

---

# MEDIA SOCIETY DENMARK

Danmark på toppen som digital nation

Arbejdsrapport vedr. et erhvervspartnerskab  
for den digitale visuelle industri fra:

- Copenhagen Film Fund
- FilmFyn
- Den Vestdanske Filmpulje
- Filmby Aarhus
- Interactive Denmark
- The Animation Workshop/VIA University College
- Producentforeningen

Den 1. juli 2016

Dette er et oplæg til en ambitiøs erhvervsstrategi for den digitale visuelle industri i Danmark – med det formål at skabe vækst og arbejdspladser.

Oplægget er udarbejdet af Film Fyn, Den Vestdanske Filmpulje, Filmby Aarhus, Copenhagen Film Fund, Interactive Denmark samt The Animation Workshop/VIA University College - samlet i Media Society Denmark. En erhvervsklynge med det formål at udbygge den unikke styrkeposition, den danske digitale visuelle industri befinder sig i lige nu.

Denne position er skabt af stærke og vedvarende kulturstøtteordninger, der gør Danmark i stand til løbende at skabe masser af kreativt talent. Kulturstøtten er en altafgørende årsag til at danske spil, film og tv-serier har enorm succes internationalt og dette er fundamentet, vi skal bygge videre på.

Med en målrettet erhvervs- og vækststrategi for industrien er det muligt at bygge videre på det danske momentum og tiltrække internationale investeringer. Dette kan sikre Danmark en placering i toppen af det globale marked for digitale visuelle fortællinger og skabe vækst i hele samfundet.

Det er en forudsætning for erhvervsstrategien, at den ikke må finansieres på bekostning af de eksisterende kulturstøtteordninger. På denne måde går fortsat stærk kulturstøtte og ambitiøs erhvervsstøtte hånd i hånd til gavn for hele landet.

God fornøjelse med læsningen.

# INDHOLD

<b>1 Den digitale visuelle industri som lokomotiv</b>	<b>3</b>
<b>2 Media Society Denmark</b>	<b>6</b>
<b>3 Behov for nye løsninger</b>	<b>8</b>
3.1 Derfor skal vi handle nu	9
3.2 En ulige konkurrence	10
3.3 Kapitalisering af kulturelle og uddannelses- mæssige investeringer	11
<b>4 Vision, indsatsområder og organisation</b>	<b>12</b>
4.1 Vision: Eksponentiel vækst og nye jobs i hele Danmark	13
4.2 Indsatsområder for Media Society Denmark	13
4.3 En fleksibel organisation og en platform for tiltrækning af kapital	15
4.4 Det beder vi om: Økonomi	16
<b>Bilag 1</b>	<b>18</b>
Kort præsentation af afsendere	
<b>Bilag 2</b>	<b>22</b>
Incitamentsordning i den digitale visuelle industri	

# 1

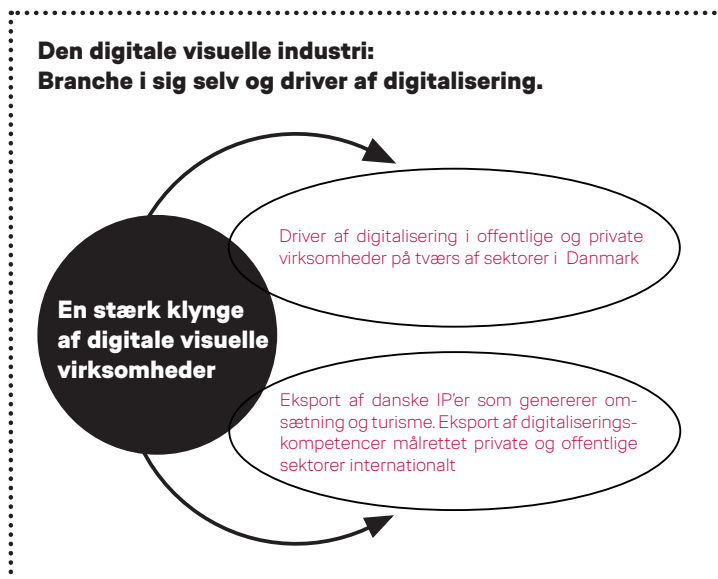
## DEN DIGITALE VISUELLE INDUSTRI SOM LOKOMOTIV

Fremtidens digitale verden kræver nye løsninger i alle erhvervssektorer, uanset om det handler om disruption af en forretningsmodel, effektive undervisningsmidler eller oprettholdelse af et højt serviceniveau i sundhedssektoren. Digitaliseringen er i stigende grad en forudsætning for at overleve og koblingen mellem teknologiske platforme, kunde- og markedsforståelse stiller nye krav til danske private og offentlige virksomheder. Vi står i stenalderen for den udvikling, for vi er kun lige begyndt at se omfanget af de muligheder og udfordringer, digitaliseringen skaber. På samme måde som med grøn omstilling, skal vi derfor skabe digital omstilling.

Den danske digitale visuelle industri er et væksterhverv, som har formået at skabe et stort antal nye og meget produktive arbejdspladser i Danmark. I årene 2009-2014 voksede beskæftigelsen i den digitale visuelle industri i Danmark med næsten 50 procent, mens den private beskæftigelse samlet set gik tilbage med 6 procent<sup>1</sup>. Den betydelige beskæftigelsesfremgang er primært et resultat af, at danske digitale indholdsproducenter er lykkedes med at skabe succesfulde underholdningsprodukter med stor international gennemslagskraft. Det gælder ikke mindst film og tv-serier som Jagten, Hævnen, Forbrydelsen, Arvingerne, Dicte og Borgen samt succesfulde spilvirksomheder som bl.a. SYBO Games, Kiloo, m.fl. Vi vinder frem overalt for vores evne til at blande nytænkning med tradition og enkelhed med dybde og karakter.

Men den digitale visuelle industris betydning for dansk økonomi rækker langt videre. Anvendelsesområdet for de kompetencer, som den digitale visuelle industri repræsenterer, rækker langt ud over markedet for underholdning.

I den offentlige sektor kan brugen af digital, visuel kommunikation være en central komponent i at sikre mere effektiv offentlig service og i at styrke kvalitet af borgerrettede ydelser. Ikke mindst ind-



<sup>1</sup>Se bilag 2: "Incitamentsordning i den digitale visuelle industri" (2016)

en for sundheds- og velfærdsområdet og i undervisningssektoren kan der potentielt opnås store besparelser og bedre service ved øget brug af digital, visuel kommunikation til patienter, elever mv. Det kan være i form af apps, videoer og animationer til brug for information, genoptræning, behandling, undervisning, instruktioner af personale, mv. Samtidig indeholder nye produkter og koncepter på disse områder et stort eksportpotentiale, fordi de adresserer samfundsudfordringer, der findes i en lang række lande.

For danske industrivirksomheder kan øget brug af digitale visuelle teknologier også være en central komponent i at udvikle nye, stærkere forretningsmodeller. Det handler ikke mindst om at integrere visuel kommunikation, animation mv. i værdiskabende, brugerorienterede services knyttet til virksomhedernes produkter. Det kan være i form af instruktioner og undervisningsmateriale. Netop evnen til at udvikle services (i form af rådgivning, uddannelse, mv.) tilknyttet produkter vil i fremtiden være helt afgørende for, hvorvidt produktionsvirksomheder kan klare sig i den globale konkurrence<sup>2</sup>.

Endelig kan den digitale visuelle industri være med til at løfte produktiviteten i store dele af den private servicesektor. Det kan ske ved at bistå med digitalisering af dele af serviceproduktionen og gennem styrket digital, visuel kommunikation med kunder og brugere af forskellige typer af serviceydelser. Privat undervisning, operationel service og byggeri er oplagte områder.

Store dele af den hjemlige digitale visuelle industri har været betragtet som kultur og er på den baggrund en del af Kulturministeriets ressortområde. Folketingets mangeårige kulturinvesteringer forvaltet af DFI, TV2, DR og de regionale filmfonde har resulteret i en dansk digital visuel industri i verdensklasse. Dette kombineret med beskedne produktionsbudgetter i forhold til udlandet har betydet at vi i den danske visuelle industri arbejder mere innovativt og omkostningsbevidst i forhold til vores konkurrenter. Dette er fundamentet, som vi vil bygge ovenpå. Men potentialet er langt større og det er tvingende nødvendigt, at vi satser på den digitale visuelle industri som væksterhverv i tillæg til de kulturelle satsninger, hvis ikke vi skal blive fuldstændig hægtet af den globale udvikling. Vi bliver bl.a. overhalet af vores nordiske naboer og resten af Europa. De har skabt bedre erhvervsmæssige rammebetingelser og investeret massivt i disse erhverv og høster nu frugterne i form af eksponentiel vækst målt på arbejdspladser, omsætning og eksport. Danmark er i dag således et blandt syv lande bare indenfor EU som ikke har etableret gunstige erhvervsmæssige vilkår for denne industri.

Hvis vi satser på den digitale visuelle industri som erhverv, og udnytter det globale potentiale kan vi sikre vækst, beskæftigelse, innovation og kompetenceløft til gavn for hele Danmark i og udenfor industrien i sig selv.

Under overskriften Media Society Denmark (MSDK) vil vi etablere Danmarks nationale klynge for den digitale visuelle industri, der suppleret med en ny økonomisk incitamentsordning vil blive katalysator for at indfri det uudnyttede potentiale. Vi vil samle alle aktører på tværs af film, tv, spil og animation og gå forrest i at drive nye vækstmuligheder for danske producenter i denne brydningstid, hvor medier konvergerer og nye platforme og markedsmuligheder opstår. Vi har ambitionen om at udvikle danske digitale visuelle produkter og kompetencer og gøre den digitale visuelle industri til

<sup>2</sup> Se fx IRIS Group og Syddansk Universitet (2012); "Fremtidens Industri". Udarbejdet for REG LAB.

en vækstdriver på samme måde som design thinking er blevet det for mange danske erhverv.

I korte træk er vores mål at:

- Gøre Danmark til en kraftcenter for den globale digitale udvikling og industri.
- Forløse potentialet i den digitale visuelle industri som driver af produktivetsforbedringer og innovation på tværs af erhvervssektorer ved at skabe forudsætningerne for at langt flere private og offentlige virksomheder udnytter det digitale potentiale i den digitale visuelle industri.
- Etablere fundamentet for eksponentiel vækst gennem udvikling af stærke danske digitale visuelle produktioner (IP'er) og bringe Danmark i samme liga som Finland og Sverige.
- Skabe 2500 nye jobs og ny omsætning på DKK 3,8 mia. frem til og med 2021, hvoraf 1/3 vil komme fra eksport.

For at nå disse mål kræves det at:

- Erhvervs- og Vækstministeriet investerer i MSDK med 30 mio. årligt i fem år, hvilket giver en samlet investering på DKK 150 mio. Til opbygning af inkubationsmiljøer, talentudvikling, efteruddannelse, markedsføring af industrien mm.
- Der etableres en økonomisk incitamentsordning, som kan tiltrække internationale virksomheder og projekter, som ønsker at benytte danske kompetencer og ressourcer i Danmark. Denne ordning skal sikres gennem en erhvervsstøtteordning på DKK 250 mio. over fem år, som vil være min. 50% selvfinansierende<sup>3</sup>.

En samlet erhvervsindsats vil give Danmark unikke konkurrencefordele i forhold til at være med i toppen blandt lande, der udnytter digitaliseringens muligheder til at skabe vækst. Kort sagt: Vi vil løfte Danmark op blandt de førende digitale lande i verden. Vi har potentialet!

<sup>3</sup> Ibid.

## 2

## MEDIA SOCIETY DENMARK

I gennem en årrække har vi arbejdet med at udvikle film- og tv-, animations- og spilbranchen hver især. Men konvergens mellem teknologier og kompetencer betyder, at brancherne flyder sammen i det vi kalder den digitale visuelle industri. Samtidig udvikler markedet sig og flere og flere efterspørger digitale visuelle kompetencer. Vi samarbejder derfor nu under en fælles overskrift. Inspireret af Design Society kalder vi den Media Society Denmark (MSDK).

I lande som England<sup>4</sup> og Canada<sup>5</sup>, arbejder man med stor succes på tværs af digitale indholdsproducerende brancher. Ved at tænke og arbejde sammen kan vi få langt mere ud af de kulturelle, uddannelses- og erhvervsmæssige investeringer, der allerede er foretaget i brancherne, fordi vi kan skalere arbejdet, tiltrække finansiering fra andre private og offentlige partnere samt udnytte hinandens kompetencer, viden og netværk på tværs af de sektorer, som vi repræsenterer.

Formålet med Media Society Denmark er at skabe en dedikeret organisation, der både kan styrke branchen forstået som stærke kreative virksomheder og virke som drivkraft og facilitator i at udvikle samspillet mellem den digitale visuelle industri og de øvrige sektorer. Media Society Denmark skal fungere som mødested, facilitator, matchmaker og skal udvikle de ydelser, der skaber størst værdi.

#### Udenlandske tal og erfaringer:

I EU udgør de kreative brancher 5% af arbejdsstyrken.

I Sverige, Finland og England, hvor man har foretaget massive erhvervsinvesteringer i de kreative brancher tegner disse brancher sig for hhv. 8,9%, 8,2% og 7,5%.

I England voksede de kreative brancher med 8,9% i 2014. Det var dobbelt så hurtigt som den samlede økonomi i 2014.

De kreative brancher genererede DKK 791 mia. i omsætning i England.

*Kilder: NESTA, UK Gov.*

MSDK udgøres af de centrale erhvervsaktører inden for den digitale visuelle industri:

- Interactive Denmark
- Copenhagen Film Fund
- FilmFyn
- Filmby Aarhus
- Den Vestdanske Filmpulje
- The Animation Workshop/VIA
- Producentforeningen

<sup>4</sup> Kilde: <http://www.creativeengland.co.uk>

<sup>5</sup> Eksempelvis i Ontario, Canada. Kilde: <http://omdc.on.ca>

Vi ønsker løbende at udvide klyngen og skabe samarbejder til relevante brancheaktører, uddannelsesinstitutioner, kulturstøtteaktører, etc.

Den dagsorden vi repræsenterer interesserer mange, herunder Dansk Erhverv, som netop har etableret en arbejdsgruppe for kreative indholdsproducenter med henblik på at skabe bedre vækstvilkår. Vi har påbegyndt dialogen med dem med henblik på at samarbejde.

Oplægget støttes også af nogle af de mest succesfulde virksomheder i og udenfor branchen. Det gælder:

- SYBO Games: Virksomheden bag hittet Subway Surfers der i 2015 var den mest downloadede app i verden.
- M2Film: Virksomheden der blandt andet var med til at producere hitfilmen Lego The Movie og som i dag med udgangspunkt i det aarhusianske hovedkvarter har kontorer i London, København og Bangkok og globalt beskæftiger flere end 300 medarbejdere.
- Egmont/Nordisk Film: Skandinaviens største mediekoncern.
- Novozymes: En af verdens største bioteknologiske virksomheder, der pt arbejder med et meget ambitiøst life-science læringsprojekt, som trækker på kompetencer fra den digitale visuelle industri.
- Ghost VFX: Leverandør af visual effects i verdensklasse med Hollywood blandt kunderne.

Herudover er vi i dialog med følgende virksomheder /organisationer i forhold til at skabe samarbejde på tværs af klyngens private og offentlige aktører:

- LEGO: Danmarks stærkeste globale brand og største indkøber af digitalt visuelt indhold i form af animation og spil.
- Unity Technologies: Står bag den mest brugte udviklingsplatform for computerspil i verden på baggrund af åbenhed og brugerorientering.
- Dansk Erhverv, der aktuelt arbejder på at forbedre rammebetingelser for kreative indholdsproducenter.

Dialogen med både virksomheder inden for branchen og fremtidens samarbejdspartnere og kunder fra andre brancher med henblik på at sikre deres opbakning til MSDK fortsætter i takt med at dette oplæg kvalificeres sammen med Erhvervs- og Vækstministeriet.



# 3

## BEHOV FOR NYE LØSNINGER

Den digitale visuelle industri trækker på mange af de samme kompetencer, forretningsmodeller, distributionskanaler på tværs af film, tv, computerspil, animation, app-udvikling, virtual reality, etc. og rummer et stort potentiale, som viser sig på tre måder:

- Den er allerede i vækst og er samlet set større end mange fremstillingsbrancher. Den er mere produktiv, vokser hurtigere end den samlede beskæftigelse, skaber lige så meget indkomst og lige så mange afledte jobs, som et typisk fremstillings-erhverv. Populært udtrykt kan man sige, at den digitale visuelle industri placerer sig over LEGO men under NOVO Nordisk målt på beskæftigelse<sup>6</sup> i dansk økonomi.
- Den er driver for digital innovation og udvikling i andre brancher, hvor den med kreative digitale kompetencer, brugerforståelse og skalerbare forretningsmodeller skaber innovation og produktivetsforbedringer i private virksomheder og offentlige sektorer som sundhed og uddannelse. Se boksen for et eksempel på dette.
- Den skaber vækst gennem branding og profilering af steder. Succesfulde danske tv-serier og film har skabt stor international opmærksomhed og kendskab til Danmark og styrket hele landets brand til gavn for både erhverv, bosætning og turisme<sup>7</sup>.

Den digitale visuelle industri har traditionelt befundet sig i et krydsfelt mellem kultur og erhverv – to verdner der er blevet opfattet som hinandens modsætninger. Men verden ændrer sig og det kulturelle og kunstneriske udgangspunkt er i dag basis for forretning og dermed en forudsætning for en stærk erhvervsposition på området. I et globalt indholdsmarked i voldsom udvikling kombineret med et dansk erhvervsliv, der råber på vækst og nye store virksomheder, tilbyder vi en løsning i form af et samlet erhvervsinitiativ, som vil give Erhvervs- og Vækstministeriet mulighed for at investere i en industri i vækst. Vi vil på de følgende sider argumentere for, hvorfor den digitale visuelle industri er en god investeringscase,

### Øget produktivitet via spillemekanismer

Den tyske bilgigant Opel etablerede i 2014 samarbejde med danske Serious Games Interactive. Serious Games Interactive har udviklet en banebrydende indlærings- og simulationsteknologi, hvor man via 3D visualiseringer og spillemekanismer (gamification) kan skære 6 måneder af den tid, det tager den tyske bilproducent at gå fra design til produktion.

Projektet modtog støtte fra Markedsmodningsfonden, på basis af potentialet for jobskabelse, som vurderes til 50 nye jobs i den danske virksomhed.

*Kilder: Berlinske Business (2014),  
www.sentio.net*

<sup>6</sup> Se vedhæftet bilag: "Kortlægning af den digitale visuelle industri" (2016)

<sup>7</sup> Se VisitDenmark:

<http://www.visitdenmark.dk/da/danmark/filmfestival-skal-oege-fokus-paa-danmark-som-film-og-ferieland>

præsentere vores fælles vision og indsatsområder for erhvervsindsatsen samt komme med en samlet organisatorisk og økonomisk løsning.

### 3.1 DERFOR SKAL VI HANDLE NU

Vi skal handle nu fordi:

- Verden vil underholdes, og der opstår hele tiden nye platforme og muligheder. Markedet for digitalt visuelt indhold eksploderer i disse år og det globale markedspotentiale er enormt. Det globale marked for underholdning og medier udgjorde samlet set i 2014 ca. DKK 12.000 mia. og forventes af vokse med ca. 5% årligt i de kommende 5 år<sup>8</sup>.
- Vi har et kreativt digitalt potentiale, som kan være med til at skabe fremtidens erhvervsucceser også i andre brancher. Store dele af erhvervslivets overlevelse vil afhænge af deres evne til udnytte digitaliseringens muligheder og forstå og følge kunderne. Vi befinder os i stenalderen af en ny økonomi og fremtidens jobs vil ændre sig. Mange af de jobs vi kender i dag vil slet ikke eksistere i fremtiden og de nye jobs vil i høj grad blive skabt i krydsfeltet mellem det digitale og andre erhverv og forretningsmodeller.
- Den digitale visuelle industri skaber mange forskellige typer jobs i hele Danmark. Den beskæftiger medarbejdere, som både er tekniske og kreative. Det drejer sig om faglærte, der kan arbejde på en film eller tv produktion, de stærke kodere, der kan designe og programmere et digitalt univers, de mellemuddannede der kan tegne og omsætter ideer til skærm og kommunikation og de faglærte og ufaglærte i servicesektoren, der understøtter den digitale visuelle industri.
- Vi har et unikt momentum omkring danske fortællinger og de store succes historier fra film, tv, computerspil og animation. Vi har netop nu stærke og globalt orienterede indholdsproducenter. Vi skal udnytte det til at skabe jobs og vækst i Danmark, fremfor at jobs og omsætning går til selskaber i udlandet.
- Vi har et stærkt dansk brand. Danmark er kendt som et effektivt produktionsland, fordi de danske digitale visuelle virksomheder er produktionsstyrede og derfor på engang er lean og kreative. Den danske evne til teamwork i velfungerende flade organisationsformer og stærk arbejdsdisciplin i forhold til at møde en deadline er anerkendt i hele verden.
- Vi kan dokumentere, at arbejdet med at udvikle branchen og skabe vækst og arbejdspladser i hele Danmark i de forskellige brancher, vi repræsenterer, allerede nu bærer frugt, og vi har derfor erfaringerne der skal til for at skalere udviklingen af klyngen.

Og sidst men ikke mindst: Vi står på en brændende platform. Andre lande investerer i området gennem bedre rammevilkår og risikovillig kapital og hvis ikke vi investerer nu, løber de med væksten og de unikke konkurrencefordele i en digital verden.

<sup>8</sup> Kilder: McKinsey, PwC, Producentforeningen og Danmarks Statistik

## 3.2 EN ULIGE KONKURRENCE

Vi står i en svag konkurrencesituation med udlandet, fordi vi konkurrerer på et ulige grundlag. Produktion i digitale visuelle virksomheder er kapitalkrævende og kun i begrænset omfang afhængig af, hvor produktionen finder sted. Derfor flyttes produktionen til lande, der tilbyder attraktiv finansiering. De store internationale produktioner er med til at vise, hvad vi kan som produktionsland. Samtidig opbygger de kompetencer og relationer, som skaber grundlaget for både nye underholdningsprodukter og branchens potentiale som vækstdriver på tværs.

Men de store internationale produktioner søger lande med gunstige økonomiske rammevilkår i form af eksempelvis produktionsrabatter. Flere og flere lande i Europa har den type rammevilkår og de er effektive. Økonomiske incitamentsordninger skaber hurtigt jobs som følge af stigning i antallet af produktioner og det kan påvises, at de lande, der har indført incitamentsordninger oplever stigning i BNP<sup>9</sup>.

Danmark er i dag et af syv lande i EU, som ikke har automatiske incitamentsordninger. Konsekvensen er, at væsentlige produktioner og opgaver, hvor danske selskaber og arbejdskraft ellers kunne markere sig, ikke placeres i Danmark. Flere af verdens største medieproduktionselskaber fokuserer alene på tilstedeværelsen af en automatisk ordning som grundlag for placering af deres produktioner og først derefter på de kreative kompetencer. Det er derfor altafgørende, at Danmark kan tilbyde en incitamentsordning målrettet tiltrækning af internationale digitale visuelle produktioner.

Vi foreslår en incitamentsordning i form af en produktionsrabat, som den engelske, der gives større danske og internationale co-produktioner indenfor spillefilm, tv-serie og gaming, der henlægger hele eller dele af deres produktion til Danmark. En incitamentsordning i form af en produktionsrabat på 20% af det danske dokumenteret forbrug vil betyde en meget stor tiltrækning af kapital fra udlandet.

En sådan incitamentsordning skal udformes, så den tilgodeser vækst i hele Danmark. Der skal sikres en balance mellem Hovedstaden og det øvrige Danmark med hensyn til stimulering af produktionsmiljøerne. Vi vil derfor på baggrund af tilkendegivelser fra Ministeriet udarbejde forslag til et regelsæt for, hvordan en erhvervsmæssig og geografisk fordeling af midler kan ske ved hjælp af pointsystemer o.l. der kan sikre, at væksten skabes i hele Danmark.

### Effekter af en ny incitamentsordning

Offentlig støtte til den digitale visuelle industri medvirker til at tiltrække relativt store investeringer fra udlandet og understøtte jobs og produktion i Danmark og på den måde skabe ekstra indtægter til det offentlige.

Hver støttekrone skaber ekstra skatteindtægter på ca. 50 øre og de jobs, der skabes vil blandt andet flytte folk fra ledighed og offentlig understøttelse, fordi mange af de understøttede jobs er ufaglærte stillinger.

Det er sandsynligt at ordningen skaber varige effekter, fordi kapaciteten og kompetenceniveauet og dermed konkurrenceevnen øges hvilket igen øger selvfinansieringsgraden.

**Kilde: Copenhagen Economics (2016)**

Kombinationen af en automatisk incitamentsordning og de selektive muligheder for investeringer fra de regionale fonde vil skabe en nødvendig dynamik. Erfaringer fra udlandet

<sup>9</sup> Kilde: "Impact analysis of fiscal incentive schemes supporting film and audiovisual production in Europe", European Audiovisual Observatory (2014)

viser nemlig, at de internationale produktioner vil forsøge at opnå finansiering fra både de regionale filmfonde og den nationale incitamentsordning. De selektive investeringer fra de regionale filmfonde vil typisk være udslagsgivende og dermed sikre, at netop de projekter, der har størst effekt og som understøtter den danske branche bedst muligt - også lokalt - vil blive valgt.

Når man introducerer en incitamentsordning skabes der med det samme et pres på kapaciteten i branchen. Af samme grund går incitamentsordningen hånd i hånd med klyngearbejdet, fordi kapaciteten skal udvides i form af uddannelser, talentudvikling og tiltrækning og fastholdelse af internationale talenter. Derfor skal en sådan ordning opbygges over flere år.

### 3.3 KAPITALISERING AF KULTURELLE OG UDDANNELSESMÆSSIGE INVESTERINGER

Vi ønsker at stille os på skuldrene af de store kulturelle investeringer, som i gennem mange år er foretaget i de digitale visuelle industrier gennem især Det Danske Filminstitut og de regionale filmfonde i tæt samspil mellem den kulturelle, den uddannelsesmæssige og den erhvervsmæssige dagsorden. Vi har stærke kreative og kunstneriske uddannelsesmiljøer i hele landet, som udklækker fremtidens talenter og succesfulde iværksættere. Mange af miljøerne arbejder med at stimulere til iværksætteri gennem inkubation og kobling til mere erhvervsrettet tænkning og ofte kommer de første investeringer fra kulturelle puljer og støtteordninger.

Den digitale visuelle industri er dermed kendetegnet ved ofte at have et kulturelt eller kunstnerisk afsæt og der har stort set altid være kulturpenge inde på et tidligt tidspunkt i de succesfulde virksomheder. Et eksempel er spillet Subway Surfers udviklet af SYBO Games. Spillet startede som animation og var to studerendes afgangsprøve på The Animation Workshop/VIA i Viborg. Siden blev det udviklet til et spil – blandt andet med støtte i form af kulturmidler fra Det danske Filminstitut. I dag er SYBO Games en global succes med et nettoresultat på ikke mindre end DKK 163 mio. fra maj 2014 til april 2015 – skabt af både et unikt produkt og et stærkt samarbejde med en anden dansk virksomhed, Kiloo, der fungerede som medudvikler og distributør. Kiloo havde tilsvarende et nettoresultat på DKK 120 mio. i 2014, hvilket giver et samlet resultat fra Subway Surfers spillet alene på DKK 283 mio., som vel at mærke skattebelægges direkte i Danmark.

Et andet og kendt eksempel er den danske succes med tv-serier, hvor især Borgen, Broen, Arvingerne og Forbrydelsen er blevet solgt til visning i hele verden og har været banebrydende i den engelsktalende verden, hvor de var blandt de første til at blive vist med engelske undertekster. De har skabt en hel æra af danske tv-seriefortællinger, som både skaber eksport og brander Danmark. Historien om kulturmidler, som udgangspunkt for forretningsudvikling kan fortælles om stort set alle virksomheder i branchen.

Det er ovenpå dette fundament, skabt hovedsageligt af de kulturelle satsninger at vi ønsker en målrettet erhvervsstrategi, som udover at skabe vækst og beskæftigelse vil udvikle og professionalisere vores industri og dermed indfri potentialet, som en af verdens førende digitale nationer. En erhvervs-satsning må derfor ikke ske på bekostning af de kulturelle satsninger.

# 4

## VISION, INDSATSOMRÅDER OG ORGANISERING

I det følgende præsenteres vores vision og forslag til hvordan den realiseres.

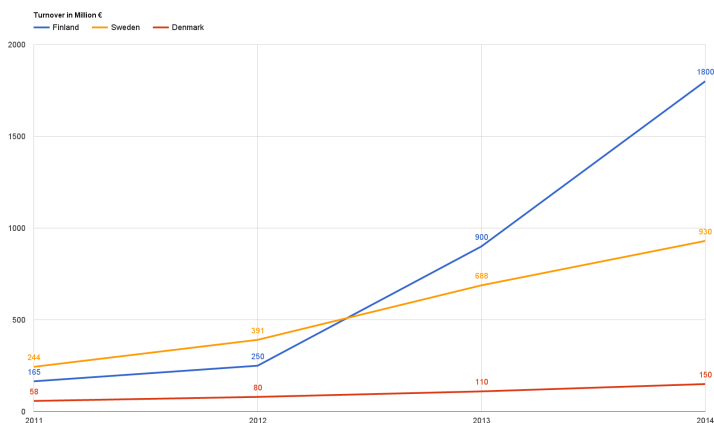
### 4.1 VISION: EKSPONENTIEL VÆKST OG NYE JOBS I HELE DANMARK

Vores vision er at skabe fundamentet for fremtidens vækstsektor i Danmark. Det skal kunne måles i form af arbejdspladser, omsætning og eksport.

Med MSDK vil vi:

- Gøre den digitale visuelle industri til en driver for produktivetsforbedringer og innovation på tværs af erhvervssektorer. Det skal ske ved at skabe forudsætningerne for at langt flere private og offentlige virksomheder udnytter det digitale og disruptive potentiale i den digitale visuelle industri og gennemfører den nødvendige digitale omstilling.
- Etablere fundamentet for eksponentiel vækst gennem udvikling af stærke danske digitale visuelle produktioner (IP'er) og kritisk masse i branchen gennem tiltrækning af internationale produktioner. Tal fra Sverige og Finland viser hvordan en massiv erhvervmæssig satsning på eksempelvis spilområdet har genereret imponerende vækstrater, jf. figuren. Vi har samme gode forudsætninger for at gøre vores nabolande kunsten efter, men det kræver en investering i sektoren.
- Skabe 2500 nye jobs og ny omsætning på DKK 3,8 mia. i 2021, hvoraf 1/3 vil komme fra eksport med udgangen af 2021.

I dag skabes der 3250 arbejdspladser<sup>10</sup> i kernevirksomhederne i den digitale visuelle industri. De omsætter for DKK 5 mia. og eksporterer for DKK 1,6 mia. I perioden 2009 – 2014 er omsætning og eks-



<sup>10</sup> Producentforeningen, Indholdsproducenter i tal (2014). Medregnes antallet af arbejdspladser i hhv. DR og TV2 er det samlede antal jobs 5702 (kilde: Copenhagen Economics (2016)). Vi vælger at trække disse job fra og arbejde ud fra antallet af jobs, der skabes i den resterende visuelle industri, da det er her, vi vil skabe væksten.

port vokset med hhv. 86% og 104%. I samme periode har der været en vækst på 63% i antallet af virksomheder og 46% i beskæftigelsen. Den samlede beskæftigelse i Danmark faldt med 6% i samme periode.

Den digitale visuelle industri er repræsenteret i hele Danmark. Der findes "centres of excellence" i bl.a. Viborg, Aarhus, København, Grenå, Aalborg og på Fyn, hvor man har specialiseringer inden for animation, tv, film, spil og gamification. Alle arbejder med at udvikle branchen i et klyngeperspektiv, som skaber arbejdspladser og gør områder attraktive ift. erhvervsudvikling og bosætning. Udover de større regionale centre ser vi også en underskov af erhvervsudviklings-, talentudviklings- og iværksætterprojekter i byer som Frederikshavn (film), Ikast (film/tv), Faaborg (computerspil), Odense (e-sport) og et voksende fokus på den digitale visuelle industris potentiale i forhold til at skabe værdi i andre brancher, som eksempelvis Region Midtjylland og Region Syddanmark arbejder med.



Med et målrettet erhvervsinitiativ som beskrevet her vil vi på fem år skabe ca. 2500 nye jobs i kernevirksomhederne og dermed øge den samlede digitale visuelle industri fra 3250 jobs (2014) til 5700 jobs i kernevirksomhederne i 2021. Alle disse arbejdspladser vil skulle besættes af personer, både faglærte og ufaglærte, med korte, mellemlange og lange uddannelser og de vil fordele sig og skabe vækst i hele Danmark.

Initiativet vil skabe ny omsætning på DKK 3,8 mia. i 2021, hvoraf 1/3 vil komme fra eksport og dermed bringe den samlede omsætning i branchen op på ca. DKK 8,9 mia<sup>11</sup>.

Udover jobs i industriens kernevirksomheder vil dette generere jobs i tilgrænsende brancher. Beregninger viser, at hvert job skabt i kernevirksomheder i indholdsproducerende brancher skaber minimum 2,2 jobs i tilgrænsende brancher<sup>12</sup>.

Dette er estimer baseret på fremskrivning, hvor vi forudsætter at den vækst, der har været i branchen siden 2009 kan fortsættes. Som nævnt tidligere står vi på en brændende platform og det er derfor tvingende nødvendigt at investere i branchen hvis denne udvikling skal fortsættes.

## 4.2 INDSATSOMRÅDER FOR MEDIA SOCIETY DENMARK

Vi kender barriererne for udvikling og vækst i den digitale visuelle industri. De er analyseret i utallige rapporter både for de enkelte brancher og senest med Regeringens Vækstteam for Kreative Erhverv og Design.

<sup>11</sup> Tallene er beregnet på baggrund af fremskrivning baseret på eksisterende data fra hhv. "Indholdsproducenter i tal" (2016) samt "Incitamentsordning i den digitale visuelle industri" (2016)

<sup>12</sup> Bilag 3: "Kortlægning af den digitale visuelle industri" (2016)

I stedet for endnu engang at opliste barriererne vælger vi at præsentere vores svar på, hvordan de nedbrydes i form af en række indsatsområder efterfulgt af et forslag til en dynamisk og åben organisation som platform.

MSDK skal:

- **Bearbejde og åbne markedet for digitale visuelle kompetencer:** Som skitseret indledningsvist vil det være en helt central opgave for MSDK at bearbejde både offentlige og private kunder og samarbejdspartnere med henblik på at styrke efterspørgslen på digitale visuelle kompetencer. Dette skal blandt andet ske gennem igangsættelse af samarbejder og dokumentation af værdiskabelse målt på produktivitet og innovation.
- **Være den fælles indgang:** MSDK blive døren til den digitale visuelle industri for alle klyngens aktører (risikovillig kapital, virksomheder, uddannelsesmiljøer, kulturstøtteaktører, etc.), for fremtidens aftagere der efterspørger digitale ydelser (andre offentlige og private erhverv), for politikere og for internationale samarbejdspartnere og interessenter. MSDK vil kommunikere den fælles fortælling om industrien som et erhverv baseret på koblingen mellem forretning, kunst og kreativitet, og samle alle relevante aktører i et tillidsfuldt fællesskab.
- **Sikre rammebetingelser:** Forudsætningen for at MSDK kan nå visionen er stærke rammebetingelser, der sikrer den bedste konkurrenceevne i form af en økonomisk incitamentsordning, som vil sikre tiltrækning af større internationale produktioner og fastholdelse af de store danske produktioner, som ellers søger ud af landet for finansiering<sup>13</sup>.
- **Etablere en fælles markedsføringsplatform for Danmark som produktionsland:** Filmfondene arbejder alle med filmkommissioner, der løfter denne opgave i dag. Vi ønsker at samle arbejdet i en fælles MSDK-kommission. På den måde kan vi udvide fokus, så Danmark markedsføres som et attraktivt sted at producere både film, tv, spil og animation og hvor vi samtidig kan udnytte det turismemæssige potentiale. MSDK-Kommissionen vil være indgangen for udlandet til den danske digitale visuelle industri.
- **Skabe flere købmænd i branchen:** MSDK skal undersøge uddannelses- og efteruddannelses tilbud med fokus på forretningskompetencer i den digitale visuelle industri samt sætte fokus på den danske model, hvor kreative og visionære sammen med forretningsorienterede købmænd skaber succesfulde virksomheder gennem matchmaking, konferencer, mentorordninger, etc.
- **Skabe væksttilbud til virksomhederne:** MSDK skal udvikle og koordinere tilbud til virksomhederne på tværs af industrien med fokus på både at udvikle de stærke universer (IP'er) med internationalt potentiale og udnytte vækst- og skaleringspotentialet i virksomhederne. MSDK skal også sikre, at der findes relevante eksporttilbud, som understøtter virksomhedernes behov for hurtig eksekvering, til-

<sup>13</sup> Se bilag 2 for nærmere beskrivelse.



stedeværelse og adgang til specialiseret og up-to-date rådgivning.

- **Tiltrække kapital:**
  - Fra regioner og kommuner der ønsker at investere lokalt og regionalt i deres digitale visuelle erhverv og hvor synergien med en national platform kan geare midler til fordel for erhvervsudvikling, f.eks. fra EU medfinansiering.
  - Fra private i form af erhvervspartner skaber med den samlede platform og risikovillig kapital i en investeringsfond, som kan bringe innovative virksomheder, som har proof of concept, til realisering af det globale, eksponentielle vækstpotentiale i digitale virksomheder (scale-ups).
  - Fra fonde der ønsker at støtte udvikling af dansk skærm-baseret indhold.
- **Øge kapaciteten i branchen:** Branchen skal kunne møde udlandets efterspørgsel på danske kompetencer. Det skal ske gennem kompetence- og talentudvikling i forhold til både uddannelse og efteruddannelse og gennem tiltrækning og fastholdelse af udenlandske specialistkompetencer.
- **Koble forskning med erhverv:** MSDK skal være igangsætter af R&D relaterede aktiviteter i dialog med forsknings- og uddannelsesinstitutioner herunder evt. etablere et innovationsnetværk for området.
- **Dokumentere branchen:** MSDK skal være dokumentationscenter for branchen og dens udvikling som inkluderer både branchens egne arbejdspladser og den værdi brancherne skaber i andre sektorer. Fra England ved vi at dokumentation er centralt i forhold til at skabe vækst.

### 4.3 EN FLEKSIBEL ORGANISATION OG EN PLATFORM FOR TILTRÆKNING AF KAPITAL

MSDK planlægges etableret på samme organisatoriske model, som, støttet af Stat, regioner og kommuner, er udviklet gennem de seneste 5 års arbejde med først Computer-spilzonen og videreført i Interactive Denmark. Interactive Denmark er i dag en landsdækkende klyngeorganisation, som består af et lille nationalt sekretariat og en agentstruktur, som er forankret i de forskellige "centres of excellence" i Danmark.

Den struktur vil sætte os i stand til at agere på nationalt niveau, hvor vi med statslige midler i ryggen kan løse fælles nationale opgaver på en omkostningseffektiv måde. Den sætter os også i stand til at arbejde tæt på de fysiske miljøer, hvor virksomhederne er, og herigennem tiltrække midler fra Regioner og Kommuner.

Økonomisk giver modellen os mulighed for at tiltrække midler fra forskellige kilder og arbejde fleksibelt med dem på følgende måde:

- De midler som tiltrækkes fra national side i form af eksempelvis markedsmodningsmidlerne bruges til at løfte de tværgående opgaver, som ikke løses i dag



og bruges endvidere til at geare midler fra eksempelvis EU-fondene. Endvidere vil en statslig erhvervs-satsning fungere som døråbner til andre statslige ressort-områder såsom uddannelse og innovation.

- De midler som tiltrækkes fra erhvervspartnerne går til det nationale sekretariat og kanaliseres herfra til de forskellige centres of excellence i form af konkrete aktiviteter, som defineres sammen med partnerne. Vi har positive tilkendegivelser fra virksomheder som Ghost, LEGO og SYBO Games om at de er interesserede i at indgå i økonomisk forpligtende partnerskaber, hvis satsningen er ambitiøs.
- De midler der tiltrækkes fra Regioner og Kommuner bliver brugt regionalt og kommunalt og en mindre andel kanaliseres op i det fælles nationale sekretariat.
- De midler der tiltrækkes fra fonde, som ønsker at støtte skærmbaseret indholdsproduktion med et erhvervsmæssigt sigte, kan kanaliseres ind via MSDK og komme flest muligt til gode.

Med MSDK bruger vi samme model og samler hele den digitale visuelle industri inden for en effektiv og fleksibel model.

#### 4.4 DET BEDER VI OM: ØKONOMI

I dag arbejder vi med forskellige finansieringskilder, hvor nogle aktører har finansiering fra både statsligt, regionalt og kommunalt hold, mens andre er finansieret primært af kommunale eller af en blanding af regionale og kommunale midler samt EU-fondsmidler. Alle arbejder også med private partnere, som er med til at finansiere på forskellig vis.

##### **Stærk gearing af de statslige midler**

Et statsligt rygmærke gør os i stand til at tiltrække flere midler.

Eksempel: Hver statslig krone, som er investeret i Interactive Denmark har tiltrukket minimum 2 kroner fra andre finansieringskilder i form af kommuner, regioner og private.

På samme måde har alle andre partnere gearet deres midler fra forskellige kilder inkl. EU-fondene.

I 2015 gennemførtes det kulturelle og erhvervsrelaterede arbejde på tværs af Den Vestdanske Filmpulje, The Animation Workshop/VIA, FilmFyn, CPH Film Fund og Interactive Denmark for et samlet budget på ca. DKK 51 mio. Af DISSE kom 3 mio. fra staten i form af støtte fra Markedsmodningsfonden til Interactive Denmark mens resten kom fra kulturstøttemidler via DFI, regioner, kommuner og EU-fonde. Markedsmodningsfonden finansierer med 3 mio. i 2016, men der er ikke endnu indgået aftaler om yderligere statslige investeringer herefter.

Som det fremgår har det statslige engagement været værdifuldt men relativt begrænset. Hvis vi skal indfri visionen og realisere det globale potentiale for Danmark er der brug for en langt større statslig investering på samme måde som man har gjort i lande som eksempelvis Finland og England. Som vist i boksen har vi dokumenteret erfaring med at geare statslige midler og dette vil vi fortsat gøre.

Forudsætningerne for at kunne realisere visionen på fem år er:

- En statslig investering på DKK 30 mio. årligt, hvilket giver en samlet investering på DKK 150 mio.
- En økonomisk incitamentsordning som vil give Danmark samme konkurrencevilkår som andre lande i form af en statsgaranteret produktionsrabatordning på DKK 250 mio. over 5 år. Af disse vil min 50% være selvfinansieret gennem forøget skatteindtægter og afgifter allerede inden de bliver udbetalt. Heri er ikke indregnet BNI-effekten samt branding og profileringseffekter, som vil blive betydelige.

Vi vil naturligvis udarbejde et detaljeret budget for MSDK i takt med at vi fortsætter dialogen med EVM.

# BILAG 1

## KORT PRÆSENTATION AF AFSENDERE

**Den Vestdanske Filmpulje** er etableret i 2002 som afløser for Den Østjyske Filmfond, der var Danmarks første regionale filmfond ved starten i 1997. Den Vestdanske Filmpulje er en forening, der har 9 midt- og nordjyske kommuner som medlemmer, og i alt repræsenterer ca. 1,2 million borgere.

Formålet med fonden er at yde støtte til kunstnerisk interessante produktioner, som tillige fremmer udviklingen af det vestdanske film- og tv-miljø. Filmpuljen har støttet flere hundrede titler fordelt på tv-serier, spillefilm, dokumentarfilm og talentfilm gennem årene. Filmpuljen støtter desuden udvikling af computerspil.

Udvalgte titler er tv-julekalenderen "Ludvig og Julemanden" og "Tvillingerne og Julemanden", tv-serierne "Dicte" og "Norskov", samt udvalgte spillefilm som "Alle for en, to og tre", "Kartellet", "En Kongelig Affære", "Nymphomaniac", "Kærestesorger" og "Sorg og glæde" samt "Gud taler ud", "Du forsvinder" og "Dræberne fra Nibe".

For hver krone investeret er der gennemsnitligt skabt en direkte omsætning på 3,9 kroner i Filmpuljens område. Filmpuljen har medvirket til udviklingen af det største produktionsmiljø uden for hovedstanden med 82 film- og medievirksomheder i Filmby Aarhus alene med en årlig omsætning på over 400 millioner kroner samt bidraget til, at dansk film og tv-produktion bliver rigere af den mangfoldighed, som de regionalt baserede fortællinger skaber. Det er en vigtig ingrediens i vores identitet og selvforståelse som danskere fra øst til vest og syd til nord. Fondens årlige budget er kr. 12 mio. / [www.filmpuljen.dk](http://www.filmpuljen.dk)

**Filmby Aarhus** er det regionale film- og mediecenter i Vestdanmark, i feltet mellem erhverv og kultur. Filmby Aarhus:

- Ser de digitale visuelle fortællinger som driver for kulturelle oplevelser og erhvervsmæssig vækst.
- Medvirker til fremragende film, spil og medieprodukter.
- Samler og styrker værdikæden i branchen, og vi bidrager til vækst og værdi i samfundet ved at koble film- og mediebranchens kompetencer med andre erhverv.

Filmby Aarhus driver erhvervsudvikling i Midtjylland og Nordjylland, hvor de digitale visuelle virksomheder omsætter for 44% af den samlede danske omsætning i branchen. 64% af den samlede nationale beskæftigelse i branchen er placeret i de to regioner.

Filmby Aarhus er medstifter og driver af den nationale erhvervsfremme organisation, Interactive Denmark, støttet af More Creative i Region Midtjylland.

Filmby Aarhus er sekretariat for den tværkommunale satsning Den Vestdanske Filmpulje, hvor ni kommuner i Midt- og Nordjylland samarbejder om fremme af filmfortællinger og udvikling af produktionsmiljøer i Vestdanmark, og indgår derigennem i de statslige aftaler på området, Filmaftalen og Mediaaftalen.

Filmby Aarhus er Danmarks største film – og medieklynge med 82 virksomheder inden for Den Digitale Visuelle Industri, med en total omsætning på over 400.000.000 kr. årligt. Filmby Aarhus yder en aktiv indsats omkring sammenkobling af det professionelle produktionsmiljø med uddannelse og unge talenter.

Filmby Aarhus huser professionsbacheloruddannelsen Multiplatform Storytelling & Production, der fokuserer på samspillet mellem forskellige former for audiovisuelle fortællinger på tværs af digitale platforme og Kaospiloterne med fokus på ledelse og entreprenørskab / [www.filmbyaarhus.dk](http://www.filmbyaarhus.dk).

**FilmFyn A/S** blev grundlagt som et delvist offentligt, delvist privat ejet selskab i 2003 og er i dag et aktieselskab med 8 fynske kommuner samt Fionia Fonden og TV2 Danmark A/S bag. Selskabets formål er at skabe erhvervsmæssig vækst og beskæftigelse ved investering i film og filmkultur på Fyn.

Med en unik form for erhvervsudvikling har FilmFyn siden 2003 investeret i mere end 70 større film og tv-serieproduktioner startende med "De grønne Slagtere" og "Adams æbler". Berømt er den Osvarvindende "Hævnen" fra 2011. Øvrige udvalgte titler er: TV 2s familiejukekalender 2015, "Juleønsket", DRs drama "Arvingerne", "1864", "Mænd & Høns", "Stille Hjerte", "Der kommer en dag" og "Antboy".

Investeringerne har stimuleret udviklingen i omsætning og arbejdspladser i alle brancher. 1 krone investeret giver i dag 2-3 kroner i direkte omsætning plus afledte effekter omkring bosætning og turisme.

FilmFyn er med til at skabe et Danmark i bedre økonomisk og kulturel balance og bidrager således til at tegne et mere nuanceret billede af liv og landskab, som det kender uden for hovedstaden.

Med støtte fra Syddansk Vækstforum har FilmFyn i tæt samarbejde med lokale turistaktører og Visit Denmark skabt Film Commission Fyn ([www.filmcommissionfyn.com](http://www.filmcommissionfyn.com)) - der skal tiltrække og servicere internationale og nationale producenter. FilmFyn har i dag et årligt budget på 16 mio. kr. / [www.filmfyn.dk](http://www.filmfyn.dk).

**Copenhagen Film Fund** blev etableret juni 2013 med bidrag fra Københavns Kommune, Region H, otte omegnskommuner, alle brancheorganisationer og en række private brancheaktører med det formål at skabe vækst og beskæftigelse til regionen gennem invest-

ering i større danske og udenlandske film- og tv-produktioner. Fondens investeringer har sikret, at serier som Wallander med Kenneth Branagh, The Team, Broen sæson III og ikke mindst den store internationale spillefilm 'The Danish Girl' blev optaget i regionen.

Med udgangspunkt i en investeringskapital på Dkk 30 mio, har Fonden i perioden tiltrukket og investeret i danske og internationale produktioner og til dato skabt en værditilvækst på Dkk 170 mio. (BNI-bidrag) og 300 årsværk (fuldtidsbeskæftiget) som det er dokumenteret i analysen af Fondens investeringer, foretaget af Copenhagen Economics. Eller forenklet sagt: for hver krone Fonden har investeret i produktion af spillefilm og tv-serier har kommunerne, regionen og staten fået kr. ca. 6 kr. tilbage i form af værditilvækst og øget beskæftigelse. CPHFF har således igennem sin første periode, 2013-15 været med til at fastholde det kreative momentum og samtidig bevist sin klare berettigelse som effektivt middel til at forløse dette vækstpotentiale. Fonden anses som en del af et beskæftigelses og erhvervsinitiativ indenfor Københavns Kommune og RegionH. CPHFF råder over ca 15 mio per år frem til og med 2017/[www.cphfilmfund.com](http://www.cphfilmfund.com).

**Interactive Denmark (ID)** er en non-profit organisation, etableret i 2013. ID arbejder med forretningsudvikling blandt spilvirksomheder og andre virksomheder der udvikler egne IP'er indenfor apps og anden interaktiv, læring, e-health eller film/animation/bøger. ID arbejder med en målsætning om at skabe 750 nye arbejdspladser i hele Danmark inden udgangen af 2018. I ID's første leveår 2014 er der dokumenteret 125 nye jobs, og spilbranchen alene har passeret en vigtig milepæl med en samlet omsætning på mere end 1 mia dkk. +50 selskaber har deltaget i ID program for forretningsudvikling kaldet SOLID, og 315 personer deltog i 2015 i forløbet Growing Games, der er det største kommercielt fokuserede netværk i branchen. For at nå målsætningen samarbejder ID desuden med en række virksomheder i og omkring branchen, samt relevante uddannelsesinstitutioner og centrale interesseorganisationer. Interactive Denmark er stiftet som en privat forening af Producentforeningen, Capnova og Aarhus Filmbym, og støttes økonomisk af midler fra Markedsmodningsfonden, Københavns Kommune, Region Hovedstaden og Region Midtjylland. ID råder over et samlet budget fra 2013 til og med 2017 på 22,5 mio kr. / [www.interactivedenmark.dk](http://www.interactivedenmark.dk).

**Producentforeningen** er branche- og arbejdsgiverorganisation for danske indholdsproducenter - det vil sige producenter af film, tv, reklamefilm og computerspil Som en af de eneste producentforeninger i Europa organiserer Producentforeningen alle produktionsområder i én forening. Producentforeningen er både en brancheforening og en arbejdsgiverforening og organiserer ca 120 danske selskaber. Foreningen søger på den ene side politisk indflydelse og varetager medlemmernes interesser i forhold til diverse rettighedsorganisationer, offentlige institutioner, tv-stationer og reklamebureauer, som har indflydelse på produktionsvilkårene. På den anden side - som arbejdsgiverforening - forhandler Producentforeningen overenskomster med de lømodtagergrupper, der er relevante. Sekretariatet yder desuden rådgivning til medlemmerne om kontrakter og andet i konkrete situationer - især rådgivning i juridiske spørgsmål om overenskomsts-, kontrakts- og rettighedsforhold. Producentforeningen har siden 2009 været projektholder for først Computerspilzonen og dernæst Interactive Denmark partnerskabet med en række private og offentlige partnere / [www.pro-f.dk](http://www.pro-f.dk).

**The Animation Workshop/VIA University College** – Center of Excellence for Animation, Visualisation and Graphic Storytelling er en af verdens førende institutioner på området visual arts. Grundlagt i 1989 som Animationsværkstedet, The Animation Workshop (TAW) har sidenhen udviklet sig til at blive en klyngeoperatør for animation i Danmark. Skolen udbyder nu tre bacheloruddannelser: Karakteranimation, Computer Graphic Arts og Grafisk Fortælling.

Udover bacheloruddannelserne findes der også et væld af aktiviteter, der fokuserer på alt fra kompetence-, talent- og kulturudvikling til forretnings- og erhvervsudvikling. Én af afdelingerne under TAW er Open Workshop; et internationalt talent- og projektudviklingsscenter for animation, film, spil, samt andre kunstneriske projekter, der støttes af DFI og Viborg Kommune.

En anden aktivitet er Arsenalet; et kreativt udviklingsmiljø for animations- og spilvirksomheder. Arsenalets inkubator, hvor opstartsvirksomheder kan få en hjælpende hånd, udvikler virksomheder med et globalt mindset til hele Danmark. Sybo Games, hvis spil Subway Surfers er det mest downloadede spil nogensinde på Google Play, er startet i TAW's daværende inkubationsmiljø. Produktionsselskabet Nørlum udviklede deres første animationsfilm i inkubatoren: Nu har virksomheden afdelinger i Viborg, København og Vancouver, ligesom deres Oscar nominerede Song of the Sea, blev animeret i Danmark. Virksomheden Sun Creature indsamlede i alt \$300.000 til produktion af tv-serien Tales of Alethion på to Kickstarter kampagner i 2014 og 2015.

I alt omkring 600 mennesker fra hele verden studerer eller arbejder med projekter i Viborg. Dette giver miljøet en hel unik international styrke. Succeshistorierne fra The Animation Workshop understreger, hvad den danske rapport Animation som erhverv fra 2016 konkluderer: At animation er en god forretning, der skabe omsætning, arbejdspladser og indtægter til Danmark / [www.animwork.dk](http://www.animwork.dk).

## **BILAG 2**

# INCITAMENTSORDNING I DEN DIGITALE VISUELLE INDUSTRI