

“Fremtiden giver lyd fra sig”

Vi repræsenterer **Center for Podcasting**

Vi er en organisation, der kæmper for at samle alle aktører i dansk podcasting - fra radiostationer over medier til selvstændige podcastproducenter - og vi arbejder for at dette fremadstormende medie har de rette vilkår.

2: Lydens anden guldalder

I det nuværende medieforligs levetid kan podcasting forvente en årlig vækst på 28,5 %, hvilket gør det til det andenmest vækstende område i medie- og underholdningsindustrien, ifølge en undersøgelse fra PwC. (bilag a) Andelen af podcastlyttere vokser med stabil hastighed (1-2 procentpoint i kvartalet), og [DR's Medieforskning](#) kan berette at 24 % af danskerne lytter til podcasting minimum en gang om ugen. (bilag b)

De store medier: Aller; Berlingske; Politiken; Egmont osv. har alle satset stort på podcasting i de sidste måneder, og to meget ambitiøse virksomheder (Podimo & TalkTown) forsøger at skabe podcasting's Netflix her fra Danmark.

Podcasting er ikke blot noget, som I politikere skal holde øje med, men tværtimod noget der investeres ressourcer og penge i.

Podcasting er et medie i sin egen ret, som passer til danskernes digitale virkelighed. Ligesom i andre medieområder er on-demand indhold en kæmpe motor og modsat radio er man som podcastlytter med fra starten og indholdet behøver ikke strækkes eller kortes ned til 57 min. for at passe i en timeflade med radioavis.

Podcasting kan lyttes i forgrunden, men det store opsving er opstået, fordi man nu kan underholdes, inspireres og lære noget, mens man cykler, hakker løg eller laver noget andet.

3: Politik og lovgivning

Men lovgivningen og mediepolitikken har ikke fulgt med.

Podcasting og lyd skal tænkes ind i lovgivningen, på samme måde som andre kulturformer.

Hvilket vil sige, også udenfor de traditionelle radiostationer.

- **Mediestøtte:**

Mediestøtten er på mange områder ude af sync med hvilket medielandskab, der findes,

og udelukker i det store hele lyd på en ikke-hensigtsmæssig måde.

Alle store medier tilbyder nu deres produkter på lyd i en eller anden form fordi danskerne efterspørger det, og bruger det.

Men fordi mediestøtten er forbeholdt skreven journalistik, holder frontløberne igen af frygt for at miste støtte.

Midlerne i en Public Service-pulje der bliver mindre og mindre er ikke tilstrækkelige til at skabe god lydfortællinger og podcasts.

- **Kulturstøtte:**

Al kulturstøtte fordeles til film, musik, litteratur osv. i fastforankrede søjler

- en afspejling af et meget reaktionært medie billede, som per definition udelukker lyd.

Der er INGEN penge til lyd og lydfortællinger

Podcast, lyddokumentar, montage og lyd drama

er anerkendte kunstformer, som bliver stadig mere populære

men vi får ikke kvalitetsproduktioner, hvis det kun skal udføres af amatører.

4: Uddannelse og talentudvikling

Indenfor ovennævnte søjler eksisterer der eliteuddannelser og initiativer, der fremelsker og dyrker det ypperste indenfor kulturformen.

Visioner på dette område vil give Danmark en masse kultur, der ikke eksisterer og give Danmark et forspring på globalt plan i en branche, der spirer.

5: Mediemastodonter og Techgiganter

Google, Netflix, HBO, Youtube, Spotify osv

skal betale en del af deres overskud til danskproduceret indhold og til danske rettighedshavere.

Men her er det vigtigt at huske lyd og podcasting.

Apple og Spotify bl.a. har drevet forretning på dansk-produceret indhold i mange år uden at betale en eneste krone tilbage, herunder nydt godt af DRs og 24Syvs kæmpe repertoire.

Det er kun rimeligt at de forskellige platforme så vidt muligt betaler tilbage netop det indhold, de udnytter.

Vi foreslår:

- 1 - 15% af publicservicepuljen øremærkes til lyd
- 2 - Kulturstyrelsen skal have en selvstændig sølje til lyd, på linie med film, teater, litteratur osv
- 3 - 3-5 % af pengene i filmforliget bør gå til lydproduktioner
- 4 - Talentuddannelse, uddannelse og udvikling af lydfortællingsfaget -herunder særligt eliten.
- 5 - Fremtidig beskatning af mediemastodonter skal tildeles de rettighedshavere, der har skabt indholdet - hermed også lyd
- 6 - Inkludér digitale devices i Blankmedieordningen

Bilagsark:

Bilag a:

Ifølge [PwC](#) kan podcasting i perioden 2019-23 forvente en årlig vækst på 28,5 %:

“

Innovation og fornyelse i medie- og underholdningsindustrien er i høj grad drevet af de teknologiske fremskridt samt forbrugernes præferencer for personlige oplevelser. Denne tendens vil accelerere yderligere med 5G-teknologien, viser PwC's rapport 'Global Entertainment & Media Outlook 2019-2023'.

“

“

Undersøgelsen viser dog, at der er stor forskel på, hvilken fremtid de forskellige områder inden for medie- og underholdningsindustrien går i møde. Virtual Reality (VR) vil opleve den største vækst, men – efter et år, hvor udbredelsen blandt forbrugerne ikke levede op til forventningerne – er VR's forspring i forhold til streaming reduceret væsentligt. For Podcasts og eSport viser prognoserne en meget stærk fremgang med en årlig vækst på hhv. 28,5 % og 18,3 %.

“På den ene side fremstår medie- og underholdningsverden fremadrettet mere isoleret med et stigende antal personer, der er fordybet i deres eget valg af indhold. Men der er også en dimension af personalisering, som i sig selv er social, fordi folk deler spillelister på musikstreamingtjenester, anbefaler venner film på sociale platforme eller deltager i computerspil, hvor de battler mod andre brugere,” forklarer Leif Ulbæk Jensen.

“

Bilag b:

<https://www.dr.dk/om-dr/nyheder/flere-og-flere-kaster-sig-over-podcasts>

Andelen af podcastlyttere vokser med stabil hastighed, og [DR's Medieforskning](#) kan berette at 24 % af danskerne lytter til podcasting minimum en gang om ugen, mens 52 % af danskerne svarer at de nu har hørt en podcast. Begge disse tendenser er over de sidste år vokset med 1-2 procentpoint pr. kvartal. Lyd er særligt stort blandt unge voksne.

Så mange har lyttet til podcast inden for den sidste uge:

Køn

Mænd: 26 procent

Kvinder: 22 procent

Alder

Unge 15-24 år: 39 procent

Unge voksne 25-31 år: 47 procent

Voksne 32-46 år: 29 procent

Modne voksne 47-64 år: 18 procent

Ældre over 65 år: 6 procent

Region

Hovedstaden: 30 procent

Midtjylland: 25 procent

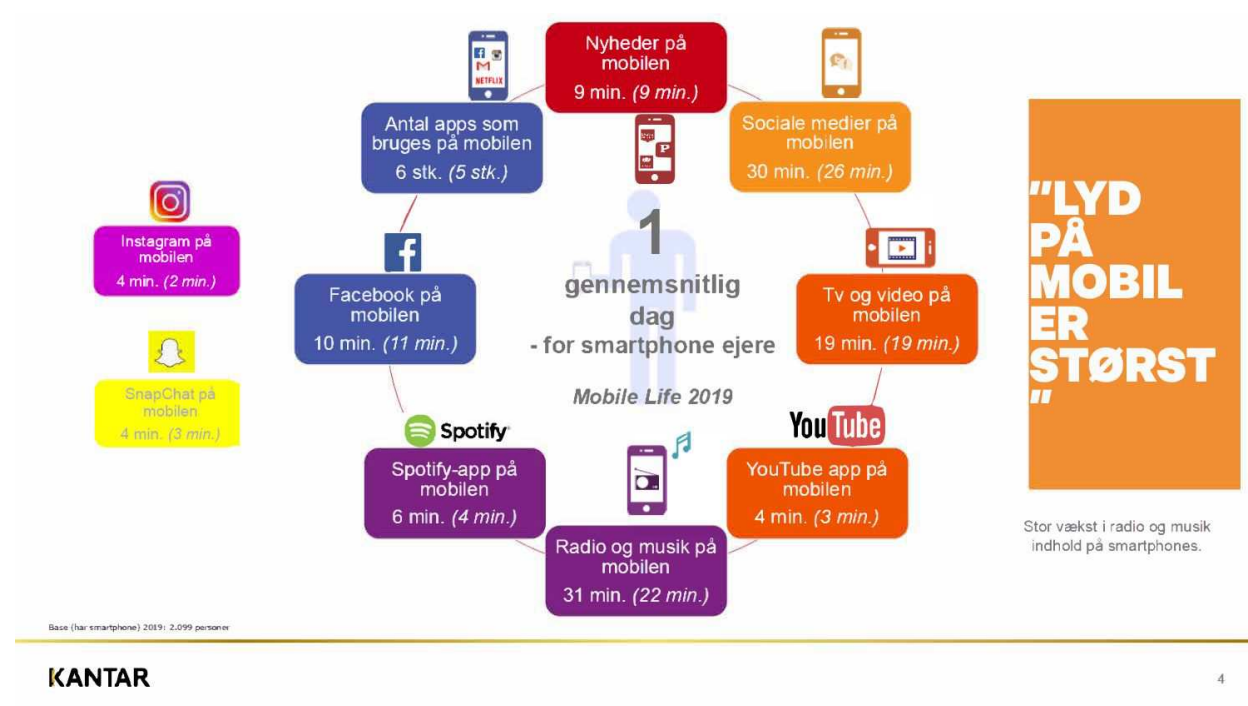
Nordjylland: 23 procent

Sjælland, Lolland-Falster: 19 procent

Syddanmark: 16 procent

Bilag c:

Kantar Group melder tilmed at lyd nu er det indhold, der konsumeres allermost på smartphones, hvor man gennemsnitligt dagligt bruger 31 minutter på lydindhold (musik, radio og podcasting).



FREMTIDEN GIVER LYD FRA SIG

“Smart speakers, podcasts og streamingtjenester har gennem de seneste år for alvor vundet indpas i danskernes hverdag, og i samspil med et stabilt flowradiomedie er lyd ved at genindtage sin placering i forgrunden af danskernes medieforbrug. Det er teknologiske landvindinger kombineret med et ændret mediebehov blandt især unge, der har muliggjort denne udvikling. Fremtiden vil kun blive mere lydbaseret.”

Citat DR Medieforsning

Om Center for Podcasting:

Center for Podcasting er en non-profit interesseorganisation, der vil samle de forskellige aktører inden for dansk podcasting. Verdens første og hidtil eneste podcastinginteresseorganisation.

Vores mål er at bidrage til udvikling af podcasting sammen med producenter, etablerede medier og på forskningsområdet i Danmark og Norden. Og at skaffe dansk podcasting bedst mulige vilkår. Vi har over 140 medlemmer som tæller alt fra radiostationer, interneradioer, festivaler, produktionsselskaber og selvstændige podcastere.

Vi er arrangør af Podcast Festival og Podcastprisen samt medarrangør på Radiodays, og har stærke og blivende samarbejder med Danmarks Radio, Journalistforbundet, Podimo, Danske Medier, Producentforeningen og mange andre.