortsat i rivende udvikling og forandring - nu ledt an af de nye ændringer og bevægelser, som de digitale platforme fordrer². Mest centralt er det, at hvor indholdsproducenterne før kunne blomstre gennem 'indholdsknaphed'³, omfavner de i disse år en ny type virkelighed, hvor der i stedet konkurreres globalt om både mængden og kvaliteten af indhold. Den stadig større industrikoncentration betyder, at indholdsproducenterne må omstille sig på rollen som niche-spillere, der drejer rundt om nogle få enorme 'integratorfirmaer' som Google, Amazon, Apple, Facebook og Netflix.

Tallene for 2017 peger også generelt på en industri, der er i omstilling, og hvor antallet af virksomheder og beskæftigelsen går frem, mens omsætningen går tilbage, og hvor en stadig større andel af omsætningen udgøres af eksport. Spørgsmålet er derfor ikke, om de danske indholdsproducenterne kan omstille sig til de nye udviklinger, men om hvor hurtigt det kommer til at ske.

¹ Højvækstvirksomhed: Virksomheder, der har haft en gennemsnitlig årlig vækst i antallet af årsværk over en treårig periode på mindst 20 pct. (svarende til 72,8 pct. over den treårige periode), og som havde registreret minimum fem årsværk i det første år af vækstperioden.

² E.g. Netflix, Amazon, YouTube, Steam, Facebook, Yahoo, Vimeo etc.

³ Traditionelt set har man gjort indholdet tilgængeligt i specifikke vinduer og platforme på specifikke tidspunkter (Film: biograf, udlejning, tv; Spil: butikker; TV: Flow; Reklame: tv- og biografreklame etc.). Som resultat har mængden af indhold været styret af forbrugers 'begrænsede' adgang.



Fig 1.: Tal for industriens udvikling 2009-2017

Tabel 1: Industriens udvikling 2009-2017
(OMSÆTNING OG EKSPORT I MIO. KR., VIRKSOMHEDER OG ÅRSVÆRK I ANTAL)

		Film	Spil	TV	Reklame	Samlet
Virksomheder	2009	95	72	110	32	309
	2017	141	186	146	69	542
	Udvikling	48,4 %	158,3 %	32,7 %	115,6 %	75,4 %
Årsværk	2009	484	516	667	118	1785
	2017	634	1009	983	255	2881
	Udvikling	31,0 %	95,5 %	47,4 %	116,1 %	61,4 %
Omsætning	2009	861	377	703	262	2203
	2017	1159	916	1308	418	3801
	Udvikling	34,6 %	143,0 %	86,1 %	59,5 %	72,5 %
Eksport	2009	112	339	144	43	638
	2017	560	552	147	54	1313
	Udvikling	400,0 %	62,8 %	2,1 %	25,6 %	105,8 %

Generelt er 2017 et år præget af omstilling i den indholdsproducerende industri. Mest centralt er det, at både antallet af virksomheder og beskæftigelsen går frem, mens omsætningen går tilbage og eksporten stiger lidt.

I 2017 kom der 43 nye selskaber til i industrien. Det er en stigning på 8,6 % - en markant fremgang sammenlignet med 2015-2016, hvor stigningen var 4,2%. Samtidig ser vi den største fremgang i spilbranchen over en treårig periode siden 2011 på 23,2 %. Udviklingen er et resultat af, at værktøjerne til produktion af audiovisuelt indhold bliver mere og mere tilgængelige, at efterspørgslen efter indhold er stadigt stigende⁴ samt at der er en generel positiv udsigt til, at danske indholdsproducenter har en rolle at spille i et voksende internationalt marked. Det ser ud til, at virksomhederne i film og spil i stigende grad konsoliderer sig og investerer i nye ansatte og fremtidige produkter, hvilket sikrer en fremgang på 7,9 % i beskæftigelsen, uden at vi har set nogen indikationer på en tilbagegang i lønniveauerne.

Med 3,8 mia. kr. i omsætning i 2017 er der sket et fald på 6,1 %, som er bredt funderet på tværs af brancherne. Det kan dog særligt tilskrives enkelte film- og spilproducenters tilbagegang, og den samlede omsætning i 2017 er fortsat 16,3% højere end den var i 2014.

Brancherne er i 2017 fortsat præget af en struktur, hvor få store virksomheder (10 %) står for hovedparten af omsætningen (97 pct.)⁵. Denne struktur, der er et resultat af industriens - historisk set - høje 'adgangsbarrierer', udfordres i stigende grad af øget digitalisering. Ud over tilvæksten i antallet af selskaber ser vi 2017, at de enkelte stores fald i omsætning på positiv vis afbødes af, at omsætningen hos underskoven er styrket. Særligt spilbranchen, der oplever den største tilbagegang i omsætningen hos de 10% mest indtjenende selskaber, ser vækstlaget en stigning på 29 %. Samlet set er underskoven på tværs af brancherne blevet styrket med 7 % i perioden 2014-2017

Film

I 2017 beskæftigede 141 filmselskaber hvad der svarer til 634 fuldtidsmedarbejdere (årsværk) og omsatte for 1,15 mia. kr. Beskæftigelsen går altså massivt frem med 46,4 % til trods for et markant fald i omsætningen på 13,8 %. I et marked, der udvikler sig mod større internationalisering, har de danske filmproducenter i 2017 formået at udnytte deres allerede markante position og gennemslagskraft i udlandet og øger eksporten med 19,1 %. Eksporten kommer således til at udgøre næsten halvdelen af filmbranchens omsætning (48 %) - en stigning på 13 procentpoint i forhold til året før.

Spil

Spilbranchen, der er født ind i et digitalt internationalt marked, oplever for andet år i træk et dyk i både omsætning og eksport. Eksporten der i 2016 udgjorde den væsentligste andel (63,3 %) af spilproducenternes omsætning, faldt i 2017 fra 649 mio. kr. til 552 mio. kr. - et markant fald på 14,9%. De 10 % mest indtjenende selskaber i spilbranchen står for 98,65 pct. af den samlede omsætning. Faldet i omsætning på 10,6 % er først og fremmest et udtryk for, at de største producenter oplever en tilbagegang. Vækstlaget⁶ oplever en fremgang på 29 % i omsætning. Dermed afbøder de det samlede fald i omsætning, hvilket er positivt for branchen. Både antallet af selskaber og beskæftigelsen går markant frem med hhv. 14,9 % og 25,5 %, således at 186 selskaber har 1008 fuldtidsansatte.

⁴ Global Entertainment Content Outlook 2017, Futuresource Consulting

⁵ Baseret på decilfordelingen; rangordnet efter størrelsen af omsætning og opdelt i ti lige store grupper.

⁶ Vækstlaget er defineret som bestående af de selskaber der ligger mellem den nederste decilgrænse (de 10 pct. af selskaberne med lavest omsætning) og den øverste decilgrænse (de 10 pct. af selskaberne med højest omsætning).

TV

TV-branchen, der er under et stort pres, oplever i 2017 de mindst markante udsving blandt de fire brancher. Omsætningen falder, i sammenligning med de andre brancher, kun ganske lidt i 2017 (0,8 %) til 1,3 mia. kr. og lander dermed på samme niveau som i 2014. Der er kommet 10 nye selskaber til, hvilket svarer til en stigning på 14,8 % i antal virksomheder. Til gengæld er der et markant fald på 8,2 % i beskæftigelsen, hvilket betyder, at 146 selskaber har 983 ansatte. Med 6,7 årsværk per selskab har TV-branchen 24,3 % (se afsnit 9) flere årsværk per selskab end spilbranchen, som kommer ind på en anden plads i den henseende. Eksporten, der forventeligt ikke udgør den væsentligste del af omsætningen hos tv-producenterne, stiger med 2,8 %. Tendensen gennem de seneste fire år har været en del udsving i nøgletallene, som kan tilskrives tv-branchens projektbaserede karakter.

Reklame

Reklamefilmsproducenterne oplever fremgang i eksporten på 54,3 %, hvilket kan tilskrives, at idet de digitale indholdsplatforme har fået en større rolle, er de også med til at redefinere markedsføringens geografi. Trods en væsentlig fremgang udgør eksporten stadig kun 13,1 % af reklameproducenternes samlede omsætning, der i 2017 falder fra 567 mio. kr. til 418 mio. kr. (et fald på 26,3 %). En del af faldet i omsætningen kan forklares med, at visuelle effekter (som green screen og 3D) spiller en større rolle i reklamefilmsproduktionen, og flere produktioner lægges helt eller delvist hos post-produktionshusene frem for hos de traditionelle reklamefilmsproducenter⁷. Tilbagegangen er også at spore i antallet af årsværk, hvor vi ser en tilbagegang på 29,8 % i antallet af fuldtidsansatte. Stagnationen i branchen betyder også, at der kun ses en meget lille tilgang af nye selskaber på 1,5 %.

⁷ Postproduktionshusene er underleverandører til filmbranchen og reklamebranchen, og måles ikke med i 'Danske Indholdsproducenter i tal'.

Tabel 2: Nøgletal 2017
 (OMSÆTNING OG EKSPORT I MIO. KR., VIRKSOMHEDER OG ÅRSVÆRK I ANTAL)

		Film	Spil	TV	Reklame	Samlet set
Virksomheder	2016	133	162	136	68	499
	2017	141	186	146	69	542
	Udvikling	6,0 %	14,8 %	7,4 %	1,5 %	8,6 %
Årsværk	2016	433	804	1071	363	2671
	2017	634	1009	983	255	2881
	Udvikling	46,4 %	25,5 %	-8,2 %	-29,8 %	7,9 %
Omsætning	2016	1344	1025	1318	567	4254
	2017	1159	916	1308	418	3801
	Udvikling	-13,8 %	-10,6 %	-0,8 %	-26,3 %	-10,6 %
Heraf eksport	2016	470	649	143	35	1297
	2017	560	552	147	54	1313
	Udvikling	19,1 %	-14,9 %	2,8 %	54,3 %	1,2 %

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

Rapportens oplysninger om kernevirksomhederne 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:

Datakilder:

- 1) Lister fra European Collection Agency (ECA), bestående af film og tv-producerende virksomheder, der har modtaget royalties i 2017.
- 2) Lister fra Producent Rettigheder Danmark (PRD), bestående af film og tv-producerende virksomheder, der har modtaget rettighedsmidler i 2017 for egne produktioner.
- 3) Lister fra Det Danske Filminstituts offentlige støttetildelinger i 2017.
- 4) Interactive Denmark database over de danske spil- og interaktivudviklere.
- 5) Data fra TV2 Medialink, hvor reklamefilmproducenter, der har udsendt reklamer i 2017, optræder.
- 6) Data fra BureauBureau.dk, hvor bl.a. videoproducerende enheder indekseres.
- 7) CVR registret
- 8) Producentforeningens interne CRM-system.

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 antallet af 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.

Beskæftigelse

Antal årsværk i branchen opgives på baggrund af Beskæftigelse for Lønmodtagere* ("e-Indkomststatistikken"), 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 fuldtidsbeskæftigede⁸.

Omsætning

Omsætningen opgøres af Danmarks Statistik, ud fra Firmaernes Køb og Salg. Data til tabellen er indhentet fra SKATs momsregistre og suppleres med baggrundsoplysninger fra Det Centrale Virksomhedsregister. Manglende indberetninger importeres af Danmarks Statistik. Momsfri fondsstøtte og lignende indgår ikke i virksomhedernes omsætning⁹.

⁸ <https://www.dst.dk/da/Statistik/dokumentation/statistikdokumentation/maanedlig-beskaeftigelse-for-loenmodtagere>

⁹ <https://www.dst.dk/da/Statistik/dokumentation/statistikdokumentation/firmaernes-koeb-og-salg>

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.

Vækstvirksomheder

Via Erhvervsregisteret identificeres alle virksomheder med virksomhedsstart 5 år før slut året (for perioden 2013-2016 betyder det virksomhedsstart tidligst 2011). Dernæst medtages kun virksomheder, der har minimum 3 ansatte efter 2 år. Derefter kigges der på disses vækst efter 3 år, og optælling af antal højvækstvirksomheder sker med udgangspunkt i de selskaber, som har gennemsnitlig årlig vækst på 20 % om året (svarende til 72,8 % over en treårig periode)¹⁰. Den anvendte definition af højvækstvirksomheder følger til dels Danmarks Statistiks definitioner, som dog forudsætter 5 eller flere årsværk i starten af vækstperioden. Årsagen til, at definition afviger, hvad angår den nedre grænse for antal årsværk i starten af vækstperioden, er, at en grænse på 5 årsværk ikke anses for så hensigtsmæssig i denne kontekst på grund af det store antal små virksomheder i Industrien.

¹⁰ <https://www.dst.dk/da/Statistik/dokumentation/statistikdokumentation/ivaerksaetterdatabasen>

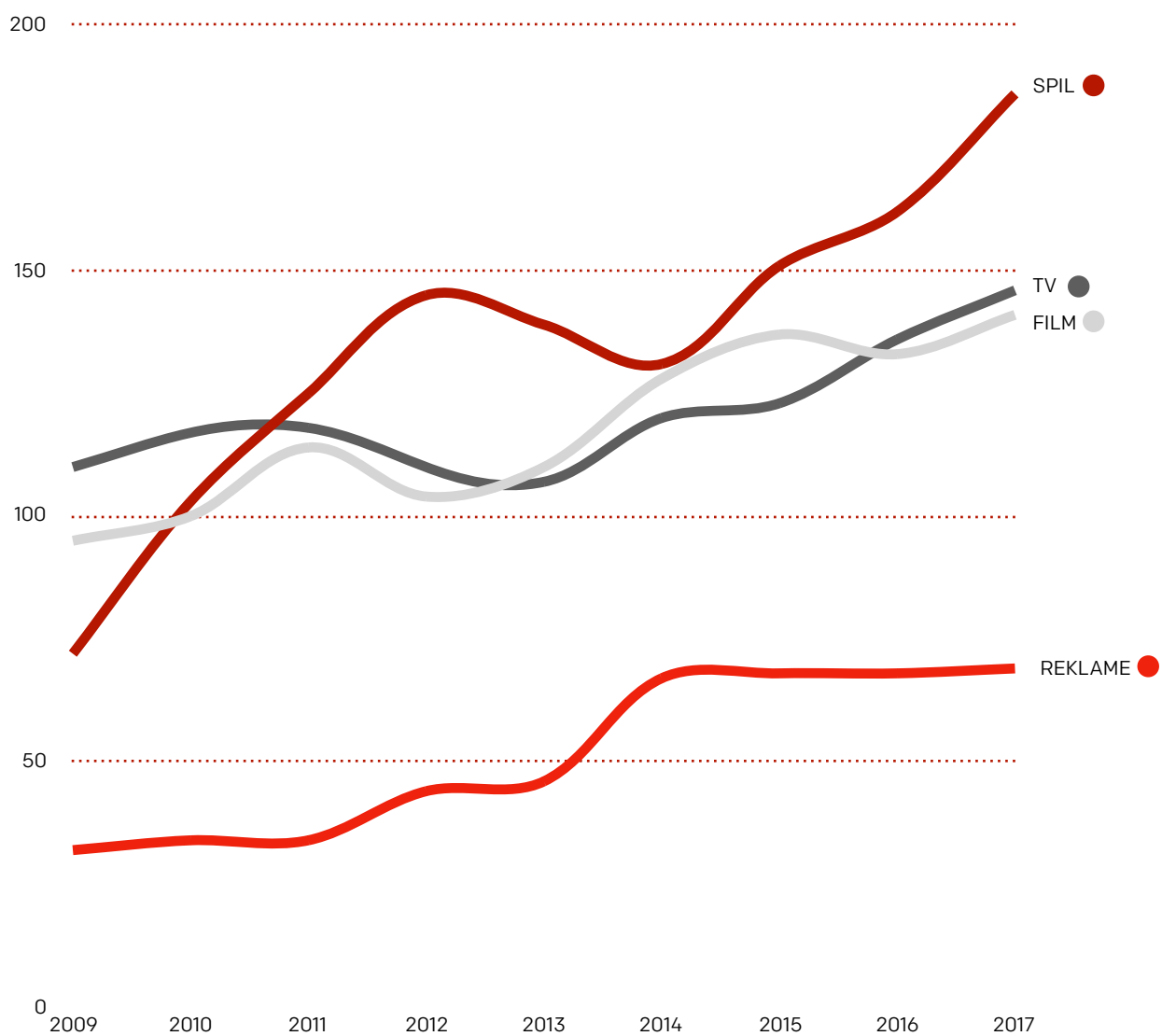
5

VIRKSOMHEDER

Hvor der i 2016 var en lille tilbagegang i antallet af virksomheder i enkelte brancher, er der i 2017 kommet nye selskaber til på tværs af den audiovisuelle industri. Den årlige tilgang er dermed på tværs af hele industrien 8,2 %, hvilket er den mest markante udvikling siden 2014. Samtidig oplever spilbranchen i perioden 2014-2017 sin største fremgang med 23,18 % siden 2011. Den samme tendens ses i tv-branchen, som fra 2014-2017 oplever en fremgang på 18,7 %. Dermed forstætter den positive tendens, som har præget alle opgørelsesårene.

I perioden 2009-2017 er antallet af virksomheder steget med 75,4 %, hvilket er en gennemsnitlig årlig vækst på 7,4 %. Spilbranchen lægger sig i front med en samlet vækst på 158,3 % og en gennemsnitlig vækst på 13,5 %.

Fig. 2.: Udvikling i antal virksomheder, 2009-2017



Tabel 3: Udvikling i antal virksomheder, 2009-2017

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Udvikling total
Film	95	100	114	104	110	128	137	133	141	48,4 %
Spil	72	103	125	145	139	131	151	162	186	158,3 %
TV	110	117	118	110	107	120	123	136	146	32,7 %
Reklame	32	34	34	44	46	67	68	68	69	115,6 %
Samlet	309	354	391	403	402	446	479	499	542	75,4 %
										Gns. % udvikling
Årlig pct. udvikling		14,6 %	10,5 %	3,1 %	-0,2 %	10,9 %	7,4 %	4,2 %	8,6 %	7,4 %

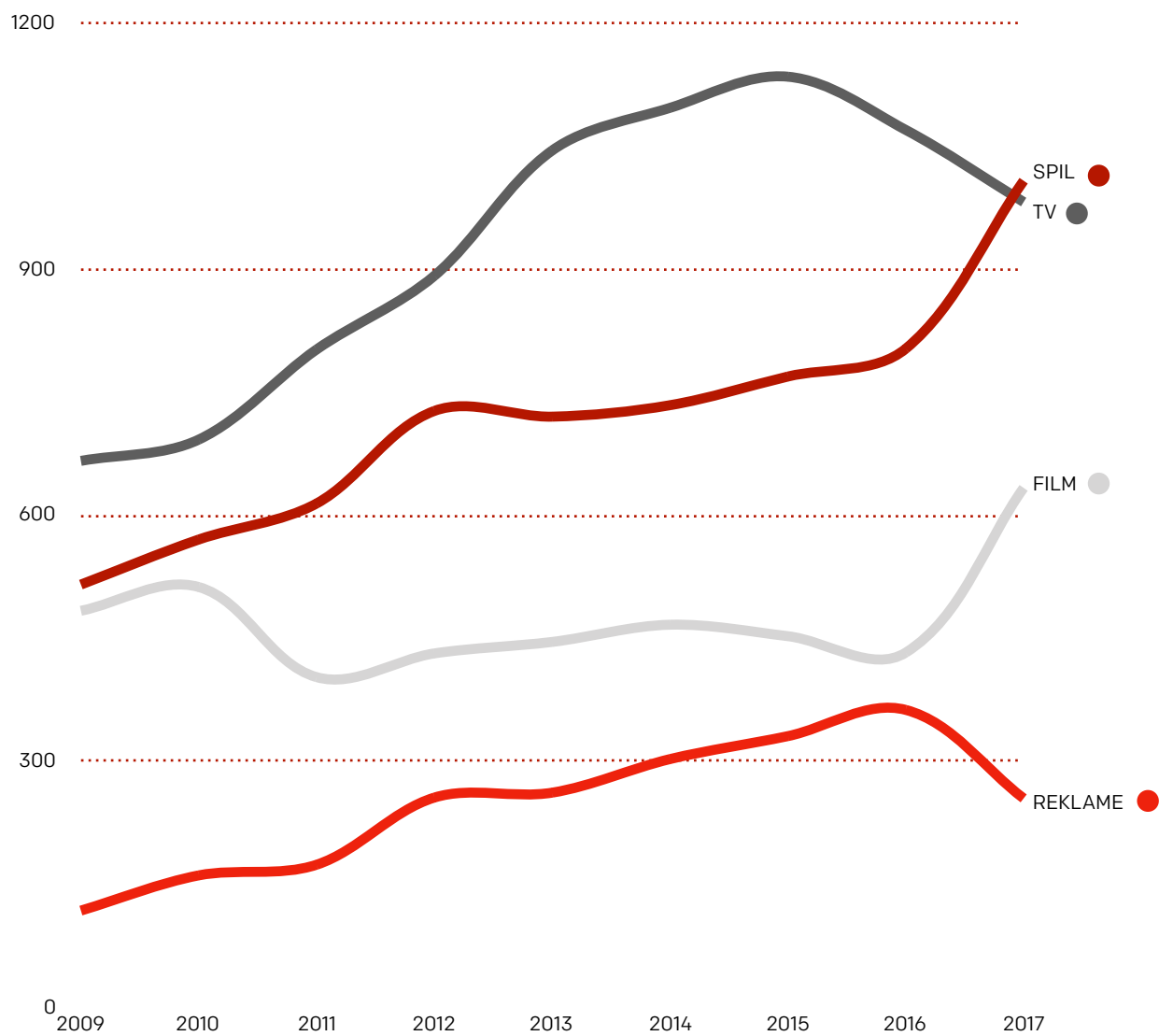
6

BESKÆFTIGELSE

I forhold til 2016, hvor vi så en stagnation i beskæftigelsen, er der i 2017 en iøjnefaldende fremgang på 7,9 % i beskæftigelsen. Industrien skaber således 210 nye fuldtidsarbejdspladser. Fremgangen er båret af, at beskæftigelsen i film- og spilbranchen er gået frem med hhv. 46,6 % og 25,5 %. Det er dermed den største fremgang i de to brancher i perioden 2009-2017. Tv-branchen oplever for andet år i træk en tilbagegang, og med 8,2 % er det den største tilbagegang gennem alle opgørelsesårene. Tv-branchen dominerer stadig ved at være den af brancherne med flest ansatte per selskab (6,7 ansatte per virksomhed). Reklamebranchen oplever for første gang nogensinde en tilbagegang i beskæftigelsen og går 29,8 % tilbage.

I hele opgørelsesperioden 2009-2017 er beskæftigelsen øget med knap 61 %, svarende til en samlet stigning på 1096 årsværk.

Fig 3.: Udvikling i antal årsværk, 2009-2017.



Tabel 4: Udvikling i antal årsværk, 2009-2017

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Udvikling total
Film	484	513	403	432	446	467	453	433	634	31,0 %
Spil	516	571	615	728	721	735	770	804	1009	95,5 %
TV	667	693	803	893	1046	1098	1136	1071	983	47,4 %
Reklame	118	161	174	256	262	303	331	363	255	116,1 %
Samlet	1785	1938	1995	2309	2475	2603	2690	2671	2881	61,4 %
Årlig % udvikling		8,6 %	2,9 %	15,7 %	7,2 %	5,2 %	3,3 %	-0,7 %	7,9 %	Gns. % udvikling 6,3 %

For andet år i træk falder omsætningen på tværs af den audiovisuelle industri. I 2017 ses et markant fald på 249 mio. kr. som svarer til et fald på 6,1 %. Det giver en samlet omsætning for industrien på 3,8 mia. kr., hvor den i 2016 var 4,05 mia. kr. Omsætningen er samlet faldet 1,2 % siden 2014. Det er kendetegnende i 2017, at alle brancherne på nær reklamebranchen ser en tilbagegang i omsætningen.

Filmbranchen oplever i 2017 den største tilbagegang i omsætningen alle opgørelsesårene på 13,8%. Det gør, at den samlede vækst for branchen i perioden 2009-2017 er 34,6 %.

Spilbranchen oplever også et markant fald på 10,6 % og rammer en omsætning på 916 mio. kr. Med en tilbagegang på 21,1 % siden 2015 er det branchens største tilbagegang over en 3 årig periode. Den samlede vækst siden 2009 er 143 %. Branchen er kendetegnet ved at 10 % af selskaberne står for 98,65 % af omsætningen. Hvor de mest tjenende selskaber går tilbage, går vækstlaget¹¹ 29 % frem, hvilket er positivt for branchen, idet den dermed bliver mindre volatil.

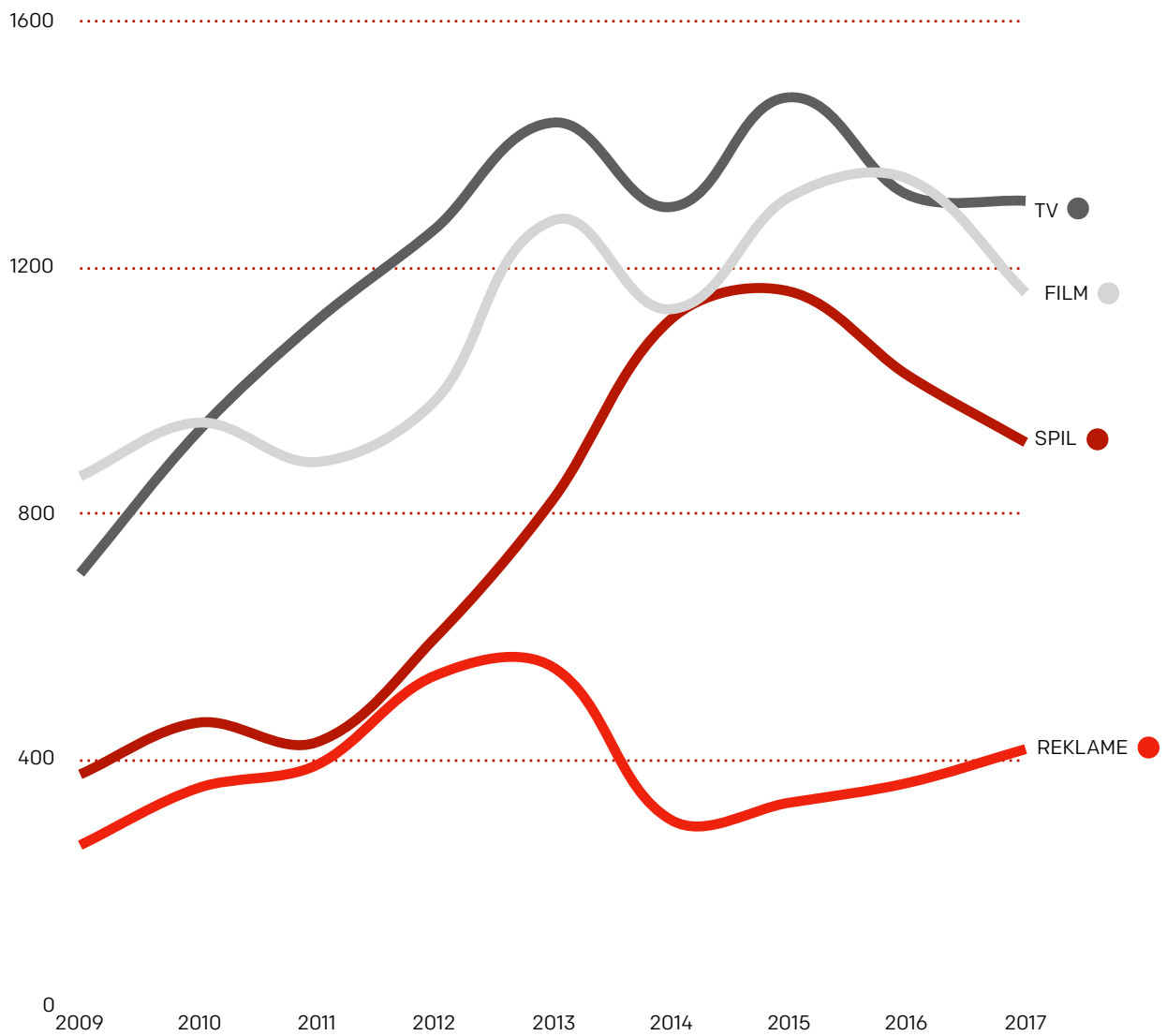
Med 1,3 mia. kr. i omsætning kan TV igen indtage førstepladsen som den branche, der har den største omsætning. TV-branchen har det mindste udsving i omsætningen og går kun 0,8 % tilbage.

Reklamebranchen er den eneste af brancherne, hvor omsætningen stiger - fra 363 mio i 2016 til 418 mio. i 2017 - en fremgang på 26,3 %, som dog ikke bringer reklamebranchen helt tilbage på de all-time high niveauer, vi så i branchen i 2012 og 2013.

Omsætningen for hele industrien er siden 2009 gået fra 2,2 mia. kr. til 3,8 mia. kr.. Det er en fremgang på 1,6 mia. kr. og en samlet vækst på 72,5 % på 8 år.

¹¹ Vækstlaget er defineret som bestående af de selskaber der ligger mellem den nederste decilgrænse (de 10 pct. af selskaberne med lavest omsætning) og den øverste decilgrænse (de 10 pct. af selskaberne med højest omsætning).

Fig. 4.: Udvikling i omsætning, 2009-2017
(i mio. kr.)



Tabel 5: Udvikling i omsætning, 2009-2017
(i mio. kr.)

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Udvikling total
Film	861	948	884	983	1276	1132	1314	1344	1159	34,6 %
Spil	377	461	429	598	823	1116	1161	1025	916	143,0 %
TV	703	934	1113	1262	1435	1298	1476	1318	1308	86,1 %
Reklame	262	355	392	537	551	544	514	567	418	59,5 %
Samlet	2203	2698	2818	3380	4085	4090	4465	4254	3801	72,5 %
										Gns.pct. udvikling
Årlig % udvikling		22,5 %	4,4 %	19,9 %	20,9 %	0,1 %	9,2 %	-4,7 %	-10,6 %	7,7 %

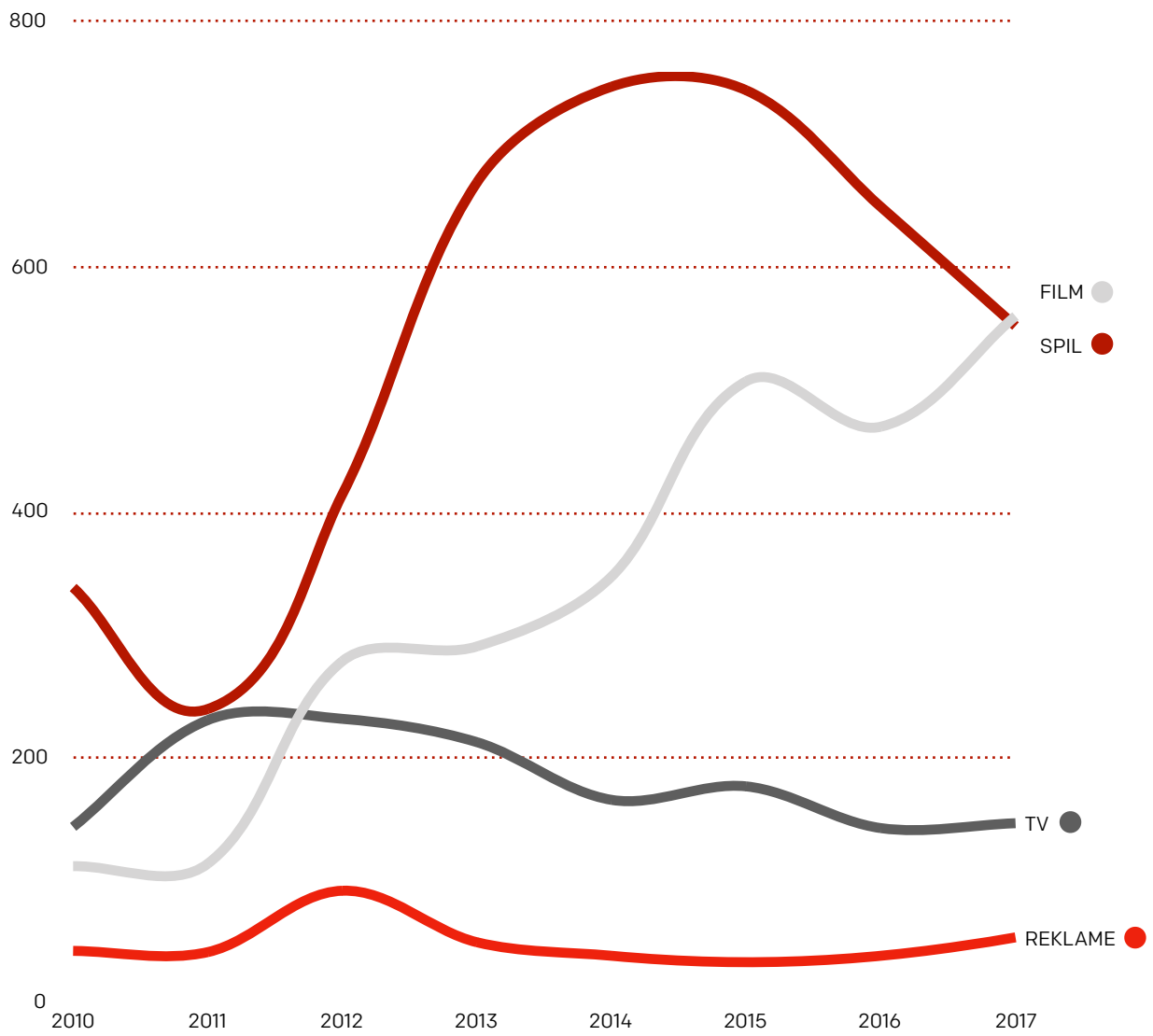
Eksporten er stagneret og stiger kun med 1,2 % i 2017 til trods for, at både film- og reklamebranchen går frem med hhv. 19,1 % og 54,3 %. Over 60 % af omsætningen i spilbranchen kommer fra eksport. Spilbranchens tilbagegang i omsætning er også udslagsgivende i eksporten, der går 97 mio. kr. tilbage. Spilbranchens tilbagegang på 14,9 % trækker dermed den samlede fremgang i eksporten ned.

Filmbranchen har samlet set præsteret at løfte eksporten med 400 % siden 2010 og kan igen i år bryste sig af at øge eksporten - i 2017 med næsten 100 millioner kroner. Eksporten kommer dermed til at udgøre næsten halvdelen af filmproducenternes omsætning (48 %). Filmbranchens eksport er vokset fra 112 mio. kr. i 2010 til 560 mio. kr. - en forøgelse på 448 mio. kr.

Reklamefilmsbranchen formår stadig at øge eksporten. Over en treårig periode er eksporten steget med 80 %. Eksporten udgør dog stadig kun ca. 13 % af reklamefilmbranchens samlede omsætning.

I hele opgørelsen er eksporten vokset 105,8 %, båret primært af spilbranchen og filmbranchen.

Fig. 5.: Udvikling i eksport, 2009-2017.
(i mio. kr.)



Tabel 6: Udvikling i eksport, 2009-2017

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Udv. tot.
Film	112	114	279	291	348	507	470	560	400,0 %
Spil	339	240	415	669	747	744	649	552	62,8 %
TV	144	231	232	213	166	177	143	147	2,1 %
Reklame	43	42	92	50	39	30	35	54	25,6 %
Samlet	638	627	1018	1223	1300	1458	1297	1313	105,8 %
									Gns. % udvikling
Udv. % / år		-1,7 %	62,4 %	20,1 %	6,3 %	12,2 %	-11,0 %	1,2 %	12,8 %

OMSÆTNING PER ÅRSVÆRK

I 2017 ser vi en generel negativ udvikling i forhold til omsætningen per medarbejder. Både film-, spil- og reklamefilmproducenterne oplever markante tilbagegange. Den samlede tilbagegang fra 2016 til 2017 er 19,8 %.

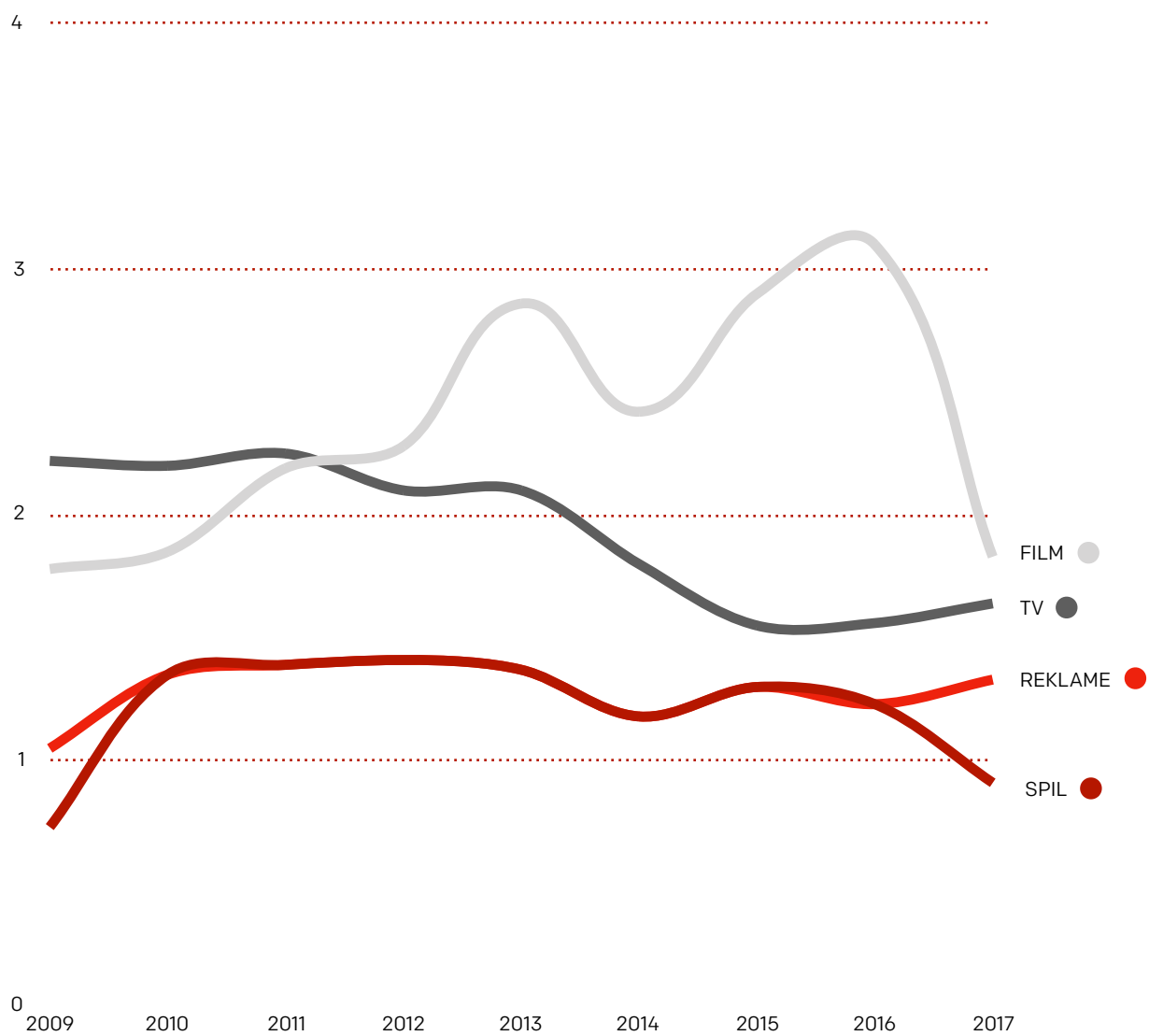
Mest iøjnefaldende er det, at hvor hver medarbejder i filmbranchen omsatte for ca. 3,1 mio. kr. i 2016, omsætter de nu kun for 1,83 mio. kr. Samtidig ser vi en stigning på 36,4 % i antallet af medarbejdere per virksomhed.

I spilbranchen ses også en signifikant tilbagegang på 26 % i omsætningen per medarbejder. Hver medarbejder omsætter nu for ca. 910.000 kr., hvor det i tidligere år har ligget på den gode side af 1 mio. kr.. Det gør spilbranchen til den branche, hvor hver medarbejder omsætter for mindst. Der ses et lille udsving i antallet af medarbejdere per selskab på 8 %, som dog må tilskrives løbende udsving.

TV-branchen oplever en fremgang på ca. 100.000 kr. i omsætning per medarbejder. Samtidig er antallet af ansatte per selskab reduceret fra 7,9 ansatte per selskab i 2016 til 6,7 ansatte i 2017. TV-branchen dominerer dog fortsat med det højeste antal ansatte per selskab.

I reklamefilmsbranchen går antallet af ansatte per selskab væsentligt tilbage. Samtidig forbedres omsætningen per medarbejder med 5,1 %, således at hver medarbejder nu omsætter for 1,64 mio. kr.

Fig. 6.: Udvikling i omsætning per medarbejder, 2009-2017
(i mio. kr.)



Tabel 7: Medarbejdere / selskab & omsætning per årsværk, 2009-2017
(i mio. kr)

		2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	16-17	09-17
Film	Med. / selskab	5,1	5,1	3,5	4,2	4,1	3,6	3,3	3,3	4,5	36,4 %	-11,8 %
	oms. / årsværk	1,78	1,85	2,19	2,28	2,86	2,42	2,90	3,1	1,83	-41,0 %	2,8 %
Spil	Med. / selskab	7,2	5,5	4,9	5,0	5,2	5,6	5,1	5,0	5,4	8,0 %	-25,0 %
	oms. / årsværk	0,73	1,35	1,39	1,41	1,37	1,18	1,30	1,23	0,91	-26,0 %	24,7 %
TV	Med. / selskab	6,1	5,9	6,8	8,1	9,8	9,2	9,2	7,9	6,7	-15,2 %	9,8 %
	oms. / årsværk	1,05	1,35	1,39	1,41	1,37	1,18	1,30	1,23	1,33	8,1 %	26,7 %
Reklame	Med. / selskab	3,7	4,7	5,1	5,8	5,7	4,5	4,9	5,3	3,7	-30,2 %	0,0 %
	oms. / årsværk	2,22	2,2	2,25	2,1	2,1	1,8	1,55	1,56	1,64	5,1 %	-26,1 %

DEN NATIONALE FORANKRING

Hovedstaden er fortsat centrum for producenterne indenfor den indholdsproducerende industri, men er forankret på tværs af hele landet.

