

## **Public Service redegørelse 2022 TV 2/Bornholm**

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

Et flertal i Folketinget indgik i maj 2022 et medieforlig gældende i perioden 2022 – 2025. Forliget indebærer, at der skulle laves lovændringer i den folketingssamling, som blev indledt i oktober. Lovforslagene blev imidlertid trukket tilbage som følge af udskrivelsen af folketingsvalget den 5. oktober 2022.

Det har betydning for bl.a. revision, idet det var hensigten, at TV 2/Bornholm som de andre regioner skulle skifte fra Rigsrevisionen til statsautoriserede revisorer.

TV 2/Bornholms overordnede målsætning (kaldet ledestjerner) indgår som bilag 1 i kontrakten. Bestyrelsen diskuterer og reviderer disse målsætninger hvert år i august, og på mødet i august 2022 blev der foretaget en ændring. De opdaterede ledestjerner er blevet indsendt til Kulturministeriet, men der er ikke foretaget nogen opdatering af Public Service kontrakten endnu. Uagtet at kontrakten ikke er opdateret, har de opdaterede ledestjerner været retningsgivende.

Ledestjernerne efter opdateringen ser således ud:

- 1. Vi vil gøre Bornholm til et bedre sted at leve, ved at være aktivt samfundsudviklende gennem konstruktiv journalistik og skabe 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.*

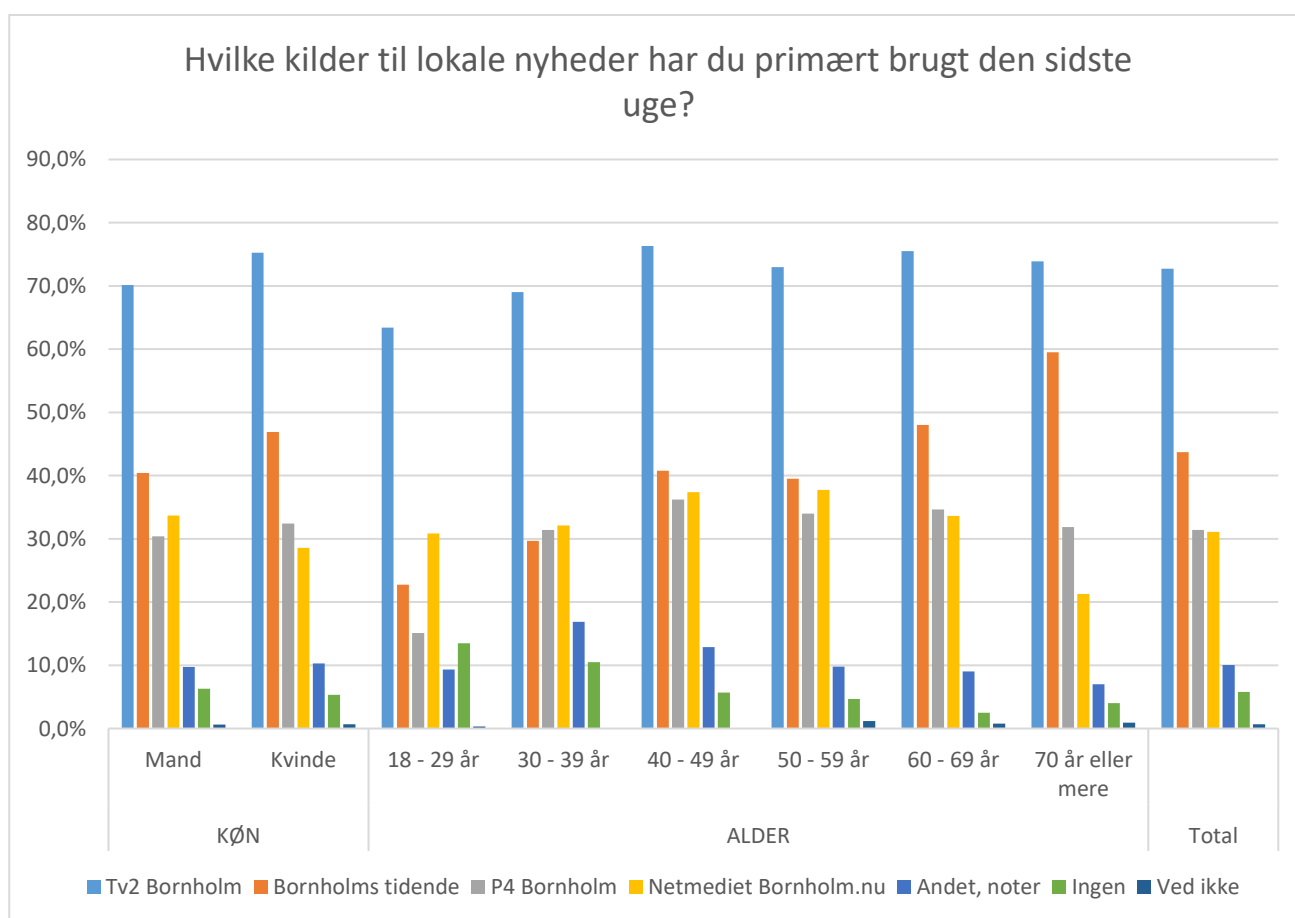
**7. Vi vil være en attraktiv og kreativ arbejdsplads med engagerede, dygtige medarbejdere.**

Bestyrelsen fastsætter i forbindelse med budgetlægningen en række målbare mål. Dette er sket både for det år, som denne redegørelse omfatter (2022) samt i efteråret også for det efterfølgende år (2023). De målbare mål vil blive gennemgået fra side 11 i denne redegørelse.

I og med corona-restriktionerne blev ophævet i 2022 blev de events gennemført, som er en del af kontraktens særlige krav til TV 2/Bornholm. Det betyder bl.a., at dækningen af Folkemødet var tilbage i fuld skala. Det gælder også events som Wonderfestiwall, Sol over Gudhjem og Trolling Master Bornholm.

Bestyrelsen på TV 2/Bornholm har i 2020 diskuteret, hvordan pkt. 3 skulle gøres til et målbart mål. Vi har kun nøjagtige tal for vores egen drift, men punktet handler om at kunne sammenligne over flere medier på Bornholm. Beslutningen er blevet at stille et særligt spørgsmål i de sædvanlige brugerundersøgelser, der foretages af Jysk Analyse på telefon ti gange i løbet af året. Resultatet er derefter blevet lagt sammen til et årsresultat.

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



På tværs af alle aldersgrupper svarer 73,9%, at de bruger TV 2/Bornholm som primær nyhedskilde.

Det er især bemærkelsesværdigt, hvor stor en gennemslagskraft, som TV 2/Bornholm har blandt brugerne op til 40 år. Desuden står vi stærkere blandt kvinder end blandt mænd. Næstmest brugte nyhedsmedie er Bornholms Tidende, som især blandt de ældre står rigtig stærkt, mens de står svagt blandt unge især under 30 år.

## 1.2 Dækningsområde.

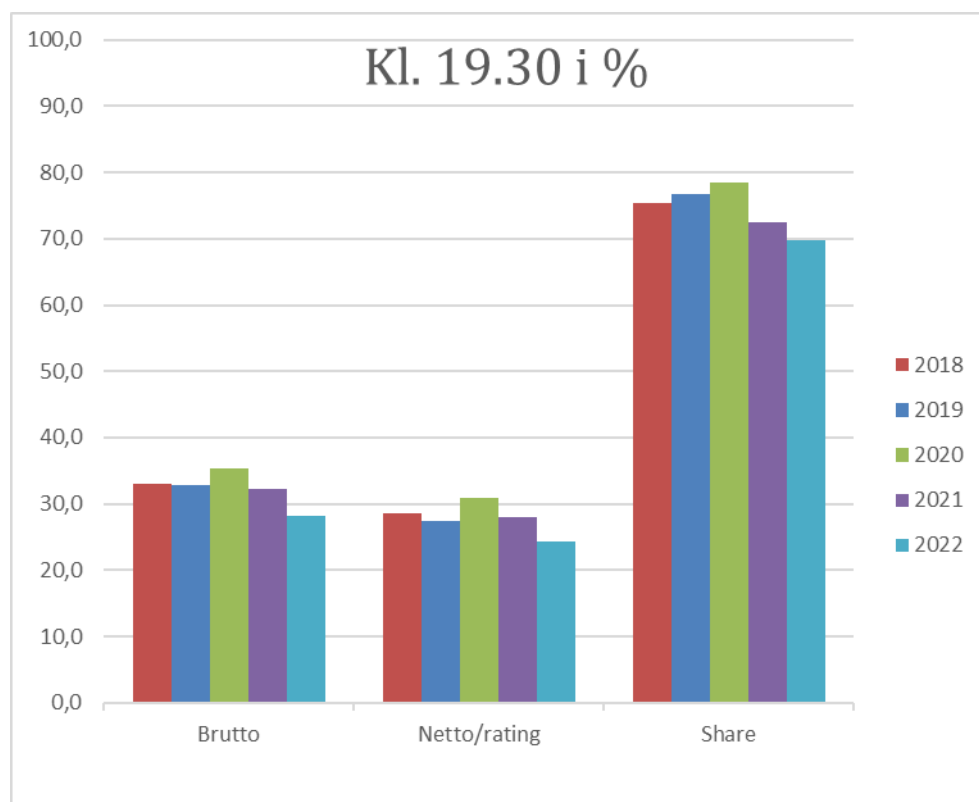
TV 2/Bornholm dækker Bornholm plus Ertholmene.

## 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:

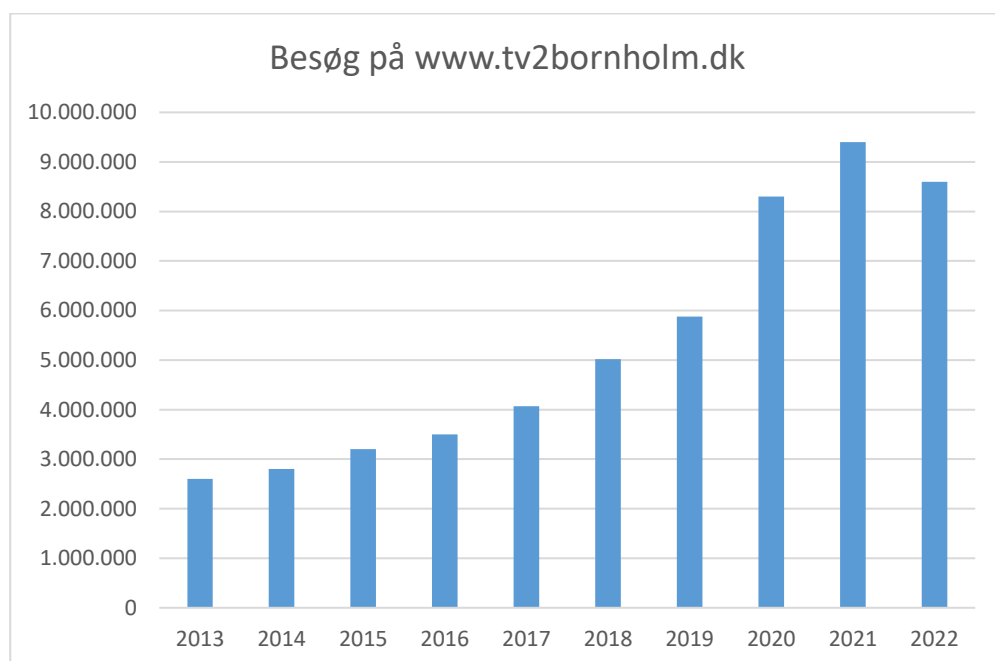


Undersøgelsen har en usikkerhed på +/- 3 procentpoint. Det er derfor ikke helt statistisk sikkert, at der er et fald fra 2021 til 2022, mens det er ret sikkert, at der er et fald fra 2020 til 2022.

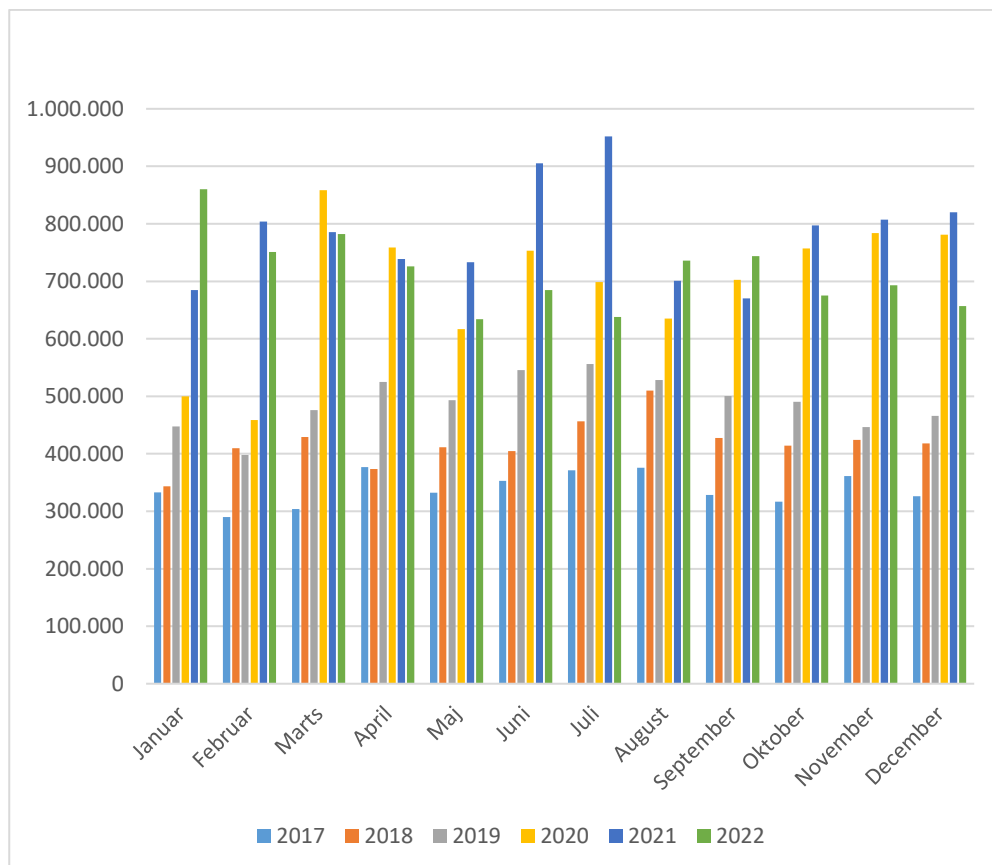
2020 er i øvrigt et usædvanligt år for nyhedsudsendelser. Det er præget af, at der er en højere tilslutning til at se TV-nyheder, fordi det var corona-epidemiens første år.

Når sening af nyhedsudsendelser er faldende for alle, så skyldes det også den forskydning, der sker fra flow-TV til streaming. Det er en kendsgerning, at nyhedsudsendelser ikke i synderligt omfang bliver brugt som on-demand.

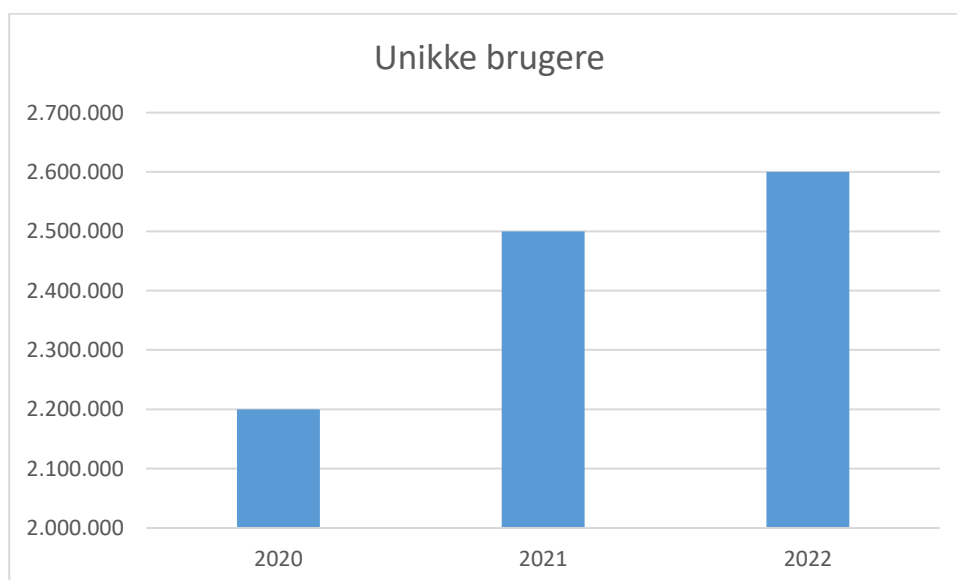
## 2.2 Udviklingen på andre platforme.



Der er tale om et fald på 6 % fra 21 til 22. Den væsentligste årsag er, at 2021 var et stort corona-år (især om sommeren). Derfor voksede vi med 13 % fra 2020 til 2021. Det betød stor daglig trafik, når dagens coronatal blev udgivet. Det fremgår også af denne månedsopdelte statistik, hvor juni og juli i 2021 var topscorere:



Der var imidlertid langt flere unikke brugere i løbet af 2022.



Årets resultat er derfor fremgang, når det gælder antallet af brugere, som vi har haft kontakt med. Bundlinjen er således, at vi når flere brugere, men de læser færre artikler. Vi har ikke nogen analyse, der præcist fastslår, hvorfor den enkelte bruger har læst færre artikler.

### 2.3 On-demand video.

Den væsentligste del af seningen af de regionale udsendelser er på Flow-TV. På landsplan registreres et langsomt fald i dette. Det vil være korrekt at antage, at det også gælder for TV 2/Bornholm.

Fra 2021 til 2022 har vi haft en vækst i antallet af udsendelser, der er blevet sat i gang på vores on-demand server. Væksten er på 3%. Brugerne har imidlertid set enten kortere udsendelser eller færre minutter af den enkelte udsendelse. Der er nemlig et fald fra 2,3 mio. minutter til 2,1 mio. minutter i antal minutter, der er blevet set.

Det har været en strategi at forsøge at gøre især målgruppen under 40 år interesseret i on-demand udbuddet.

Udsendelse	Page Views
Vores lille hospital - Vi er her døgnet rundt (19.04.22)	6262
Tilbageblik - Trolling Master Bornholm (24.04.22)	4273
Perspektiv - Oprustning på Bornholm (27.10.22)	4014
Dyk & Pløk - Det første dyk (14.8.22)	3806
22Nyheder (7.11.2019)	3719
Kro, håb og kærlighed - Den store åbningsdag (8.2.22)	3650
Trolling Master Bornholm - Onsdag morgen på kajen (27.4.22)	3322
Kro, håb og kærlighed - Fugemesteren tager fat (18.1.22)	3183
Trolling Master Bornholm - Dag 3 (29.4.22)	3166
Kro, håb og kærlighed - Tidnød og hakker i gulvet (25.1.22)	3045

Sådanne bruger tal er indimellem svære at analysere. Det er uforklarligt for os, hvorfor en tre år gammel nyhedsudsendelse bliver årets femte mest sete program. Udsendelsens tophistorie handler om en retssag om priser på fjernvarme, som ikke synes relevant i 2022.

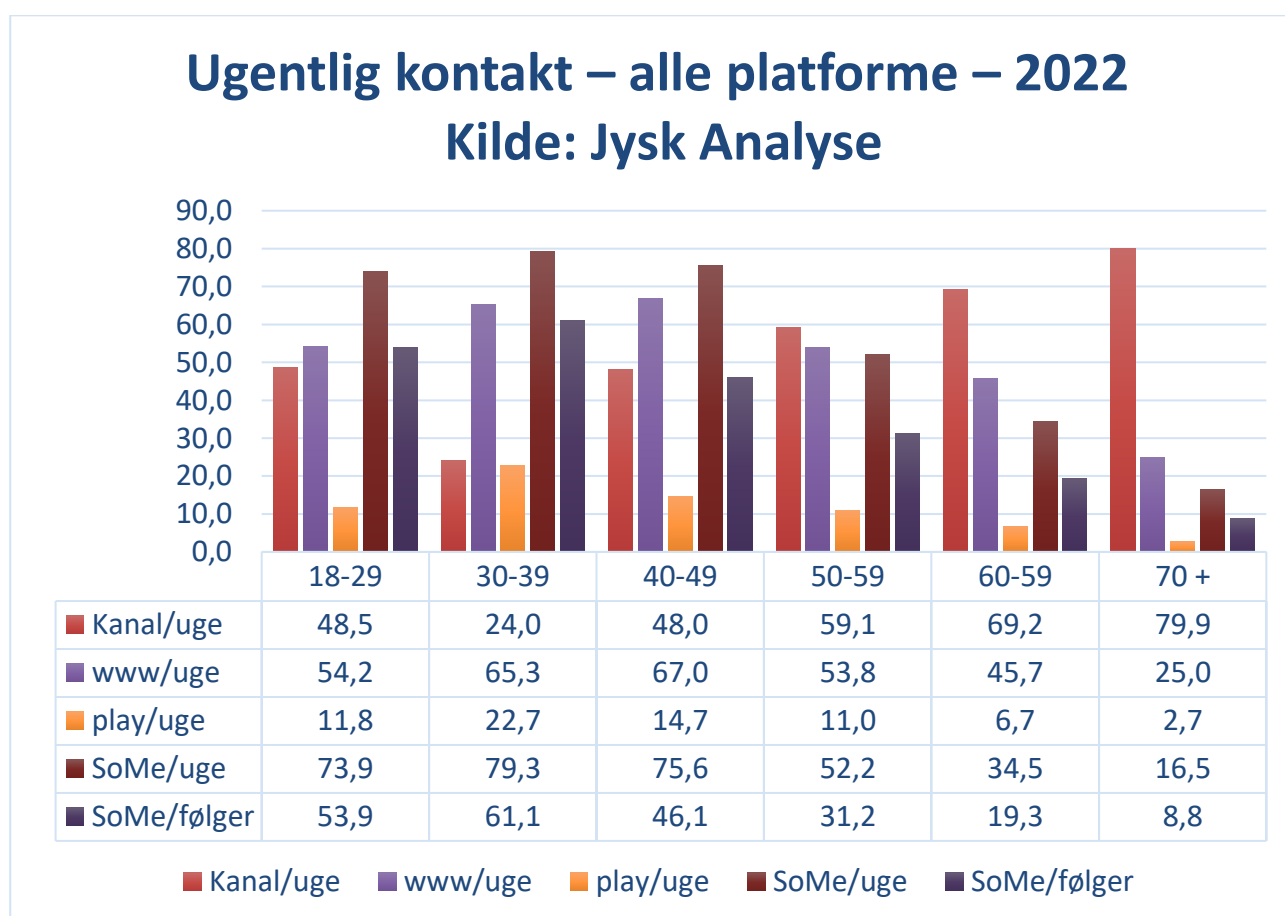
Udvalgte udsendelser har været placeret på TV 2 Play. Da der er tale om to separate web udbud, så skal resultaterne fra TV 2 Play lægges oven i. Her er tallene opgjort for hele serien:

TV 2/BORNHOLM: Kro, håb og kærlighed	15637
TV 2/BORNHOLM: Dyk & Pløk	5711
TV 2/BORNHOLM: Cort uden for sæsonen (enkeltstående udsendelse)	2301

Sæsonen for Kro, håb og kærlighed er på fire programmer, og det betyder de har et brugertal på knap 4.000 pr. program på TV 2 Play.

## 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:



I forhold til 2021 er der følgende udvikling i den aldersgruppe (<40 år), som interesser os særligt.

- TV-kanalen er uændret i aldersgruppen 18-29. Der er et fald i aldersgruppen 30-39 år, hvilket matcher den generelle udvikling, hvor denne aldersgruppe er i vækst på streaming.
- Web-nyheder har en større stigning i begge aldersgrupper. Begge stigninger er ca. 10 procentpoint.

- Play (on-demand) er uændret i begge aldersgrupper.
- SoMe platformene er uændret i aldersgruppen 18-29, mens der er en større stigning i aldersgruppen 30-39 år.

Der er derfor ikke noget entydigt billede af vores udvikling blandt aldersgruppen <40 år. På nogle platforme er der fremgang. På andre platforme er der tilbagegang. Nogle af disse udsving er over den statistiske usikkerhed og kan derfor fortælle en reel historie om ændrede brugermønstre. Samtidigt ligner udviklingen, hvad der sker generelt på mediemarkedet.

## **2.5 Satsninger på unge.**

Et fokusområde er at styrke kontakten med unge under 40 år (se i øvrigt skema på foregående side).

Når det gælder de unge under 30 år, har det også indebåret, at TV 2/Bornholm har lavet særlige programsatsninger til den målgruppe. Der har været tale om målrettede programmer under folketings-valgkampen (se afsnit om FV 22) og transmissioner fra Wonderfestiwall (musikfestival).

Når det gælder resultaterne af satsninger, så er der som nævnt ovenfor to modsatrettede resultater. På et område er TV 2/Bornholm gået tilbage (TV-kanalen). På et område er der uændret kontakt (play). På to områder er der fremgang (web og SoMe).

I og med at TV 2/Bornholm ikke anvender login profiler, så er der altid usikkerhed omkring præcisionen i rapporteringen.

## **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.

Siden 2017 har der været en aftale om udnyttelse af regionale programmer på TV 2 PLAY. Oprindeligt omfattede samarbejdet kun programmerne fra de regionale vinduer på hovedkanalen, men i foråret 2022 blev samarbejdet udvidet til også at omfatte 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 videreudnyttelse. 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, TV 2 erhverver licens til fra danske og udenlandske programleverandører. Det regionale indhold på TV 2 PLAY kan imidlertid tilgås uden om betalingsmuren, så man behøver ikke et abonnement til TV 2 PLAY for at se de regionale programmer. Alle programmer ligger på [play.tv2bornholm.dk](http://play.tv2bornholm.dk).

Begge parter har set aftalen om regionalt indhold på TV 2 PLAY som en naturlig forlængelse af det samarbejde, der i øvrigt er inden for TV 2 familien på de øvrige platforme. Det er naturligt at finde de regionale programmer i TV 2s streamingtjeneste, og aftalen giver derudover mulighed for, at regionalt indhold tilgængeliggøres og præsenteres for et større publikum. TV 2 har endvidere som et led i samarbejdet forpligtet sig til at dele sin viden om kuratering og performance af det regionale indhold med TV 2 Regionerne.

På den regionale kanal er der desuden sendt nyhedsudsendelser kl. 12.00 og kl. 14.00, der ikke bliver sendt på TV 2/Danmark.

Den samlede produktion af nyhedsudsendelser i 2022 udgjorde 194 timer. Den samlede produktion af aktualitetsprogrammer udgjorde 377 timer.

De væsentligste programmer, der er medregnet i denne kategori, er naturmagasinet EKKO, Nyhedsmagasinet Perspektiv, Kulturkalenderen 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.  
Fire 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. Ægte Øfødt som med afsæt i ungdomsserien med samme navn målretter sig mod de unge.
  - d. 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 2020. 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. Således også i august 2022, hvor der skete en ændring (markeret med rød):

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.**

Ændringen blev efterfølgende indsendt til Kulturministeriet, men PS-kontrakten er endnu ikke opdateret. Selvom den således formelt endnu ikke er en del af PS-kontrakten og måske først bliver det ved en senere opdatering, så er det den version, som har været anvendt siden vedtagelsen i bestyrelsen. Bestyrelsen fastsætter på samme møde også de målbare mål. I forbindelse med årsrapporten bliver de målbare mål evalueret.

Her er så en gennemgang af de målbare mål for 2022, resultaterne samt en gennemgang af de vedtagne mål for 2023.

Løbende mål budget 2022	Status/indsats 2022	Resultat	Løbende mål budget 2023	
Antal nyproducerede timer: 850 timer	700 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. I 2022 blev der ikke transmitteret fra Bornholms Travbane. Det svarer til ca. 60 timer.	850 timer	Målsætningen er uændret fra målet for 2022. Redaktionen arbejder på at nå målet. Trav-transmissioner er vendt tilbage.
Genudsendelser: 7.000 timer	7.439 timer	Når produktionen af nye udsendelser falder, vil visningen af genudsendelser stige.	7.000 timer	Resultatet vil være afhængigt af, hvordan det går med nyproducerede.
Fillers trailers 225 timer	310 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	311 timer	Lidt færre skilte skyldes lidt flere genudsendelser.	685 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	6.396	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: 2.000	2.033	Målet er nået.	2.300	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	4.042	Målet er overskredet på grund af det tidligere nævnte med flere personale ressourcer på sociale medier.	3.000	Uændret målsætning med uændrede ressourcer betyder, at vi vurderer, at målet vil blive nået i 23.

Antal udgivelser med video på Facebook: 800	777	Målet er så godt som nået.	800	Redaktionens ressourcer er uændret til dette, så forventningen er, at målet bliver nået.
---	-----	----------------------------	-----	--

Antal udgivelser på Instagram: 200	969	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.	200	Satsningen på Instagram som lancering af videoklip til markedsføring af udsendelser fortsætter.
Antal unikke besøgende pr. måned i gns.: 225.000	216.000 besøgende i gns. pr. måned.	Målet er omtrent nået. Vi havde forventet en større fremgang, end der faktisk kom til at ske.	250.000	På baggrund af resultatet i 2022 kan det være vanskeligt at nå målet i 2023
Antal sessioner pr. dag i gns.: 28.000	23.560	Målet er ikke nået. Vi havde forventet en større fremgang, end der faktisk kom til at ske.	30.000	På baggrund af resultatet i 2022 kan det være vanskeligt at nå målet i 2023
Afprøvning af nye events: 2	3 (1)	Under Folkemødet blev der afprøvet nyt debatformat, som event. Ukrainsk gudstjeneste i kirke i Rønne. Desuden blev der aftalt en ny musikevent i Gudhjem Bio, "Min aften i paradiset" i slutningen af oktober. Valgudskrivelsen gjorde, at den blev flyttet til januar 23.	2	Redaktionen arbejder med ide udvikling omkring nyt format til Folkemødet.
Antal konstruktiv journalistiske serier og andet: 1	1	Serie om brugen af elbiler i daglig drift på Bornholm.	1	

Nyproducerede serier om Bornholms historie: 1	1	Målet er nået. Serie om Bornholms Museums egen historie	1	Kontrakt om historisk serie er indgået, og den bliver produceret her i foråret 23.
Lancering af nye serier til flowtv pr. år: 3	4	Der blev lanceret fire serier i 2022. Målet er nået.	3	Der er produktioner på vej, som vil opfylde målet.
Fastholde den ugentlige play kontakt for 30-39 årige: 25 %	22,7 %	Den statistiske usikkerhed gør, at konklusionen er uændret kontakt.	25 %	Med de programmer, vi har på vej, så er det vores vurdering, at målet vil blive nået.
Fastholde den ugentlige website kontakt for 18-29 og 30-39 årige: 75 %	59,8 %	Målet er ikke nået. Det er et skuffende resultat.	75 %	Ud fra resultatet i 2022, så kan det være tvivlsomt, om det kan nås i 2023.
Fastholde den ugentlige SoMe kontakt for 18-29 og 30-39 årige: 75 %	76,6 %	Højere end målsætningen.	75 %	
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.	1	Ide udvikling pågår.

Lancering af nye formater til 18-29 årige: 2	2 bl.a. særlige valgprogrammer til målgruppen herunder et interview, som unge lavede med statsministeren.	Målet er nået	2	Redaktionelt udviklingsarbejde i gang.
Lancering af nye formater til 30-39 årige: 2	2, bl.a. sæson 2 i serien om Klemensker Kro.	Målet er nået	2	Redaktionelt udviklingsarbejde i gang.

Løbende mål budget 2022	Status/indsats 2022	Resultat	Løbende mål budget 2023	
Seernes kvalitetsvurdering på en skala fra 1 til 5: 19.30 udsendelse: 3,7 tv2bornholm.dk: 3,7	4,2 3,8	Målet overgået. Målet nået.	3,7 3,7	Forventes nået. Undersøgelserne gentages i 23.
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 2023, så målet forventes nået.

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



### **3.5. Dansk kunst og kultur.**

TV 2/Bornholm har i 2022 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 2022 sendt direkte fra Grønbechs Gård i Hasle, som er centrum for udstillinger af bornholmske kunsthåndværkere. TV 2/Bornholms kulturpris blev uddelt igen. Den gik til arkæologen Finn Ole Nielsen, som i 22 udgav en bog om et af de største fund på Bornholm, men derudover for i en menneskealder at have styret udgravninger og analyseret fundene på Bornholm.
- 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.

### **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 55,4 % 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 og var det heller ikke under folketingsvalget i november 2022, idet Bornholm har to selvstændige valgkredse. Folketingsvalget er således uafhængigt af valget i Region Hovedstaden i øvrigt.

### **3.8. Beskyttelse af børn.**

Der har ikke været bragt programmer, hvor det har været relevant at advare mindreårige mod skadeligt indhold.

I det tilfælde at der skal advares, så har TV 2/Bornholms afviklingssystem mulighed for at anbringe en advarsel på skærmen på linje med, hvad der sker på de danske nationale TV-kanaler.

### **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.

### **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 2022 er 20,9 % og altså over de krævede 10 %.

En passende andel skal være nyere programmer; stort set alle udsendte programmer har været produceret i 2022.

### **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 2022 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.

### **3.13 Folketingsvalget i november 2022.**

Kravene i sendetidsaftalen (bilag til Public Service kontrakten) er følgende:

1. Før valget. Den regionale hovedudsendelse kl. 22.00 forlænges med 10 minutter mandag til torsdag i den sidste uge op til valget.

Udsendelserne blev sendt som beskrevet i aftalen.

2. De regionale TV 2-virksomheders udsendelse "Det sidste ord" placeres dagen før valget kl. 18.14 – 18.55.

Udsendelse blev sendt som beskrevet i aftalen. På TV 2/Bornholms egen kanal fortsatte udsendelsen til kl. 19.30.

3. Valgdag og valgaften TV 2 DANMARK A/S stiller efter nærmere aftale sendetid til rådighed for de regionale TV 2-virksomheder, så de kan udsende nyheder i TV 2s morgenflade.

På valgdagen blev der sendt følgende morgenudsendelser alle med en varighed på 5:00 minutter: Kl. 7.30, 8.30 og 9.30.

4. TV 2 DANMARK A/S og de regionale TV 2-virksomheder samarbejder derudover fast om følgende, idet omfanget og placeringen af den regionale sendetid aftales efterfølgende: 17.00 – 19.00.

På valgdagen sendte regionerne kl. 16.10 og 17.12 med en varighed på 5:00 minutter i begge.

5. På valgaftenen sender de regionale TV 2-virksomheder på TV 2, såfremt det kan indpasses i TV 2 DANMARK A/S' sendestrategi.

Regionerne sendte ikke på valgaftenen efter ønske fra TV 2.

TV 2/Bornholm sendte valgudsendelse på den regionale kanal (beskrevet senere i dette afsnit).

6. Dagen efter valget. De regionale TV 2-virksomheder sender regionale nyheder med en varighed af 3 minutter i forbindelse med nyhedsudsendelserne i TV 2 DANMARKS morgenflade kl. 6.30, 7.30, 8.30, 9.30 og 10.30.

De fem morgenudsendelser blev sendt men med en varighed på 5:00 minutter.

7. De regionale TV 2-virksomheder skal som minimum sikres 40 minutters ekstra sendetid mellem kl. 16.00-19.00.

Der blev sendt tre udsendelser som opfylder kravene i dette punkt:

15.30: 15:00 minutter

17.12: 38:00 minutter

18.24: 30:00 minutter

8. De regionale TV 2-virksomheders hovedudsendelse kl. 22.00 forlænges med 10 minutter.

Udsendelsen blev forlænget med 10 minutter.

Alt ovenstående handler om udsendelser sendt i regionale vinduer på TV 2s hovedkanal.

De efterfølgende er alle udsendelser, som er sendt på den regionale kanal.

Præsentationsudsendelser med hvert af de opstillede partier og de kandidater, som var på stemmesedlen i de to bornholmske valgkredse.

I forbindelse med statsministerens landsdækkende valgtourne var hun også på Bornholm. Her valgte vi at lade tre unge fra Bornholms Ungeråd interviewe hende om emner, som de havde valgt.

En serie på fire programmer med titlen "De unges valg", som samtidigt blev udgivet som podcast.

Tre valgdebatter med deltagelse af flere partier med forskellige temaer (Økonomi, Klima og Sundhed).

En særlig ungdomsdebat sendt fra Campus Bornholm, hvor de unge via software løsning havde indflydelse på programmet. F.eks. stemte de live i programmet om, hvilket emne der skulle debatteres.

"Det sidste ord", som er afslutningsdebatten, har kun 40 minutter på TV 2s hovedkanal. Det anser vi for at være for kort, og derfor fortsatte den på den regionale kanal.

På valgdagen producerede TV 2/Bornholm en valgaften som supplement til de landsdækkende kanaler. Erfaringen – også fra denne gang – viser, at seerne gerne vil have de lokale resultater.

Programmerne dagen efter valget på TV 2s hovedkanal er derimod nok og kalder derfor ikke på flere udsendelser på den regionale kanal. De blev i øvrigt alle samsendt på den regionale kanal.

Alle udsendelser blev dels sendt live på play.tv2bornholm.dk og kan bagefter ses som on-demand udsendelser.

TV 2/Bornholms website udgør en væsentlig del af dækningen i valgkamp. Der blev i alt udgivet 237 artikler fra den 1. oktober og til den 5. november, hvor resultatdækningen var overstået. Det svarer til ca. 8 om dagen.

Det var muligt for brugerne at kommentere valgkampen på TV 2/Bornholms Facebook side. Som det har været tidligere, var det også ressourcekrævende denne gang at monitorere debatten og slette de værste og til tider injurierende kommentarer.

I perioden 1. oktober til 5 november blev der i alt lavet 358 opslag på Facebook. 108 af dem inkluderede video. Antallet af opslag er ca. 100 mere end gennemsnittet for de øvrige måneder.

Af de 358 er 149 relateret til valget (42%)

På valgdagen blev der udgivet 40 opslag, hvoraf de 23 var med video.

På Instagram blev der fra den 1. oktober til den 5. november udgivet 64 opslag, hvoraf 46 var omkring valget (72%)

14 af dem var med video.

Formidlingen af selve valgdagen gav mening i forhold til antallet af besøg på Facebook/Instagram. Det fremgår af nedenstående kurver, hvor den til venstre er Facebook og den til højre er Instagram.

Besøg på Facebook-side ⓘ

48.050 ↑ 20,7%



Besøg på Instagram-profil ⓘ

1285 ↑ 11,1%



#### 4. Dialog med befolkningen.

TV 2/Bornholms repræsentantskab består af 36 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.

#### **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. TV 2/Bornholm afviste at fjerne en artikel fra 2019 om et træningskursus for soldater. Soldaten ønskede ikke længere, at man kunne se et foto og omtale med navn af hans deltagelse.

Pressenævnet gav i sin kendelse TV 2/Bornholm ret i afgørelsen om at artiklen ikke skulle fjernes.

#### **5. Tilgængeliggørelse af public service-indhold.**

## 5.1. TV.

### 5.1.1. Den regionale tv-kanal.

TV 2/Bornholm har i hele 2022 sendt på den regionale TV-kanal. Sådan fordeler programmerne sig i forhold til de foregående år.

	2018	2019	2020	2021	2022
Nyheder	644	586	690	582	557
Debat/interview	1.055	978	1106	937	1.481
Dokumentar	132	206	218	177	190
Nyhedsmagasin	0	10	0	0	0
Vejr	72	57	52	56	56
Børn & unge	56	29	63	63	31
<b>Kultur</b>	429	596	537	523	435
Begivenhed	87	41	84	18	71
Kunst	19	4	24	73	35
Religion	53	57	133	49	87
Film	2	5	23	1	0
TV/Presse	38	31	20	29	24
Live	0	0	0	0	0
<b>Livsstil</b>	647	1.093	919	1.014	923
Forbrug	0	0	0	3	51
Have	16	0	0	0	23
Mad	90	124	62	336	249
Sundhed	0	0	7	127	20
<b>Musik</b>	20	17	50	78	22
<b>Politik &amp; samfund</b>	280	483	212	609	577
Erhverv	83	90	82	148	136
Personer	404	347	349	333	295
Reportage	1.639	776	908	657	745
<b>Show</b>	27	0	0	0	4
Quiz	290	344	344	447	462
Talkshow	0	0	8	0	0
<b>Sport</b>	134	236	175	155	69
Sportsbegivenhed	201	221	138	72	171
<b>Viden</b>	20	23	18	103	41
Historie	476	581	1110	734	700
Natur	538	996	720	687	684
Sprog	0	0	0	0	0

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

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 214 timer i vinduerne på TV 2/Danmark.

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

TV 2/Bornholm har i 2022 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. 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 fire fællesskaber på Facebook. Stationens hoved Facebook side med nyheder og debat plus tre Facebook sider, der retter sig mod mindre målgruppe (bornholmere med interesse for det bornholmske sprog, unge 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 2022 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>2022</b>	<b>2021</b>	<b>2020</b>	<b>2019</b>	<b>2018</b>
<b>Resultatopgørelse:</b>					
Nettoomsætning	69.864	70.313	68.448	68.535	67.998
Bruttoresultat	13.499	13.653	15.739	14.723	15.389
Resultat af ordinær drift	-884	-317	2.590	-64	971
Resultat af finansielle poster	-94	-124	-184	-133	-131
<b>Årets resultat</b>	<b>-978</b>	<b>-441</b>	<b>2.406</b>	<b>-197</b>	<b>840</b>
<b>Balance:</b>					
Omsætningsaktiver, ultimo	14.254	16.720	16.306	12.751	11.286
Balancesum, ultimo	30.672	34.288	32.353	29.572	27.683
Egenkapital, ultimo	14.872	15.850	16.291	13.884	14.081
<b>Pengestrømme:</b>					
Driftsaktiviteter	3.734	4.755	5.171	4.879	5.170
Investeringer	-2.721	-5.317	-2.932	-4.420	-3.573
Heraf investeringer i materielle og immaterielle anlægsaktiver	-2.721	-5.317	-2.932	-4.420	-3.573
Finansiering	0	0	0	0	0
<b>Årets likviditetsvirkning</b>	<b>1.013</b>	<b>-562</b>	<b>2.239</b>	<b>459</b>	<b>1.597</b>
Antal fuldtidsbeskæftigede	90	89	84	85	86
Sendetimer	8.760	8.760	8.784	8.760	8.760
<b>Nøgletal i %:</b>					
Overskudsgrad	-1,4%	-0,6%	3,5%	-0,3%	1,2%
Bruttomargin	19,3%	19,4%	23,0%	21,5%	22,6%
Likviditetsgrad	90,2%	90,7%	101,5%	81,3%	83,0%
Soliditetsgrad	48,5%	46,2%	50,4%	46,9%	50,9%
Egenkapitalforrentning	-6,6%	-2,8%	14,8%	-1,4%	6,0%

**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	$\frac{\text{Årets resultat} \times 100}{\text{Gennemsnitlig egenkapital}}$