

TV 2/Bornholm

Public Service-redegørelse 2017

Indhold

1. Generel information	3
2. Public Service-formål	15
3. Specifikke Public Service-forpligtigelser	23
4. Handicap forpligtigelser.....	25
5. Dansk sprog og europæiske programmer	25
6. Dialog med befolkningen i regionen	26
7. "Vinduer" i TV 2-sendebladen	28
8. Regionale udsendelser uden for TV 2-sendebladen.....	28
9. Digital.....	28
10. Arkiver	37
11. Regnskab 2017.....	39

1. Generel information

1.1

TV 2/Bornholms dækningsområde er Bornholm og Ertholmene.



1.2

Inden for dækningsområdet er der ca. 40.000 indbyggere. Heraf er ca. 35.000 i gruppen +12 år.

1.3

I 2017 havde TV 2/Bornholm 84 ansatte omregnet til helårsansatte.

Sådan ser udviklingen i antallet af ansatte ud sammenlignet med 2015:

	2015	2016	2017
Total antal årsværk	74,9	79,2	84
Indholdsproduktion	59,5	65,2	70
Ledelse, administration, rengøring kantine, vicevært	15,4	14	14

Personale forbruget til ikke-indholdsproducerende afdelinger og ledelse har været uændret, mens der har været en stigning i personaleforbrug til indholdsproduktion på 7,3%

Denne stigning er især anvendt til indholdsproduktion på andre platforme end flow-tv samt det fortsatte arbejde med at højne kvaliteten, som er et krav i PS-kontrakten.

1.4

TV 2/Bornholm bor på Brovangen 1, 3720 Aakirkeby, og har ikke redaktioner etableret uden for denne adresse.

1.5

I hele 2017 har TV 2/Bornholm sendt på 24 timers kanalen. I perioden 2012-2014 blev der bevilget en mindre stigning i licensindtægterne til at udvide produktionen. Med det nye medieforlig for 2015, blev der skåret ned i licensindtægterne.

Antallet af 1. gangvisninger og sendetimer totalt i 2017 på den regionale kanal sammenlignet med de foregående år fremgår af dette skema:

	2012	2013	2014	2015	2016	2017
1. gangvisninger (nyproducerede)	958	953	997	942	995	975
Genudsendelser	2651	3491	3581	3984	5979	6404
Fillers (trailere, sponsor mv.)	459	312	299	222	209	179
Skilte (nyheder) udsendt nat, formiddag/eftermiddag	4475	4004	3883	3612	1601	1202
I alt	8544	8760	8760	8760	8784	8760

Fra 2016 er der tale om et fald på 2 % i nyproduceret materiale til TV-fladen.

Den væsentligste årsag til dette er en omdirigering af ressourcer fra TV til digitale platforme bl.a. med ansættelsen af en digital producer.

Antallet af genudsendelsestimer er vokset som følge af en overordnet beslutning om hellere at genudsende end at vise skilte. Derfor kan man se, at antallet af timer, hvor der vises nyhedsskilte er faldet.

Det samlede resultatet er på 8760 timer.

Som krævet i PS-kontrakten er der i hele året samtidigt sendt i vinduerne på TV 2|DANMARK. I vinduerne er der sendt 241 timers første gangs visninger. Det tilsvarende tal i 2016 var 234 timer. Stigningen skyldes i al væsentlighed kommunalvalget (disse programmer blev også sendt på den regionale kanal).

1.6

TV 2/Bornholm har i 2017 sendt programmer i vinduerne på TV 2|DANMARKs hovedkanal svarende til sendetidsaftalen.

Det er et krav at alle de regionale vinduer på TV 2|DANMARK bliver spejlet på den regionale kanal, og dette er sket.

TV 2/Bornholms programflade på hverdage bestod i perioden af fem regionale vinduer i TV 2|DANMARKs programflade:

Kl. 12.30 – 12.34
Kl. 17.12 – 17.15
Kl. 18.14 – 18.18
Kl. 19.30 – 19.55
Kl. 22.27 – 22.34 (dog ikke fredag)

Lørdage og søndage er der to regionale vinduer:

Kl. 18.12 – 18.16
Kl. 19.30 – 19.45 (lørdag)
Kl. 19.30 – 19.55 (søndag)

(Ud over disse er der en nyhedsudsendelse kl. 14.00 på den regionale kanal, som ikke er i et vindue).

Som nævnt er alle disse spejlet på den regionale kanal.

Indholdet er således ens, og der vil ikke blive redegjort yderligere for det specifikke indhold af vinduerne, idet dette indhold beskrives i forbindelse med gennemgangen af den regionale kanal.

Kommunalvalget, som også blev sendt på TV 2|DANMARK, vil blive gennemgået i et senere afsnit.

1.7

TV 2/Bornholms seertal blev i 2017 målt med 10 seerundersøgelser foretaget af Jysk Analyseinstitut. Undersøgelserne foretages som telefonundersøgelse og adskiller sig derfor i metoden fra de andre regioners seermålinger. Årsagen er, at der er så få TV-meter bokse på Bornholm, at den normale Gallup TV-meter måling ikke er retvisende. Jysk Analyseinstitut har brugt samme metode igennem årene, og deres tal er derfor sammenlignelige over årene, men der vil på grund af undersøgelsesmetoden være en større statistisk usikkerhed end den landsdækkende TV-meter undersøgelse.

Siden slutningen af 2009 er der også blevet spurgt til udsendelsen på Kanal Bornholm (den såkaldt regionale time fra 20 til 21), og fra januar 2012 er der spurgt til sening på den regionale kanal. Da det vil være for omfattende (og tidskrævende for den enkelte deltager i undersøgelsen), bliver der ikke spurgt til sening af alle programmer, men redaktionen har på forhånd defineret, hvilke programmer der skal spørges til.

En telefonundersøgelse har en højere statistisk usikkerhed, og den indebærer, at mindre udsving (+/- 3 % point) ikke kan danne grundlag for en konklusion om stigning eller fald. Sådan har udviklingen set ud for 19.30 udsendelsen hen over de 10 undersøgelser i 2017:

I procent	2017		
	Brutto	Netto	Share
Januar	33,4	29,1	67,1
Februar	36,9	33,6	66,8
Marts	34,3	27,9	75,5
April	31,3	27,5	73,7
Maj	24,8	21,9	64,1
August	29,1	25,0	72,3
September	29,9	27,7	64,2
Oktober	33,1	29,1	80,2
November	39,0	32,7	77,2
December	35,2	32,1	74,6
Gennemsnit	32,7	28,6	71,6

Brutto: Antallet af personer som har set hele udsendelsen eller dele af den.

Netto: En matematisk omregning af bruttotallet til personer, som har set hele udsendelsen og dermed det mest sammenlignelige rating-tal fra TV-meter-undersøgelsen.

Share: Andelen af tændte TV-apparater, som viser TV 2/Bornholm.

I 2017 har der været afvigelser i seningen hen over målingerne, men der er få af dem, der ligger over den statistiske usikkerhed.

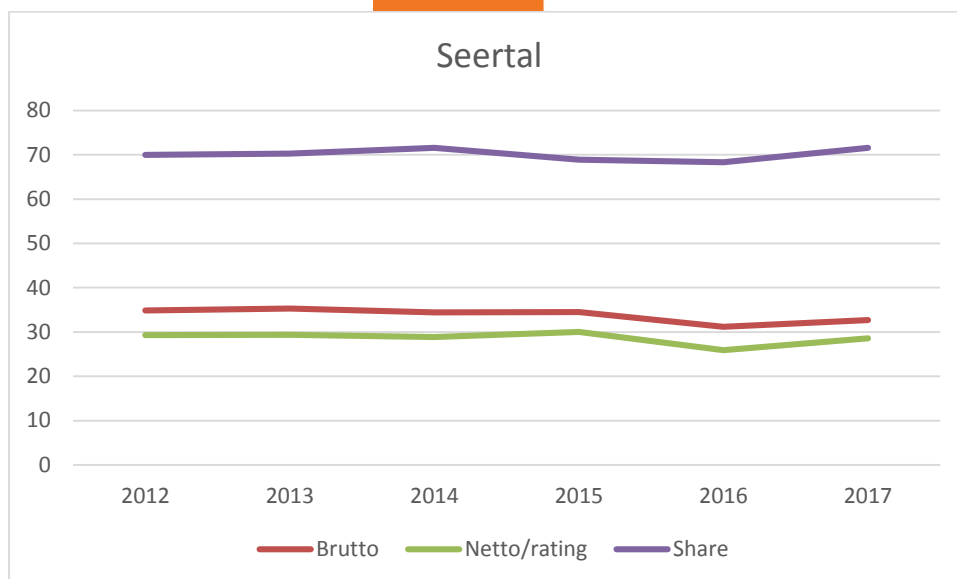
Sammenligner man over flere måneder, så er det klart, at august er mindre set end f.eks. november. Det følger det normale seermønster henover året.

Her følger det årlige gennemsnit for 19.30-udsendelsen sammenlignet med de foregående år.

I procent	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Brutto	34,9	35,3	34,4	34,5	31,2	32,7
Netto/rating	29,3	29,4	28,9	30,0	25,9	28,6
Share	70,0	70,3	71,6	68,9	68,3	71,6

Der har fra 2016 til 2017 været en stigning på 2,7 procentpoint i rating og 3,3 procentpoint i share. Det er på kanten af at være statistisk sikkert. (Statistisk usikkerhed +/- 3 %)

Sat op grafisk ser det sådan ud:



Det er stort set uændrede tal, som ikke er ramt af den nedgang, som andre flow-tv programmer har oplevet.

TV 2/Bornholms seertilslutning er stadig væsentlig større end andre regioners.

Udsendelsen kl. 22 har ligget uændret de senest fem år, idet afvigelserne er mindre end den statistiske usikkerhed på undersøgelsen.

I procent	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Brutto	20,0	15,1	13,1	12,5	11,4	11,6

I telefonundersøgelsen har vi spurgt til sening af programmerne på TV 2/Bornholm i tidsrummet 20-21 (altså programmer der udelukkende er bragt på TV 2/Bornholm). Der bliver samtidigt spurgt til, hvilke kanaler seerne alternativt har valgt.

2017				DR1	TV 2 DK	Andre
I procent	Brutto	Netto/rating	Share	Brutto	Brutto	Brutto
Januar	10,2	8,6	24,6	6,93	5,9	17,7
Februar	10,4	9,1	22,4	8,57	4,6	21,6
Marts	12,2	10,5	34,0	3,34	3,2	16,7
April	22,1	19,9	51,6	2,61	1,6	12,8
Maj	8,0	6,3	24,8	4,98	2,6	16,7
August	13,1	11,0	34,0	5,63	3,0	13,6
September	6,9	5,8	17,3	4,12	5,1	22,7
Oktober	8,6	6,7	26,5	5,25	5,5	11,1
November	19,4	15,1	46,5	3,88	1,1	13,9
December	14,1	12,2	37,3	3,68	4,9	14,9
Gennemsnit	12,5	10,5	31,9	4,90	3,7	16,2

Tidsrummet fra 20 til 21 er super-primetime. Det vil sige det tidsrum, hvor der er flest danskere, der ser TV. Det er derfor meget vigtigt at have en stor share. Der er måneder (f.eks. april), hvor TV 2/Bornholm har en højere share end alle kanaler, vi har spurgt til, lagt sammen.

April share, som er den højeste, skyldes Trolling Master Bornholm programmerne. November skyldes kommunalvalget.

Sammenlignet med 2016 ser måneds-tallene i 2017 således ud:

	2017			2016		
I procent	Brutto	Netto/rating	Share	Brutto	Netto/rating	Share
Januar	10,2	8,6	24,6	8,7	7,4	19,8
Februar	10,4	9,1	22,4	9,8	7,6	20,4
Marts	12,2	10,5	34,0	7,7	5,6	20,6
April	22,1	19,9	51,6	19,0	16,7	42,1
Maj	8,0	6,3	24,8	14,3	11,8	39,9
August	13,1	11,0	34,0	11,2	8,6	29,9
September	6,9	5,8	17,3	13,0	10,4	35,3
Oktober	8,6	6,7	26,5	11,4	9,3	30,5
November	19,4	15,1	46,5	9,2	7,2	24,1
December	14,1	12,2	37,3	9,9	7,8	25,8
Gennemsnit	12,5	10,5	31,9	11,4	9,2	28,8

Den gennemsnitlige afgivelse på års-gennemsnit fra 16 til 17 er ikke statistisk sikker. Der er enkelte måneder, hvor der er afvigelser, der er statistisk sikre. Årets Trolling Master Bornholm programmer var væsentligt mere set end de tilsvarende i 2016. Stigningen i november skyldes kommunalvalget.

Jysk Analyseinstitut spørger også til sening af nyheder om eftermiddagen:

I procent	Nyheder mellem kl. 12 og kl. 18	Nyhedsskiltet nat og formiddag
Januar	15,6	25,9
Februar	18,3	16,1
Marts	13,9	14,6
April	14,3	22,1
Maj	20,3	19,9
August	17,1	12,0
September	18,8	19,0
Oktober	14,9	22,1
November	20,3	25,7
December	18,4	18,7
Gennemsnit 2017	17,2	19,6

I forhold til 2016 er tallene uændrede.

Og som det sidste er der spurgt til, hvor tit husstanden ser TV 2/Bornholm (kanalen):

I procent	Dagligt	4-6 gange om ugen	2-3 gange om ugen	1 gang om ugen	Sjældnere	Aldrig	Ved ikke
Januar	37,4	7,0	15,8	8,6	15,3	13,7	2,3
Februar	31,7	9,2	17,0	9,8	12,3	18,6	1,4
Marts	32,0	6,0	13,8	5,4	23,7	17,2	1,9
April	36,9	10,8	16,9	8,6	14,2	9,7	2,9
Maj	24,9	12,3	12,9	13,1	22,9	12,8	1,1
August	32,6	8,9	17,9	10,3	13,7	13,7	3,0
September	33,6	12,1	15,2	8,9	17,1	10,1	3,0
Oktober	31,3	6,5	14,5	4,4	22,4	18,3	2,6
November	39,5	7,9	12,3	10,7	14,3	13,1	2,2
December	37,0	10,7	11,4	5,6	13,8	17,5	4,0
Gennemsnit	33,7	9,1	14,8	8,5	17,0	14,5	2,4

Afviselserne er så små, at det ikke er muligt at konkludere noget om en udvikling fra 2016 til 2017.

1.8

Kommunalvalg 2017 den 21. november.

Medieforligspartierne bevilgede 5 mio. kr. i ekstra licens tilskud til en kampagne, der skulle få de unge til at stemme.

Det blev en national kampagne kombineret med et budget på 200.000 kr. pr. region til egne regionale initiativer.

TV 2 Regionerne har gennem 2017 arbejdet sammen om at hæve den demokratiske bevidsthed hos unge, der kunne stemme til kommunal- og regionsråd for første eller anden gang d. 21. november. Vores målgruppe var den forudsætningsløse vælger mellem 18 og 25 år, da tal for Kommunalvalget i 2013 viste markant lavere valgdeltagelse blandt unge.

Hovedindsatsen blev den landsdækkende #Opstemt-kampagne, skabt i tæt samarbejde med Metronome Productions i Aarhus og deres team af unge talenter.

Vi lavede #Opstemt til de sociale medier, hvor de unge var i forvejen og kunne nås målrettet.

Vi valgte at skabe et SKAM-inspireret univers med mange indgange til valget og det lokale demokrati: En webserie på 15 afsnit om kærlighed og kommunalvalg, en række explainers og quizzer, en valg-chatrobot, en sang, en musikvideo, memes og giffer.

Forberedelsen var grundig og afdækkede en række basale behov hos målgruppen, som vi derefter kunne tale direkte ind i. Vi forstod, at vi ikke meningsfuldt kunne bede de yngste vælgere om at stemme, før vi gav dem forudsætningerne til det og følelsen af relevans.

Hver af de otte TV 2 Regioner skabte en række analoge samarbejder med lokale uddannelsesinstitutioner og foreninger, hvor målgruppen selv var, for at lytte til og engagere unge vælgere direkte. Hvert mediehus lavede desuden særlige tiltag og events for og med målgruppen om det lokale demokrati og det kommende valg, tilpasset hver enkelt områdes forhold, kendetegn, muligheder og udfordringer.

Alle TV 2 Regioner gjorde ekstra meget ud af at tænke unge ind på alle kanaler og platforme gennem hele året, og gav opmærksomhed til unge, der skabte egne initiativer omkring valget og det lokale demokrati.

På Bornholm blev der gennemført en decideret ungdoms debat på Campus Bornholm, hvor de unge via en app kunne interagere med TV-produktionen. De havde også op til transmissionen i undervisningen selv fordybet sig i problemstillingerne og stillede selv spørgsmålene til de medvirkende.

Hertil kom en serie, der hed borgmesterkæden, hvor unge satte sig i en borgmesterstol og fik en borgmesterkæde på. Her skulle de så fortælle, hvad de ville lave om, hvis de blev borgmester. Det sidste afsnit i den serie blev sendt direkte fra Store Torv i Rønne med komikeren Martin Nørgaard som vært. Han havde også en hovedrolle i serien #Opstemt.

#Opstemt nåede 75% af målgruppen som unikke brugere digitalt, og samlet set har TV 2 Regionerne været i kontakt med flere end 12.000 unge analogt.

Megafon-målinger, vi fik lavet før og efter vores intense kampagne-periode, viser et kæmpe løft i målgruppens demokratiske bevidsthed mellem de to undersøgelser. 3 gange så mange følte sig godt klædt på til at stemme efter indsatsen, og antallet af forudsætningsløse unge blev halveret i perioden.

I henhold til sendetidsaftalen blev der indgået en aftale med TV 2 om følgende vinduer på TV 2's sendeflade (ud over de sædvanlige):

Ni udvidelser af 22-udsendelsen med 10 minutter (de to uger op til mandag-torsdag samt mandagen før valgdagen).

På valgdagen:

18.23: Ekstra udsendelse (26:00).

19.30: Valgften (afbrudt af landsnyheder kl. 23).

Dagen efter valget:

6.30, 7.30, 8.30, 9.30: Regionale morgennyheder (5:00)

17.20: Extra udsendelse (27:30)

18.23: Extra udsendelse (26:30)

Ovennævnte ændringer er ens for alle regioner.

Hertil kommer udsendelser kun sendt på den regionale kanal:

Alle 13 opstillede partier eller lister fik hver en udsendelse til at præsentere deres politik og svare på spørgsmål fra seerne. Partiprogrammerne blev sendt fra container-studie, der først stod i Nexø og den efterfølgende uge i Rønne.

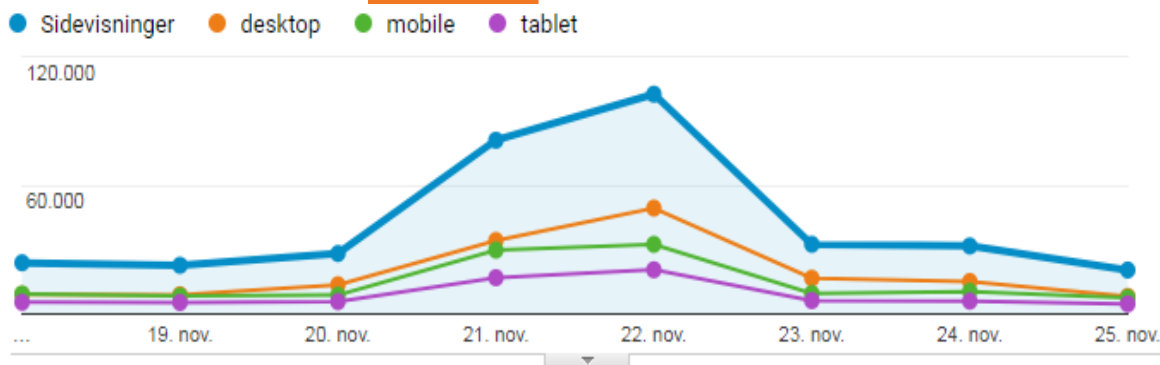
Ud over den nævnte ungdomsdebat blev der produceret fire temadebatter, hvor redaktionen havde valgt de vigtigste emner, som valget til en kommunalbestyrelse handler om. Hertil kom en debat, der tog afsæt i valget til Region Hovedstaden.

Sådan ser seertallene ud på debatterne:

		Har du inden for den seneste måned set ...						
		KV17 - debat om mad, miljø og klima	KV17 - debat om det gode børneliv	KV17 - UNGES VALG	KV17 - Et dyrt ældreliv	KV17 - Hospitalsdebat	KV17 - Job, bolig og udvikling	Nej, ingen af dem
KØN	Mand	15,10%	14,70%	11,50%	17,90%	11,70%	8,00%	47,30%
	Kvinde	15,60%	11,60%	12,20%	12,60%	14,70%	7,10%	34,10%
ALDER	18 - 29 år	19,70%	18,70%	16,10%	16,60%	19,60%	19,70%	54,00%
	30 - 39 år	4,50%	9,00%	8,90%	27,60%	4,50%	4,50%	51,70%
	40 - 49 år	7,70%	14,90%	9,70%	7,70%	6,30%	4,30%	55,10%
	50 - 59 år	14,30%	10,50%	15,90%	17,80%	17,80%	10,50%	39,30%
	60 - 69 år	17,00%	11,90%	7,00%	7,80%	13,40%	4,40%	37,10%
	70 år eller mere	24,60%	14,60%	14,10%	19,30%	15,40%	5,10%	18,80%
Total		15,30%	13,10%	11,90%	15,20%	13,20%	7,50%	40,60%

De meste sete debatter handler om miljø/klima og ældrepolitikken. Den mindst sete om job/bolig.

En væsentlig del af dækningen foregik på digitale platforme (eget website og SoMe). Efterfølgende kunne det også ses, hvor meget vækst i trafikken valgdagen og specielt dagen efter giver. Her er det tallene fra website (blå er total tallene, farverne angiver hvilken type hardware, som er anvendt.



primær dimension: **Enhedskategori**

Enhedskategori ?	Sidevisninger ?
	342.832 % af total: 100,00 % (342.832)
1. desktop	155.330 (45,31 %)
2. mobile	116.442 (33,96 %)
3. tablet	71.060 (20,73 %)

Valgafteften blev også sendt på den regionale kanal, og her uden afbrydelser idet den fortsatte her, mens Nyhederne sendte i et vindue på TV 2-kanalen.

Seertallene var enestående:

	Rating	Share
Tirsdag 19:30 Valgafteften - optælling	54	98
Tirsdag 21.00 Valgafteften - resultaterne	49	93
Tirsdag 22.30-01.30 Forhandlinger/afslutningsdebat	26	87

Frem til kl. 22.30 var det i praksis ALLE tændte TV-apparater, som viste TV 2/Bornholm.

Sidst på aftenen var der 13 % af seerne, der fandt over på andre kanaler.

1.9

Der udarbejdes ikke en oversigt over sendetiden fordelt geografisk på Bornholm. Det vil være overflødig bureaukrati på Bornholm. Forpligtigelsen til at dække hele regionen (dvs. hele Bornholm plus Ertholmene) er åbenlyst opfyldt i og med, at regionen er så lille.

2. Public Service-formål

2.10

TV 2/Bornholm er oprettet og fungerer i henhold til lov om radio- og fjernsynsvirksomhed. Stationens programmer er finansieret af licens (se regnskab senere). Indtægter fra de regionale reklamer tilfalder TV 2|DANMARK til finansiering af landsdækkende udsendelsesvirksomhed.

TV 2/Bornholm har indgået en Public Service-kontrakt med kulturministeren, som udstikker rammerne for udsendelsesvirksomheden.

Den overordnede ledelse varetages af bestyrelsen, som på baggrund af lovgivningen har ansvaret for den overordnede programpolitik.

I efteråret 2015 begyndte bestyrelsen et arbejde med at opdatere den daværende målsætning. Bestyrelsen vedtog at starte forfra på et sådan arbejde, og i stedet definere et sæt ledestjerner, som udgør de overordnede mål for virksomheden.

Under arbejdet blev der defineret seks ledestjerner:

- * Vi vil være et digitalt mediehus, der løbende udkommer hurtigere på alle relevante platforme.
- * Vi vil gøre Bornholm til et bedre sted at leve ved at være aktivt samfundsudviklende gennem konstruktiv journalistik og igangsætter af events.
- * Vi vil skabe et øget forbrug af vores indhold blandt målgruppen under 40 år.
- * Vi vil gøre vores platforme til bornholmernes foretrukne tilgang til nyheder.
- * Vi vil inddrage og engagere bornholmerne i store og små fællesskaber, der skaber sammenhængskraft på Bornholm.
- * Vi vil være en attraktiv og kreativ arbejdsplads med engagerede medarbejdere.

Disse blev endeligt godkendt i bestyrelsen i december 2015 og var således gældende i hele 2017.

I tilrettelæggelsen af produktionen, vagtplanlægning og organisation er der derfor i løbet af 2016/17 gennemført en række ændringer, som spejler f.eks. målet om at udkomme hurtigere på alle relevante platforme. Det har betydet overførsel af de ressourcer, som er fremkaldt af rationaliseringer på TV-plattformen til internetbaserede platforme (eget website, on-demand video platform og sociale medier).

Udover at være forudsætningen for at udkomme hurtigere, så er det også en del af den strategi, der er nødvendig for at opnå et øget forbrug blandt målgruppen under 40 år (ledestjerne nr. 3.) ved i højere grad at anvende andre platforme end flow-TV.

Set i lyset af Rigsrevisionens analyse i 2016 og herunder kritik af manglende konkret målsætning for produktionen, besluttede bestyrelsen, at sætte tre konkrete målsætninger op. De to handler om produktionen og det sidste om kvaliteten.

Når det gælder kvaliteten, så har det i mange år været sådan, at TV-meter systemet bad seerne give karakter til udvalgte programmer på en skala fra 1 til 5, hvor 5 er det bedste. På samme karakterskala er Jysk Analyseinstitut blevet bedt om at få seerne til at give karakter for hovedudsendelsen kl. 19.30.

	Målsætning	Realiseret
Nyproduceret TV	1000	975
Nyhedsartikler	8000	7841
Kvalitet*	3,2	3,75

*Kvalitetsundersøgelsen blev kun foretaget fra og med september (efter bestyrelsens beslutning). Der er således kun fire undersøgelser med i gennemsnittallet for sæsonen.

2.11

Der har i 2017 været sendt i alt 640 timer i TV, som er registreret under kategorien nyheder.

Nyheder på web og SoMe beskrives senere.

Fra starten af 2012 har TV 2/Bornholm haft en applikation til Android telefoner.

Fra 1. kvartal af 2013 har TV 2/Bornholm haft en applikation til iOS (iPhone og iPad).

På begge er det muligt at læse de seneste nyheder og se stationens programflade i live-streaming.

Man kan også se programoversigter og kontakte redaktionen.

Begge blev opdateret til nye versioner i 2015.

2.12

Se afsnit 1.8 om kommunalvalget. Der har ikke været folketingsvalg.

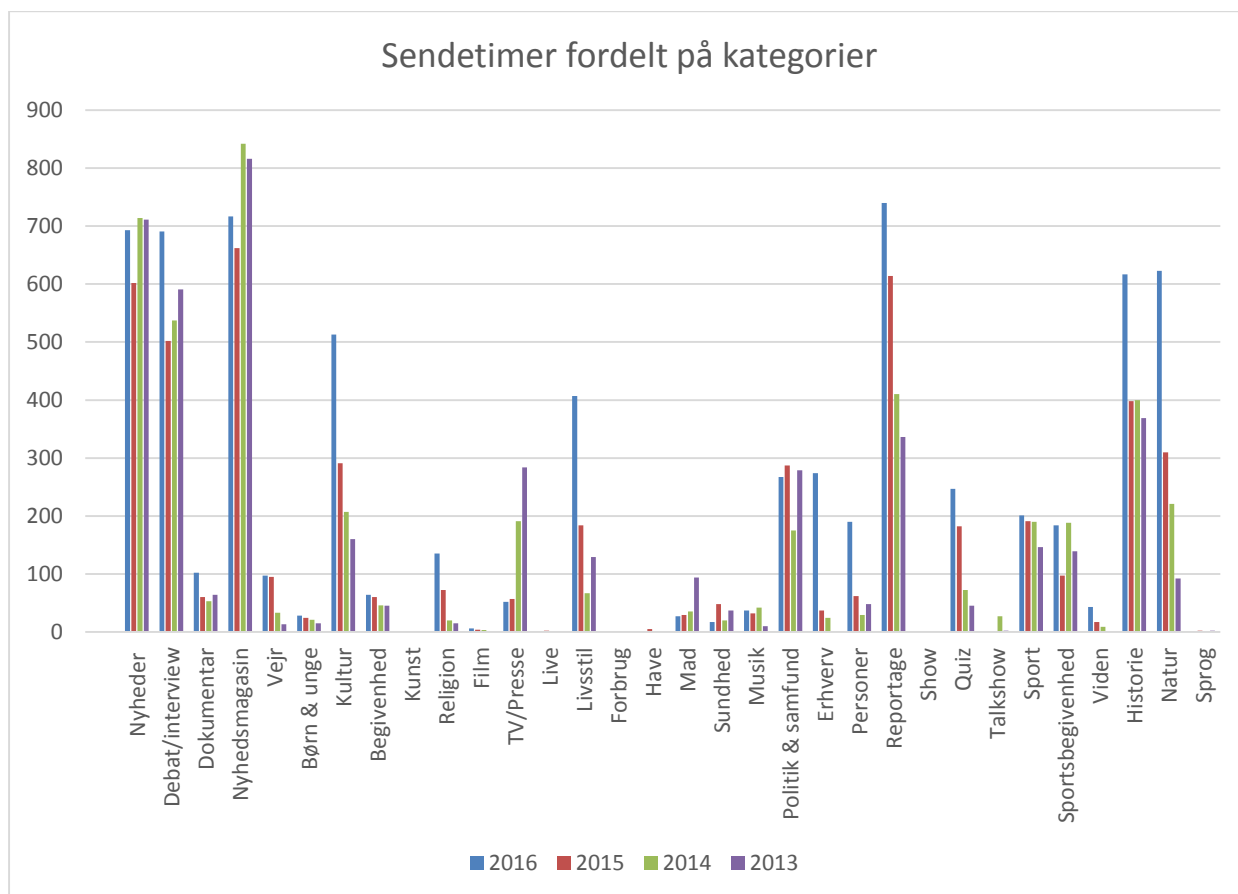
2.13

På den regionale kanal er der foretaget en opdeling i kategorier af de programmer, der er blevet sendt.

Fordelingen i de (med Radio- og TV-nævnet) aftalte kategorier ser således ud i timer:

	2017	2016	2015	2014
Nyheder	640	693	602	714
Debat/interview	824	691	502	537
Dokumentar	161	102	60	53
Nyhedsmagasin	29	717	662	842
Vejr	80	97	95	33
Børn & unge	13	28	24	21
Kultur	637	513	291	207
Begivenhed	84	64	60	46
Kunst	0	0	0	0
Religion	121	135	72	20
Film	3	6	4	3
TV/Presse	42	52	57	191
Live	0	0	2	1
Livsstil	422	407	184	67
Forbrug	0	0	0	0
Have	36	0	5	0
Mad	154	27	29	35
Sundhed	0	17	48	20
Musik	57	37	32	42
Politik & samfund	498	267	287	175
Erhverv	103	274	37	24
Personer	362	190	62	29
Reportage	1.573	740	614	410
Show	9	0	0	0
Quiz	174	247	182	72
Talkshow	0	0	0	27
Sport	174	201	191	190
Sportsbegivenhed	238	184	97	188
Viden	22	43	17	9
Historie	524	617	398	400
Natur	399	623	310	221
Sprog	0	1	2	1

Der er nogle væsentlige forskydninger, som forvansker billedet, når man sammenligner 2016 med 2017. Programmet "Danmark Rundt" fik fra januar 2017 en fornyelse og et nyt navn; "Så'Danmark". "Danmark Rundt" var registreret som nyhedsmagasin, hvor der i 2016 var 717 timer. Det falder til 29 timer i 2017, som er egenproduktion. Det nye program er registreret under reportage, som så tilsvarende stiger fra 740 timer til 1573 timer.



Der er ikke udarbejdet en separat oversigt over indholdet af 19.30 udsendelsen på TV 2|DAN-MARK, idet disse jo er et spejl af de samme udsendelser sendt på TV 2/Bornholm.

TV 2/Bornholms programflade består ud over nyhedsudsendelser af magasiniformater, der løbende udskiftes eller videreudvikles.

Alle de små udsendelser indeholder kun nyheder, mens udsendelsen kl. 19.30 på TV 2|DAN-MARK og på TV 2/Bornholm består af nyheder og magasiner. Alle magasinerne har tilknytning til regionen eller tager afsæt fra regionen.

Blandt de vigtigste faste magasiner er:

Naturprogrammet EKKO, som sendes månedligt, og altid har høje seertal.

Debatprogrammet 360 – ugentligt magasin, der tager den vigtigste debat lige nu på Bornholm.

Månedligt magasin der fortæller om de vigtigste sager på kommunalbestyrelsens dagsorden, kombineret med live-transmission på nettet af hele mødet. Senere på aftenen udsendes hele mødet også på den regionale kanal.

Kulturstoffet dækkes i form af to serier, der hedder Kulturreportagen og Kulturkalenderen. I PS-kontrakten gældende fra 1. januar 2015 anføres, at kulturstoffet skal styrkes. Som det fremgår af opgørelsen over sendte programmer, så er der en fremgang i kulturstof fra 207 til 291 timer fra 2014 til 2015. I de to efterfølgende år har disse været genudsendt, og derfor er der i registreringen en stor vækst i antallet af timer, men det skyldes som nævnt genudsendelser.

Hertil kommer transmissioner fra møderne i regionsrådet i Region Hovedstaden, der holder sine møder i Hillerød. Regionsrådets møder bliver sendt i fuld længde dagen efter mødet.

Sprogblomster – quiz om det bornholmske sprog – som er et af de mest sete programmer.

Kong Gulerod. Et hus- og haveprogram med fokus på tips og inspiration til indretning og livsstil.

Det dybdeborende journalistiske magasin Perspektiv sendes en gang om måneden (dog med sommerpause).

Fire dage om ugen sendes programmet "Mellem os", som er et aktuelt magasin med gæster i studiet, som har tilknytning til eller udspringer af nyhedsdækningen på øen. Det er her man møder de personer, som er hovedpersoner i de nyheder vi bringer – eller personer, for hvem en nyhed har relevans eller betydning.

I juni 2011 havde Folkemødet premiere på Bornholm. Inspireret af Almedals-veckan på Gotland er formålet at politikere og folket sætter hinanden stævne uden for det vante miljø.

Dækningen er løbende blev udvidet.

En væsentlig del af dækningen er et fælles regionalt nyhedsmagasin, som bliver sendt fra TV 2/Bornholms studie. Alle regioner deltog i 2017. Regionerne sendte medarbejdere til Bornholm, og programmet blev sendt landsdækkende på de regionale kanaler.

TV 2/Bornholm indgik igen i 2017 en aftale med TV 2/News og Danmarks Radio om at være pool-producent af partiledernes taler på den store scene. Det er kun et praktisk teknisk samarbejde. Der er ikke tale om et redaktionelt samarbejde.

TV 2/Bornholm har en særlig forpligtigelse til at samarbejde med kultur og idræt på Bornholm. Det har i 2017 ført følgende større produktioner med sig (der har også været mindre ting, som det vil føre for vidt at gennemgå).

1. I 2005 søsatte TV 2/Bornholm bogstaveligt talt Danmarks første direkte TV-transmitterede lystfiskerkonkurrence, Trolling Master Bornholm. Med 162 deltagere blev det allerede i premiere-året en af de største trollingkonkurrencer i Skandinavien. I 2017

deltog 350 både, og er dermed den største konkurrence i Europa. Som tidligere nævnt under seertal, så er det nogle af de mest populære programmer.

Arrangementet afholdes i samarbejde med Tejn Borgerforening og Tejn Idrætsforening, som får hele overskuddet fra salg af mad og drikke. Dermed understøtter TV 2/Bornholm det lokale idrætsliv.

TV 2/Bornholm er med i det projekt, fordi det er godt TV, men samtidigt er det klart, at netop regional-TV's engagement i sådan en aktivitet er med til at skabe en unik kultur-begivenhed på Bornholm, hvor 1.000 deltagere rejser til øen i en lille uge. En undersøgelse fra Destination Bornholm viste i 2017, at arrangementet bringer en omsætning på over 5 mio. kr. til øen under arrangementet (i forretninger, overnatning osv.).

2. Samarbejdet med Etape Bornholm blev gentaget i sommeren 2017. Produktionens omfang blev udvidet i forhold til 2016. Etape Bornholm er et 5 dages løb, hvor løberne henover etaperne tilsammen ender med i alt at have løbet en maratondistance. Løbet foregår over hele øen, og indebærer derfor, at deltagerne både har været på en strabadserende strandetape og en bjergetape med en stigning på 14 %. Løbet arrangeres af Viking Atletik i Rønne.
3. En gruppe bornholmske unge har siden 2008 arrangeret en musikfestival, "Wonderfestiwall" ved Hammershus. I 2009 gik TV 2/Bornholm med i arrangementet. Og vi har siden både økonomisk (ved at leje arealer til TV-studie) og programmæssigt været involveret.

Omfanget af dækningen var det samme som i 2017 med TV 2/Bornholms mobile container-studie som centrum.

4. Med fire af Danmarks bedste kokke som dommere blev der på Gudhjem Havn i juni 2011 afholdt en kokkekongurrence, "Sol over Gudhjem", for Danmarks bedste kokke. Arrangementet blev lavet i samarbejde med lokale producenter af kvalitetsfødevarer. Konkurrencen er siden blevet gentaget hver sommer. I 2017 blev konkurrencen både sendt på den regionale kanal og retransmitteret landsdækkende på TV 2|DANMARK, (som også viste et portrætprogram med de fire deltagende kokke). Flere tusinde mennesker kom ned på Gudhjem Havn i løbet af dagen.
5. En gruppe af unge gik i 2014 i gang med at lave en triatlon konkurrence i og omkring Gudhjem. I 2015 gik TV 2/Bornholm med i konkurrencen, der med de seneste års udvikling omkring triatlon har et stort potentiale. Konkurrencen blev sendt direkte. Samarbejdet blev gentaget i 2017.
6. I 2010 havde TV 2/Bornholms kulturpris premiere som et led i den i PS-kontrakten nævnte indsats for kulturlivet på Bornholm. Den er nu blevet uddelt otte gange.

Kulturprisen er beskrevet på denne måde:

”TV 2/Bornholms Kulturpris er bornholmernes belønning til et eller flere mennesker, der igennem handling har skabt liv for eller i kulturen på Bornholm.

Prisen er på 10.000 kr. og uddeles en gang om året.”

Efter nominering af tre kandidater er det bornholmerne, der via SMS stemmer om tildelingen blandt de tre kandidater.

Her er en oversigt over de seks foregående vindere:

2010: Arrangørerne af Wonderfestiwall.

2011: Mai Ørsted, leder af Grønbechs Gård.

2012: De frivillige i Musikhuzet.

2013: Kunsthåndværkerforeningen ACAB.

2014: Forfatteren Dennis Gade Kofod.

2015: De tre bornholmere bag restaurant Kadeau, som fik Michelin stjerne.

2016: Den Danske Keramikfabrik i Nexø.

I 2017 blev disse nominerede:

1. Joachim Tranberg. For sit gennembrud i år som hovedrolle i musicalen "Seebach" på Fredericia Teater.
2. Ida Marie Tjalve. For utrætteligt frivilligt arbejde med Bornholms Dukketeaterfestival.
3. Kunsthåndværkerforeningen ACAB for sit arbejde med at fremme bornholmsk kunsthåndværk. Det medførte, at Bornholm blev den første World Craft Region i Europa.

ACAB vandt SMS-afstemningen og modtog prisen for anden gang.

7. Musikhjørnet hver fredag aften. Samarbejde med det regionale spillested Musikhuzet i Rønne og de andre spillesteder på Bornholm. Her præsenteres hver fredag den kunstner eller band, som samme aften skal optræde på stedet.

Det angives i PS-kontrakten, at der skal prioriteres kvalitet over kvantitet. Dette er også kort adresseret i pkt. 1.3. Her skal også nævnes, at det både i den interne og eksterne produktioner prioriteres at lave produktioner, hvor der er ekstra tid og ressourcer og dermed forhåbentlig også en højere kvalitet. Fra ovenstående kan nævnes programmer som EKKO og Sprogblomster i den interne produktion. Men også serien "Borgernes Ø" om de bornholmske borgruiner, som begyndte i slutningen af 2016, og som er leveret af en privat producent, er et eksempel på at prioritere kvalitet over kvantitet. Det samme produktionsselskab fulgte i efteråret 2017 op

med en serie om udgravningerne på Vasagård (stenalder fund), der er et af de mest fantastiske udgravninger af stenalder bopladser.

TV 2/Bornholm har tidligere haft en forpligtigelse til at udøve medieskoleaktiviteter.

Selvom dette nu er udeladt af PS-kontrakten, så har TV 2/Bornholm også i 2017 valgt at fortsætte samarbejdet med folkeskolerne om en specifik uge, hvor alle erhvervspraktikanter, der gerne vil i praktik i mediebranchen bliver samlet. Praktikanterne danner en redaktion, og de får mulighed for at producere indslag og samle det i en udsendelse, der så bliver produceret i studiet. Redaktionen har hele ugen en journalist og fotograf tilknyttet, så de bliver undervist i TV-mediet. Ugen afsluttes fredag med en produktion af en komplet nyhedsudsendelse, hvor en af deltagerne er vært.

Desuden har mange skoleklasser fra såvel folkeskolens ældste klasser, gymnasium og andre ungdomsuddannelser været på rundvisninger og virksomhedsbesøg i løbet af året.

2.14

TV 2/Bornholm har i løbet af året løbende samarbejdet med TV 2|DANMARK. Her er en oversigt over omfang og omsætning sammenlignet med de foregående år.

I 1.000 kr.	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Nyhedsindslag mv.	205	131	187	160	113	144
ENG, SNG mv.	38	59	30	15	25	39
Udvekslingsaftale*						110
Nyhederne i alt	243	190	217	175	138	293
Sporten	0	0	5	2	3	0
Program afd.	0	104	40	160	180	198
Omsætning i alt	243	294	262	337	321	491
Antal nyhedsindslag	68	54	75	58	50	58

*Udvekslingsaftalen er en ny aftale i 2017, som handler om udveksling af nyheder på digital platforme.

Der har fra 16 til 17 været en mindre vækst i antallet af indslag leveret til nyhederne (og dermed også omsætningen).

Med i skemaet er indtægten fra TV 2 på en poolproduktion fra Folkemødet 2017 til TV 2/News (og DR). Poolproduktion betyder, at det kun er én TV-station, der producerer signalet, men det bringes af flere. I dette tilfælde var det åbning og lukning af Folkemødet plus partiledernes taler.

Der var i øvrigt ikke noget samarbejde med TV 2 vedr. dækningen af Folkemødet.

2.15

I Public Service-kontrakten er det et krav, at der holdes en producenternes dag. Denne fandt sted i november. Der mødte fire producenter op, og de fik en gennemgang af de planer, som TV 2/Bornholm har for 2018.

Det er også et krav at holde en pitchdag for producenter. På ovennævnte møde var der enighed med producenterne om, at dette ikke giver mening, og at ville være bedre, at de hver for sig kunne pitche programmer. Alle fire har efterfølgende pitchet programmer til 2018-programfladen.

Når vi ser på Bornholms særlige geografiske beliggenhed, så er det kun få, om nogen, eksterne producenter, bosiddende uden for Bornholm, som ønsker at lave programmer på eller om Bornholm. Årsagen er den simple, at der ikke blot skal tillægges omkostninger til rejsen, men også til løn til medarbejdere i den tid, der bruges på at rejse til Bornholm.

Der er fire uafhængige producenter bosat på øen, som alle er 1-persons firmaer. De har leveret færdige programmer til TV 2/Bornholm. Ingen af dem har tekniske muligheder for at lave større fler-kamera produktioner. Der er heller ikke andre TV-studier på øen.

Ovenstående kan give en udfordring med at kunne leve op til udlægningskravet, hvis de nævnte producenter f.eks. bliver ramt af sygdom eller stopper.

3. Specifikke Public Service-forpligtigelser

3.17

Public Service-kontrakten, som blev gældende fra 1. januar 2015, indeholdt et krav om styrkelse af dækning af kunst og kultur. Dette blev så realiseret fra 2014 til 2015 og dokumenteret i Public Service-redegørelsen for 2015.

Det giver ikke mening at tolke påbuddet, som en forøgelse hvert år i de efterfølgende år.

Dækningen af kunst og kultur har derfor været på samme niveau, som den var i 2015.

3.18

Den politiske dæknings hjørnestene er transmissioner fra Bornholms Regionskommunes kommunalbestyrelsesmøder og Hovedstadsregionens Regionsråd. Begge dele kan opleves i fuldlængde dels på kanalen men også live på nettet.

Kommunalbestyrelsesmøderne bliver indledt med et magasin, som går i dybden med de væsentligste sager, som er på dagsordenen den dag.

3.19

Samarbejde med andre regioner om grænseområder. Ikke relevant for Bornholm.

3.20

Der har ikke været bragt programmer, hvor det har været relevant at advare børn og unge mod at se dem.

3.21

Der har ikke været bragt programmer, som har tilskyndet til racisme og had.

3.22

Alle regioner arbejder sammen om at producere en halv time, "SåDanmark" (tidligere "Danmark Rundt"), der seks dage om ugen viser et udvalg af historier fra de regionale udsendelser i hele landet.

Alle regioner har samarbejdet om et fælles nyhedsmagasin fra Folkemødet 2017.

Alle regioner deltog i finalen i "Smart-parat-svar", som er landsfinalen i 6. klassernes vidensdyst, produceret af TV 2/Bornholm fra Odense og sendt direkte på de regionale kanaler.

Alle regioner samarbejdede om dækningen af DM i Skills fra Aalborg i januar. DM i Skills er DM for unge, der går på erhvervsuddannelserne. Netop fordi der deltager unge fra hele landet, så giver det mening at samarbejde om det.

Sammen med TV 2/Danmark er alle regioner med i et 2-årigt forsøg med deling af indhold på interaktive platforme, således at regionale indhold bliver eksporteret til TV 2 net-platforme, og er med til at skabe trafik tilbage til de respektive regionale net-platforme. Forsøget blev indledt i 2016 og fortsatte i 2017.

Seks ud af otte regioner (Østjylland og Lorry undtaget) samarbejdede om at dække DGIs landsstævne i Aalborg.

Alle regioner samarbejdede om en kampagne for at få unge til at stemme til kommunalvalget i november. Der er lavet en særlig rapport om resultatet af "Unge stemmer", og se i øvrigt afsnit om kommunalvalg.

På det redaktionelle område blev der gennemført tre væsentlige events med deltagelse af alle (og TV 2/Danmark): Sommer-workshop, digital workshop og samarbejdskonference.

I 2017 blev der skabt et nyt samarbejde om dækningen af de politiske nyheder fra Christiansborg. Samarbejdet blev indgået med Nyhedernes folketingsredaktion. Denne konstruktion fortsætter i 2018, hvorefter den evalueres.

På det juridisk/økonomiske område er arbejdet med at lave en fælles kontoplan afsluttet. Alle regioner arbejder nu med samme juridiske rådgiver for at implementere den nye datalov. Alle regioner modtager fortsat juridisk bistand og rådgivning fra TV 2/Danmark.

4. Handicap forpligtigelser

4.23

Siden den 1. oktober 2010 har TV 2/Bornholm teksten hovedudsendelsen kl. 19.30. Der anvendes tale-til-tekst software.

Tale-til-tekst er en software løsning, som gør det muligt at tekste udsendelserne, også de direkte. Teksterne ses ved tilvalg af side 399 på tekst-tv. De er forsinket nogle sekunder i forhold til udsendelsen af tekniske årsager. Da systemet kun kan genkende én stemme, betyder det, at der er oplært og ansat re-speakere, som under udsendelsen gentager alt, hvad der bliver sagt.

Systemet giver mening ikke bare for døve, men også folk med nedsat hørelse kan med fordel tilvælge disse tekster.

Tale-til-tekst blev i 2017 brugt på alle 19.30-udsendelserne på hverdage og udsendt på den regionale kanal i overensstemmelse med Public Service-kontrakten.

5. Dansk sprog og europæiske programmer

5.24

TV 2/Bornholm arbejder aktivt med sprogpolitikken igennem efterkritik af udsendelsen. Her er sproget et fast punkt.

Med hensyn til programinitiativer, der vedrører sprog, henvises til beskrivelsen af programmet Sprogblomster.

5.25

I henhold til Public Service-kontrakten og bekendtgørelse om vedtægt for de regionale TV 2-virksomheder skal over halvdelen af den sendetid, der ikke er nyheder, sport, konkurrencer mm., bestå af europæiske programmer.

Der er ikke i 2017 købt og udsendt programmer fra lande uden for Europa. Andelen af europæiske programmer udgør derfor 100 %, og reglen er derfor blevet overholdt.

TV 2/Bornholm skal tilstræbe, at 10 % af den sendetid i TV, der ikke består af nyheder, sportsbegivenheder, konkurrencer og tekst-TV, afsættes til europæiske programmer fra producenter, der er uafhængige af TV-foretagender.

Andelen af programmer i kategorien leveret af uafhængige producenter er opgjort til 30,3 %. Reglen er derfor overholdt.

Kravet er også, at en passende andel skal forbeholdes programmer af nyere dato. Den væsentligste andel af programmerne har været nyproducerede, og det var tilfældet i 2017.

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

82,4 % af sendetiden opgjort på denne måde (ikke nyheder, sport mm.) er blevet leveret af uafhængige producenter. Det er således over de krævede 33 %.

6. Dialog med befolkningen i regionen

6.26

Den væsentligste direkte del af dialogen med befolkningen foregår i repræsentantskabet. Repræsentantskabet består af 37 lokale foreninger og organisationer. Det er en mere end året før.

Repræsentantskabet har to årlige møder. Møderne indeholder, udover generelle diskussioner, også specifikke diskussioner i forhold til udsendelserne. På mødet i november kort tid efter kommunalvalget gennemførte repræsentantskabet et gruppearbejde omkring efterkritik af valg-dækningen på TV 2/Bornholm.

Debatterne har været præget af nyttigt og direkte indhold, idet der i repræsentantskabet generelt er et stort engagement omkring TV 2/Bornholm.

6.27

Lytter- og seerorganisationer er medlem af repræsentantskabet, og deres holdninger kommer derfor til udtryk ad denne vej.

6.28

TV 2/Bornholm åbnede i efteråret 2016 for dialog og debat på stationens Facebook side. Langt den overvejende del af indlæggene er engagerede, argumenterende og har et nogenlunde niveau af pli over for modstandere i debatten.

Det gælder ikke for et lille mindretal, som har skrevet indlæg med voldsomme personangreb, beskyldninger og perfiditeter.

For at sikre at TV 2/Bornholms grundværdier som Public Service-station bliver overholdt, bliver indlæg af denne type slettes. Der er 10 debattører, der helt er blevet udelukket.

6.29

Der er ofte rundvisninger på TV 2/Bornholm. Der er tale om alt fra skoler til pensionistforeninger.

6.30

Der blev i 2017 modtaget 2-3 mails om måneden med kritik eller ros sendt enten til medarbejderen, redaktions-postkassen eller direktøren.

Klager og henvendelser i øvrigt søges behandlet og besvaret inden for 24 timer. Der kan dog være praktiske ting og undersøgelser, der skal foretages, inden henvendelserne kan besvares.

Deciderede klager fra medvirkende er der ganske få af. Der har været bragt nogle få rettelser eller præciseringer i løbet af året.

Der har været 2 sager i Pressenævnet i 2017. I begge sager blev klagerne afvist.

6.31

TV 2/Bornholm er forpligtiget til at udsende meddelelser af beredskabsmæssig karakter. Der blev i 2014 på landsplan indgået aftale om, hvordan det bliver håndteret. Af aftalen fremgår at TV 2/Bornholm skal informere beredskabsmyndighederne om, hvordan det konkret bliver håndteret. De lokale beredskabsmyndigheder er skriftligt orienteret om det, og har bekræftet modtagelsen.

I 2017 har beredskabsmyndighederne fulgt op på det for at sikre, at der stadig er opmærksomhed på det.

Der har i 2017 ikke været bragt meddelelser af beredskabsmæssig karakter, men systemet er som nævnt oven for sat op.

7. "Vinduer" i TV 2-sendefladen

7.32

I afsnit 1.6 er der redegjort for sendetiderne for vinduerne på TV 2|DANMARK.

På den regionale kanal sendes ud over de nævnte nyhedsudsendelser (som bliver spejlet til TV 2|DANMARK kanalen) også nyhedsudsendelser kl. 12.00, 14.00, 16.00, 18.00 og 22.00.

Varigheden af det, der opfattes som hovedudsendelsen i vinduerne (dvs. kl. 19.30) er typisk 25 minutter. Heraf vil 14-15 minutter være nyheder og den sidste del være et magasin. Det arbejdes der imidlertid på, så der er en dynamisk udvikling over årene af vinduet.

8. Regionale udsendelser uden for TV 2-sendefladen

8.33

Siden den 11. januar 2012 har der været sendt på TV 2/Bornholm.

TV 2/Bornholm har valgt at lade mængden af genudsendelser stige til fordel for nyhedsoverskrifter, hvilket fremgår af oversigterne under pkt. 2.13.

Kanalen har udviklet sig dynamisk i løbet af året, idet det har været vigtigt i programplanlægningen at forholde sig til andre kanalers programlægning. Alle nyproducerede udsendelser bliver bragt i tidsrummet 20-22. Omfanget af disse udsendelser er beskrevet under pkt. 2.13.

Indholdet – dvs. fordeling i kategorier – er beskrevet under pkt. 2.13.

9. Digital

9.34

TV 2/Bornholm udgiver nyheder m.m. på www.tv2bornholm.dk

Der er ingen dele af websiderne, der drives på kommercielle vilkår.

I 2015 blev der tilføjet en mobil/tablet version af websitet, som er baseret på adaptive design. Det vil sige, at brugerens enhed bliver testet ved ankomsten til websiden, og at denne derefter indrettes, så den passer bedst til enheden. Denne fortsatte i 2017.

Med væksten i on-demand forbrug af TV-udsendelser er der skabt on-demand miljø, der hedder: play.tv2bornholm.dk

Årsagen til dette er den stigende anvendelse af netbaseret TV. Brugere skal derfor serviceres på en enkel og intuitiv måde.

Her er udviklingen i antallet af enheder inkl. nyheder udgivet på websiden i fem år:

	Antal enheder	gnsn. pr. dag
2011	6500	17,8
2012	7400	20,3
2013	9400	25,8
2014	8500	23,3
2015	9283	25,4

Ovenstående statistik har været – som angivet over skema – baseret på en optælling af alle udgivelser på websiderne.

For at give et præcist billede af selve nyhedsproduktionen vil vi overgå til en optælling, der kun omfatter nyheder. Dette tal vil selvfølgelig være lavere:

	Antal nyheder	gnsn. pr. dag
2014	7543	21
2015	7287	20
2016	7461	20
2017	7841	22

Der har altså været en mindre vækst i antallet af nyheder udgivet på web.

Der foretages ikke en opgørelse internt der præcist siger, hvor meget tid (=hvor mange ressourcer), der bruges på henholdsvis web-udgivelse og TV. Der er en fast normering på nettet fem dage om ugen (06.00 til 20.30), mens weekenden klares af den vagtsatte bemanning, men det vil være forkert at se det som et udtryk for de ressourcer, der anvendes til web-dækningen. Det er nemlig også de TV-produserende medarbejders ansvar at udgive deres historier i net-versioner. Det sker typisk i tidsrummet 17.00 til 19.30. Og det sker typisk også via en sammenkædning med video-materialet fra udsendelsen. Der foretages ikke en registrering af

dette, fordi TV 2/Bornholm anser en sådan registrering for overflødig bureaukrati, som hellere anvendes i den kreative produktion.

Der live-streames 24 timer i døgnet fra TV 2/Bornholms regionale kanal, så alle bornholmere uden for øen kan følge med i udsendelserne, og det giver også reaktioner.

Desuden er der en ekstra live streamings kanal – også kalde event-kanalen – som anvendes, når vi har flere begivenheder samtidigt.

Der er indbygget live-streaming i begge applikationer til henholdsvis Android og iOS.

Herudover er der to dedikerede nyhedsapplikationer (Android og Apple iOS).

Applikationen indeholder tre dele:

- En widget som kan ligge på forsiden af telefonen indeholdende tophistorien og de to nyeste historier. Brugeren vælger selv, hvor tit disse skal opdateres.
- Den egentlig applikation som indeholder tophistorien plus de 30 nyeste historier med både tekst og billede.
- Live-streaming af TV 2/Bornholms kanal.

Applikationen var klar til download fra Android Marked den 1. oktober 2010, og har dermed kørt i syv år. Apple iOS, som er mindre i udbredelse, blev tilføjet i første kvartal 2013.

Sådan ser udviklingen ud på antallet af applikationer:

System/dato	1. januar 2013.	1. januar 2014.	1. januar 2015	1. januar 2016	1. januar 2017	1. januar 2018
Android	1.712	2.389	2.640	2.918	3534*	2408
Apple iOS	Ikke udgivet	3.300**	5.170**	3320***	3860***	1600

* Tallet er pr. 29.11 2016. Herefter gik Android over til en ny opgørelsesmetode.

** 14 og 15 blev af Apple opgjort som antallet af downloads.

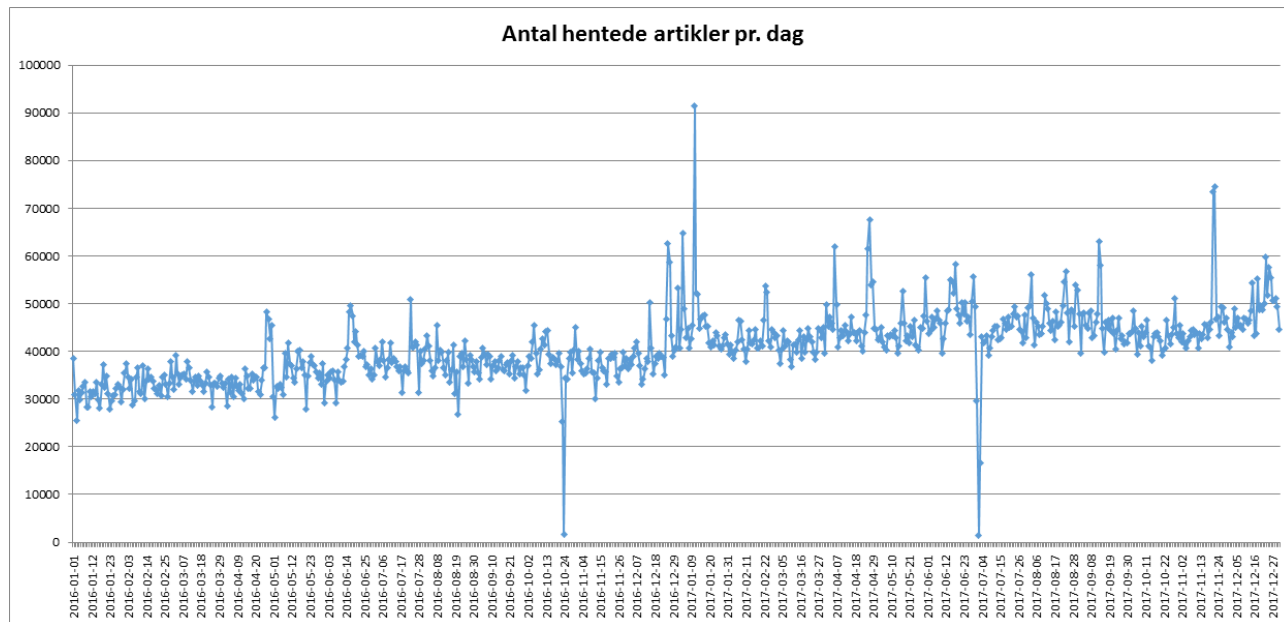
*** Apple opgør i 16 og 17 antallet af aktive installationer, som har givet lov til at det bliver oplyst. Apple oplyser, at 10% af brugerne har tilladt, at informationerne bliver delt med TV 2/Bornholm. Det er så 386, der har accepteret. Vi har derefter ganget tallet med 10.

Med vanlig omhu for at gøre tingene udviklede for udbyderne af apps, har både Android og Apple lavet om på deres opgørelsesmetode i 2017.

Det betyder, at tallene ikke er sammenlignelige med de foregående år.

For at få et mere præcist billede af udviklingen, er det derfor mere relevant at se på anvendelsen.

Sådan ser udviklingen ud i antallet af hentede artikler på de to mobile platforme (applikationer) fra 1. januar 2016 til 31. december 2017 (altså en 2-årig periode):



Der er altså alene tale om artikler hentet ud på applikationerne på iPhone og Android. Vi kan ikke se, hvor mange der er læst, blot at de er downloaded til telefonen.

Over den 2-årige periode er der en klar vækst tendens. I januar 2016 er det ca. 30.000 artikler om dagen. To år senere er det vokset til knap 50.000 artikler. Systemet er sat op, så der automatisk sendes de 10 seneste artikler til applikationen, når den åbnes. Det sikrer, at den er meget brugervenlig, fordi brugerne ikke skal vente på en artikel, når man vælger at læse den. Det har så den ulempe, at vi ikke i statistikken kan se, hvilke artikler der bliver læst. Her fra kan vi kun se, hvor mange vi sender afsted.

Disse trafiktal skal tillægges driftstal fra vores website og FB-sider. Det cementerer TV 2/Bornholms position som øens største digitale nyhedsformidler.

Radio- og TV-nævnet udbeder sig desuden en opgørelse af "unikke månedlige brugere" på hjemmesiden. TV 2/Bornholm har igennem årene konstateret betydelige afvigelser alt efter hvilken måle-software, der har været anvendt.

På den baggrund OG fordi registrering af brugernes IP-adresser IKKE siger noget om antallet af unikke månedlige brugere, har TV 2/Bornholm tidligere undladt at anvende denne opgørelse. Årsagen til at der opstår væsentlige fejlkilder er, at den samme bruger i løbet af den angivne tidshorisont kan besøge hjemmesiden fra forskellige IP-adresser. Brugeren vil så blive

registreret som "unik", selvom det er den samme bruger. Det sker f.eks., hvis man først besøger hjemmesiden fra ens arbejdsplads og dernæst fra ens hjem senere på dagen. Det vil blive registreret som to unikke brugere pga. de forskellige IP-adresser, men det er den samme bruger. Det gælder også for alle brugere af mobilt bredbånd. Hver gang de logger på mobilt bredbånd, får de tildelt en ny IP-adresse, og bliver derfor registreret som en unik bruger flere gange.

Det omvendte sker imidlertid også; mange unikke brugere kan blive registreret som den samme bruger. Det sker, hvis flere fra samme arbejdsplads, der typisk har samme IP-adresse, besøger hjemmesiden. I det tilfælde vil disse brugere blive registreret som én unik bruger, selvom det kan være ganske mange personer. Anvendelsen af forskellig software og metode til opgørelse af trafik gør, at sådan statistik ikke er sammenlignelig fra website til website.

Det bliver endnu mere komplekst, hvis der sammenlignes med andre websites. Det kan man nemlig kun gøre, hvis der måles på samme måde.

Her er et eksempel:

Hvornår er en unik bruger unik igen? Spørgsmålet lyder mærkeligt, men her er nogle tal som eksempel. Hvis man opgør unikke brugere på et døgn til 1000 og derefter nulstiller, så vil man på en måned have 31.000 unikke brugere. Opgør man det over en måned, hvorefter der nulstilles, så vil man kun have 1000 unikke brugere. Vores er opgjort over en måned.

Sådan ser udviklingen i antallet af unikke brugere ud (Google Analytics):

Måned	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Januar	49.043	47.708	61.653	56.572	63.518	80.995	86.431
Februar	49.410	49.211	56.515	58.179	56.997	77.787	81.807
Marts	46.469	50.013	61.751	57.130	63.679	82.096	84.663
April	49.525	66.926	52.097	57.542	81.478	97.261	111.116
Maj	49.333	55.158	58.098	80.122	61.192	85.080	100.506
Juni	70.914	57.155	51.451	61.396	64.613	94.530	106.139
Juli	54.893	59.038	56.233	57.787	68.769	85.587	114.111
August	47.637	59.128	53.147	64.353	157.322	87.456	110.683
September	45.775	60.829	46.499	63.166	69.370	73.160	96.667
Oktober	48.410	56.278	47.831	60.265	78.427	86.172	87.806
November	43.657	54.026	50.455	55.424	99.751	132.398	103.710
December	40.464	56.680	49.605	56.543	68.874	82.214	86.947
Total	595.530	672.150	645.335	728.479	933.996	1.066.752	1.170.586

Der er tale om en væsentlig fremgang svarende på 9,8%, og det siger noget om den omlægning af nyhedsforbrug som finder sted i disse år. Fra 2011 er der tale om en fordobling.

Sådan ser "forbruget af hjemmesiden ud" – såkaldte sessioner:

Måned	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Januar	258.746	207.392	238.011	234.099	277.606	298.133	332.593
Februar	235.372	227.360	225.090	225.084	230.450	278.980	289.735
Marts	232.827	206.133	264.189	224.963	274.540	289.190	303.766
April	226.684	229.328	210.643	214.565	292.623	324.375	376.636
Maj	221.534	197.375	222.563	260.225	240.073	288.099	332.337
Juni	263.510	206.564	196.460	239.585	264.044	313.468	352.892
Juli	239.732	209.871	210.250	227.018	276.821	294.267	371.503
August	235.447	209.785	207.083	253.282	359.390	295.298	375.562
September	215.618	204.232	181.284	234.320	249.170	266.023	328.388
Oktober	205.570	201.712	194.655	231.583	252.576	303.095	316.543
November	195.139	187.241	206.048	217.184	289.682	338.925	361.001
December	179.662	228.767	211.153	239.471	261.783	302.926	325.969
Total	2.709.841	2.515.760	2.567.429	2.801.379	3.268.758	3.594.795	4.066.925

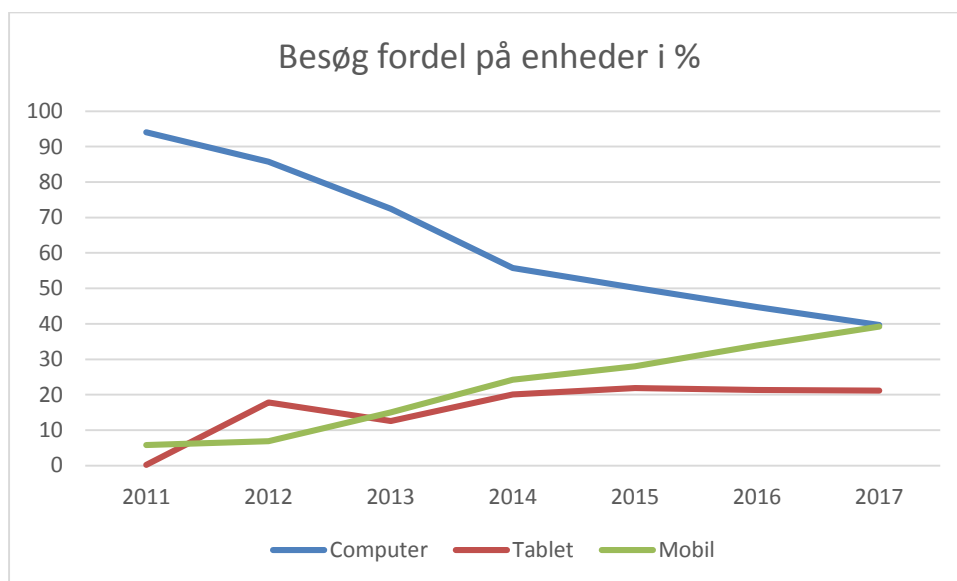
Igen en markant fremgang. I forhold til 2016 er fremgangen på 13 %

Der sker for TV 2/Bornholm det samme, som sker for alle andre medier på nettet: EN klar og tydelig bevægelse fra computer til mobile enheder.

Her er udviklingen over de seneste fem år:

	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Computer	94,08	85,78	72,47	55,71	50,17	44,75	39,69
Tablet	0,18	17,78	12,54	20,05	21,84	21,36	21,11
Mobil	5,75	6,88	14,99	24,24	27,99	33,90	39,20

Sat op grafisk ser udviklingen sådan ud:



Mobiltelefonen og computeren (laptop – desktop) er nu lige store. Mobiltelefonen er sammen med tablet tilsammen større end computeren.

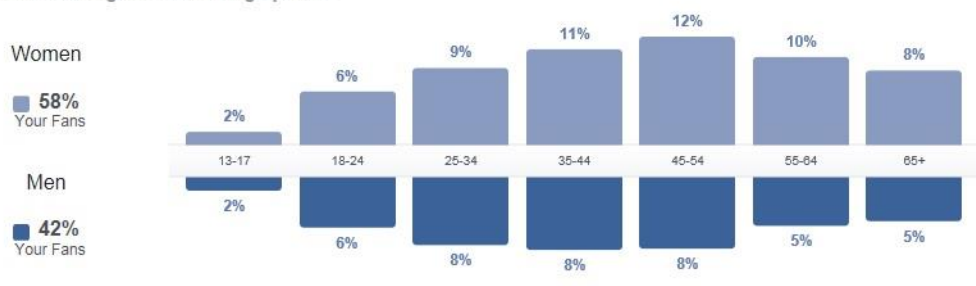
Selvom det ikke er noget krav til PS-redegørelsen, har vi valgt at inkludere et afsnit om dette.

Ved indgangen af 2017 var der på Facebook ca. 13.000 følgere. Det er vokset til 15.353 ved årets udgang. Bornholms Tidende har til sammenligning ca. det halve.

FB bliver en stadig vigtigere kilde til at se video. Vi har i 2017 leveret 2,7 mio. minutter video via FB. Det er sket igennem 6,7 mio. visninger (3,8 mio. visninger i 2016).

Vores FB-profil har denne alders- og kønssammensætning:

Aggregerede demografiske data om de personer, der synes godt om din side, baseret på de oplysninger om alder og køn, som de har angivet i deres brugerprofiler.



I sommeren 2017 forstærkede vi så indsatsen over for de unge med en serie, der hedder "Ægte Øfødt". Serien udkommer først på en FB-side, der alene er målrettet her.

Her er til sammenligning alders- og kønssammensætning på denne FB-side:



Det er tydeligt, at serien rammer sin målgruppe.

På Øfødt var der knap 150.000 viste minutters video. Det er fordelt på 134.000 visninger.

En af de ledestjerner, som bestyrelsen har vedtaget, retter sig mod at få en stærkere kontakt med brugere/seere under 40 år. Det er relativt svært at dokumentere via de statistikker, som Facebook og Google Analytics kan levere. Derfor har vi tilføjet spørgsmål i vores undersøgelse, som Jysk Analyseinstitut laver 10 gange om året.

Ved slutningen af 2017 ser svarene således ud:

Hvor ofte møder du opslag/links/delinger fra TV 2/Bornholm på sociale medier som Facebook, Instagram, Twitter ?

	Dagligt	4-6 gange om ugen	2-3 gange om ugen	1 gang og ugen	Sjældnere	Aldrig	Ved ikke
Mand	10,8%	7,5%	5,5%	10,6%	12,8%	49,1%	3,7%
Kvinde	24,2%	4,9%	15,4%	3,9%	9,5%	39,3%	2,8%
18 - 29 år	28,9%	8,8%	17,7%	3,8%	5,6%	31,6%	3,7%
30 - 39 år	20,4%		29,8%	20,1%	9,6%	9,4%	10,6%
40 - 49 år	37,1%	15,0%	2,8%	14,7%	14,3%	16,1%	
50 - 59 år	15,9%	4,3%	10,4%	9,6%	21,9%	37,9%	
60 - 69 år	11,5%	6,3%	7,1%	0,9%	10,0%	64,1%	
70 år eller mere		2,3%	5,7%		2,7%	80,7%	8,6%
Total	17,5%	6,2%	10,4%	7,3%	11,2%	44,2%	3,3%

Det er klart, at de ændringer, som FB selv implementerer kan forstyrre billedet. En nedadgående udvikling kan skyldes, at FB har besluttet, at der skal færre opslag fra nyhedsproducenter ud til brugerne. Det modsatte kan også være tilfældet.

Her er en sammenligning af det daglige forbrug fra 2016 til 2017:

	2016 %	2017 %
Mand	8,9	10,8
Kvinde	10,5	24,2
18-29 år	39,5	28,9
30-39 år	19,6	20,4
40-49 år	15,1	37,1
50-59 år		15,9
60-69 år		11,5
+70 år	1,4	2,3
Total	10,0	17,5

Som helhed er der fremgang, men der er tilbagegang i aldersgruppen 18-29 år.

I det andet spørgsmål spørger vi mere ind til om de følger TV 2/Bornholm:

Følger du selv TV 2/Bornholm på sociale medier som Facebook og Twitter ?

	Ja	Nej	Ved ikke
Mand	19,8%	74,5%	5,7%
Kvinde	30,7%	67,0%	2,3%
18 - 29 år	48,4%	42,3%	9,3%
30 - 39 år	16,2%	68,4%	15,4%
40 - 49 år	45,6%	51,9%	2,5%
50 - 59 år	23,9%	76,1%	
60 - 69 år	18,2%	80,9%	0,9%
70 år eller mere	7,7%	89,0%	3,3%
Total	25,2%	70,8%	4,0%

De der svarer ja - sammenlignet med 2016 - ser sådan ud:

	2016	2017
Mand	11,7	19,8
Kvinde	19,3	30,7
18-29	20,7	48,4
30-39	33,8	16,2
40-49	16,1	45,6
50-59	17,4	23,9
60-69	10,5	18,2
+ 70	5,6	7,7
Total	16,0	25,2

Der er altså klart flere, der siger, at de følger os, men der er tilbagegang, når det gælder at modtage os. Vi har mere end en fordobling i aldersgruppen 18-29, men vi har tilbagegang blandt dem, der siger, at de modtager noget fra os.

Det kunne tyde på, at det er FB-maskinen, som sorterer os fra.

10. Arkiver

10.35

Alle programmer udsendt på TV 2/Bornholm bliver bevaret i arkivet. De nyeste er alle opbevaret i digitalt format. Alle programmer fra de senere år kan ses på nettet.

10.36

I efteråret 2016 begyndte en digitalisering af de ældste dele af TV 2/Bornholms arkiv. Der er tale om en projektansættelse på seks måneder fra den 1. oktober 2016. Det fortsatte således i de tre første måneder af 2017. Det er lykkedes at få de første næste tre år digitaliseret.

10.37

TV 2/Bornholm har siden 1998 udgivet sine udsendelser på nettet. De ældste dele af dette arkiv er ikke længere online, fordi der er tale om digitale video-formater, der ikke længere supporteres. Fra 2013 er der et komplet arkiv, søgbart, online.

11. Regnskab 2017

Beløb i kr. 1.000	2017	2016	2015	2014	2013
Resultatopgørelse:					
Indtægter	66.893	66.103	65.886	71.497	66.741
Bruttoresultat	12.914	15.716	16.837	19.216	14.865
Resultat af ordinær drift	-1.013	-688	-1.627	3.146	-1.239
Resultat, finansielle poster, netto	-124	-84	-115	-88	-95
Årets resultat	-1.137	-772	-1.742	3.058	-1.334
Balance:					
Balancesum, ultimo	26.103	26.800	28.804	33.695	33.832
Egenkapital, ultimo	13.241	14.379	15.152	16.894	13.835
Pengestrømme:					
Driftsaktiviteter	3.066	3.667	3.615	5.064	5.526
Investeringer	-2.444	-3.017	-2.961	-4.706	-5.034
Heraf, investering i materielle og immaterielle anlægsaktiver	-2.444	-3.017	-2.961	-4.706	-5.034
Finansiering	0	0	-3.504	-346	-328
Årets likviditetsvirkning	622	650	-2.850	12	164
Antal beskæftigede	84,0	79,2	74,9	78,2	78,3
Sendetimer	8.760	8.784	8.760	8.760	8.760
Nøgletal i %:					
Bruttomargin	19,3	23,8	25,6	26,9	22,3
Soliditetsgrad	50,7	53,7	52,6	50,1	40,9