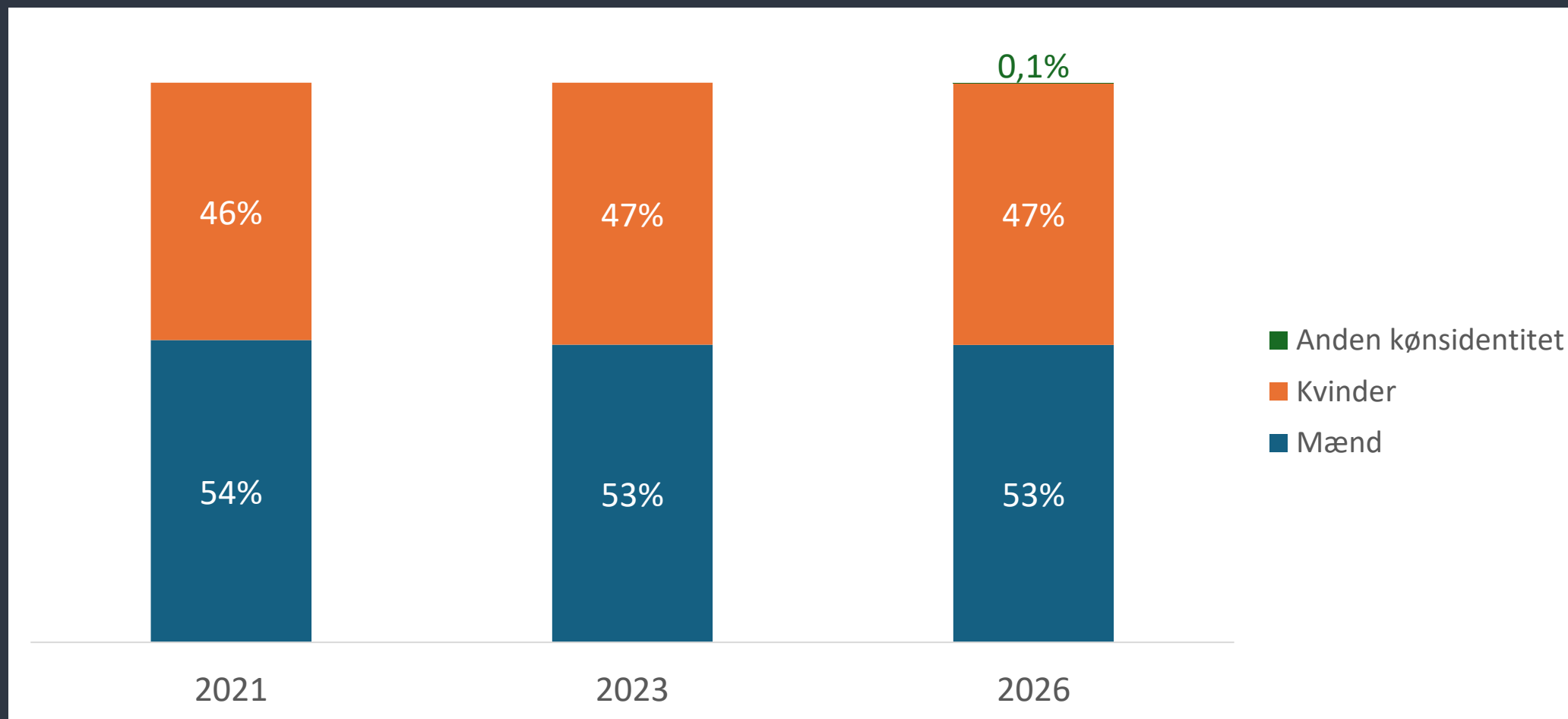




Undersøgelse: Mangfoldighed og kønsbalance i den danske mediebranche

Danske Medier:

Kønsfordelingen står stille



Note: Kategorien "Anden kønsidentitet" er medtaget i opgørelsen for første gang i 2026



Sådan gjorde vi

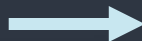
- Spørgeskemaet blev sendt til Danske Mediers medlemmer og øvrige mediehuse, herunder public service-medierne.
- Virksomhederne blev spurgt til den generelle personalesammensætning og blev bedt om at forholde sig til mangfoldighed på tværs af **køn, etnicitet, alder og funktionsevne**.
- Undersøgelsen blev sendt til **250** medievirksomheder. I alt har **90** virksomheder bidraget til undersøgelsen med i alt **11.184** medarbejdere.
- Undersøgelsen omhandler ansatte personer og ikke årsværk.
- Af hensyn til tidsserien i data er størstedelen af undersøgelsen identisk med tilsvarende undersøgelser i 2021 og 2023.
- Virksomhederne blev kontaktet (og genkontaktet) via e-mail i perioden juni-august 2026.

Base for undersøgelsen

2021

100 virksomheder

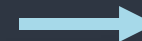
—
11.630 ansatte i
mediebranchen



2023

83 virksomheder

—
11.128 ansatte i
mediebranchen

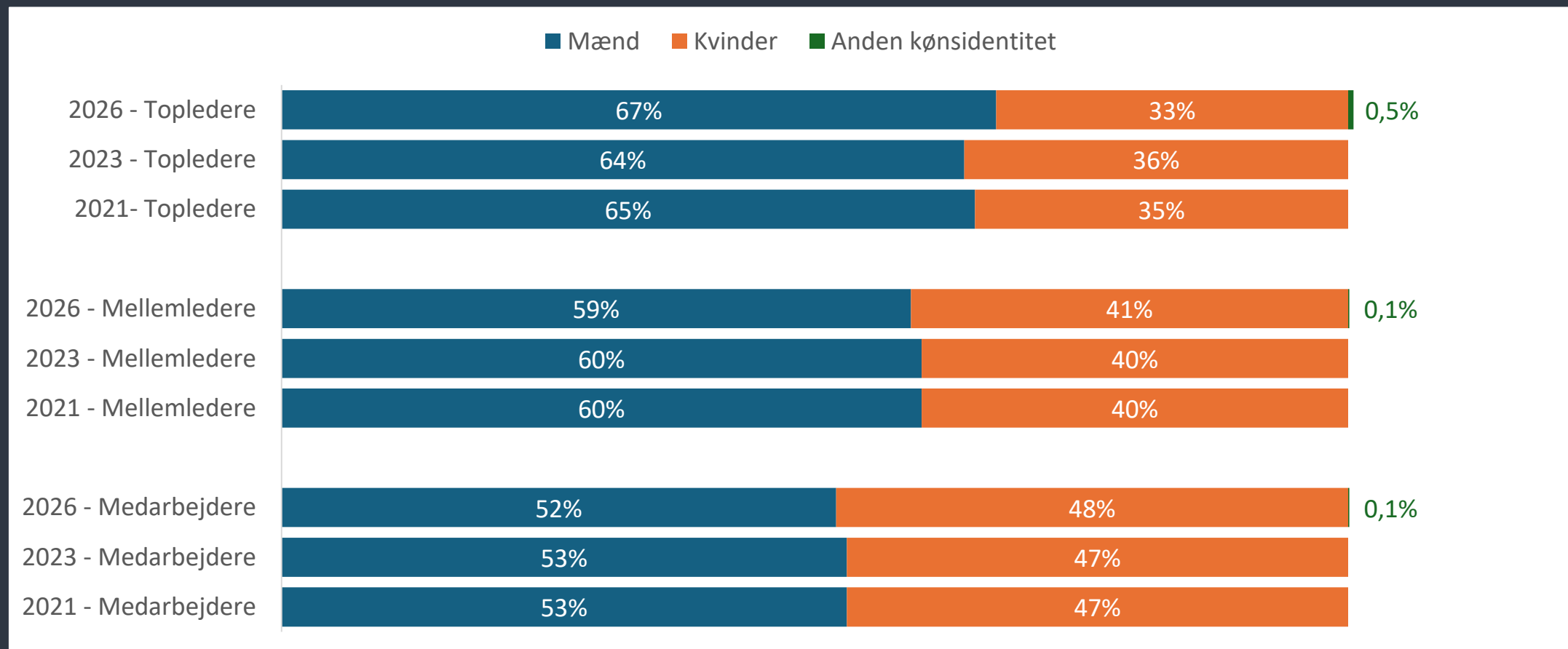


2026

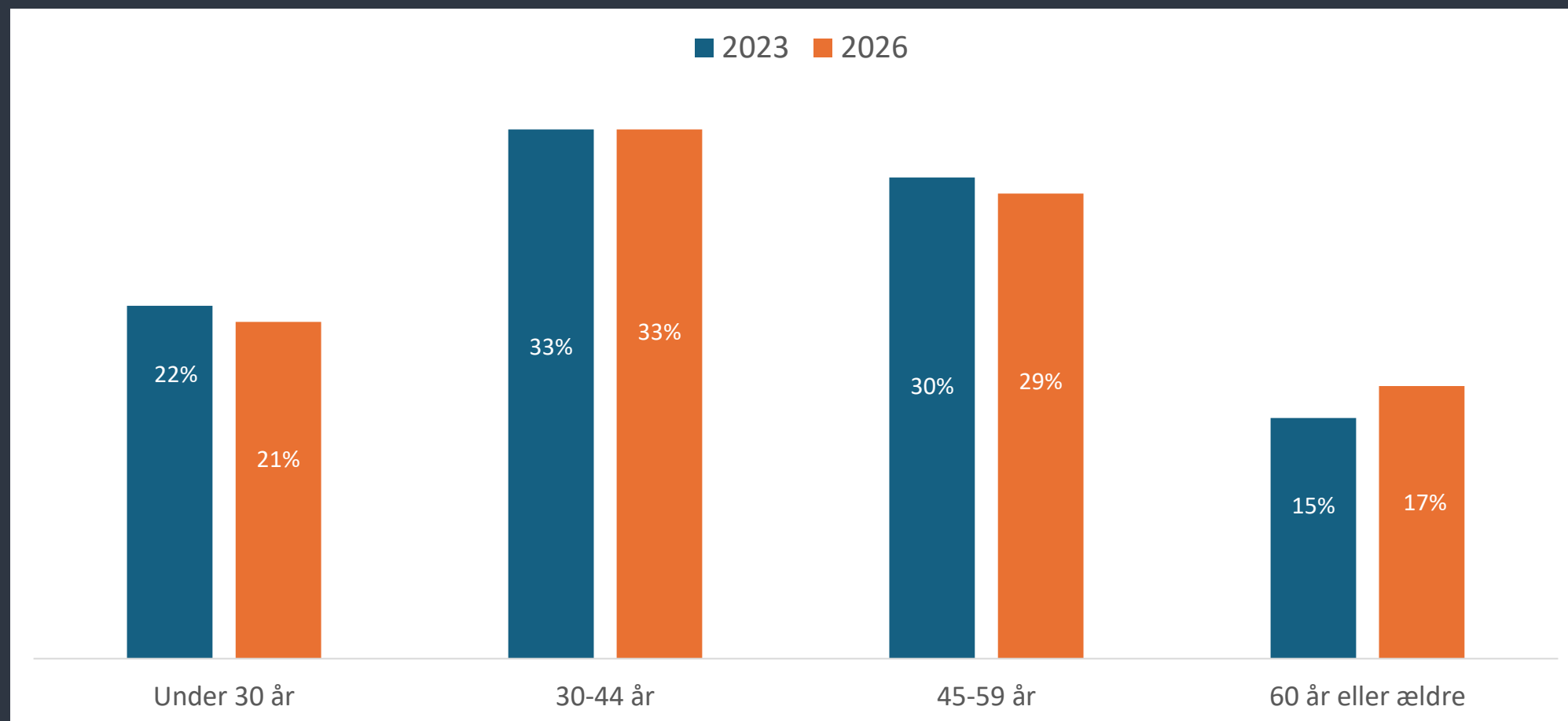
90 virksomheder

—
11.184 ansatte i
mediebranchen

Lidt flere mandlige topledere i 2026



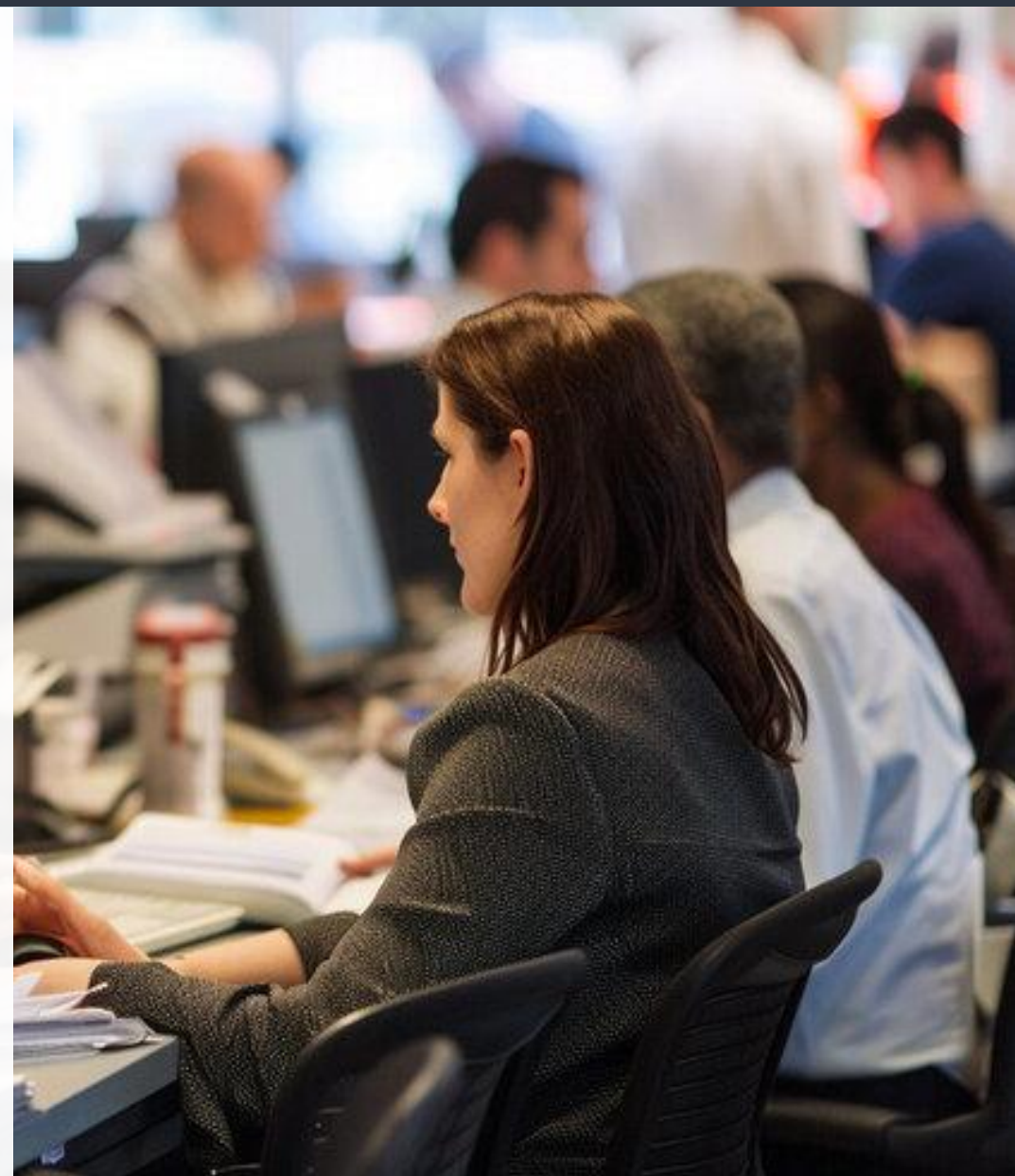
- Marginal forskydning i retning af en lidt
- ældre branche – med plads til de unge





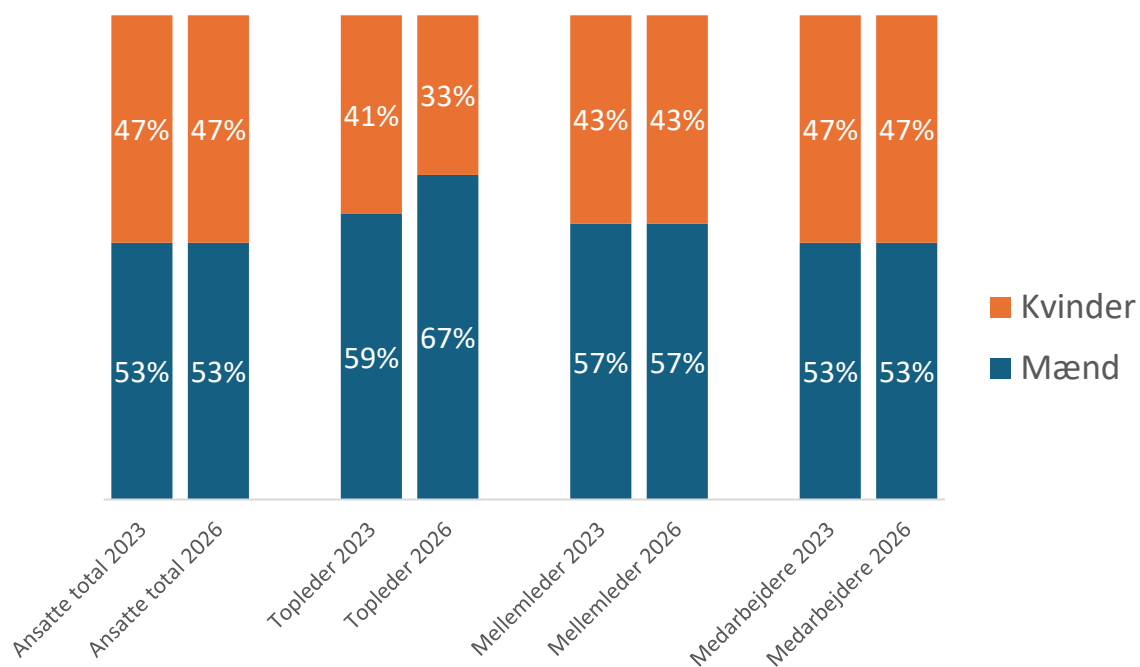
På tværs af virksomheder

Opdeling på store og mindre samt regionale/lokale og landsdækkende medievirksomheder



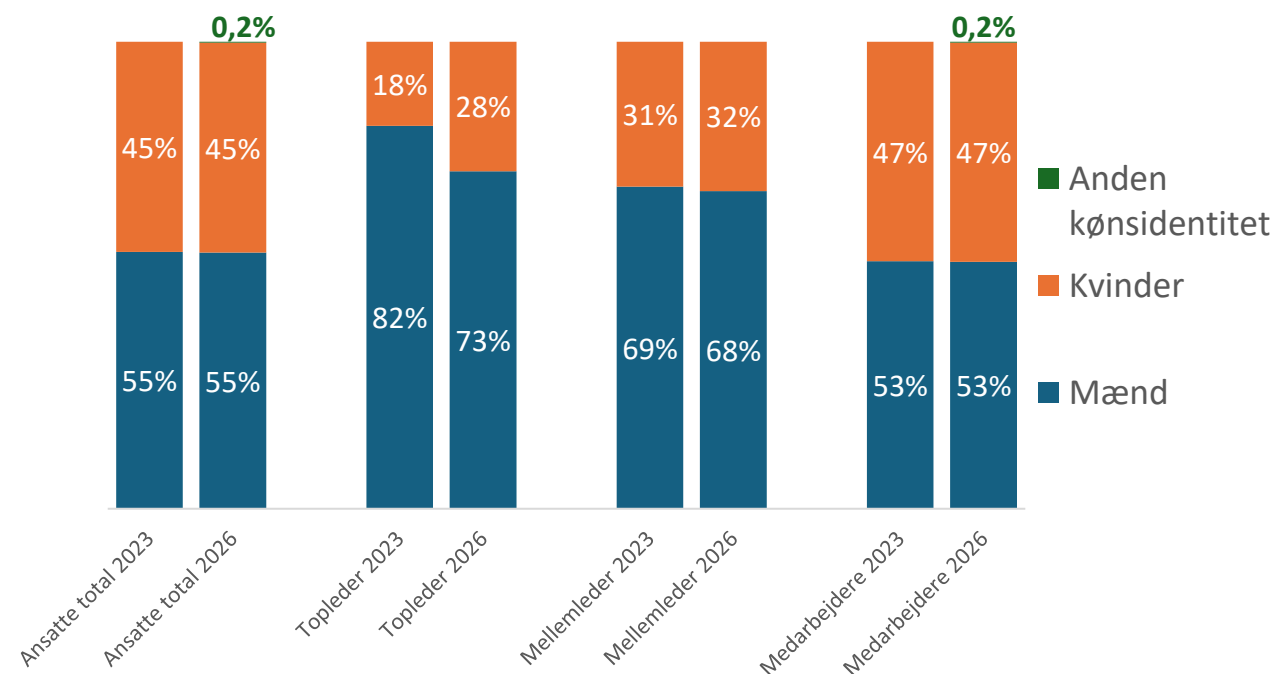
Trods stigning i antallet af kvindelige topledere er der stadig markant flere mandlige ledere lokalt/regionalt

Landsdækkende medier



Base: 7905 ansatte

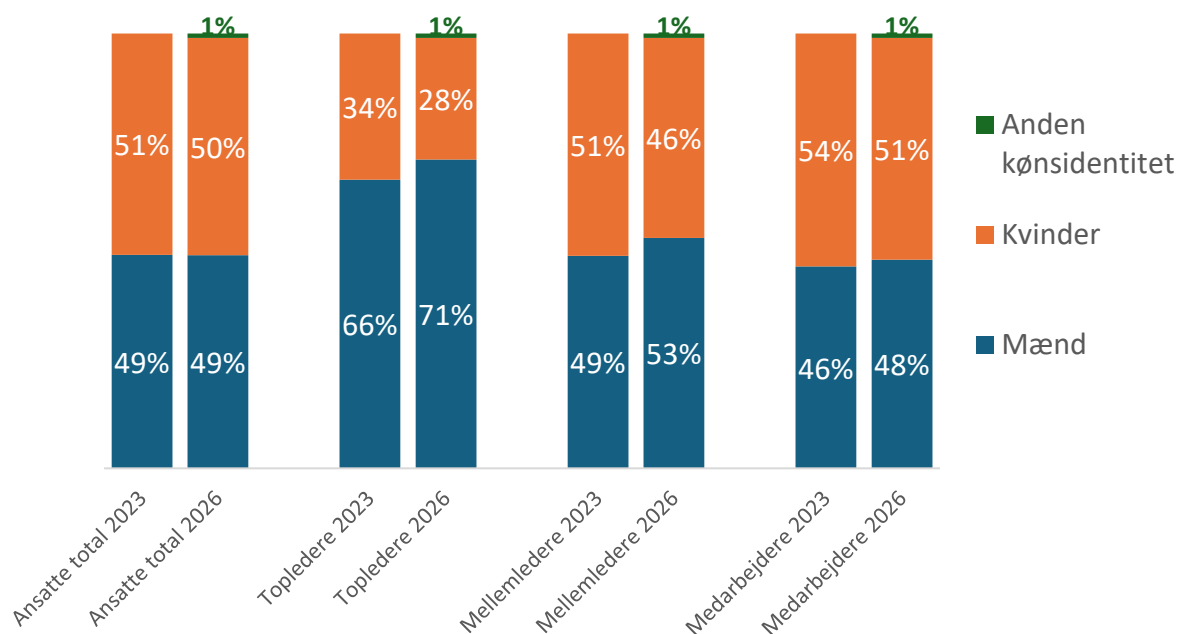
Regionale/lokale medier



Base: 2483 ansatte

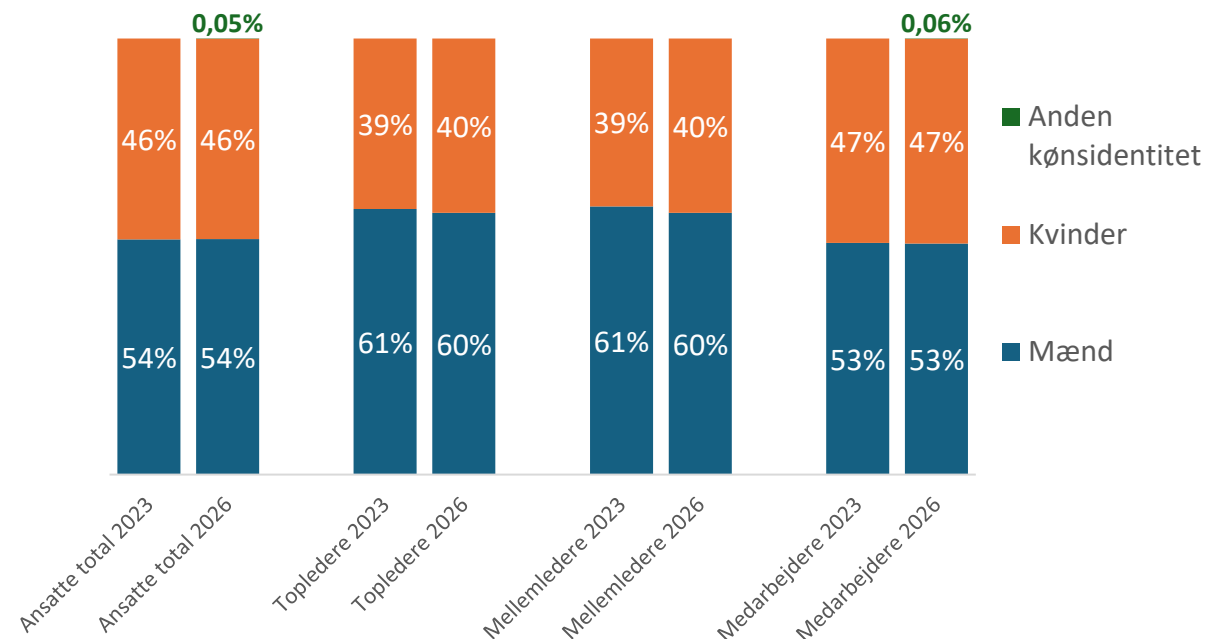
● Stigende ubalance i køn blandt ● ledere i mindre virksomheder

Virksomheder med færre end 100 ansatte



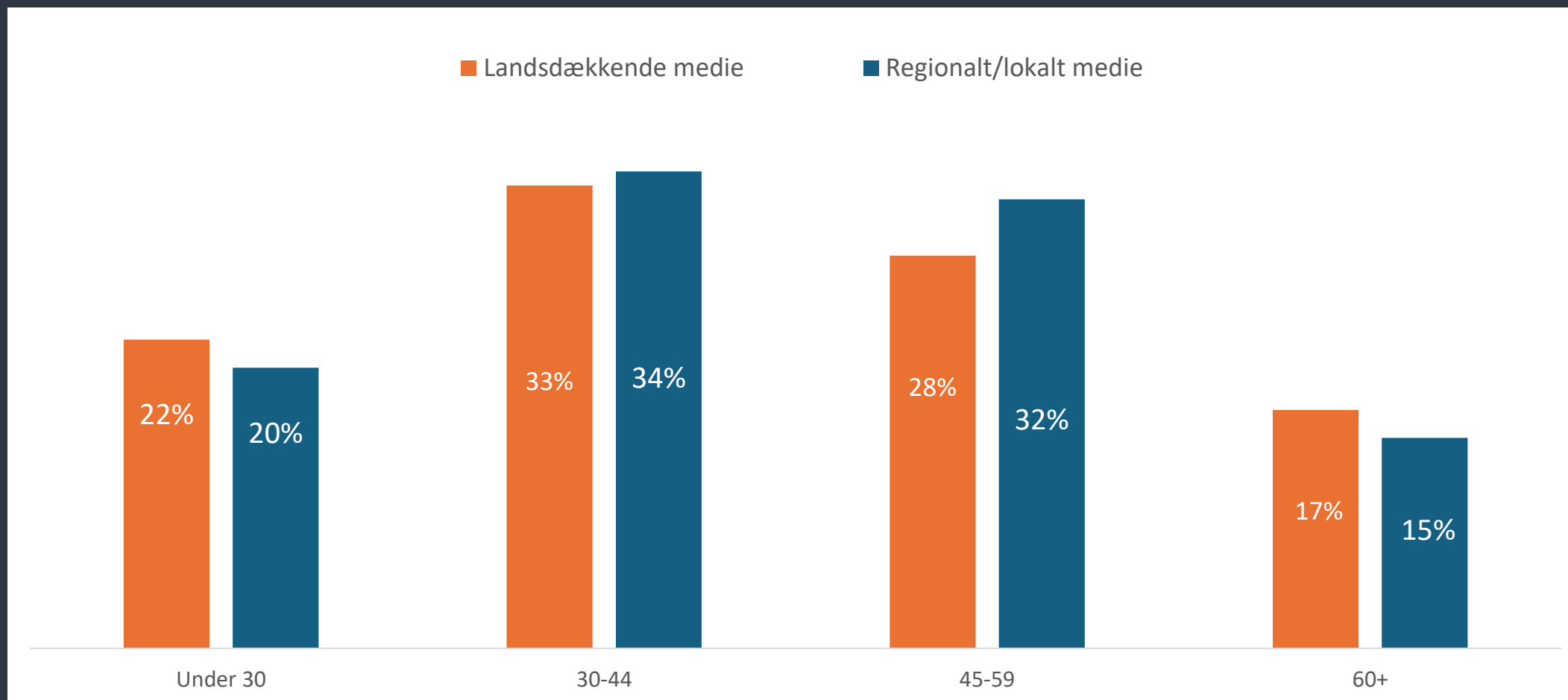
Base: 1251 ansatte

Virksomheder med flere end 100 ansatte

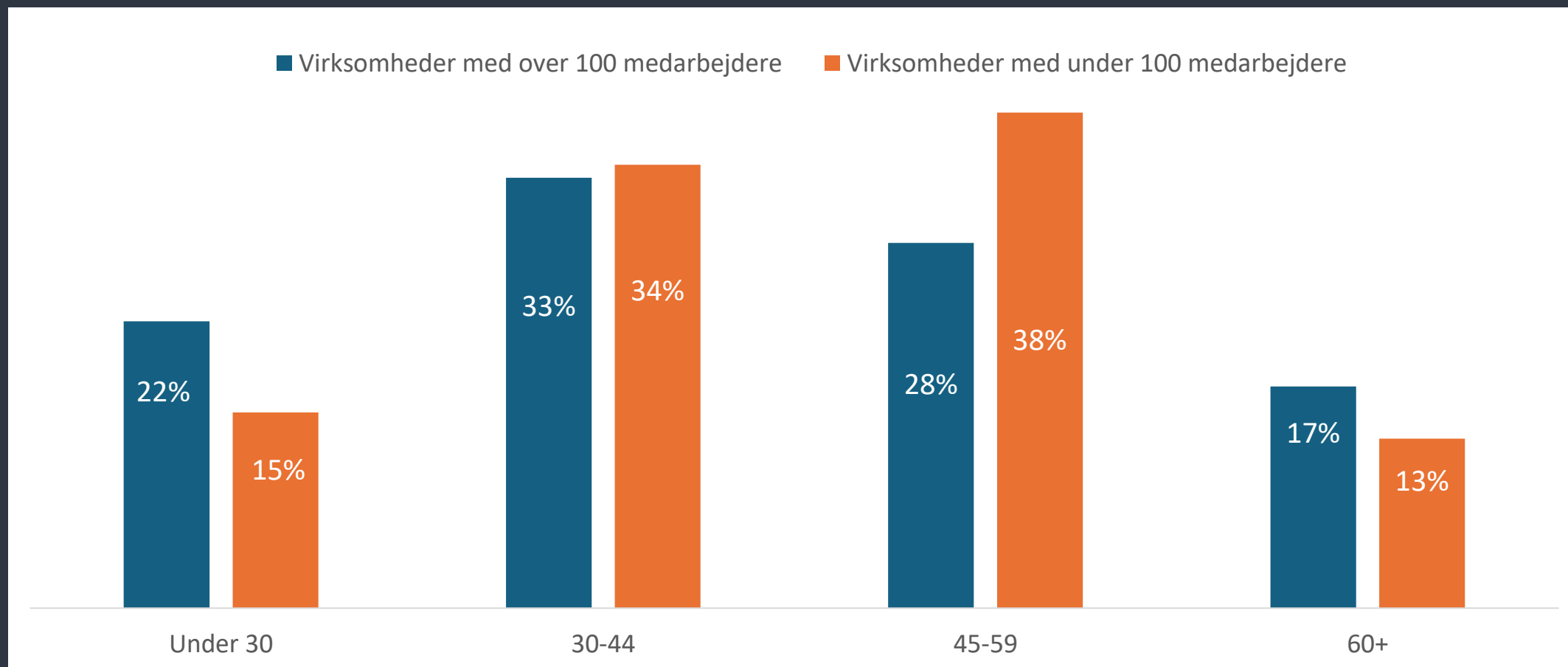


Base: 9933 ansatte

- Lidt bedre repræsentation af unge og
- ældre hos de landsdækkende medier



● Midaldrende fylder mest i de ● mindre virksomheder



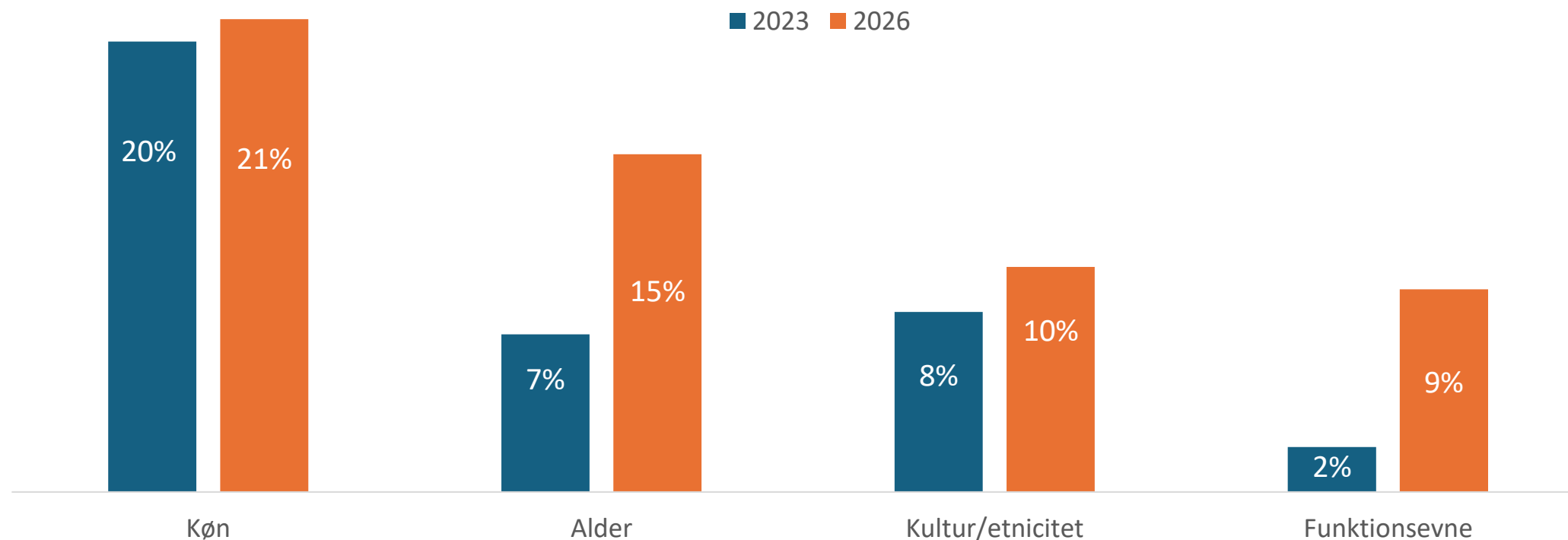
Vurdering af mangfoldighed

Virksomhederne er blevet bedt om på at
vurdere deres *nuværende*
mangfoldighed, deres *indsats* for
mangfoldighed og deres *tilfredshed* med
virksomhedens mangfoldighed



- Flere medievirksomheder har i 2026 en formuleret
- mangfoldighedspolitik, stadig flest for køn

Har svaret "ja" til at have en skriftligt formuleret mangfoldighedspolitik eller målsætning inden for:



”

En mangfoldighedspolitik betyder ikke i sig selv at man arbejder med problematikken. Arbejdet skal være implementeret i alle politikker: rekrutteringspolitikker, livsfasepolitikker, lønpolitikker, værdigrundlag osv.

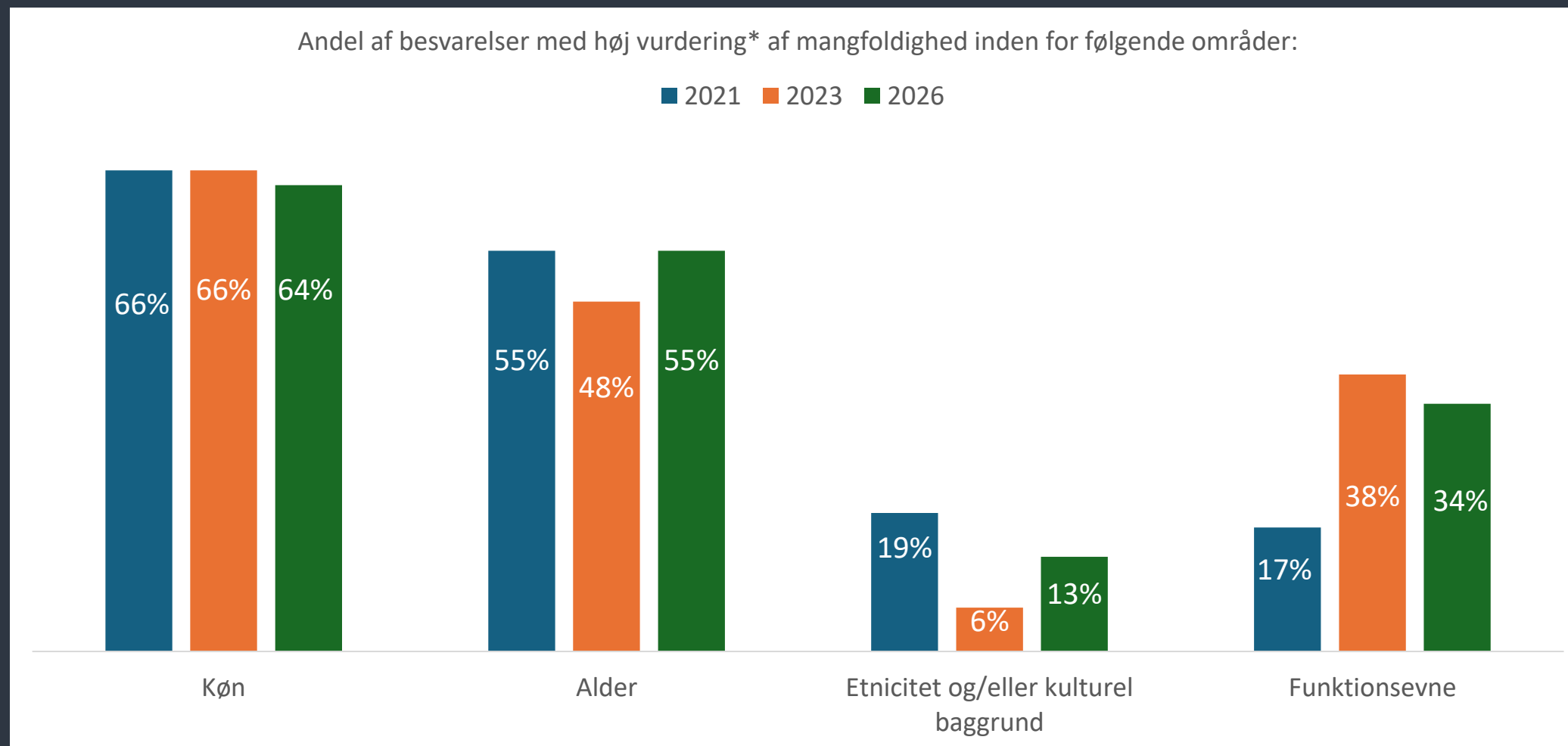
- Større, landsdækkende medie

”

Vi har formuleret en ambition om generationsskifte og prøver ofte nye yngre kræfter af fra vores netværk. Vi tilknytter yngre kræfter mediet på forskellig vis.

- Mindre, landsdækkende medie

- **Køn er fortsat det område, hvor flest virksomheder**
- **vurderer at have størst mangfoldighed**



*Andel af svar mellem 7-10 på en skala fra 1-10, hvor 1 er i meget lav grad og 10 er i meget høj grad

”

Det er et formuleret mål i forbindelse med ansættelser, at diversiteten i teamet skal have vægt så et underrepræsenteret køn har en fordel i processen.

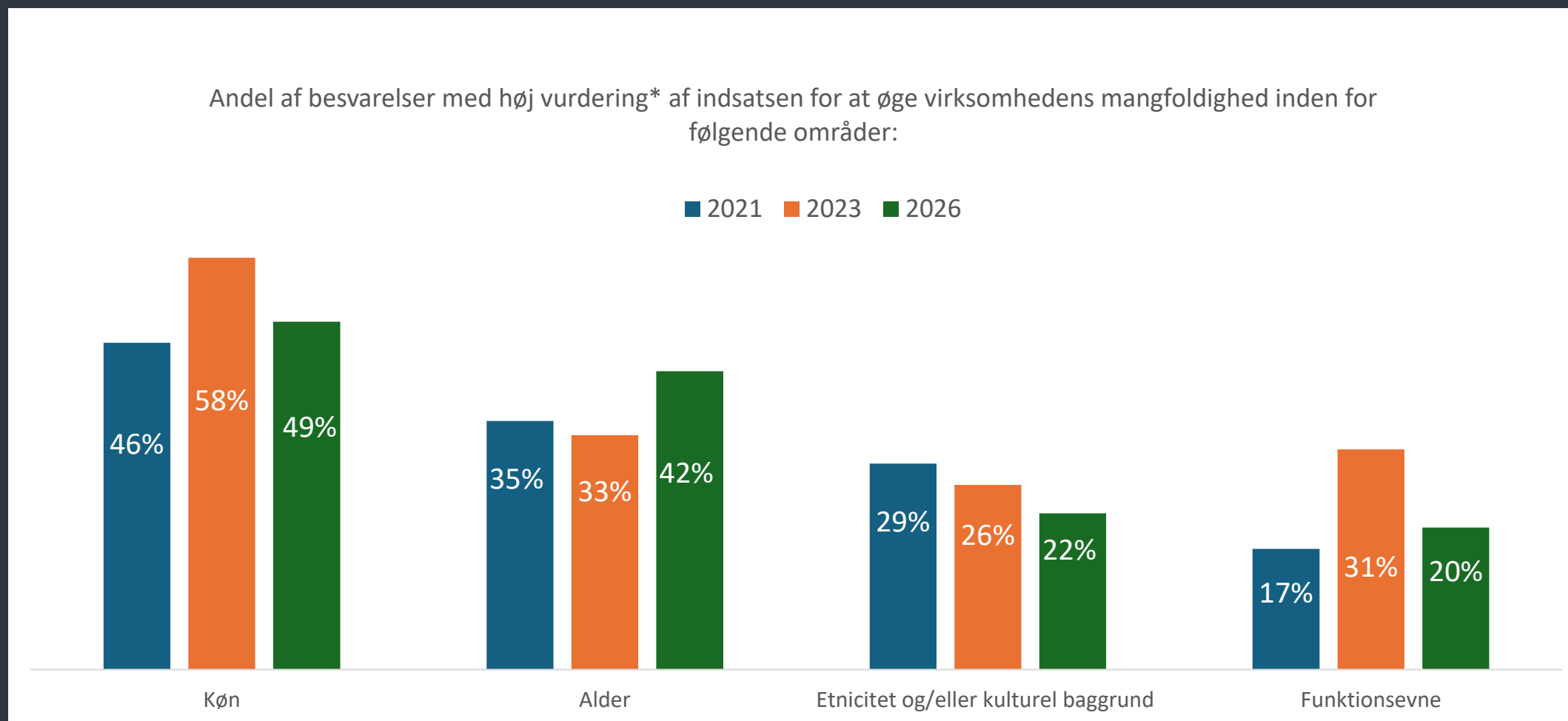
- Mindre, landsdækkende medie

”

Vi er særligt optaget af at være til rådighed for virksomhedspraktik og ressourceforløb, hvilket vi har gode erfaringer med.

- Mindre, landsdækkende medie

Tilbagegang i indsatsen for øget mangfoldighed, bortset fra på alder



*Andel af svar mellem 7-10 på en skala fra 1-10, hvor 1 er i meget lav grad og 10 er i meget høj grad

”

Vi har haft fokus på at udligne skævheder i kønsbalance i både afdelinger og redaktioner. For flere år siden vedtog vi, at ansættelsesudvalg skulle sammensættes, så begge køn var repræsenterede, og at der skulle indkaldes repræsentanter for begge køn til samtale. Vi har opnået større kønsbalance derigennem.

- Større, landsdækkende medie

”

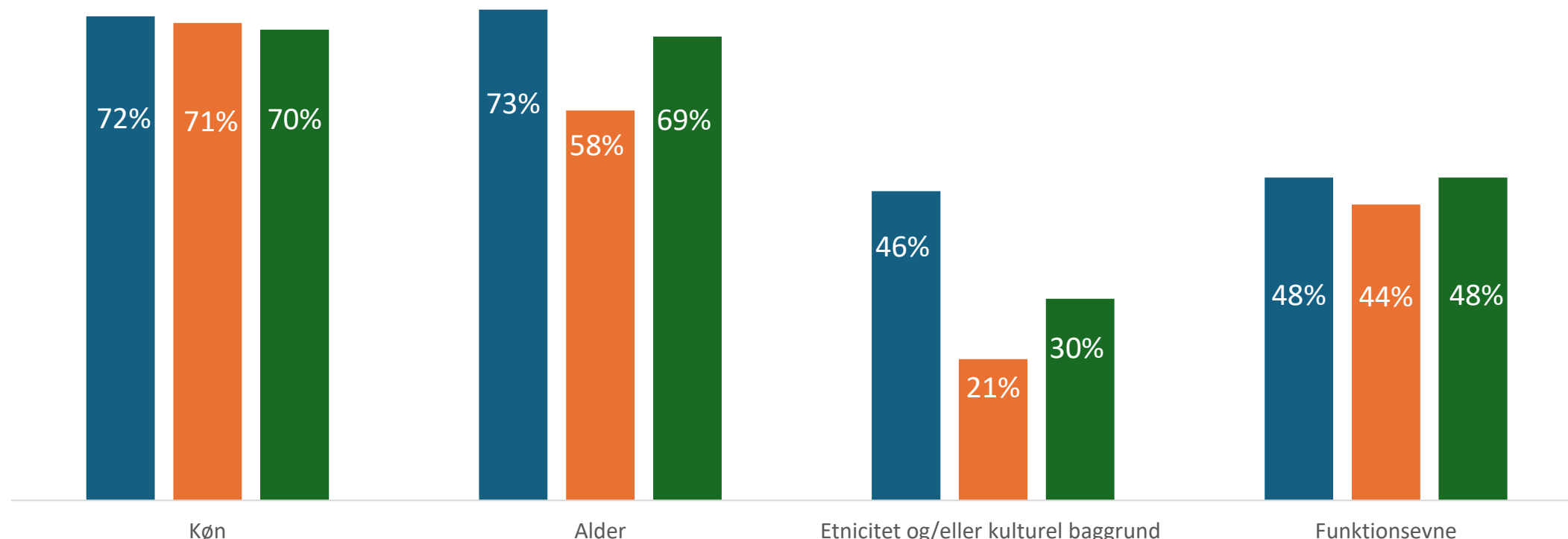
Vi tænker egentlig ikke så meget over alder, køn eller etnicitet. Vi ønsker lokale til lokalavisen, og ansætter dem, som vi mener, er den rigtige til stillingen.

- Mindre, regionalt/lokalt medie

Højst tilfredshed med mangfoldigheden på områderne køn og alder – fremgang siden 2023

Andel af besvarelser med høj tilfredshed* med virksomhedens mangfoldighed inden for følgende områder:

■ 2021 ■ 2023 ■ 2026



*Andel af svar mellem 7-10 på en skala fra 1-10, hvor 1 er i meget lav grad og 10 er i meget høj grad



Vi har taget udgangspunkt i to ting: Arbejdsmiljøet og kvaliteten i arbejdet. En nogenlunde lige kønsbalance giver et godt arbejdsmiljø. Og en jævn aldersfordeling med både yngre og ældre medarbejdere sikrer kvalitet i opgaveløsningen og faktisk også et rarere arbejdsmiljø.

- Mindre fagmedie



Vi har arbejdet målrettet med at få flere kvindelige kilder i mediet. Det er svært, fordi ubalancen på det område, vi som fagmedie dækker, er relativt stor, så der er færre kvindelige kilder at gå til. Men vi er opmærksomme på betydningen på den lange bane af, at vi gør netop den indsats.

- Mindre fagmedie



KONTAKT

(vedr. data og metode)

Niels Marslev

Chef for kommerciel udvikling og
analyse, Danske Medier

nima@danskemedier.dk

KONTAKT

(vedr. ALLE TIL ORDE)

Stine Carsten Kendal

Administrerende direktør,
Dagbladet Information