

Public Service-redegørelse for 2023

Baggrund

Med baggrund i de regionale TV 2-virksomheders public service-kontrakter for 2019-2023 ønskes der en skabelon til anvendelse i forbindelse med TV 2-virksomhedernes årlige public service-redegørelser.

Hensigten med skabelonen er først og fremmest at sikre en ensartet redegørelsesstruktur på tværs af regionernes individuelle public service-redegørelser, og at eventuelle misfortolkninger og fejlopfattelser af redegørelseskrav minimeres.

Skabelonen er udarbejdet med udgangspunkt i de regionale TV 2-virksomheders public service-kontrakter for 2019-2023 samt Radio- og tv-nævnets sekretariats erfaringer med public service-redegørelser og -udtalelser.

De regionale TV 2-virksomheder har bl.a. jf. public service-kontrakternes pkt. 3.4. "Strategi samt mål og målbare succesparametre" forskellige strategier, som hver især tager udgangspunkt i public service-kontrakten og den enkelte regions befolkningssammensætning, særlige behov og særegenhed. Forudsætningen for skabelonen er derfor, at den ikke anvendes til sammenligning af de regionale TV 2-virksomheders public service-redegørelser, men bruges til at evaluere den enkelte TV 2-virksomhed i forhold til dennes public service-kontrakt og public service-forpligtelser.

Læse- og redegørelsesvejledning

Skabelonens hensigt er at udgøre en fælles redegørelsesstruktur for den del af regionernes redegørelser, der vedrører public service-forpligtelserne.

Nummereringen refererer direkte til den af kontrakternes.

Der er til udvalgte forpligtelser knyttet en redegørelsesvejledning, der fremgår umiddelbart under definitionen af forpligtelsen.

Bemærk, at det for alle forpligtelser gælder, at hvis det ikke har været muligt at opfylde forpligtelsen, skal der ydermere redegøres for baggrunden herfor, og for hvordan forpligtelsen fremover kan opfyldes.

Generel information

Vejledning:

Nærværende punkt *kan* udfyldes, hvis det vurderes relevant at redegøre for forhold, der ikke er redegørelsespligtige jf. de regionale TV 2-virksomheders public service-kontrakter. Dette være sig informationer om dækningsområde, seer- og brugertal mm.

Redegørelse:

3. Specifikke forpligtelser

3.1. Nyheds- og aktualitetsprogrammer

Forpligtelsen:

REGIONEN skal producere nyheds- og aktualitetsprogrammer og programmer omfattende kultur, oplysning og underholdning samt nyheds- og aktualitetstjenester.

Vejledning:

Nyhedsprogrammer definerer Radio- og tv-nævnet som oversigtsudsendelser i formatet bulletiner omhandlende nyheder af alle emner udvalgt efter journalistisk vurdering, inklusive trafik, vejr og sport. Aktualitetsprogrammer er udsendelser i formaterne bulletiner, magasiner, kommenterede begivenheder eller dokumentarer. Aktualitetsprogrammerne skal indholdsmæssigt omfatte samfundsmæssig information. Indhold omhandlende fritid, hobby og livsstil anses således ikke som aktualitet.

Redegørelse:

TV2 Østjylland har i 2023 opfyldt forpligtelsen.

Vi har i 2023 sendt daglige nyhedsudsendelser på kanalen og i vinduerne på TV 2:

Kl. 17.16 Regionale nyheder (*mandag-fredag*)

Kl. 18.20 Regionale nyheder (*alle dage*)

Kl. 19.30 Regionale nyheder og programmer. Vejret i Østjylland (*alle dage*)

Kl. 22.00 Regionale nyheder (*mandag-torsdag*)

Programmerne er tillige tilgængelige på vores hjemmeside tv2østjylland.dk, hvorfra de kan streames på en lang række platforme, samt på fx TV 2 Play og Yousees tv-app. Hovedparten af indslagene er desuden udkommet i artikelform på hjemmesiden i en kombination af tekst, video og evt. andre digitale elementer.

Ydermere har vi i 2023 formidlet nyheder og aktualitet på Facebook, Instagram (herunder Instagram stories), Youtube, TikTok samt som podcast.

Programmerne er nyheds- og aktualitetsprogrammer samt programmer omhandlende kultur, oplysning og underholdning.

Det nærmere antal indholdselementer fremgår af afsnit 3.4 og 5.1

3.2. Dækning af det regionale område

Forpligtelsen:

REGIONEN skal i deres programvirksomhed dække hele det regionale område - herunder i forbindelse med valg - og afspejle den mangfoldighed af kultur, livsopfattelse og levevilkår, der er i det regionale område.

Vejledning:

Dækningen opgøres i antal indslag fordelt på de enkelte kommuner.

Redegørelse:

TV2 ØSTJYLLAND har i 2023 opfyldt forpligtelsen.

TV2 ØSTJYLLAND ønsker en konsekvent journalistisk dækning af alle kommuner i vores dækningsområde. Derfor oprettede vi i maj 2020 en redaktion med fem lokalreportere, som på fuld tid hver især dækker én eller to østjyske kommuner.

I de senere år har der været en del fokus på såkaldte nyhedsørkener, altså geografisk afgrænsede områder uden fast tilstedeværelse af journalister og uden en kontinuerlig journalistisk dækning. Fænomenet kendes også i Østjylland, og selvom flere regionale- og landsdækkende dagblade det seneste år har oprettet lokale redaktioner, er disse lokale aktiviteter stadig primært fokuseret omkring hovedbyerne, og byer som f.eks. Odder og Skanderborg er kun i mindre grad dækket af et dagblad.

Ud fra et demokratisk synspunkt er udviklingen uheldig. Kommunerne løfter en række af de helt store velfærdsopgaver indenfor bl.a. børne-, ældre- og handicapområdet, og derfor er det vigtigt, at der i pressen er fokus på, hvordan opgaverne bliver løst. Vi tror på, at kvaliteten af den journalistiske dækning stiger, hvis der er journalister, der fast har rettet deres fokus mod de enkelte kommuner – og det er netop baggrunden for indsatsen med vores lokalreportere.

For østjyderne er lokalreporterne desuden en indgang til TV2 Østjylland, hvis de har tips eller idéer til historier, de mener, vi bør kigge nærmere på. Derfor arbejder vi konsekvent på at gøre lokalreporterne synlige i de kommuner, de dækker. Det sker fx ved at være på tv-skærmen i nyhedsudsendelser, deltage i arrangementer eller være i dialog med brugerne i lokale grupper på Facebook.

Lokalreporterne udkommer med deres historier både på tv, web og Facebook. På den måde sikrer vi, at historierne kommer bredest muligt ud. Foruden de fem lokalreportere tæller redaktionen også en redaktør, en fotograf og en journalistpraktikant.

3.3. Udvikling af indhold og distributionsformer

Forpligtelsen:

REGIONEN skal fokusere på udvikling af indhold og distributionsformer, der ud fra en helhedsbetragtning er relevant i det pågældende regionale område, herunder ift. befolkningssammensætningen mv.

Redegørelse:

TV2 Østjylland har opfyldt forpligtelsen i 2023.

Sendeområdet i Østjylland er kendetegnet ved at have den største mængde af 18-30-årige (20,5 % iflg. Danmarks Statistisk Q4 2022) iblandt TV 2-regionernes sendeområder (Danmarks gennemsnit: 17 %), og i takt med, at vi ser, de unge i mindre og mindre grad tænder for tv'et kl. 19.30, er det vigtigt, at vi konsekvent udkommer på digitale platforme, hvor målgruppen i højere grad befinder sig

I Ifølge den årlige image-/kendskabsmåling fra 2023, lavet for TV2 Østjylland af Kantar Gallup, ser 61 % af de 50+-årige dagligt tv, mens tallet for de 15-29-årige ligger på 7 %. Den unge målgruppe bruger derimod platforme som Facebook (61 %), Instagram (62%), TikTok (33%) og YouTube (30%) på daglig basis – men mange af disse digitale platforme bruges faktisk også på daglig basis af de ældre aldersgrupper. Vi ser eksempelvis, at hele 65% af de 30-49-årige og 40 % af de 50+-årige bruger Facebook dagligt.

TV2 Østjylland har de senere år været igennem en stor digital transformation, så de klassiske tv-nyhedsudsendelser er bevaret for den store – men stadig svindende – mængde, der benytter dem (i 2023 så gennemsnitligt ca 40.000 østjyder vores 19.30-udsendelse (Rtg000 ny Nielsen-undersøgelse)), samtidig med at vi med en konsekvent tilstedeværelse har formidlet vores indhold på web, Facebook, Instagram, TikTok og YouTube.

Mens TV2 Østjylland således generelt i nyheds- og aktualitetsformidlingen benytter sig af ”yngre” platforme, laver vi også særskilt indhold rettet mod de 18-30-årige, der – som redegjort for indledningsvis – er overrepræsenteret i vores landsdel.

Primære lokalmedie

I Ifølge den årlige image-/kendskabsmåling fra 2023, lavet for TV2 Østjylland af Kantar Gallup er TV2 Østjylland det primære, lokale medie både total set og også i 7 ud af 8 kommuner. (Q3: *Fra hvilke medier får du oftest indhold og nyheder om dit lokalområde? (vælg max 3)*). Den eneste kommune, hvor TV2 Østjylland ikke er primære, lokale medie, er i Silkeborg kommune, hvor Midtjyllands Avis er primære, lokale medie. TV2 Østjylland er ligeledes det primære blandt de forskellige aldersgrupper yngre som ældre. TV2 Østjylland er det primære, lokale medie hos 65% af de 15-29-årige i 2023, hvilket er en stigning på 18 procentpoint sammenlignet med året før, 55% af de 30-49-årige og 56% af de 50+-årige.

Indhold målrettet 'unge' og 'unge voksne'

TV2 Østjylland skal være til stede, hvor de unge er. YouTube og TikTok er vores primære platform til at nå unge og unge voksne i alderen 18-25 år, da de distributionsplatforme giver os de bedste muligheder, for at servicere en omskiftelig målgruppe med Public Service-indhold. Vi har dedikeret TV2 Østjyllands YouTube-kanal til denne målgruppe, og producerer målrettet indhold hertil.

YouTube fungerer som platform på alle de devices, som unge benytter sig af – herunder mobiler og computere. Vi målretter videoindholdet til de unge og unge voksne der, hvor de foretrækker at forbruge indhold, og vi producerer indholdet, så det fungerer optimalt på platformens præmisser.

Alt indhold, vi udgiver på både YouTube og TikTok udgives som indhold under hovedbrandet TV2 Østjylland, og det er vores klare oplevelse, at det stiller TV2 Østjylland i et nyt lys for unge, som i meget lille grad forbruger fx regionale nyheder eller ser traditionelt TV. Målsætningen er at få flere unge i alderen 15-29 år til at tænke; *"TV2 Østjylland laver også indhold, til sådan en som mig"*. I kendskabsmålingen fra 2023 svarer 57 % af unge i alderen 15-29 år, at de er enige i at *"TV2 Østjylland laver indhold til min aldersgruppe"*.

Strategisk indholdsfokus på YouTube

Vi har hovedfokus på to typer videoindhold til TV2 Østjyllands YouTube-kanal: dokumentarer, samt fakta- og reportageserier. Alt indhold tager udgangspunkt i østjyske unges liv. Der er på tværs af genrer udgivet 31 videoer på YouTube i 2023.

Dokumentarer

Vi har i 2023 udgivet 14 dokumentarer på YouTube. Fælles for dokumentarerne er, at de er målrettet unge østjyder og er relevante for målgruppen. Emnerne spænder bredt over eksamenssnyd med kunstig intelligens, hjemløshed, grooming af mindreårige, ulovlig solkur og stress blandt unge mv..

Fakta- og reportage

I 2023 distribuerede vi serierne 'Livsnyder på røven', 'Skærmjunkie på afvænnning', 'Vores vilde oplevelser' og 'Vores vilde hospital', samt en række enkeltstående videoer. I alt har TV2 Østjylland udgivet 17 videoer i genren fakta- og reportage i 2023 på YouTube.

Fortsat fokus på journalistikken på Instagram

Instagram er en vigtig platform for unge og unge voksne i Østjylland og vi har i flere år arbejdet strategisk på at skabe indholds- og nyhedsformidling på platformen.

I løbet af 2022 justerede vi vores strategi for Instagram, så vi i endnu højere grad formidlede flere historier, som stikker dybere rent journalistisk. Den strategi fortsatte vi i 2023, og derfor har vi også i 2023 lidt færre billedposts med f.eks. flotte naturbilleder. Til gengæld har vi flere historier, som er en tand mere komplekse, end det man normalt ser på Instagram. Det er en prioritering, der har betydet, at vi samlet set har færre opslag, men at der til gengæld er blevet arbejdet i længere tid med dem hver især – og at opslagene og historierne formidlet på Instagram oftere har en større journalistisk tyngde.

Den overordnede ambition har været, at vores følgere på Instagram bliver præsenteret for de vigtigste østjyske historier fra os – akkurat som tv-seerne og web-brugerne. På den måde er de klædt på og kan deltage i en fælles samtale, uanset hvilken platform de har mødt historien på.

Lokal-reporterne

Indsatsen med lokalreporterne, som omtalt i punkt 3.2, er også en del af strategien om at udvikle indhold og distributionsformer under hensyntagen til befolkningssammensætning. Flere kommuner i vores sendeområde dækkes ikke kontinuerligt af et dagblad, og derfor er der et større

behov for lokal journalistik i dele af vores sendeområde. Lokalreporterne har god erfaring med at distribuere indholdet i relevante lokale facebookgrupper samt fra egne facebookprofiler, og ikke alt indhold de producerer, udkommer på den regionale sendeflade i TV. Hvis indholdet er snævert geografisk relevant, udkommer indholdet udelukkende via vores lokalsider på hjemmesiden.

Indsats i Gellerup

En målgruppe, som vi i lighed med mange andre medier har vanskeligt ved at nå, er unge med minoritetsbaggrund. Derfor iværksatte TV2 Østjylland i slutningen af 2020 et projekt med det formål at skabe relevant og samtaleskabende indhold til minoritetsunge. Den indsats har vi fortsat siden. I hele 2023 har vi produceret indhold fra en redaktion i Gellerup, hvor 2-3 journalister arbejder på at udvikle og producere indhold til udgivelse på instagram, Youtube, TikTok samt Facebook og podcast under navnet 'Xor'. I årene 2020-2022 hed indsatsen 'Gellerup LIVE', men i starten af 2023 relancerede vi under nyt navn – for vores indhold er også relevant for minoritetsunge, der bor andre steder end i Gellerup.

Udover at producere indhold til målgruppen er det ligeledes et mål at projektet også skal spotte talenter fra målgruppen, som skal deltage i indholdsproduktionen. I 2023 har i alt 10 unge med minoritetsbaggrund været tilknyttet vores redaktion og været med til at producere indhold. 'Xor' udgav i 2023 portrætter, reportager og dokumentar udgivet på både instagram, TikTok, Youtube og Facebook – samt en podcastserie, der blev nomineret til 'årets niche' på Audiodays 23.

Podcast

I 2023 fortsatte vi med produktion af podcast og udgav i alt 4 forskellige podcast-formater. Blandt andet serien 'Narkofabrikken', der i 2023 opnåede flere end 332.000 downloads.

TV 2 PLAY

Streaming og on-demandforbrug er uundgåeligt, hvis vi ønsker at være relevante for unge voksne østjyder, og derfor er TV2 PLAY også en strategisk vigtig platform for TV2 Østjylland.

Fra maj 2022 rykkede TV 2 regionerne på PLAY med On demand-indhold. Indtil da var det kun de regionale nyhedsudsendelser, som kunne streames. Indholdet fra TV 2 Østjylland er målrettet platformen, og er et relevant tilbud for brugerne der. Vi ønsker at levere historier med afsæt i det østjyske, der er så stærke, at de også har relevans uden for regionen.

Det følger af de public service-forpligtelser, der er pålagt TV 2 DANMARK og TV 2 Regionerne, 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 udenom betalingsmuren, sådan at man ikke behøver et abonnement til TV 2 PLAY for at se de regionale programmer.

Det er naturligt at finde de regionale programmer i TV 2's streamingtjeneste, og med udvidelsen i 2022 får danske brugere flere muligheder for at se regionalt indhold. TV 2 har endvidere som et led i samarbejdet forpligtet sig til at dele sin viden om kartering og performance af det regionale indhold med TV 2 Regionerne.

3.4. Strategi samt mål og målbare succesparametre

Forpligtelsen:

REGIONEN skal opstille en strategi for den femårige aftaleperiode, jf. bilag 1. Strategien kan evt. justeres i løbet af kontraktperioden efter aftale med Kulturministeriet, såfremt REGION fremlægger en særlig begrundelse herfor.

I forlængelse af strategien skal REGIONEN årligt opstille mål og målbare succesparametre ift. at lægge vægt på tilknytningen til regionen og til regional alsidighed samt ift. produktion og kvalitet.

Mål og målbare succesparametre meddeles Kulturministeriet i forbindelse med indsendelsen af REGIONEN's budget til kulturministeren og Folketinget.

I forbindelse med REGIONEN's udarbejdelse af redegørelsen for, hvordan public service-forpligtelserne mv. er blevet opfyldt i det forudgående kalenderår, jf. afsnit 8, skal REGIONEN redegøre for opfyldelsen af den opstillede strategi i form af de opstillede mål og målbare succesparametre herunder for:

- 1) Resultaterne af de opstillede mål og målbare succesparametre.
- 2) Den kommende indsats ift. de opstillede mål og målbare succesparametre.

Redegørelse:

TV2 ØSTJYLLAND har opfyldt de for 2023 opsatte budgetmål. (Se bilag –Budgetmål 2023)

TV2 Østjylland har for 2023 udformet budgetmålene, så de måler på de strategiske fokusområder, vi besluttede i strategiprocesen 2022. Derfor er målene udformet ud fra de 5 strategiske fokusområder: Profil i markedet, rekruttering og kompetenceudvikling, egne digitale platforme, indhold og formater samt målgrupper og innovation (se bilag med strategihus)

Profil i markedet: TV2 Østjylland vil styrke mediehusets profil og kendskab i markedet

Ved arbejde med vores profil og kendskab vil vi styrke mulighederne for at nå ud med vores indhold og styrke relationen til vores målgrupper

- TV2 Østjylland vil i 2023 arbejde strategisk med kampagner og markedsføring.

Målet er indfriet

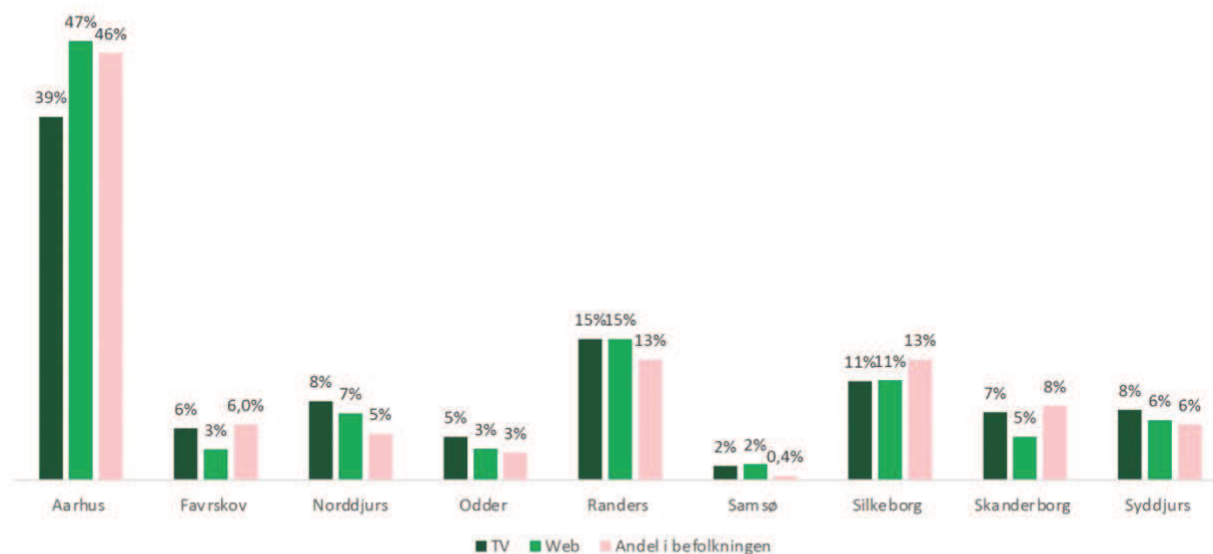
I 2023 har vi implementeret en strategi for vores markedsføringsindsats. Vi har i 2023 vekslet mellem to typer markedsføring: brand og produkt. I lyset af at TV2 Østjylland har skiftet visuel identitet (CVI) har vi i starten af 2023 haft fokus på brandmarkedsføring, mens vi resten af året har haft mere fokus på at markedsføre vores fyrtårnsatsninger.

TV2 Østjylland skal, uanset hvor man bor i landsdelen, opleves som borgernær.

- Ved årets udgang vil vi sikre, at vores indhold i tv samt artikler afspejler vores sendeområde geografisk forholdsmæssigt befolkningstallet i de forskellige kommuner.

Målet indfriet.

Overordnet set afspejler fordelingen af historier befolkningstallet.



- I 2023 vil de østjyske kommuner fortsat have en lokalreporter tilknyttet. Lokalreporterne vil dække de enkelte kommuner, orientere sig i dagsordner og opbygge kildenetværk i kommunerne.

Målet er indfriet.

I alt 5 reportere dækker sendeområdets 9 kommuner.

- De 5 lokalreportere vil i 2023 i gennemsnit over et år producere 4 egen-historier pr. uge

Målet indfriet.

I løbet af 2023 var der flere store journalistiske historier, som ikke kun fyldte i Østjylland men i hele landet, blandt andet drabssagen fra Plejecenter Tirsdalen samt sagen om Nordic Waste i Ølst ved Randers og sagen om Alex Aria Celine Balogh fra Aarhus. Her valgte vi at allokere ressourcerne, så vores lokalreporter i henholdsvis Randers og Aarhus udelukkende dækkede de store sager og over flere uger og måneder i stedet for at levere til den daglige nyhedsproduktion. Det betyder ikke at kommunerne ikke blev dækket lige så tæt som tiltænkt, men det blev blot ikke varetaget af lokalreporteren men af andre redaktionelle medarbejdere i huset.

TV2 Østjylland skal styrke sit brand, som værende et mediehus, der laver fyrtårnsjournalistik. Vi har en ambition om at lave indhold, der skaber debat og sætter de østjyske kommuner på danmarkskortet.

- I 2023 vil TV2 Østjylland lave mellem 20-25 større journalistiske "fyrtårns-satsninger". Historierne skal formidles på flere platforme og gøre en konkret forskel for den enkelte borger, for samfundet eller sætte en større dagsorden i andre medier.

Målet er indfriet

Vi har i 2023 i alt lavet 24 produktioner i kategorien 'større journalistiske fyrtårns-satsninger', hvor historierne er formidlet på flere platforme.

- TV2 Østjylland vil i 2023 sende mindst 500-600 historier til Ritzaus citat-tjeneste, og ved årets udgang har vi en ambition om, at det vil føre til, at andre medier har citeret os mindst 3.500-4.500 gange.

Målet er indfriet.

TV2 Østjylland sendte i 2023 i alt 537 historier til Ritzaus citat-tjeneste, og ved årets udgang er vi blevet citeret 5.103 gange.

Rekruttering og fastholdelse: TV2 Østjylland skal være den foretrukne mediearbejdsplads i Østjylland for den kritisk gravende journalist og for nye kreative kræfter

TV2 Østjylland ønsker at udvikle medarbejdere for at sikre fastholdelse og bedst mulige kompetencer.

- I 2023 vil Østjylland designe et uddannelsesforløb for ledertalenter internt i organisationen. 3-5 medarbejdere skal i 2023 påbegynde talentforløbet

Målet indfriet

I alt 3 medarbejdere var på ledertalentforløb i 2023

- TV2 Østjylland vil i 2023 afholde møder i faggrupperne i fast frekvens for at sikre videndeling og kompetenceudvikling.

Målet indfriet

Gennem hele 2023 er der i fast frekvens blevet afholdt møder i faggrupperne: redaktører, værter, reportere, lokalreportere og gravere, fotografer, producere, webjournalister samt SoMe-journalister. Møderne bliver brugt på vidensdeling samt udvikling af både indhold og kompetencer gennem kontinuerlig feedback og coaching

TV2 Østjylland vil fastholde høj trivsel

- I 2023 vil TV2 Østjylland fastholde "høj/meget høj" trivsel i den årlige trivselsmåling.

Målet indfriet

Den årlige trivselsmåling blev foretaget i november/december 2023 og viste, at den samlede trivsel blandt medarbejderne på TV2 Østjylland igen er 'meget høj' med en score på 8,3 ud af 10.

- I ovennævnte trivselsmåling vil TV2 Østjylland have et særligt fokus på personlig- og faglig udvikling og vi vil arbejde for at hæve scoren.

Målet indfriet

Undersøgelsen har 6 fokusområder: Ledelse, psykologisk tryghed, jobindhold, omdømme, samarbejde og udvikling. Gennemsnittet for scoren på fokusområdet 'Udvikling' lå i 2023 på en samlet score på 7,7 mod 7,6 året før.

På det konkrete spørgsmål: *jeg har gode muligheder for faglig og personlig udvikling* var scoren 7,8 i 2023 mod 7,6 året før

TV2 Østjylland vil øge synligheden i branchen og tiltrække kvalificerede medarbejdere og kompetencer.

- 5-10 gange årligt vil TV2 Østjylland holde branche-relevante oplæg, så vi bliver synlige over for potentielle medarbejdere og styrker vores brand.

Målet indfriet.

Mere end 26 gange har medarbejdere fra TV2 Østjylland optrådt med oplæg eller i paneldebatter på konferencer, virksomheder eller uddannelsesinstitutioner. Det har blandt andet været på Danmarks Medie- og Journalisthøjskole, Audiodays, Media City Odense Tech festival, Det nordjyske Mediehus, Sveriges P3 og P4, Rotary, Kultur møde Mors, SmukFest og Aarhus Kulturliv.

På TV2 Østjylland skal nye medarbejdere hurtigt føle, at de hører til.

- På TV2 Østjylland vil vi implementere et system for on- og off-boarding af medarbejdere.

Målet indfriet

I 2023 har vi i alt sagt velkommen til 18 nye medarbejdere mens 17 har forladt TV2 Østjylland for nye udfordringer eller endt praktikophold. Alle redaktionelle samt administrative

medarbejdere bliver onboardet uanset hvilken stilling, de bliver ansat til, gennem det system, vi har udviklet og implementeret og kalder 'medarbejder-rejsen'. Programmet omfatter ikke alene nye medarbejdere, men også medarbejdere, der vender tilbage efter orlov samt medarbejdere, der stopper. En del af programmet er at der er en 'onboarding-ansvarlig', der sikrer kontinuitet og at intet falder mellem stole. Onboarding-programmet er designet sådan, at der er forskel på mængden af onboarding-aktiviteter afhængig af hvilken funktion, en ny medarbejder træder ind i, således at der ikke bliver brugt unødige men tilpassede ressourcer til den enkelte ansættelse.

- TV2 Østjylland vil følge tilfredsheden med on-boarding blandt nye medarbejdere gennem interviews og undersøgelser.

Målet indfriet

Hver ny medarbejder har i løbet af det første halve år af ansættelsen fire 1:1 samtaler med nærmeste chef, hvor fokus er på, hvordan det går den nye medarbejder med at blive onboardet. Som en del af disse møder bliver der afklaret, om nye medarbejdere er tilfredse med mængden af information og onboardingen i huset generelt. De enkelte chefer, der afholder møderne, sender relevant information fra møderne til den onboarding-ansvarlige, der samler op, hvis der er ting, der skal tilpasses i det overordnede onboarding program eller om der skal søsættes nye initiativer.

Digitale platforme: TV2 Østjylland vil være de bedste i regionen på egne, digitale platforme

TV2 Østjylland vil have et opdateret og moderne visuelt udtryk på hjemmesiden.

- I 2023 vil TV2 Østjylland implementere et redesign af vores nyhedssite, som understøtter nyhedsstrategien på web.

Målet indfriet.

I 2023 implementerede TV2 Østjylland nyt CVI – corporate visual identity – med nyt logo, nye farver samt nyt design for alle vores udgivelsesplatforme, herunder for vores hjemmeside. Hjemmesiden er designet, så vores webindhold optræder indbydende og brugervenligt og både understøtter de dybdegående, længere artikler og webdoks samt vores hurtige nyhedsoverblik, livebloggen. I designet er valgt den mest bruger- og læsevenlige font og alle optimeringer er baseret på dataindsigter om brugeradfærd- og mønstre.

TV2 Østjylland vil styrke vores website særligt med fokus på forsiden og unikt udviklet indhold til platformen.

- TV2 Østjylland vil i 2023 uddanne nøglemedarbejdere til at producere fængede webvideoer.

Målet indfriet

De redaktionelle medarbejdere i vores socialmedia-team er blevet oplært i vores nye redigeringsplatform, som gør det nemmere og enklere for de redaktionelle medarbejdere at redigere og producere fængende videoer til både hjemmeside og sociale medier. Desuden er der udviklet faste templates, så vores videoer på web såvel som sociale medier har samme visuelle udtryk.

- I 2023 vil TV2 Østjylland producere 8-10 webvideoer i ugen til vores website.

Målet indfriet. I gennemsnit har vi i 2023 produceret 20 webvideoer om ugen

- TV2 Østjylland vil i 2023 udgive 15-20 liveblogs på vores website.

Målet indfriet. Vi har i alt udgivet 57 liveblogs. Tallet er så højt, fordi vi i løbet af 2023 besluttede at fokusere yderligere på dette produkt, da det er populært blandt brugerne

- På vores website vil vi dagligt lave 2-4 rubriktests, for at vi sikrer, at vi får de mest relevante rubrikker på vores artikler.

Målet indfriet. I gennemsnit har vi lavet vi 2,9 rubriktest om dagen

På TV2 Østjylland vil vi arbejde med SEO på hjemmesiden.

- På TV2 Østjylland vil vi i 2023 sikre, at vores hjemmeside er opdateret i forhold til SEO.

Målet indfriet

I 2023 fik vi et eksternt firma til at analysere vores hjemmeside med henblik på anbefalinger til hvordan vi optimerer vores hjemmeside ifht SEO. Anbefalinger er løbende blevet udrullet i løbet af 2023.

- I 2023 vil vi udvikle nøglemedarbejdere til at arbejde med SEO i det daglige.

Målet indfriet

Vores webudvikler, som har spidskompetencen indenfor SEO, holder løbende oplæring af redaktionelle medarbejdere, så der arbejdet med SEO i de daglige udgivelser på web.

TV2 Østjylland vil styrke indholdet på TV2 PLAY

I 2022 vil TV2 Østjylland lave 30 nyudviklede og unikke videoer fra Østjylland til TV2 PLAY

Målet indfriet

Vi har i alt publiceret 38 udgivelser til TV2 PLAY i 2023.

Indhold og formater: TV2 Østjylland vil være det førende regionale medie på innovative og nyskabende indholdskoncepter og formidlingsformer

For at sikre, at TV2 Østjylland fortsat skal opleves som et moderne mediehus for de yngre målgrupper vil vi eksperimentere med at producere indhold til TikTok.

- Vi vil på baggrund af et udviklingsprint afklare de strategiske muligheder på TikTok i første kvartal i 2023.

Målet indfriet

I 2023 udviklede vi et koncept for hvordan vi gerne vil producere nyheder og public service til de 17-25 årige østjyder på TikTok. I løbet af året er stilen blevet rettet til, og i dag udkommer vi med nyheder på platformen flere gange ugentligt.

TV2 Østjylland er et visuelt mediehus, hvorfor vi vil være innovative og udvikle nye visuelle fortællegreb.

- I 2023 vil vores fotografer, producere og grafikere udvikle og afprøve 4-6 visuelle fortællegreb, vi aldrig før har brugt

Målet indfriet

Vi har afprøvet mindst 7 visuelle fortællegreb, vi aldrig før har brugt

For at skærpe vores position i markedet som et moderne mediehus, vil vi udkomme på podcast til de målgrupper, der er podcast first-brugere.

- Vi vil i 2023 lave 5 podcasts/serier med afsæt i grundige journalistiske fortællinger, som understøtter vores ambition om at skabe fyrtårnsjournalistik med afsæt i det østjyske.

Målet indfriet

Vi har i 2023 i alt distribueret 5 podcastudgivelser fordelt på følgende serier:

Forgiftet på Plejehjem sæson 1

Forgiftet på Plejehjem sæson 2

Svindel under overfladen

Forfulgt sæson 2

Narkofabrikken

Alle podcast er baseret på 'fyrtårnsjournalistik' med afsæt i det østjyske

TV2 Østjylland fortsætter udviklingen og implementeringen af mere komplekse nyhedshistorier på Instagram.

- 3-5 gange ugentlig skal den journalistik, der er dagsordensættende på tværs af platforme, også udgives på Instagram gennem de koncepter, der i 2022 er udviklet til formålet.

Målet indfriet

Mindst 3 gange om ugen har vi udgivet dagsordensættende journalistik.

TV2 Østjylland ønsker at lave brand-forlængende initiativer og events ude blandt befolkningen.

I 2023 skal TV2 Østjylland 3-5 gange ud i regionen og lave public outreach.

Målet indfriet.

I alt 7 gange har vi været ude i regionen og lave public outreach:

SmukFest

Åben Hus på TV2 ØJ

Randers Festuge

Aarhus Festuge

Silkeborg Outdoor festival

Hammel Hestemarked

Ebeltoft æblefestival

Målgrupper og innovation: TV2 Østjylland vil arbejde strategisk og målrettet med målgrupper og innovation

TV2 Østjylland vil sikre, at der produceres regionalt public service-indhold til alle generationer, for at sikre at det regionale public service-tilbud opleves relevant både nu og i fremtiden.

- I 2023 vil vi afklare, hvordan vi vil bruge segmenteringsværktøjet Conzoom til at blive klogere på, hvem vi når med vores indhold og hvem vi ikke når i Østjylland.

Målet indfriet

Vi vil skabe større bevidsthed om nødvendigheden af diversitet i kildesammensætningen.

- På TV2 Østjylland vil vi arbejde med repræsentativitet i vores kilder, hvad angår køn og etnicitet.

Målet indfriet

Vi har lavet stikprøver på vores indhold for at få overblik over sammensætningen af vores kilder og bruger resultaterne til at arbejde med en større bevidsthed omkring større diversitet.

På TV2 Østjylland vil vi sikre et kontinuerligt fokus på at skabe en innovationsorganisation og -kultur.

- I 2023 vil vi afholde mindst to innovationsforløb til udvikling af indhold, der involverer et bredt udsnit af medarbejdere i huset.

Målet indfriet

Vi har i alt afholdt 3 innovationsforløb:

AI – udviklingsprojekter med brug af AI som del af den redaktionelle proces og produktion

Public Outreach initiativer på SmukFest

Ideuge – hvordan bliver vi bedre til at generere ideer i den daglige nyhedsproduktion

Vi vil styrke vores indhold målrettet unge med anden etnisk baggrund end dansk, så de oplever at kunne deltage i de demokratiske samtaler i samfundet.

I 2023 vil vi relancere formatet Gellerup Live og afsøge muligheder for samarbejde med fonde og andre aktører.

Målet indfriet

Gennem et udviklingsforløb blev konceptet for Gellerup LIVE relanceret og i 2023 udkom formatet under nyt navn: 'Xor'.

I 2023 har vi været i dialog og samarbejde med blandt andet DJMX i arbejdet med at skabe mere diversitet i mediebranchen indenfor etniske minoriteter.

3.5. Dansk kunst og kultur

Forpligtelsen:

REGIONEN skal have fokus på formidlingen af kunst og kultur samt dækningen af kulturlivet i det regionale område.

Redegørelse:

TV2 ØSTJYLLAND har opfyldt forpligtelsen.

Vi har i 2023 arbejdet med flere kulturformater

Faste, ugentlige kulturformater

Søndag er traditionelt den ugedag, hvor vi har et særligt fokus på kunst og kultur. Det er her vi sender indslag om aktuelle udstillinger i det østjyske, eller en reportage fra et kulturelt interessant miljø. Søs Kjeldsen er vores faste kulturjournalist.

Kulturindslagene har emnemæssigt været vidt omkring, og har bl.a. beskæftiget sig med Overtaci-museet, Gl. Estrup, Den Siamesiske samling, Den gamle by, kunstneren Katja Bjørn m.fl.

Serielle kulturformater

Serielt har TV2 ØJ produceret en serie om restaureringen af Marselisborg slot, som fik en stor donation fra Salling-fonden.

”Vi lever i historien” er en serie om familier, der bor i historiske bygninger som slotte og herregårde.

”Vi elsker mad” perspektiverer hvad madkultur er, set med bl.a. en Michelin-kok og køkkenchefen i et industrikøkkens øjne.

3.6. Indkøb af programmer og samarbejde med producenter

Forpligtelsen:

De programmer, der ikke er nyheds- og aktualitetsprogrammer, jf. pkt. 3,1, skal så vidt muligt for mindst en tredjedels vedkommende tilvejebringes ved køb hos øvrige producenter.

Andre regionale TV 2-virksomheder betragtes ikke som øvrige producenter i denne sammenhæng.

De nuværende aktiviteter ift. at fremme dialogen og samarbejdet mellem de uafhængige producenter og REGIONEN videreføres.

Vejledning:

Radio- og tv-nævnet definerer øvrige programmer og tjenester som programmer og tjenester, der ikke består af nyhedsprogrammer inklusive trafik, vejr og sport samt ikke udgør bulletiner, magasiner, kommenterede begivenheder eller dokumentarer, som omhandler samfundsmæssig information. Eksempler på øvrige programmer og tjenester kan være indhold om fritid, hobby og livsstil.

Bemærk at programkategorien til kontraktens punkt ”3.6. Indkøb af programmer og samarbejde med producenter” (ikke er nyheds- og aktualitetsprogrammer) adskiller sig fra den af kontraktens punkt ”3.11 Europæiske programmer” (ikke består af nyheder, sportsbegivenheder, konkurrencer og tekst-tv).

Redegørelse:

TV2 Østjylland har opfyldt forpligtelsen.

TV2 Østjylland holder hvert år en "producenternes dag", hvor interessenter fra produktionsmiljøet inviteres til at pitche ideer til indholdsproduktion.

TV2 Østjylland har i 2023 købt:

Senior og Single: 8 programmer fra Wasabi

Karen og livet efter døden: 4 programmer fra StoryPark

Da Ceres kom til Italien: 1 program fra Early

Af i alt 38 timers 1. gangs-udsendelser udgør 24 timer – eller **63%** - af øvrige programmer - køb hos øvrige producenter.

3.7. Samarbejdet med de øvrige regionale TV 2-virksomheder

Forpligtelsen:

REGIONEN skal samarbejde med tilstødende regionale TV 2-virksomheder om at dække de grænseområder, der er etableret med kommunalreformen og folketingsvalgkredsinddelingen den 1. januar 2007. Samarbejdet kan bestå i udveksling af indslag, oplysninger mv., der ud fra en helhedsbetragtning er relevante at udsende i det pågældende dækningsområde.

Vejledning:

Hvad gøres konkret for at sikre, at befolkningen i disse områder sikres al relevant information? Samsending, udveksling af programmer og indslag m.v. Omfanget af samarbejdet – f.eks. antal udvekslede indslag/programmer el.lign.

Redegørelse:

TV2 Østjylland har opfyldt forpligtelsen.

TV2 Østjylland samarbejder med de andre TV 2-regioner, herunder særligt TV MIDTVEST og TV SYD med hvem vi deler dækningen af henholdsvis Silkeborg og Horsens. Vi bragte således også i 2023 artikler på tv2øj.dk i partnerskab med TV Syd og TV MIDTVEST

TV2 Østjylland samarbejder fortsat med TV SYD, TV 2 NORD, TV 2 ØST, TV 2/FYN, TV MIDTVEST og TV 2 Kosmopol om digitale løsninger. Samarbejdet udvikler sig og omfatter i dag udvikling og drift af hjemmesider, nyheds-app, videoplatform, nyhedsbrevssystem, tracking-systemer og statistiksystemer.

3.8. Beskyttelse af børn

Forpligtelsen:

REGIONEN skal i overensstemmelse med reglerne i bekendtgørelse om vedtægt for de regionale TV 2-virksomheder påse, at mindreårige sikres mod skadeligt indhold.

Redegørelse:

TV2 ØSTJYLLAND har opfyldt forpligtelsen

Vores sendetidspunkter på TV2 DANMARK er bestemt af sendetidsaftalen, som en del af public service-kontrakten. Vi er derfor opmærksomme på, at nyhedsudsendelserne ikke udsætter børn for indslag, der kan være skadelige for deres fysiske, psykiske eller moralske udvikling. Hvis vi en sjælden gang bringer voldsomme eller ubehagelige billeder, advarer vi altid på forhånd.

Vi er opmærksomme på reglerne om aldersmærkning af indhold og vi følger retningslinjer og vejledning om aldersmærkning fra Medierådet for Børn og Unge.

Der har ikke været klager eller seerhenvendelser om vores dispositioner på dette område.

3.9. Betjening af handicappede

Forpligtelsen:

REGIONEN skal tekste den regionale hovednyhedsudsendelse på den regionale tv-kanal alle ugens dage.

REGIONEN skal endvidere over kontraktperioden styrke handicappedes adgang til public service-tilbuddene ved at udnytte nye teknologier på web og mobil og ved generelt at lave forsøg med ny teknologi, der giver bedre tilgængelighed for handicappede.

De regionale TV 2-virksomheder nedsætter i fællesskab en regional arbejdsgruppe. Arbejdsgruppen skal afsøge mulighederne for yderligere tekstning på de regionale tv-kanaler og arbejde på at finde velegnede automatiserede "tale-til-tekst"-løsninger til brug herfor. En repræsentant fra DH (Danske Handicaporganisationer) skal indgå i den nedsatte regionale arbejdsgruppe.

Den regionale arbejdsgruppe skal i 2020 afgive en statusrapport til Kulturministeriet, hvori arbejdsgruppens resultater fremlægges, herunder anbefalinger til udbredelsen af tekstning på de regionale tv-kanaler mhp. eventuel justering af public service-kontrakterne fsva. betjeningen af handicappede.

Når en automatiseret tekstning af de regionale tv-kanaler bliver mulig, skal REGIONEN tekste mindst fire timer dagligt. Tekstning af hovednyhedsudsendelsen indgår ikke i opgørelsen af de fire timer daglig tekstning.

Redegørelse:

TV2 Østjylland har opfyldt forpligtelsen

TV2 Østjylland har opfyldt public service-kontraktens krav, ved udover at tekste den regionale hovednyhedsudsendelse, at formidle indhold på sociale medier (eks.: Facebook, Instagram og Youtube) med påført tekst eller grafik eller som grafisk indhold så indholdet fremstår meningsfyldt

uden lyd. Dette er eksempelvis til gavn for hørehæmmede der følger TV2 Østjylland på de sociale medier.

TV2 Østjylland gør på hjemmesiden og i spots seerne opmærksomme på, at de på tekst-tv side 399 kan få sat undertekster på nyhederne.

Indslag, som færdiggøres lige op til udsendelsen, kan ikke tekstes på forhånd. De bliver derimod *respeaket*. Dvs. at en særlig medarbejder, respeakeren, taler til en maskine, som under udsendelsen i løbet af nanosekunder finder alle de udtalte ord i en ordbog med fonetisk udtale tilknyttet hvert ord.

Respeakerne laver korrektur på egne og andres tekster, det skaber læring til brug i fremtidige formuleringer og sikrer en bedre kvalitet.

Desuden kan man få læst artikler højt på vores hjemmeside, hvilket er til gavn for synshandicappede.

Derudover er videoer udgivet på digitale platforme suppleret med enten grafik eller undertekster, der gør det muligt at forstå indholdet uden lyd, hvilket kan være til stor hjælp for hørehæmmede.

3.10. Dansk sprog

Forpligtelsen:

REGIONEN skal lægge særlig vægt på dansk sprog og aktivt medvirke til at bevare og udvikle det danske sprog, herunder forskellige dialekter, så borgerne oplever et korrekt og forståeligt dansk i REGIONEN's programvirksomhed.

Redegørelse:

TV2 Østjylland har opfyldt forpligtelsen

Vi arbejder aktivt med sprogpolitikken i den løbende evaluering af udsendelser og indhold. Det vil sige, at både det skrevne ord i artikler og opslagstekster, såvel som speak i indslag samt studieværterens oplæg er en del af vores daglige, løbende efterkritik. Vi lægger i vores artikler stor vægt på, at sproget er lige til og let forståeligt uden at være forfladiget. Vi har som ambition, at vores artikler skal være spændende fortalt, så læserne har lyst til at læse dem til ende. Det samme gælder for vores studieværter fsva det talte sprog: det skal være præcist og korrekt, men uden at være kedeligt.

Vores studieværter og nye medarbejdere gennemgår speaktræning med eksterne undervisere med henblik på at optimere det talte sprog, ligesom vi tilbyder speaktræning med intern speak-underviser løbende gennem året og efter behov.

Vi ønsker overordnet, at medarbejderne bruger et klart og tydeligt talesprog i tv og et korrekt skriftsprog på web og sociale medier med skønsom hensyntagen til de forskellige platformes præmisser og målgrupper, så sproget opleves autentisk men korrekt.

Vi tilstræber at vores sprog kommer så tæt på "rigsdansk" som muligt, men vi udrenser ikke for dialekt. Det gør ikke noget, at seerne kan høre, hvor i landet en vært, reporter eller kilde kommer fra.

På den måde mener vi, at vi "aktivt medvirker til at bevare og udvikle det danske sprog, herunder forskellige dialekter"

3.11. Europæiske programmer

Forpligtelsen:

REGIONEN skal i overensstemmelse med reglerne i bekendtgørelse om vedtægt for de regionale TV 2-virksomheder udsende europæiske tv-programmer, herunder programmer fra uafhængige producenter.

Vejledning:

10 pct. af den sendetid i tv, der ikke består af nyheder, sportsbegivenheder, konkurrencer og tekst-tv, eller 10 pct. af programbudgettet, afsættes til europæiske programmer fra producenter, der er uafhængige af tv-foretagender. Opgørelsen kan ikke foretages på baggrund af *antallet* af programmer.

Bemærk at programkategorien til kontraktens punkt "3.11 Europæiske programmer" (ikke består af nyheder, sportsbegivenheder, konkurrencer og tekst-tv) adskiller sig fra den af kontraktens punkt "3.6. Indkøb af programmer og samarbejde med producenter" (ikke er nyheds- og aktualitetsprogrammer).

En passende andel skal forbeholdes programmer af ny dato, dvs. programmer, der udsendes senest 5 år efter deres produktion.

Redegørelse:

TV2 ØSTJYLLAND har opfyldt forpligtelsen

Alle udsendte programmer i 2023 var danske og dermed Europæiske.

Vi har i 2023 opfyldt denne forpligtelse. Af programbudgettet/programkøbet på 6,2 mio. kr. er der anvendt 3,6 mio. kr. eller **58 %** til europæiske programmer fra producenter der er uafhængige af tv-foretagender.

Alle vores programmer er udsendt senest 5 år efter deres produktion.

4. Dialog med befolkningen

Forpligtelsen:

REGIONEN skal gennemføre dialog med befolkningen i regionen, herunder særligt med lytter- og seerorganisationerne, om sin public service-virksomhed. Denne dialog kan finde sted gennem repræsentantskabet, hvori lytter- og seerorganisationerne er repræsenterede.

Redegørelse:

TV2 Østjylland har opfyldt forpligtelsen.

TV2 Østjylland vægter dialogen med brugerne og befolkningen og har gennem de senere år sat en række aktiviteter i gang for at styrke det relationsskabende arbejde.

Repræsentantskabet

Der er p.t. 75 medlemmer af repræsentantskabet, som er sammensat af seerorganisationerne, oplysningsforbundene: AOF, FOF, LOF og FO, idrætsorganisationerne: DIF, DGI og Dansk Firmasport, erhvervsfaglige organisationer: DI og FH, Dansk Ungdoms Fællesråd, kommunerne i Østjylland m.fl.

Ti medlemmer af repræsentantskabet udpeges af seerorganisationerne i området – det er KLF Kirke & Medier og ARF-Multimedier.

TV2 Østjyllands repræsentantskab, der mødes to gange om året, er en direkte linje ud til borgerne i Østjylland.

Dialog og relationsskabelse på sociale medier

Gennem hele 2023 har vi prioriteret tid i den daglige produktion til også at skabe og deltage i samtaler på vores Facebook-, Youtube-, TikTok-, og Instagramprofiler. Funktionen har flere formål – med kvalificering af debatten som et af de væsentligste – og den direkte kontakt med vores brugere er et af dem. TV2 Østjylland har som målsætning, at en medarbejder har vist tilstedeværelse i kommentarsporene til de vigtigste indholdselementer, vi lægger på Facebook, således at så mange stykker udgivet indhold avler minimum én direkte interaktion mellem en bruger og os.

Lokalreportere

Med dedikerede reportere til at beskæftige sig med hver østjysk kommune i vores sendeområde er de enkelte reportere særligt synlige for lokalbefolkningen. Vores kendskabsmåling viste i november 2023, at 55 % af østjyderne ved, at vi har lokalreportere tilknyttet og at 55% af dem var tilfredse med lokalreporterne. Reporterens opgave er i høj grad at sikre en mangfoldighed i kilder samt at sikre en stor lokal tilknytning til TV2 Østjylland rundt i landsdelen.

Samarbejde med DMJX og Aarhus Universitet samt øvrig videndeling med offentligheden

Vi har i 2023 deltaget i oplæg på uddannelsesinstitutioner og i faglige netværk, hvor vi har bidraget med vores erfaringer fra arbejdet særligt med den digitale omstilling og digitale- og sociale medier.

Vi har desuden af flere omgange formidlet aktuelle arbejdsmetoder og strategiske og taktiske overvejelser til studerende, kursister og undervisere på DMJX.

Åbent Hus

Vi holdt i november 2022 Åbent Hus på TV2 Østjylland, hvor flere end 500 østjyder kom forbi og hørte om vores arbejde og arbejdsmetoder- og vilkår.

5. Tilgængeliggørelse af public service-indhold

Overordnet forpligtelse: REGIONEN skal stille sit public service-indhold til rådighed for befolkningen på følgende måder:

5.1. TV

5.1.1. Den regionale tv-kanal

Forpligtelsen:

REGIONEN udsender sine programmer "free-to-air" i regionen på den regionale tv-kanal, TV2 ØSTJYLLAND

Redegørelse:

TV2 ØSTJYLLAND har opfyldt forpligtelsen

| TV2 ØSTJYLLAND Sendetid 2023 | Øvrige programmer | Nyheder / aktualitet | Programmer i alt | Programmer i alt | Total sendetid |
|---------------------------------|-------------------|----------------------|------------------|------------------|----------------------|
| | 1. gangs uds. | 1. gangs uds. | 1. gangs uds. | genudsendelser | Programmer og skilte |
| <i>timer</i> | | | | | |
| Egenproduktion | 14 | 222 | 236 | 409 | 645 |
| Køb hos uafhængige producenter | 24 | - | 24 | 214 | 238 |
| Fælles regional produktion | 2 | - | 2 | - | 2 |
| Fra anden TV 2-region | 8 | - | 8 | 55 | 63 |
| Total | 49 | 222 | 270 | 678 | 949 |

5.1.2. "Vinduer" i TV 2-sendefladen

Forpligtelsen:

REGIONEN skal udsende visse regionale programmer i det regionale område som en del af sendefladen på TV 2/DANMARK A/S' hovedkanal, TV 2. Udsendelserne skal ske stort set samtidig med udsendelserne på REGIONEN, idet tidsforskydningen maximalt må være en time. Der henvises til bilag 2, hvoraf de mellem TV 2/DANMARK A/S og de regionale TV 2-virksomheder aftalte sendetider fremgår. Hvor ikke andet fremgår af aftalen, kræver det enighed mellem parterne at ændre aftalen.

Vejledning:

Samsendingstiden i "Nyhedsvinduerne" på TV 2 opgøres uden reklamer.

Redegørelse:

TV2 ØSTJYLLAND har opfyldt forpligtelsen

Sendetimer:

I 2023 sendte TV2 ØSTJYLLAND i alt 207 timers nyheds- og aktualitetsudsendelser i TV 2-vinduerne.

Programplan:

17.15–17.21: Regionale nyheder. Sendt mandag-fredag.

18.20–18.26: Regionale nyheder. Sendt mandag-søndag.

19.25–19.25.30: Coming-up på en af dagens vigtigste historier - mandag-søndag.

19.30–19.57: Regionale nyheder. Sendt mandag-søndag.

22.00–22.12: Regionale nyheder. Sendt mandag-torsdag.

TV2 ØSTJYLLAND har levet op til forpligtelsen på at udsende nyheds- og aktualitetsstof i de afsatte vinduer på TV 2. På ovenstående skema fremgår sendestruktur og omfanget af sendeminutter.

Nyheds- og aktualitetsudsendelserne sendes også på stationens 24-timers kanal, TV2 ØSTJYLLAND. Det sker altovervejende simultant.

5.1.3. Internetbaserede tjenester

Forpligtelsen:

REGIONEN skal drive internetaktiviteter med indhold og tjenester, der bruger internettets formidlingsformer, og som bidrager til REGIONEN's public service-formål, og som er redaktionelt begrundet.

REGIONEN's internetsted skal bl.a. indeholde nyheder, programrelateret information, seerservice og produktioner med billede, lyd og tekst. REGIONEN kan på internetstedet bringe tekstbaserede nyheder.

REGIONEN skal blandt andet stille indhold til rådighed via internettet som simul-/webcast og on demand.

Dette public service-internetsted skal holdes adskilt fra REGIONEN's eventuelle anden internetvirksomhed, som drives på kommercielle vilkår, dvs. uden anvendelse af offentlige tilskud.

REGIONEN skal, så vidt det er teknisk muligt, vælge åbne standarder med henblik på generel tilgængelighed til det indhold, som REGIONEN stiller til rådighed via internettet.

REGIONEN kan ikke oprette nye væsentlige internetbaserede tjenester i kontraktperioden end de ovenfor og i bilag 3 anførte, medmindre Radio- og tv-nævnet godkender iværksættelse af sådanne yderligere tjenester efter reglerne i bekendtgørelse om godkendelse af DR's og de regionale TV 2-virksomheders nye tjenester. Tilsvarende gælder væsentlige ændringer af eksisterende tjenester.

Redegørelse:

TV2 ØSTJYLLAND har opfyldt forpligtelsen.

TV2 ØSTJYLLAND var i 2023 til stede på følgende online-platforme:

www.tv2østjylland.dk

Et stærkt website med godt indhold er afgørende for, at vi bliver relevante for et bredt publikum – også for andre end dem, der ser vores nyhedsudsendelser på tv. Derfor ønsker vi, at tv2østjylland.dk har en central rolle i vores produktion. På hjemmesiden lægger vi vægt på at dække vores region bredt i den daglige nyhedsdækning – både geografisk og i emnevalg – men ikke mindst lægger vi vægt på også at producere velresearchede, gennemarbejdede formater, der samler mange brugere.

Også på hjemmesiden er video et råstof, og vi prioriterer webvideo i vores artikler højt i det daglige workflow.

Hjemmesidens tekniske del (CMS) driftes og udvikles i samarbejde med de øvrige TV 2-regioner.

Web

I 2023 var der 82.794.044 sidevisninger på tv2østjylland.dk.

Det er en tilbagegang på 0,79 procent i forhold til 2022, hvor tallet var 83.455.062.

Det skal dog bemærkes, at vi 1. november 2023 lancerede en fast nyhedsblog, der løbende formidler østjyske nyheder i kort form. Disse visninger er ikke inkluderet i tallene for sidevisninger ovenfor. I løbet af november og december 2023 blev indhold i nyhedsbloggen vist 5.174.418 gange.

Antallet af besøg på tv2østjylland.dk nåede 54.651.129 i 2023, hvilket er en stigning på 0,88 procent i forhold til 2022, hvor antallet af besøg var 54.174.010.

Foruden visningerne på vores eget website er en del af TV2 Østjyllands artikler også udgivet på tv2.dk. I 2023 var der 65.452.602 sidevisninger på dette indhold på tv2.dk. Det er en fremgang på 108,81 procent i

forhold til 2022, hvor tallet var 31.345.726.

På tv2østjylland.dk udgives der også artikler fra TV SYD og TV MIDTVEST. Disse artikler indeholder typisk historier fra enten Horsens eller Silkeborg. I 2023 var der 56 af sådanne artikler fra tvsyd.dk og 169 artikler fra tvmidtvest.dk.

Nyhedsapp til smartphones

Vi fik i 2020 en ny og forbedret nyhedsapp til smartphones med styresystemerne iOS og Android som en nem tilgang til vores aktualitetsindhold for vores loyale nyhedsbrugere. Indholdet i nyhedsappen er det samme som på tv2østjylland.dk. Nyhedsappen driftes og udvikles i samarbejde med de øvrige TV 2-regioner.

I alt blev appen i 2023 besøgt 3.653.171 gange. Det er en fremgang på 1,70 procent i forhold til 2022, hvor den blev besøgt 3.592.017 gange.

Facebook

TV2 Østjylland vægter tilstedeværelsen på Facebook højt, da det er den medietype, flest østjyder bruger dagligt (52% iflg. vores kendskabsmåling i 2023)

Vi var i 2023 overordnet til stede på Facebook på to måder:

1. Hovedsiden TV2 Østjylland

På TV2 Østjyllands Facebookside udnytter vi først og fremmest vores levende billeder – særligt i "prime time" på Facebook om aftenen. Video er vores råstof, og video er med til at adskille os fra mange af de andre indholdsleverandører på Facebook - fx andre medier i vores område. Vores opslag tager oftest afsæt i nyheder, der også bringes på vores andre platforme, men de er formateret i stil og tone, så de passer til Facebook. Foruden video deler vi også en række af vores web-artikler på Facebook.

Vi har i 2023 fortsat afsat et årsværk til at facilitere og kvalificere samtalerne i kommentarsporene i erkendelse af, at vores publicistiske virke ikke stopper, når vi har lagt indholdet på Facebook. Vi ønsker at tage ansvar for, at alle brugere føler, de kan komme til orde, og at samtalerne finder sted på oplyst grundlag, så research og tilvejebringelse af supplerende informationer fortsætter i vores arbejde i kommentarerne.

TV2 Østjyllands Facebookside havde ved udgangen af 2023 over 194.700 følgere, og vores indhold nåede gennemsnitligt ud til over 3 mio. brugere pr. måned. Vores videoindhold på Facebook blev i alt set i over 68,6 mio. minutter i 2023.

2. Lokalreporternes egne profiler

TV2 Østjyllands lokalreportere bruger deres egne Facebookprofiler til at distribuere relevant indhold for deres respektive lokalområde, men nok så vigtigt benytter de Facebook til at opbygge og dyrke deres kildenetværk og på den måde sikre, at vi er nærværende for alle i vores område og ikke overser vigtige historier. Facebook bruges også af lokalreporterne til at distribuere indhold i relevante borger-, by-, og interessegrupper. Kendskabet til lokalreporterne lå i 2023 på 55 % iflg. vores kendskabsmåling.

Instagram

Instagram er en populær social platform primært til deling af billeder og korte videoer. Ifølge TV2 Østjyllands kendskabsmåling fra november 2023 anvender 31% af alle østjyder over 15 år platformen dagligt. I målgruppen 15-29 år er det hele 62%, der bruger Instagram dagligt.

Vi bruger opslag og stories på Instagram til at formidle nyhedsindhold på en letforståelig og direkte facon, der ikke kræver forhåndsviden. Derudover formidler vi også en række af de tungere journalistiske historier fra fx lokalreportere og gravergruppen på Instagram.

Ved udgangen af 2023 havde vi over 46.800 følgere på Instagram.

YouTube

YouTube er verdens mest populære videoportal, særligt blandt yngre målgrupper. I Østjylland bruger 30% af de 15-29 årige platformen dagligt, 44% ugentligt og 15% månedligt, viser TV2 Østjyllands kendskabsmåling fra november 23.

TV2 Østjylland arbejder strategisk med YouTube som distributionsplatform til udvalgte dele af vores videomateriale. Som tv-station er det naturligt at være til stede, hvor brede målgrupper – ikke mindst unge – forbruger video.

Der ligger et antal af mindeværdige arkivklip fra TV2 Østjylland på YouTube, ligesom vi konsekvent har udgivet vores programserier på platformen – parallelt med videouniverset på tv2østjylland.dk. Fælles for serierne er, at de taler ind i specifikke målgrupper, nicher og interessefællesskaber.

TV2 Østjyllands YouTube-kanal har 34.700 abonnenter.

TV2 PLAY

TV2 PLAY er en streamingtjeneste, der har haft flot vækst de seneste år, og i kraft af vores naturlige tilhørsforhold til TV2 DANMARK er PLAY en oplagt platform for os at udgive indhold på.

TV2 regionernes nyhedsudsendelser har i flere år været tilgængelige på TV2 PLAY, men i 2022 begyndte TV2 Østjylland tillige at arbejde strategisk med at udgive ondemand-programindhold på TV2 PLAY – indhold, der er tilgængeligt for alle foran betalingsmuren. Vi fortsatte med at udgive indhold på TV2 PLAY i 2023 og fokuserer særligt på indhold målrettet østjyder i alderen 25-45 år, fordi det er en målgruppe vi gerne vil have bedre fat i, og en af de målgrupper, som er størst på TV 2 PLAY.

Indhold udgivet af TV2 Østjylland på TV2 PLAY har i 2023 i alt haft +1.2 mio visninger

5.2. Arkiver

Forpligtelsen:

REGIONEN skal medvirke til at gøre det muligt for Det Kongelige Bibliotek at give publikum adgang til, inden for rammerne af ophavsretslovgivningen, at se eller høre tidligere udsendte nyheds- og aktualitetsudsendelser.

REGIONEN skal af kulturarvsmæssige hensyn bevare sine programarkiver.

REGIONEN skal fremme digitaliseringen af programarkiverne for bl.a. på denne måde at give borgerne adgang til sine programarkiver, dog med de begrænsninger, der følger af lovgivningen mv., herunder ophavsretsloven.

REGIONEN skal aktivt arbejde for i videst muligt omfang at kunne gøre REGIONEN programarkiver tilgængelige for befolkningen og forskermiljøerne.

Redegørelse:

TV2 ØSTJYLLAND har opfyldt forpligtelsen

Vores udsendelser er siden 1. januar 2009 bevaret på tv2østjylland.dk som enkelt-indslag og udsendelser.

TV2 Østjylland er en af de TV2 regioner, hvor udsendelserne kontinuerligt nedtages digitalt og er bevaret i Statens Mediesamling på Det Kgl. Bibliotek i Aarhus.

TV-indslag fra stationens start til i dag er bevaret i vores båndarkiv.

Vi oplever ingen nævneværdig interesse for vores gamle arkiv, der fortrinsvis består af nyhedsudsendelser.

Vi har imidlertid i 2022 igangsat et arbejde med manuelt at digitalisere hele vores programarkiv. Det er en manuel proces, hvor der er afsat et årsværk til arbejdet i perioden frem til og med 2025.

Arbejdet er ved indgangen til 2024 ca. halvt gennemført.

6. Finansiering

6.1. Hoved- og nøgletal

Redegørelse:

TV2 ØSTJYLLAND har opfyldt forpligtelsen

| Beløb i kr. 1.000 | 2023 | 2022 | 2021 | 2020 | 2019 |
|-------------------------------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| Resultatopgørelse: | | | | | |
| Indtægter i alt | 75.249 | 71.942 | 71.561 | 72.641 | 72.925 |
| Driftsomkostninger i alt | -71.985 | -67.979 | -64.883 | -63.193 | -65.966 |
| Resultat før af- og nedskrivninger | 3.265 | 3.964 | 6.679 | 9.449 | 6.959 |
| Af- og nedskrivninger | -3.542 | -3.773 | -4.606 | -5.190 | -4.519 |
| Finansielle poster, netto | -257 | -370 | -3.000 | -951 | -1.121 |
| Årets resultat | -533 | -179 | -927 | 3.308 | 1.319 |
| Balancesum, ultimo | 46.742 | 45.601 | 49.010 | 55.513 | 46.725 |
| Egenkapital, ultimo | 12.572 | 13.105 | 13.284 | 11.622 | 7.852 |
| Soliditet (egenkapitalandel) | 26,9 | 28,7 | 27,1 | 20,9 | 16,8 |
| Likviditet fra: | | | | | |
| Driftsaktiviteter | 4.434 | 2.220 | 444 | 15.839 | 3.788 |
| Investeringer | -2.214 | -4.552 | -715 | -2.329 | -4.930 |
| Finansiering | -920 | -911 | -2.458 | -596 | -638 |
| Årets likviditetsvirkning | 1.300 | -3.242 | -2.729 | 12.914 | -1.779 |

Aarhus april 2024

Lasse Langfeldt, bestyrelsesformand

Inga Vind, direktør

Dette dokument er underskrevet af nedenstående parter, der med deres underskrift har bekræftet dokumentets indhold samt alle datoer i dokumentet.

This document is signed by the following parties with their signatures confirming the documents content and all dates in the document.

Inga Juul Vind

Navnet returneret af dansk MitID var:

Inga Juul Vind

ID: d963f0bd-5b2e-43d3-af7a-94344b33879f

Tidspunkt for underskrift: 11-04-2024 kl.: 10:39:18

Underskrevet med MitID



Lasse Langfeldt

Navnet returneret af dansk MitID var:

Lasse Langfeldt

ID: d6b0fd55-2e4f-4f9a-96af-396683fcdd33

Tidspunkt for underskrift: 10-04-2024 kl.: 17:48:58

Underskrevet med MitID



This document has esignatur Agreement-ID: 7b8b1dswpTh251695373

This document is signed with esignatur. Embedded in the document is the original agreement document and a signed data object for each signatory. The signed data object contains a mathematical hash value calculated from the original agreement document, which secures that the signatures is related to precisely this document only. Prove for the originality and validity of signatures can always be lifted as legal evidence.

The document is locked for changes and all cryptographic signature certificates are embedded in this PDF. The signatures therefore comply with all public recommendations and laws for digital signatures. With esignatur's solution, it is ensured that all European laws are respected in relation to sensitive information and valid digital signatures. If you would like more information about digital documents signed with esignatur, please visit our website at www.esignatur.dk.