

**TV 2/Bornholm**

**Public Service-redegørelse 2018**

## Indhold

1. Generel information .....	3
2. Public Service-formål .....	11
3. Specifikke Public Service-forpligtigelser .....	19
4. Handicap forpligtigelser.....	20
5. Dansk sprog og europæiske programmer .....	21
6. Dialog med befolkningen i regionen .....	22
7. "Vinduer" i TV 2-sendebladen .....	24
8. Regionale udsendelser uden for TV 2-sendebladen.....	24
9. Digital.....	25
10. Arkiver .....	36
11. Regnskab 2018.....	38

## 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 2018 havde TV 2/Bornholm 86 ansatte omregnet til helårsansatte.

Sådan ser udviklingen ud i antallet af ansatte fra 2015 og frem:

	2015	2016	2017	2018
Total antal årsværk	74,9	79,2	84	86
Indholdsproduktion	59,5	65,2	70	72
Ledelse, administration, rengøring kantine, vicevært	15,4	14	14	14

Personaleforbrug til ikke-indholdsproducerende afdelinger har været uændret. Der har været en mindre stigning til indholdsproduktion, som har været anvendt til interaktive platforme 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 2018 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. I medieforlig fra 2015 blev der skåret ned i licensindtægterne.

Antallet af 1. gangvisninger og sendetimer totalt i 2018 på den regionale kanal sammenlignet med de foregående år fremgår af dette skema:

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
1. gangsvisninger (nyproducerede)	953	997	942	995	975	927
Genudsendelser	3491	3581	3984	5979	6404	6525
Fillers (trailere, sponsor mv.)	312	299	222	209	179	197
Skilte (nyheder) udsendt nat, formiddag/eftermiddag	4004	3883	3612	1601	1202	1111
I alt	8760	8760	8760	8784	8760	8760

Der har været færre udsendelsestimer i vinduerne på TV 2|DANMARK.

Her er udviklingen de sidste tre år:

	Timer	Udvikling
2016	234	
2017	241	+7
2018	222	-19

Årsagen til udsvingene er TV 2|DANMARKs prioritering af direkte transmissioner af VM i fodbold og lign. Desuden var der kommunalvalg i 2017.

Overordnet set, er der sket et mindre fald i produktionen af TV, fordi vi har valgt at prioritere at bruge ressourcer til digitale platforme.

Antallet af genudsendelsestimer er vokset fra 2015 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 resultat er på 8760 timer.

## 1.6

TV 2/Bornholm har i 2018 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.

## 1.7

TV 2/Bornholms seertal blev i 2018 målt med 10 seerundersøgelser foretaget af Jysk Analyseinstitut. Undersøgelserne foretages som telefon-undersøgelse 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.

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 2018:

Udsendelsen 19:30

I procent	2018		
	Brutto	Netto	Share
Januar	38,0	33,6	72,0
Februar	39,0	35,3	76,0
Marts	34,8	31,3	73,8
April	37,3	30,6	82,8
Maj	27,3	23,3	74,4
August	27,6	23,3	77,2
September	30,9	25,0	70,2
Oktober	37,6	32,3	82,9
November	26,4	22,7	73,1
December	31,2	28,9	71,6
Gennemsnit	33,0	28,6	75,4

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.

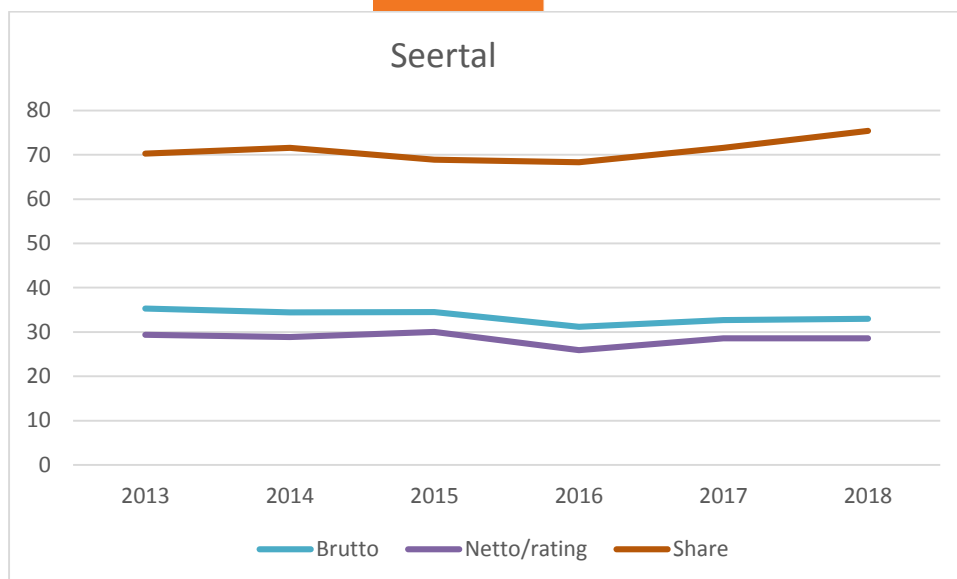
I 2018 var maj den dårligste måned, mens december var den bedste måned.

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

I procent	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Brutto	35,3	34,4	34,5	31,2	32,7	33,0
Netto/rating	29,4	28,9	30,0	25,9	28,6	28,6
Share	70,3	71,6	68,9	68,3	71,6	75,4

Brutto- og nettosening er uændret, men der har været en vækst i share.

Sat op grafisk ser det sådan ud:



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

Bornholms Tidende havde i oktober 2018 et læsertal på 15.000. Idet dette læsertal opgøres på en anden måde end TV 2/Bornholm hidtil har målt seertal. I efteråret lavede Jysk Analyseinstitut en seertalsmåling, der er sammenlignelig. Resultatet var 24.000 seere målt på samme måde.

Udsendelsen kl. 22 har ligget uændret de senest fem år, idet afvigelserne er mindre end den statistiske usikkerhed på undersøgelsen. Fra 2017 til 2018 er den helt uændret.

I procent	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Brutto	15,1	13,1	12,5	11,4	11,6	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.



2018				DR1	TV 2 DK	Andre
I procent	Brutto	Netto/rating	Share	Brutto	Brutto	Brutto
Januar	11,3	8,7	26,4	2,7	5,0	21,4
Februar	16,3	12,8	34,5	6,2	2,5	24,2
Marts	11,4	9,5	35,2	5,6	5,3	14,2
April	24,6	21,3	51,5	2,8	2,2	11,1
Maj	13,0	10,4	38,5	4,6	2,0	14,3
August	16,1	13,0	41,5	2,4	1,8	13,7
September	16,0	14,0	35,5	4,0	3,0	15,5
Oktober	12,8	10,5	32,1	4,3	4,6	13,6
November	15,4	12,1	34,5	4,9	3,1	11,8
December	17,1	14,4	32,1	1,8	1,3	14,5
Gennemsnit	15,4	12,7	36,2	3,9	3,1	15,4

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. April og august er de måneder, hvor TV 2/Bornholm har mest succes med seerne.

Sammenlignet med 2017 ser månedstallene sådan ud:

	2017			2018		
I procent	Brutto	Netto/rating	Share	Brutto	Netto/rating	Share
Januar	10,2	8,6	24,6	11,3	8,7	26,4
Februar	10,4	9,1	22,4	16,3	12,8	34,5
Marts	12,2	10,5	34,0	11,4	9,5	35,2
April	22,1	19,9	51,6	24,6	21,3	51,5
Maj	8,0	6,3	24,8	13,0	10,4	38,5
August	13,1	11,0	34,0	16,1	13,0	41,5
September	6,9	5,8	17,3	16,0	14,0	35,5
Oktober	8,6	6,7	26,5	12,8	10,5	32,1
November	19,4	15,1	46,5	15,4	12,1	34,5
December	14,1	12,2	37,3	17,1	14,4	32,1
Gennemsnit	12,5	10,5	31,9	15,4	12,7	36,2

Stigningen i resultatet for året som helhed er større end den statistiske usikkerhed. Så der har været fremgang fra 2017 til 2018.

Jysk Analyseinstitut spørger også til sening af nyheder om eftermiddagen:

I procent	Nyheder mellem kl. 12 og kl. 18	Nyhedsskiltet nat og formiddag
Januar	11,8	16,2
Februar	24,5	19,5
Marts	22,2	18,8
April	11,9	19,7
Maj	11,8	14,9
August	14,2	29,0
September	18,1	22,5
Oktober	17,8	22,9
November	11,3	23,4
December	15,7	21,8
Gennemsnit 2018	15,9	20,9

Der er overraskende høj sening af eftermiddagsnyheder i februar og marts. Det kan skyldes vejret, fordi der var en periode med sne.

Og som det sidste er 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	34,3	8,1	17,9	11,9	14,4	11,1	2,2
Februar	33,1	6,7	9,6	12,0	19,3	17,8	1,5
Marts	40,3	6,8	14,1	7,1	12,2	17,8	1,6
April	38,3	11,7	14,0	6,3	15,1	12,1	2,4
Maj	38,1	10,2	12,2	5,7	19,5	11,7	2,6
August	29,6	10,4	14,6	8,8	18,7	16,0	1,8
September	26,9	13,1	17,1	7,5	16,9	16,8	1,6
Oktober	28,6	9,2	11,6	11,5	18,5	20,1	0,5
November	28,7	9,7	17,5	7,6	22,0	10,3	4,2
December	28,2	8,1	13,9	7,0	14,5	23,5	4,9
Gennemsnit	32,6	9,4	14,3	8,5	17,1	15,7	2,3

Det er meget højt, når omkring en tredjedel af øens befolkning over 18 år svarer, at de dagligt ser den regionale kanal.

## 1.8

Der har ikke været afholdt valg i 2018.

## 1.9

Der udarbejdes ikke en oversigt over sendetiden fordelt geografisk på Bornholm. Det vil være overflødigt bureaukrati på Bornholm. Forpligtigelsen til at dække hele regionen (dvs. hele Bornholm plus Ertholmene) er 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 2018. I forbindelse med udmøntningen af medieforliget gældende fra den 1. januar 2019 udarbejdede

bestyrelsen i oktober/november en ny version, som er et bilag til den public service kontrakt, der så bliver gældende.

Bestyrelsen har for 2018 sat konkrete målsætninger op. Disse vil som følge af den nye PS-kontrakt for 2019 blive udvidet i antal.

	Målsætning	Realiseret
Nyproduceret TV	1000	925
Nyhedsartikler	7000	7324
Kvalitet*	3,5	3,9

\*) Kvalitet bliver mål ved at deltagerne i spørgeundersøgelsen bliver bedt om at vurdere TV 2/Bornholms kvalitet på en skala fra 1 til 5, hvor 5 er det bedste. At holde et gennemsnit på 3,9 er utroligt højt.

## 2.11

Der har i 2018 været sendt i alt 644 timer i TV, som er registreret under kategorien nyheder.

Nyheder på web og SoMe beskrives senere.

Fra 1. kvartal 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. I 2018 er app til Android blevet opdateret.

## 2.12

Se pkt. 1.8.

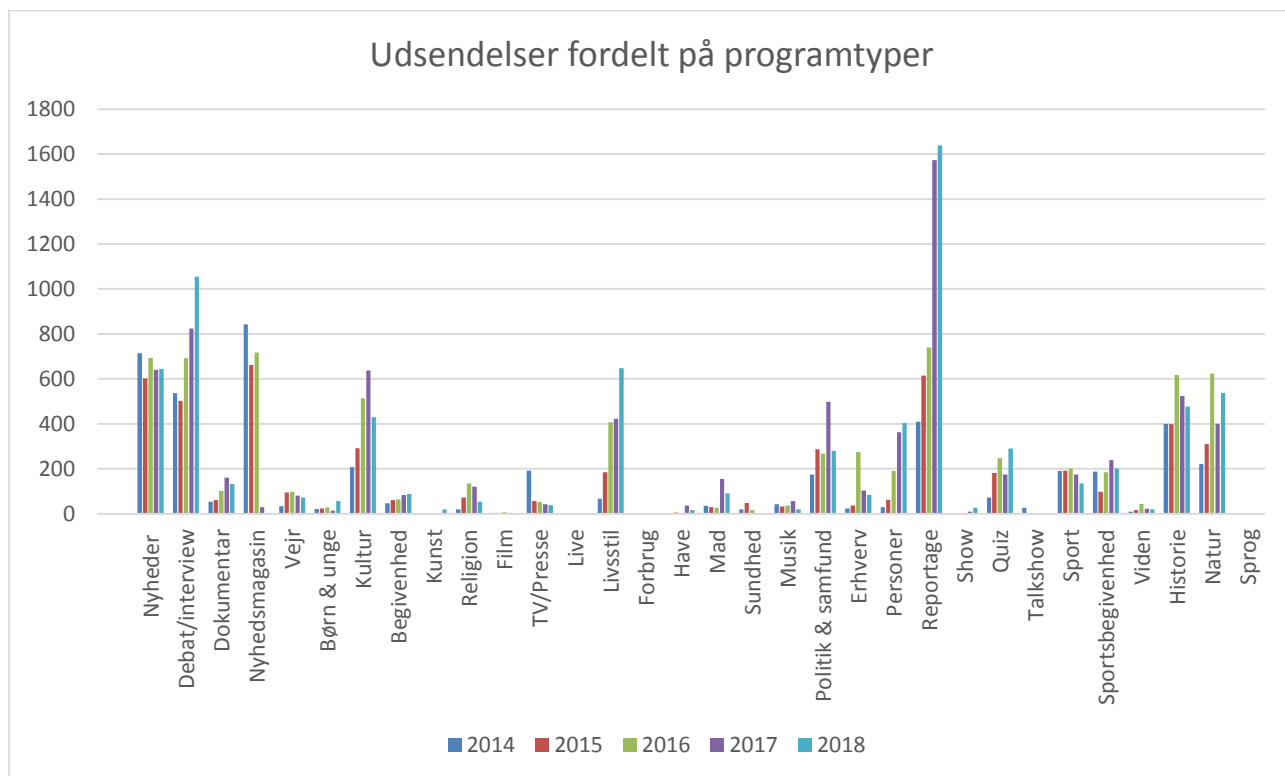
## 2.13

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:

	2014	2015	2016	2017	2018
Nyheder	714	602	693	640	644
Debat/interview	537	502	691	824	1.055
Dokumentar	53	60	102	161	132
Nyhedsmagasin	842	662	717	29	0
Vejr	33	95	97	80	72
Børn & unge	21	24	28	13	56
<b>Kultur</b>	207	291	513	637	429
Begivenhed	46	60	64	84	87
Kunst	0	0	0	0	19
Religion	20	72	135	121	53
Film	3	4	6	3	2
TV/Presse	191	57	52	42	38
Live	1	2	0	0	0
<b>Livsstil</b>	67	184	407	422	647
Forbrug	0	0	0	0	0
Have	0	5	0	36	16
Mad	35	29	27	154	90
Sundhed	20	48	17	0	0
<b>Musik</b>	42	32	37	57	20
<b>Politik &amp; samfund</b>	175	287	267	498	280
Erhverv	24	37	274	103	83
Personer	29	62	190	362	404
Reportage	410	614	740	1.573	1.639
<b>Show</b>	0	0	0	9	27
Quiz	72	182	247	174	290
Talkshow	27	0	0	0	0
<b>Sport</b>	190	191	201	174	134
Sportsbegivenhed	188	97	184	238	201
<b>Viden</b>	9	17	43	22	20
Historie	400	398	617	524	476
Natur	221	310	623	399	538
Sprog	1	2	1	0	0

Der skete en omlægning af registreringen af Så' Danmark fra 2016 til 2017. Derfor det kraftige fald i kategorien Nyhedsmagasin. Der er en tilsvarende stigning i kategorien reportage. Et flertal af regionerne (uden om Bornholm og Lorry) besluttede i 2018 at nedlægge programmet, så den sidste fælles regionale udsendelse bliver sendt i 2019. Sådan ser skemaet ud i grafisk form:



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 livetransmission 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.

Der har tidligere været produceret et fælles regionalt magasin fra Folkemødet. På grund af manglende interesse fra enkelte regioner, blev det aflyst i 2018. Interesserede regioner sendte i stedet en reporter til at dække det til egne udsendelser.

TV 2/Bornholm indgik igen i 2018 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 2018 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 2018 deltog 370 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 2018. Produktionens omfang blev udvidet i 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 i 2018 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 2018 blev konkurrencen både sendt på den regionale kanal og omtrent landsdækkende på regionale kanaler, idet Fyn og Lorry ikke ønskede at vise transmissionen. Flere tusinde mennesker kom ned på Gudhjem Havn i løbet af dagen.
5. 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 ni gange.

TV 2/Bornholm nominerer de tre kandidater, men det er en åben SMS afstemning, der afgør, hvem der får prisen.

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 15.000 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 otte foregående års 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.

2017: Kunsthåndværkerforeningen ACAB.

I 2018 blev disse nominerede:

1. Spillestedet Gæstgiveren i Allinge for deres stadig voksende udbud af musik og kultur i sommermånederne.
2. Bornholms Amatørscene for vedholdende at skabe scenekunst på bornholmsk.
3. Bornholms Kulturuge for at tænke nyt og holde fast i kulturugens overlevelse efter at have mistet en hovedsponsor.

I 2018 gik prisen til Spillestedet Gæstgiveren i Allinge.

6. 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.
7. Serien "Vikingerne på Bornholm" (lavet af privat producent) fortsatte strategien med at have en årlig TV-serie om Bornholms historie.
8. Fødevarerkultur fylder stadig mere på Bornholm. Derfor blev denne del også inddraget i strategien med serien "Spis din ø" (lavet af privat producent) i fire afsnit i starten af året og en sæson 2 i slutningen af december.

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 produktion 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 "Vikingerne på Bornholm" og "Spis din ø" (begge produceret af private producenter) er eksempler på at prioritere kvalitet over kvantitet. Konsekvensen er også dyrere produktionspriser og deraf følgende færre minutter.

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 2018 valgt at fortsætte samarbejdet med folkeskolerne om en specifik uge, hvor alle erhvervspraktikanter, der gerne vil i praktik i mediebranchen bliver samlet. Praktikantene 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.	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Nyhedsindslag mv.	131	187	160	113	144	148
ENG, SNG mv.	59	30	15	25	39	43
Udvekslingsaftale*					110	110
<b>Nyhederne i alt</b>	<b>190</b>	<b>217</b>	<b>175</b>	<b>138</b>	<b>293</b>	<b>301</b>
Sporten	0	5	2	3	0	11
Program afd.	104	40	160	180	198	25
<b>Omsætning i alt</b>	<b>294</b>	<b>262</b>	<b>337</b>	<b>321</b>	<b>491</b>	<b>337</b>
Antal nyhedsindslag	54	75	58	50	58	58

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

Der har været et uændret niveau i samarbejdet med Nyhederne. Faldet i samarbejde med programafdelingen skyldes især, at Sol over Gudhjem ikke blev sendt på TV 2|DANMARK i 2018. Det faldt sammen med VM i fodbold.

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. Producenternes dag bliver afskaffet i den PS-kontrakt, som træder i kraft den 1. januar 2019.

Set i lyset af denne politiske beslutning, som ville træde i kraft godt en måned senere, blev der ikke afholdt en producenternes dag (hvor der i øvrigt kun plejer at komme 3 måske 4 producenter) i november 2018 omhandlende produktioner til 2019.

I stedet modtog producenter, som havde produceret i 2017 og/eller 2018 en mail som de overordnede programmæssige strategier, som skulle nås i 2019.

Mailen indeholdt også tilbud om et møde med hver enkelt af de private producenter.

Der er efterfølgende blev afholdt sådanne møder, og indgået kontrakter om leverancer i 2019.

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.

## 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 hjørnестene er transmissioner fra Bornholms Regionskommunes kommunalbestyrelsesmøder og Hovedstadsregionens Regionsråd. Begge dele kan opleves i fuld længde 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.

Hertil kommer debatprogrammet 360 som oftest også handler om politiske emner.

### 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 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 Herning 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.

Alle regioner deltog i et samarbejde omkring "Fantastiske foreninger", som er en serie, der hylder de danske foreninger, og deres frivillige arbejde i alle kroge af samfundet. Serien blev kørt decentralt med en vinder i hver region, der derefter mødtes til et show udsendt landsdækkende på de regionale kanaler. Vinderen blev en forening fra Lorrys dækningsområde.

Alle regioner var med til at sætte en række events op på Folkemødet på Bornholm. Disse events blev også produceret til TV, og satte fokus i forskelle i humor i regionerne.

Sammen med TV 2/Danmark er alle regioner med i et samarbejde om 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

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. I 2018 blev samarbejdet udvidet med Lorry.

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 2018 brugt på alle 19.30-udsendelserne på hverdage og udsendt på den regionale kanal i overensstemmelse med Public Service-kontrakten.

I slutningen af 2018 blev staben udvidet med henblik på at også lørdag og søndag fremover vil blive tekster.

Der har ikke været andre tekniske løsninger til forbedring af de handicappedes brug af TV inden for den økonomi, som TV 2/Bornholm råder over.

## 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 2018 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 målt på sendetid er opgjort til 32,1 %. Reglen er derfor overholdt.

Kravet er også, at en passende andel skal forbeholdes programmer af nyere dato. Den væsentligste andel af programmer udsendt i 2018 har været nyproducerede.

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

81,8% af programmerne målt på sendetid 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 38 foreninger og organisationer. Det er en mere end året før.

Repræsentantskabet har to årlige møder. I 2018 blev der dog afholdt et ekstra møde, idet der skulle foretages valg af et medlem til bestyrelsen. Der var et bestyrelsesmedlem, der udtrådte i sommeren 2018, og da loven ikke giver mulighed for suppleanter, så måtte repræsentantskabet indkaldes til et ekstra møde.

Møderne indeholder, udover generelle diskussioner, også specifikke diskussioner i forhold til udsendelserne.

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 slettet. Der er 11 debattører, der helt er blevet udelukket, hvilket har betydet, at debatten er blevet klart mere afdæmpet.

## 6.29

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

## 6.30

Der blev i 2018 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 1 sag i Pressenævnet i 2018. Ved årets udgang var den endnu ikke afgjort.

### 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 2018 ikke været bragt meddelelser af beredskabsmæssig karakter, men systemet er som nævnt oven for sat op.

TV 2/Bornholm har nødstrømsforsyning i form af en generator, som gør det muligt at drive både TV-kanalen og stationens website/mobilsite under en strømafbrydelse.

## 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.

## 8. Regionale udsendelser uden for TV 2-sendefladen

### 8.33

Siden den 11. januar 2012 har der været sendt på den regionale kanal, 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](http://www.tv2bornholm.dk)

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

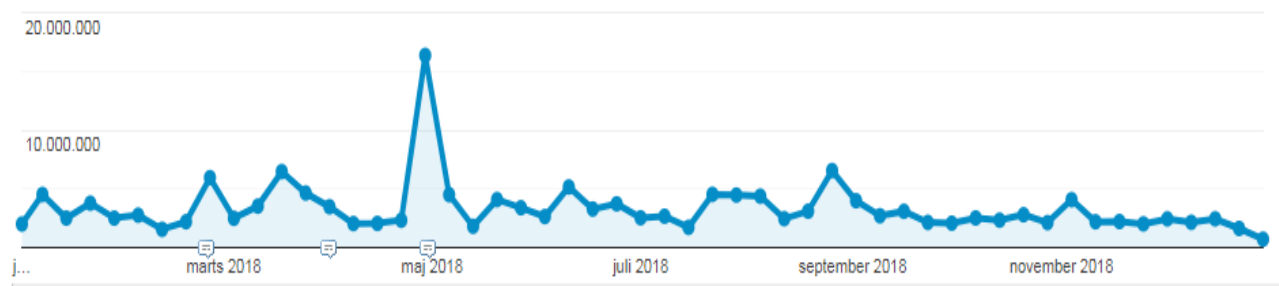
I 2015 blev der tilføjet en mobil/tablet version af websitet, som er baseret på adaptive design. Det vil sige, at brugerens enhed bliver testet ved ankomsten til websiden, og at denne derefter indrettes, så den passer bedst til enheden. Denne fortsatte i 2018.

Med væksten i on-demand forbrug af TV-udsendelser er der skabt on-demand miljø, der hedder: [play.tv2bornholm.dk](http://play.tv2bornholm.dk)

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

Der er vækst i forbruget på on-demand udsendelser.

I løbet af året afhænger det meget af bestemte enkeltstående udsendelser. Her er antallet af video-sekunder, der er afspillet på [play.tv2bornholm.dk](http://play.tv2bornholm.dk) i 2018:



Bjergtoppen i maj skyldes Trolling Master Bornholm, som blev set ganske meget landet over.

Vi følger også med i, hvilket udsendelser der er mest sete på on-demand. Den statistik ser sådan ud for 2018:

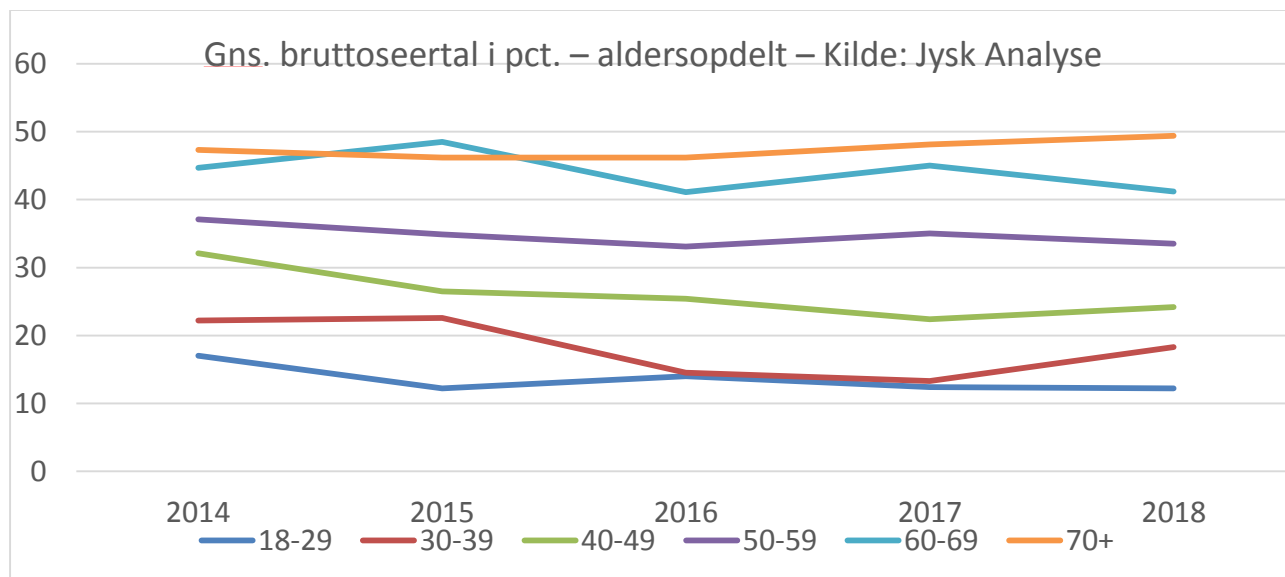
<b>Top 10 videoer – specifikke udsendelser på PLAY</b>	<b>Afspilninger</b>
<b>Marinerne: Internationale operationer (14.10.15)</b>	24.215
<b>Rejefiskerne (video: 27.12.12)</b>	4.644
<b>Hampdyrker forklarer lovovertrædelse (video: 09.08.18)</b>	3.638
<b>Trolling Master Bornholm dag 1 (video: 02.05.18)</b>	1.829
<b>Trolling Master Bornholm dag 2 (video: 03.05.18)</b>	1.524
<b>Vejret i morgen (video: 05.01.18)</b>	1.463
<b>Etape Bornholm (video: 25.07.18)</b>	1.392
<b>Trolling Master Bornholm Finaledagen (video: 05.05.18)</b>	1.392
<b>Etape Bornholm (video: 23.07.18)</b>	1.341
<b>Trolling Master Bornholm dag 3 (video: 04.05.18)</b>	1.341

Det er markant, at de to mest sete udsendelser er fra arkivet. Årsagen er, at de to udsendelser blev omtalt og delt i de miljøer, der interesserer sig for emnerne (soldaterliv og fiskeri i Nordatlanten)

Det fremgår også, at alle fire udsendelser fra Trolling Master Bornholm er på listen over mest sete udsendelser.

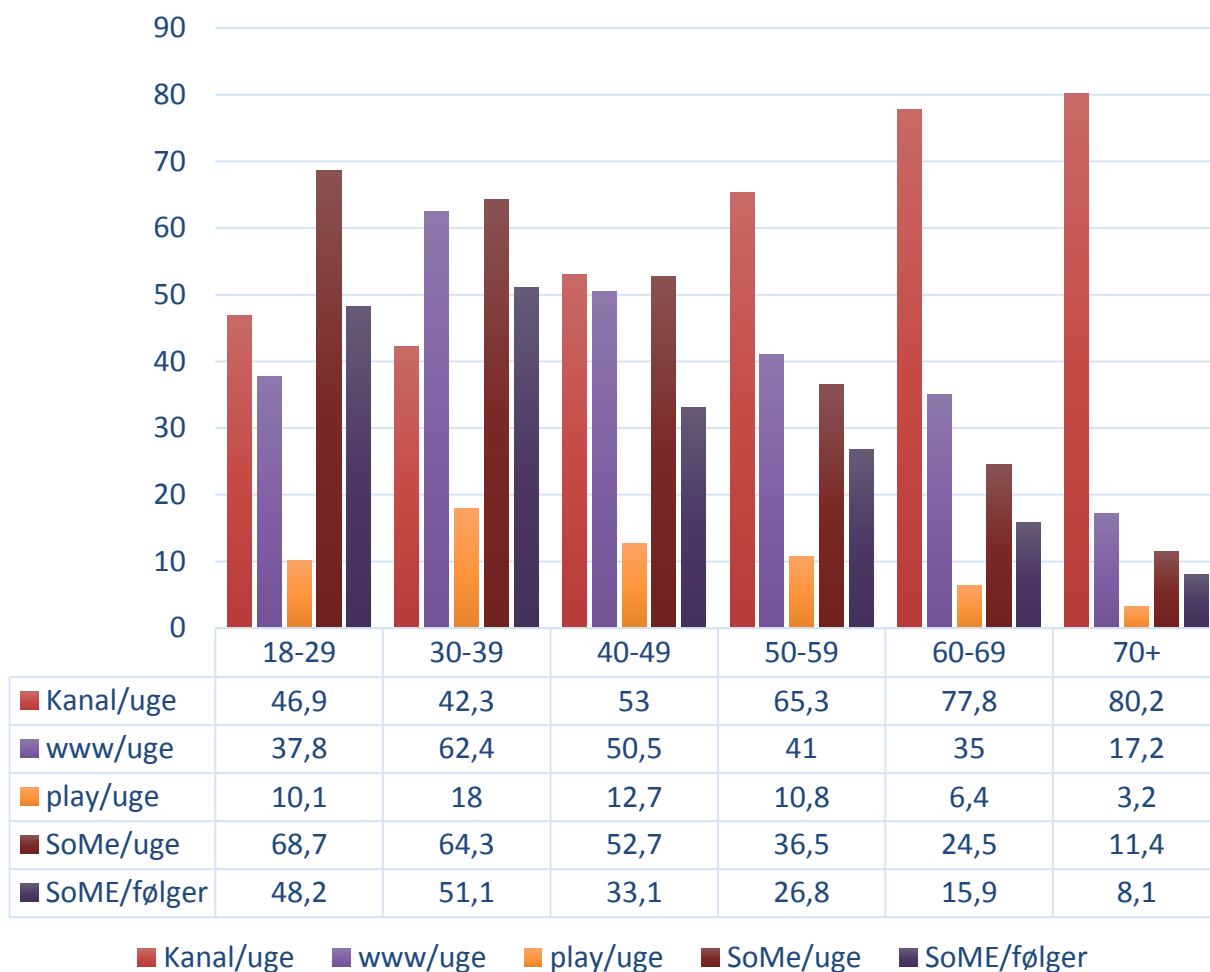
Det er TV 2/Bornholms ambition at forsøge at forøge forbruget af stationens produktion hos målgruppen under 40 år. Det gøres også ved at lave målrettede udgivelser på andre platforme end TV.

Men hvis vi alligevel kigger på udviklingen for TV-forbruget fordelt på alder over de sidste fem år, ser det sådan ud:



Det er bemærkelsesværdigt, at både gruppen 30-39 år og 40-49 stiger fra 2017 til 2018. Der er et svagt fald i 18-29 år. Målinger på TV alene giver som nævnt imidlertid ikke det fulde billede af kontakten med de forskellige aldersgrupper.

## Ugentlig kontakt – alle platforme – Kilde: Jysk Analyse



Som det fremgår – ikke overraskende – så er kontakten på TV stigende med alder. Mens kontakt på net og især SOME-platforme er bedre blandt de unge. Den er så også som forventet fallende med alderen.

Det er også derfor, at det er nødvendigt for at nå yngre målgrupper, at benytte andre platforme end flow TV.

Her er optalt, hvor mange nyhedshistorier der er udgivet:

	Antal nyheder	gnsn. pr. dag
2014	7543	21
2015	7287	20
2016	7461	20
2017	7841	22
2018	7324	20

Der har altså været et mindre fald i antallet af nyheder udgivet på web.

Der foretages ikke en opgørelse internt der præcist siger, hvor meget tid (=hvor mange resourcer), 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 medarbejderes 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 overflødigt 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.

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).

Android-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 egentlige 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 otte 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 2014.	1. januar 2015	1. januar 2016	1. januar 2017	1. januar 2018	1. januar 2019
Android	2.389	2.640	2.918	3534*	2408	2586
Apple iOS	3.300**	5.170**	3320	3860***	1600	2476

\* Tallet er pr. 29.11.2016. Herefter gik Android over til en ny opgørelsesmetode.

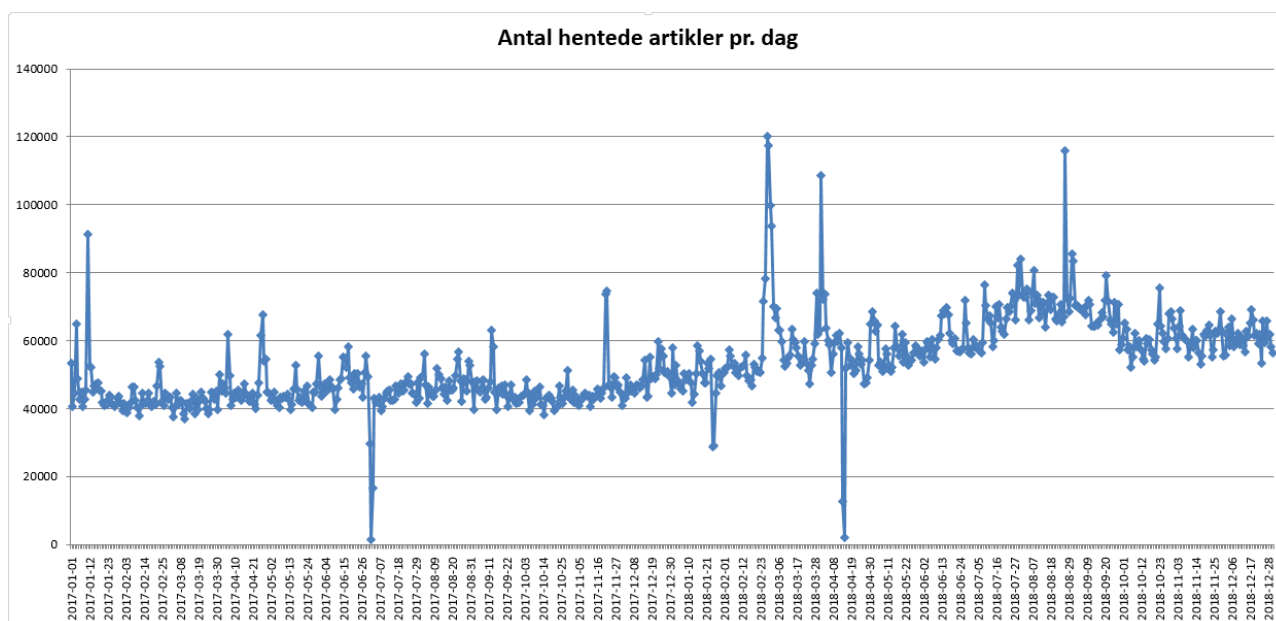
\*\* 14 og 15 blev af Apple opgjort som antallet af downloads.

\*\*\* Apple opgør i 16, 17 og 18 antallet af aktive installationer, som har givet lov til at det bliver oplyst. Apple oplyser, at 21% af installationerne pr. 1. januar 2019 har givet tilladelse til, at vi får det at vide. Vi har derfor angivet det samlede tal på baggrund af den oplysning.

Over årene (som det ses i skema) har begge firmaer ændret opgørelsesmetoder, som ødelægger sammenligningen. Det er ikke sket de sidste to år, og derfor konkluderer vi, at der har været en mindre fremgang på Android og en større fremgang på Apple.

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

Sådan ser udviklingen ud i antallet af hentede artikler på de to mobile applikationer fra 1. januar 2017 til 31. december 2018 (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.

Over den 2-årige periode er der en klar vækst tendens. I januar 2017 er det ca. 40.000 artikler om dagen. To år senere er det vokset til ca. 60.000 artikler. Det vil sige en vækst på 50% over de to år. 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.

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

Måned	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Januar	61.653	56.572	63.518	80.995	86.431	86.264
Februar	56.515	58.179	56.997	77.787	81.807	116.030
Marts	61.751	57.130	63.679	82.096	84.663	110.191
April	52.097	57.542	81.478	97.261	111.116	99.540
Maj	58.098	80.122	61.192	85.080	100.506	116.655
Juni	51.451	61.396	64.613	94.530	106.139	115.399
Juli	56.233	57.787	68.769	85.587	114.111	141.831
August	53.147	64.353	157.322	87.456	110.683	140.776
September	46.499	63.166	69.370	73.160	96.667	107.087
Oktober	47.831	60.265	78.427	86.172	87.806	97.556
November	50.455	55.424	99.751	132.398	103.710	103.717
December	49.605	56.543	68.874	82.214	86.947	103.795
<b>Total</b>	<b>645.335</b>	<b>728.479</b>	<b>933.996</b>	<b>1.066.752</b>	<b>1.170.586</b>	<b>1.338.841</b>

Der er tale om en væsentlig fremgang svarende til 14,4% fra 2017 til 2018, og det siger noget om den omlægning af nyhedsforbrug som finder sted i disse år. Fra 2012 er der tale om mere end en fordobling.

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

Måned	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Januar	238.011	234.099	277.606	298.133	332.593	343.193
Februar	225.090	225.084	230.450	278.980	289.735	409.428
Marts	264.189	224.963	274.540	289.190	303.766	429.361
April	210.643	214.565	292.623	324.375	376.636	373.648
Maj	222.563	260.225	240.073	288.099	332.337	411.383
Juni	196.460	239.585	264.044	313.468	352.892	404.582
Juli	210.250	227.018	276.821	294.267	371.503	456.194
August	207.083	253.282	359.390	295.298	375.562	510.032
September	181.284	234.320	249.170	266.023	328.388	427.527
Oktober	194.655	231.583	252.576	303.095	316.543	414.017
November	206.048	217.184	289.682	338.925	361.001	424.345
December	211.153	239.471	261.783	302.926	325.969	417.904
<b>Total</b>	<b>2.567.429</b>	<b>2.801.379</b>	<b>3.268.758</b>	<b>3.594.795</b>	<b>4.066.925</b>	<b>5.021.614</b>

Igen en markant fremgang. I forhold til 2017 er fremgangen på 23,5 %.

TV 2/Bornholms konkurrent på nettet, Bornholms Tidende offentliggør ikke driftstal, og det er derfor ikke muligt at sammenligne.

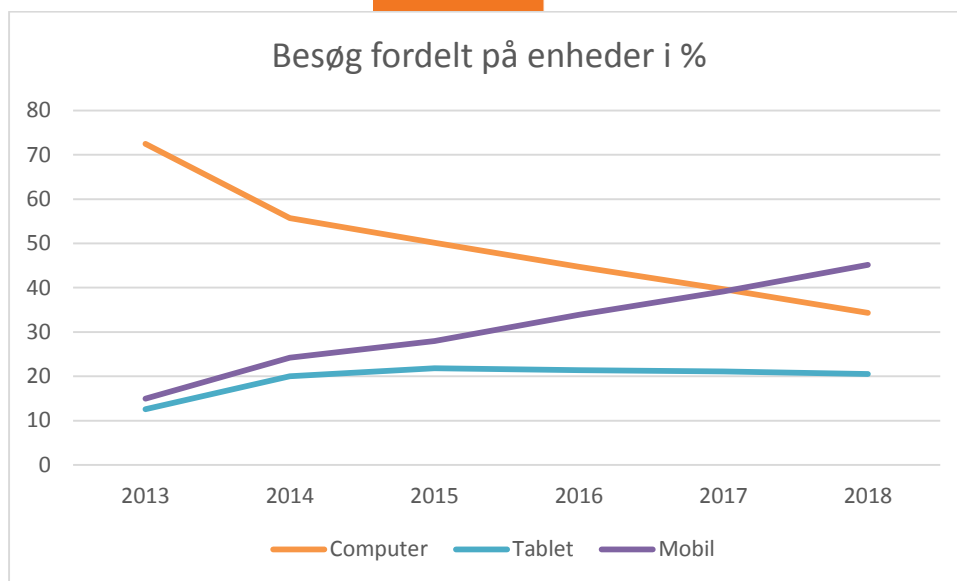
Der sker for TV 2/Bornholm det samme, som sker for alle andre medier på nettet: EN klar og tydelig bevægelse fra computer til mobile enheder.

Her er udviklingen over de seneste fem år:

	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Computer	72,47	55,71	50,17	44,75	39,69	34,31
Tablet	12,54	20,05	21,84	21,36	21,11	20,51
Mobil	14,99	24,24	27,99	33,90	39,20	45,18

Sat op grafisk ser udviklingen sådan ud:

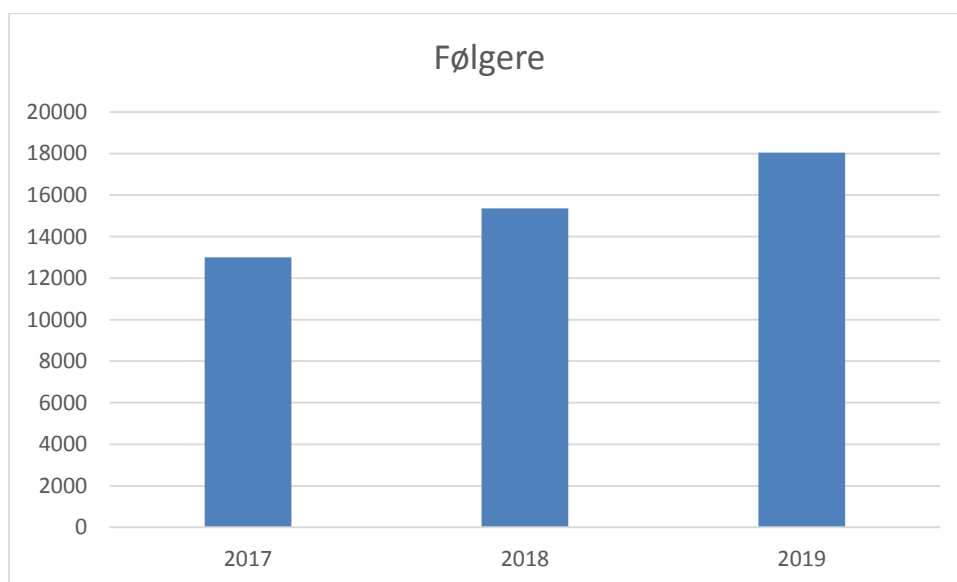




Mobiltelefonen overhalede klart og tydeligt computeren (laptop – desktop) i 2018. Anvendelsen på tablet er uændret.

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

Ved starten 2017 var der på Facebook ca. 13.000 følgere. Det er vokset til 15.353 ved udgangen af 2017. Ved udgangen af 2018 er det vokset til 18.047. Grafisk fremstillet ser det sådan ud:

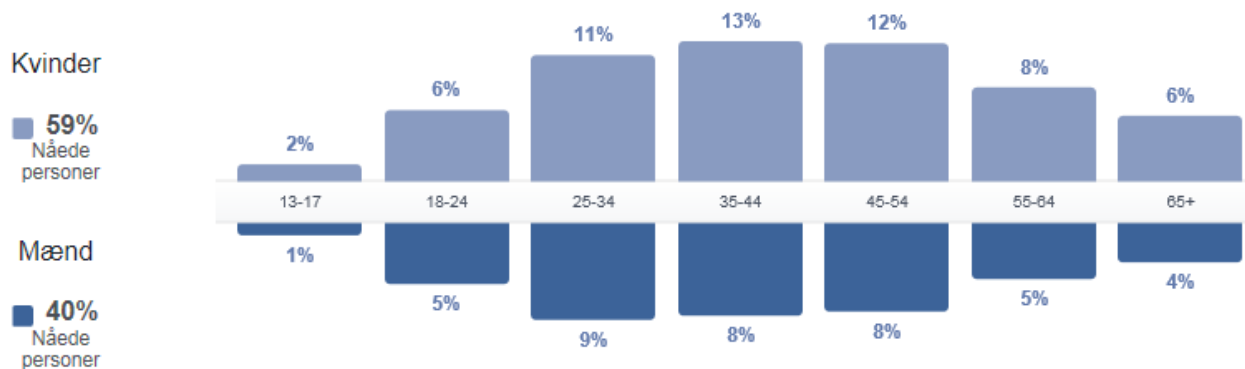


Der har ikke været anvendt konkurrencer eller tilkøbt følgere. Bornholms Tidende har lige passeret 10.000 følgere. TV 2/Bornholm er således 80% større på Facebook end Bornholms Tidende.

Hertil kommer i øvrigt 6300 følgere på Trolling Master Bornholms Facebook side.

På Facebook er der set 1,8 mio. minutters video. Der er tale om tilbagegang, som er lidt uforklarlig, men det kan skyldes, at Facebook i starten af 2018 omlagde deres programmering, så det blev vanskeligere for nyheds-leverandører at komme ud.

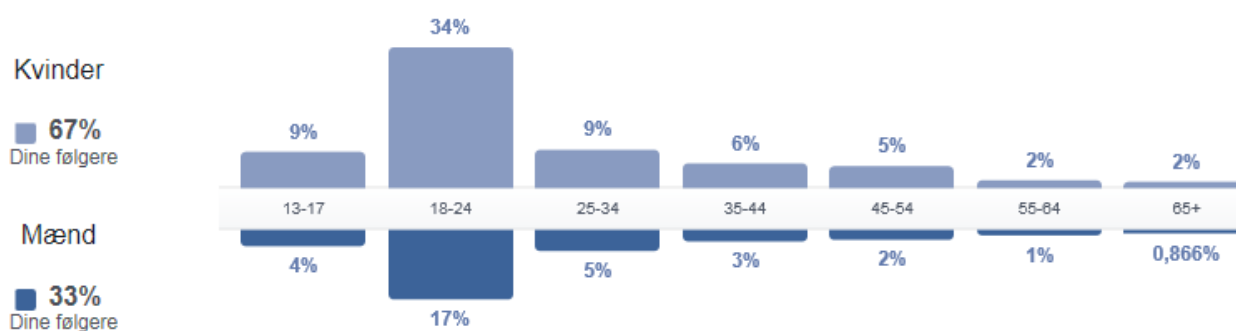
TV 2/Bornholms Facebook gruppe har i 2018 denne alders- og kønssammensætning:



Der er en klar overvægt af kvinder.

Fra sommeren 2017 forstærkede vi så indsatsen over for de unge med en serie, der hedder "Ægte Øfødt". Serien, der fortsatte i 2018, og der blev produceret 40 afsnit i løbet af året, som alle udkommer først på en FB-side, der alene er målrettet unge.

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



Det er en endnu større overvægt af kvinder, og hvad der er mere markant. Den rammer målgruppen præcist.

På Øfødt var der 176.000 viste minutters video. Det er en stigning fra 150.000 minutter i 2017.

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.

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

December måned	Dagligt	4-6 gange om ugen	2-3 gange om ugen	1 gang og ugen	Sjældnere	Aldrig	Ved ikke
Mand	17,5%	1,5%	8,9%	4,4%	16,4%	44,9%	6,4%
Kvinde	14,6%	10,4%	7,3%	7,4%	9,4%	46,2%	4,7%
18 - 29 år	53,4%	3,8%	18,4%		12,2%	12,2%	
30 - 39 år	22,7%	29,7%	10,3%	10,3%	4,1%	16,7%	6,2%
40 - 49 år	19,8%	6,5%	4,1%	13,6%	14,0%	34,4%	7,5%
50 - 59 år	12,6%	2,8%	7,5%	5,1%	17,6%	49,1%	5,4%
60 - 69 år	3,8%	1,9%	9,0%	3,8%	16,1%	58,2%	7,2%
70 år eller mere	4,5%	1,4%	4,2%	3,4%	8,7%	73,0%	4,9%
<b>Total</b>	<b>16,0%</b>	<b>6,0%</b>	<b>8,1%</b>	<b>5,9%</b>	<b>12,8%</b>	<b>45,5%</b>	<b>5,5%</b>

Det er jo tydeligt, at den yngre brugergruppe i højere grad møder os på sociale medier.

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 2017 til 2018:

December måned	2017 i %	2018 i %
Mand	10,8	17,5
Kvinde	24,2	14,6
18-29 år	28,9	53,4
30-39 år	20,4	22,7
40-49 år	37,1	19,8
50-59 år	15,9	12,6
60-69 år	11,5	3,8
+70 år	2,3	4,5
<b>Total</b>	<b>17,5</b>	<b>16,0</b>

Der er en meget stor fremgang i aldersgruppen 18-29, hvilket kunne tyde på, at vores tiltag (f.eks. serien Ægte Øfødt) virker.

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

	Ja	Nej	Ved ikke
Mand	21,0%	74,5%	4,5%
Kvinde	24,0%	74,0%	1,9%
18 - 29 år	73,2%	26,8%	
30 - 39 år	26,9%	64,8%	8,3%
40 - 49 år	16,6%	79,9%	3,4%
50 - 59 år	17,9%	82,1%	
60 - 69 år	12,4%	84,1%	3,5%
70 år eller mere	12,1%	82,9%	5,0%
	22,5%	74,3%	3,2%

Igen kan vi konstatere, at vi rammer aldersgruppen 18-29 år.

De der svarer ja - sammenlignet med 2017 - ser sådan ud:

December måned	2017	2018
Mand	19,8	21,0
Kvinde	30,7	24,0
18-29	48,4	73,2
30-39	16,2	26,9
40-49	45,6	16,6
50-59	23,9	17,9
60-69	18,2	12,4
+ 70	7,7	12,1
Total	25,2	22,5

Fremgang igen i aldersgruppen 18-29 år.

## 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 var 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. Der er ikke digitaliseret yderligere i 2018.

### **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 2018

### REGNSKABET I HOVED- OG NØGLETAL

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

Beløb i kr. 1.000	2018	2017	2016	2015	2014
<b>Resultatopgørelse:</b>					
Nettoomsætning	67.998	66.893	66.103	65.886	71.497
Bruttoresultat	15.389	12.914	15.716	16.837	19.216
Resultat af ordinær drift	971	-1.013	-688	-1.627	3.146
Resultat af finansielle poster	-131	-124	-84	-115	-88
<b>Årets resultat</b>	<b>840</b>	<b>-1.137</b>	<b>-772</b>	<b>-1.742</b>	<b>3.058</b>
<b>Balance:</b>					
Omsætningsaktiver, ultimo	11.286	9.282	8.436	7.909	10.388
Balancesum, ultimo	27.683	26.103	26.800	28.804	33.695
Egenkapital, ultimo	14.081	13.241	14.379	15.152	16.894
<b>Pengestrømme:</b>					
Driftsaktiviteter	5.170	3.066	3.667	3.615	5.064
Investeringer	-3.573	-2.444	-3.017	-2.961	-4.706
Heraf investeringer i materielle og immaterielle anlægsaktiver	-3.573	-2.444	-3.017	-2.961	-4.706
Finansiering	0	0	0	-3.504	-346
<b>Årets likviditetsvirkning</b>	<b>1.597</b>	<b>622</b>	<b>650</b>	<b>-2.850</b>	<b>12</b>
Antal fuldtidsbeskæftigede	86	84	79	75	78
Sendetimer	8.760	8.760	8.784	8.760	8.760
<b>Nøgletal i %:</b>					
Overskudsgrad	1,2%	-1,7%	-1,2%	-2,6%	4,3%
Bruttomargin	22,6%	19,3%	23,8%	25,6%	26,9%
Likviditetsgrad	83,0%	72,2%	67,9%	57,9%	61,8%
Soliditetsgrad	50,9%	50,7%	53,7%	52,6%	50,1%
Egenkapitalfórentning	6,0%	-8,6%	-5,4%	-11,5%	18,1%

Ovenstående nøgletal er beregnet således:

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