

Kvinder på de danske musikhitlister

Notat udarbejdet af HBS Economics for IFPI Danmark

NOVEMBER 2025

Indledning og sammenfatning

Kønsbalancen i den danske musikbranche har i mange år været præget af en markant underrepræsentation af kvinder, hvilket har været genstand for både opmærksomhed og debat. Branchen har derfor gennem en årrække – både i fællesskab og hver for sig – iværksat en række indsatser for at styrke kvinders synlighed, deltagelse og trivsel – både bredt og i toppen af dansk musik. Målrettede talentudviklingsprogrammer, kvoteringer og en fælles branchestandard er blandt de initiativer, der er med til at forbedre forudsætningerne for en mere inkluderende branche, hvor flere kvindelige artister nu markerer sig med kvalitet og gennemslagskraft på scener og hitlister landet over.

De seneste år har budt på en positiv udvikling, hvor flere kvindelige artister opnår synlighed og succes. Selvom der fortsat er et stykke vej til fuld ligestilling, peger denne udvikling på en mere balanceret og mangfoldig musikbranche end tidligere.

I dette notat ser vi nærmere på kønsbalancen i toppen af den danske musikbranche. Konkret belyser vi, hvordan kvinders repræsentation på de danske hitlister har udviklet sig fra 2016 og frem til i dag. For hvert år opgør vi, hvor stor en andel af sangene på hitlisterne hvor kvinder er repræsenteret. For at afdække, om udviklingen primært skyldes enkelte succesfulde kvindelige artister med mange hits, eller om flere kvinder generelt optræder på hitlisterne, har vi også opgjort antallet af forskellige kvindelige artister på hitlisterne hvert år.

Analysen bygger på data fra de danske hitlister Track Top-100, som er de 100 mest downloadede og streamede danske sange i året, og Airplay Top-100, som er de 100 mest afspillede danske sange på radioen i året. Data bag hitlisterne er indsamlet af IFPI Danmark via M&I Service.

Sammenfatning

I løbet af de seneste ti år er kvinders repræsentation på de danske hitlister for streamede og downloadede sange steget markant. Hvor andelen af sange på Track Top 100-listen med kvindelige hovednavne kun lå på 4 pct. i 2016, er tallet i 2025 vokset til hele 20 pct. – det er en femdobling på ti år.

Særligt siden 2022 har der været en tydelig fremgang, og i 2025 udgør sange med kvindelig repræsentation samlet set 37 pct. på hitlisten over de 100 mest populære danske sange. Denne udvikling skyldes både, at flere kvindelige hovednavne markerer sig, og at kvinder i stigende grad optræder som features på deres øvrige kollegaers sange.

Et centralt spørgsmål er, om udviklingen skyldes, at flere kvinder optræder på hitlisterne, eller om det primært er nogle få succesfulde kvindelige artister, der står bag mange hits. Svaret ligger et sted midt imellem. Antallet af kvinder på listen er fordoblet fra 2023 til 2025, så der nu er 20 kvinder repræsenteret blandt de 100 mest downloadede og streamede danske sange. Samtidig har de kvinder, der optræder på hitlisten, ofte flere sange med. Særligt i 2025 er denne tendens tydelig: Annika medvirker på 13 af de 37 sange med kvindelig repræsentation, og også artister som Mumle og Mille er med på flere sange på listen.

Også på radiohitlisten er kvinders repræsentation steget markant. Andelen af sange, som udelukkende har kvindelige hovedartister, er vokset fra 23 pct. i 2016 til 36 pct. i 2025, og samlet set er kvinder repræsenteret på knap halvdelen af de 100 mest spillede danske sange i radioen i 2025. Generelt er kvinder således endnu bedre repræsenteret i radioen end på hitlisterne for download og streaming. Det kan blandt andet skyldes redaktionelle valg og ønsket om et bredere genremix.

Kvinder fylder mere på de danske hitlister

I løbet af de seneste ti år er kvinders repræsentation på de danske hitlister for streamede og downloadede sange steget markant. Tallene viser, at kvindelige hovednavne fylder langt mere i toppen af dansk musik end tidligere, og at kvinder generelt er repræsenteret i langt flere af de mest populære sange – både som hovedartister og som features.

Andelen af sange på Track Top 100-listen med kvindelige hovednavne er vokset fra blot 4 pct. i 2016 til hele 20 pct. i 2025 – en femdobling på ti år.

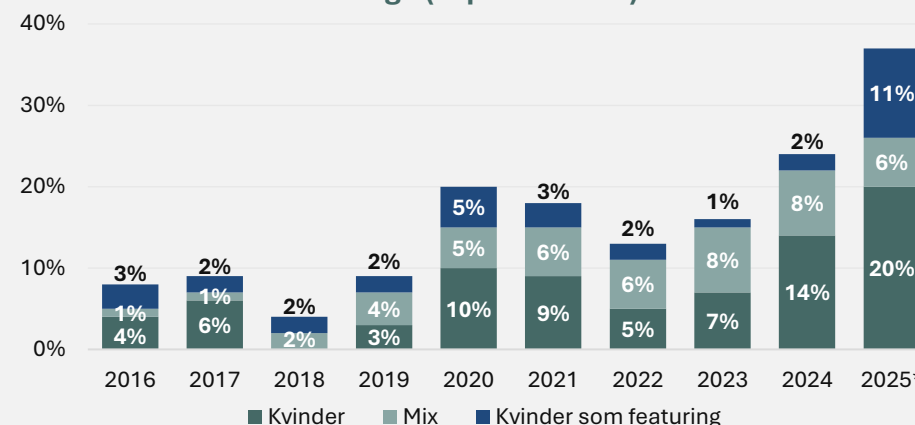
Særligt siden 2022 har der været en tydelig fremgang i antallet af sange, hvor kvinder er repræsenteret. I 2025 udgør sange med kvindelig repræsentation samlet set 37 pct. af hitlisten over de mest downloadede og streamede danske sange. Denne udvikling skyldes både, at flere kvindelige hovednavne markerer sig, og at kvinder i stigende grad optræder som featuring på deres mandlige kollegaers sange.

Et centralt spørgsmål er, om denne udvikling skyldes, at flere kvinder optræder på hitlisterne, eller om det primært er nogle få succesfulde kvindelige artister, der står bag mange hits. Svaret ligger et sted midt imellem.

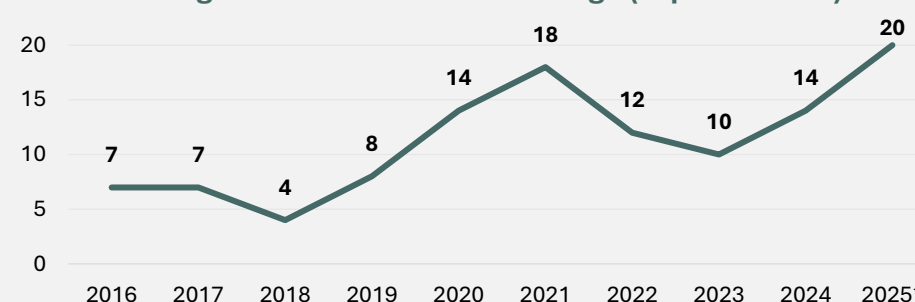
På den ene side er antallet af kvinder, der optræder på hitlisterne, steget markant. Alene fra 2023 til 2025 er antallet af kvinder på listen fordoblet, så der i 2025 er 20 kvinder repræsenteret blandt de 100 mest downloadede og streamede danske sange.

På den anden side er der en tendens til, at de kvinder, der optræder på hitlisten, har flere sange med. I 2025 er denne tendens særlig tydelig: Annika medvirker på 13 af de 37 sange med kvindelig repræsentation, og også artister som Mumle og Mille er med på flere sange på listen.

Andelen af kvindelige artister på de 100 mest streamede og downloadede danske sange (Top Track-100)



Antallet af forskellige kvindelige artister på de 100 mest streamede og downloadede danske sange (Top Track-100)



Kilde: Beregninger er foretaget på baggrund af tal fra IFPI Danmark.

Note: Tal for 2025 dækker alene de første tre kvartaler af 2025. *Øverste figur:* Kvinder dækker over sange hvor det alene er kvinder der er hovednavnet. *Mix* dækker over sange, hvor det både kvindelige og mandlige hovednavne, herunder bands med kvindelige og mandlige medlemmer. *Kvinder som featuring* omfatter sange, hvor kvinder er featuring på sange med mandlige hovednavne. *Nederste figur:* Antallet dækker over unikke kvindelige artister, som er hovednavn, mix eller featuring på mindst én sang. Bands med mere end ét kvindeligt medlem, tæller kun med én gang i opgørelsen.

Halvdelen af radiohits har kvindelig repræsentation

Gennem det seneste årti er kvinders repræsentation blandt de mest spillede sange på dansk radio steget markant. Analysen viser, at sange fremført udelukkende af kvinder nu fylder langt mere i toppen af radiolisterne end tidligere, og at kvinder generelt indgår i langt flere af de mest populære sange.

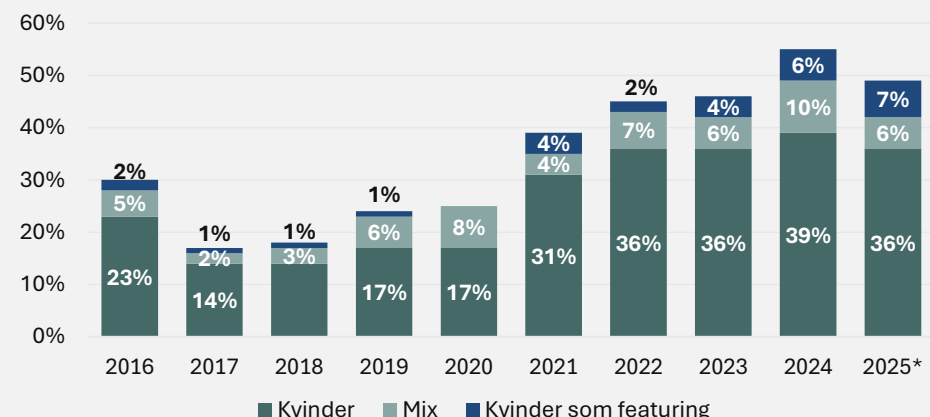
Andelen af sange, hvor det udelukkende er kvindelige artister, der er hovedkunstner, er vokset fra 23 pct. i 2016 til 36 pct. i 2025 – med et højdepunkt på 39 pct. i 2024.

Tilsvarende var kvinder i 2016 samlet set repræsenteret i 30 pct. af de mest afspillede sange, mens denne andel i 2025 er steget til 49 pct. – og toppede med 55 pct. i 2024. Udviklingen er især tydelig fra 2020 og frem, og i dag indgår kvindelige artister i omkring halvdelen af de 100 mest spillede sange på dansk radio.

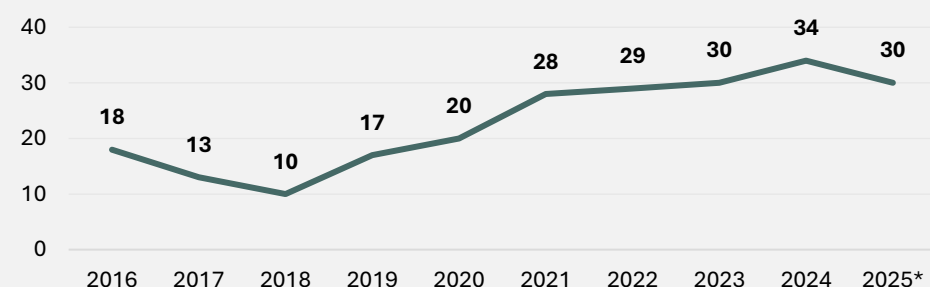
Ser man på antallet af unikke kvindelige artister, viser tallene, at der – især i de senere år – ikke blot er sket en stigning i andelen af sange med kvindelig repræsentation, men også i antallet af forskellige kvindelige artister, der opnår placeringer på radiolisterne. Antallet af unikke kvindelige artister er steget fra 18 i 2016 til 30 i 2025, hvilket indikerer, at fremgangen både skyldes, at flere kvinder kommer ind på hitlisterne, og at de kvinder, der kommer ind, har flere sange på listen.

Sammenligner man med de 100 mest downloadede og streamede danske sange, er kvinder generelt bedre repræsenteret i radioen. De 100 mest spillede sange i dansk radio har således haft en højere repræsentation af kvinder end streaming og download på tværs af alle år. Denne forskel kan muligvis forklares med redaktionelle valg og et ønske om et bredere genremix.

Andelen af kvindelige artister på de 100 mest spillede danske sange i radioen (Airplay Top-100)



Antallet af forskellige kvindelige artister på de 100 mest spillede danske sange i radioen (Airplay Top-100)



Kilde: Beregninger er foretaget på baggrund af tal fra IFPI Danmark.

Note: Tal for 2025 dækker alene de første tre kvartaler af 2025. *Øverste figur:* Kvinder dækker over sange hvor det alene er kvinder der er hovednavnet. Mix dækker over sange hvor det både kvindelige og mandlige hovednavne, herunder bands med kvindelige og mandlige medlemmer. *Kvinder som featuring* omfatter sange, hvor kvinder er featuring på sange med mandlige hovednavne. *Nederste figur:* Antallet dækker over unikke kvindelige artister, som er hovednavn, mix eller featuring på mindst én sang. Bands med mere end ét kvindeligt medlem, tæller kun med én gang i opgørelsen.

Metodebilag

Data

Til at belyse, hvordan kvinders repræsentation på danske musikhitlister har udviklet sig de senere år, anvender vi data fra to hitlister: *Track top-100* og *Airplay top-100*. Track top-100 består af de 100 mest downloadede og streamede danske sange i året og er baseret på data fra streaming- og downloadtjenester. Airplay top-100 består af de 100 mest spillede danske sange i radioen i året og er baseret på løbende monitorering af radioafspilninger. IFPI Danmark indsamler via M&I Service data bag disse hitlister.

Data omfatter årene 2016-2025; data for 2025 vedrører alene de tre første kvartaler af 2025. Hvis kvindelige artister er mere eller mindre repræsenteret på hitlisterne i fjerde kvartal end i de øvrige kvartaler, kan dette føre til en skævhed i opgørelsen for 2025. En evt. effekt herfra vurderes dog at være begrænset.

Begge hitlister omfatter alene sange af danske artister i Danmark. Det betyder, at opgørelsen også kan omfatte sange, hvor udenlandske artister er featuring på danske sange. Dette forekommer kun i enkelte tilfælde i løbet af perioden 2016-2025.

Opgørelse

Til at opgøre kvinders repræsentation på hitlisterne, har vi for hver sang opgjort, om artisterne/bandmedlemmerne er kvinder (eller mænd). Der er hermed set bort fra, at nogle individer identificerer sig som andet end kvinde og mand. Opgørelsen er foretaget på baggrund af offentlig tilgængelig information.

Konkret er sangene inddelt i tre grupper:

1. Kvinder: Sange, hvor der kun er kvindelige hovedartister.
2. Mix: Sange, hvor der både er kvindelige og mandlige hovedartister, herunder grupper med mindst ét medlem fra begge køn.
3. Kvinder som featuring: Sange med mandlige hovedartister, hvor kvinder er featuring.

På baggrund af denne inddeling kan vi hvert år opgøre, hvor stor en andel af sangene på hitlisterne, hvor kvinderne er repræsenteret.

Udover andelen af sange med kvindelig repræsentation, har vi også opgjort antallet af unikke kvindelige artister på hitlisterne hvert år. Herved kan vi belyse, om udviklingen i kvinders repræsentation er drevet af de få kvindelige artister med mange hits, eller om der rent faktisk er kommet flere kvindelige artister ind på hitlisterne. Dette bidrager til at nuancere billedet af udviklingen i kønsbalancen i dansk musik.

Kvindelige artister (både hovedartist og featuring på andres sang) tæller som én kvindelig repræsentation pr. år. Det samme gør bands med kvindelige medlemmer. Eksempelvis vil sangen "Let Love Be love", som fremføres af Juice (kvindeligt band), S.O.A.P. (kvindeligt band), Christina Undhjem (kvindelig artist) og Remee (mandlig artist), tælle som tre kvindelige artister i opgørelsen og desuden ligge i gruppen *mix*, fordi der både er kvindelige og mandlige hovedartister. Den samme artist/det samme band tæller kun med én gang i opgørelsen pr. år.



HBS ECONOMICS er et samfundsøkonomisk konsulenthus, som skaber konkret og brugbar viden til vores kunder. Det gør vi ved at levere analyser af høj økonomfaglig kvalitet med et skarpt øje for den kontekst, analyserne indgår i, og formidlet i et klart og letforståeligt sprog.

I samarbejde med vores kunder skaber vi et stærkt og fagligt velfunderet vidensgrundlag, som kan understøtte beslutningsprocesser, skabe forandringer og sætte dagsordener i den brede offentlighed.

Vi er blandt landets førende eksperter i anvendte økonomiske og statistiske metoder og har dyb policy-indsigt på bl.a. arbejdsmarkeds-, erhvervs- og velfærdsområdet.

STRANDGADE 27B, 3. SAL
1401 KØBENHAVN K
WWW.HBSECONOMICS.DK
INFO@HBSECONOMICS.DK