

## **Public Service redegørelse 2023 TV 2/Bornholm**

### **1. Generel information.**

Et flertal i Folketinget indgik i juni 2023 et medieforlig gældende i perioden 2023 – 2026. Forliget indebærer, at der skulle laves lovændringer samt en opdateret public service kontrakt.

Der er stadig dele af forliget, som ikke er gennemført. Der mangler vedtagelsen af et lovforslag, som bl.a. skal gennemføre en overgang fra Rigsrevisionen til autoriseret revisor. Det forberedende arbejde til denne overgang er gennemført, idet alle TV 2/regioner har indhentet tilbud fra revisionsfirmaer og har valgt et fælles revisionsfirma. Dette kan imidlertid ikke sættes i gang, før Folketinget har vedtaget loven.

En ny public service kontrakt skulle være indgået ved udgangen af 2023. Den er blevet indgået i marts 2024, gældende fra den 1. april 2024.

TV 2/Bornholms overordnede målsætning (kaldet ledestjerner) indgår som bilag 1 i kontrakten. Bestyrelsen diskuterer og reviderer disse målsætninger hvert år i august, og i efteråret 2023 er disse blevet opdateret med en endelig godkendelse på årets sidste bestyrelsesmøde. De opdaterede ledestjerner er indsendt til Kulturministeriet i april 2024.

Ledestjernerne ser efter revisionen således ud:

### **Vision, mission og ledestjerner for TV 2/Bornholm**

#### **VISION:**

TV 2 /Bornholm skal være udviklingshus for fremtidens regionale public service.

#### **MISSION:**

TV 2/Bornholm leverer troværdigt redaktionelt indhold – indsigt, udsyn, fælles samtale og debat – der bygger broer i den bornholmske mangfoldighed og styrker bornholmernes muligheder for at engagere sig demokratisk i udviklingen af Bornholm og træffe gode beslutninger i egen tilværelse.

Denne opgave løser vi ved konstant at sigte efter **FEM LEDESTJERNER:**

1. **RELEVANS.** Vi vil levere kritisk, konstruktiv og varieret journalistik, debat og oplysning om de emner og problemstillinger, der er vigtige og relevante for bornholmernes forståelse af deres ø, deres region og deres fælles nutid, fremtid og fortid.
2. **FÆLLESSKAB.** Vi vil styrke bornholmernes deltagelse og engagement i store og små fællesskaber – både dem, bornholmerne selv udvikler og driver, og dem, TV 2/Bornholm skaber gennem events og samlende begivenheder.
3. **TILGÆNGELIGHED.** Vi vil være til stede og tilgængelige på de teknologiske platforme, bornholmerne benytter – og understøtte, at de løbende tager ny kommunikationsteknologi til sig, så de kan holde sig ajour med og inddraget i den bornholmske samtale.
4. **BÆREDYGTIGHED.** Vi vil løbende højne vores standarder for bæredygtighed – i relation til de ressourcer og den energi, vi udnytter, det fysiske miljø, vi påvirker, og de mennesker, vi beskæftiger eller på anden måde kommer i berøring med.
5. **TRIVSEL.** Vi vil være – og kendes som – en attraktiv arbejdsplads, der tiltrækker mediebranchens talenter og giver medarbejderne trykke og stimulerende rammer at udfolde og udvikle sig i.

Bestyrelsen fastsætter i forbindelse med budgetlægningen en række målbare mål. Dette er sket både for det år, som denne redegørelse omfatter (2023) samt i efteråret også for det efterfølgende år (2024). De målbare mål vil blive gennemgået fra side 11 i denne redegørelse.

TV 2/Bornholm har en særlig forpligtigelse i kontrakten til at gennemføre events i samarbejde med kultur og sport. Det skete også i 2023, og vil blive uddybet senere i denne redegørelse.

I efteråret arbejdede stationen med en ændring af arbejdsmetoder og prioritering under overskriften "Ny retning".

Det blev implementeret fra den 1. november og indebærer prioritering af video og nyheder på nettet tidligere på dagen. Desuden prioriteres direkte reportager i aftenens hovedudsendelse kl. 19.30. Princippet er, at der er live hver aften.

"Ny retning" kræver ikke bare nye prioriteter men også efteruddannelse og nye vagtplaner. Derfor vil det først slå helt igennem i løbet af 2024.

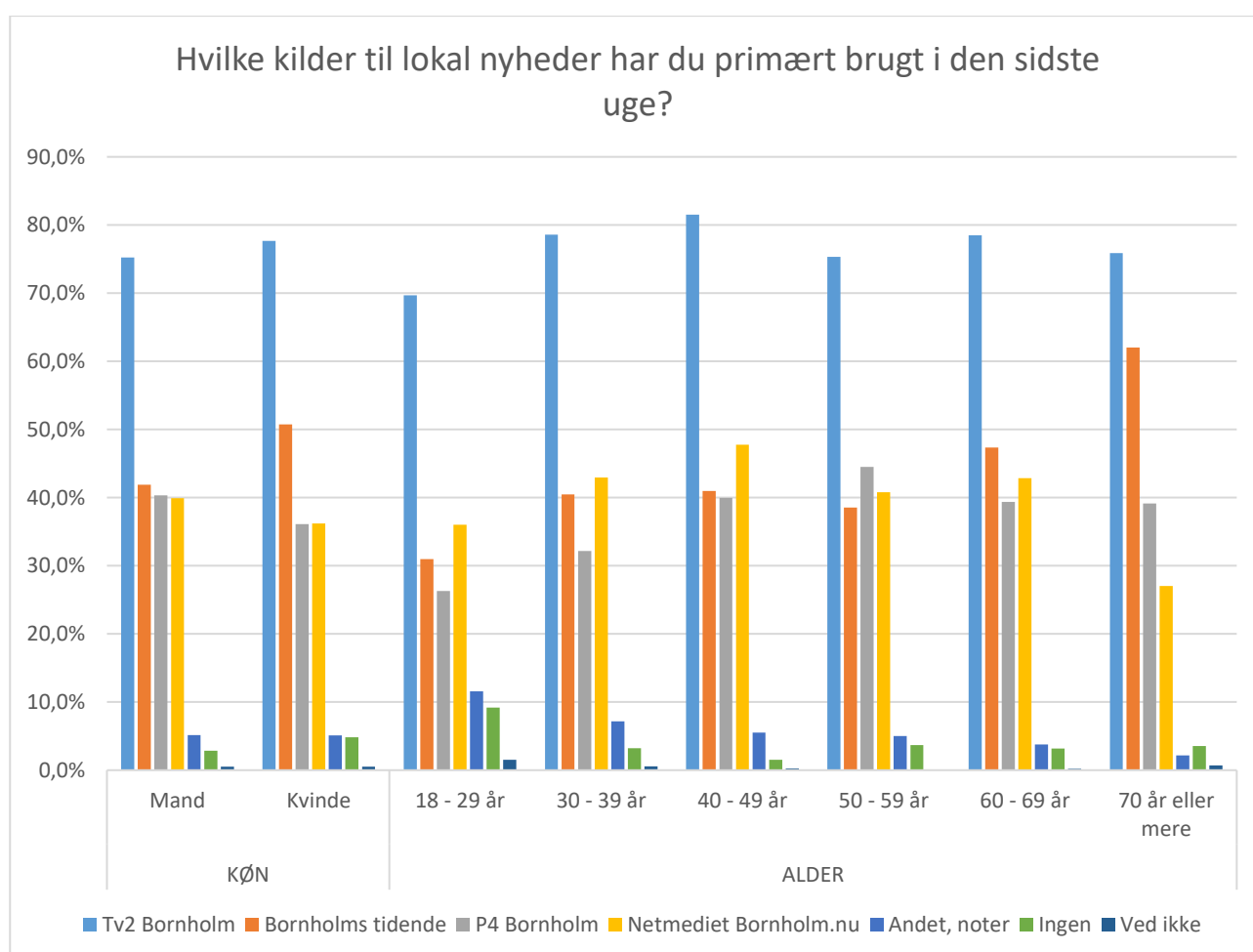
Det har været en vigtig del af analysen af TV 2/Bornholms position på mediemarkedet på Bornholm, at der løbende foretages undersøgelser. Undersøgelsen har taget afsæt i pkt. 3 i de i 2023 gældende ledestjerner:

***3. Vi vil fastholde at være bornholmernes foretrukne nyhedsleverandør gennem kritisk journalistik uafhængigt af økonomiske og politiske interesser.***

Jysk Analyse er blevet bedt om at stille et særligt spørgsmål i brugerundersøgelserne, som bliver lavet 10 gange på et år.

Resultatet er derefter blevet lagt sammen til et årsresultat.

Spørgsmålet lyder: Hvilke kilder til lokale nyheder har du primært brugt i den sidste uge?



Uanset køn eller aldersgrupper er TV 2/Bornholm det afgjort største medie på Bornholm.

I alle aldersgruppe undtaget +70 år er TV 2/Bornholm dobbelt så stor eller mere end dobbelt så stor som det næststørste medie. Som eksempel kan man se den for os vigtige aldersgruppe 18-29 år. Her har TV 2/Bornholm fat i 70 % på en uge, mens Bornholms Tidende har fat i 31 %

## 1.2 Dækningsområde.

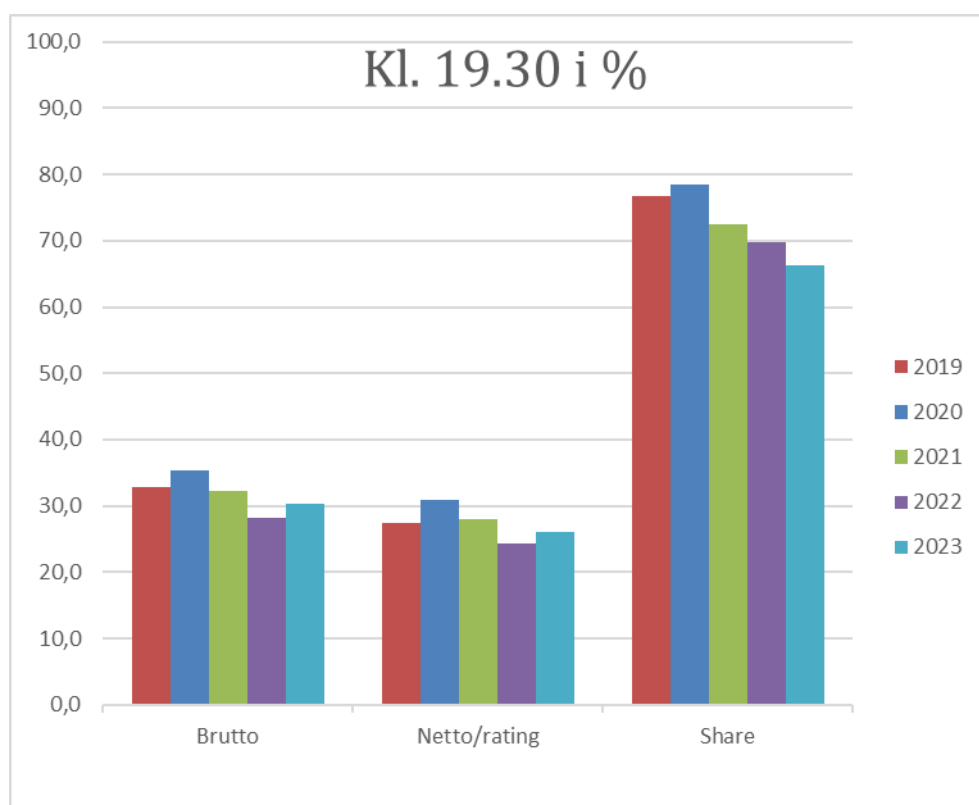
TV 2/Bornholm dækker Bornholm plus Ertholmene.

## 2.0 Særligt fremhævede resultater.

Med hensyn til særligt fremhævet resultat, så er det undersøgelsen om gennemslagskraft, som er gennemgået i afsnit 1.0 Generel information.

## 2.1 Seertal.

Udviklingen i sening af nyheder på TV har været faldende for alle nyhedsudsendelser i Danmark. Det gør sig også gældende for TV 2/Bornholm:



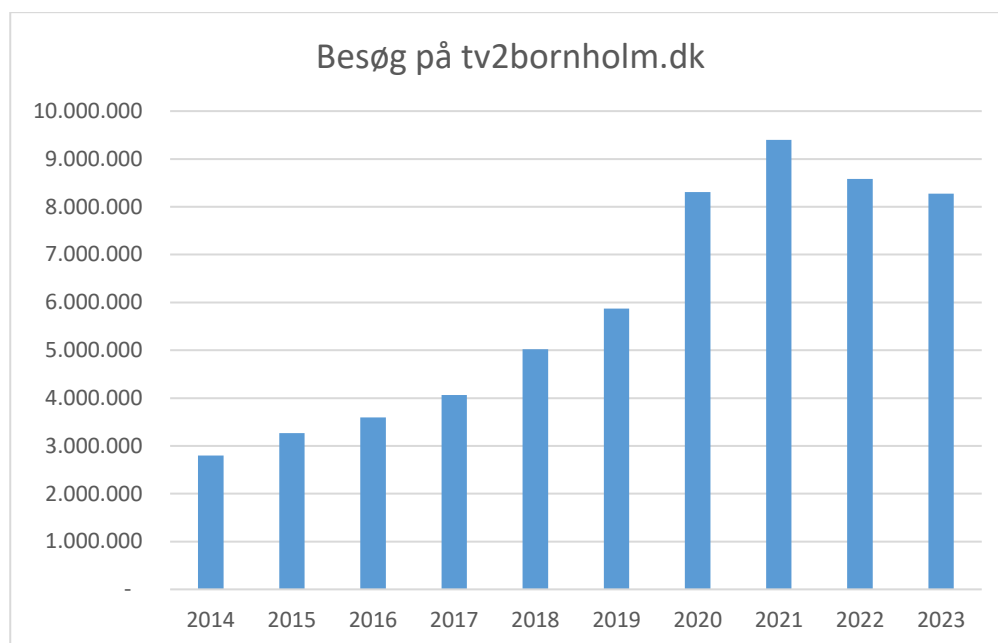
Der er uomtvisteligt et fald i TV 2/Bornholms share over de 5 år, som undersøgelsen her dækker. Den mest enkle forklaring er, at brugerne har læst mange nyheder på interaktive platforme i løbet af dagen. Det, som udkommer i nyhedsudsendelser om aftenen, vurderes af brugerne som gamle nyheder, de ikke behøver at bruge tid på.

I mindre grad bliver det erstattet af sening af nyhedsudsendelser on-demand platforme. Nyhedsprogrammer har imidlertid kort levetid på on-demand. Samme aften kan der være lidt sening – næste dag er der få, der ser dem.

## 2.2 Udviklingen på andre platforme.

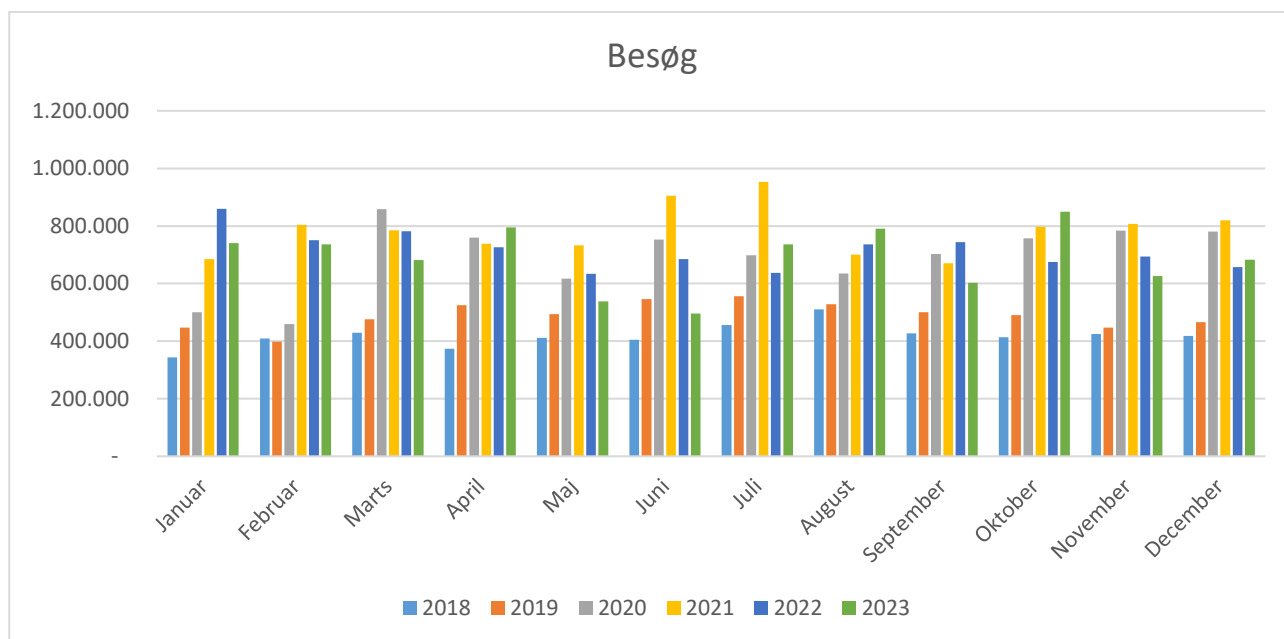
Datatilsynet har afgjort, at Google Analytics er ulovligt at bruge. Det betød, at TV 2/Bornholm fra midten af 2023 har skiftet analyse værktøj. Se en uddybende forklaring i afsnit 2.3 under video rapportering.

Resultaterne fra de to analyseværktøjer er talt sammen for at kunne se udviklingen over årene.

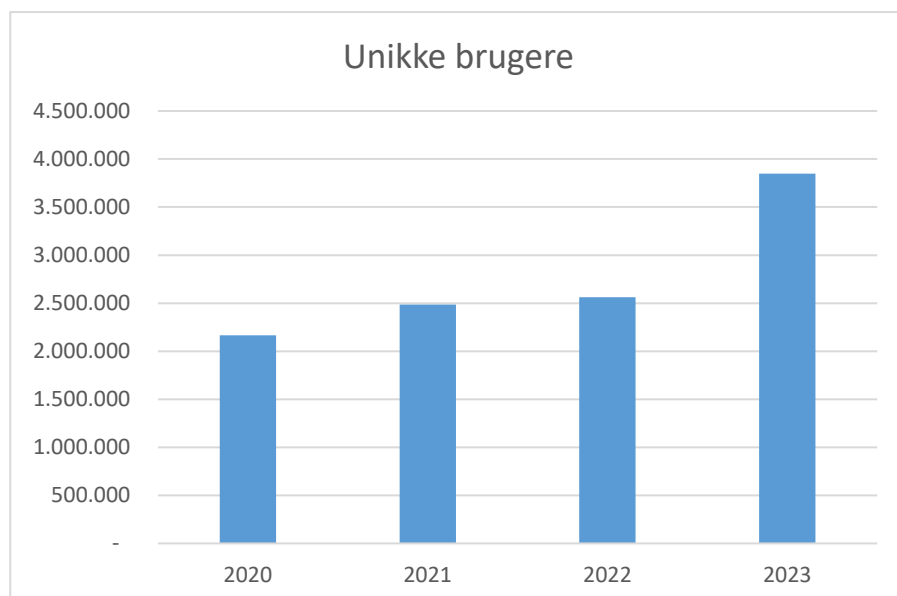


Antallet af besøg på TV 2/Bornholms websider er således nogenlunde konstant i 2020, 2022 og 2023, mens der var en stigning i 2021. Den voldsomme vækst i 20, som fortsatte i 21, var især drevet af artikler om corona.

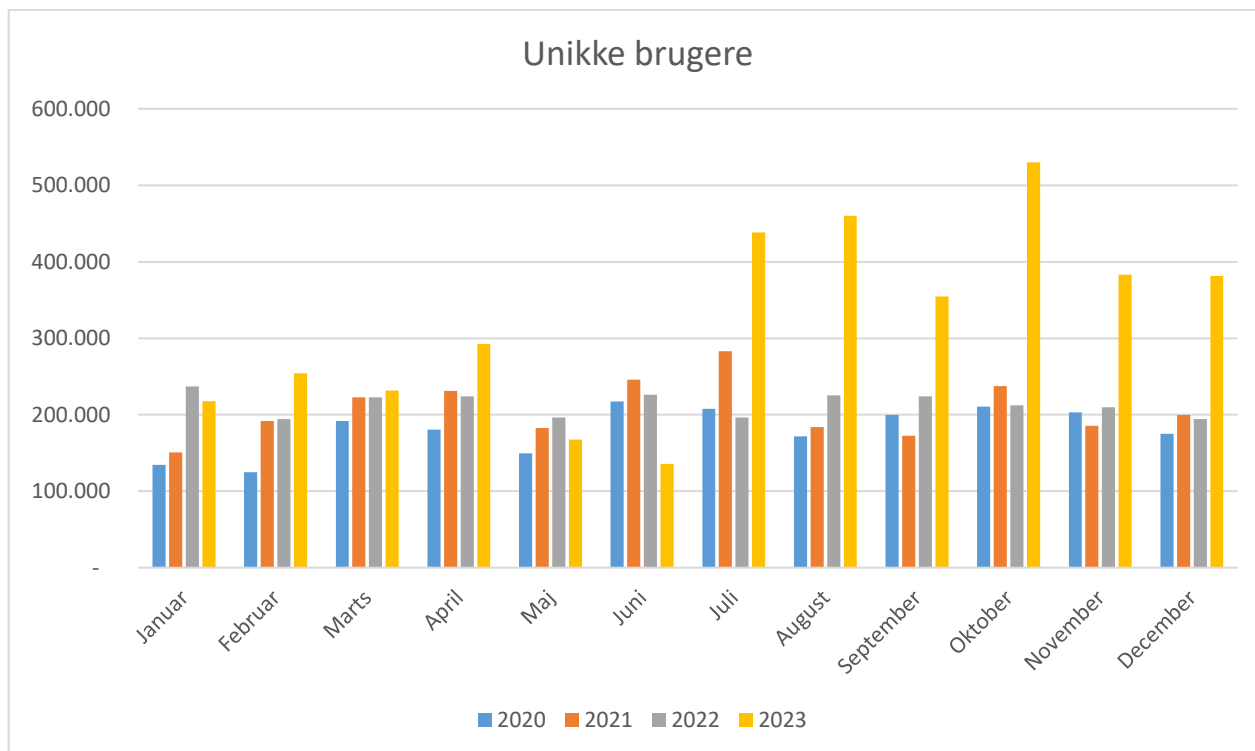
Her er antallet af besøg fordelt på måneder:



Her er så antallet af unikke brugere:



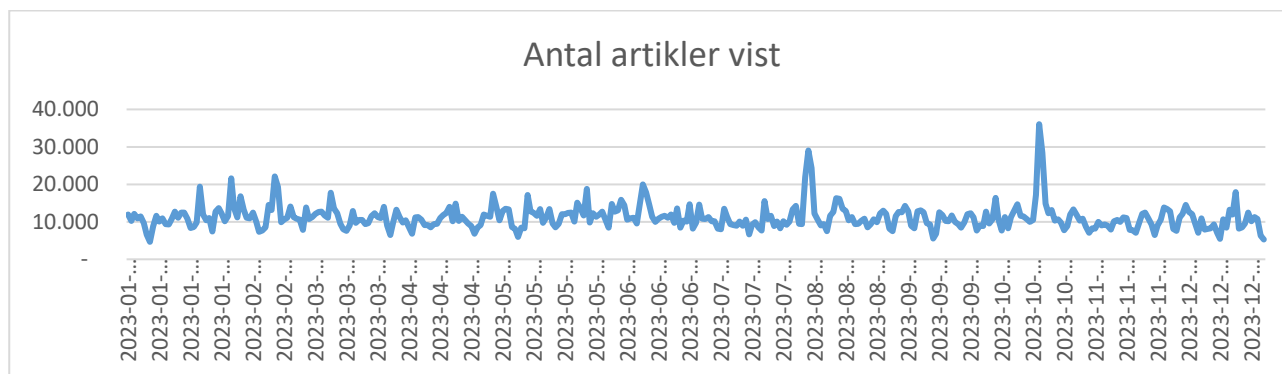
Antallet af unikke brugere voksede procentuelt mere end antallet af besøg. En forklaring kan være, at den nye analyse software registrerer på en anden måde. Hvis ikke det er tilfældet, så betyder tallene, at vi har flere forskellige gæster end nogensinde før – men at den enkelte populært sagt gør mindre, når de er på vores websider. Noget kunne tyde på, at det er det første. Der er nemlig et tydeligt spring i antallet af unikke brugere efter skiftet til nyt analyseværktøj. 2023 er den gule søjle:



Udover adgang via tablet/mobil/computer til [www.tv2bornholm.dk](http://www.tv2bornholm.dk) har TV 2/Bornholm en app til både Android og iOS. Denne tilbyder nyheder og video. Den er ikke talt med i ovenstående.

Android versionen er installeret på 3.689 telefoner, mens iOS versionen er installeret på 5.689 telefoner. Det giver i alt 9.378, hvilket svarer til 27% af befolkningen over 14 år på Bornholm. Det er selvfølgelig muligt at downloade den uden at bo på Bornholm.

I løbet af 2023 blev der vist lidt over 4 mio. artikler på app. Året ser sådan ud:



Den største top er stormen i oktober. Den næststørste er også en storm i begyndelsen af august. Vejret giver læsere.

### 2.3 On-demand video.

Den væsentligste del af sening af de regionale udsendelser sker på traditionelt TV. Der sker et langsomt fald i sening på traditionelt TV.

Vi har set på antallet af on-demand visninger af enkeltstående udsendelser i 2023:

| Antal visninger | Titel   |
|-----------------|---|
| 12139           | Fu Shan Hai - 20 år på bunden af Østersøen (30.05.2023)         |
| 11470           | Verdens største hurtigfærge – med Express 5 fra Malta til Rønne |
| 8697            | Express 5 ankommer til Rønne                                    |
| 5338            | Kro, håb og kærlighed - På tur i Ikea                           |
| 5258            | Smagsprøver – Bornholms nye spisesteder                         |
| 5015            | EKKO - Torsken i Østersøen                                      |
| 4585            | Mit kæreste eje - Hvad sker der med Lauritz.com? (01.09.2023)   |
| 4336            | Sol over Gudhjem - Rising Star 2023 - dessertfinalen            |
| 4225            | Kro, håb og kærlighed - Kræmmere på kroen                       |
| 3988            | Kro, håb og kærlighed - Kroskilte og dørskilte                  |

De tre mest sete udsendelser er alle om søfart. Fu Shan Hai er et kinesisk skib, som sank i 2003, og som vi havde dykkere til at filme her 20 år senere. Express 5 er Bornholmslinjens nye hurtigfærge, hvor vi havde en dokumentarudsendelse om det sidste ben af turen fra værftet i Indonesien.

Det er markant, at serien "Kro, håb og kærlighed" har hele tre af de fire udsendelser på top 10 listen.

Udover at have egen gratis play service, så placeres udvalgte udsendelser på TV 2/Danmarks play. Her er en oversigt over de ti mest sete udsendelser:



|  |        |
|--|--------|
| 1. <b>TV 2/BORNHOLM: Verdens største hurtigfærge - med Express 5 fra Malta til Rønne - 1 - 1 - Med Express 5 fra Malta til Rønne</b> | 10.295 |
| 2. <b>TV 2/BORNHOLM: Cort uden for sæsonen - 1 - 1 - Cort uden for sæsonen</b>   | 6.134  |
| 3. <b>TV 2/BORNHOLM: Fu Shan Hai - 20 år på bunden af Østersøen - 1 - 1 - Bornholms største skibsvrag</b>                            | 4.264  |
| 4. <b>TV 2/BORNHOLM: Vild med Sjælegård - 1 - 1 - Baglæns renovering og mere biodiversitet</b>                                       | 3.447  |
| 5. <b>TV 2/BORNHOLM: Vild med Sjælegård - 1 - 3 - Mere vild natur og nye beboere på vej</b>  | 3.029  |
| 6. <b>TV 2/BORNHOLM: Vild med Sjælegård - 1 - 2 - Bioblitz: 24 timer med kryb og kravl</b>   | 2.454  |
| 7. <b>TV 2/BORNHOLM: Sol over Gudhjem - Rising Star - 1 - 1 - Hovedret</b>   | 1.507  |
| 8. <b>TV 2/BORNHOLM: Med cykelholdet Danmark rundt - 1 - 1 - PostNord Danmark Rundt</b>  | 1.368  |
| 9. <b>TV 2/BORNHOLM: Sol over Gudhjem - Rising Star - 1 - 2 - Dessertfinalen</b>   | 1.332  |
| 10. <b>TV 2/BORNHOLM: Træmanden fra Østermarie - 1 - 1 - Bornholms træmand</b>   | 1.285  |

Både Express 5 og Fu Shan Hai er på listen.

Det falder i øjnene, at en serie om et par, der flytter til Bornholm og køber en gård, de vil lave til naturområde, er så meget set.

Datatilsynet afgjorde i 2022, at Google Analytics ikke lovligt kunne bruges uden videre. Det ville kun være lovligt, hvis en række foranstaltninger blev gennemført.

TV 2/Bornholm har i en længere årrække anvendt Google Analytics men set i lyset af de komplekse foranstaltninger, som en lille organisation som TV 2/Bornholm skulle gennemføre, blev løsningen nødvendigvis at skifte analyseredskab. Fra den 1. juni 2023 blev Plausible Analytics i stedet lagt ind på website. På den dag skete der en række ændringer i forbrugsmønstre, som ikke kan forklare med andet end den nye analyse software.

Det gælder både data om sidevisninger og brugere og forbrug af video.

Samtidigt er det nødvendigt at se på en mere præcis opdeling, så vi bedre kan følge brugernes anvendelse af de forskellige typer af tilbud, som vi giver dem på video (nyheder, program og live). Det bliver sammenligneligt med 2024, mens vi bagudrettet ikke har de samme tal.

Antallet af afspilninger af video totalt i 2023:

|                      |           |
|----------------------|-----------|
| Programmer + nyheder | 1.939.600 |
| Live:                | 412.690   |

Der er altså tale om næsten 2 mio. gange, hvor en video er startet på vores web.

Efter den 1. juni 2023 (med den nye analyse software) kan vi lave en yderligere skelnen mellem programmer og nyheder:

|             |         |
|-------------|---------|
| Programmer: | 490.117 |
| Nyheder:    | 327.906 |
| Live:       | 216.636 |

(Ovenstående indgår i totaltallet for 2023).

Ud over antallet af gange en video bliver startet, ser vi også på, hvor mange minutter der er blevet set i 2023.

|                       |           |
|-----------------------|-----------|
| Programmer og nyheder | 4.418.409 |
| Live:                 | 1.022.212 |

I 2022 blev der afspillet 2,1 mio. minutter. Der er altså tale om en meget stor vækst. Det skal tages med et stort forbehold på grund af skift af målesoftware.

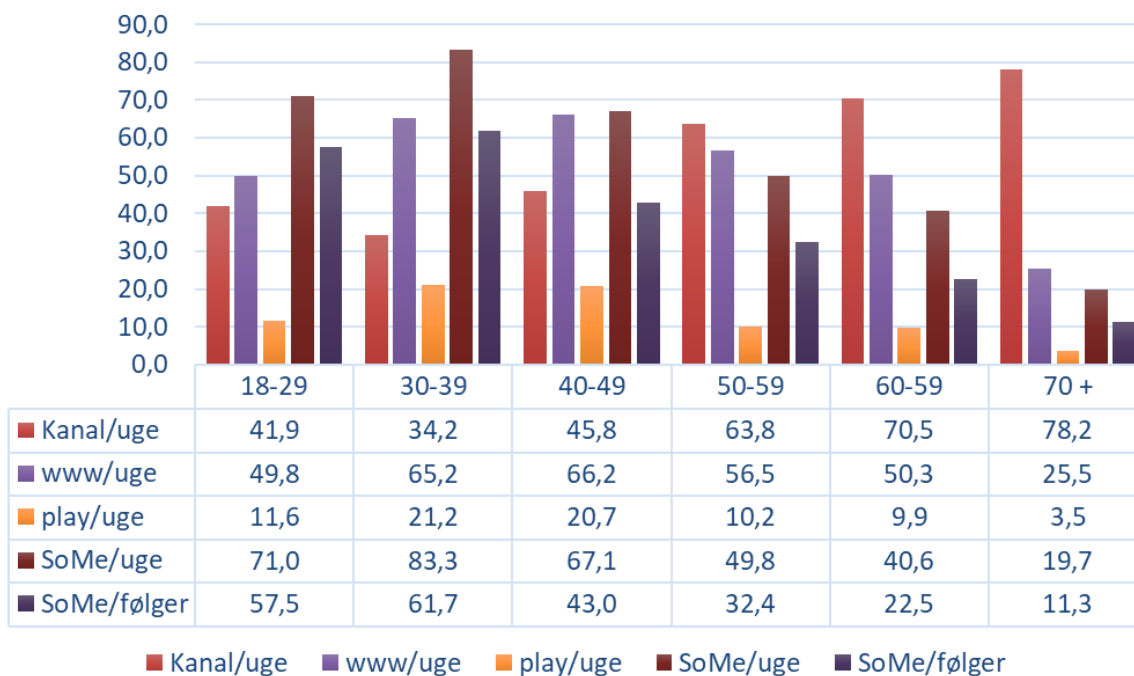
I 2024 vil der komme en mere præcis sammenligning i de forskellige kategorier.

## **2.4 Ugentlig kontakt på tværs af platforme.**

Vi anvender en undersøgelse fra Jysk Analyse til at følge bevægelserne på tværs af alder og platforme. Undersøgelsen fortæller os, hvor stor en andel af en aldersgruppe, der i løbet af en uge har været i kontakt med os. Tallene kan sammenlagt give mere end 100 %, og det skyldes, at en bruger typisk er på flere platforme i løbet af en uge:

## Ugentlig kontakt – alle platforme – 2023

Kilde: Jysk Analyse



På grund af den statistiske usikkerhed er det kun relevant at konkludere en udvikling, hvis forskellen er større end +/- 3 procentpoint.

Det betyder, at der er en tilbagegang blandt de 18-29 årige på TV-kanalen på 6,6 procentpoint. Der er en mindre tilbagegang på website på 4,4 procentpoint. Den udvikling deler TV 2/Bornholm med andre nyhedsmedier. TV 2/Bornholms stærke side er imidlertid, at vi har fat i næsten halvdelen af de bornholmske unge på web (49,8%) i løbet af en uge. Det er meget sjældent set blandt danske medier.

Der er så fremgang i aldersgruppen 50-59 på TV-kanalen på 4,4 procentpoint.

Den mindre gennemslagskraft på TV og web opvejes så med, at specielt de unge følger os i helt fantastisk store tal. Se f.eks. at 83,3 % af de 30-39 årige har mødt os på sociale medier. I 2022 var det tilsvarende tal 79,3% Det er en fremgang på 4 procentpoint.

### 2.5 Satsninger på unge.

Et fokusområde er at styrke kontakten med unge under 40 år. Her i er så indgået målrettede programmer mod børn og unge under 25 år:

- Ungdomsformatet BLINK har sendt 8 korte portrætprogrammer med fokus på unge mellem 15 og 25 år
- I samtaleprogrammet Mellem os, har vi opprioriteret gæster og emner, der interesserer de unge brugere
- Vi transmitterede skolequizen Smart Parat Svar med videns dyst mellem fire bornholmske 6. klasser
- Vi transmitterede direkte fra BUM – Bornholms Uddannelsesmesse samt fra bornholmsmesterskabet i håndværk (SKILS) og transmitterede fra den landsdækkende SKILS-finale.
- Vi transmitterede direkte fra DGI's forårsopvisning, hvor mange børn og unge er repræsenteret
- I fire programmer med titlen 'Jeg bli'r' fulgte vi unge, der har valgt at uddanne sig og leve på Bornholm
- Folkemødet blev flere gange dagligt dækket med live-reportager fra de unges folkemøde.
- Musikfestivalen Wonderfestiwall blev dækket med transmissioner fra festivalpladsen og teltområdet

Bedømt ud fra reaktioner, vi modtager her i huset, har vi hul igennem til dem. Imidlertid er det ikke muligt ud fra seer/bruger analysen at dokumentere det, når det gælder unge under 18 år. Det er ikke tilladt for Jysk Analyse at spørge brugere under 18 år. Det vil kræve forældrenes tilladelse.

TV 2/Bornholm har ikke login og dermed ikke profil på brugerne, hvilket betyder at der ikke er en pålidelig aldersmåling fra internet-platforme.

### **3. Specifikke forpligtelser.**

#### **3.1. Nyheds- og aktualitetsprogrammer.**

TV 2/Bornholm har produceret nyhedsprogrammer i vinduerne på TV 2 Danmark i det omfang, det er defineret i sendetidsaftalen (Public Service kontraktens bilag 2). Disse er også sendt på den regionale kanal. Både på den regionale kanal og i vinduerne på hovedkanalen på TV 2 Danmark er udsendelsen kl. 19.30 sendt med mulighed for hørehæmmede for at vælge tekster til, som krævet i PS-kontrakten. Der anvendes ikke automatiseret tekstning, idet denne løsning stadig ikke har den nødvendige kvalitet.

TV 2's formål er at nå ud til alle danskere og dække hele Danmark, og derfor har TV 2 set det som en naturlig forlængelse af udsendelsen af de regionale vinduer på hovedkanalen, at regionalt indhold også er tilgængeligt på øvrige platforme. Derfor består samarbejdet mellem TV 2 og TV 2 Regionerne i dag af langt mere end det.

Parterne samarbejder om en Christiansborg redaktion, og der er et samarbejde om genbrug af hinandens artikler på web-platforme.

Et afsnit i PS-kontrakten pålægger TV 2-regionen at styrke handicappedes adgang til public service tilbuddene. Det er ikke sådan, at TV 2/Bornholm har ressourcer til at foretage et selvstændigt udviklingsarbejde og/eller forsøgsarbejde. For at sikre at vi har opmærksomhed på det, så følger vi de test og forsøg med automatiseret tekstning, der finder sted hos de to store public service institutioner, TV 2 og Danmarks Radio. Herfra er tilbagemeldingen stadig (som det også fremgik af den regionale rapport fra december 2020), at det endnu ikke har den tilstrækkelige kvalitet til at kunne anvendes. Der er nu eksempler på test af automatiseret tale-til-tekst via AI-programmer. Der mangler stadig en teknisk løsning, som live kan overføre teksterne til en TV-kanal.

Public service-forpligtelserne, der er pålagt TV 2 DANMARK og TV 2 Regionerne, fastslår, at der stilles sendetid til rådighed for TV 2 Regionerne i hovedkanalens sendeflade (regionale vinduer).

TV 2's formål er at nå ud til alle danskere og dække hele Danmark, og derfor har TV 2 og TV 2-Regionerne set det som en naturlig forlængelse af udsendelsen af de regionale vinduer på hovedkanalen, at regionalt indhold også er tilgængeligt på øvrige platforme, så det regionale indhold også her møder danskerne. Derfor består samarbejdet mellem TV 2 og TV 2 Regionerne i dag af langt mere end det.

Parterne har en aftale om tv-indhold, både i form af ny-produktion og om "genudsendelse" af hinandens nyhedsklip og hele programmer. Parterne samarbejder om en Christiansborg-redaktion, og der er et samarbejde om "genbrug" af hinandens artikler på respektive websites.

Siden 2017 har der været en aftale om udgivelse af regionale programmer på TV 2 PLAY. Denne aftale omfatter "vinduerne" på TV 2s hovedkanal. Det sker for at sikre, at TV 2-Regionerne også har regionale vinduer i streaming universet.

I foråret 2022 blev samarbejdet udvidet til også at omfatte udvalgte programmer fra TV 2 Regionernes 24 timers kanaler.

TV 2 Regionerne udvælger hvilke regionale programmer, der kan gøres tilgængelige på TV 2 PLAY og udvælger kun programmer, de har rettighederne til at videreoverdrage. Det er TV 2, der beslutter, hvilke af de udvalgte regionale programmer, der bliver tilgængeliggjort på TV 2 PLAY. De regionale programmer integreres i programudbuddet på TV 2 PLAY på samme måde som andet indhold, som TV 2 erhverver licens til fra danske og udenlandske programleverandører. Det regionale indhold på TV 2 PLAY kan imidlertid tilgås uden om betalingsmuren, sådan at man ikke behøver et abonnement til TV 2 PLAY for at se de regionale programmer.

Den samlede produktion af nyhedsudsendelser i 2023 udgjorde 189 timer.

Den samlede produktion af aktualitetsprogrammer udgjorde 448 timer.

De væsentligste programmer, der er medregnet i denne kategori, er naturmagasinet EKKO, Nyhedsmagasinet Perspektiv, Kulturkalenderen, Kulturreportagen samt transmissioner fra møderne i kommunalbestyrelsen og regionsrådet. Dertil kommer det ugentlige debatprogram, 360, der sendes fra studiet i Aakirkeby.

### **3.2. Dækning af det regionale område.**

TV 2/Bornholms dækningsområde består kun af en kommune samt Ertholmene, som ikke er en del af Bornholms Regionskommune.

I modsætning til de andre TV 2-Regioner er der derfor ikke nogen opdeling af dækning på kommuner.

Der føres ikke statistik over, hvor på Bornholm TV 2/Bornholm har produceret indslag, nyheder eller programmer. Det vil være et overflødig bureaukrati, fordi stationen i praksis har været over hele øen i løbet af et par dage.

### **3.3. Udvikling af indhold og distributionsformer.**

TV 2/Bornholm anvender følgende distributionskanaler til at nå seere og brugere:

1.  
Nyhedsudsendelser i vinduerne på TV 2 Danmarks hovedkanal som foreskrevet i PS-kontraktens sendetidsaftale.
2.  
Udsendelser på flow TV på den regionale 24 timers kanal (her bliver nyhedsudsendelserne også bragt).
3.  
Skrevne nyheder, video og foto m.m. på website [www.tv2bornholm.dk](http://www.tv2bornholm.dk) I 2020 åbnede en nydesignet og nyprogrammeret version af dette website.
4.  
On-demand og live streaming på [play.tv2bornholm.dk](http://play.tv2bornholm.dk). Med live stream menes direkte udsendelse af den regionale kanal.
5.  
Tre forskellige Facebook sider:
  - a. Stationens hovedside med nyheder, video og debat.
  - b. Trolling Master Bornholm med nyheder og video fra det årlige TV-show.
  - c. Sprogblomster med afsæt i quiz om det bornholmske sprog.

6. Regelmæssige udgivelser på Instagram med nyheder, video.

7. Apps til både Apple iOS og Google Android. De blev begge opdateret i december 2023. Et væsentligt nyt tiltag på dem er muligheden for udover at se den regionale kanal direkte også at se on-demand programmer på mobiltelefonerne. Det skal understøtte målet om at få fat i flere brugere under 40 år.

### **3.4. Strategi samt mål og målbare succesparametre.**

Bestyrelsen for TV 2/Bornholm udarbejdede i august/oktober 2019 den overordnede målsætning. De kaldes ledestjerner, og bliver revideret hvert år i august måned. Nedenstående var gældende i 2023:

- 1. Vi vil gøre Bornholm til et bedre sted at leve, ved at være aktivt samfundsudviklende gennem konstruktiv journalistik og skaber af events.**
- 2. Vi vil inddrage og engagere bornholmerne i store og små fællesskaber, der skaber sammenhængskraft på Bornholm.**
- 3. Vi vil fastholde at være bornholmernes foretrukne nyhedsleverandør gennem kritisk journalistik uafhængigt af økonomiske og politiske interesser.**
- 4. Vi vil investere i øget tilgængelighed og tilstedeværelse på relevante digitale platforme.**
- 5. Vi vil øge antallet af brugere af vores indhold blandt målgruppen under 40 år.**
- 6. Vi vil sætte den grønne omstilling på samfundsdagsordenen i vores indholdsproduktion, samtidig med at vi sætter ambitiøse mål for reducere af vores eget klimaaftryk.**
- 7. Vi vil være en attraktiv og kreativ arbejdsplads med engagerede, dygtige medarbejdere.**

Disse blev opdateret i løbet af efteråret 2023, og endelig ændret på det sidste bestyrelsesmøde (se side 1-2). I forhold til denne PS-redegørelse er det imidlertid ovenstående, der har været gældende.

Bestyrelsen fastsætter også de målbare mål. I forbindelse med årsrapporten bliver de målbare mål evalueret. Her er så en gennemgang af de målbare mål for 2023.

| Løbende mål budget 2023              | Status/indsats 2023 | Resultat   | Løbende mål budget 2024 |   |
|--------------------------------------|---------------------|--|-------------------------|---|
| Antal nyproducerede timer: 850 timer | 775 timer           | Målet blev ikke nået. Resultatet skyldes, at der er flyttet personaleressourcer fra TV-produktion til SoMe og internet. Det er nødvendigt for at følge brugerne til de platforme, hvor de befinder sig. Desuden har der været fokuseret på at skabe en højere indholdskvalitet, idet antallet af billige programmer er blevet reduceret. | 700 timer               | Baggrunden for det budgetterede fald er flytning af ressourcer til net. |
| Genudsendelser: 7.000 timer          | 7.361 timer         | Når produktionen af nye udsendelser falder, vil visningen af genudsendelser stige.   | 6.000 timer             | Resultatet vil være afhængigt af, hvordan det går med nyproducerede.    |
| Fillers trailers 225 timer           | 389 timer           | Der blev bragt flere trailere for at skabe mere interesse for programmerne.  | 225 timer               | Målsætningen er uændret fra 2022, idet det er en realistisk målsætning. |
| Nyhedsskilte: 685 timer              | 235 timer           | Lidt færre skilte skyldes lidt flere genudsendelser.   | 1859 timer              | Antal timer med nyhedsskilte vil afhænge af mængden af genudsendelser.  |

|  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|
|  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|



|   |                         |   |       |   |
|---|-------------------------|---|-------|---|
| Antal timer på web-TV                             | Samme som nyproducerede | Alt udgives på nettet.  | Samme | Samme   |
| Antal artikler på eget website: 8.500             | 6.179                   | Målet delvist nået. Antallet af artikler med en mere landsdækkende vinkel blev reduceret for at koncentrere omkring de regionale nyheder. | 8.500 | Der arbejdes mere bevist med at sikre udgivelsen af flere reelt regionale historier.                          |
| Heraf antal artikler med video: 2.300             | 2.146                   | Der er tale om en stigning på lidt over 100, men målet er ikke nået helt.   | 2.500 | Et forbedret arbejdsflow omkring udgivelse af video, skal gøre det muligt at udgive flere artikler med video. |
| Antal enheder/udgivelser på sociale medier: 3.000 | 4.407                   | Resultatet er væsentlig højere end målsætning på grund af det tidligere nævnte med flere personale ressourcer på sociale medier.          | 3.000 | Målet er sat ned, fordi strategien er at undgå at der bliver en oplevelse af spam fra os.                     |

|   |     |  |     |  |
|---|-----|--|-----|--|
| Antal udgivelser med video på Facebook: 800 | 857 | Resultatet er højere end målsætning og er en afsmitning af, at der er flere medarbejdere til det og mere video til rådighed. | 800 | Redaktionens ressourcer er uændret til dette, så forventningen er, at målet bliver nået. |
|---|-----|--|-----|--|

|  |     |  |  |  |
|--|-----|--|--|--|
|  | 367 |  |  |  |
|--|-----|--|--|--|



|   |                                     |   |         |   |
|---|-------------------------------------|---|---------|---|
| Antal udgivelser på Instagram: 200  |                                     | Målet er mere end nået. Det store tal skyldes en bevidst satsning på Instagram med video klip fra udsendelser samt som nævnt tilførsel af flere mandskabstimer. | 400     | Satsningen på Instagram som lancering af videoklip til markedsføring af udsendelser fortsætter. |
| Antal unikke besøgende pr. måned i gns.: 250.000                                | 320.000 besøgende i gns. pr. måned. | Målet er mere end nået. Baggrunden kan være ændret analyseværktøj.  | 250.000 | På baggrund af resultatet i 2023 er målet lavt sat.   |
| Antal sessioner pr. dag i gns.: 30.000  | 22.672                              | Målet er ikke nået. Vi havde forventet en større fremgang, end der faktisk kom til at ske.  | 30.000  | På baggrund af resultatet i 2023 kan det være vanskeligt at nå målet i 2024                     |
| Afprøvning af nye events: 2   | 3 (1)                               | Under Folkemødet blev der afprøvet nyt debatformat, som event.  | 1       | Der forhandles om en kontrakt om en ny musikevent.  |
|   |                                     |   |         |   |
| Fastholde kontakten til bornholmerne. *) se statistik for 23 neden under skema. | Ny målsætning sat for 2024.         |   | 80 %    |   |
|   |                                     |   |         |   |

| Løbende mål budget 2023   | Status/indsats 2023    | Resultat                | Løbende mål budget 2024 |  |
|---|------------------------|-------------------------|-------------------------|--|
| Seernes kvalitetsvurdering på en skala fra 1 til 5:<br>19.30 udsendelse: 3,7<br>tv2bornholm.dk: 3,7 | 3,8<br>3,9             | Begge mål er nået.      | 4,1<br>4,0              | Det er en høj målsætning, som kan være vanskelig at nå.    |
| TV 2/Bornholm skal være arrangør/ igangsætter af events på sport og kultur.                         | Se særligt afsnit 3.12 | Målsætningen blev nået. |                         | Der er aftaler på plads for 2024, så målet forventes nået. |

|  |                                 |                |  |        |
|--|---------------------------------|----------------|--|--------|
| Engagere bornholmerne i store og små fællesskaber. | Flere events har dette som mål. | Målet er nået. |  | Samme. |
|--|---------------------------------|----------------|--|--------|

Bestyrelsen har ændret på rapportering fra 2023 til 2024. I det efterfølgende skema rapporteres om måltal, som var gældende i 2023 men som ikke videreføres i 2024.

| Løbende mål budget 2023  | Status/indsats 2023 | Resultat  | Løbende mål budget 2024 |  |
|--|---------------------|---|-------------------------|--|
| Antal konstruktiv journalistiske serier og andet: 1                    | 1                   | Serien "Helt elektrisk" om at have en elbil blev sendt i 5 afsnit.                          |                         |  |
| Nyproducerede serier om Bornholms historie: 1                          | 1                   | Serie om Bornholms Teaters historie i forbindelse med rund fødselsdag.                      |                         |  |
| Lancering af nye serier til flowtv pr. år: 3                           | 4                   | Der blev lanceret fire serier i 2023. Målet er nået.  |                         |  |
| Fastholde den ugentlige play kontakt for 30-39 årige: 25 %             | 21,2 %              | Den er lidt lavere end målet, men er tæt på grund af statistisk usikkerhed i undersøgelsen. |                         |  |
| Fastholde den ugentlige website kontakt for 18-29 og 30-39 årige: 75 % | 49,8 % og 65,2      | Målet er ikke nået.   |                         |  |
| Fastholde den ugentlige SoMe kontakt for 18-29 og 30-39 årige: 75 %    | 71,0 % og 83,3 %    | Målet er nået.  |                         |  |
| Lancering af tema, som sætter den grønne omstilling på dagsordenen: 1  | 1                   | Målet er nået. Serie om brug af el-biler i hverdagen på Bornholm.                           |                         |  |

|  |   |  |  |  |
|--|---|--|--|--|
| Lancering af nye formater til 18-29 årige: 2 | 2 | Målet er nået bl.a. med serien Helt grøn og direkte transmission fra Skills. |  |  |
| Lancering af nye formater til 30-39 årige: 2 | 2 | Målet er nået bl.a. med serien om Sjølegård.                                 |  |  |

\*) Statistik for 2023 vedr. ugentlig kontakt. Skema på side 3 omfatter nyheder. Dette er kontakt på alle platforme inklusive programmer:

#### Ugentlig kontakt til bornholmerne

|                  | Har ugentlig kontakt (1-3 platforme) |
|------------------|--------------------------------------|
| 18 - 29 år       | 84%                                  |
| 30 - 39 år       | 94%                                  |
| 40 - 49 år       | 90%                                  |
| 50 - 59 år       | 87%                                  |
| 60 - 69 år       | 89%                                  |
| 70 år eller mere | 85%                                  |
| TOTAL            | 88%                                  |

Det er især bemærkelsesværdigt, hvor stor en kontakt TV 2/Bornholm har med de unge.

### 3.5. Dansk kunst og kultur.

TV 2/Bornholm har i 2023 udover løbende nyhedsdækning sendt følgende serier og større produktioner om og med det bornholmske kulturliv:

- Kulturkalenderen hver uge om, hvad der sker i kulturlivet på Bornholm.
- Kulturreportagen med længere indslag, der fokuserer på et enkelt element eller person i det bornholmske kulturliv.
- Den årlige kulturkavalkade blev i 2023 sendt direkte fra studiet. TV 2/Bornholms kulturpris blev uddelt igen. Den gik til sprogforskeren Alex Speed Kjeldsen for sit arbejde med at bevare det bornholmske sprog.
- Ugentlig magasin om fredagen, Musikhjørnet, med musikere, der giver koncert den weekend på Bornholm.
- Samarbejdet med Bornholms Tidende om deres sportspriser blev udvidet og blev til en direkte transmitteret prisuddeling. Tidende har ansvaret for årets sportsnavn og årets talent. De udpeger også tre til lederprisen, men den pris afgøres via TV 2/Bornholms SMS system, så det er seernes afgørelse, hvem der skal have lederprisen.

- Interview-magasinet Mellem Os, der sendes fire gange om ugen, har ganske ofte hovedpersoner fra det bornholmske kulturliv.
- Rønne Theaters 200 års fødselsdag blev markeret med en serie om teatres historie.
- For første gang lykkedes det at få en aftale med Bornholms Sommerrevy om at optage og udsende et uddrag af revyen.
- Der blev produceret en julekoncert i Klemensker Kirke.

### **3.6. Indkøb af programmer og samarbejde med producenter.**

TV 2/Bornholm skal så vidt muligt, for mindst en tredjedels vedkommende, købe programmer der ikke er nyheds- og aktualitetsprogrammer ved private producenter.

Andelen målt på sendetid er 38,3 og er altså over det krævede på 33,33%

Tallet dokumenteres via en løbende registrering af programmer i programplan-værktøjet Whats On. Når året er omme, kan der laves et udtræk, som dokumenterer, hvad der er sendt.

### **3.7. Samarbejdet med de øvrige regionale TV 2-virksomheder.**

TV 2-regionerne er forpligtiget til at samarbejde om dækning af grænseområder for at sikre dækningen af kommuner og folketingsvalgskredse.

Det er ikke relevant for TV 2/Bornholm. Der er dog en løbende opmærksomhed på, om der er sammenfald af historier fra eller om Region Hovedstaden med TV 2 Kosmopol.

### **3.8. Beskyttelse af børn.**

Der har været sendt en enkelt kortfilm, hvor det har været relevant at advare mindreårige mod skadeligt indhold. Aldersgrænsen blev vurderet til minimum 16 år, og det blev kommunikeret med den standard grafik, som anvendes i Danmark.

### **3.9. Betjening af handicappede.**

TV 2/Bornholms hovednyhedsudsendelse er blevet tekstet alle ugens syv dage hele året.

Dette er kravet i PS-kontrakten.

I PS-kontrakten er det også angivet, at når automatiseret tekstning er muligt, skal der tekstes 4 timer om dagen. De seneste analyser på det område foretaget af TV 2 Danmark og DR konkluderer, at kvaliteten stadig er for dårlig. Derfor er automatiseret tekstning ikke implementeret endnu. Der er dog tegn på, at der i løbet af 2024-2025 nu begynder at komme AI-baseret software med en højere kvalitet.

### **3.10. Dansk sprog.**

TV 2/Bornholm udøver løbende sproglig efterkritik. Når det gælder det bornholmske sprog, så producerer vi en quiz, hvor deltagerne skal gætte betydningen af ordene.

### **3.11. Europæiske programmer.**

TV 2/Bornholm har udelukkende udsendt programmer produceret i Europa, så andelen af europæiske programmer er 100%.

10% af sendetiden, der ikke består af nyheder, sportsbegivenheder og konkurrencer, skal være programmer fra uafhængige producenter.

Andelen målt på sendetid i 2023 er 16,7 % og altså over de krævede 10 %.

En passende andel skal være nyere programmer. Stort set alle udsendte programmer har været produceret i 2023.

### **3.12. Events.**

TV 2/Bornholm har en særlig forpligtigelse i forhold til andre TV 2-Regioner til, i samarbejde med lokale organisationer, at lave events inden for idræt og kultur. I 2023 var de væsentligste:

- Direkte transmitteret event om sportsåret med uddeling af sportspriser i samarbejde med Bornholms Tidende.
- Direkte transmitteret event om kulturåret med uddeling af kulturpris.
- TV-transmitterede debatter fra Folkemødet.
- Trolling Master Bornholm (fiskekonkurrence) sammen med Tejn Idræts Forening og Tejn Borgerforening.
- Samarbejde med og transmission fra musikfestivalen Wonderfestiwall.
- Kokke konkurrencen Sol over Gudhjem i samarbejde med Gudhjem og organisationen bag. Konkurrencen har to forskellige afdelinger. En sommer version med Danmarks bedste kokke og en vinterversión med unge talenter. Det sidste er kommet til efter forslag fra TV 2/Bornholm.
- Mine aftener i paradís. Koncerter i Gudhjem Bio.
- DGI gymnastik opvisning.
- Direkte transmission fra Bornholms Uddannelses Messe (BUM) samt fra Bornholms mesterskaberne i håndværk (skills).
- Væsentlig daglig dækning af etapeløbet Etape Bornholm.
- Julekoncert fra Klemensker Kirke i samarbejde med menighedsrådet i Klemensker.

### **3.13 Folketingsvalg.**

Der er ikke afholdt folketingsvalg i 2023.

## **4. Dialog med befolkningen.**

TV 2/Bornholms repræsentantskab består af 35 lokale organisationer og dialogen med disse foregår på to årlige møder. På møderne er det et fast punkt at lave efterkritik af udgivelserne. Der er blevet eksperimenteret med formen af møderne bl.a. med gruppearbejde, hvor grupperne har skulle debattere hver deres emne.

Desuden har der været arrangeret besøg af mange forskellige foreninger og skoler. Når de får en rundvisning bruges der også tid til dialog om produktionerne på de forskellige platforme.

### **4.1 Klagesager**

Der har i løbet af året været enkelte henvendelser vedr. fejl i journalistisk indhold på forskellige platforme. Disse er blevet rettet.

Der har været en enkelt klage til Pressenævnet. Klagesagen var rejst af en lokal politiker over en konkret formulering i en artikel på nettet. Pressenævnet afviste klagen.



## 5. Tilgængeliggørelse af public service-indhold.

### 5.1. TV.

#### 5.1.1. Den regionale tv-kanal.

TV 2/Bornholm har i hele 2023 sendt på den regionale TV-kanal. Sådan fordeler programmerne sig i forhold til de foregående år.

|                              | 2019  | 2020 | 2021  | 2022  | 2023  |
|------------------------------|-------|------|-------|-------|-------|
| Nyheder                      | 586   | 690  | 582   | 557   | 561   |
| Debat/interview              | 978   | 1106 | 937   | 1.481 | 1.569 |
| Dokumentar                   | 206   | 218  | 177   | 190   | 249   |
| Nyhedsmagasin                | 10    | 0    | 0     | 0     | 0     |
| Vejr                         | 57    | 52   | 56    | 56    | 53    |
| Børn & unge                  | 29    | 63   | 63    | 31    | 70    |
| <b>Kultur</b>                | 596   | 537  | 523   | 435   | 402   |
| Begivenhed                   | 41    | 84   | 18    | 71    | 98    |
| Kunst                        | 4     | 24   | 73    | 35    | 178   |
| Religion                     | 57    | 133  | 49    | 87    | 126   |
| Film                         | 5     | 23   | 1     | 0     | 4     |
| TV/Presse                    | 31    | 20   | 29    | 24    | 23    |
| Live                         | 0     | 0    | 0     | 0     | 0     |
| <b>Livsstil</b>              | 1.093 | 919  | 1.014 | 923   | 1.018 |
| Forbrug                      | 0     | 0    | 3     | 51    | 103   |
| Have                         | 0     | 0    | 0     | 23    | 0     |
| Mad                          | 124   | 62   | 336   | 249   | 209   |
| Sundhed                      | 0     | 7    | 127   | 20    | 14    |
| <b>Musik</b>                 | 17    | 50   | 78    | 22    | 21    |
| <b>Politik &amp; samfund</b> | 483   | 212  | 609   | 577   | 367   |
| Erhverv                      | 90    | 82   | 148   | 136   | 60    |
| Personer                     | 347   | 349  | 333   | 295   | 368   |
| Reportage                    | 776   | 908  | 657   | 745   | 936   |
| <b>Show</b>                  | 0     | 0    | 0     | 4     | 3     |
| Quiz                         | 344   | 344  | 447   | 462   | 321   |
| Talkshow                     | 0     | 8    | 0     | 0     | 0     |
| <b>Sport</b>                 | 236   | 175  | 155   | 69    | 152   |
| Sportsbegivenhed             | 221   | 138  | 72    | 171   | 166   |
| <b>Viden</b>                 | 23    | 18   | 103   | 41    | 62    |
| Historie                     | 581   | 1110 | 734   | 700   | 482   |
| Natur                        | 996   | 720  | 687   | 684   | 521   |
| Sprog                        | 0     | 0    | 0     | 0     | 0     |

### **5.1.2. "Vinduer" i TV 2-sendefladen.**

Nyhedsprogrammer fra vinduerne på TV 2 Danmark er blevet spejlet, så de også kan ses på den regionale kanal. Der har været enkelte dage med tidsmæssig forskydning. Der er sendt 207 timer i vinduerne på TV 2 Danmark. Der var i 2022 sendt 214 timer. Udsving skyldes aflysninger af udsendelser på TV 2s hovedkanal. Typisk sker det i forbindelse med sportstransmissioner.

### **5.1.3. Internetbaserede tjenester.**

TV 2/Bornholm har i 2023 drevet dette website:

[www.tv2bornholm.dk](http://www.tv2bornholm.dk)

Her er der blevet udgivet skrevne nyheder med brug af video, programrelateret information og seerservice.

Som en integreret del (men også med mulighed for at tilgå det separat) har TV 2/Bornholm drevet: [play.tv2bornholm.dk](http://play.tv2bornholm.dk). Her er alle udsendelser til rådighed som on-demand. Desuden kan den regionale kanal tilgås som live-stream, så man kan se den regionale kanal uden at have et TV-signal på kabel eller antenne. Der er valgt åbne standarder i det omfang, det er muligt og relevant. Begge websites er testet i forhold til de tre store styresystemer: Windows, Apple OS og Google Android og de forskellige webbrowsere, som er relevante for danske brugere.

TV 2/Bornholm driver ikke website på kommercielle vilkår. Ovenstående er altså med gratis og uhindret adgang. Indholdet er ikke geoblokeret.

Ud over dette driver TV 2/Bornholm tre fællesskaber på Facebook. Stationens hoved Facebook side med nyheder og debat plus to Facebook sider, der retter sig mod mindre målgruppe (bornholmere med interesse for det bornholmske sprog samt lystfiskere).

Som det sidste anvendes Instagram til nyheder samt markedsføring af programmer, der kan ses enten på den regionale kanal eller som on-demand på play.

Der er ikke oprettet yderligere internet-baserede aktiviteter end de, der er beskrevet i PS-kontraktens bilag 3.

## 5.2. Arkiver.

TV 2/Bornholm opbevarer alle udsendelser siden stationens premiere i 1990.

Alle udsendelser siden 2012 er tilgængelig online, og udsendelserne fra 2023 er derfor løbende blevet tilføjet dette arkiv.

Der er en digitalisering i gang af de mange tusinde timer, der blev sendt fra starten i 1990 til 2012.

**REGNSKABET I HOVED- OG NØGLETAL**

Set over en 5 – årig periode kan virksomhedens udvikling beskrives ved følgende hoved- og nøgletal.

| <b>Beløb i kr. 1.000</b>                                       | <b>2023</b>  | <b>2022</b>  | <b>2021</b> | <b>2020</b>  | <b>2019</b> |
|--|--------------|--------------|-------------|--------------|-------------|
| <b>Resultatopgørelse:</b>                                      |              |              |             |              |             |
| Nettoomsætning   | 73.324       | 69.864       | 70.313      | 68.448       | 68.535      |
| Bruttoresultat   | 15.993       | 13.499       | 13.653      | 15.739       | 14.723      |
| Resultat af ordinær drift                                      | 903          | -884         | -317        | 2.590        | -64         |
| Resultat af finansielle poster                                 | 157          | -94          | -124        | -184         | -133        |
| <b>Årets resultat</b>  | <b>1.060</b> | <b>-978</b>  | <b>-441</b> | <b>2.406</b> | <b>-197</b> |
| <b>Balance:</b>  |              |              |             |              |             |
| Omsætningsaktiver, ultimo                                      | 17.528       | 14.254       | 16.720      | 16.306       | 12.751      |
| Balancesum, ultimo   | 33.743       | 30.672       | 34.288      | 32.353       | 29.572      |
| Egenkapital, ultimo  | 15.932       | 14.872       | 15.850      | 16.291       | 13.884      |
| <b>Pengestrømme:</b>   |              |              |             |              |             |
| Driftsaktiviteter  | 6.195        | 3.734        | 4.755       | 5.171        | 4.879       |
| Investeringer  | -3.716       | -2.721       | -5.317      | -2.932       | -4.420      |
| Heraf investeringer i materielle og immaterielle anlægsaktiver | -3.716       | -2.721       | -5.317      | -2.932       | -4.420      |
| Finansiering   | 0            | 0            | 0           | 0            | 0           |
| <b>Årets likviditetsvirkning</b>                               | <b>2.479</b> | <b>1.013</b> | <b>-562</b> | <b>2.239</b> | <b>459</b>  |
| Antal fuldtidsbeskæftigede                                     | 92           | 90           | 89          | 84           | 85          |
| Sendetimer   | 8.760        | 8.760        | 8.760       | 8.784        | 8.760       |
| <b>Nøgletal i %:</b>   |              |              |             |              |             |
| Overskudsgrad  | 1,4%         | -1,4%        | -0,6%       | 3,5%         | -0,3%       |
| Bruttomargin   | 21,8%        | 19,3%        | 19,4%       | 23,0%        | 21,5%       |
| Likviditetsgrad  | 98,4%        | 90,2%        | 90,7%       | 101,5%       | 81,3%       |
| Soliditetsgrad   | 47,2%        | 48,5%        | 46,2%       | 50,4%        | 46,9%       |
| Egenkapitalforrentning   | 6,7%         | -6,6%        | -2,8%       | 14,8%        | -1,4%       |

**Ovenstående nøgletal er beregnet således:**

|                        |  |
|------------------------|--|
| Overskudsgrad          | $\frac{\text{Driftsresultat} \times 100}{\text{Nettoomsætning}}$                   |
| Bruttomargin           | $\frac{\text{Bruttoresultat} \times 100}{\text{Nettoomsætning}}$                   |
| Likviditetsgrad        | $\frac{\text{Kortfristede aktiver} \times 100}{\text{Kortfristede forpligtelser}}$ |
| Soliditetsgrad         | $\frac{\text{Egenkapital ultimo} \times 100}{\text{Passiver i alt, ultimo}}$       |
| Egenkapitalforrentning | $\frac{\text{Årets resultat} \times 100}{\text{Gennemsnitlig egenkapital}}$        |