

## Public Service-redegørelse for 2022

### 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 fejllopfattelser 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-forpligtigelser.

### 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:

### **Folketingsvalget 2022**

TV2 Østjylland har siden maj 2020 haft 5 lokalreportere dedikeret til fuld tid at dække en eller to af kommunerne i vores sendeområde. Netop lokalreporternes indgående kendskab til kommunerne var omdrejningspunktet for måden, vi dækkede Folketingsvalget 22 på. Lokalreporterne leverede hver et bærende tema i valgkampen, som havde særlig betydning i en af deres kommuner.

Lokalreporteren i Aarhus leverede f.eks. et tema om manglen på sygeplejersker med udgangspunkt i en reportage fra AUH i Aarhus, hvor problemet er særlig udbredt. Derudover var emnerne landbrug/klima, social ulighed/fattigdom (aktualiseret ved inflationsstigninger), forholdene for de ældre, og folkeskolen

Lokalreporternes temaer blev også brugt som udgangspunkt for de 5 valgdebatter, vi afviklede i løbet af valgkampen. Vi havde blandt andet en målsætning om at præsentere østjyderne for så mange af de kandidater, de ville møde på stemmesedlerne som muligt, hvorfor vi til debatterne havde både en kendt spidskandidat fra hvert parti – men også en mindre kendt.

I forbindelse med debatterne, som blev sendt i fuld længde i vores 19.30 udsendelse, var udsendelsen kl. 22 udvidet til 22 minutter, og disse udsendelser blev brugt til grundig analyse af politikernes udtalelser i debatterne. På baggrund af debatter og analyser blev der lavet en lang række artikler, som kunne klæde østjyderne bedst muligt på i forhold til at vide, hvilke kandidater, der mener hvad om de allerstørste emner i valgkampen.

'Taler fra øl-kassen' var et andet videoformat, som vi producerede for at præsentere endnu flere kandidater. Her blev en kandidat fra hvert parti bedt om at medvirke i et helt kort format, hvor de fik lejlighed til at præsentere den mærkesag, de brændte mest for. Formaterne blev vist i TV, på web og Facebook.

Vi samarbejdede løbende med TV2 og sendte blandt andet tre nyhedstimer i valgkampen i samarbejde med TV2 Nyhederne og de øvrige regioner. Vi leverede dagligt valgrelaterede nyhedsartikler til TV2.dk og TV2 brugte store dele af vores TV-valgdækning i TV2 Nyhederne – blandt andet to af lokalreporternes temaer. TV2 Nyhederne havde desuden en fotograf og en Tv-reporter samt en digital reporter udstationeret til TV2 Østjylland under hele valgkampen

På tv2østjylland.dk kunne brugerne deltage i kandidattest, som blev lavet i et samarbejde mellem TV2 regionerne og TV 2. Digitalt udgav TV2 Østjylland særligt valgindhold på web, Instagram og Facebook med alt fra live-blogs til videoer og quizzer, udviklet og målrettet de yngre østjyder.

Fra vores redaktion i Aarhus Vest lavede vi valgdækning målrettet unge med minoritetsbaggrund under formatet Gellerup LIVE:

Podcast-serien Drop In, hvor 3-4 unge kvinder med minoritetsbaggrund ugentligt har drøftet aktuelle problemstillinger fra deres liv udkom med 3 afsnit gennem valgkampen med det kommende folketingsvalg som tema.

Derudover udkom Gellerup LIVE redaktionen med en 4 valgdebatter på facebook, hvor målgruppen selv var i panelet og diskuterede aktuelle emner som tørklædeforbud, racisme i politiet, flygtningepolitik mm.

Samlet for valgdækningen fra Gellerup Live var, at den tog udgangspunkt i minoriteternes perspektiver og præmisser

### **Sendetider i forbindelse med Folketingsvalget 2022.**

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.*

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 TV2 Østjylland kl. 16.10 og 17.12 med en varighed på 5:00 minutter i begge.*

5. På valgaften 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.*

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 DANMARK 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.*

### **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 2022 opfyldt forpligtelsen.*

Vi har i 2022 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 2022 formidlet nyheder og aktualitet på Facebook, Instagram (herunder Instagram stories) og Youtube

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 2022 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.

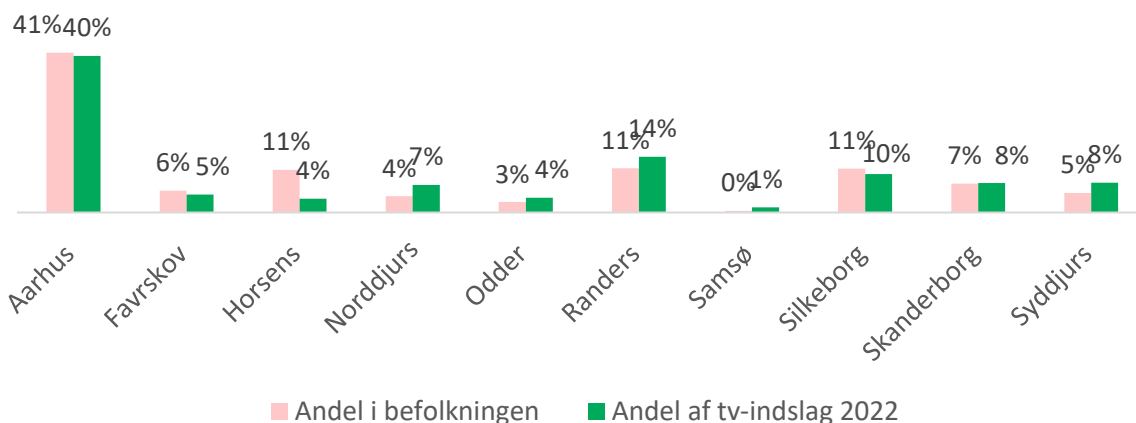
I de senere år har der været en del fokus på såkaldte nyhedsørkener, altså geografisk afgrænsede områder uden fast tilstedeværelse af journalister og uden en kontinuerlig journalistisk dækning. Fænomenet kendes også i Østjylland, og selvom flere regionale- og landsdækkende dagblade det seneste år har oprettet lokale redaktioner, er disse lokale aktiviteter stadig primært fokuseret omkring hovedbyerne Aarhus, Randers og Silkeborg. F.eks. er der i kommunerne Odder og Skanderborg ikke konsekvent dækning fra 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, 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.

I nyhedsudsendelser på tv fordeler andelen af indslag fra de enkelte kommuner sig som følger:



Den umiddelbart store dækning af Samsø dækker over et meget lavt befolkningsantal i sammenligning med de øvrige kommuner, og for at sikre en vis dækning af kommunen kræver det mere end én årlig tilstedeværelse.

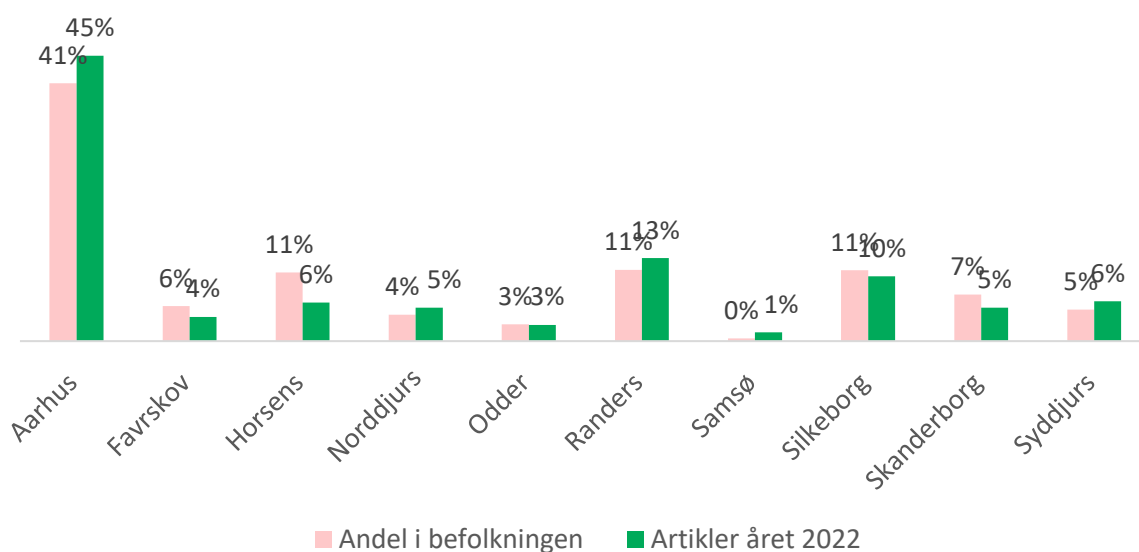
Horsens dækkes af TV SYD, hvorfor vi kun er til stede i begrænset omfang.

Som det ses, er andelen af tv-indhold fra de øvrige kommuner nogenlunde tilsvarende kommunestørrelsen inden for en acceptabel variation.

På tv2østjylland.dk fordeler antallet af artikler fra kommunerne sig som følger i 2022:

Aarhus	1823
Favrskov	155
Horsens	246
Norrdjurs	213
Odder	103
Randers	531
Samsø	57
Silkeborg	415
Skanderborg	213
Syddjurs	255

Målt op i forhold til kommunernes indbyggertal ser fordelingen ud som følger:



Antallet af artikler afspejler i vid udstrækning den generelle fordeling af indhold, der også kan ses i vores nyhedsudsendelser, eftersom hovedparten af artiklerne omhandler emner behandlet i tv-nyhedsudsendelserne.

### 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. befolknings sammensætningen mv.

#### Redegørelse:

TV2 Østjylland har opfyldt forpligtelsen i 2022.

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 2022, lavet for TV2 Østjylland af Kantar Gallup, ser 63 % af de 50+-årige dagligt tv, mens tallet for de 15-29-årige ligger på 6 %. Den unge målgruppe bruger derimod platforme som Facebook (62 %), Instagram (54 %) og YouTube (41 %) på daglig basis – men mange af disse digitale platforme bruges faktisk også på daglig basis af de ældre aldersgrupper. Vi ser eksempelvis, at hele 66% af de 30-49-årige og 43 % 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 stadigvæk svindende – mængde, der benytter dem (i 2022 så gennemsnitligt 42.000 østjyder minut for minut vores 19.30-udsendelse (Rtg000 ny Nielsen-undersøgelse)), samtidig med at vi med en konsekvent tilstedeværelse har formidlet vores indhold på web, Facebook, Instagram 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 2022, 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 medie, er i Silkeborg kommune, hvor Midtjyllands avis er primær lokale medie. TV2 Østjylland er ligeledes det primære blandt de forskellige aldersgrupper yngre som ældre. TV2 Østjylland er det primære hos 47% af de 15-29-årige, 51% 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 er vores primære platform til at nå unge og unge voksne i alderen 18-25 år, da det er den distributionsplatform, som 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 YouTube 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 15-20 år til at tænke; *"TV2 Østjylland laver også indhold, til sådan en som mig"*.

I kendskabsmålingen fra 2022 svarer 41 % af unge i alderen 15-20 år *"enig/meget enig"* til udsagnet *"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 56 videoer på YouTube i 2022.

### **Dokumentarer**

Vi har i 2022 publiceret 21 videoer med dokumentarstof på YouTube. Emnerne spænder vidt fra en dokumentar om ludomani blandt unge gamere, til en reportage fra politiets narkoindsats i det østjyske natteliv. Fælles for dokumentarerne er, at de er målrettet unge østjyder og er relevante for målgruppen.

### **Fakta- og reportageserier**

I 2022 distribuerede vi serierne 'Op på hesten' og 'Bakken Bears', 'Højt at flyve' og 'Hack gymnasiet'. I alt har TV2 Østjylland udgivet 17 videoer i genren fakta- og reportageserier, samt en række enkeltstående videoer og ekstramateriale.

### **Ny strategi for 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 har vi justeret vores strategi for Instagram. Vi vil gerne formidle endnu flere historier, som stikker dybere rent journalistisk, og derfor har vi i dag 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 eksperimenterer i denne forbindelse 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 2020 et projekt med det formål at skabe relevant og samtaleskabende indhold til unge under 30 i Aarhus Vest. I hele 2022 har vi produceret indhold fra en nyoprettet redaktion i Gellerup, hvor 2-3 journalister arbejder på at

udvikle og producere indhold til udgivelse på Instagram, Youtube, Facebook og podcast under navnet 'Gellerup LIVE'.

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 2022 har i alt 6 unge med minoritetsbaggrund været tilknyttet vores redaktion og været med til at producere indhold.

Gellerup LIVE udgav i 2022 portrætter på Instagram, reportager og dokumentar til både Instagram, Youtube og Facebook – samt podcast.

### **Podcast**

I 2022 fortsatte vi med produktion af podcast og udgav i alt 4 forskellige podcast-formater. 2022 blev også året, hvor lytterne for alvor fik ørene op for vores produktioner: i 2022 havde vi to podcasts i Apple's oversigt over "Mest populære nye podcasts i 2022". Vores podcast "Forfulgt af Danmarks største stalker" der i 2022 nåede 316.000 lytninger og "Forgiftet på plejehjem" fik over 131.000 lytninger. (Podcast-serierne fortsætter i 2023, hvorfor lyttertallene er fortsat op ind i 2023)

### **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.

Aftale mellem TV 2 og TV 2 Regionerne om regionalt indhold på TV 2 PLAY.

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 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, men også om "genudsendelse" af hinandens nyhedsklip og hele programmer. Parterne samarbejder om en Christiansborg redaktion, og der er et samarbejde om "genbrug" af hinandens artikler.

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, der 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, TV 2 erhverver licens til fra danske og udenlandske programleverandører. Det regionale indhold på TV 2 PLAY kan imidlertid tilgås udenom betalingsmuren, så man behøver ikke et abonnement til TV 2 PLAY for at se de regionale programmer.

Begge parter har set aftalen om regionalt indhold på TV 2 PLAY som en naturlig forlængelse af det samarbejde, der i øvrigt er indenfor 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.

Samarbejdet adskiller sig fra TV 2s aftale med SkyShowTime, hvor TV 2 som distributør videredistribuerer en selvstændig streamingtjeneste på TV 2 PLAY.

### 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 2022 opsatte budgetmål. (Se bilag –Budgetmål 2022)

## **Yngre målgrupper**

### *Målet indfriet*

TV2 ØSTJYLLAND benytter sociale medie-platformer dagligt i bestræbelserne på at ramme særligt yngre målgrupper. Når vi producerer til de forskellige platforme, er vi meget bevidste om, hvordan indhold og historier skal produceres for at performe og skabe værdi for brugerne. Det er dermed ikke alle historier i en daglig nyhedsproduktion, der ender som et opslag på f.eks. Instagram eller Facebook.

Derfor er det også svært præcist at angive, hvor mange historier og hvor mange historie-typer, der vil udkomme fordelt hen over et år.

I 2022 udkom vi med historier på følgende måde:

### **Instagram:**

931 posts

230 stories

Antal følgere ved årets udgang: 41.642

### **Facebook:**

Antal unikke videoer: 601

20 satire afsnit: 20

### **YouTube:**

Short docs: 19

Video-serier: 4

### **TV 2 Play**

I 2022 arbejdede TV2 Østjylland strategisk med at placere indhold fra TV2 Østjylland på TV 2 PLAY, så vi udkommer bedst muligt på platformen

### **Podcast**

TV2 Østjylland udkom i 2022 med 4 podcast formater: Forfulgt af Danmarks største stalker, I forandring, Forgiftet på plejehjem og Holdet der vandt – historien om AGF's mesterskab '86)

Enkelte af budgetmålene er ramt over målet, andre en anelse under, men i et samlet hele betragter vi målet som opfyldt.

Målene for Instagram er påvirket af, at vi i 2022 ændrede strategien for udgivelse af indhold på platformen, så vi udgiver færre billedposts og flere posts og stories med mere journalistiske historier, der stikker dybere. Prioriteringen betyder at vi samlet set har en smule færre opslag – til gengæld bliver der arbejdet i længere tid med de enkelte, mere journalistiske posts og stories.

### **Samtaler på sociale medier**

#### *Målet indfriet*

TV2 Østjylland har gennem hele 2022 arbejdet strategisk med at facilitere samtalerne og debatterne i vores kommentartråde på Facebook, Instagram og YouTube. Vi har indfriet målet om at dedikere et årsværk til formålet.

## **Hele landsdelen**

### *Målet indfriet*

I 2022 har hver kommune haft tilknyttet en lokalreporter som omtalt i punkt 3.2.

Både fsva indslagene i TV samt vores artikler på tv2østjylland.dk afspejler antallet af historier det forholdsmæssige befolkningsantal geografisk fordelt på kommunerne.

Kendskabsgraden for vores lokalreportere er hævet fra 52% i 2021 til hele 56% i 2022.

## **Længere formater**

### *Målet er indfriet*

I 2022 har TV2 Østjylland produceret 20 større journalistiske satsninger til henholdsvis tv, web, podcast eller sociale medier, der har været med til at sætte dagsorden. Heraf er 12 af de journalistiske satsninger udkommet som webdoks, der er særligt udviklet med fokus på tekst, lyd, billeder og grafik.

## **Kultur**

### *Målet indfriet*

TV2 Østjylland producerede i 2022 59 kulturprogrammer som blev sendt i TV 2-vinduerne. I 2022 dækkede TV2 Østjylland flere end 5 større kulturbegivenheder på tv, web og sociale medier, blandt andet: Kapsejlads, Smukfest, Sølund Festival, Regatta i Silkeborg og Aarhus festuge.

## **Original og delbar journalistik**

### *Målet indfriet*

TV2 Østjylland sendte i 2022 617 historier til Ritzaus citattjeneste, hvilket resulterede i hele 5994 citeringer af andre medier.

## **Samskabelse og brugerinddragelse**

### *Målet indfriet*

TV2 Østjylland havde i 2022 et særligt fokus på samskabelse og interaktion med brugerne. I 2022 afholdt TV2 Østjylland desuden åbent hus, hvor Østjyderne kunne få et indblik i produktionsgangene i deres regionale mediehus.

## **Gellerup**

### *Målet indfriet*

Redaktionen i Gellerup, der producerer under navnet 'Gellerup LIVE' har i 2022 produceret i alt 5 større videoproduktioner samt 39 podcastafsnit. Desuden har redaktionen i Gellerup haft i alt 6 unge med minoritetsbaggrund tilknyttet som talenter, hvor de har været medskabere af det redaktionelle indhold.

Desuden har Gellerup LIVE redaktionen produceret og distribueret i alt 19 historier til TV2 Østjyllands hovedplatforme i løbet af 2022.

## Beskrivelse af effektiviseringer gennemført i årets løb

### Målet indfriet

I 2022 var der, efter en omlægning af lånefinansieringen, en halvering af de årlige finansieringsomkostninger. De sparede midler blev anvendt til indholdsproduktion på relevante platforme.

En fremtidig planlagt udskiftning af køle- og ventilationsanlægget måtte fremskyndes og er blevet foretaget i 2022. Det indebærer en udskiftning til moderne teknologi, hvor der forventes en betydelig besparelse i el-forbruget på området.

Der er igennem en årrække arbejdet på besparelser på el-forbruget – der i 2020 blev reduceret med 20% i forhold til 2019 – og reduceret med yderligere 9% i 2021, og yderligere reduceret med 5% i 2022.

Går man helt tilbage til 2006 var det årlige el-forbrug 885.000 kWh, hvor det samlede el-forbrug i 2022 var reduceret til 395.000 kWh. – en reduktion på 55%

## 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 2022 arbejdet med flere ugentlige kulturformater, og en række kortere, serielle formater på TV og web-TV.

### **Faste, ugentlige kulturformater**

Søndag er traditionelt den ugedag, hvor vi har et særligt fokus på kulturen. Det er her vi sender et indslag om aktuelle udstillinger i det østjyske, eller en reportage fra et kulturelt interessant miljø.

Formatet 'Nørderi' tog i 2022 udgangspunkt i østjyder, der samler på eller dyrker et særligt hjørne af populærkulturen. Det er her i formatet seerne f.eks. møder en østjyde med en vild passion for jazz, eller en kvinde med en passion for fastelavnsboller, og historien bag.

### **Serielle kulturformater**

Et nyt, længere format fra efteråret 2022, 'Kulturen med Søs', sendes også om søndagen, og behandler store og små kulturbegivenheder eller institutioner. Det er her vi f.eks. dækker udvidelsen af AROS, besøger de Buhlske stuer i Randers eller en ny forestilling på Aarhus teater, sammen med vært, Søs Kjeldsen.

'Aarhus brandstation' handlede i fire afsnit om Aarhus' gamle brandstation i historisk perspektiv og i nutiden. En anden serie i tre afsnit handlede om gastronomi – her fulgte vi trøflens vej fra de østjyske skove til Michelin-restauranten Frederikshøj.

### 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 har købt:

en serie 'Gellerup Live' af Frekvens Media

en fiktionsserie "PANIK" af Wasabi

en serie "Fodspor" af Frekvens Media

en serie "Stalker" af Frekvens Media

en serie "Drop-in" af Frekvens Media

Af i alt 48 timers 1. gangs-udsendelser udgør 36 timer – eller **75%** - 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 i 2022 70 artikler på tv2østjylland.dk i partnerskab med TV SYD og 123 i partnerskab med TV MIDTVEST

TV2 Østjylland samarbejder fortsat med TV SYD, TV 2 NORD, TV 2 ØST, TV 2/FYN, TV MIDTVEST og TV 2 LORRY 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 fælleskab 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.

### **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. Vores studieværter og nye medarbejdere gennemgår speaktræning med eksterne undervisere med henblik på at optimere det talte sprog.

Vi ønsker, at medarbejderne bruger et klart og tydeligt talesprog i tv og et korrekt skriftsprog på web. Her tilstræber vi at komme 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.

### **3.11. Europæiske programmer**

#### Forpligtelsen:

REGIONEN skal i overensstemmelse med reglerne i bekendtgørelse om vedtaget 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 2022 var danske og dermed Europæiske.

Vi har i 2021 opfyldt denne forpligtelse. Af programbudgettet/programkøbet på 5,3 mio. kr. er der anvendt 2,7 mio. kr. eller **52 %** til europæiske programmer fra producenter der er uafhængige af tv-foretagender.

Alle vores programmer udsendes 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 relations-skabende 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 LO, 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 2022 har vi afsat et årsværk til at skabe og deltage i samtaler på vores Facebook-Youtube- 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 er de enkelte reportere særligt synlige for lokalbefolkningen. Vores kendskabsmåling viste i november 2022, at 56 % af østjyderne ved, at vi har lokalreportere tilknyttet. 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 2022 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.

Desuden har medarbejdere fra TV2 Østjylland holdt oplæg for folkeskoler, gymnasier og højskoler samt for nordisk journalistcenter i løbet af 2022.

### 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 2022	Øvrige programmer	Nyheder / aktualitet	Programm er i alt	Programm er i alt	Total sendetid
	1. gangs uds.	1. gangs uds.	1. gangs uds.	genudsende lser	Programme r og skilte
<i>timer</i>					
Egenproduktion	12	206	217	316	533
Køb hos uafhængige producenter	36	36	72	336	408
Fra anden TV 2-region	2	-	2	39	41
Total	50	242	291	691	982

#### 5.1.2. "Vinduer" i TV 2-sendefloden

##### Forpligtelsen:

REGIONEN skal udsende visse regionale programmer i det regionale område som en del af sendefloden på TV 2/DANMARK A/S' hovedkanal, TV 2. Udsendelserne skal ske stort set samtidig med udsendelserne på REGIONEN, idet tidsforskydningen maksimalt 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 2022 sendte TV2 ØSTJYLLAND i alt 206 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 2022 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 har 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.

I 2022 var der 83.455.062 sidevisninger på tv2østjylland.dk.

Det er en stigning på 63 procent siden 2021, hvor tallet var 51.065.096.

Antallet af sessions nåede 54.174.010 i 2022, hvilket er en stigning på 59 procent siden 2021, hvor antallet af sessions var 34.020.717.

#### *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. Appen inkluderer mulighed for at sende notifikationer, enten når der er breaking news, eller hvis en historie er vigtig nok for tilpas mange østjyder.

Indholdet i nyhedsappen er det samme som på tv2østjylland.dk, og funktionaliteten er stort set den samme.

Nyhedsappen driftes og udvikles i samarbejde med de øvrige TV 2-regioner. I 2022 havde vi 31.000 brugere.

#### *Facebook*

TV2 Østjylland vægter tilstedeværelsen på Facebook højt, da det er den medietype, flest østjyder bruger dagligt (54% iflg. vores kendskabsmåling i 2022)

Vi var i 2022 overordnet til stede på Facebook på tre 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.

Vi har i 2022 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 2022 over 169.000 følgere, og vores indhold nåede gennemsnitligt ud til over 3 mio. brugere pr. måned. Vores videoindhold på Facebook blev i alt set i over 66 mio. minutter i 2022.

## 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 2022 på 56 % iflg. vores kendskabsmåling.

Derudover deler vi så vidt muligt vores indhold i relevante interessefællesskaber for at nå bredere ud og starte samtaler i fællesskaber, der allerede er optaget af de emner, vi producerer indhold om.

### *Instagram*

Instagram er en populær social platform primært til deling af billeder og korte videoer. Ifølge TV2 Østjyllands kendskabsmåling fra november 2022 anvender 30% af alle østjyder over 15 år platformen dagligt. I målgruppen 15-29 år er det hele 54%, 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, og til at højne fællesskabsfølelsen i regionen ved at fremhæve særligt smukke steder. I 2022 lancerede vi et nyt koncept, der sikrer at også mere komplekse og konfliktfyldte nyhedshistorier, bliver produceret til Instagram.

Ved udgangen af 2022 havde vi over 41.000 følgere på Instagram.

### *YouTube*

YouTube er verdens mest populære videoportal, særligt blandt yngre målgrupper. I Østjylland bruger 41% af de 15-29 årige platformen dagligt, 76% ugentligt og 88% månedligt, viser TV2 Østjyllands kendskabsmåling fra november 22.

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 havde ved udgangen af 2022 over 31.000 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 udvikler og producerer indhold til TV 2 PLAY, som er særligt relevant for 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.

Siden 1. maj har det indhold, TV2 Østjylland har udgivet på PLAY nået over 1 mio. visninger.

#### Twitter

For TV2 Østjylland er Twitter først og fremmest en kanal til at gøre andre medier, politikere, erhvervsliv, meningsdannere, organisationer m.v. opmærksomme på vores indhold. Twitter er derimod i mindre grad en kanal til at nå den brede befolkning. Dertil er målgruppen for lille.

Vi producerer derfor heller ikke selvstændigt indhold til Twitter, men bruger platformen til at distribuere eksisterende indhold fra tv2østjylland.dk, som er relevant for meningsdannere, politikere m.v.

TV2 Østjylland havde ved udgangen af 2022 lidt over 5.300 følgere på Twitter.

## 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.

Vores arkiv er intakt fra stationens start, men det er ikke fuldt digitaliseret.

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. Arbejdet vil formodentlig vare til og med 2025.

## 6. Finansiering

### 6.1. Hoved- og nøgletal

#### Redegørelse:

TV2 ØSTJYLLAND har opfyldt forpligtelsen

Beløb i kr. 1.000	2022	2021	2020	2019	2018
<b>Resultatopgørelse:</b>					
Indtægter i alt	71.942	71.561	72.641	72.925	73.327
Driftsomkostninger i alt	-67.979	-64.883	-63.193	-65.966	-67.259
Resultat før af- og nedskrivninger	3.964	6.679	9.449	6.959	6.068
Af- og nedskrivninger	-3.773	-4.606	-5.190	-4.519	-5.599
Finansielle poster, netto	-370	-3.000	-951	-1.121	-1.100
<b>Årets resultat</b>	<b>-179</b>	<b>-927</b>	<b>3.308</b>	<b>1.319</b>	<b>-631</b>

<b>Balancesum, ultimo</b>	<b>45.601</b>	<b>49.010</b>	<b>55.513</b>	<b>46.725</b>	<b>47.494</b>
---------------------------	---------------	---------------	---------------	---------------	---------------

<b>Egenkapital, ultimo</b>	<b>13.105</b>	<b>13.284</b>	<b>11.622</b>	<b>7.852</b>	<b>6.336</b>
----------------------------	---------------	---------------	---------------	--------------	--------------

<b>Soliditet (egenkapitalandel)</b>	28,7	27,1	20,9	16,8	13,3
-------------------------------------	------	------	------	------	------

<b>Likviditet fra:</b>					
Driftsaktiviteter	2.220	444	15.839	3.788	8.146
Investeringer	-4.552	-715	-2.329	-4.930	-4.234
Finansiering	-911	-2.458	-596	-638	-800
<b>Årets likviditetsvirkning</b>	<b>-3.242</b>	<b>-2.729</b>	<b>12.914</b>	<b>-1.779</b>	<b>3.112</b>

---

## **BILAG – Budgetmål for 2022**

### **GENERELT MÅL**

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

Det kræver, med den medieudvikling vi oplever, at der opereres på flere platforme, da generationerne forbruger medier på vidt forskellig måde. Det kræver også, at der arbejdes strategisk med udvælgelsen af det indhold, vi producerer, for at sikre at vi rammer rigtigt. Det kræver, at vi bruger flere ressourcer på at distribuere vores indhold på de rette platforme til de rette målgrupper.

### **YNGRE MÅLGRUPPER**

De unge voksne ser i stigende grad flow-tv, og hvis TV2 ØSTJYLLAND skal opleves relevant i målgruppen, skal der arbejdes strategisk med udvikling af indhold til denne gruppe. I den daglige nyhedsproduktion vil vi formatere indhold og distribuere det på de platforme, som unge og unge voksne oftest frekventerer. Vi vil producere på henholdsvis Instagram, Facebook og YouTube.

#### **INSTAGRAM**

I 2022 vil vi have et stort fokus på vores formidling på Instagram. Instagram er en platform, der giver en enestående mulighed for at skabe involvering og samtaler med vores brugere. Vi vil løbende udforske Instagrams nye funktioner og formatere vores indhold til platformen, så vi servicerer brugerne bedst muligt, derfor har vi for 2022 opsat følgende mål:

1.200-1.500 stykker indhold til Instagram på tværs af platformens formater

45.000 følgere af TV2 ØSTJYLLANDs instagram-profil ved årets udgang

#### **FACEBOOK**

Facebook vil i 2022 være en platform, hvor vi vil have øje på, hvordan vi bedst muligt formidler vores indhold. Særligt kommentarsporerne under vores indhold samt vores videoer er et fokusområde, som vi vil arbejde med i 2022.

500-700 unikke Facebook-videoer.

20 satire afsnit

#### **YOUTUBE**

YouTube vil i 2022 være en platform, hvor vi fortsat vil udvikle nyt og eksperimenterende indhold specifikt til platformen, så vi rammer nye målgrupper og brugere, som ellers ikke forbruger vores public service-indhold.

10-12 Short Doks

4-5 video-serier

---

## **SAMTALER PÅ SOCIALE MEDIER**

I 2022 vil vi have en ambition om at tage aktivt del i samtalerne om vores indhold. Vi vil facilitere og kvalificere samtalerne, der foregår i kommentarsporene på primært Facebook, men også på Instagram og YouTube.

På TV2 ØSTJYLLAND ser vi kommentarsporet som et stykke indhold i sig selv. Vi ønsker, at det skal være et sted, hvor vi fortsætter journalistikken i mødet med brugerne. Her skal brugerne opleve at få noget ud af at deltage i debatten samt at være trygge ved at give udtryk for deres mening. TV2 ØSTJYLLAND vil herfor dedikere et årsværk i 2022 på målrettet facilitering og kvalificering af kommentartråde. I 2022 vil TV2 ØSTJYLLAND ydermere have et særligt fokus på samskabelse og interaktion med brugerne.

## **HELE LANDSDELEN**

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

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

I 2022 vil hver af de østjyske kommuner fortsat have en lokalreporter tilknyttet. Lokalreporterne vil dække de enkelte kommuner, orientere sig i fx dagsordner og facebookgrupper samt opbygge kildenetværk i kommunerne.

Vi har en ambition om, at kendskabet til vores lokalreporterne når 55 % blandt et repræsentativt antal adspurgte østjyder i vores årlige kendskabsundersøgelse.

## **LÆNGERE FORMATER**

På TV2 ØSTJYLLAND vil vi i 2022 have et særligt fokus på vores fyrtårnsjournalistik. I 2022 har vi en ambition om at producere 15-20 større journalistiske satsninger til henholdsvis tv, web, podcast eller sociale medier, der skal være med til at sætte dagsorden. Heraf skal 10-15 af de journalistiske satsninger udkomme som webdoks, der er særligt udviklet med fokus på tekst, lyd, billeder og grafik.

## **KULTUR**

TV2 ØSTJYLLAND ønsker at afspejle den lokale og regionale kultur.

I 2022 vil TV2 ØSTJYLLAND producere 35-40 kulturprogrammer, der gøres tilgængelige i TV2 Danmarks vinduer, på kanalen og på tv2østjylland.dk. Programmerne skal spejle det østjyske kulturliv i bred forstand og vil rumme både det folkelige og det mere snævre kulturliv i

---

regionen. Programmerne skal skabe forståelse for nødvendigheden af kulturtilbud for alle og skal inspirere lokalt såvel som regionalt.

TV2 ØSTJYLLAND ønsker at dække store, folkelige kulturbegivenheder og vil i løbet af året dække 3-5 større kulturbegivenheder på tv, web og sociale medier.

I 2022 vil TV2 ØSTJYLLAND holde åbent hus, så østjyderne kan få et kig ind i maskinrummet hos deres regionale mediehus.

## **ORIGINAL OG DELBAR JOURNALISTIK**

TV2 ØSTJYLLAND har en ambition om at skabe indhold, der skaber debat nationalt og sætter de østjyske kommuner på danmarkskortet. Derfor ønsker vi at skabe indhold fra Østjylland, der spredes til resten af landet. Vi producerer af den årsag hver dag vores egen selvstændige journalistik, som er udviklet efter vores nyhedskriterier. Vi ønsker altså ikke at kopiere andre mediers indhold, tværtimod er det vores ambition, at andre medier bruger de historier, der er skabt hos os.

I 2022 vil TV2 ØSTJYLLAND sende 600-700 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.

## **GELLERUP LIVE**

I 2022 vil TV2 ØSTJYLLANDs redaktion i Gellerup lave indhold, der direkte henvender sig til unge med anden etnisk baggrund end dansk. Denne strategiske satsning har til formål at give unge voksne i Gellerup et kritisk og konstruktivt kvalitetsmedie, der tager deres hverdag og liv alvorligt. Afsættet er hyperlokalt, men der vil også være emner og problemstillinger, der kan række ud over området og vække genklang andre steder.

Gellerup-redaktionen skal i 2022 producere 4-6 større videoproduktioner samt 12-15 afsnit udgivet som podcast.

I 2022 ønsker vi, at indholdet, der er produceret af Gellerup-redaktionen, skal bringes ind på TV2 ØSTJYLLANDs platforme. Derfor har vi i 2022 en ambition om, at redaktionen i samarbejde med TV2 ØSTJYLLANDs nyhedsredaktion skal producere 10-15 historier, der skal distribueres på TV2 ØSTJYLLANDs web, tv, Facebook eller Instagram.

Redaktionen i Gellerup skal opfordre unge i området til at være medskabere. Redaktionen skal derfor fortsat arbejde med unge talenter, som i større eller mindre grad kan deltage i produktionen af indhold. Målet er, at Gellerup LIVE finder 2-4 nye talenter i 2022.

## **PODCAST**

---

I 2022 vil vi udforske en række podcastformater. Vi vil arbejde med indhold til podcast, der skal være særligt udviklet og målrettet specifikke målgrupper i Østjylland. I 2022 har vi derfor opsæt et mål om at producere 4-6 podcastformater.

## **TV 2 PLAY**

TV2 ØSTJYLLAND får i løbet af 2022 en underside på streamingplatformen TV 2 Play, hvilket vil give brugerne adgang til vores regionale indhold on demand. I 2022 vil vi derfor arbejde strategisk med at placere indhold fra TV2 ØSTJYLLAND på TV 2 PLAY, så vi udkommer bedst muligt på platformen.