


List of Signatures

Page 1/1

 **Public service-redegørelse 2023.pdf**

Name	Method	Signed at
Morten Kjær Petersen	MitID	2024-04-19 14:04 GMT+02
Mads Kæmsgaard Eberholst	MitID	2024-04-19 14:03 GMT+02



This file is sealed with a digital signature. The seal is a guarantee for the authenticity of the document.

External reference: 5FB609BB8FD6485192969802FAEA1478

TV 2 Kosmopol Public service-redegørelse 2023



This file is sealed with a digital signature.
The seal is a guarantee for the authenticity
of the document.

Document ID:
5FB609BB8FD6485192969802FAEA1478

Skabelon til de regionale TV 2-virksomheders public service-redegørelser

Baggrund

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

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

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

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

Læse- og redegørelsesvejledning

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

Nummereringen refererer direkte til den af kontrakternes.

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

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

Generel information

Vejledning:

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



REDEGØRELSE:

TV 2 Kosmopol er en selvejende institution, der i henhold til public service-kontrakten indgået med kulturministeriet, har til formål at producere og udsende regionale nyheder og programmer.

TV 2 Kosmopol er en økonomisk og juridisk selvstændig institution, hvis bestyrelse er valgt af et folkeligt udpeget repræsentantskab.

TV 2 Kosmopol dækker Region Hovedstaden, undtagen Bornholm, og seks kommuner i Region Sjælland. TV 2 Kosmopol dækker dermed følgende kommuner:

Albertslund, Allerød, Ballerup, Brøndby, Dragør, Egedal, Fredensborg, Frederiksberg, Frederikssund, Furesø, Gentofte, Gladsaxe, Glostrup, Greve, Gribskov, Halsnæs, Helsingør, Herlev, Hillerød, Hvidovre, Høje-Taastrup, Hørsholm, Ishøj, København, Køge, Lejre, Lyngby-Taarbæk, Roskilde, Rudersdal, Rødovre, Solrød, Stevn, Tårnby og Vallensbæk.

Omregnet til hele årsværk var der ved udgangen 2023, 92 fuldtidsansatte på TV 2 Kosmopol:

63 programmedarbejdere
7 administrative medarbejdere
8 FTP-elever
4 journalistpraktikanter

Herudover er der ledelsesgruppen, som udover direktøren består af 4 overordnede chefer og 5 redaktionschefer i produktionen.

De regionale nyheder udkommer formateret på følgende platforme: Tre daglige nyhedsudsendelser på TV 2's hovedkanal og vores egen kanal samt TV 2 PLAY, tv2kosmopol.dk, Facebook, Instagram, YouTube og X.

Det øvrige programindhold er udsendt på vores egen kanal med mulighed for at streame og gense programmerne på tv2kosmopol.dk og via vores nyhedsapp.

3. Specifikke forpligtelser

3.1. Nyheds- og aktualitetsprogrammer

Forpligtelsen:

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

Vejledning:

Nyhedsprogrammer definerer Radio- og tv-nævnet som oversigtsudsendelser i formatet bulletiner omhandlende nyheder af alle emner udvalgt efter journalistisk vurdering, inklusive trafik, vejr og sport. Aktualitetsprogrammer er udsendelser i formaterne bulletiner, magasiner, kommenterede begivenheder eller dokumentarer. Aktualitetsprogrammerne skal



indholdsmæssigt omfatte samfundsmæssig information. Indhold omhandlende fritid, hobby og livsstil anses således ikke som aktualitet.

REDEGØRELSE:

På TV 2 Kosmopol har det at producere nyheder og aktualitet den højeste prioritet. Derfor bruger vi de fleste ressourcer på at producere nye, vigtige regionale nyheder, der tager deres tydelige afsæt i vores sendeområde.

Vi er klar over, at seerne/brugerne selv zapper rundt og orienterer sig bredt. Derfor har vi fortsat og forfinet strategien med at have fokus på at producere egne historier og sket-nyheder således, at brugerne på TV 2 Kosmopols platforme får nyheder og indhold, de ikke finder andre steder. Det gælder både på tv og digitalt.

Vi ser det som vores opgave at skabe original journalistik gerne af afdækkende karakter. Vi skal finde nye nyheder og formidle dem i overensstemmelse med vores nyhedsværdier, som vi implementerede 11.1.2023:

- **Udsyn:** Vi vil se ud over kommunegrænsen og landegrænsen. Hvad gør de andre steder? Hvordan ser det ud i andre metropoler? Vi vil huske, at vi som Metropol er en del af noget større.
- **Perspektiv:** Vores journalistik skal ikke bare oplyse og registrere men også gøre metropol-borgeren klogere. Med baggrund og nuancer giver vi perspektiv på historien.
- **Personlig:** Vores journalistik skal tage udgangspunkt i mennesker. Vi vil – helt konkret – sætte ansigter og følelser på de historier, vi laver.
- **Itiden:** Vi vil afspejle den moderne region, vi er en del af og lade det strømme ud i historievalg, i form og i udtryk.
- **Relevant:** Vores historier skal ikke bare være væsentlige eller vigtige, de skal have relevans for de mennesker, der bor i vores område, de skal betyde noget og gerne kunne bruges til noget af borgerne.
- **Overraskende:** Vi vil oftere overraske vores brugere, de skal få oplevelser, som de slet ikke havde regnet med, de kunne få hos os. Det gælder i historievalg og i form og udtryk.

Vores transformation fra TV 2 Lorry til TV 2 Kosmopol den 11. januar 2023 var grundigt planlagt med det ene ønske at fremtidssikre den regionale journalistik i vores område. Vi har gennem flere år analyseret vores brugere og seere og nåede til sidst frem til, at vi som regionalt medie i dette unikke hjørne af Danmark var nødt til at være regionalt nyhedshus på en anden måde, end vi tidligere havde været. Vi ville fokusere på alt det, der samler os, der bor i Danmarks eneste metropol, og her definerer vi metropolen som det område, der indeholder Danmarks hovedstad i midten, kysterne mod Nord, kongebyen Roskilde og de store transportkorridorer fra syd og så alt det, der ligger der indimellem. De 2,1 mio. mennesker, der bor i netop vores



område, lever deres liv mange steder og på mange måder, men vi har alle sammen det til fælles, at vi bor tæt på Danmarks hovedstad og alle de tilbud, den giver os.

Vi indså, at vi ikke kunne være lokale, og at det heller ikke er det, der er beskrevet som vores opgave. Vi er derimod et regionalt medie, der fortæller nyheder med en bred relevans for så mange som muligt i det regionale område. Hvis vi fortæller om en problemstilling i en kommune, vil vi ofte søge at undersøge den samme problemstilling i vores andre kommuner og på den måde vise brugerne, at en nær nyhed kan have relevans for brugere andre steder end der, hvor den tager sit afsæt.

Vores journalister på dagen på web og tv producerer dagens nyhed/nyheder og holder fast i de nyheder, hvor vi vil sætte en dagsorden – eventuelt med indhold fra fagredaktionen, hvor 5 journalister har specialiseret sig i hver sit fagområde: Kulturmedarbejder, kriminalreporter, klimareporter, social- og sundhedsreporter. Derudover har vi særlig fokus på infrastruktur og boligforhold. Vi vil samle regionen om vigtige dagsordener. Vi ønsker ikke at kopiere, hvad andre medier har lavet. Det er tværtimod vores ambition, at andre medier bruger de historier, der er skabt hos os. Det lykkedes i 2023 blandt andet, da vi som de første kortlagde og dokumenterede et stigende og nyere forbrug af opioider blandt unge i vores område. Dette er en sag, vi har arbejdet på i hele 2023, og som siden er grebet af mange andre medier.

I vores nyhedsdækning vil vi gerne lede efter løsninger, give inspiration og komme tæt på de mennesker, der bor i vores 34 kommuner. Det forsøgte vi i 2023 at opnå bl.a. i vores faste aktualitetsformater. Ofte er en hovedstad driver af nye ideer, levemåder og trends. Det har vi skildret i vores format *Forrest*, hvor vi møder mennesker, som på den ene eller anden måde går foran.

I vores serier kom vi tæt på mennesker med missioner eller mennesker, som står midt i forandringer, mennesker, som vi kan lære eller blive inspirerede af, og som er særegne for netop det sted, vi bor i i Danmark. I *Urban Grrlser* vi på Vestegnen for at følge en flok pigers kamp for at få et ben indenfor i musikbranchen. I *Tråden ud af Tingbjerg* følger vi en gruppe ambitiøse kvinder, der gennem deres håndværk skaber en anderledes levevej, ikke bare for dem selv men også andre. I *Zieglers sidste chance* følger vi Høje Taastrups borgmesters kamp igennem hans kræftforløb. I serien *Karla har fire forældre*, sætter vi gennem fire episoder fokus på de problemstillinger, der stadig er ved at være regnbuebarn i 2023 og prøver at skabe debat om, hvordan det liv kan blive bedre for de mange regnbuebørn, der er kommet i de senere år. I *Udrykning med omsorg* følger vi sociolancen, som er et unikt hovedstadstiltag, og vi får et sjældent indblik i liv, vi normalt ikke har adgang til og derfor ikke kender til. I serien *1 ud af 70* portrætterer vi de folketingsmedlemmer, der sidder i folketinget, og som er valgt i vores område. Vi viser, hvem de er, og hvad de brænder og kæmper for. Vi fulgte hele metropolens forandring i serierne *Havnens hemmeligheder*, *Her står tiden stille* og *De unge arkitekter*. Og i vores faste kulturformat *Oplevgav* vi inspiration til alt det, der er at opleve i vores område.

Vi producerer en mindre del livstilsstof. I 2023 blev det til serierne *Lad det Gro* om klimavenligt havebrug og *Gør det da selv* om den stigende interesse hos kvinder for at lære selv at bruge værktøj.



Da en stigende del af TV 2 Kosmopol borgere ikke længere ser flow-tv eller abonnerer på TV 2 PLAY, har vi til stadighed fokus på at styrke vores tilstedeværelse på de digitale platforme, så vi fortsat er i stand til at samle regionen om vigtige regionale dagsordener. Alle nyheder udkommer derfor også digitalt på de platforme, hvor det giver mening.

Vi arbejdede i 2023 videre med vores tilstedeværelse på de sociale medier, således at vi også dér kan formidle vigtigt regionalt stof. Vores SoMe-redaktion producerer originalt journalistisk indhold til vores følgere på Facebook, Instagram og YouTube. Moderatorer hjælper hver dag holdet med at moderere kommentarsporene udenfor normal arbejdstid, så TV 2 Kosmopol – i en ordentlig tone – kan være mest muligt til stede i de digitale samtaler og debatter, vores følgere har på de sociale medier.

På både YouTube og Instagram har vi især fokus på at lave egne journalistiske historier og nyheder til den yngre målgruppe, som vi ikke når via tv. Vi udkommer dagligt på Instagram og for det meste, udkommer der en ny video på YouTube hver uge.

Kultur

Vi fastholdt vores kulturdekning i 2023. Vores dedikerede kulturreporter udkom ugentligt med undersøgende og nuanceret kulturjournalistik, og vi fortsatte med at lægge indhold på vores *Oplev*-site og dermed også i *Oplev*-appen. Her ligger indhold indenfor seks oplevelseskategorier: Kultur, musik, historie, natur, gastronomi og action. Her kan brugeren i listeform eller på et kort blive inspireret til aktiviteter lige præcis dér, hvor vedkommende er.

Oplev-sitet som app ligger indtil videre på små 75.000 downloads i vores sendeområde, hvilket er en stigning på 20.000 downloads i 2023.

Hovedleverandøren til *Oplev*-sitet og -appen er vores ugentlige program *Oplev*. Det sendes hver torsdag. *Oplev* tager seeren og brugeren med til oplevelser, man kan få i vores region. *Oplev* indeholder klassisk kultur, museer, teater, musik, naturoplevelser og gastronomi. Altsammen med fællesnævneren, at det er oplevelser, man som borger i vores område kan deltage i. Ideerne til, hvad der skal omtales, kommer både fra seere og brugere samt fra almindelig research.

Ud over vores egne produktioner havde vi i 2023 et godt samarbejde med Dreyers Fond og produktionsselskabet Svada Film om serien *De unge arkitekter* i forbindelse med, at København i 2023 var udråbt til arkitekturhovedstad.

3.2. Dækning af det regionale område

Forpligtelsen:

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

Vejledning:

Dækningen opgøres i antal indslag fordelt på de enkelte kommuner.



REDEGØRELSE:

Nedenstående tabel viser TV 2 Kosmopols dækning sammenholdt med befolkningsgrundlaget i 2023 i de 34 kommuner, der udgør vores dækningsområde.

Vi arbejder kontinuerligt på at fordele vores nyhedsproduktion ligeligt ud over hele sendeområdet, dog vil København altid være overrepræsenteret, da mange af indbyggerne i kommunerne rundt om København også orienterer sig en del mod hovedstaden. Dette blev tydeligt, da vi i løbet af 2023 spurgte folk, hvor de bor, når vi alligevel talte med dem på gaden i København: Hele regionen er på daglig basis stærkt repræsenteret i hovedstaden.

Kommune	Befolkning (personer)	Befolknings- andel (pct.)	Andel artikler og indslag (pct.)	Forskel (pct.)	Antal indslag	Antal artikler	Antal artikler og indslag
Albertslund	27.662	1,3	0,8	-0,5	26	41	67
Allerød	25.955	1,2	0,3	-0,9	6	20	26
Ballerup	50.812	2,4	0,6	-1,7	10	45	55
Brøndby	38.652	1,8	2,0	0,2	27	147	174
Dragør	14.545	0,7	0,7	0,0	21	39	60
Egedal	45.519	2,1	0,4	-1,7	18	21	39
Fredensborg	41.805	1,9	0,3	-1,6	4	22	26
Frederiksberg	105.293	4,9	3,0	-1,9	81	181	262
Frederikssund	46.322	2,2	1,0	-1,1	25	64	89
Furesø	42.447	2,0	0,9	-1,0	20	63	83
Gentofte	74.992	3,5	1,3	-2,2	23	92	115
Gladsaxe	70.573	3,3	0,7	-2,6	14	44	58
Glostrup	23.709	1,1	1,0	-0,1	29	58	87
Greve	51.769	2,4	0,8	-1,6	24	50	74
Gribskov	42.014	2,0	1,3	-0,6	35	80	115
Halsnæs	31.530	1,5	0,7	-0,8	20	40	60
Helsingør	63.796	3,0	2,3	-0,7	44	155	199
Herlev	29.533	1,4	1,2	-0,2	37	66	103
Hillerød	54.243	2,5	1,3	-1,2	37	81	118
Hvidovre	53.773	2,5	1,9	-0,6	42	121	163
Høje-Taastrup	57.079	2,7	1,3	-1,4	33	79	112
Hørsholm	24.774	1,2	0,7	-0,5	16	43	59
Ishøj	23.650	1,1	0,6	-0,5	19	31	50
København	660.842	30,7	39,8	9,1	958	2541	3499
Køge	62.631	2,9	2,4	-0,5	44	170	214
Lejre	29.213	1,4	0,5	-0,8	12	34	46



Lyngby-Taarbæk	58.752	2,7	1,6	-1,1	37	103	140
Roskilde	90.695	4,2	3,6	-0,7	74	238	312
Rudersdal	57.219	2,7	0,8	-1,8	23	49	72
Rødovre	43.925	2,0	1,0	-1,0	18	69	87
Solrød	24.500	1,1	0,3	-0,8	7	20	27
Stevns	23.622	1,1	1,0	-0,1	17	74	91
Tårnby	43.678	2,0	1,4	-0,6	25	98	123
Vallensbæk	17.750	0,8	0,3	-0,5	11	18	29
Metropolen (Storkøbenhavn)		0,0	18,4	18,4		1613	1613
Skåne		0,0	0,3	0,3	24	5	29
Region Hovedstaden		0,0	3,0	3,0	56	204	260
Region Sjælland		0,0	0,6	0,6	10	39	49
TOTAL	2.153.274	100,0	100	0	1927	6858	8785

Tabelforklaring: Vores kommuner opdelt efter indbyggertal, %andel af samlede indbyggertal, %andel af vores samlede indhold samt forholdet mellem de to. Herefter det faktiske antal producerede artikler og indslag.

Note: Samme artikel kan tælle med under flere kommuner, hvis historien vedrører flere kommuner. Artiklerne om hele sendeområdet og de 2 regioner er ikke med i %beregningen af andel pr. kommune.

De 1923-artikler der ligger under metropolen, Region Hovedstaden og Region Sjælland er for det meste nyheder, der dækker flere kommuner eller hele vores område.

Udover indslag og artikler har vi en liveblog på tv2kosmopol.dk, som dagligt opdateres med korte tekster om trafiksituationen, vejret og andre korte *NU-heder* fra vores sendeområde. Den hedder *Seneste Nyt*. I 2023 oprettede vi ved særlige lejligheder specialblogs for at følge en bestemt begivenhed. Her udkom der 1021 nyheder, som ikke er med i ovenstående skema. De ses her nedenfor.

Liveblogs	Antal indlæg
Lise Nørgaards bisættelse	21
Stormen Otto rammer Sjælland	36
Retssag om drabet på Louise Borglit	39
2. dag i retssagen om drabet på Louise Borglit	46
Lastbiler blokerer morgentrafikken	25
5. dag i retssagen om drabet på Louise Borglit	64
Retssagen om skyderiet i Field's - dag 1	57
Retssagen om skyderiet i Field's - dag 2	61
Retssagen om skyderiet i Field's - dag 3	68
Live: Uvejr rammer hovedstadsområdet	16
Retssagen om skyderiet i Field's - dag 4	34
Retssagen om skyderiet i Field's - dag 5	37
LIVE - Følg med, når Jonas Vingegaard hylides i København	50



Voldsomt uvejr over Sjælland	34
Følg uvejret tirsdag	13
Nu bliver længeventet bandepakke præsenteret	17
Retssagen om drabet på Louise Borglit dag 12	20
Retssagen om drabet på Louise Borglit - dag 14	40
Følg med: I dag bliver prins Christian fejret	51
Uvejr ramte hovedstaden	74
Nu hæves fartøjer fra havets bund i Rødvig Havn	14
Vildt vejr i hovedstadsområdet	21
Politiet rydder Pusherstreet	16
Finansloven 2024	21
Flere anholdt i koordineret politiaktion	43
Følg vejret live	103
Total	1021

3.3. Udvikling af indhold og distributionsformer

Forpligtelsen:

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

REDEGØRELSE:

Der bor 2.153.274 mennesker (2023, K4) (kilde: Danmarks Statistik) fordelt på 34 kommuner i vores region. I København er gennemsnitsalderen lavere end for resten af regionen, i nogle af kommunerne i udkanten af regionen er den højere. Målt på gennemsnittet er TV 2 Kosmopol sendeområde det andet yngste i Danmark, og derfor har vi et skarpt fokus på at kunne tilbyde nyheder til alle i vores sendeområde – også de unge voksne. Vores TV-udsendelser og vores kanal er for alle – dog med primært fokus på 50+-årige. På vores YouTube-kanal er langt størstedelen af brugerne (74%) unge mænd mellem 18 og 34 år, mens TV 2 Kosmopol på Instagram er mest populær blandt kvinder (65,7%) i alderen 25 til 34 år. På tv2kosmopol.dk og Facebook befinder de fleste aldersgrupper sig, men det er primært de 25 til 50-årige, vi sigter efter dér.

tv2kosmopol.dk

På tv2kosmopol.dk laver vi regionale nyheder og digitale fortællinger. Vi er bemandedt fra kl. 6.00 til kl. 23.00 de fleste af ugens dage. Vi laver nyheder, der sætter dagsordener, skaber debat og rører hjertet, og så holder vi fingeren på pulsen med vores *Seneste nyt*-blog.

Vi skiftede navn i 2023 og fik dermed også ny adresse på hjemmesiden. Det, vidste vi, ville give os et hårdt tilbageslag, men vi vurderede, at den langsigtede værdi ved at skifte navn ville være større end det, vi tabte på den korte bane.



Vi har tabt brugere, og overgangen fra tv2lorry.dk til tv2kosmopol.dk har været præcis så hård, som vi forventede. Heldigvis går det fremad måned for måned både på vores eget site og på antallet af artikelvisninger på tv2.dk, som vi har en udvekslingsaftale med.

Vi arbejder fokuseret med at opbygge tv2kosmopol.dk, så den understøtter den nye og mere bredt appellerende fortælling om det produkt, vi tilbyder. Vi har udviklet vores *Seneste nyt*-blog, som indeholder de konstaterende *NU-heder*, der giver puls til vores site. *Seneste nyt*-posts er ikke altid egenproducerede historier men også opdateringer til borgerne om vigtige her og nu-begivenheder. Vi har fortsat vores fokus på kvalitet over kvantitet og vil fortsat bruge mere tid på de gennemarbejdede egen-historier med perspektiv, udsyn og om de mennesker, der bor i vores område – og mindre tid på det konstaterende.

Derudover satsede vi digitalt på flere udgivelser i samarbejde på tværs af huset. I tæt samarbejde med serieredaktionen udgav vi i 2023 en række artikler med tilhørende videoer om forladte kendte steder i København, *Her står tiden stille*. Flere af artiklerne blev nogle af efterårets mest læste historier. Og samtidig fik artiklerne løftet den oprindelige series performance på TV 2 Kosmopol Play. Afsnittet om renoveringen af Nationalbanken gav dels et par nyhedshistorier og dels en artikel om, at der findes en skydebane i Nationalbanken. Sidstnævnte blev meget læst og genererede også over 3000 afspilninger på TV 2 Kosmopol Play i ugen efter, artiklen blev publiceret.

Et andet eksempel er serien *Fra pendler til eventyrer*, der handler om som pendler at prøve at gå på arbejde i stedet for at tage bilen. Artiklerne om de forskellige serieafsnit fungerede både som programtaler og kunne også læses selvstændigt. Flere af artiklerne blev ugens mest læste, og igen løftede det visningstallene på TV 2 Kosmopol Play.

Derudover indførte vi et højtkantsvideoformat med autoplay på forsiden af tv2kosmopol.dk. Her giver vi vores videoer fra husets andre afdelinger liv og synlighed for vores nyhedsbrugere på sitet. Det gælder både videoportrætter fra vores SoMe-afdeling, videoer fra *Oplev* og fra vores kulturredaktion. Vi er meget opmærksomme på, hvilke typer af video, der egner sig, da klassiske tv-nyhedsindslag typisk ikke egner sig til denne placering.

I det hele taget har vi i løbet af 2023 skruet op for levende billeder på vores hjemmeside, både for at gøre vores site mere levende og dynamisk og for, at vi på hjemmesiden viser og udnytter vores tv-kompetencer i huset bedre.

TV 2 PLAY

Vores tilstedeværelse på TV 2 Play udviklede sig i løbet af 2023 til at være en vigtig platform for vores længere formater. Vi kan se, at brugerne på TV 2 Play typisk efterspørger indhold med en relativ lang varighed, og vi har derfor kigget mest efter serier og programmer i vores portefølje med en varighed på mindst 10 minutter og gerne længere.

I løbet af 2023 lancerede vi 19 serier på TV 2 Play, og flere af dem nåede hver især mere end 50.000 fulde (97% afspilning af total varighed) afspilninger hos seerne. Vi gjorde os i løbet af året mere bevidste om hvilken type indhold, der typisk har en god performance på TV 2 Play, og i vores strategi for TV 2 Play udviklede vi særskilte vigtige side-elementer som f.eks. fængende og relevante thumbnails og programtitler, der præcist fortæller seerne, hvilket indhold, de bliver præsenteret for.



På TV 2 Play udkom vi i 2023 med 19 forskellige serier, som bestod af i alt 72 programmer. Vi opnåede 668.000 fulde visninger af programmerne, svarende til i alt 156.372 timers afspilninger.

Desuden tilbydes vores nyhedsudsendelse kl. 19.30 hver dag på TV 2 Play, og de ligger tilgængelige 14 dage tilbage i arkivet.

Alt indhold fra TV 2 Kosmopol ligger foran TV 2 Plays betalingsmur.

Sociale medier

TV 2 Kosmopol er til stede på de sociale medier, hvor nyhedsbrugerne er flest – Facebook, YouTube, X Instagram, LinkedIn og TikTok. Hver platform har sin egen berettigelse, og indholdet bliver tilpasset derefter.

I 2023 udvalgte og versionerede vores SoMe-redaktion indhold fra nyhedsudsendelserne og tv2kosmopol.dk, så historierne blev fortalt på de forskellige platformes præmisser. Redaktionen lavede også indhold specifikt til de sociale medier. Det indhold blev også delt på tv2kosmopol.dk eller sendt i nyhedsudsendelserne på TV 2. En fordel ved at lave indhold specifikt til platformene er, at vi – udover kontinuerligt at skubbe til grænserne for, hvordan journalistik kan formidles – tilgodeser målgrupper, som huset traditionelt set har haft sværere ved at få kontakt til.

På YouTube har vi på kanalen, *TV2 Kosmopol*, delt originale journalistiske historier målrettet unge mænd mellem 18 og 26 år. Vi har i ugentlige videoudgivelser givet baggrundsviden og svar til diskussioner og samtaleemner, der var særligt relevante eller aktuelle i hovedstaden, for eksempel:

“ Hvordan kan man straffe kriminelle, hvis de er erklæret sindssyge? ”, “ Hvordan stopper man bandernes rekruttering af unge? ” “ Hvor meget værre bliver stormfloderne i hovedstaden? ” “ Hvorfor er Distortion i dag blevet indhegnet? ” og “ Hvorfor er vores kongekroner røget på museum? ” Det var også på vores YouTube-kanal, at TV 2 Kosmopol var med til at afdække, hvor udbredt brugen af ulovlige Dolol-piller er blandt visse unge i hovedstaden.

I 2023 voksede kanalen pænt fra cirka 18.500 abonnenter til 28.000. Næsten 90 % var mænd og 74 % af seerne var i aldersgruppen 13 til 34 år. Unge mænd har traditionelt set været underrepræsenterede brugere af husets øvrige kanaler, så vi holder fast i den målgruppe.

TV 2 Kosmopol havde også en sekundær YouTube-kanal i 2023, hvor en del af indholdet fra husets serieredaktion blev delt uredigeret. På den måde fik indholdet en chance blandt dem, der ikke normalt ser tv eller besøger tv2kosmopol.dk. Den nye kanal klarede sig rigtigt tilfredsstillende. Her delte vi 14 videoer i 2023, alligevel fik kanalen 25% nye abonnenter, og indholdet 800.000 afspilninger.

På Instagram laver TV 2 Kosmopol dagligt opslag, hvor vi forklarer aktuelle nyheder. Instagramsiden afspejler det samlede hus og fokuserer på konstruktive, håbefulde, omsorgsfulde eller inspirerende historier med tydelig relevans på tværs af kommunegrænserne. Siden har en overrepræsentation af kvinder i alderen 25 til 34 år. I 2023 var 57 % af følgerne under 44 år. Vi når altså her et yngre segment, end vi eksempelvis gør på



nyhedsfladen på TV 2 - og et andet køn end på YouTube. I 2023 steg antallet af følgere fra cirka 17.500 til cirka 20.000.

Facebook genererer en stor del af læserne på tv2kosmopol.dk, hvorfor størstedelen af alle husets historier blev delt her. Men udover artiklerne blev der i 2023 også delt 249 videoer på Facebooksiden *TV2Kosmopol*. Heraf var 50 af videoerne lavet af reportere på SoMe-redaktionen. Videovisningerne er med til at øge rækkevidden af alle de artikler, der linker til TV2Kosmopol.dk. Samlet set udgjorde videoopslag i 2023 lidt over 7 % af stationens delinger på Facebook, mens de stod for 36 % af alle interaktionerne. SoMe-videoerne indgår også i nyhedsudsendelsen på TV 2 og i artikler på tv2kosmopol.dk.

På Facebook så vi i 2023 en flot fremgang i antallet af sidefølgere, der landede på cirka 157.000 ved årets udgang. I 2023 var 57 % af følgerne på Facebooksiden over 45 år, hvilket betyder, at brugerne hverken er blevet ældre eller yngre i forhold til året før.

Vi følger opmærksomt med i hvordan facebook verden over agere i forhold til nyhedsmedier, og er bevidste om at der kan komme et luk af nyhedsmedier på facebook. Derfor bruger vi også en del energi på at opbygge basen til vores apps og nyhedsbrev.

På Twitter delte vi i 2023 udelukkende artikler med originalt indhold fra tv2kosmopol.dk. Twitter supplerer primært vores Ritzau-telegrammer. Læs mere om Ritzau-telegrammer under gennemgang af budgetmålet *Originaljournalistik*.

TV 2 Kosmopol har en LinkedIn profil, som vi primært bruger til at kommunikere om os selv på, vi forventer i 2024 at bruge den mere som platform for også at dele vores programindhold.

TV 2 Kosmopol har som mange andre medier en profil på TikTok. I 2023 blev der på TikTok udelukkende delt videoer, som var produceret af SoMe-redaktionen til Facebook og Instagram. De videoer, vi valgte at dele, var dem, vi vurderede, havde størst værdi for helt unge nyhedsbrugere. Strategien for TikTok vil blive genbesøgt i 2024.

3.4. Strategi samt mål og målbare succesparametre

Forpligtelsen:

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

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

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

I forbindelse med REGIONENS udarbejdelse af redegørelsen for, hvordan public service-forpligtelserne mv. er blevet opfyldt i det forudgående kalenderår, jf. afsnit 8,



skal REGIONEN redegøre for opfyldelsen af den opstillede strategi i form af de opstillede mål og målbare succesparametre herunder for:

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

REDEGØRELSE:

Budgetmål 2023

11. januar 2023 udrullede vi en ny strategi, mission og vision, der som sit entydige mål havde at fremtidssikre den regionale journalistik i Danmarks eneste metropol. Et område der er helt særligt i Danmark. Strategien er kort og bakkes op af vores også reviderede budgetmål.

- **MISSION:** TV 2 Kosmopol vil med kritisk, konstruktivt indhold og globalt udsyn understøtte og bidrage til sammenhængskraften i metropolen.
- **VISION:** Vi giver metropolen en stemme.
- **STRATEGI:** TV 2 Kosmopol vil give metropolen en stemme og kvalificere kendskabet til vores medie inden 2025. Vi vil lave overraskende, nærværende og stærkt indhold, der er relevant for borgerne og i tiden. Vi skal sætte kvalitet over kvantitet og øge det kvalificerede kendskab for alle, der ønsker fællesskabet i metropolen. Vores potentiale forløses ved at styrke samarbejdet i organisationen og vores nysgerrighed for borgernes liv.

Vi foretager hvert kvartal en spørgeskemaundersøgelse, hvor vi spørger 1000 borgere i vores sendeområde, om de oplever, vi opfylder målene i vores strategi og budgetmål. Det er blandt andet denne undersøgelse, der ligger til grund for og er dokumentation i gennemgangen af vores budgetmål.

TV 2 Kosmopol vil give metropolen en stemme. Vi dækker hele vores område som et samlet område, der centrerer sig omkring hovedstaden. Vi har mange dagsordener på tværs af kommunegrænserne, og det er dem, vi vil fokusere på.

Vi vil fastholde at lave vores egen originale journalistik og kun citere fra andre medier, når vi selv kan bidrage med nyt. Vi vil citeres 5000 gange om året af andre medier.

Vi laver hver dag egen original journalistik på alle platforme. Vi citerer andre i vores nyhedsoverblik, *Seneste nyt*, på hjemmesiden. Vi blev i 2023 citeret 5101 gange, så målet er opfyldt og fastholdes i 2024.

TV 2 Kosmopol vil dække emner, som kan mærkes, og som er særligt relevante for borgere i og omkring Danmarks eneste metropol. Vi vil have mennesker i 50% af alle vores historier på tv og SoMe. Vi havde i 2023 fokus på, at der er flere artikler med mennesker på tv2kosmopol.dk. Målet for 2023 var mindst 30%.

På tv viser en opgørelse fra uge 48 og 49, at vi havde mennesker (cases) i 67% af historierne fraregnet *Kort nyt*, som oftest er en registrering.



Video produceret til Facebook har mennesker i centrum i samtlige videoer. På Instagram er det 30-40 %. Der er også grafiske opslag og opslag, hvor vi vælger at forklare fænomener og tendenser i stedet for det enkelte menneskes oplevelser. På YouTube er mennesker, cases, eller hovedpersoner bærende i ca. 50% af vores videoer. En stikprøve på tv2kosmopol.dk fra ugerne 48 og 49 viste, at der var mennesker, der kom til orde i en væsentlig del af artiklen i 68 ud af de 108 (ca. 65 %) artikler, vi udgav (*Seneste nyt/Kort nyter* ikke talt med).

Målet er overopfyldt på alle platforme med undtagelse af Instagram, hvor vi vil have et særligt fokus i 2024.

TV 2 Kosmopol vil kvalificere kendskabet til vores medie inden 2025 for alle, der ønsker fællesskabet i metropolen. Vi vil gennem kvartalsanalyser sikre, at det kvalificerede kendskab til TV 2 Kosmopol og vores produkter stiger.

Siden navneskiftet fra TV 2 Lorry har et analysebureau fulgt udviklingen i det kvalificerede kendskab til TV 2 Kosmopol, altså hvor mange personer kan koble vores navn og indhold. Analysen viser, at det, hurtigere end vi havde forventet, bevægede sig opad i starten, men at vi nu skal kæmpe mere for den fortsatte vækst i det kvalificerede kendskab. Dog kendte 72% af de adspurgte i seneste analyse TV 2 Kosmopol.

Potentialet er der, for når vi gennem 2023 har spurgt indbyggerne i hele vores område om det, der sker i hovedstaden, er relevant for dem, svarer 85,5% af 4581 adspurgte, ja.

Vi har godt fat i alle aldersgrupper i regionen. 59% af de 18 til 30-årige og 68% af de 31 til 45-årige kender os. Dette kan vi se af egne brugerdata og via vores undersøgelser. Vi får den viden

TV 2 Kosmopol vil dække det, der forener os, der lever i og omkring Danmarks eneste metropol, og vil gennem løbende spørgeskemaundersøgelser følge, om brugerne oplever, vi giver metropolen en stemme.

Vores undersøgelse, som spørger direkte ind til, om de oplever, vi giver metropolen en stemme, viser her fremgang. Brugere oplever, at TV 2 Kosmopol i højere grad end TV 2 Lorry giver metropolen en stemme, og at vi gør dem klogere med baggrund og nuancer.

TV 2 Kosmopol vil med et moderne udtryk levere journalistik på de platforme, der er relevante for de forskellige målgrupper i metropolen.

Her oplever brugerne, at vi er blevet markant bedre til at fortælle historier på nye, anderledes og overraskende måder, end TV 2 Lorry var. Det understøttes af de mange kommentarer, vi får til vores videoindhold på YouTube :





@Faderen for 1 dag siden

Kæft det er godt sat sammen.

👍 65 💬 Svar

▼ • 3 svar



@oliverlyderschristensen118 for 1 dag siden

god video som altid

👍 19 💬 Svar

Vi vil udkomme dagligt på tv, web, Facebook og Instagram. Vi vil udkomme ugentligt (45 uger) på YouTube og Tik Tok.

Målet er opfyldt.

Vi vil udvikle et nyt nyhedsbrev. Vi vil have en åbningsrate på 30-50%.

Vores nyhedsbrev havde gennem 2023 en åbningsrate på 63%, og basen af abonnenter er steget med ca. 15%.

tv2kosmopol.dk

Nye brugere versus loyale brugere: Fokus i 2023 var (og er fortsat i 2024) at øge antallet af nye besøgende på sitet. I måneder, hvor det er lykkedes at trække nye besøgende til sitet, ligger andelen af loyale brugere derfor lavere. Det vil sige, gode trafikmåneder giver lavere loyal-%. Sådan vil det også være i det kommende år. Målet er, at flere skal lære sitet at kende, og at de nye brugere så på sigt bliver loyale brugere. Derfor har vi ændret på strategien, der for et år siden lød: *På web skal vi øge andelen af loyale brugere med 10% årligt i forhold til 2022 til i stedet for at være:*

Vi ønsker at få flere nye besøgende, som i fremtiden bliver til loyale brugere.

For et år siden var vores mål for 2023, at vi skulle øge andelen af SEO-trafik. SEO er fortsat vigtig, men vi har i løbet af 2023 ændret strategi, så den i stedet går i retning af at øge antallet af brugere, der besøger os direkte. Vores brugere skal have en rutine med at besøge os direkte på vores site, og derfor ønsker vi ikke at kæmpe for at øge andelen af besøg af folk, der finder os ved at søge på Google.

Vi lægger fuldt fokus på at styrke den direkte adgang til os både via vores site og via vores nyhedsapp.

På tv2kosmopol.dk har vi øget antallet af sidevisninger i løbet af 2023. F.eks. i maj med 2,7 mio. sidevisninger og i december med 4,5 mio. sidevisninger.



Sidevisninger:



På tv2kosmopol.dk steg antallet af læste artikler pr. besøg ligeledes i løbet af året. I maj 2023 læste en gennemsnitsbesøgende 1,27 artikler. I december 2023 læste en gennemsnitsbesøgende 2,06 artikler.

Views per visit:



Antallet af unikke brugere steg langsomt i løbet af 2023 med peak på 2 mio. i oktober 2023.



Unikke brugere:



På tv vil vi fastholde en share på 32 på 19.30-eren hen over året.

Det er lykkedes at fastholde vores share på 32 hen over hele 2023.

På Facebook og Instagram skal vi ansvarligt dele historier med bred relevans for metropolens borgere og fastholde vores rækkevidde.

I 2023 oplevede både TV 2 Kosmopol og flere andre medier et fald på Facebook. En del kan tilskrives vores navneskift, der bevirkede, at kendskab og algoritmer skulle genopbygges. Men en del må også tilskrives ændringer hos Facebook.

I 2023 havde vi i alt cirka 2 mio. interaktioner på Facebook-indhold, hvilket er et fald på 12,7 %. Vi opnåede cirka otte millioner klik på links, hvilket er et fald på 64% i forhold til året før. Dette siger en del om, at Facebook nedprioriterer linkopslag.

Vi forventer ikke at komme tilbage til fordums storhed, men vil dog i 2024 øge fokus på, hvad vi deler, og hvordan vi gør det. Vi opretter en ny stilling som publiceringsredaktør, som skal sikre, at alt vores indhold får det stærkeste mulige liv på tværs af platforme.

På YouTube vil vi årligt udkomme med 45 videoer, som har en særlig relevans for unge mænd, og fastholde den positive udvikling i sete minutter.

På YouTube udkom vi i 2023 med flere end 50 videoer. Vi fik 10.000 nye følgere og opnåede 4,4 mio. videovisninger. Antallet af sete minutter steg med 42% til i alt 320.300 timer.

Vi vil lave overraskende, nærværende og stærkt indhold, der er relevant for borgerne og i



tiden. Vi vil lave journalistik, der har udsyn. Vi vil kigge ud, sammenligne og lære af løsninger fra andre metropoler i verden. Fordi livet i Danmarks eneste metropol måske mere ligner det, der leves i Berlin og Stockholm end i Varde og Hirtshals. Mindst fem gange om ugen vil vi publicere historier med udsyn.

Som borger i et hovedstadsområde er der to poler i forståelsen af verden omkring os: 1) Det helt nære univers: Gaden vi bor i, kvarteret vi handler i, byen eller kommunen vi arbejder og oplever i. 2) Den fjernere verden, andre lande eller hovedstæder vi spejler os i, andre kulturer vi udfordres eller inspireres af, andre måder man kan leve sit liv på. Som menneske i en metropol med dens mange tråde ud i verden, diversiteten i befolkningssammensætningen og internationale kultur- og arbejdsliv er netop den fjernere verden altid nærværende. Vi ser os selv som borgere i både en lokal og en global verden.

For TV 2 Kosmopol er det derfor indlysende netop at dyrke og udvikle vores journalistik og vores fortællinger, så de både har rod i det nære og samtidig udsyn til det fjerne på én og samme tid. Vi har i det forgangne år arbejdet med at udvikle formater og historier, der tager højde for den måde, vi ser verden på i en metropol.

Ambitionen er så ofte som muligt at perspektivere historier og begivenheder, der har afsæt i vores nære verden, og sammenholde vores liv, vores udfordringer med livet og forholdene i f.eks. andre hovedstæder. På den måde kaster vi nyt lys over gamle problemstillinger, vi perspektiverer lokale forhold og skaber inspiration til forståelse af hinanden og skaber ny grund for mulige løsninger.

Vores målsætning har været hver uge at have udsyn i fem historier uafhængigt af platforme.

Her fem eksempler på historier med udsyn:

- Mens københavnere diskuterede, hvad vi skal stille op med Pusherstreet og den illegale hashhandel på Christiania, tog vi på besøg i Amsterdam i Holland for at se på de **hollandske erfaringer**. Her kan man købe og ryge cannabis under kontrollerede forhold. Artikler og tv-indslag gav både perspektiv, nuancer og inspiration til den danske debat.
- Bunker af cykler fylder gaderummet flere steder i hovedstadsområdet. I den hollandske by Utrecht har man bygget verdens største parkeringshus til cykler. Vi besøgte P-huset og artikler og tv-indslag gav bud på, **hvordan man kan løse cykelproblemet i København**.
- Turisterne strømmer til hovedstaden. Det er både godt og skidt – vi tjener penge, men byen bliver slidt. I en stribe artikler og tv-indslag satte vi gang i debatten om, hvorvidt København skulle indføre en særlig turistafgift, som man har gjort det i bl.a. Paris, Rom, Barcelona og Berlin. **Hvad betaler man i afgift i andre byer** – og hvad er konsekvenserne?
- Antallet af udlændinge på arbejdsmarkedet i hovedstadsområdet er fordoblet de seneste ti år. De mange **nye borgere kommer fra alle verdenshjørner** og har stor betydning for vores kultur, velfærd og erhvervsliv. I serien *Hola! Ciao! Ni Hao! på*



kontoret kunne vores seere og læsere møde fem nye københavnere: Iryna (Ukraine), Esperanza (Spanien), Jimmy (Canada), Annie (USA) og Chen (Kina).

- CO2-fangst er afgørende for, at vi i København når klimamålene. Men det koster penge at bygge anlæg, der kan indfange CO2. I Oslo har man fundet pengene og er i fuld gang med at anlægge **verdens første fuldskala CO2-fangst-anlæg**. Vi tog til Oslo for at se, hvad det er den norske hovedstad har gjort, som vi kan lære noget af i København.

Vi har mindst 5 gange om ugen haft udsyn i historier på tværs af vores platforme.

TV 2 Kosmopol vil inspirere og understøtte det rige kulturliv, der kendetegner metropolen. Vi udkommer 40 gange årligt med Oplev og vil også udkomme 40 gange med historier, der har et bredere fokus på kultur.

Vi producerede i 2023 43 afsnit af kulturmagasinet *Oplev*. Derudover producerede vi 35 indslag og 35 digitale historier med et bredere fokus på kultur, dertil har vi lavet adskillige klassiske kulturhistorier. Målet er opfyldt.

Vi skal sætte kvalitet over kvantitet. Vi har haft fokus på at øge den gennemsnitlige læsetid på tv2kosmopol.dk.

Målet har været, at vores besøgende skal have en oplevelse af kvalitet, når de har klikket på en af vores artikler, og at flest mulige artikler bliver læst til ende. Vi har derfor haft fokus på at skrive lidt kortere artikler, så flest mulige får følelsen af at have læst noget færdigt. Gennemsnitsbesøget på tv2kosmopol.dk er - bortset fra peak i foråret - steget siden maj, med peak i oktober, hvor et gennemsnitsbesøg var 1 minut og 20 sek.



Vi vil fokusere arbejdet med reportageserier, der tager afsæt i de mennesker og den mangfoldighed, vi har i metropolen. Vi vil udkomme med minimum 10 forskellige reportageserier hvert år.

I 2023 udkom TV 2 Kosmopol blandt andet med følgende serier:

- *Stemmer fra Fristaden:* Et indblik i christianitternes virkelighed i en tid, hvor både Pusher Street og selve Christiania står til at skulle forandre sig.
- *Udrykning med omsorg:* Et indblik i det arbejde, som Sociolancen laver hver dag for udsatte i hovedstadens gader.
- *Drømmen, der led skibbrud:* En serie om Henriette – en mor og mormor, som sammen med sin mand solgte alt for at sejle jorden rundt for at få sit livs oplevelse, men som måtte ændre alt for i stedet at kæmpe for sit liv under kræftbehandling.
- *Tråden ud af Tingbjerg:* En serie om et designværksted i Tingbjerg for kvinder med udenlandsk baggrund, som er lykkedes med at finde kvindernes ressourcer og få deres håndværksarbejde langt ud over Tingbjergs grænser.
- *Her står tiden stille:* Et kig ind i de tidslommer, som hovedstaden byder på. Et program, der giver et historisk tilbageblik.
- *Hola! Chao! Ni Hao!:* Et møde med nogle af de udenlandske mennesker, der har valgt at bosætte sig i København, hvor en stadig større del af arbejdskraften udgøres af ikke-danskere.
- *Thomas og de 100 trolde:* Et indblik i kunstneren Thomas Dambos arbejde med sin trolde nummer 100. De kæmpestore trækonstruktioner er blevet et yndet udflugtsmål på Vestegnen og står nu også flere steder i verden, men kan Thomas blive ved med at lokke folk ud i naturen?
- *Karla har fire forældre:* Et indblik i en ikke helt almindelig familie, som vi til gengæld ser flere og flere af særligt i hovedstaden. Karla og andre regnbuebørn kæmper for retten til at have mere end bare én far og én mor rent juridisk.
- *Det bedste liv for Silas:* En serie om den 16-årige Silas, der er født med særlige udfordringer og allerede har gennemgået 38 større operationer i sit korte liv.
- *Politi på cykelstien:* En serie, hvor vi følger politiets arbejde med at få styr på cykelkulturen i København.

TV2 Kosmopol skal styrke samarbejdet i organisationen. Vi vil gennem 2023 fastholde fokus i organisationen på at arbejde smart og have en sund og samarbejdende kultur.

Vi har gennem året arbejdet på mange forskellige fronter for at styrke samarbejdet i organisation og gennemført både MUS, APV og haft seminarer om samarbejde og forebyggelse af stress. I ledelsen har vi endvidere foretaget en større analyse af samarbejdet



i huset og implementerer 11. marts 2024 et helt nyt workflow i huset, som vi forventer vil styrke samarbejdet yderligere.

Til at understøtte samarbejdet på tværs vil vi implementere en ny teknisk platform, der skal lade vores indhold flyde mere frit mellem platformene.

I 2. kvartal 2023 satte vi vores nye produktionssystem, nxtedition, i drift. Systemet erstattede forskellige fragmenterede løsninger og er nu vores fælles centrale system for planlægning, samarbejde om journalistik og produktion, uanset hvilken platform slutproduktet ender på. Det giver alle ansatte mulighed for at dele information med hinanden.

TV 2 Kosmopol skal i perioden udnytte ny teknologi til at forbedre adgangen til vores indhold for hørehæmmede, blinde og døve. Vi skal endvidere sikre, at vores arkiv er fuldt digitaliseret, og at vi bruger teknologien til at arbejde optimalt.

Vi bruger fortsat tale-til-tekst af vores 19.30-udsendelse, hvor en medarbejder live undertekster 19.30-udsendelsen på både TV 2 og vores egen kanal. Denne tekstning kan tilgås via tekst-tv.

Der er fortsat mulighed for at få oplæst alle artikler på tv2kosmopol.dk.

Vi har tilvalgt undertekster på alle vores YouTube-videoer og hovedparten af vores videoer på sociale medier.

Vi har indført automatisk transskribering af al vores video i vores interne systemer, men kvaliteten er endnu ikke god nok til, at det kan udgives, uden at det skal tekstes manuelt. Vores workflows til at understøtte metadata-baseret undertekstning er så langt, at vi relativt nemt kan implementere det, når kvaliteten på transskriberingerne er god nok til at kunne bruges til undertekstning. Hvilket vil betyde, at vi bliver i stand til at undertekste al video på vores site. Vi tester i 2024 og går i drift, når kvaliteten er tilfredsstillende.

Til digitalisering af arkivet valgte vi i 2023 at tage imod et tilbud fra Frederiksberg Kommunes afdeling for 'job for særlige vilkår', der hjælper folk med specielle behov med at komme retur til arbejdsmarkedet. Desværre har stabiliteten været svingende, hvilket har resulteret i, at vi ikke er kommet så langt som forventet. Vi fortsætter arbejdet med digitalisering af arkivet i de kommende år.

TV 2 Kosmopol er nysgerrig på borgernes liv. Vi vil fastholde og udvikle Spørg os, samt Tip os, så borgerne har en åben forbindelse ind til os. Vi vil besvare mindst 40 Spørg os-spørgsmål i 2023.

Vi fik via vores koncept *Spørg os* 1805 spørgsmål i løbet af 2023. Der var 1713 nye spørgere og 684 tilbagevendende spørgere. Befolkningen stemte 61.008 gange på ugens tre udvalgte spørgsmål.

Svar på borgernes undren udgjorde 2,4% af vores samlede antal artikler og udgjorde løbende mellem 8 til 10% af de 50 længst læste artikler. Lang læsetid er et kraftigt signal om relevans for målgruppen.

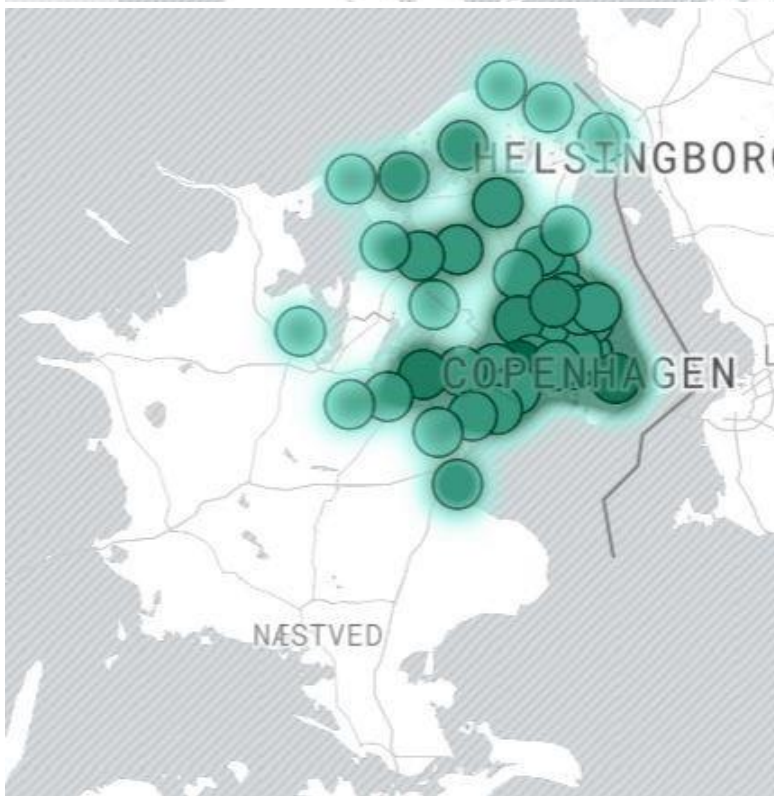
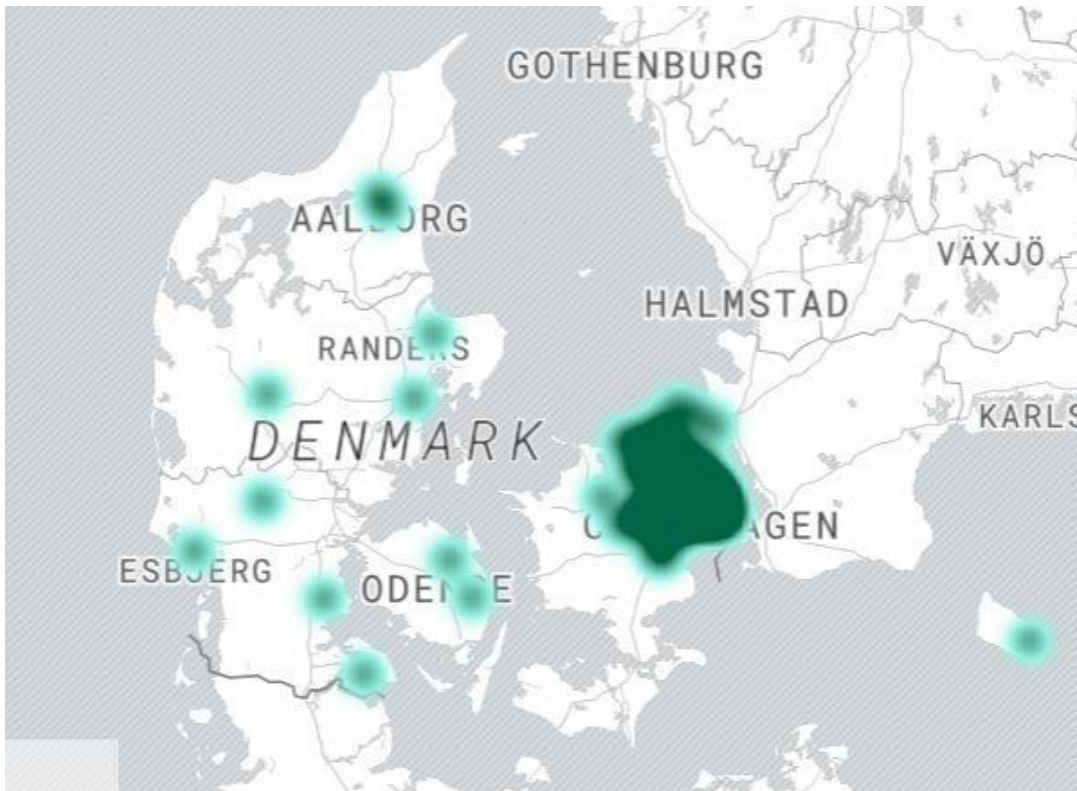


Desuden kan det bemærkes, at *Spørg os* i høj grad modtager spørgsmål fra brugerne, som tilhører vores sendeområde, som det ses i de to heat maps herunder:



This file is sealed with a digital signature.
The seal is a guarantee for the authenticity
of the document.

Document ID:
5FB609BB8FD6485192969802FAEA1478



This file is sealed with a digital signature.
The seal is a guarantee for the authenticity
of the document.

Document ID:
5FB609BB8FD6485192969802FAEA1478

Flere spørgere i resten af landet har været forurettede, ligesom denne, over, at "Det hele handler om hovedstadsområdet. Er vi i Kolding ikke gode nok til jer?" Vi prøver at svare alle, at det er de, men de er desværre bare bosiddende uden for det, der er vores sendeområde. Det forstår de godt, når vi forklarer det.

Nedenstående graf viser udviklingen af antal spørgsmål gennem året: Det store fald i starten af året er det, som rammer os generelt ved skiftet til nyt domænenavn. Heldigvis er vi i løbet af året stille og roligt på vej tilbage.



Vi vil i 2023 lave en diversitetsanalyse af vores indhold, som fremadrettet skal sikre en mangfoldig dækning af hele metropolen.

Analysen blev gennemført i juni og viste, at vi på TV 2 Kosmopol har præcis de samme udfordringer med bred repræsentation som resten af medie-Danmark.

Resultaterne blev delt med medarbejderne med ønsket om øget opmærksomhed på bredere repræsentation.

Vi vil i 2024 fortsætte arbejdet for at opnå bredere repræsentation indenfor alder, køn og etnicitet.

3.5. Dansk kunst og kultur

Forpligtelsen:

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

REDEGØRELSE:

Kultur er et vigtigt fokusområde for TV 2 Kosmopol. I de daglige nyheder har vi primært fokus på trends og tendenser samt egentlige servicemeddelelser, der gør seerne i stand til at opdage og navigere rundt i de mange tilbud, der er i vores område.



På TV 2 Kosmopol-kanalen er kulturstoffet en bærende del af indholdet. Og vores koncept *Oplev* fylder ugentligt i både tv, på hjemmeside og i app.

Vores kulturredaktion fastholdt i 2023 fokus og udkom blandt andet med historierne:

- *Bøgerne flytter*: Bøgerne bliver færre og færre på bibliotekernes hylder.
- *The Wall*: Østre Gasværk opsætter som det første teater i verden Pink Floyd's album The Wall.
- *Fra Guds hus til kollegie og koncertsal*: Hvad skete der med de seks Københavnske kirker der blev solgt for ti år siden?
- *Popkonge laver sin første musical*: Rasmus Seebach komponerer musik til musicalen Askepot.
- *Operaen hylder Natascha*: Stor musikforestilling i Operaen om Danmarks ukronede reggae-dronning Natascha.
- *Brolopperne på Det Kongelige Teater*: Kunst og kultur skal gøre børns liv bedre.
- *Kunst i Danske Bank*: Danske Bank råder over en meget stor kunstsamling, men der er ikke plads til den, når banken flytter
- *Kunstnere presses ud af byen*: Huslejen er steget, og flere må flytte ud af deres atelier – hvor er der plads.
- *Apolonia Sokol*: Hun har som 35-årig voksende status i den europæiske kunstverden.
- *Stumfilmens historie*: For mere end 100 år siden var Asta Nielsen international stumfilmsstjerne.
- *Kierkegaard skal hyldes*: Søren Kierkegaard har ikke et mindesmærke i byen – skal han have det?
- *Arken og det unge publikum*: Museer er i stigende grad tvunget til at tænke ungt og grønt.
- *På jagt efter næste kunstfix*: Jens Peter Brask har haft god sans for upcoming-kunstnere.
- *Kampen om Palads*: I årevis har der været planer om nedrivning af Palads-bygningen. Bliver det er realitet denne gang?
- *Distortion fylder 25 år*: Tilbageblik og status på de første 25 år med musik i gaderne.
- *Her får kunsten nyt liv*: På værkstedet i Helsingør restaurerer konservatorerne billeder, der er 400 år gamle.



Zirkus Nemo: 25 år med Søren Østergaard og hans gøgl og komik.

Derudover havde vi i flere serier fokus på kunst og kultur i bredere forstand, se dem herunder og omtalt andre steder i redegørelsen.

- *Arkitekternes eget hus med Jørgen Varming*: Hvordan indrettede de store arkitekter deres egne huse?
- *De unge arkitekter*: I anledning af at København i 2023 var arkitekturhovedstad, mødte vi unge arkitekter og hørte deres tanker om fremtidens byggeri.
- Dertil bragte vi igen i år *KVINFOs fejring af Kvindernes Internationale Kampdagi* VEGA. Vi viste de bedste 90 minutter fra aftenens show med musik, taler, stand up og debat.

3.6. Indkøb af programmer og samarbejde med producenter

Forpligtelsen:

De programmer, der ikke er nyheds- og aktualitetsprogrammer, jf. pkt. 3.1, skal så vidt muligt for mindst en tredjedels vedkommende tilvejebringes ved køb hos øvrige producenter.

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

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

Vejledning:

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

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

REDEGØRELSE:

På TV 2 Kosmopol producerer vi primært nyheder og aktualitet. De programmer, der ikke er nyheder og aktualitet, er primært indkøbte programmer eller programmer, som er blevet til i samarbejde mellem os og forskellige interessenter som uddannelsesinstitutioner, skoler og informationstjenester. Men vi indkøber også forskellige programmer, som vi finder, har den rette regionale relevans.

Programmer, der enten blev indkøbt eller produceret af eksterne samarbejdspartnere:



- *Arkitekternes hus - Jørgen Varming*: Programmet om ingeniør Jørgen Varmings hus i Gentofte blev det sjette i vores serie om berømte danske arkitekter og deres egne huse. Produceret af Peekaboo Productions i samarbejde med Realdania By og Byg
- *Urban Grrls*: Dokumentarserie om projektet Urban Grrls, som udklækker kommende kvindelige sangere og musikere til den danske musikscene. Produceret af Peekaboo Productions
- *Efter fyraften*: Mænd har generelt sværere ved at gå på pension. I dokumentarserien følger vi tre mænd, som står foran den tredje fase af livet. Produceret af Cathrine La Cour/Cattenbaum
- *Zieglers sidste chance*: Taastrups borgmester bliver ramt af akut leukæmi og er afhængig af stamcelledonation. Vi følger ham gennem den svære tid frem til, at han igen kunne sætte sig i borgmesterstolen. Produceret af GODT Media ApS
- *De unge arkitekter*: København var arkitekturhovedstad i 2023, og vi viste otte programmer om de unge, spirende talenter, der arbejder med nye strømninger indenfor byplanlægning, boligformer og arkitektur. Produceret af Svada Film
- *RUC undersøger*: Undersøgende journalistik. Produceret af journaliststuderende på Roskilde Universitet
- *Søndagsræs*: Reportage fra dansk motorsport med rally og motocross. Produceret af Race Media
- *KVINFO's Internationale Kampdag*: Transmission af KVINFO's show på Vega i København med musik, taler og debat. Produceret af Patrick Damsted
- *Møder i Hovedstadsregionen*: Transmission fra de månedlige møder i Region Hovedstaden. Produceret af Region Hovedstaden|Center for Politik og Kommunikation
- *Manden, der vil redde verden*: Geolog Peter Appel vil hjælpe fattige guldminearbejdere i den tredje verden med at udfase brugen af kviksølv i arbejdet i guldminerne. Produceret af Tom Heinemann, Heinemann Media

Hvert år i januar inviterer vi eksterne producenter til at byde ind med ideer til indholdsproduktion. Indkomne pitches lander hos indholdschefen, kanalchefen og redaktøren for formater, og vi gennemgår alle forslag på et fælles pitchmøde. Ideerne sorteres og viderebearbejdes, og der kigges på muligheder for formatering og justering, inden der sættes et eventuelt møde op med producenterne.

Udbud, som vi selv laver, stammer fra konkrete, interne behov eller ønsker om nytænkning inden for en given ramme. Her inviterer vi producenter, som vi forestiller os, vil være egnede.

I starten af januar 2023 inviterede vi alle kendte producenter i vores sendeområde til at komme med pitches. I vores invitation beskriver vi, hvilken type indhold, vi primært ønsker



ideer til. Denne gang implementerede vi vores overordnede strategi for Kosmopol i beskrivelserne i invitationen og fokuserede på diversitet, mangfoldighed og storbyliv. Den endelige økonomi for de produktioner, vi vælger at gå videre med, bliver vurderet ud fra typen af indhold, antal producerede minutter, mængden af research samt ekstra indhold.

I 2023 var vores samlede antal sendetimer af øvrige programmer på vores egen kanal 1.669 timer, og heraf blev de 557 timer produceret af eksterne producenter. Andelen udgjorde hermed 33%, hvormed forpligtelsen til en udlægning af mindst 33% er opfyldt.

3.7 Samarbejdet med de øvrige regionale TV2-virksomheder

Forpligtelsen:

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

Vejledning:

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

REDEGØRELSE:

På daglig basis deler TV 2 Kosmopol gerne indhold med TV 2 Øst, som vi deler sendeområde med, nemlig Stevns kommune. Det samme gælder for TV 2 Bornholm, der jo også er en del af Region Hovedstaden.

TV 2 Kosmopols samarbejde med de øvrige regionale stationer fortsatte gennem 2023 og udmøntede sig i en udveksling af programmer, som hver region så som relevant indhold for egen region. Vores tekniske opsætning gør det nemt at dele produktioner med hinanden, og vi gør jævnligt brug af aktivt at tilbyde og anbefale de øvrige regioner materiale, som vi mener, kan være interessant også uden for vores eget sendeområde.

I 2023 producerede TV 2 Kosmopol disse programmer, som senere blev vist på andre regioners flow kanal:

- *Verdens bedste kok*
- *KVINFOs fejring af Kvindernes Internationale Kampdag*
- *De unge arkitekter*
- *Efter fyraften*
- *Zieglers sidste chance*
- *Thomas og de 100 trolde*

Regionalt indhold fra de andre regioner, som fandt vej til TV 2 Kosmopol-kanalen:

- *Smart Parat Svar 2023*
- *Trolling Master Bornholm*



- *DM i kørestolsrugby 2023*
- *Verdens største hurtigfærge*
- *En dag på Bornholm*
- *Kais Klimarejse*
- *Drømmehjem*
- *En dag med kulturdynamoen Gitte Malling*
- *Kondrup ka' os'*

TV 2 Kosmopol samarbejder stadig med TV2 Nord, TV MIDTVEST, TV2 ØJ, TV 2 Fyn, TV2 ØST og TV Syd om digitale løsninger. Det digitale samarbejde styres af en enhed bestående af en digital udviklingschef, en analysechef, en systemarkitekt samt en frontend-udvikler. Derigennem fortsætter også et godt eksisterende samarbejde med vores fælles leverandør Shape A/S.

Regionalt indhold på TV 2 PLAY

Det følger af de public service-forpligtelser, der er pålagt TV 2 DANMARK og TV 2 Regionerne, at der stilles sendetid til rådighed for TV 2 Regionerne i hovedkanalens sendeflade (regionale vinduer).

TV 2's formål er at nå ud til alle danskere og dække hele Danmark, og derfor har TV 2 og TV 2 Regionerne set det som en naturlig forlængelse af udsendelsen af de regionale vinduer på hovedkanalen, at regionalt indhold også er tilgængeligt på øvrige platforme, så det regionale indhold også her møder danskerne. Derfor består samarbejdet mellem TV 2 og TV 2 Regionerne i dag af langt mere end det.

Parterne har en aftale om tv-indhold, både i form af nyproduktion og om genudsendelse af hinandens nyhedsklip og hele programmer. Parterne samarbejder om en Christiansborg-redaktion, og der er et samarbejde om genbrug af hinandens artikler på respektive websites.

Siden 2017 har der været en aftale om udgivelse af regionale programmer på TV 2 PLAY. Denne aftale omfatter vinduerne på TV 2's hovedkanal. Det sker for at sikre, at TV 2 Regionerne også har regionale vinduer i streaming-universet. I foråret 2022 blev samarbejdet udvidet til også at omfatte udvalgte programmer fra TV 2 Regionernes 24 timers kanaler.

TV 2 Regionerne udvælger hvilke regionale programmer, der kan gøres tilgængelige på TV 2 PLAY og udvælger kun programmer, de har rettighederne til at videreoverdrage. Det er TV 2, der beslutter, hvilke af de udvalgte regionale programmer, der bliver tilgængeliggjort på TV 2 PLAY. De regionale programmer integreres i programudbuddet på TV 2 PLAY på samme måde som andet indhold, som TV 2 erhverver licens til fra danske og udenlandske programleverandører. Det regionale indhold på TV 2 PLAY kan imidlertid tilgås udenom betalingsmuren sådan, at man ikke behøver et abonnement til TV 2 PLAY for at se de regionale programmer.

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



TV 2 Kosmopol har dertil fortsat et godt og tillidsfuldt samarbejde med SVT i Malmø. Vores svenske kolleger følger meget med i, hvad vi udkommer med og vores udvikling generelt, da vi har fælles interesse i områderne på hver side af Øresund. I 2023 havde TV 2 Kosmopol især gavn af samarbejdet, da vi kunne trække på SVT's historier om opioidmisbrug i Sydsverige i vores egen dækning af et stigende misbrug i hovedstadsområdet.

3.8. Beskyttelse af børn

Forpligtelsen:

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

REDEGØRELSE:

Hver dag inviterer vi hele familien – inkl. børn – til at følge med på alle vores platforme. Det er vi meget bevidste om. Vores udsendelser kl. 17.12 og 18.20 samt 19.30 er tidspunkter, hvor der kan være børn, der ser med. Det giver os et særligt ansvar. Det betyder ikke, at der er nyheder, vi ikke fortæller, men det betyder, at vi er meget bevidste om at advare, hvis der på tv kommer en nyhed med voldsomme eller skræmmende billeder.

På de digitale platforme undgår vi at vise billeder, som er for voldsomme, blodige eller seksuelt anstødelige. Hvis en medarbejder er i tvivl, diskuteres sagen med en af stationens ledere, da alle på stationen er opmærksomme på vores særlige public service-ansvar.

Vi slører billeder, der kan være voldsomme eller virke anstødelige, så brugerne på de digitale platforme aktivt skal tilvælge at se dem.

Den overvejende del af vores produktion i 2023 var nyheder og aktualitet, som ikke var underlagt kravene til aldersmærkning. Den resterende del af produktionen hørte til i kategorien *Øvrige programmer*, og her vurderede vi fra program til program, hvorvidt der var grund til at aldersmærke indholdet. Dette gjaldt både indhold til flow-TV og indhold, som vi tilbyder på vores digitale platforme.

I overensstemmelse med de retningslinjer for god presseskik samt gældende lovgivning tager TV 2 Kosmopol særligt hensyn til børn, når de optræder eller medvirker i indslag og programmer. Det er vores politik at få tilladelse fra forældre, før vi offentliggør materiale, hvor børn medvirker.

3.9. Betjening af handicappede

Forpligtelsen:

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

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



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

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

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

REDEGØRELSE:

TV 2 Kosmopol's forpligtelse over for handicappede seere – her især hørehæmmede – blev i 2023 opfyldt gennem tale-til-tekst-projektet. På alle aftener, syv dage om ugen, blev vores 19.30-udsendelse sendt simultant og teksten på vores 24-timers kanal og TV 2, når de blev spejlet.

TV 2 Kosmopol har re-speakere ansat, som dagligt arbejder med forberedelse, manuskriptlæsning og indtaling til systemet, når udsendelsen er i luften. Selve indtalingen foregår ved, at re-speakeren gentager det, der bliver sagt i udsendelsen til en maskine, som omformer talen til tekst, der ender på skærmen på samme måde som f.eks. undertekster på fremmedsprogede film. Teksterne kan ses via Tekst-TV side 399.

Vi forbedrer løbende systemet; som det er p.t., er der nogle sekunders forsinkelse, inden teksten kommer på skærmen. Vi håber fremover at kunne minimere dette yderligere.

Vi er løbende opmærksomme på, om vores grafik og design også fungerer optimalt for svagtseende på både tv og digitalt. Vi gav gennem hele 2023 svagtseende mulighed for at få oplæst vores artikler på hjemmesiden.

Alle videoer udgivet på Facebook og YouTube i 2023 er teksten for hørehæmmede.

3.10. Dansk sprog

Forpligtelsen:

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

REDEGØRELSE:

TV 2 Kosmopol udkommer på dansk og ønsker at værne om det danske sprog. Vi stiler mod et korrekt dansk dog med den anerkendelse, at sproget er levende og hele tiden udvikler sig. Vi følger som udgangspunkt Dansk Sprognævns retningslinjer og lægger os tæt op ad Ritzaus sprogmanual.



Sprog i tv-indslag er kendetegnet ved at være talesprog. Sætningerne er korte, og der er flere punktummer. Til tider siger man sætninger, der i klassisk forstand ikke er grammatisk korrekte. Men på tv2kosmopol.dk og på de sociale medier har vi som ambition, at sproget skal være godt, levende og grammatisk korrekt. Når brugere gør os opmærksom på fejl, retter vi dem. Vi træner løbende vores skrivende journalister i dansk grammatik, således havde vi også i 2023 heldagsseminarer om korrekt sprogbrug for vores skrivende journalister.

3.11. Europæiske programmer

Forpligtelsen:

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

Vejledning:

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

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

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

REDEGØRELSE:

I 2023 var vores samlede sendetid af programmer, der ikke var nyheder, sportsbegivenheder, konkurrencer eller tekst-tv, i alt 2.091 timer. Af de 2.091 timer blev 424 timer produceret af eksterne producenter, og alle programmerne var europæiske programmer. Andelen udgjorde hermed 20%, hvormed forpligtelsen til en udlægning af mindst 10% af ovennævnte produktion til producenter, der er uafhængige af tv-foretagender, blev opfyldt.

Alle eksternt producerede programmer er produceret for mindre end 5 år siden.

4. Dialog med befolkningen

Forpligtelsen:

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



REDEGØRELSE:

Dialog med befolkningen er meget vigtig for os på TV 2 Kosmopol og det i en grad, så det er en del af vores nye og meget fokuserede strategi og har et særskilt budgetmål: Se venligst punkt 3.4.

Vi er til for borgerne i vores region. De er bedst til at fortælle os, hvad der er vigtigt for dem.

Vi har en fast "knap" i toppen af vores hjemmeside, der hedder *Tip os*, som mange heldigvis bruger til at komme i kontakt med os.

Samtidig har vi en redaktionspostkasse, redaktion@tv2kosmopol.dk. Her får vi dagligt mellem 300 og 500 henvendelser. Flest fra foreninger, kommuner, kulturinstitutioner og andre, som vil i kontakt med os. Men også fra borgere, der har noget på hjerte. Mange fagredaktionshistorier er begyndt med en henvendelse fra en borger.

Spørg os rundede i 2023 afstemning nr. 100 og er et værdifuldt instrument til at forstå, hvad der optager befolkningen netop her i hovedstadsområdet, og hvad de forventer af os. Formatet har sat sig fast som et brand, der er kendt af både brugere og autoriteter, som vi opsøger for at få svar på befolkningens undren. Vi har spørgere fra hele sendeområdet, og formatet er populært blandt unge, fordi det tager den forudsætningsløse læser alvorligt, søger nuancer og leder efter løsninger på tidens udfordringer.

Kombinationen af befolkningens hverdag og viden og vores journalistiske muskel bliver både forstået og påskønnet af dem, vi undersøger sager for. Typiske tilbagemeldinger er: "Tak fordi I tog mit spørgsmål op. Det er det tætteste vi kommer på direkte demokrati", og "Det er så fedt, I har undersøgt det og agerer talerør for befolkningen på den måde."

I 2021 tilføjede vi en knap i toppen af siden, som hedder *Spørg os*, og siden er *Spørg os* i perioder blevet et fast element under alle artikler og på forsiden eller indlejret i artiklerne. Funktionen er beskrevet under budgetmålene, punkt 3.4.

Siden lanceringen er kendskabet til *Spørg os* vokset, og vi gør kontinuerligt meget for at vise, at vi virkelig gerne vil i dialog med brugerne. Derfor tager mange *Spørg os*-historier udgangspunkt i den enkeltes undren, mens de andre gange puljes og svares på som et fælles svar til mange.

Gennem *Spørg os* forpligter vi os til at arbejde på at besvare mindst et nyt spørgsmål fra brugerne hver uge. Spørgsmålet udvælges gennem en ugentlig afstemning, hvor brugerne bestemmer, hvad vi skal svare på.

Vi vil også gerne være i dialog med brugerne, når det gælder fejl og rettelser. Eller simpelthen input til, hvordan vi bliver bedre. Alle, der er kritiske over for måden, vi producerer på eller det indhold, vi laver, får et personligt svar. Og vi spørger gerne ind til, om brugere har gode ideer til, hvordan vi kan gøre tingene bedre.

Når det gælder de konkrete udgivelser, har vi hver gang, det har været muligt, søgt at spørge seere og brugere, om de kunne bidrage med viden, cases, billeder, film eller efterkritik.



Interessen for at kontakte os stiger heldigvis fortsat, og vi vil fortsat arbejde for at øge den kontakt og bringe endnu flere af brugernes historier frem til regionen.

Repræsentantskabet

TV 2 Kosmopol's repræsentantskab består af medlemmer fra en lang række organisationer, lytter- og seerorganisationer samt 6 enkeltpersoner, i alt er der plads til 58 medlemmer. Der bliver afholdt to møder årligt.

Møderne har altid nogle faste dagsordenpunkter, bl.a. orientering fra bestyrelsen og direktøren samt en programdebat. Medlemmerne modtager altid skriftlig orientering inden møderne. Programdebatterne er altid præget af drøftelser om stationens tilstand, målsætning, placering i det mediepolitiske billede samt kvaliteten af programmerne.

I forbindelse med relanceringen til TV 2 Kosmopol bidrog repræsentantskabet med inputs over flere møder helt tilbage fra 2022 og særligt meget under programdebatterne på 2023-møderne.

På marts mødet var der valg til formands- og næstformandsposterne for repræsentantskabet for den kommende 4-årige periode. Efter valget var der en drøftelse af ændringer af vedtægterne for repræsentantskabet, og direktøren orienterede om forløbet af lanceringen af TV 2 Kosmopol.

Efterårsmødet i oktober indeholdt udover de faste punkter et oplæg ved professor Kim Schrøder fra RUC om danskernes forbrug af medier. I forlængelse af drøftelsen på marts mødet om vedtægtsændringer, havde formandskabet sendt en skriftlig orientering til medlemmerne, som drøftede det udsendte oplæg. Mødet sluttede med direktørens præsentation af husets journalistiske værdier.

Rundvisninger

TV 2 Kosmopol har åbent for rundvisninger af grupper ad op til 25 personer ad gangen. I 2023 havde vi i gennemsnit næsten en rundvisning om måneden. Vi er altid interesserede i vores gæsters input og meninger.

Folkeskoleelever

På TV 2 Kosmopol har vi erhvervspraktikanter to uger om året for mellem 6 og 9 folkeskoleelever pr. uge. To af vores medarbejdere under uddannelse er værter og mentorer for folkeskoleeleverne, som selv beslutter, hvilke emner de ønsker at lave indslag om. Det er et vigtigt input for TV 2 Kosmopol at høre, hvad der optager folkeskolepraktikanterne gennem deres valg af emner. Eleverne får hjælp til at producere indslagene og ugen kulminerer i en præsentation af ugens arbejde for husets medarbejdere.

5. Tilgængeliggørelse af public service-indhold

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



5.1. TV

5.1.1. Den regionale tv-kanal

Forpligtelsen:

REGIONEN udsender sine programmer "free-to-air" i regionen på den regionale tv-kanal, TV 2 Kosmopol kanalen

REDEGØRELSE:

TV 2 Kosmopols egen tv-kanal var i luften døgnet rundt fra den 1. januar til og med den 31. december 2023 kl. 24 med en total on-air tid på 8.760 timer. Disse timer bestod af udsendelsesvirksomhed inkl. spots og skilte på i alt 3.323 timer og en passiv udsendelsesdel med visning af aktuelle nyhedsartikler - også kaldet Off-Broadcast-virksomhed, som udgjorde 5.437 timer.

På TV 2 Kosmopols egen tv-kanal sendes alle nyhedsudsendelser, som de sendes på TV 2's hovedkanal både samtidig og genudsendt på flere forskellige senere tidspunkter døgnet igennem, så alle borgere i vores sendeområde - også de, der ikke har adgang til TV 2 - har mulighed for at se de regionale nyheder.

Med vores egen kanal ønsker vi at skabe en tv-kanal, som fortæller de historier om vores sendeområde, som ikke bliver fortalt af andre. Vi ønsker, at kanalen både skal levere stærke historier om regionen og være platform for samarbejder med forskellige aktører i vores sendeområde. Alt indhold på kanalen skal være ægte regionalt, det vil sige handle om vores region eller være produceret sammen med institutioner eller aktører i vores område.

Programplanen har sin primære sendetid mellem kl. 17 og kl. 24 alle ugens dage, og hver dag lægger vi indhold her, som blandt andet består af magasiner og serier, som er produceret til nyhedsudsendelsen kl. 19.30, og som trækkes ud, formateres og lægges særskilt i sendefladen på kanalen. Herudover genererer vi indhold til kanalen gennem forskellige samarbejder med partnere, institutioner og enkeltpersoner. Desuden køber vi indhold fra eksterne producenter, der byder ind med pitch til programmer.

I forsøget på at udnytte vores indhold så godt og effektivt som muligt samtidig med, at sendefladen kan fyldes og fremstå som et reelt flow-tv-tilbud til borgerne i hovedstadsområdet, gør vi brug af en genudsendelsesrate på hvert af vores programmer, sådan at hvert program kan nå ud til så mange seere som muligt. Den sene eftermiddag og aftenen igennem kan vi dermed tilbyde en varieret programflade i forhold til de ressourcer, vi har til rådighed.

Den samlede udsendelsesvirksomhed i timer var 3.157. Heraf var de 494 førstegangsudsendelser og de 2.663 genudsendelser.

	Samlet Udsendelsesvirksomhed	Heraf førstegangs-Udsendelser	Heraf Genudsendelser
2022	2.989	402	2.587
2023	3.157	494	2.663



Det samlede antal førstegangsudsendelser udgjorde 494 timer, og heraf var 206 nyheder, 47 aktualitet og 241 øvrige programmer.

Den planlagte egenproduktion udgjorde 2.499 timer, hvoraf 916 timer var nyheder, 484 aktualitet og 1.099 øvrige programmer.

	Planlagt Egenproduktion	Heraf Nyheder og folketingsvalg 2022	Heraf Aktualitet	Heraf øvrige programmer
2022	2.229	899	597	733
2023	2.499	916	484	1.099

Vi har siden ændringen til ny måling af seertal for hele branchen ikke haft mulighed for at få seertal på kanalen.

Vi har i vores kvartalsanalyser derfor spurgt, hvor mange der møder os via vores egen kanal, og her holder antallet sig meget stabilt på samme niveau, som da vi fik seertal. 25% af vores ugentlige brugere siger, at de møder os på den regionale tv-kanal.

5.1.2. "Vinduer" i TV 2-sendebladen

Forpligtelsen:

REGIONEN skal udsende visse regionale programmer i det regionale område som en del af sendefloden på TV 2/DANMARK A/S' hovedkanal, TV 2. Udsendelserne skal ske stort set samtidig med udsendelserne på REGIONEN, idet tidsforskydningen maksimalt må være en time. Der henvises til bilag 2, hvoraf de mellem TV 2/DANMARK A/S og de regionale TV 2-virksomheder aftalte sendetider fremgår. Hvor ikke andet fremgår af aftalen, kræver det enighed mellem parterne at ændre aftalen.¹

Vejledning:

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

REDEGØRELSE:

I "vinduerne" på TV 2's hovedkanal udsendte TV 2 Kosmopol i 2023 206 timers fjernsyn. Alle udsendelser var nyhedsprogrammer fratrukket *Coming Up* i 19-nyhederne og reklamer fra TV 2.

Alle nyhedsudsendelser fra TV 2 blev spejlet på TV 2 Kosmopols egen kanal, hvor der i 2023 var 8.760 mulige sendetimer til rådighed. Vores egen kanal var i 2023 on-air i 3.157 timer med programmer, fratrukket spots, trailere og programskilte.

Samtlige sendetimer i de regionale nyhedsvinduer på TV 2 var egenproducerede europæiske nyhedsprogrammer. Derfor skulle der ikke udlægges øvrige programmer til eksterne producenter i TV 2-vinduerne.

Ligeledes er kravet om, at 50% af sendetiden, der ikke er nyheder, sport, konkurrencer og tekst-tv skal være europæiske programmer, opfyldt i TV 2-vinduerne, da der ikke har været sendt andet end nyheds- og aktualitetsprogrammer her, og samtlige af disse må via 100% egenproduktion anses for europæiske.



Sendetimer i TV 2-vinduerne:

Sendetidspunkt	Programtitel	Udsendelsestimer 2023	Heraf Genudsendelsestimer	Udsendelsestimer 2022
17:16 (man-fre)	Regional nyhedsoversigt	12	0	12
18:20 (man-søn)	Regional nyhedsoversigt	24	0	23
19:30 (man-søn)	Regionale nyheder	133	0	134
22:00 (man-tors)	Regionale nyheder	37	0	40
Sendetider på TV2, uden reklamer		206	0	209

5.1.3. Internetbaserede tjenester

Forpligtelsen:

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

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

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

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

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

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



REDEGØRELSE

TV 2 Kosmopol bruger internettet og de internetbaserede tjenester til distribution af alt indhold, vi laver til tv, og vi producerer indhold specifikt målrettet til de internetbaserede tjenester som beskrevet i punkt 3.3.

Vi stiller alt videoindhold til rådighed dels via live-stream af vores regionale tv-kanal, hvor der streames hele døgnet og dels via vores videoarkiv, hvor alle udsendelser kan streames. Nyhedsudsendelserne 19.30 og 22.00 opdeles i indslag, så det er muligt at se indslag enkeltvist eller hele nyhedsudsendelser on-demand. Indhold, der ikke er en del af nyhedsudsendelserne, kan ligeledes findes og streames on-demand.

TV 2 Kosmopol anvender åbne standarder i webformidlingen og vi tilstræber, at TV 2 Kosmopols internettilbud er tilgængeligt for flest mulige modtagere, uanset styresystem og browser.

Vores videoformat i forbindelse med webproduktionen er H.264, da det format kan afspilles på flest mulige platforme.

Vi har ingen anden virksomhed på digitale platforme.

Det fællesregionale samarbejde digitalt

TV 2 Kosmopol samarbejder stadig med TV2 Nord, TV MIDTVEST, TV2 ØSTJYLLAND, TV 2 Fyn, TV2 ØST og TV 2 Syd om digitale løsninger. Det digitale samarbejde styres af en enhed bestående af en digital udviklingschef, en arkitekt, en analyse-specialist, samt en frontend-udvikler.

5.2. Arkiver

Forpligtelsen:

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

REGIONEN skal af kulturarvmæssige hensyn bevare sine programarkiver.

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

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

REDEGØRELSE:

Bevarelse af programarkiver

Vores eget arkiv er intakt siden stationens start 1. januar 1989 og indeholder de udsendelser, vi har produceret gennem tiden. En del af programarkivet forefindes stadig kun på bånd eller optiske diske i vores sikrede kælderrum, og vi er i gang med at digitalisere disse programmer.



Denne migrering gør det lettere at søge og genbruge materialet samt lave sikkerhedskopier.

I løbet af året har vi løbende sikkerhedskopieret det digitaliserede materiale til vores backup-system, der står i et datacenter i Ballerup. Ved at have en kopi af vores arkiv på en anden fysisk lokation, er vi bedre sikret i forbindelse med katastrofer, hvor vores normale sikring ikke er tilstrækkelig. Samme system yder også udvidet beskyttelse af vores arkivmateriale mod ransomware.

Tilgængelighed af programarkiverne for befolkning og forskermiljø

Vores programmer kan ses af alle på vores net-tv. Vi har aldrig været ude for, at forskere eller andre ønskede adgang til vores arkiver. Hvis et sådant ønske skulle opstå, vil det naturligvis være muligt at stille materiale til rådighed for fagligt interesserede personer – på stationen. Politiet har ønsket en sådan adgang – og fået det (tilsendt materiale).

6. Finansiering

TV 2 Kosmopol modtager som de øvrige regionale TV 2-virksomheder ifølge Mediaaftalen 2019-2023 et tilskud til driften fra kulturministeriet. Fra 2019 blev det besluttet, at tilskuddet over en årrække skulle overgå fra kulturministeriet til finansministeriet. Regnskabsåret 2022 var det første år, at tilskuddet var 100% finanslovsfinansieret. Fordelingen har været således:

t.kr.	2019	2020	2021	2022	2023
Licensmidler	61.351	62.788	42.388	-	-
Finanslovsmidler	5.075	4.400	25.679	68.038	71.775
	<u>66.426</u>	<u>67.188</u>	<u>68.067</u>	<u>68.038</u>	<u>71.775</u>

6.1. Hoved- og nøgletal

Vejledning:

Her indsættes seneste regnskabs hoved- og nøgletal.

REGNSKABET I HOVED- OG NØGLETAL

Set over en 5-årig periode kan virksomhedens udvikling beskrives ved følgende:

Beløb i kr. 1.000	2023	2022	2021	2020	2019
Resultatopgørelse:					
Nettoomsætning	77.102	73.067	78.882	74.671	73.317
Bruttoresultat	20.007	12.891	14.973	19.329	19.218



Resultat af ordinær drift	-2.072	2.627	-281	5.242	4.947
Resultat af finansielle poster	-707	-463	-219	-233	-318
Årets resultat	-2.779	3.090	-4.638	1.627	2.080

Balance:

Balancesum, ultimo	43.221	47.296	41.474	45.268	40.742
Egenkapital, ultimo	8.549	11.328	14.418	19.056	17.429

Antal fuldtidsbeskæftigede	92	93	98	92	87
----------------------------	----	----	----	----	----

Nøgletal i %:

Soliditetsgrad	20	24	35	42	43
----------------	----	----	----	----	----

Soliditetsgrad	$\frac{\text{Egenkapital ultimo} \times 100}{\text{Passiver i alt, ultimo}}$				
----------------	--	--	--	--	--

Morten Kjær Petersen, direktør

Mads Kæmsgaard Eberholst, bestyrelsesformand



This file is sealed with a digital signature.
The seal is a guarantee for the authenticity
of the document.

Document ID:
5FB609BB8FD6485192969802FAEA1478