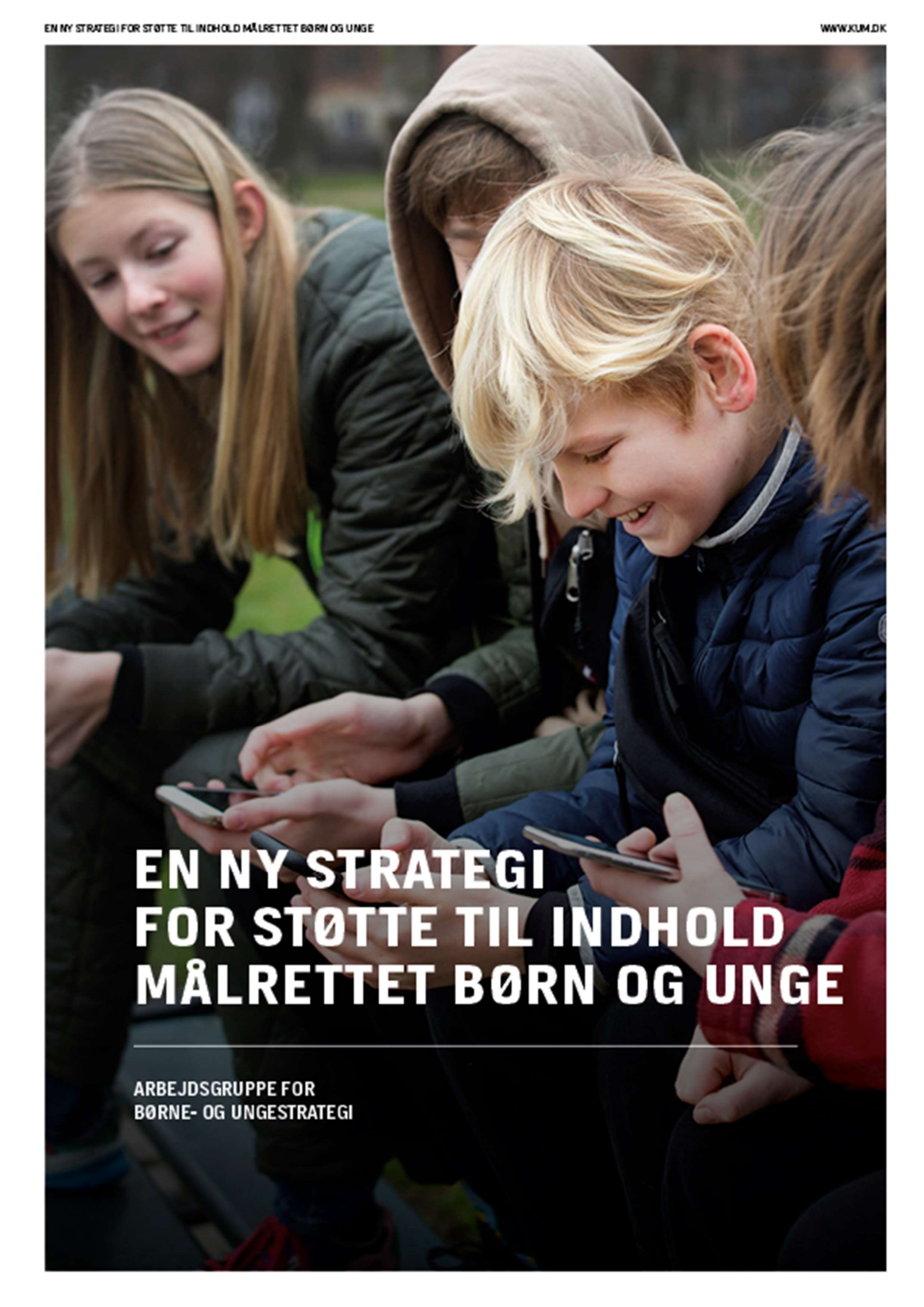


A photograph of three children sitting outdoors. A girl with long blonde hair is on the left, looking down at a smartphone. In the center, a boy with blonde hair is smiling and looking at a smartphone. To his right, another child is partially visible, also looking at a device. They are all wearing jackets, suggesting a cool environment. The background is blurred, showing some greenery.

EN NY STRATEGI FOR STØTTE TIL INDHOLD MÅLRETTET BØRN OG UNGE

ARBEJDSGRUPPE FOR
BØRNE- OG UNGESTRATEGI

FORORD

Kulturministeren nedsatte i foråret 2024 en arbejdsgruppe, der skulle fremlægge en ny strategi for støtte til indhold målrettet børn og unge. Strategien skal sikre, at støttesystemet indrettes, så det understøtter produktionen af dansk kvalitetsindhold i formater, som distribueres på de platforme, som børn og unge anvender, og som følger med udviklingen.

UDFORDRINGSBILLEDE

Dansk børne- og ungeindholds førende position er truet. Konkurrencen om børn og unges opmærksomhed er massiv og tiltagende. Børn og unge orienterer sig i stigende grad på nye platforme som YouTube, Snapchat, TikTok og digitale spil samt en individualiseret brug af udenlandske film og serier på streamingtjenester.

Der ligger en strukturel udfordring i, at selvom børn og unge har et højt medieforbrug, så trækker den øgede konkurrence målgruppen væk fra dansk kvalitetsindhold. Tilmed ser børn og unge udenlandsk indhold, der ofte er distribueret på platforme uden etisk og redaktionelt ansvar for indhold, fakta og kvalitet. Med det ændrede medieforbrug kan fremtidens generationer miste en væsentlig kilde til forståelse for vores fælles værdier, og hvad der binder Danmark sammen som kulturation.

Samtidig øges udfordringen af, at det i den danske filmbranche ikke opleves tilstrækkeligt attraktivt – hverken økonomisk eller prestigemæssigt – at producere indhold målrettet børn og unge. Konkret er eksempelvis antallet af danske biografilm målrettet børn og unge halveret på 10 år.

Der tegner sig en særlig udfordring for de større børn og unge. Mens mindre børn ofte mødes af kvalitetsindhold f.eks. på DR's platforme, er de unges medieforbrug i stigende grad rettet mod udenlandske tjenester. Det skaber en tiltagende fremmedgørelse over for danske normer, værdier og samfundsforhold, som på sigt kan være med til at udhule sammenhængskraften i den danske samfundsmodel.

SAMMENFATNING AF ANBEFALINGER

Arbejdsgruppen har på baggrund af udfordringsbilledet formuleret en række anbefalinger til en ny strategi for støtte til indhold målrettet børn og unge. Nedenfor følger en kort sammenfatning af arbejdsgruppens væsentligste anbefalinger:

- **En fælles vision skal sætte en ambitiøs retning for fremtidens børne- og ungeindhold:** Arbejdsgruppens vision er, at alle danske børn og unge i 2030 skal mødes af dansk, relevant og ambitiøst kvalitetsindhold, der inspirerer, underholder og udfordrer med gennemslagskraft i målgruppen. Et kreativt indhold, der anerkender børn og unges perspektiv, erfaringer, følelser, tanker - og ikke mindst deres medieadfærd på tværs af distributionsplatforme, genrer og medietyper.
- **En indgang til støtte målrettet børn og unge, så støttesystemet får større fleksibilitet til at udnytte vidensdeling og synergier på tværs af platforme og genrer:** Arbejdsgruppen anbefaler, at den øremærkede støtte på børne- og ungeområdet samles i én ordning, der således inkluderer midlerne fra de fire filmstøtteordninger og Public Service-Puljen. Dette skal skabe større fleksibilitet til at tænke på tværs af formater og bidrage til at løse nogle af de finansieringsudfordringer, der i dag er forbundet med projekter til børn og unge. Der er brug for at forenkle og forny selve indgangen til støtte for støtteansøgerne, om end arbejdsgruppen ønsker at understrege, at det er gavnligt med en mangfoldighed af beslutningsformer (konsulenter og branchesammensatte redaktioner) inden for det samlede børne- og ungeområde.
- **Det Danske Filminstitut (DFI) vil allerede i 2025 styrke den organisatoriske understøttelse af børne- og ungeområdet ved at etablere et B&U-center:** Allerede nu vil DFI etablere et dedikeret B&U-center, der organisatorisk understøtter samlingen af støtteordningerne ved bl.a. at styrke tværgående dialog mellem interne fagpersoner og eksternt med branchen.
- **Forpligtende samarbejde på børne- og ungeområdet:** DR, TV 2 og DFI vil gå forrest i et forpligtende samarbejde på tværs af branchen om bl.a. viden og data, finansiering, talentudvikling, distributionsinitiativer samt fælles outreach og partnerskaber, der skal understøtte realiseringen af visionen.
- **De offentligt støttede institutioner og det statslige støttesystem skal have særligt fokus på de større børn og unge i alderen 8-15 år:** Det forpligtende samarbejde er særligt – men ikke udelukkende – med tanke på de større børn og teenagere (8-15 år), da alle aktører oplever store udfordringer med at nå netop denne aldersgruppe i tilstrækkelig grad. Arbejdsgruppen anbefaler overordnet, at børn og unge defineres som aldersgruppen 2-25 år.

- **Distribution af dansk kvalitetsindhold til børn og unge skal ske i trygge rammer:** Børn og unge skal altid kunne møde dansk kvalitetsindhold på etisk ansvarlige og udbredte platforme, hvor målgruppen er beskyttet mod skadeligt og ikke-alderssvarende indhold. Synlighed på sociale medietjenester kan i særlige tilfælde være hensigtsmæssig for at understøtte lancering, publikumsudvikling og markedsføring, men bør normalt ikke være eneste eller primære distributionskanal.
- **Mulighed for højere støtte til børne- og ungeprojekter:** Omkostninger til produktion af børne- og ungdomsindhold er ikke nødvendigvis lavere end til projekter til voksne. Tværtimod indebærer reguleringen af børn og unges arbejdstid ofte højere produktionsomkostninger. Samtidig er mulighederne for indtjening begrænsede, og det er vanskeligt at tilvejebringe tilstrækkelig finansiering. Støttesystemets praksis bør være, at projekter i særlige tilfælde kan opnå produktions- og lanceringsstøtte på op til 80 %.
- **DR og TV 2's engagement i børne- og ungdomsfilm skal tilstræbe en parallelitet med DFI's forpligtelser over for børn og unge:** DR er for resten af filmaftaleperioden (2026-2027) indstillet på at anvende 25 % af sin årlige minimumsinvestering på 25 mio. kr. til køb af visningsrettigheder til film, der primært henvender sig til børn og unge. TV 2 vil i samme periode forpligtige sig til at engagere sig i et antal af børne- og ungefilm svarende til årligt mindst 25 % (dvs. tre film) af det samlede filmengagement, hvilket arbejdsgruppen ser positivt på. Dog indvender arbejdsgruppens repræsentanter fra Danske Filminstruktører og Producentforeningen, at TV 2's forpligtelse på filmområdet burde afspejle DR's præciserede forpligtelse på 25 % af den årlige minimumsinvestering. DR og TV2's engagement i børne- og ungeindhold skal desuden have øje for nye talenter og udviklingsprojekter målrettet børn og unge.
- **NIMBI – Danmarks Institut for Spiludvikling skal inddrages i relevante samarbejder, da digitale spil har en central plads i børn og unges medieforbrug:** DR, TV 2 og DFI skal invitere NIMBI til at deltage i det forpligtende samarbejde på børne- og ungeområdet, da man herigennem kan udnytte synergieffekterne ved at samarbejde om samfinansiering, distribution, kendskab, talentudvikling, videoproduktion mm. Samarbejdet skal samtidig have blik for, hvor digitale spil adskiller sig fra øvrigt billedbåret indhold til børn og unge.
- **Branchen skal have fokus på at forbedre børn og unges adgang til biografen, der kan styrke fysiske fællesskaber og mødet med dansk filmkultur:** Der skal etableres et stærkere samarbejde mellem branchens aktører ift. initiativer, der giver forældre, børn og unge en lavere økonomisk barriere for at komme i biografen. Dette kunne ske i stil med Biografklub Danmark, i en gentænkning af børnefilmsklubbernes rolle eller via flere kommercielle biografklubber for familier, børn og unge. Biografen er en vigtig ramme for, at børn og unge ikke kun oplever dansk kvalitetsindhold på egne skærme, men også i fysiske og sociale fællesskaber.

- **Værdien af værker til børn og unge skal italesættes, så området kan genvinde sin stolthed og prestige blandt nye talenter såvel som professionelle:** Der er brug for branchens fælles italesættelse af, at børne- og ungeindhold har en vigtig kulturel og dannelsesmæssig betydning for danskerne, som har mindst lige så meget prestige som indhold til voksne. Børn og unge er fundamentet for fremtidens filmkultur.

EN NY STRATEGI FOR STØTTE TIL INDHOLD MÅLRETTET BØRN OG UNGE

INDLEDNING

Børn og unges mediebrug er massivt og under konstant forandring. Det er blevet normalt, at selv helt små børn har et udstrakt skærmforbrug på tværs af public service-medier og streamingtjenester. Allerede som 10-årige har børn, ifølge DFI's data, i gennemsnit 3 skærme til rådighed, som de definerer som 'egne skærme'. Samtidig ser børn og unge mindre dansk kvalitetsindhold end tidligere. Særligt de større børn og unges medieforbrug er i høj grad rettet mod nyere platforme som YouTube, Snapchat, TikTok og digitale spil samt et individualiseret brug af udenlandske film og serier på streamingtjenester.

Konkurrencen om børn og unges opmærksomhed er tiltagende. Dansk kvalitetsindhold konkurrerer nu ikke kun med internationale film og tv-serier, men også andre former for videoindhold på platforme som TikTok og YouTube. De ultra-korte formater på de nye medieplatforme udfordrer børn og unges fordybelse, indlevelse og refleksion. Knap en tredjedel af børn i alderen 5-14 år angiver, at de har svært ved at koncentrere sig om en hel film. De mere klassiske og længere medieformater som spillefilm distribueret i biograferne er under pres. Biografmarkedet for børne- og ungdomsfilm er halveret inden for bare de seneste 5 år.

Historisk set har dansk indhold ellers haft en solid position hos danske børn og unge, hvad end det gælder i biografen med høje markedsandele, i skolen som led i undervisningen eller på tværs af platforme. Dansk indhold til børn og unge har bl.a. været kendetegnet ved fortællekvalitet og det unikt danske såsom humor, det politisk ukorrekte, satiren, nostalgien, hygge, fællesskab, genkendelighed, mod og især det ligeværdige og dannende blik på børn og unge. Det er ikke mindre vigtigt i dag, at børn og unge ser dansk kvalitetsindhold, der kan binde Danmark sammen som kulturnation og gøre os klogere på vores fælles værdier.

Det er i lyset af ovenstående mere aktuelt end nogensinde, at det statslige støttesystem kan støtte op om dansk kvalitetsindhold, der er relevant og appellerende for børn og unge, og samtidig har kulturel, social og samfundsmæssig betydning. I en tid, hvor børn og unge er udsat for massiv eksponering af indhold på udenlandske tech-giganters algoritmestyrede platforme, der kun i begrænset omfang håndhæver kontrollen med deres aldersbegrænsninger og brugergeneret indhold, er der brug for de solide og ansvarlige alternativer. Den nye strategi for støtte til indhold målrettet børn og unge skal bidrage til at styrke og fremtidssikre de nye generationers interesse for dansk kvalitetsindhold, der distribueres inden for trykkes rammer.

ARBEJDSGRUPPENS POLITISKE OPDRAG

Det følger af *Filmaftale for 2024-2027: En stærk filmnation*, at der med inddragelse af brancheaktører, unge talenter og målgruppen skal udarbejdes en strategi for støtte til indhold målrettet børn og unge. Til dette formål er en arbejdsgruppe for børne- og ungestrategi nedsat. Arbejdsgruppen, der består af medlemmer udpeget af Kulturministeren, Producentforeningen, Danske Filminstruktører, TV 2 Danmark, DR og Det Danske Filminstitut, har bl.a. haft til opgave at:

- Vurdere filmlovens bestemmelse om støtte til børn og unge, herunder niveauet for tv-stationernes engagement i børne- og ungdomsfilm.
- Drøfte og definere, hvad der forstås ved film til børn og unge.
- Undersøge muligheden for at samle og samtænke støtte til indhold målrettet børn og unge i én fælles ordning på tværs af formater og genrer.
- Sikre, at en vis andel af produktionsstøtten allokeres til animationsindhold rettet mod børn og unge. Fsva. animationsindhold skal udviklingen af strategien og den efterfølgende indsats ske i samarbejde med det nye institut for spiludvikling.

Strategien er udarbejdet på baggrund af indsigter fra relevante undersøgelser af målgruppen samt inddragelse af bl.a. Animation Denmark, animationsproducenter, børne- og ungdomsfilmsproducenter, instruktører, talentskolerne, NIMBI - Danmarks Institut for Spiludvikling, Medierådet for Børn og Unge, biograferne og andre relevante brancheaktører. Arbejdsgruppen har formuleret en overordnet vision samt identificeret en række udfordringer og tilhørende anbefalinger for billedbåret indhold til børn og unge. Dette udgør samlet set arbejdsgruppens oplæg til en ny strategi for støtte til indhold målrettet børn og unge, der forelægges for forligskredsen bag filmaftalen.

DEFINITION AF BILLEDBÅRET INDHOLD FOR BØRN OG UNGE

Arbejdsgruppen har blandt andet fået i opdrag at definere, hvad der forstås ved film til børn og unge. DFI's linje for støtte af børne- og ungdomsindhold er i dag, at målgruppen "børn og unge" dækker op til 25 år. Den aldersmæssige definition af børn og unge har en væsentlig betydning for støttesystemet, idet de øremærkede produktionsmidler udgør 25 %, uanset hvordan målgruppen afgrænses i forhold til alder. I tillæg hertil er 30 % af midlerne i Public Service-Puljen øremærket billed- og lydindhold til børn og unge.

I forbindelse med strategien har arbejdsgruppen formuleret en definition, der ikke kun dækker film, men billedbåret indhold til børn og unge mere generelt. Ved billedbåret indhold til børn og unge er arbejdsgruppen således enige om at forstå alle film-, serie- og spilformater (korte eller lange), der arbejder med fiktions- eller dokumentariske fortællinger med intentionen om at nå børn og/eller unge i den definerede målgruppe 2-25 år. Det er indhold, der ikke er *om* eller *med* børn og unge, men *for* målgruppen, jf. boks.

BOKS 1

Definition af billedbåret indhold for børn og unge

Arbejdsgruppen anbefaler, at børn og unge defineres som aldersgruppen 2-25 år. Det skal tilsigtes, at man støtter med blik for mange forskellige typer af danske børn og unge – og ikke udelukkende mod én bestemt gruppe af børn og unge. Indholdet skal være for børn og unge, der således bør udgøre den primære målgruppe.

Som udgangspunkt forstås indhold til børn og unge som værende alle film-, serie- og spilformater (korte eller lange), der arbejder med fiktions- eller dokumentariske fortællinger med intentionen om at nå børn og/eller unge.

RAMMERNE FOR STØTTE TIL INDHOLD MÅLRETTET BØRN OG UNGE

Det statslige støttesystem i Danmark har en lang tradition for at støtte billedbåret kvalitetsindhold til netop børn og unge. Strategien tager afsæt i de nuværende rammer for støtte til indhold målrettet børn og unge, jf. boks 2.

BOKS 2

Nuværende rammer for statslig støtte til billedbåret indhold målrettet børn og unge

Den statslige støtte til produktion og lancering af nyt børne- og ungeindhold, herunder animationsindhold og lydprogrammer, tildeles i dag via Det Danske Filminstituts støtteordninger for hhv. spillefilm og kort- og dokumentarfilm, Public Service-Puljen og af de regionale filmfonde. Dertil er public service-tv-stationerne DR og TV 2 DANMARK A/S i medfør af public service-kontrakt og -tilladelse forpligtet til at engagere sig i børne- og ungeindhold.

Området er i dansk lov reguleret af filmloven, radio- og fjernsynsloven og bekendtgørelse om Public Service-Puljen. Af filmloven fremgår bl.a., at "Mindst 25 % af de midler, som afsættes til produktion af spillefilm og produktion af kort- og dokumentarfilm, skal anvendes til film for børn og unge." Det fremgår videre, at "Ved film forstås i denne lov levende billeder af enhver art uanset optagelses- og forevisningsform, herunder fotografiske film og videogrammer, bortset fra tv-udsendelser."

Af bekendtgørelse om Public Service-Puljen fremgår, at Det Danske Filminstitut kan yde tilskud til produktion og udvikling af lyd- og billedprogrammer, herunder "danskspregnede public service-programmer, der er målrettet børn og unge". Det fremgår endvidere, at mindst 30 % af puljens samlede midler skal anvendes til programmer for børn og unge. Tilskud kan ydes til tv-stationer, streamingtjenester, uafhængige producenter og udbydere af lydprogrammer. Der kan ikke ydes tilskud til programmer produceret til DR, de regionale TV 2-virksomheder og ikke-kommercielle lokale radio- og tv-stationer.

Der ydes desuden statslig støtte til digitale spil, bl.a. målrettet børn og unge, via Spilordningen, der administreres af Nimbi GameLab – Danmarks Institut for Spiludvikling. Instituttet har til formål at fremme udviklingen af danske digitale spil, særligt med fokus på de kunstneriske og kulturelle kvaliteter, og understøtte bedre rammevilkår for den danske spilbranche.

VISION FOR FREMTIDENS BØRNE- OG UNGEINDHOLD

Arbejdsgruppen vurderer, at der på tværs af de offentligt støttede institutioner og støttesystemet (DFI, DR, TV 2, de regionale filmfonde etc.) har manglet en fælles og ambitiøs retning for, hvilket indhold der fremadrettet skal møde børn og unge i Danmark. På den baggrund har arbejdsgruppen formuleret en vision for fremtidens børne- og ungeindhold, jf. boks 3.

BOKS 3

Vision for fremtidens børne- og ungeindhold 2025-2030

Arbejdsgruppens vision er, at alle danske børn og unge (2-25 år) i 2030 skal mødes af dansk, relevant og ambitiøst kvalitetsindhold, der inspirerer, underholder og udfordrer med gennemslagskraft i målgruppen. Et kreativt indhold, der anerkender børn og unges perspektiv, erfaringer, følelser, tanker - og ikke mindst deres medieadfærd på tværs af distributionsplatforme, genrer og medietyper.

Det er indhold og fortællinger, der samlet og på tværs af formater bl.a.:

- Styrker og udvikler børn og unges selvforståelse, udsyn og oplevelse af at høre til – i sig selv, i deres nære fællesskaber, i Danmark og i verden.
- Styrker såvel fysiske som digitale fællesskaber (f.eks. biografen, streaming, skolerne og andre platforme).
- Udvikles i ét eller flere formater og til distributionsplatforme, der bygger den stærkeste bro mellem kreativ intention, fortælling og børn og unge som publikum.
- Styrker en inspirerende dansk film- og seriekultur for børn og unge, som giver dem en stemme og reflekterer den mangfoldige virkelighed, der præger deres livsverden.

BEHOV FOR FORPLIGTENDE SAMARBEJDER

En forudsætning for at realisere visionen er ifølge arbejdsgruppen, at branchens aktører indgår forpligtende samarbejder på børne- og ungeområdet, der kan understøtte den fælles udvikling og betydning af dansk film- og seriekultur samt institutionernes public service-forpligtelse. Arbejdsgruppen anbefaler, at DR, TV 2 og DFI som led i strategien går foran i et forpligtende samarbejde inden for nedenstående områder.

Der er særligt – men ikke udelukkende – med tanke på de større børn og teenagere (8-15 år), som alle aktører oplever udfordringer med at nå i tilstrækkelig grad. DR, TV 2 og DFI vil evaluere det forpligtende samarbejde i en samlet statusrapport ét år efter, at der foreligger en fælles handlingsplan. Arbejdsgruppen foreslår, at man også inviterer de regionale filmfonde og NIMBI – Danmarks Institut for Spiludvikling med i samarbejdet, når det er relevant - særligt fordi disse offentlige institutioner også er forpligtet til at engagere sig økonomisk i produktion af børne- og ungeindhold. I andre sammenhænge kan Medierådet for Børn og Unge udgøre en oplagt samarbejdspartner.

➤ Viden og Data:

DR, TV 2 og DFI skal samarbejde omkring udveksling af viden og indsigter om målgruppen. Et fælles, stærkt vidensgrundlag er en grundforudsætning for at lykkes med at nå målgruppen.

➤ Finansiering af B&U-indhold:

Der er særlige finansieringsudfordringer relateret til indhold målrettet børne- og ungemålgruppen. Endvidere er det særligt svært at ramme de større børn og teenagere med dansk indhold. DR, TV 2 og DFI vil afsøge nye muligheder for forsøgsvist samarbejde omkring finansiering og distribution af fyrtårnsprojekter målrettet de større børn og teenagere. Der kan endvidere laves opsøgende og engagerende initiativer fra DFI målrettet denne undergruppe. Dette kan understøttes af ekstraordinær lanceringsstøtte.

➤ **Talentudvikling:**

Talenter og talentudvikling skal tænkes ind, og det skal være attraktivt og udfordrende for talentet at arbejde med indhold til målgruppen. Dette arbejde kan understøttes af fælles indsatser, f.eks. konferencedage med fokus på indhold til målgruppen, hvor talenter fra filmskoler inviteres til at deltage. Det kunne også tage form af elev- og mentorordninger eller talentprogrammer, hvor DR, TV2 og DFI i overgangene mellem filmskolerne og støtte-systemet/tv-stationer kan lave forløb med fokus på udvikling af indhold til børne- og ungeområdet. 'Åben årgang' og 'Serieskolen' kunne videreudvikles eller være inspiration for nye initiativer.

➤ **Distributionsinitiativer:**

Distributionen og lanceringen af indhold til målgruppen skal i høj grad prioriteres, hvis visionen frem mod 2030 skal indfries. DR, TV 2 og DFI vil afsøge nye muligheder for styrkelse af distributionen af dansk børne- og ungeindhold samt undersøge nye scenarier for fælles publikumsudviklende distributionsinitiativer ud fra eksisterende viden.

➤ **Fælles outreach og partnerskaber:**

Udfordringerne for børne- og ungemålgruppen rækker ud over produktionen og distributionen af indhold. DR, TV 2 og DFI kan samarbejde om at indgå partnerskaber med andre aktører, der har indsigt i og kan nå målgruppen.

UDFORDRINGSBILLEDE OG ANBEFALINGER

Arbejdsgruppen har beskrevet et udfordringsbillede og fremsat en række tilhørende anbefalinger under følgende temaer:

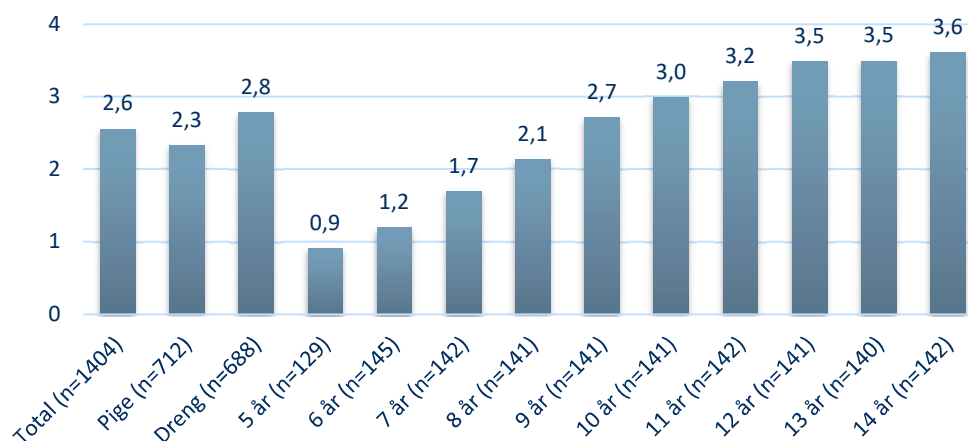
1. Børn og unges medieforbrug er massivt og under forandring
 - 1.1 Et nyt univers af platforme og formater
 - 1.2 Vaner og præferencer har særlige alderstræk
2. Der er særlige finansieringsudfordringer for børne- og ungeindhold
3. Støttesystemet mangler fleksibilitet og fornyelse
4. DR og TV 2's engagement skal styrke B&U-indhold
5. Digitale spil har fået en central plads i børn og unges medieforbrug
6. Biografvinduet er under pres, men har potentiale
7. Talent- og brancheudvikling skal styrkes – fra vækstmiljø til professionel

1. BØRN OG UNGES MEDIEFORBRUG ER MASSIVT OG UNDER FORANDRING

Arbejdsgruppens mener, at en ny strategi er nødt til at tage afsæt i, at børn og unges medieforbrug har ændret sig markant i de seneste år. Det ændrede medieforbrug skyldes især, at nye teknologiske og digitale udviklinger til stadighed udvider mulighedsrummet for hvor, hvornår og hvordan målgruppen kan opleve billedbårne fortællinger. På samme måde er adgangen til globalt indhold og brugergenererede videoer kraftigt forøget, og kuraterede, danske billedbårne fortællinger udgør nu en langt mindre del af det tilgængelige udbud af dedikeret indhold end tidligere.

For de fleste børn og unge er billedbåret indhold på skærm en fast del hverdagen. Det fremgår af DFI's data (figur 1), at børn og unge i gennemsnit har 2,6 skærme, som de selv anser som værende deres 'egne'. I takt med alderen bruges skærmene i højere grad dagligt.

FIGUR 1 ANTAL "EGNE SKÆRME" BLANDT BØRN OG UNGE SET I FORHOLD TIL ALDER
GNS. ANTAL SKÆRME



Kilde: DFI

Børn og unge ser i høj grad indhold på sociale medieplatforme og videodelingstjenester. Knap halvdelen af alle børn (48 %) debuterer på digitale medieplatforme som Snapchat, Instagram og TikTok, før de er fyldt 10 år¹. DFI kan berette, at brugen af sociale medier og videodelingstjenester stiger markant fra 11 år (benytter i gennemsnit 2,4 sociale medier ugentligt) til 12 år (benytter i gennemsnit 3,4 sociale medier ugentligt), men kulminerer hos de ældste, hvor f.eks. en 14-årig i gennemsnit anvender 4,7 sociale medier ugentligt. På sociale medier ser børnene i høj grad korte, ofte brugergenererede videoklip. YouTube indtager den altdominerende ankerposition ugentligt for børn mellem 5-12 år, mens Snapchat og TikTok især vækster mellem 9-13 år.

De sociale medieplatforme og videodelingstjenester er således afgørende for at nå de ældre børn. Det er omvendt værd at bemærke, at man skal være 13 år for at have en profil på de fleste sociale medier, herunder Instagram, TikTok og Snapchat, selvom tjenesternes håndhævelse af deres aldersgrænser ofte ikke er effektiv. Mulighederne for at beskytte de yngre børn mod f.eks. skadeligt eller ikke-aldersvarende indhold er mere begrænsede på de sociale medier sammenlignet med de traditionelle medier, der er underlagt redaktionelt ansvar. Man har i Danmark etableret et system for aldersmærkning af biografilm og tv-programmer, der er vejledende for, hvilken aldersgruppe indholdet henvender sig til. Dette er ikke tilfældet på de sociale medier og videodelingstjenester, der typisk er formidlere af brugergeneret indhold.

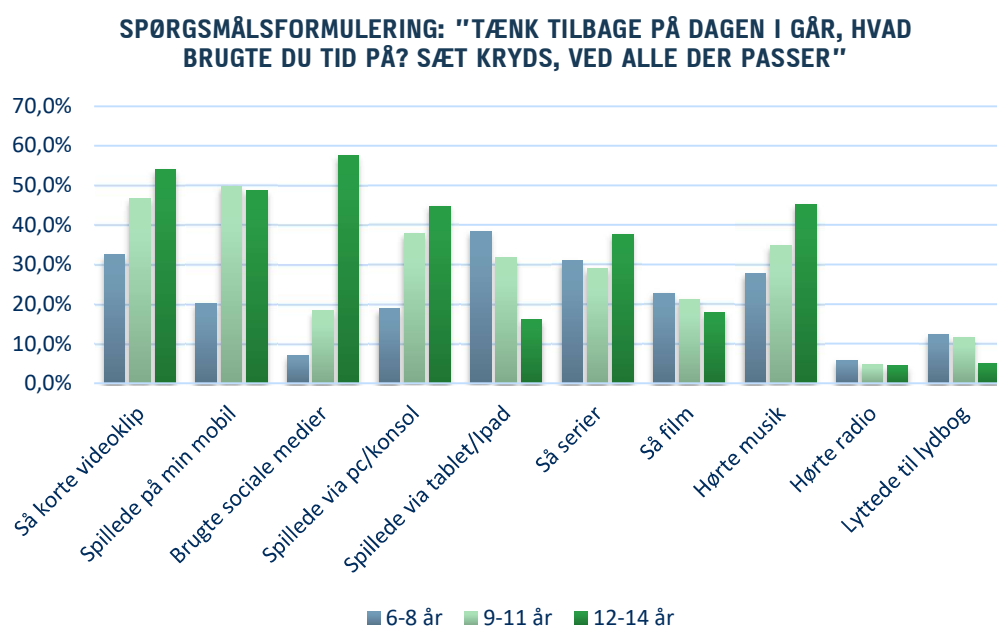
¹ Kilde: Børns Vilkår, 2024: Børns liv med sociale medier

Arbejdsgruppen anerkender dilemmaerne, der knytter sig til at levere indhold til børn og unge gennem de populære sociale medieplatforme og videodelingstjenester. Støtte til indhold målrettet børn og unge bør undgå at styrke den i forvejen stærke afhængighed af algoritmestyrede tjenester, men må omvendt ikke være blind for, at en væsentlig andel af børn og unges medieforbrug udspiller sig på netop disse platforme. Tjenester som TikTok og Youtube kan være vigtige synlighedskanaler til at tiltrække målgruppens opmærksomhed gennem lancering og markedsføring. Hvis anvendelsesformålet derimod er ren distribution, så mener arbejdsgruppen, at tjenesterne normalt ikke bør være den eneste eller primære distributionsplatform for dansk kvalitetsindhold.

1.1 ET NYT UNIVERS AF PLATFORME OG FORMATER

Det er ikke kun mængden af skærme og billedbåret indhold, der har forandret sig, men også måden, hvorpå børn og unge forbruger indholdet. DFI's data viser, at den klassiske spillefilm stadig er udbredt i målgruppen, og ca. halvdelen af alle børn og unge ser film ugentligt. Men børn og unge forbruger i dag et bredt spænd af medier, der foruden spillefilmen inkluderer sociale medier, spil, musik og streaming af serier. Deres daglige medieforbrug er således sammensat af mange forskellige aktiviteter, platforme og formater, jf. figur 2.

FIGUR 2 MEDIEFORBRUGET BLANDT BØRN OG UNGE



Kilde: DR Analyse, maj 2024

Zoomer man ind på børn og unges medieforbrug, viser kvalitative undersøgelser fra DFI, at målgruppen i høj grad søger fortællinger, der indgår i større universer. Fra et publikumsperspektiv kan der ofte være fordele i at tænke børne- og ungeindhold større end det enkelte format, da man herigennem kan understøtte engagement, synlighed og appel i en lanceringsmæssig sammenhæng. Udvikling af film, spil, serier og lydprogrammer etc. kan eksempelvis ske inden for eksisterende universer med indbygget kreativ kerne og/eller følgeskab, eller man kan tænke i at udvikle helt nye danske universer, hvor fortællingen bevæger sig på tværs af formater,

fortælleudtryk, kunstarter og distributionskanaler. Universer, som breder sig ud på flere formater og platforme, rummer muligheder, der spiller godt sammen med børn og unges sammensatte medieforbrug, og flere produkttyper og formater styrker hinanden gensidigt i forhold til udbredelse.

DFI har i perioden 2019-2024 støttet i alt 16 spillefilm for børn i alderen 5-14 år. 14 af disse spillefilm bygger på eksisterende IP'er. Alle film på top ti over bedst sælgende danske børne- og familiefilm i biografen er enten fortsættelser/genaktivering af filmuniverser eller filmatiseringer af populære bøger, jf. tabel 1.

TABEL 1
De bedste sælgende danske børne-/familiefilm for 5-14 år (2019-2024)

Titel	Premiereår	Biografbilletter	Bemærkning
Ternet Ninja 2	2021	911.336	Univers (IP, talent følgeskab, bøger og filmserie)
Far til fire og vikingerne	2020	301.435	Univers (IP og filmserie)
Børnene fra Sølvgade	2024	189.643	Univers (Bogforlæg)
Mugge & vejfesten	2019	170.003	Univers (IP, talent følgeskab, bogforlæg – senere blevet til filmserie)
Mugge og hans mærkelige hjerne	2022	159.508	Univers (IP, filmserie, YouTube-serie, talent følgeskab, bøger)
Krummerne – det er svært at være 11 år	2022	107.956	Univers (Genaktivering af IP og filmserie)
Julemandens datter 3	2022	103.660	Univers (Original filmserie og sæson)
Blokhavn	2020	93.277	Univers (Talent følgeskab, YouTube community, bruger-genereret indhold – Blokhavn er både en film og en serie)
Familien jul og nissehotellet	2021	91.696	Univers (Filmserie og sæson)
Julemandens datter 2: Jagten på Kong Vinters krystal	2020	80.768	Univers (Filmserie og sæson)

Data fra DFI tegner samme billede, når der i tabel 2 ses nærmere på, hvilke dedikerede biograffilm til unge, der mønstrer den største andel af 15-25-årige. Her er der imidlertid en massiv overvægt af udenlandske titler, filmatiseringer af bøger, indbygget følgeskab fra BookTok-universet på TikTok (online fællesskab omkring bøger og litteratur) eller et hovedcast, som unge kender fra deres yndlingsserier på internationale streamingserier.

Arbejdsgruppen mener dog ikke, at universer, der breder sig ud på flere formater og produkttyper, er vigtigere end enkeltstående og originale værker, da det ene er forudsætningen for det andet. Men arbejdsgruppen er enige i, at støttesystemet f.eks. skal kunne understøtte og udnytte, når et støttet projekt, uanset om det bygger på en eksisterende IP eller er et nyt originalt værk, har potentiale til at udfolde sig i flere formater og forskellige platforme.

TABEL 2**Biograffilm med den højeste billetandel i 15-25 år (2019-2024)**

Titel	Andel	Billetsalg i alt
After 2: After We Collided	80%	137.795
Smuk	79%	99.561
Kontra	77%	64.623
After Ever Happy	75%	79.234
After	72%	85.907
After 3: After We Fell	68%	100.178
Anyone But You	67%	116.782
Mean Girls	66%	25.110
After Everything	66%	66.841
Blokhavn	64%	97.197

Kilde: Filminstituttet (DFI Profilbasen, FAFID)

1.2 VANER OG PRÆFERENCER HAR SÆRLIGE ALDERSTRÆK

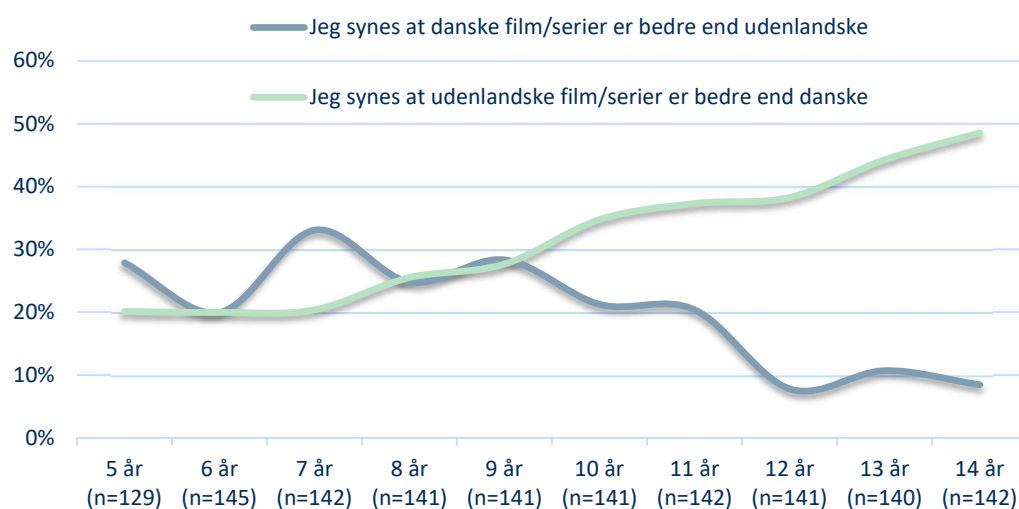
Selvom børn og unge har mange ligheder i deres medieforbrug, er der også tale om en sammensat, bred og kompleks målgruppe, hvis vaner og præferencer har særlige alderstræk. DFI's kvalitative studie 'Tæt på børn og unge' (Will & Agency 2023) fremhæver eksempelvis, at de yngste primært er på jagt efter grin, sjov og inspiration, mens ældre børn og unge begynder at interessere sig for indhold, hvor temaer såvel som karakterer smager "voksent". Forskellen i de yngste og ældstes medieforbrug medvirker til et flertydigt og nuanceret udfordringsbillede. F.eks. konstaterer DR, at de dedikerede public service-programmer har relativt godt fat i børnene, men i mindre grad de unge. TV2 har i deres strategi fokus på samsning mellem børn, familier og forældre, men er ikke forpligtiget på dedikeret børne- og ungeindhold.

For de yngste børn (2-7 år) spiller public service-indhold og særligt DR's indhold en nøglerolle i hverdagens mediebrug. Forældre har en væsentlig kurateringsrolle, og der bliver 'opdraget' ved hjælp af det, som de yngste får lov at se. Men tidligt indtræffer der forhandling mellem forældre og børn ift. både skærmtid, og hvilket indhold som børnene må se, ifølge DFI's kvalitative studie 'Småbørnsfamilier, skærm og biografoplevelsen' (Maple 2023). Dansk kvalitetsindhold har således relativt godt fat i de yngste børn derhjemme, og styrkepositionen bør fastholdes. Det er også i den ældste del af denne aldersgruppe, at film- og biografdannelsen senest bør introduceres.

I forhold til mellemgruppen af børn (8-14 år) er der relativt store udfordringer med at fastholde deres interesse for lokalt dansk indhold. Streaming af public service-indhold spiller en mindre rolle for de ældre børn og unge, der har egne skærme. Mellemgruppens medieforbrug flytter sig til bl.a. sociale medier, spil og udenlandsk indhold og globale streamingtjenester, der opererer ud fra rene markedsvilkår. Mellemgruppens interesse er ofte indhold, der først og fremmest er

underholdende, selvom de fortsat også sætter pris på dansk indhold, der er relaterbart og emotionelt spejler deres virkelighed. Men konkurrencen fra udenlandsk indhold er her massiv, og deres opfattelse af kvalitet formes i høj grad af dette forbrug. Figur 3 illustrerer, hvordan forståelsen af dansk indhold ændrer sig i takt med alderen, så flere begynder at opleve udenlandske film og serier som bedre end danske. Skiftet sker ved mellemgruppen af børn. F.eks. oplever 35 % af de 10-årige, at udenlandske film og serier er ”bedre” end danske film og serier, mens ”kun” 21 % af de 10-årige synes det omvendte. Set fra de offentlige finansieringsinstitutioner og public service-mediernes perspektiv, mister man i høj grad det direkte forhold til målgruppen, når de rammer mellemgruppen.

FIGUR 3 DE 5-14-ÅRIGES FORFØRSTÅELSE AF DANSKE OG UDENLANDSKE FILM OG SERIER (2024)



Kilde: DFI

På streamingtjenesterne er der ikke den samme opmærksomhed på aldersbegrænsning som i biografen. Børn ser sammenlignet med tidligere langt mere indhold, der ikke er beregnet for dem. DFI's data viser, at børn opsøger og ser indhold, som de oplever som grænseoverskridende. Netflix-serien Squid Games er f.eks. set af 25 % af de 7-14-årige, selvom seriens indhold er for voksne seere.

I forhold til de unge (15-25 år) er deres adgang til udenlandsk ungeindhold og indhold, der er tiltænkt voksne, eksploderet. Arbejdsgruppen ser en udfordring i, at de unge kun i meget lille grad forbruger danskproduceret indhold, der præsenterer dem for danske perspektiver på ungdommen og den mangfoldige virkelighed. De unge udgør en væsentlig gruppe at engagere i dedikeret dansk kvalitetsindhold, fordi de er bærere af ”tidsånden” i samfundet. Kvalitetsindhold fortalt fra de unges synsvinkel skal bidrage til en danskbaseret referenceramme, der understøtter sammenhængskraft, medborgerskab og en fælles værdiforståelse. Inden for genrefilm kan det imidlertid være udfordrende at definere dedikeret ungdomsindhold, fordi indholdet tit deler væsentlige lighedstræk med genreindhold til voksne. Dette kan tale for, at der er brug for at anlægge en bredere fortolkning af, hvad der forstås ved især dedikeret genredrevet ungdomsindhold.

Samlet set anbefaler arbejdsgruppen, at strategien for støtte til indhold målrettet børn og unge skal tage højde for målgruppens mediebrug i relation til alder og andre relevante karakteristika, hvis det danske kvalitetsindhold skal nå bredt ud. Støttet indhold til børn og unge skal respektere og anerkende børn og unges forventninger, interesser og adfærd. Dansk kvalitetsindhold skal være underholdende, relevant og appellerende for børn og unge i deres egen kontekst, så målgruppen ikke udelukkende og i stigende grad retter sig mod udenlandsk indhold og internationale streamingtjenester.

ANBEFALINGER VEDR. BØRN OG UNGES MEDIEFORBRUG

- **Distribution af dansk kvalitetsindhold til børn og unge skal ske i trygge rammer, men i kombination med større synlighed:** Distribution til børn og unge skal først og fremmest ske på etisk ansvarlige og udbredte platforme. Forskellige børne- og ungemålgrupper skal til enhver tid trygt kunne vælge dansk kvalitetsindhold i biografen, på tv og på diverse streamingplatforme, hvor målgruppen er beskyttet mod skadeligt og ikke-alderssvarende indhold. Et konkret tiltag kan f.eks. være, at børn og unge bliver mødt af dansk indhold i topfeeden, når de logger på Minisjang, Ramasjang, Ultra og Oiii. Synlighed på f.eks. YouTube eller TikTok kan i særlige tilfælde være hensigtsmæssig for at understøtte lancering og markedsføringen af dansk kvalitetsindhold, men bør normalt ikke være eneste eller primære distributionskanal.
- **Solid støtte til promovering, lancering og publikumsudvikling skal skærpe de unges interesse for dansk kvalitetsindhold:** Støttet indhold til unge skal kunne opnå en solid lancerings- og distributionsstøtte, der sikrer tilstrækkelig synlighed, opmærksomhed og potentialeudnyttelse. Lancerings- og distributionsstøtten skal også muliggøre publikumsudviklende initiativer, der gennem pilotprojekter og læringseksperimenter kan udvikle markedet og filmenes promovering over for børn og unge, så området løbende udvikler sig i takt med børn og unges medieadfærd og kontekst. Tilstedeværelsen på de populære sociale medieplatforme og videodelingstjenester kan i forhold til de unge skærpe interessen for dansk kvalitetsindhold via f.eks. kampagner, der kan trække de unge i biografen eller over på public service-platformene.
- **Udfordringerne er ikke unikke for Danmark, og Europa skal forene sig om produktion og distribution af indhold, der fortæller børn og unge om vores demokrati og fælles værdier:** Arbejdsgruppen erfarer, at problemstillingen med, at børn og unge med alderen mister interessen for nationalt produceret kvalitetsindhold, langt fra er unik for Danmark. Europa bør i fællesskab sætte fokus på, at europæiske børn og unge ser medieindhold, der gør dem klogere på, hvilken fælles kultur vi er formet af.
- **Branchens aktører skal i højere grad forpligtige sig til at dele og aktivere indsigter om målgruppens adfærd, motiver og behov:** Det forpligtende samarbejde mellem DR, TV 2 og DFI skal bl.a. bane vej for en større data- og vidensdeling i branchen samt på tværs af public service-institutioner, de regionale filmfonde og indholdsproducenter. Børn og unge er en notorisk svær målgruppe at nå og fastholde. Bedre deling af data og indsigter fra f.eks. publikumsresearch og publikumsudvikling skal understøtte, at branchen producerer, distribuerer og lancerer på en måde, der imødekommer udviklingen i børn

og unges medieforbrug, så målgruppen også fremtidigt finder dansk kvalitetsindhold relevant, berigende og underholdende. Data- og vidensdelingen kan f.eks. få organisatorisk forankring i DFI.

- **Uddannelsessystemet skal understøtte børn og unges lyst til at se dansk kvalitetsindhold:** Med blik for deres udsyn, afsæt og interesser bør alle danske børn introduceres til medieforståelse, da uddannelsessystemet er en stor og oplagt distributionskanal til at ramme målgruppen. Dette kan bl.a. ske gennem etablering og styrkelse af tiltag såsom DFI's landsdækkende skolebioordning "Med Skolen I Biografen" og ordningen "Med ungdomsuddannelsen i biografen". Konkret kan man også se nærmere på initiativer, der understøtter uddannelsesinstitutionernes undervisning i film og medier f.eks. med inspiration fra British Film Institute eller det franske "Ecole au Cinema".
- **Forældrenes kurateringsrolle skal understøttes i forhold til særligt de yngste børn:** Forældre er mest involverede i deres børns medieforbrug og indholdsvalg, inden børnene starter i skole. Det er fsva. de yngste børns medieforbrug afgørende at understøtte forældres ønske om kvalitet og standarder gennem blandt andet overblik, vejledning og indsigt i forskellige typer af indhold målrettet børn og unge. Dette arbejde kan forankres i Medierådet for Børn og Unge. Arbejdsgruppen ser gerne, at formidlingen af vejledninger og indsigt har fokus på alle grupper af forældre.
- **De største udfordringer ses i relation til mellemgruppen (8-14 år), hvilket kalder på en kollektiv og koordineret brancheindsats:** Public service-indhold såvel som de statsstøttede film og serier står svagest blandt børn og unge i alderen 8-14 år, hvorfor branchen bør forpligtige sig til en kollektiv og koordineret indsats, der kan styrke og nytænke børne- og ungeområdet markant for denne aldersgruppe. Arbejdsgruppen forslår, at branchens aktører, herunder DFI og tv-stationerne, går sammen om at prioritere mellemgruppen. Øvrige aktører som f.eks. de regionale filmfonde og NIMBI – Danmarks Institut for Spiludvikling inviteres til at deltage i samarbejdet.

2. DER ER SÆRLIGE FINANSIERINGSUDFORDRINGER FOR BØRNE- OG UNGEINDHOLD

Der er særlige finansieringsudfordringer for produktionen af film og serier til børn og unge, som især knytter sig til indholdets kommercielle potentiale. Både indtægts- og publikumstallene for film til børn og unge er generelt lavere end for voksne, hvilket gør det mindre kommercielt attraktivt at producere film og serier målrettet de yngre målgrupper. Dette kan resultere i, at den risikovillige private investering bliver mindre.

Data fra Danmarks Statistik viser, at danske premierefilm til børn, unge og familier i gennemsnit havde indtægter på 11,5 mio. kr. pr. film² i perioden 2010-2021, hvorimod indtjeningen for film til voksne i gennemsnit var på 15,4 mio. pr. film. Den

² Indtægtsdata mangler for en film i 2016 og 2019, fire film i 2020 og tre film i 2021. Det bemærkes desuden, at perioden 2010-2021 inkluderer premieren på Ternet Ninja 1 og 2 (2018 og 2021), der har haft ekstraordinære høje indtægter ift. gennemsnittet for børne- og ungdomsfilm. Kilde: Danmarks Statistik, FILM-IND1: Indtægter til danske spillefilm efter indtægsttype, målgruppe og nøgletal.

største indtægtskilde for danske spillefilm var i samme periode biograferne. Det er derfor ikke uvæsentligt, at biografernes gennemsnitlige billetsalg til danske spillefilm er faldet markant over de seneste 5 år. Dette gælder også for de danske børne- og ungdomsfilm. DFI's data viser, at den danske markedsandel af biografmarkedet for børne- og ungdomsfilm var i gennemsnit 28 % i perioden 2015-2019, men er faldet til 18 % i 2020-2024. Gennemsnittet blev trukket gevaldigt ned i 2023, hvor den danske markedsandel var på blot 4 %. Den indtjening, der tidligere har været på børne- og ungdomsfilm, er faldet, hvilket gør det til en større risici for producenterne at producere projekter til denne målgruppe.

Samtidig er det sværere for dansk børne- og ungeindhold at indhente international medfinansiering, der udgør en væsentlig del af finansieringen (30-50 %) på mange voksentitler. DFI beretter, at i de seneste 5 år har 15 danske børne- og ungdomsfilm opnået international medfinansiering (opgjort på tidspunkt for tilsagn om støtte), og Nordisk Film & TV Fond og nordiske aktører (TV, MG og Filminstitutter) udgør langt størstedelen af medfinansieringen.

Ikke nok med, at de danske produktioner til børn og unge i gennemsnit sælger færre biografbilletter end tidligere, så er selve antallet af premierefilm også faldende. Ifølge DFI var der i perioden 2010-2014 i gennemsnit årligt 8,6 danske biograf-film til børn og unge, men dette tal faldt til 7,4 i gennemsnit i 2015-2019 og faldt endnu mere massivt i perioden 2020-2024 med kun 4 årlige biografpremierer i gennemsnit. Antallet af danske biograf-film til børn og unge er således halveret på 10 år.

Generelt oplever arbejdsgruppen, at der er få købere til børne- og ungeindhold, hvormed tv-stationernes engagement i børne- og ungdomsfilm får en central betydning for, at der er en stabil produktion af børne- og ungeindhold. Dette gælder i særlig høj grad dokumentarindhold.

ANBEFALINGER VEDR. FINANSIERING AF INDHOLD TIL BØRN OG UNGE

- **Mulighed for højere støtteprocenter til børne- og ungeprojekter:** Arbejdsgruppen anbefaler, at DFI indstiller sig på, at støtteprocenterne til børne- og ungeprojekter skal kunne være højere end i dag. Omkostningerne til produktion af børne- og ungdomsindhold er ikke nødvendigvis lavere end til projekter målrettet voksne. Det foreslås konkret, at både produktions- og lanceringsstøtten til børne- og ungeprojekter i særlige tilfælde kan være op til 80 %, men dette skal dog ses i sammenhæng med den samlede mulige offentlige støtte.

3. STØTTESYSTEMET MANGLER FLEKSIBILITET OG FORNYELSE TIL AT UNDERSTØTTE SYNERGIER OG VIDENDELING

Til trods for, at målgruppen i stigende grad ser nye formater på nye og forskellige platforme, så er der gennem årene ikke sket en væsentlig ændring i, hvilket børne- og ungeindhold der kan få tildelt offentlig støtte. De støttede formater til børn og unge er i overvejende grad de samme som for 25 år siden.

DFI har i øjeblikket fem indgange for støtte målrettet indhold til børn og unge, da støttesystemet er opdelt i formater og genrer (fiktion og dokumentar), jf. boks 4. Det betyder i praksis, at et og samme projekt kan falde ind under eller have berøring med flere ordninger. F.eks. kan et B&U-projekt opnå støtte fra én ordning, hvis der er tale om en film på konsulentordningen, men en anden ordning, når det gælder en film med forventet stort publikum. Hvis projektet har format af en serie, er indgangen en tredje, og der skal til public service-serier eller –podcasts anvendes en helt fjerde. Især på børne- og ungeområdet støttes debutantfilm på næsten alle ordninger, men ellers er talentordning (New Danish Screen) en femte mulighed. Projekterne og de potentielle universer risikerer at 'hoppe' rundt mellem de forskellige ordninger, der har hver deres specifikke beslutningstagere, støttekriterier og målsætninger, hvormed målgruppen ikke er centrum for projekternes møde med DFI. Arbejdsgruppen ser potentiale i at forenkle og forny selve indgangen til støtte for støtteansøgerne, om end man ønsker at bevare en mangfoldighed af beslutningsformer (konsulenter og branchesammensatte redaktioner) inden for det samlede børne- og ungeområde.

Desuden vurderer arbejdsgruppen, at den nuværende indretning af støttesystemet er for ufleksibel til at imødekomme de markante forandringer i børn og unges medieforbrug. De øremærkede midler er i for høj grad bundet op på bestemte formater, platforme, støtteordninger, og der er behov for større fleksibilitet, mulighedsrum og samarbejde på tværs, hvis støttesystemet skal invitere til innovation og udvikling.

BOKS 4

DFI's nuværende rammer for støtte til børne- og ungeindhold

DFI har i dag fem indgange til støtte til indhold målrettet børn og unge:

- Konsulentordningen (fiktion)
- Konsulentordningen (kort & dokumentar)
- Markedsordningen
- New Danish Screen
- Public Service-Puljen

Dette betyder i praksis, at der er 15 beslutningstagere på børne- og ungeområdet. Hver af de fem ordninger har desuden egne støttevilkår og supporteres af forskellige teams. I tillæg findes Lanceringsordningen, der støtter lancering, distribution og publikumsudvikling af dansk børne- og ungeindhold.

Som led i strategiarbejdet har arbejdsgruppen drøftet mulighederne for at samle støtten til børn og unge i én pulje. Dette vurderes at kunne skabe en større fleksibilitet, mulighed for at tænke på tværs af formater og potentielt bidrage til at løse nogle af de finansieringsudfordringer, der i dag er forbundet med projekter til børn og unge. Det skal i højere grad være muligt at støtte, udvikle og evaluere indsigt-baseret på tværs af formater, platforme og projekter. Støttesystemet skal f.eks. kunne imødekomme, hvis et større projekter baseret på en original idé har potenti-ale til at udkomme i flere formater på forskellige platforme.

Arbejdsgruppen anbefaler således at samle ressourcerne, dvs. samle den øremærkede støtte til børne- og ungeindhold på 25 % af filmstøtten og 30 % af Public Service-Puljen, i én ordning. En samlet B&U-ordning skal bidrage til, at de statslige

midler, der er øremærket til børn og unge, finder bedst mulig anvendelse og udnyttelse. DFI kan allerede nu omorganisere sig og etablere et dedikeret B&U-center, der organisatorisk understøtter samlingen af støtteordningerne ved bl.a. at styrke tværgående dialog mellem interne fagpersoner og eksternt med branchen. B&U-centeret skal også styrke dialogen med de regionale filmfonde, der ligesom DFI er forpligtet til at anvende minimum 25 % af deres statslige filmstøtte til film målrettet børn og unge. Arbejdsgruppen ser stort potentiale i denne sammenlægning af viden og økonomi. Men selvom anbefalingen går på én indgang til støtte til børne- og ungeprojekter, bør B&U-centeret fastholde støttesystemets forskellige beslutningsformer, så støtten fortsat uddeles af både konsulenter og branchesammensatte redaktioner. Dette skal sikre, at projekter har flere chancer for at blive opdaget og realiseret.

Den samlede B&U-ordning skal stadig levere på Filmaftalens faste mål om antal film, udbredelse mv. DFI vil fortsat være forpligtet i forhold til at støtte biograffilmen og en stærk biografkultur. Den fleksible og fornyede ordning skal have et skærpet blik for mulighedsrummet af nye formater og platforme, men i lige så høj grad revitalisere de mere traditionelle formater som f.eks. biograffilmen, så dette indhold får endnu bedre fat i børn og unge. Den samlede B&U-ordning skal sende et signal i branchen om, at indhold til børn og unge har en særskilt kulturel og dannelsesmæssig betydning for danskerne.

Selvom det er arbejdsgruppens ambition at samle og sammentænke filmstøtten og støtten fra Public Service-Puljen i én fælles ordning, så noterer medlemmerne sig samtidig, at det vil kræve politiske forhandlinger og lovændringer at ophæve skellet mellem filmstøtteordningerne og Public Service-Puljen, da området er forligsbelagt og har lovhjemmel i både filmloven og radio- og fjernsynsloven. Som et første skridt anbefaler arbejdsgruppen derfor, at man samler de øvrige filmstøtteordninger, og at der etableres et B&U-center i DFI, hvilket vil kunne ske inden for de nuværende rammer.

ANBEFALINGER VEDR. STØTTESYSTEMET

- **Førsteprioriteten er én fælles indgang til B&U-støtte på tværs af formater og genrer mhp. at få et samlet blik på både serielle formater og film:** Arbejdsgruppen anbefaler at samle den øremærkede støtte på børne- og ungeområdet i én ordning med målrettede støttekriterier, der således vil indeholde midlerne fra de fire filmstøtteordninger og fem indgange (konsulentordningen (fiktion), konsulentordningen (kort & dokumentar), Markedsordningen, New Danish Screen) og Public Service-Puljen). Dette skal give mulighed for en mere fleksibel anvendelse af de øremærkede midler på tværs af formater og genrer, ligesom det vil afhjælpe, at der under de nuværende rammer kan være afløbsproblemer ift. de 30 % dedikerede B&U-midler i Public Service-Puljen. DFI skal stadig både støtte med top- og bundfinansiering og indtænke talentudvikling, men sammenlægningen skal styrke autonomien, et samlet fokus og risikovilligheden på børne- og ungeområdet.

- **For at udnytte momentum kan første skridt være en sammenlægning af de fire filmstøtteordninger og styrket organisatorisk understøttelse af B&U-området allerede i 2025:** Idet arbejdsgruppen anerkender, at sammenlægning af alle ordninger, herunder Public Service-Puljen, forudsætter politiske forhandlinger og lovændringer med en vis procestid, anbefales det, at DFI i 2025 samler de fire filmstøtteordninger, da dette allerede er muligt inden for de nuværende rammer. Det anbefales endvidere, at DFI organisatorisk styrker B&U-området ved at placere de fageksperter, der arbejder dedikeret med indhold til børn og unge, ét sted i huset.
- **Støttesystemet og B&U-centeret skal være centrum for et branchemiljø for børne- og ungeindhold:** Støttesystemets indretning og B&U-centeret skal skabe rammerne for brancheudveksling- og udvikling samt etablering af et branchemiljø for børne- og ungeområdet i samarbejde med brancheaktører, uddannelsesinstitutioner (f.eks. Filmværksteder, Filmskolen, skoleområdet) og tv-stationerne. Målet er at understøtte tværgående vidensdeling, målgruppeindsigter og faglighed, arbejdet med både talenter og etablerede filmskabere, finansiering, formidling til skoler, gymnasier mv.
- **B&U-centeret skal have øje for animationsindholdets særegenhed og udvikling, men arbejdsgruppen anbefaler ikke en øremærket allokering til genren:** Arbejdsgruppen anbefaler ikke, at støttesystemet allokerer en fast øremærket andel af produktionsstøtten specifikt til animationsindhold målrettet børn og unge, men ser hellere, at man monitorerer genren i forhold til data om antal, andel af støtte, finansiering, distribution, markedsandel, seere mv. Dette skal bl.a. danne et oplyst grundlag for et støttesystem, der i højere grad kan sætte ind og understøtte udvikling inden for områder, der er relevante for animationsindhold. Støttesystemet bør styrkes i forhold til at understøtte animationsindhold, der har internationalt potentiale, eksempelvis via støtte til internationalt samarbejde, finansiering og distribution. Hvis animationsindhold skal fastholde og udvikle sin styrkeposition i filmmarkedet, kræver det, at støttesystemet udviser en bevågenhed for genrens særlige behov.

4. DR OG TV 2'S ENGAGEMENT SKAL STYRKE B&U-INDHOLD

De selvbestemmende børn og unges primære medieforbrug er i dag mange andre steder end hos danske tv-stationer, og det udfordrer både indholds- og formatmæssigt det klassiske public service-tilbud såvel som den lange spillefilm. Det er den medievirkelighed, tv-stationernes engagement må forholde sig til. Samtidig har tv-stationerne historisk set bidraget til distributionen af dansk kvalitetsindhold, der har en særlig evne til at fremme en fælles, dansk børnekultur og et nuanceret ungdomsliv ved at tilbyde historier, som målgruppen kan se sig selv genkendt og spejlet i. Det gælder i særdeleshed det dedikerede børne- og ungeindhold, der er udviklet på målgruppens præmisser ud fra ønsket om at skildre verden, som børn og unge ser den.

Der er i arbejdsgruppen enighed om, at tv-stationernes skal engagere sig dels i et bredt sammensat udvalg af film rettet mod de særskilte målgrupper af børn og unge, men også bredere familieindhold med samseningspotentiale på tværs af generationer og stor udbredelse på streamingtilbud. Samtidig er disse brede film naturligvis film, der forud for tv-vinduet også har potentiale til at trække et stort

publikum i biograferne, hvor vores børn og unge skal tilbydes gode danske filmoplevelser i hele deres introduktion til biografkulturen. Men DR og TV 2's engagement skal også omfatte smallere film med særlig resonans og appel for en mindre målgruppe inden for børn og unge, der nyder begrænset interesse blandt øvrige distributører.

Arbejdsgruppen anerkender netop, at tv-stationernes engagement i børne- og ungeindhold er afgørende for at styrke både produktionen og distributionen af dedikeret børne- og ungeindhold, der ikke i tilstrækkelig grad er tilgodeset af det kommercielle marked. Tv-stationerne er væsentlige bidragsydere blandt mange aktører i den samlede værdikæde, der sikrer tilblivelsen af børne- og ungdomsfilm i Danmark. Da udbuddet afhænger af mange forskellige finansieringskilder og ikke er noget, DR eller TV 2 kan kontrollere alene, er det afgørende for tv-stationerne, at deres forpligtelse tager højde for et svingende udbud.

Tidligere har DR og TV 2 været forpligtet til at anvende mindst 25 % af deres respektive minimumsinvesteringer til køb af visningsrettigheder til nyproducerede danske spille-, kort- og dokumentarfilm på børne- og ungdomsfilm. Tv-stationerne var imidlertid ikke eksplicit forpligtet til at anvende en del af midlerne på børne- og ungeområdet i Filmaftalen for 2019-2023. Det følger af *Filmaftale for 2024-2027: En stærk filmnation*, at tv-stationerne forpligtes til at engagere sig i børne- og ungdomsfilm. Forpligtelsen skal jf. filmaftalen fastsættes nærmere i forbindelse med udarbejdelse af en strategi for støtte til indhold målrettet børn og unge.

Arbejdsgruppens vurdering af tv-stationernes fremtidige engagement i børne- og ungdomsindhold er afspejlet i nedenstående anbefalinger.

ANBEFALINGER VEDR. TV-STATIONERNES ENGAGEMENT I B&U-INDHOLD

➤ **Fremtidens niveau for tv-stationernes forpligtelse til at engagere sig i børne- og ungdomsfilm:** DR er jf. filmaftalen forpligtet til at købe visningsrettigheder til nyproducerede danske spille-, kort- og dokumentarfilm for minimum 25 mio. kr. årligt i gennemsnit i aftaleperioden 2024-2027. Arbejdsgruppen anbefaler at præcisere DR's forpligtelse på filmområdet, så tv-stationen for resten af aftaleperioden (2026-2027) skal sikre, at 25 % af den årlige minimumsinvestering på 25 mio. kr. går til køb af visningsrettigheder til film, der primært henvender sig til børn og unge.

TV 2 er jf. filmaftalen forpligtet til at købe visningsrettigheder til nyproducerede danske spille-, kort- og dokumentarfilm for minimum 20 mio. kr. årligt i gennemsnit i aftaleperioden 2024-2027. Med børne- og ungestrategien er TV 2 indstillet på at forpligtige sig til, at tv-stationen skal engagere sig i et antal børne- og ungdomsfilm svarende til mindst 25 % (dvs. 3 film årligt) af det samlede spillefilmsengagement (i resten af filmforligsperioden), hvilket arbejdsgruppen ser positivt på. Dog indvender arbejdsgruppens repræsentanter fra Danske Filminstruktører og Producentforeningen, at TV 2's forpligtelse på filmområdet burde afspejle DR's præciserede forpligtelse på 25 % af den årlige minimumsinvestering.

Tv-stationernes engagement i børne- og ungdomsfilm skal overordnet tilstræbe parallelitet mellem DR's, TV 2's og DFI's forpligtelser over for børn og unge, så der er en sammenhæng mellem de tre vigtige finansieringskilder på børne- og ungeområdet. Det bemærkes, at tv-stationernes opfyldelse af målsætningen er afhængigt af det samlede udbud på markedet.

- **DR og TV 2 skal have særligt fokus på at gå ind i udviklingsprojekter målrettet børn og unge:** Det følger af Filmaftalen for 2024-2027, at tv-stationernes forpligtes til at fungere som tidlige kunstneriske og faglige sparringspartnere i filmudviklingen. Arbejdsgruppen anbefaler, at tv-stationerne sætter fokus på at støtte flere udviklingsprojekter til børn og unge.
- **DR og TV 2 skal have øje for nye talenter og stemmer i deres engagement i danske børne- og ungdomsfilm:** Tv-stationerne vil bidrage til vækstlaget og til rekrutteringen af nye talenter og stemmer i udvikling og produktion af indhold til børn og unge. Der er behov for nyskabende og dedikerede talenter, der vil fortællinger til og om den unge målgruppe.

5. DIGITALE SPIL HAR FÅET EN CENTRAL PLADS I BØRN OG UNGES MEDIEFORBRUG

Stort set alle børn spiller, og det gennemsnitlige forbrug af digitale spil er højt. 90 % af børn fra 1-15 år har spillet den sidste uge, og heraf spiller 46 % dagligt. I alderen 9-15 år spiller 43 % mere end halvanden time dagligt³. Samtidig med at forbruget er højt, er andelen af danske spil lav. Præcis hvor lille den danske andel er, er dårligt belyst, men det er, ifølge NIMBI – Danmarks Institut for Spiludvikling, anslået, at kun 2 % af de spil, som de 9-15 årige spiller, er danskproducerede.

Når debatten om børn og unges skærmtid ruller, møder spilområdet til tider en kritik om uansvarlighed. Men Danmark har mange dygtige børnespilsproducenter, der har høje standarder for ansvarlighed og kvalitet samt blik for det gode børneliv. Med strategien vil arbejdsgruppen tilskynde, at danskproducerede digitale spil kommer til at udgøre en større andel af børn og unges samlede forbrug.

Arbejdsgruppen har fået i opdrag at sikre, at udviklingen og implementering af strategien sker i samarbejde med det nye institut for spiludvikling, der overtog Spilordningen fra DFI ved årsskiftet 2025. NIMBI – Danmarks Institut for Spiludvikling arbejder bl.a. for at fremme udviklingen af danske digitale spil med særligt fokus på de kunstneriske og kulturelle kvaliteter. I den forbindelse er NIMBI forpligtet til at understøtte børn og unges adgang til danske digitale spil, der bygger på dansk kultur og danske værdier. Ifølge NIMBI er en hovedudfordringerne ved denne opgave, at danske digitale spil – og børnespil i særdeleshed – står i en hård konkurrencesituation, når det kommer til kendskab og markedsføring til det hjemlige publikum, fordi distributionen primært sker gennem internationale kanaler (f.eks. AppStore, online butikker, salgskanaler for de store konsoller etc.). Samtidig er børnespil tit mere lokale, hvormed der er begrænsede muligheder for at finde international finansie-

³ Kilde: Medierådet for Børn og unge, DR og Det Danske Filminstitut (2023: Børns spillevaner).

ring, og det danske marked kan ikke dække investeringen alene. Dette udfordringsbillede er på mange måde kompatibelt med, hvad der gælder for danskproducerede film, serier og andre typer billedbåret indhold til børn og unge.

Der er i arbejdsgruppen opbakning til, at spilområdet skal indgå i en substantielt større koordineret indsats, hvis der skal sikres et dansk kulturelt aftryk i børns spiloplevelser. Det gælder først og fremmest det nyetablerede NIMBI – Danmarks Institut for Spiludvikling, Danmarks Radio og Det Danske Filminstitut, men kan også inkludere forlagsverdenen, virksomheder, museer, institutioner og skoler. Dette skal ske med henblik på at løfte det samlede output af børnespil og etablere gunstige forhold for etablering af nye producenter af børnespil. Desuden skal der arbejdes målrettet på at øge kendskabet og lette distributionsforholdene for danske børnespil.

ANBEFALINGER VEDR. DIGITALE SPIL FOR BØRN OG UNGE

- **NIMBI – Danmarks Institut for Spiludvikling skal inddrages i relevante samarbejder om distribution, viden, retningslinjer for ansvarlighed og talentudvikling mv.:** Det er derfor vigtigt, at DR, TV 2 og DFI inviterer NIMBI til at deltage i det forpligtende samarbejde på børne- og ungeområde, da man herigennem kan udnytte synergieffekterne ved at samarbejde om distribution, kendskab, talentudvikling, videoproduktion mm. DR har f.eks. haft en nøgleposition i forhold til distribution af danske børnespil, da Ramasjangs spiltilbud placerer sig blandt top 5 for de mindre børn⁴.
- **Mulighed for højere støtteprocenter til ansvarlige børnespil, der bygger på dansk kultur og danske værdier:** Spil for børn (1-11 år) har fuldstændig samme finansieringsudfordringer som film og tv for børn. Den kommercielle værdi er lav, hvormed det er sværere at skaffe privat og international finansiering. NIMBI skal have særligt fokus på de udfordringer, og det bør afspejles i muligheden for tildeling af en højere støtteprocent.
- **Fokusér spilindsatsen på børn i alderen 6-11 år:** Der er på spilområdet god grund til at satse ekstra på børn i alderen 6-11 år for hvem, det danske (og dansksprogede) udbud er særligt lavt til trods for et højt spilforbrug. De unges spilforbrug er ikke væsentligt anderledes end de unge voksnes spilforbrug, og de danske spil for 14-18-årige har ofte større potentiale på et internationalt marked. Arbejdsgruppen anbefaler at fokusere spilindsatsen på børn i alderen 6-11 år, fordi spillene til små børn er for få og finansielt stærkt udfordrede. Da det digitale børnespil oplever de største finansieringsudfordringer, kan man overveje, om NIMBI skal pålægges en forpligtelse på at anvende minimum 30 % af produktionsmidlerne på spil målrettet børn. Dog opfordrer arbejdsgruppen til, at NIMBI er opmærksom på et konstruktivt samspil med øvrige statslige institutioner, der som led i strategien har fokus på aldersgruppen 8-14 år.
- **Sikring af muligheden for samfinansiering:** Det er vigtigt, at medfinansierende institutioner ikke oplever forhindringer i forhold til evt. samfinansiering af projekter, der indeholder børnespil. Regler og vilkår må ikke forhindre, hvis et børne- og ungeprojekt kan drage gavn af at ansøge om finansiering fra flere

⁴ Kilde: Medierådet for Børn og unge, DR og Det Danske Filminstitut (2023: Børns spillevaner.

institutioner. Der skal etableres samarbejdsformer, der muliggør fælles initiativer og udbud på tværs af institutioner.

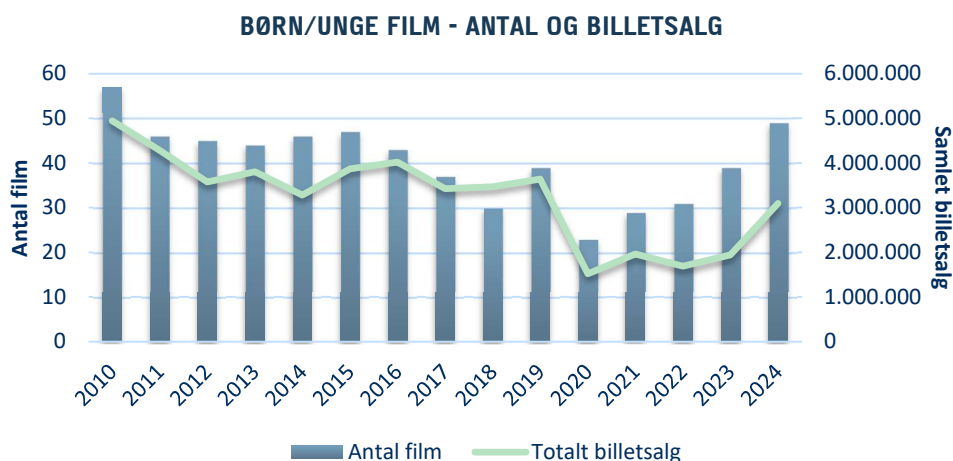
6. BIOGRAFEN ER UNDER PRES, MEN HAR POTENTIALE

Børn og unge i aldersgruppen 1-25 år har historisk set været et afgørende publikum for biografkulturen i Danmark. I perioden 2009-2023 har børn og unge typisk stået for min. 40 % af alle solgte biografbilletter i Danmark. Men biograffrekvensen for børn og unge er overordnet faldet de seneste 5 år. Især under og efter corona, hvor biograferne var ramt af nedlukninger, og et mere digitalt og individuelt forbrug blev øget.

DFI's tal viser, at gennemsnitsalderen for publikum til danske biografilm er steget de seneste 10 år fra i gennemsnit 37 år til 47 år, og i 2024 stod de 70-79 årige f.eks. for 19 % af biografpublikummet til dansk film (sammenlignet med i gennemsnit 4 % i 2015). Børn og unge er imidlertid de eneste målgrupper, der er overrepræsenteret i biograferne sammenlignet med resten af befolkningen i Danmark. Dette viser, at børn og unges interesse for biografen stadig er stor. Det er derfor en oplagt mulighed, at børn og unge i biografen skal møde dansk kvalitetsindhold dedikeret til deres målgruppe, og som de finder appellerende. Dette bør kombineres med en aktiv, levende og kvalificeret indsats for at formidle filmkultur på skoleområdet, hvor også de børn, der ikke tages i biografen af deres forældre, kan nås.

Det ses til gengæld af nedenstående figur 4, at biografmarkedet for dedikeret børne- og ungdomsfilm (danske og udenlandske) blev halveret i perioden 2019 – 2023. 2024 bød på et opsving i antal premierefilm til børn og unge og i billetsalget for de udenlandske film, men dette genvandt ikke markedet tilstrækkeligt og desværre fulgte de danske film ikke med. Når antallet af premierefilm til børn og unge (inkl. danske film i 2025) er begyndt at stabilisere sig, men publikum ikke fulgt er med i samme udstrækning, peger det på, at udfordringen både handler om selve filmudbuddet, de ændrede forhold ift. publikumsadfærd, og at der i perioden har manglet danske film, som appellerer til børn og unge og kan samle familier eller venner omkring den fælles filmoplevelse.

FIGUR 4 UDVIKLINGEN AF BIOGRAFMARKEDET FOR BØRNE- OG UNGEFILM



Kilde: DFI

DFI's data giver heldigvis indikationer på, at børn og unge anser biografen som en oplevelse af høj værdi. Når de 5-14-årige f.eks. bliver spurgt til, hvad de helst vil bruge tid på, hvis de selv kunne vælge, peger de i høj grad på 'Gå i biografen', 'Se Youtube' eller 'Game', i mindre grad på 'Se serier', 'Se film derhjemme' eller 'Opleve koncerter, teater, museum, sportsbegivenheder' - og i mindste grad på mere 'TikTok'/'Snapchat'. Med blik for, at børn og unge benytter sig af alle oplevelses- og underholdningstilbuddene, skiller biografoplevelsen og spil sig alligevel ud.

Der er også faktorer, der afholder familie, børn og unge fra at tage biografen. DFI's 'Vidste du? – om de 5-14 årige' viser bl.a., at 39 % af forældrene angiver økonomi som en barriere for en højere biograffrekvens, ligesom 20 % savner, at prisen matcher oplevelsen og 19 % svarer, at det er konkurrencen fra andre familieoplevelser, der forhindrer dem i at gå mere i biografen som familie. 21 % af forældrene til børn i alderen 5-14 år angiver, at de oplever, at der mangler familievenlige film, der er værd at se i biografen. Arbejdsgruppen har i forbindelse med strategien drøftet potentialet i biografklubber for familier, børn og unge, der skal give bedre adgang til biografen.

ANBEFALINGER VEDR. BIOGRAFER

- **Bedre adgang til biografen for børn og unge:** Der skal etableres et stærkere samarbejde mellem branchens aktører ift. publikumsstimulerende og frekvensopbyggende initiativer, som giver forældre, børn og unge en lavere økonomisk barre for at komme i biografen. Dette kunne ske i stil med Biografklub Danmark, i en gentænkning af børnefilmsklubbernes rolle eller via flere kommercielle biografklubber for familier, børn og unge.
- **Biograferne som ramme for fysiske fællesskaber:** Biografen er en vigtig ramme for, at børn og unge ikke kun oplever dansk kvalitetsindhold på egne skærme, men også i fysiske og sociale fællesskaber. Som kulturinstitution har biografen en bred appel, hvormed der hér er et stort potentiale i forhold til at samle børn og unge om fælles kulturoplevelser og ligeledes bidrage til målgruppens trivsel.
- **Tidlig introduktion til biografen og filmkunst:** Alle danske børn skal introduceres til biografen og filmkunst og kultur i folkeskolen. Introduceres man ikke til biografkulturen i en tidlig alder, vil man typisk ikke tilslutte sig den som voksen. Ønsker man at fremtidssikre den danske biograf- og filmkultur, er det derfor væsentligt med en tidlig indsats. Der kan evt. findes inspiration i andre lande som f.eks. det franske initiativ "Enfances au cinéma", der er støttet af Ministère de l'Éducation nationale et de la Jeunesse såvel som Ministère de la Culture.

7. TALENT- OG BRANCHEUDVIKLING SKAL STYRKES – FRA VÆKSTMILJØ TIL PROFESSIONEL

Fra vækstmiljø til profession skal der være en større bevidsthed om børn og unge, så det bliver attraktivt for nye såvel som etablerede talenter at beskæftige sig med indhold til målgruppen. Der skal fokus på at vende de seneste års udvikling med den faldende frekvens i antallet af danske premierefilm dedikeret til børn og unge.

En ny børne- og ungestrategi skal udvikle området i en retning, der fremtidssikrer produktion og distribution af kvalitetsindhold dedikeret til børn og unge, men også forstærker de danske styrkepositioner. Dette vil kræve kompetenceudvikling, efteruddannelse og vidensdeling på tværs af branchens aktører, men også støtte til muligheder for støtte til finansieringsarbejdet i både ind- og udland. Talenter inden for børne- og ungeområdet står ofte i en skrøbelig økonomiske situation, fordi deres værker kan være svære at afsætte på det kommercielle marked, hvor få distributører investerer i dedikeret indhold til målgruppen. Der er således brug for fokus på, hvordan talenter kan forbedre finansierings- og distributionsmulighederne for deres projekter.

ANBEFALINGER VEDR. TALENT- OG BRANCHEUDVIKLING

- **Værdien af værker til børn og unge skal italesættes, så området kan genvinde sin stolthed og prestige i branchen:** Hvis arbejdsgruppens vision for fremtidens børne- og ungdomsindhold skal realiseres, er der brug for opbakning fra hele branchen. Strategiens anbefalinger er et skridt i den rigtige retning, men der er brug for branchens fælles italesættelse af, at børne- og ungeindhold har en vigtig kulturel og dannelsesmæssig betydning for danskerne, som har mindst lige så meget prestige som indhold til voksne. Der bør f.eks. være mål for, at børne- og ungeindhold også skal udtages til de store A-festivaler og vigtigste animationsfestivaler. Initiativer kan evt. ske i dialog med Manuskriptsolen for Børnefiktion, Filmskolen, Filmværkstederne, BUSTER Børnefilmsfestival, foreningsuddannelserne m.fl.
- **Kompetenceudvikling, efteruddannelse og støtte til finansieringsarbejde skal bidrage til større økonomisk sikkerhed blandt både nye og etablerede talenter:** Man kan f.eks. overveje mentorordninger med fokus på at opkvalificere mindre aktører på området, herunder særligt kvalifikationer til at tiltrække ekstern og international finansiering, da børne- og ungeindhold ofte er sværere at afsætte på det kommercielle marked. Støttesystemet skal også kunne støtte op om selve finansieringsarbejde.
- **Understøttelse af talentudvikling skal i højere grad imødekomme animationsprojekter:** For animation anbefaler arbejdsgruppen, at man i forhold til både filmuddannelserne og støttesystemet får en større bevidsthed om, hvordan man bedst håndterer talentudvikling inden for denne genre. Regler og praksisser skal også kunne imødekomme animationsprojekter.