

«p»roducentforeningen

Dansk indhold i en ny verden

– fra danske, uafhængige producenter



Indhold

03	Indledning
04	Dokumentar
08	Fiktion & underholdning
12	Børn & unge
16	Reklameproducenter
18	Podcastproducenter

Denne publikation er udgivet af Producentforeningen, 2026.
Støttet af KulturPlus-midler fra Producent Rettigheder Danmark.

Kilder

- Danske Indholdsproducenter i tal 2026
- Deloitte Sundhedstilstanden i dansk dokumentarfilmsproduktion 2014
- Deloitte Sundhedstilstanden i dansk spillefilmsproduktion 2013
- DFI – hvor mange ser?
- DR's public service-redegørelser
- Nielsen seermåling
- Producentforeningens finansieringsanalyse af dokumentar 2026
- Producentforeningens finansieringsanalyse af spillefilm 2026
- Producentforeningens investeringsanalyse 2026
- Producentforeningens markedsanalyse 2026

Indledning

De danske producenter lever af at gøre danskerne stolte. Af at begeistre dem, gøre dem klogere, røre og underholde dem.

Med film og serier, der høster priser i ind- og udland, sætter vores lille land på det store verdenskort og skaber omsætning og kreative arbejdspladser.

Med programmer, der samler os som folk og giver liv til samtalerne over frokosten på arbejdet og middagsbordet om aftenen.

Med dokumentarer, der går magten efter i sømmene og forklarer og formidler den verden, der bliver mere kompleks, alvorlig og uforudsigelig.

Med børnefilm og -tv, der giver vores børn og unge fantastiske universer at drømme sig ind i, karakterer at spejle sig i og nye perspektiver på den verden, som de vokser op i.

Alt det indhold er ikke kommet af sig selv. Det kommer fra mennesker, der bruger deres liv på at producere det.

Vi lever i en tid, hvor medievirkeligheden vendes på hovedet. Af techgiganterne, sociale medier, de internationale streamingtjenester og hård konkurrence.

AI er et kapitel for sig og omkalfatrer alle brancher, også vores. Derfor ønsker vi, at der udarbejdes en bæredygtig strategi for brugen af AI i de kreative erhverv. Kun på den måde kan vi både sikre kulturel mangfoldighed, og at vi samtidig udnytter det store potentiale, som AI rummer for producenterne. Den udvikling skaber både muligheder og udfordringer.

En ting er sikkert. I de seneste år er det blevet sværere og mere usikkert at være dansk uafhængig producent.

Skal Danmark også i fremtiden have uafhængige producenter, der producerer de film, serier, programmer, dokumentarer og børne-tv, som samler os som folk, sætter Danmark på verdenskortet, giver farve til vores børns barndom og går magten efter i sømmene, så kræver det politisk vilje til at sikre vores vilkår og sikre gode rammer for et stærkt og mangfoldigt uafhængigt producentmiljø i den internationale konkurrence.

Det kræver prioritering og investeringer.

For intet indhold fra de danske producenter er kommet af sig selv. Derfor kan vi heller ikke tage det for givet.

Jeg håber, at du vil læse med.

Med venlig hilsen

Anna Porse Nielsen, direktør, Producentforeningen



Dokumentar

Den komplekse verden skal forklares

Verden er under opbrud. Hver morgen vågner vi til overraskende nyheder, som vi ikke havde forudset, da vi lagde hovedet på puden aftenen før.

Verden er blevet mere usikker og uforudsigelig. Og den er blevet mere kompleks. Den er ikke, som den plejer, og vi kan ikke længe tage for givet, at verden af i morgen bliver som verden af i dag – bare lidt bedre.

Samtidigt revolutioneres vores medievirkelighed af kunstig intelligens og digitale platforme, der har gjort det nemmere at søge viden, men sværere at stole på den.

2,2 mio.

Den sorte svane blev i gennemsnit set af 2,2 millioner danskere pr. episode.

Den sorte svane

Dokumentaren *Den sorte svane* afslørede, hvordan kriminelle og mennesker i toppen af det danske samfund samarbejder om blandt andet hvidvask og svindel.

Udgivelsesår: 2024

Produktionsselskab: Wingman Media

Priser: Robert-prisen for 'Årets tv-serie', FUJ's (Foreningen for Undersøgende Journalistik) Graverpris, TVPRISEN for "Bedste Fakta- og Dokumentarserie"





Viden er blevet nemmere at søge og sværere at stole på

På de sociale medier ledes vi ind i ekkokamre, der næres af algoritmer, som viser os det, vi ønsker at se, og som holder os på deres platforme længst muligt, så de kan tjene penge på os. Men som ikke nødvendigvis gør os klogere på verden eller præsenterer et nuanceret, retvisende og reelt billede af det, der sker omkring os.

Danmark er et af verdens stærkeste demokratier. Vi har høj valgdeltagelse, lav korruption og frie og uafhængige medier, der går vores magthavere efter i sømmene.

Vi har en helt særlig tradition for dokumentarer, som går tæt på magten, undersøger den til bunds og stiller spørgsmål til den. Dokumentarer, som giver os adgang til mennesker og miljøer, vi ikke kender, og udvider vores horisont. Som gør os klogere på verden og gør det nemmere at forstå den, når den forandrer sig.

I en tid, hvor fred, fremskridt og forudsigelighed synes afløst af krige, geopolitiske spændinger, nye teknologier og mangefacetterede kriser, må vi erkende, at verden er blevet mere kompleks. At den er blevet sværere at forstå.

Derfor mener vi i Producentforeningen, at det er vigtigere end nogensinde før, at den undersøges og formidles.

Skolens tabte børn

Dokumentarserien handler om ufrivilligt skolefravær og ekstrem skolevægring og følger en gruppe familier og børn over et skoleår i deres kamp med mistrivsel og et presset system.

Udgivelsesår: 2025

Produktionsselskab: Monday Productions

Priser: Folkets Journalistpris og TVPRISEN for Bedste nyskabelse



Foto: Monday Production

Dokumentar

Stærke danske dokumentarer kan ikke tages for givet

Den nye medievirkelighed udfordrer produktionen af de uafhængige og kritiske fortællinger, der går magten efter i sømmene og udlægger verden omkring os.

Allerede i dag produceres 3 ud af 4 danske dokumentarer med store økonomiske tab for producenten. Det er ikke holdbart.

Derfor kræver det investeringer, der sikrer de uafhængige danske dokumentarproducenter, hvis der i fremtiden også skal produceres stærke danske dokumentarer, som giver os noget at spejle os i og som står vagt om demokratiet og forklarer os den stadig mere komplekse verden, vi lever i.

"Dokumentaren skriver Danmarkshistorie, mens den finder sted. Den undersøger mennesker og magten og understøtter vores frie, demokratiske samtale og sammenhængskraft i Danmark."

– Malene Flindt Pedersen, medejer og producer, Hansen & Pedersen

Mr. Nobody against Putin

Dokumentarfilmen *Mr. Nobody against Putin* afslørede den massive russiske statspropaganda og militarisering af skolebørn efter invasionen af Ukraine.

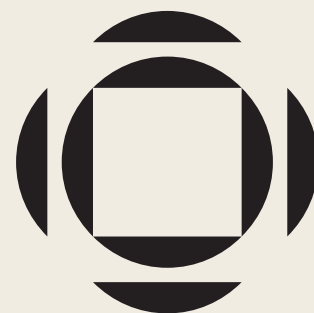
Udgivelsesår: 2025

Produktionsselskab: Made in Copenhagen

Priser: Oscar for bedste dokumentar, BAFTA for bedste dokumentar, World Cinema Documentary Special Jury Award på Sundance Filmfestival, TVPRISEN for bedste dokumentar



Foto: Frantisek Svatoš



De danske dokumentarproducenter er særligt udfordret af:

Stigende økonomisk usikkerhed

Faldende gennemsnitsbudgetter i branchen, ustabile tv-investeringer og fortsat dalende forhåndssalg af dokumentarer presser de danske uafhængige producenter og medfører større økonomisk risiko for dem.

Stigende afhængighed af få økonomiske aktører

Dokumentarproducenter er i stigende grad afhængige af Det Danske Filminstitut, regionale fonde og public-service tv-stationer, som tilsammen står for ca. 70% af finansieringen af danske dokumentarer.

Få beslutningstagere styrer dokumentarmarkedet

DR og TV 2 spiller en afgørende rolle som primære af-tagere. Derfor har deres prioriteringer stor betydning for, hvilke dokumentarprojekter, der bliver produceret. Det skaber et dokumentarmarked, som overlades til få centrale beslutningstagere i særligt DR, TV 2 og Det Danske Filminstitut.

Producentforeningen foreslår:

Stabil grundfinansiering til danske dokumentarfilm

Der skal etableres en stabil grundfinansiering til danske dokumentarfilm. Dette vil fremtidssikre et mangfoldigt og uafhængigt udbud af stærke danske dokumentarer, der undersøger både danske og internationale tematikker og dags-ordener.

En strategi for fremtidssikring af danske dokumentarer

Produktionen af danske dokumentarer er økonomisk udfordret. Når økonomien er pres-set, vælger få nye producenter at søge ind i branchen. Det udfordrer tilblivelsen af fremtidens danske dokumentarer. Derfor bør der laves en samlet strategi for, hvordan vi sikrer fremtiden for dansk dokumentar.

Giv flere danske dokumentarer et internationalt liv

Danske dokumentarer skal have bedre muligheder for at nå et internationalt publikum og tiltrække international finansiering. Det kræver gode rammer for tidlig udvikling, internationale samarbejder og projekter, der kan forbinde et dansk perspektiv med historier og temaer af international relevans.

Fiktion & underholdning

Et land har brug for fortællinger at være fælles om

Danmark er et lille land målt i kvadratmeter. Men vores sammenhængskraft er stærk.

Imidlertid udfordres vores stærke sammenhængskraft i disse år. Den stigende polarisering, vi ser ude i verden, sniger sig også ind herhjemme.

Hvor hele Danmark engang var samlet i stuerne til 19-nyheder og søndagsdrama på TV, henter flere og flere danskere, særligt unge, deres underholdning på streamingtjenester og sociale medier. Med dem har vi fået algoritmerne helt ind under huden.

3,8 mio.

3,8 millioner biografbilletter blev solgt til danske film i 2025 (37% markedsandel).

"Fiktion er et af de stærkeste steder, vi som danskere møder hinanden. Vores fortællinger underholder, men de udvider også perspektiver, styrker vores kulturelle identitet og sætter samtaler i gang, som rækker langt ud over den enkelte film eller serie."

– Kasper Fredshavn, CEO, Drive Studios

Gift ved Første Blik

Programmet *Gift ved første blik* er mere end et kærlighedseksperiment. Det åbner for samtaler med vores partner, familie og venner om forventninger, nærhed og det svære ved at finde hinanden.

Udgivelsesår: 2013-2026

Produktionsselskab: Snowman Productions

Priser: TVPRISEN for bedste factual entertainment, Juryens Særpris ved Reality Awards



Foto: Brian Lichtenstein



Techgiganter udfordrer vores sammenhængskraft

Platformene er designet til at give os mere af det, de ved, vi vil have, og som bekræfter den opfattelse af verden, vi allerede har.

Med de internationale streamingtjenester kan vi hente lige præcis de film, serier og programmer, vi ønsker at se, på alle tidspunkter af døgnet.

Det er bare at gribe ned i lommen efter mobilen. Med et par høretelefoner kan vi streame på vej i toget, når vi venter ved lægen, eller når vi sidder i stuen med vores familie.

Et land har brug for fortællinger at være fælles om. Karakterer, vi kan spejle os i, underholdning, vi kan grine af sammen, og dramaer, vi sammen kan begribe og bearbejde. Men vi er ikke fortabte i mødet med de digitale algoritmer. Der findes en modfortælling, der samler danskerne. Næmlig dansk underholdning og fiktion.

Nok ligger de danske gader ikke øde hen søndag kl. 20.00, som de gjorde engang, men danske film, tv-serier og -programmer samler os stadig. Serien har både seks- og syvcifrede seertal, og i 2025 så rekordmange danske film i biograferne.

Det er ikke så underligt. I Danmark har vi en stærk historie med film og underholdning i verdensklasse, som har samlet os i stuerne og biograferne, givet indhold til samtaler på arbejdspladser landet over, og som samtidigt har sat Danmark på verdenskortet med priser og nomineringer.

2,6 mio.

Ca. 2,6 millioner danskere har set *Badehotellet*.

Badehotellet

I *Badehotellet* følger vi livet blandt de farverige stamgæster og lokale ansatte på Andersens Badehotel ved Vesterhavet i det nordligste Jylland i årene mellem 1928 og 1946.

Udgivelsesår: 2013-2023

Produktionsselskab: SF Productions Danmark

Priser: Robert Publikumsprisen; Gentagne gange Årets TV-program ved Billed Bladets TV-guld og Årets Danske TV-dramaserie ved SVEND-prisen.



Fiktion & underholdning

Danske film, programmer og serier der samler, er ikke en naturlov

I den nye medievirkelighed, er konkurrencen ekstremt hård. Både om de investeringer, der skal til for at udvikle, producere og videreføre vores stærke tv- og filmtradition. Men også om danskernes tid og opmærksomhed.

I Producentforeningen mener vi, at vores sammenhængskraft er værd at passe på. At vores tv-, film- og serietradition er værd at investere i og videreføre.

Danmark er et land bygget på fællesskaber. Vores fantastiske fortællinger og karakterer giver os mulighed for at spejle os selv og hinanden. De giver os noget at tænke over og grine af. Det ønsker vi også for fremtiden.

Men konkurrencen er blevet hårdere, og det stiller krav om, at vi investerer i produktionen af dansk indhold. At vi fremtidssikrer det og de uafhængige danske producenter, som står bag indholdet. De kommende generationer fortjener også danske fortællinger at være fælles om.

823.572

Druk solgte 823.572 billetter i de danske biografer.

Druk

Filmen *Druk* er et drama, der skildrer fire gymnasielærere, som tester teorien om, at en konstant promille på 0,5 forbedrer hverdagen, hvilket hurtigt bringer både ny livsglæde og alvorlige konsekvenser med sig.

Udgivelsesår: 2020

Produktionsselskab: Zentropa

Priser: Oscar for Bedste internationale film, Bafta for Bedste ikke-engelsksprogede film, Bedste film ved BFI London Film Festival. Bedste film, Bedste Instruktør, Bedste Manuskriptforfatter og Bedste Skuespiller ved European Film Festival. Robert prisen for Årets danske spillefilm, instruktør, originale manuskript og mandlige hovedrolle.



Foto: Henrik Ohsten



De danske film-, serie- og tv-producenter er særligt udfordret af:

DR & TV 2 igangsætter færre nye produktioner

Danmarks Radio og TV 2 igangsætter færre nye produktioner og satser i stigende grad på nye sæsoner af tidligere succeser. Ikke mindst grundet stigende konkurrence fra internationale streamingtjenester. Dette gør det sværere for danske producenter at iværksætte nye produktioner indenfor fiktion og underholdning.

International finansiering er blevet sværere

Det samlede internationale udbud af film og serier på verdensplan er eksploderet. Dette gør det stadig sværere for danske producenter at skaffe international finansiering til danske serier, film og programmer.

Internationale streamingtjenester holder ikke hånden under den danske branche

Selvom Netflix, HBO, Amazon og andre internationale streamingtjenester er et godt supplement til det nationale marked, så er de underlagt den hårde, internationale konkurrence, der skaber et marked med større og mere sikre produktioner. Ligeledes favoriserer de internationale streamingtjenester de allerede etablerede og internationale selskaber. Endelig tager de internationale streamingtjenester ikke samme ansvar for talentudvikling af fremtidens danske producenter, som de danske tv-stationer hidtil har gjort.

Producentforeningen foreslår:

Øg DR & TV2s investeringer i eksternt produceret indhold

Der skal stilles krav til Danmarks Radio og TV2 om at øge deres investeringer i eksternt produceret indhold til deres flader. Samlet set og i de enkelte produktioner. Derudover bør en del af investeringerne målrettes nye formater, ideer og talenter. Det skal fremtidssikre et levende og farverigt miljø af uafhængige film-, serie- og tv-producenter, der skal skabe fremtidens gode danske fiktion og underholdning.

Støtteordninger, der passer til den nye medievirkelighed

De offentlige støtteordninger til film- og serieproduktion skal moderniseres og tilpasses den nye medievirkelighed med et marked med færre købere og hårdere international konkurrence. Støtteordningerne skal give bedre mulighed for udvikling og finansiering af danske produktioner, der skal være flere midler til serierne, og det skal være muligt at søge støtte, også før en broadcaster har meddelt, at de ønsker at aftage produktionen.

Udvid kulturbidraget til videodelingsplatforme

Kulturbidraget bør på sigt også omfatte relevante videodelingsplatforme som YouTube og TikTok, der distribuerer og skaber omsætning på audiovisuelt indhold. Mulighederne for en sådan udvidelse bør derfor undersøges, så flere af de globale aktører, der tjener på danskernes forbrug af audiovisuelt indhold, kan bidrage til finansieringen af nyt dansk indhold.

Børn & unge

Vores børn fortjener fantastiske fortællinger

I Danmark har vi en særlig tradition for børnefilm og -tv. Med humor, frisind og nysgerrighed gør vi danske børn klogere, mens de har det sjovt.

I årtier har film og tv-programmer med vidunderlige universer, fantastiske fortællinger og farverige karakterer spillet en afgørende rolle i danske børns opvækst og dannelse. Underholdning som *Gummi Tarzan*, *Bamse* og *Kylling* og *Busters Verden* har skabt fælles frirum, som danske børn sammen kan drømme sig ind i. De har taget stor del i at forme den verden, som vores børn vokser op i.

"Børn og unge skal kunne spejle sig i film og tv-programmer af høj kvalitet, og det har vi en kæmpe erfaring med i Danmark. Vi producerer indhold, som er relevant for danske børn."

– Signe Leick Jensen, stifter og producer, Toolbox Film

Børnene fra Sølvgade & Børnene fra Sølvgade tager kampen op

Filmene om børnene fra Sølvgade følger fire søskende, der bor alene i København og kæmper for at holde sammen på familien. De tackler mistænksomme voksne, strenge familiemedlemmer og hverdagens udfordringer med hjertevarme, opfindsomhed og fællesskab.

Udgivelsesår: 2024 og 2025

Produktionsselskab: Rocket Road Pictures

Priser: 2025: Robert "Børnene fra Sølvgade" vandt Årets børne- og ungdomsfilm & Bedste sang (Thomas Helmig): "Børnene fra Sølvgade 2: Tager kampen op" vandt Svendprisen for Årets danske børne- og ungdomsfilm.



Foto: Peter Gramstrup



Dansk børne-tv er udfordret, og der investeres mindre i det

Men danske børnefilm- og TVs plads i vores børns barndom er udfordret.

Af techgiganternes sociale medier, der stjæler deres tid med algoritmer og personificeret indhold, der kan skabe mistvivl og isolerer alt for mange alene i deres egen verden.

Og af indhold til børn, der er udviklet langt fra Danmark og ude af trit med vores værdier og vores helt særlige børnesyn: troen på, at børn skal myndiggøres, høres og tidligt hjælpes til at være nysgerrige, spørgende og kritiske over for den verden, de vokser op i.

Samtidig med at techgiganterne får et stadig stærkere greb om vores børns barndom, investeres der i disse år stadigt mindre i udviklingen og produktionen af godt dansk indhold til børn.

150.000

150.000 danskere ser i gennemsnit *FredagsTamTam* med bl.a. *Karlas Fantalastiske Klasse*.

Karlas Fantalastiske Klasse

Den sprudlende og energifulde kylling Karla på 8 år elsker skolen og sine venner - hun brænder for at gøre alle glade, men ender alligevel nogle gange med at skuffe en ven.

Udgivelsesår: 2023 og 2026

Produktionsselskab: Sparre Production

Priser: Best Mobile Game, Kidscreen, Best Animated Short, Singapore Script and film festival, Bedste børne- og ungdomsprogram, TV PRISEN, Bedste nyskabelse, TV PRISEN, Best Children's Programme, Rotterdam Independent Film Festival og Best Upper Pre-School, Pulcinella



Børn & unge

Skal fremtidens generationer have danske børnefilm og -tv, kræver det investeringer

I Producentforeningen er vi stolte af den tradition for godt og nysgerrigt indhold til børn, vi har i Danmark. Vi mener, at den er værd at videreføre.

Den nye medievirkelighed kræver, at vi investerer mere i danske film og tv-programmer til børn. At vi prioriterer ordentligt indhold til vores børn og deres hverdag.

For universer som *Ternet Ninja*, *Børnene fra Sølvgade* og *Karlas Fantastiske Klasse* er ikke kommet ud af det blå.

De har krævet gode rammer for danske uafhængige producenter, der har gjort dem til virkelighed.

Hvis danske børn også i fremtiden skal have vidunderlige universer, fantastiske fortællinger og farverige karakterer at være fælles om og kunne drømme sig væk sammen med, så kræver det, at vi styrker de uafhængige producenters rammer og vilkår.

2,6 mio.

Filmene *Ternet Ninja* 1, 2 og 3 har tilsammen solgt ca. 2,6 millioner billetter i de danske biografer.

Ternet Ninja

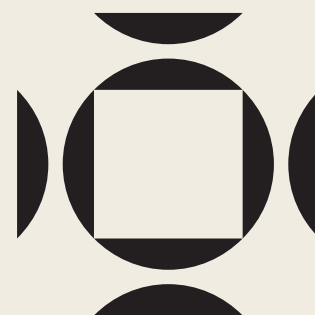
Filmene *Ternet Ninja* handler om drengen Aske, som får en levende, sværdbevæbnet ninjadukke. Sammen danner de et umage makkerpar, hvor dukken hjælper Aske med piger og bøller i skolen, mens Aske må hjælpe ninjaen med at få hævn over en kynisk legetøjsfabrikant. Filmene blander rå humor med action og hjertevarme.

Udgivelsesår: 2018, 2021 og 2025

Produktionsselskab: A. Film Production (co-produktion Sudoku, Pop up Production)

Priser: Robert prisen for Årets børne- og ungdomsfilm (2 gange), Robert Årets adapterede manuskript (2 gange), Pråsprisen, Svendprisen for Årets danske film, Zulu Award for årets danske film og årets film





Producenter af dansk børnefilm og-tv er særligt udfordret af:

DR skærer ned på dansk børnefilm- og tv

DR investerer mindre i dansk udviklet og produceret børne-tv. Konkret har DR siden 2022 sparet 19% på udvikling og produktion af børne- og ungeunderholdning.

Dansk børnefilm- og tv vinder ikke i den internationale konkurrence

Danske børnefilm- og tv får ikke i samme omfang andel i internationale investeringer som øvrige fiktions- og underholdningsproduktioner, da der ikke er et særlig stort internationalt marked for danske børnefilm- og tv.

Globale platforme konkurrerer om børn og unges tid

Konkurrencen om danske børn og unges tid og opmærksomhed er hård i mødet med internationale techgiganter sociale platforme som YouTube, Instagram og Snapchat.

DR investerer mindre i animationsindhold til børn

DR spiller en stadig mindre rolle på markedet for animeret børne-tv. Volumen er begrænset, og det danske marked kan ikke alene bære større danske animationsproduktioner.

Animationsindhold er særligt sårbart over for udsving i markedet og politiske ændringer

Animationsproduktioner har ofte lange udviklingshorisonter, som gør dem særlig sårbare over for udsving i markedet og ændringer fra politisk side, da projekterne ofte strækker sig over mange år fra idé til færdigt produkt.

Producentforeningen foreslår:

Langsigtede og stabile investeringer i film og tv til danske børn & unge

Der skal sikres en langsigtet og stabil investering i dansk indhold til børn og unge. Dette skal sikre økonomiske rammer, som gør det muligt løbende at udvikle og producere originale danske fortællinger til børn og unge. Også i en medievirkelighed med hård konkurrence fra globale platforme.

Mere eksternt produceret børne- og ungeindhold skal give bredde og fornyelse

Rammerne om de uafhængige danske producenter af børne- og ungefilm- og tv skal styrkes. En væsentlig del af investeringerne i dansk børne- og ungeindhold skal nå ud til uafhængige producenter, så flere kreative miljøer kan udvikle nye idéer, formater og universer. Det skal sikre mangfoldighed, innovation og fornyelse i dansk film- og tv til børn og unge.

Styrk støtten til animationsproduktioner

Der skal skabes bedre rammer for langsigtet udvikling og produktion af animationsindhold. Støtte- og finansieringssystemerne skal tage højde for, at særligt animation har lange udviklingsforløb og ofte kræver finansiering fra flere både danske og internationale aktører.

Rul besparelserne på public service-puljen tilbage

Public service-puljen skal øges og bringes tilbage på minimum 50 mio. kr. årligt, ligesom dansk produceret indhold bør gøres til en central del af den digitale medievirkelighed for børn og unge. Mediepolitikken skal ikke alene handle om at beskytte børn mod skadeligt indhold, men også om at sikre attraktive danske alternativer, der styrker sprog, kultur, kritisk medieforståelse og fælles referencer.

Reklameproducenter

Reklamefilm skaber økonomisk sikkerhed for talenter og kreativitet

Reklamefilm er ikke bare reklamefilm. Produktionen af danske reklamefilm spiller en afgørende rolle for den samlede danske tv- og filmbranche som testlaboratorium for nye talenter og kreativitet.

Det er her, mange skuespillere, instruktører, fotografer og producenter træder deres første skridt.

Det er her, mange producenter får den økonomiske sikkerhed, der skal til for at kunne leve af at producere filmene og programmerne, vi danskere ser og spejler os i.

Det er her, at mange nye formater, ideer, teknikker og greb afprøves og forfines. Ofte på grund af presede budgetter og korte formater.

På mange måder er reklamefilmsproduktionen hele det danske producentmiljøes testlaboratorium. Samtidig er det også en branche i sig selv, som skaber kreative arbejdspladser, omsætning og eksport. Dansk produktion af reklamefilm bidrager hvert år med 800 millioner kroner i omsætning til dansk økonomi.

Den danske produktion af reklamefilm er udfordret i disse år

Med techgiganternes fremfærd flytter flere og flere reklameinvesteringer og annoncekroner over på de sociale medier til gavn for både platformene og influencers. Med dette følger, at der i disse år bliver investeret mindre i det kreative producentmiljø, der findes omkring dansk produktion af reklamefilm.

Det betyder ikke blot færre danskproducerede reklamefilm i fremtiden, men også at det bliver sværere for nye og uetablerede danske producenter at udvikle deres talenter, faglighed og etablere sig som producent.

Men hvis vi i fremtiden også skal have danskproducerede film, serier, programmer og børnefilm- og tv i verdensklasse, så kræver det, at vi også fortsætter fødekæden af stærke uafhængige danske reklamefilmproducenter.

"Reklamefilm er med til at udvikle og innovere filmiske fortælleformer og styrke talentudviklingen på tværs af funktioner og fagområder - til gavn for hele filmbranchen."

- Samuel Cantor, Managing Partner & Executive Producer, Bacon



Danske reklamefilmproducenter er særligt udfordret af:

Annoncer og reklamer flytter til techgiganternes platforme

Med den nye medievirkelighed og techgiganternes fremfærd flytter en hastigt voksende del af annoncekronerne over på digitale platforme som Facebook, Instagram og YouTube. Den udvikling ændrer grundlæggende på strukturerne på markedet for reklamefilm og efterlader færre investeringer til danskproducerede reklamefilm og dermed til de danske producenter af reklamefilm.

Influencere skaber prispres

Antallet af influencere på de sociale medier stiger hastigt i disse år. Dette skaber et voldsomt prispres på de danske reklamefilmsproduktioner og gør det sværere for danske reklamefilmproducenter at etablere sig og opnå økonomisk sikkerhed og svækker dermed reklamefilmmarkedet som det testlaboratorium for både nye talenter og faglig kreativitet og innovation, det hidtil har fungeret som.

Markedet er stærkt følsomt for økonomiske udsving

Reklamemarkedet er tæt knyttet til den generelle økonomiske udvikling i samfundet. Efterspørgslen justeres derfor hurtigt op eller ned afhængigt af annoncørernes budgetter og prioriteringer. Dette gør det svært for danske producenter af reklamefilm at investere, planlægge og kapacitetsstyre.

Producentforeningen foreslår:

Tilskynd investeringer i danskproducerede reklamefilm

Der skal skabes bedre rammer for investeringer i professionelt produceret dansk reklameindhold. Det skal styrke et levedygtigt marked for uafhængige reklamefilmproducenter og fastholde produktion, kompetencer og kreative arbejdspladser i Danmark.

Styrk reklamefilmens rolle som talent- og innovationsmiljø

Dansk reklamefilm er en vigtig indgang til det danske producentmiljø og et sted, hvor nye talenter, teknikker og kreative greb udvikles og afprøves. Gennem stærkere samarbejder med uddannelser, talentprogrammer og andre initiativer, der bringer nye talenter ind i professionelle produktioner, kan reklamefilmen blive et endnu vigtigere led i fødekæden for talent, kreativitet og innovation på tværs af dansk indholdsproduktion.

Podcastproducenter

Lyden af danskernes hverdag

Podcastmediet er nyt. Det er født ind i den tid, vi lever i. Flere og flere danskere lytter til podcast. Når vi er på vej fra a til b eller derhjemme og både når vi er alene eller sammen med venner og familie.

På få år er podcast blevet en del af hverdagen for rigtig mange af os. Siden 2018 er antallet af danskere, der lytter til podcast, fordoblet. Og blandt danske unge lytter 6 ud af 10 til podcast hver uge. Vi lytter til programmer om samfund, verden derude, kriminalitet, kærlighed og livet i al almindelighed. Til nyheder, debat, samtaler, fiktion og fortællinger. For mange er podcast blevet et rum for både fordybelse, nye perspektiver og underholdning. Ikke mindst fordi udbuddet af podcast i de seneste år er vokset eksplosivt. De fleste kan finde en podcast om lige præcis det, de ønsker.

Det farverige udbud af podcast er truet

Men bredden i udbuddet af podcast er udfordret, og vækst i lyttertal er ikke det samme som et sundt produktionsmiljø. Det danske podcastmarked er trådt ind i en konsolideringsfase, hvor markedet domineres af ganske få store aktører som DR og Podimo.

For de uafhængige danske producenter af podcast betyder det trange kår. For når magten over både distribution og finansiering samles hos få beslutningstagere, svækkes den journalistiske og kunstneriske bredde.

Uden et stærkt og levedygtigt uafhængigt produktionsmiljø risikerer vi at miste de modige, kritiske og originale danske stemmer, der i de seneste år er vokset frem i lydlandskabet og ind i danskernes liv og hverdag.

100%

Antallet af danske podcastlyttere er fordoblet i perioden fra 2018 til 2025.



De uafhængige danske podcast-producenter er særligt udfordret af:

Få aktører styrer markedet

Det danske podcastmarked styres i høj grad af DR og Podimo. Dette skaber en markant koncentration af magt og beslutninger, hvor få aktører dikterer både økonomi, formater og vilkår for det samlede podcast-marked og dermed de danske podcastproducenter.

Hård konkurrence med DR på et nyt marked

Konkurrencen fra public service-aktører er hård, da særligt DR har stærke distributionskanaler og store økonomiske ressourcer at trække på. Samtidigt spiller særligt DR en central rolle i markedet både som indholdsproducent og som aktør, der sætter standarden for kvalitet og format. Dette udfordrer mindre og uetablerede danske producenter af podcast i at slå igennem på markedet.

Ulige forhold for store og små aktører

På det danske podcastmarked er der tydeligt ulige forhold for større og mindre aktører. De større selskaber og mediehuse kan arbejde strategisk med porteføljer og flere indtægtskilder, mens mindre producenter ofte er afhængige af enkeltprojekter og platformsaftaler. Dette svækker ikke blot bredden i udbuddet af danske podcast, men også muligheden for, at det nye marked kan vokse med flere aktører, der kan producere podcast til gavn for danskerne.

Producentforeningen foreslår:

Skab et bæredygtigt marked for uafhængig podcastproduktion

Der bør sikres rammer, som gør det muligt for uafhængige podcastproducenter at udvikle egne idéer, opbygge langsigtet værdi og investere i nye produktioner. Det er en forudsætning for et mangfoldigt marked med flere uafhængige aktører og stemmer.

Giv uafhængige podcasts bedre adgang til public service og støtteordninger

Podcast er blevet en væsentlig del af danskerne mediebrug. Det bør afspejles i public service og relevante støtteordninger, så der også skabes plads til originale podcasts fra uafhængige producenter.

Om Producentforeningen

Producentforeningen er brancheorganisationen for producenter af film, tv og podcast.

Producentforeningen er branche- og arbejdsgiverorganisation for danske indholdsproducenter – det vil sige producenter af spillefilm, tv, dokumentarfilm, animation, reklamefilm og podcast.

Producentforeningen er både en brancheforening og en arbejdsgiverforening. Det betyder, at foreningen på den ene side søger politisk indflydelse og varetager medlemmernes interesser i forhold til politikere, rettighedsorganisationer, offentlige institutioner, tv-stationer og reklamebureauer, som har indflydelse på produktionsvilkårene. På den anden side – som arbejdsgiverforening forhandler Producentforeningen overenskomster med de lønmodtagergrupper, der er relevante.

Som en af de eneste producentforeninger i Europa organiserer Producentforeningen alle produktionsområder i én forening. Det giver os et bedre overblik på tværs af branchen, og vi er derfor i stand til at trække på et bredere spektrum af erfaringer.

4,3 mia. kr.

De danske producenter omsætter årligt for 4,3 milliarder danske kroner.

+1 mia. kr.

De danske producenter eksporterer årligt for mere end 1 milliard danske kroner.