

PRESSEMEDDELELSE

# **PRESSEMEDDELELSE - Ny analyse kortlægger for tredje gang mangfoldigheden i mediebranchen**

Pressemeddelelse · Andre serviceydelser



Danske Medier har for tredje gang undersøgt mangfoldigheden i mediebranchen. Lignende analyser blev gennemført i 2021 og 2023.

**Danske Medier har for tredje gang undersøgt mangfoldigheden i mediebranchen. Analysen bygger videre på data fra 2021 og 2023 og giver et opdateret billede af branchen og udviklingen over tid. Den viser blandt andet, at flere medievirksomheder har formuleret en egentlig mangfoldighedspolitik.**

Danske Medier har for tredje gang kortlagt mangfoldigheden i mediebranchen med en [ny analyse](#). Analysen giver blandt andet et overblik over mediemedarbejdernes fordeling på køn og alder og ser desuden på kønsfordelingen på virksomhedernes forskellige ansættelsesniveauer.

Resultaterne bygger på spørgeskemabesvarelser fra 90 medievirksomheder med tilsammen 11.184 ansatte.

”Med den tredje analyse kan vi bidrage med et opdateret billede af mangfoldigheden i mediebranchen og vise, hvordan den har udviklet sig over tid. Det giver medievirksomhederne et bedre overblik over, hvordan deres branche er sammensat, samt hvor og hvor hurtigt der sker forandringer,” siger Niels Marslev, der er chef for kommerciel udvikling og analyse i Danske Medier.

## **Flere virksomheder har fået en nedskrevet mangfoldighedspolitik**

Et af resultaterne fra den nye analyse er, at en stigende andel af medievirksomhederne har fået en skriftligt formuleret mangfoldighedspolitik, der omfatter én eller flere af kategorierne køn, alder, kulturel baggrund og funktionsevne.

Særligt markant er udviklingen, når det kommer til politikker omkring alder og medarbejdere med forskellige funktionsevner, men fremgangen gør sig gældende på tværs af alle de undersøgte områder.

”Det viser, at flere af medievirksomhederne er begyndt at arbejde med medarbejdermangfoldighed på et mere strukturelt plan. Det er interessant for os at måle på, fordi det kan give et indblik i, hvilken retning branchen formentlig kommer til at udvikle sig i de kommende år,” siger Niels Marslev.

Mere konkret viser resultaterne af den nye analyse, at 21 procent af medievirksomhederne har en nedskrevet mangfoldighedspolitik, der omfatter køn, mens 15 procent har en politik for alder. For kulturel baggrund og etnicitet er tallet 10 procent, mens andelen af politikker omkring funktionsevne ligger på 9 procent – det er en stigning på 7 procentpoint, når man holder resultatet op mod niveauet fra 2023.

## **Analysen viser begrænsede ændringer siden 2023**

Ser man på den samlede kønsfordeling i mediebranchen, er den stort set den samme som i 2023. Branchen består fortsat af marginalt flere mænd end kvinder med en procentfordeling på 53 procent for mændene og 47 procent for kvinderne.

På ledelsesgangene i medievirksomhederne er der også flere mænd end kvinder, og andelen af mænd stiger, når man bevæger sig opad i ledelsesniveauerne. Det gør sig særligt gældende på toplederniveau, hvor andelen af mænd i 2026 er steget til 67 procent fra 64

procent i 2023.

Dog er der samtidig sket en lille bevægelse mod et mere balanceret niveau på mellemliderniveau. I 2021 og 2023 var andelen af kvindelige mellemlidere på 40 procent, mens tallet nu har bevæget sig op på 41 procent.

Spredningen i aldersfordelingen viser sig, ligesom den samlede kønsfordeling, også at holde niveau fra de forrige år, da hovedparten af de ansatte i mediebranchen fortsat er mellem 30 og 59 år. Dog ses en lille nedgang i andelen af medarbejdere over 60 år med et fald på to procentpoint i forhold til resultaterne fra 2023. Danske Mediers nye analyse præsenteres i dag, den 26. oktober, kl. 9.05 ved et morgenmøde arrangeret af branchefællesskabet Alle til Orde og Netværket for Ligestilling i Medierne.

### **Hovedresultater fra analysen:**

- Den samlede mediebranche består af 47 procent kvinder og 53 procent mænd. Tallene er uændrede fra 2023.
- I 2023 var 64 procent af topledere mænd. I 2026 er tallet steget til 67 procent.
- På mellemliderniveau er kønsbalancen stort set uændret med en lille stigning fra 40 procent i 2021 og 2023 til 41 procent i 2026.
- Kønsfordelingen i ledelsesslagene er mest jævn på tværs af de større, landsdækkende medier.
- Aldersfordelingen i branchen er stort set uændret med hovedparten af de ansatte i aldersspændet 30 til 59 år. Dog er der en nedgang i andelen af medarbejdere over 60 år på 2 procentpoint.
- Der er fortsat flere medievirksomheder, der har fået en skriftligt formuleret mangfoldighedspolitik inden for alle målte parametre. 21 procent af virksomhederne har fået en politik for køn, 15 procent for alder, 10 procent for kulturel baggrund og etnicitet og 9 procent for funktionsevne.

### **For yderligere information:**

Emma Frigaard, Danske Medier, + 45 30 73 91 01, [eff@danskemedier.dk](mailto:eff@danskemedier.dk)

*KILDE / LOGO / FOTO: Danske Medier*

Online: <https://pressemeddelelse.dk/pressemeddelelser/pressemeddelelse-ny-analyse-kortlaegger-for-tredje-gang-mangfoldigheden-i-mediebranchen/>

Pressemeddelelsen er videreformidlet af Pressemeddelelse.dk. Pressemeddelelse.dk er ikke ansvarlig for indholdet. Spørgsmål til indholdet rettes til Danske Medier.