



**PUBLIC SERVICE-REDEGØRELSE
2017**

Forord

2017-opsummering af TV 2/Fyns bestyrelsesformand og direktør

Kapitel 1: Rammer for public service-kontrakten

- 1.1 TV 2/Fyns grundlag
- 1.2 Dækningsområde
- 1.3 Ansatte
- 1.4 TV 2/Fyns bestyrelse
- 1.5 Sendetid
- 1.6 Reklamer
- 1.7 Geografi
- 1.8 TV 2-vinduerne: Programplan og seertal
- 1.9 TV 2/Fyn Nyhedskanalen: Programplan og seertal

Kapitel 2: Præmis for public service

- 2.1 Generelt

Kapitel 3: Formål med public service

- 3.1.1 Generelt
- 3.1.2 Strategi 2016-2018
- 3.1.3 Vision, værdier, strategisk position og målbare mål
- 3.1.4 Seks konkrete strategiprojekter i 2017
- 3.1.5 Investeringer og fortsat udvikling mod public service classic
- 3.1.6 12 måneders udvikling på TV 2/Fyn
- 3.1.7 Målgruppen

Kapitel 3.2 Samarbejde med eksterne partnere

- 3.2.1 Generelt
- 3.2.2 TV 2 DANMARK
- 3.2.3 Ritzau
- 3.2.4 Fynske Medier (Fyens Stiftstidende, Fyns Amts Avis, fyens.dk)
- 3.2.5 DR Fyn
- 3.2.6 Syddansk Universitet
- 3.2.7. Øvrige
- 3.2.8 TV 2-regionerne (redaktionelt, administrativt og digitalt)

Kapitel 3.3 Entrepriser-produktioner

- 3.3.1 Generelt
- 3.3.2 Eksterne producenter
- 3.3.3 Producenternes Dag og pitchdag

Kapitel 4: Specifikke public service-forpligtelser

- 4.1 Generelt
- 4.2 Nyheds- og aktualitetsprogrammer
- 4.3 Beskyttelse af børn
- 4.4 Kunst og kultur
- 4.5 Øvrige stofområder
- 4.6 Samarbejde om dækning af grænseområder

Kapitel 5: Betjening af handicappede

- 5.1 Generelt

Kapitel 6: Dansk sprog og europæiske programmer

- 6.1 Sprogpolitik
- 6.2 Europæiske programmer

Kapitel 7: Dialog med befolkningen i regionen

- 7.1 Generelt
- 7.2 Repræsentantskabet
- 7.3 Klager
- 7.4 Dialog via sociale medier
- 7.5 Åbent hus, rundvisninger etc.

Kapitel 8: Tilgængeliggørelse af public service-indhold

- 8.1 Generelt
- 8.2 Nyhedshistorier i 2017
- 8.3 Nye formater
- 8.4 Kommunalvalget 2017 – og aftenen
- 8.5 Beredskab
- 8.6 Arkiver

Kapitel 9: Regionale udsendelser uden for TV 2-sendebladen

- 9.1 Generelt
- 9.2 TV 2/Fyn Nyhedskanalen
- 9.3 Live-dækning af events
- 9.4 Så'Danmark
- 9.5 Kommunalvalget 2017

Kapitel 10: Digitale medieplatforme

- 10.1 Generelt
- 10.2 Web
- 10.3 Facebook, Google og andre digitale platforme
- 10.4 App

10.5 Tekst-tv

Bilag:

tv2fyn.dk: Udvikling i brugertal

Facebook: Udvikling i reach

Brand: A&B-analyse om fynboernes opfattelse af TV 2/Fyn i november-december 2017

Programmer fordelt på indholdskategorier på Nyhedskanalen TV 2/Fyn

Sendetid på TV 2 i 2017

Sendetid på Nyhedskanalen TV 2/Fyn i 2017

Geografisk fordeling af tv-indslag i TV 2-vinduer på TV 2/Fyn i 2017

Programplan for TV 2-vinduer i 2017

TV 2-vinduerne: Seertal og gennemslagskraft 2017

TV 2/Fyn Nyhedskanalen: Seertal og gennemslagskraft 2017

Forord

2017 var et forrygende år for TV 2/Fyn. Med fremgang, øget tilslutning og stor interesse fra den fynske befolkning for vores journalistik og aktiviteter på alle medieplatforme. Året kulminerede i november i forbindelse med den kommunale valgkamp.

Her fulgte både seere og brugere i alle 10 fynske kommuner med på valgaftenen, hvor TV 2/Fyn ryddede bordet og blev fulgt af 60 procent af tv-seerne på Fyn – mere end fire gange så mange som DR1. Mens tv2fyn.dk oplevede sin hidtil mest besøgte dag. Kun for at se den overgået dagen efter, da fynboerne klikkede sig frem til de mere detaljerede nyheder fra hver af deres kommuner. Ugen efter valget svarede mere end 30 procent af fynboerne i en undersøgelse, at "TV 2/Fyn" var den vigtigste nyhedskilde under kommunalvalget, næsten tre gange så mange som nummer to.

Valgaftenen var finalen på fire ugers intens og gennemsyret public service-kampagne, der byggede direkte på TV 2/Fyns tre værdior:

- Vi sætter dagsorden.
- Vi skaber debat.
- Vi er tæt på.
-

Optakten var en række, konkrete, journalistiske formater, indslag og historier, der vitterligt satte dagsordenen i hver af de 10 fynske kommuner. Inviterede til diskussion og oplysning via i alt 22 tv- og web-transmitterede debatmøder, som mere end 10.000 fynboer aktivt overværede og deltog i. Helt tæt på. Plus en omfattende webdækning og en database med mere end 900 kandidater til valget. Og som derfor var en del af en kandidattest, som langt over 100.000 fynboer benyttede.

Valgkampagnen byggede direkte på den vedtagne Strategi 2016-2018, som TV 2/Fyns bestyrelse vedtog året før. Grundlaget her er helt bogstaveligt at leve bedst muligt op til selve formålsparagrafferne i den public service-kontrakt, som TV 2/Fyn opererer under. Her slås det fast, at TV 2/Fyn skal være "uafhængig af økonomiske, kommercielle og politiske interesser og udgør(e) en uundværlig del af den demokratiske debat". Og at den primære opgave er at stå for "nyhedsformidling", "oplysning", "aktualitet" og "kultur".

Så det arbejdede vi ud fra i 2017. Vi kalder det for *public service classic* = relevant og væsentlig nyheds- og aktualitetsbåret journalistik for det fynske folk.

Strategien blev i løbet af året blandt andet tilsat et kraftigt fornyet samarbejde med TV 2/Nyhederne, et nyskabende medie- og demokratiprojekt med fire andre mediehuse og en aktivistisk og borgerinddragende kampagne med Syddansk Universitet og Odense Universitetshospital om sundhedsforskning. Og et mangfoldigt væld af live-events og nyhedshistorier, der samlet gjorde 2017 ret forrygende for TV 2/FYN.

2018 er allerede i gang. Så snart, at Mediaaftalen for 2019 er på plads, går arbejdet i gang med at forny strategien, så TV 2/Fyn fortsætter udviklingen mod at blive et af Danmarks førende, regionale mediehuse de kommende år.

Vi er optimister. 2017 gav ikke grund til andet.



Kent Skov Andersen
bestyrelsesformand



Esben Seerup
direktør

Kapitel 1: Rammer for public service-kontrakten

1.1 TV 2/Fyns grundlag

TV 2/Fyn er en af otte, danske, regionale tv-stationer, hvis virksomhed i 2017 har været reguleret i henhold til gældende lovgivning – senest LBK nr. 255 af 20. marts 2014 af lov om radio- og fjernsynsvirksomhed samt bekendtgørelse nr. 1648 af 18. december 2017 om vedtægt for de regionale TV 2-virksomheder.

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



1.2 Dækningsområde

TV 2/FYN
Olfert Fischers Vej 31
5220 Odense SØ
www.tv2fyn.dk
Tlf. 6315 6000

Dækningsområdet er Fyn med omliggende øer, hvis befolkning udgør ca. 500.000 personer. TV 2/Fyn udsender tv-programmer i såkaldte vinduer på TV 2 DANMARK samt i udsendelser på den regionale 24-timers kanal, via internettet på hjemmesiden tv2fyn.dk, på Facebook og TV 2/Fyns apps.

Finansieringen sker via medielicensen, hvoraf TV 2/Fyns andel i 2017 udgjorde kr. 65.060.000.

1.3 Ansatte

TV 2/Fyn har gennemsnitligt beskæftiget 89 fuldtidsansatte i 2017. De er fordelt således:

Ledelse: 5
Administration/service: 9
Redaktion: 70
Teknik: 5

TV 2/Fyns chefgruppe bestod i 2017 fortsat af to redaktionschefer (Rikke Bekker og Mads Boel) en teknik- og produktionschef (Michael Jensen), en økonomichef (Flemming Kjær Hansen) og en direktør (Esben Seerup). Fra det tidlige efterår og året ud var redaktionschef Rikke Bekker

overordnet leder og chefredaktør for det tværmedielle unge-projekt, "Stem'rne", i forbindelse med kommunalvalget i november. Hendes opgaver blev i perioden delt af den øvrige chefgruppe.

For at styrke og forenkle beslutningsgangene i det daglige, fortsatte TV 2/Fyn i 2017 de foregående års organisatoriske udvikling med opbygning af operationelle, kompetente teamledere i næste led, både redaktionelt og produktionelt.

1.4 TV 2/Fyns bestyrelse

Kent Skov Andreasen, formand

Peter Zinck, næstformand

Uffe Strandby

Suresh Jeyasingham

Rikke Kaas Molin

Kent Madsen

Martin Mulvad Ernst (medarbejdervalgt)

Bestyrelsesformand Preben Petersen, der fra januar erstattede Henning Nielsen på posten, afgik ved døden i august 2017. Efter ekstraordinært nyvalg til bestyrelsen, hvor Kent Madsen blev valgt, konstituerede bestyrelsen sig med Kent Skov Andreasen som ny formand og Peter Zinck som ny næstformand.

1.5 Sendetid

Der har i 2017 været følgende udsendelsesaktivitet:

- På TV 2 har TV 2/Fyn sendt i samtlige, tildelte vinduer i løbet af 2017. Det blev i alt til 271 timer, hvoraf 47 timer er regionale reklamer. I forhold til 2016 er der i 2017 sendt 10 timer mere, primært på grund af øget sendetid i forbindelse med kommunalvalget i november. Hovedudsendelsen kl. 19.30 på TV 2 har siden januar 2014 været én sammenhængende nyhedsudsendelse uden afbrydelser, hvor indholdet er klassisk nyhedsformidling: Aktualitet, oplysning om væsentlige emner og reportager inden for især politik, kultur og det mangfoldige liv i den fynske region. Alle udsendelser på TV 2 er over for seerne tydeligt varedeklareret i vandmærket på TV 2 med ordet "nyheder" som integreret del.
- "Nyhedsvinduerne" på TV 2 er samsendt med 24-timers kanalen, hvor der i 2017 har været sendt 8.767 timer mod 8.778 timer i 2016. Heraf er langt hovedparten af det nyproducerede stof det daglige, aktuelle nyhedsshow, "17til20", og det tværregionale reportageprogram, "Så'Danmark". Undtagelserne er aktuelle live-transmissioner fra kultur- og sport-events og debatter under kommunalvalgkampen. Alt i alt var 2017 det første år på TV 2/Fyn, hvor alt indhold var 100 procent public service classic, fordi alle tidløse og uaktuelle programformater nu er endegyldigt ophørt.

TV 2/FYN Nyhedskanalen udvidede kraftigt sin sendetid i 2016, og 2017 blev på næsten samme niveau. Dette skyldes primært 24-timers kanalen, der nu er fuldt integreret i TV 2/Fyns eget mediesystem som en af fire nyhedsplatforme. Og hvor "17til20"-nyhedsshowet på alle hverdage fungerer som en integreret nyhedsmotor fra kl. 17.00 og frem mod kl. 20.00 med de tre TV 2-vinduer som en del af fladen.

Stationen har været on air på kanalen i 4.811 timer (4.987 i 2016), heraf 4.608 med programmer (4.715 i 2016) og 202 fordelt på trailere, sponsorskilte og fillers (272 i 2016). Udsendelsesstatistikken for 2017 har en mere specifik fordeling af sendetiden, hvilket fremgår af bilaget bagest.

Bilag:

Udsendelsesstatistikker og indholdskategori findes bagest i denne redegørelse.

1.6 Reklamer

De regionale reklameblokke udsendes i den regionale sendetid for TV 2 DANMARK, der varetager salget og opbeholder alle indtægter forbundet hermed.

1.7 Geografi

TV 2/FYN har som målsætning, at dækningen dagligt skal afspejle hele den fynske region. Inklusive livet uden for Odense, de store byer og de andre købstæder på Fyn. Derfor er eksempelvis dækningen af de sydfynske øer - både kultur, politik og folkelivet i den daglige nyhedsstrøm og ved større sendinger – bevidst prioriteret. Også fordi den øvrige mediedækning her er meget sparsom.

I en samlet oversigt over antallet af tv-indslag i TV 2-vinduerne i 2017, er målet nået ved, at Fyns to mindste kommuner – Ærø og Langeland – har procentvis flere indslag end deres befolkningsgrundlag. Odense er som fynsk metropol, 40 procent af befolkningen og med nyhedsinteresse for hele regionen, mest dækket med næsten halvdelen af indslagene, mens Svendborg, Faaborg-Midtfyn, Assens og Middelfart ligger lidt under antallet af indslag i forhold til befolkningstal.

Under den kommunale valgkampsdækning i efteråret 2017 blev alle 10 fynske kommuner og kandidaterne derfra behandlet på helt lige vilkår uanset kommunestørrelse i TV 2/Fyns samlede valgkampskoncept.

De geografiske data blev i 2017 bevidst brugt til at skærpe opmærksomheden til så ligelig fordeling af nyhedsdækningen i samklang med de daglige, journalistiske valg på redaktionen.

Bilag:

Fordeling af tv-indslag fra 2017 på kommuner og områder, sektioner og i forhold til andel af befolkning i kommuner findes blandt bilagene bagest i denne redegørelse.

1.8 TV 2-vinduerne: Programplan og seertal

Indholdet i TV 2-vinduerne har i 2017 været 100 procent fokuseret på at være bygget op efter de rene nyhedsjournalistiske kriterier, der blev vedtaget i Strategi 2016-2018 og ud fra public service-kontraktens formålsparagraf. Det vil i praksis sige, at alt indhold står på en bund af aktualitet, væsentlighed, identifikation og overraskelse, så seerne får adgang til væsentlig samfundsinformation og debat om og fra den fynske region.

Dette blev fuldt integreret under den kommunale valgkamp, hvor stort set alt nyhedsindhold i samtlige TV 2-vinduer i hele november op til, under og efter valget den 21., var vinklet som del af denne demokratiske handling med værdi for alle fynboer.

I 2017 steg det gennemsnitlige seertal til TV 2/Fyns 19.30-udsendelse til 49.000 – mod 43.000 i 2016. Og den gennemsnitlige andel af seere med et fjernsyn tændt steg ligeledes: Fra 38,6 procent i 2016 til 39,0 procent i 2017. Det betyder, at næsten fire ud af 10 fynboer hver aften ser nyheder fra TV 2/Fyn, når de har tændt for tv'et.

Ikke bare TV 2/Fyn oplevede seerfremgang i fjernsynet: Alle otte TV 2-regioner løftede seertallet i 2017, så 19.30-udsendelsen på TV 2 nu er den næstmest sete nyhedsudsendelse i Danmark. I 2016 kiggede 516.000 gennemsnitligt med. I 2017 er tallet øget til 527.000. Kun DRs TV-Avisen klokken 21.30 har nu flere seere.

Fremgangen, der sker i et ellers faldende marked for traditionel tv-sening, skyldes især tre ting:

1. En fortsat forbedring af nyhedsindholdet, journalistisk og produktionelt, blandt andet i form af færre, men grundigere og bedre fortalte nyhedshistorier, afviklet i et nyt studie med bedre grafiske præsentationsmuligheder på blandt andet bagskærme.
2. En generel fornyet TV 2 DANMARK-nyhedssatsning i timerne kl. 18.00-20.00 med blandt andet udvidet nyhedsudsendelse kl. 18.00, så TV 2-seere konstant ledes fra nationale til regionale nyheder mellem TV 2 og de TV 2-regionale nyhedsudsendelser.
3. En markant satsning på kommunalvalget 2017, hvor TV 2/Fyn i fem-seks uger i oktober-november benyttede alle medieplatforme, kombineret med en markedsføringskampagne, til at lede brugere og seere hen, hvor stoffet var.

Bilag:

Programplan: TV 2-vinduer og TV-Meter, Årstal, findes bagest i denne redegørelse.

1.9 TV 2/Fyn Nyhedskanalen: Programplan og seertal

Strategien for TV 2/Fyn Nyhedskanalen, stationens egen tv-kanal, blev ændret tilbage i 2016. Kanalen er nu den afgørende nyhedsmotor og fuldt integreret i TV 2/Fyns eget mediesystem. På kanalen udkom nyhedsstof i 2017 sideløbende med tv2fyn.dk, hvorefter det blev kanaliseret videre til de øvrige medieplatforme i formater, der passer til TV 2-vinduerne, tv2fyn.dk og Facebook.

Derfor følger TV 2/Fyn Nyhedskanalen året igennem nyhedsstrømmen i samfundet – og selve tv-produktionen er koncentreret om det daglige, tre timers nyhedsshow "17til20" på alle hverdage i cirka 40 højsæson-uger. Mens nyproduktion er meget begrænset i ferieperioder og weekender. Dette medfører store svingninger i tv-seningen, når man gør de gennemsnitlige seertal op på årsbasis. Således var den gennemsnitlige share for hele døgnet og hele 2017 begrænset til 0,3, hvilket er identisk med 2016.

Live-transmissioner af enkelt-events – for eksempel gallaåbningen af Odenses nye kulturhus, Odeon, musikfestivalerne Heartland og Tinderbox, i alt 21 debatmøder under den kommunale og regionale valgkamp i november og selve valgaftenen – trak hver for sig høje seertal. For eksempel

kiggede over 50.000 fynboer med under Odeon-åbningen, og i en tre timers morgensending dagen efter kommunalvalget viste TV Meter-målingen 47.000 seere i timerne fra kl. 6.00-9.00. På samme måde bruges kanalen ved breaking news og samsender med stream-signal på tv2fyn.dk. For eksempel under stormfloden en onsdag aften i januar og igen næste morgen. Her fulgte cirka 35.000 fynboer med undervejs.

Skiftende nyhedsmagasiner inden for politik, erhverv, kultur ugen igennem er desuden en del af 17til20-fladerne. Ud over den aktuelle udsendelse bliver klip og indhold herfra bagefter nedredigeret til brug i både nyhedsindslag i TV 2-vinduer, på web og sociale medier.

Seertallene på især TV 2/Fyns egen kanal er behæftet med endog megen stor usikkerhed. De trækkes fra den såkaldte TV-Meter-måling, der er designet til et landsdækkende univers. I praksis medfører det så store statistiske usikkerheder, at måleapparatet ikke kan benyttes til for eksempel lokale live-transmissioner fra eksempelvis et direkte valgmøde i Glamsbjerg på Vestfyn. Her ses et udslag på 0 procent, hvilket på ingen måder svarer til den virkelighed, som TV 2/Fyns egen redaktion oplever i form af direkte respons og feedback fra medvirkende, lokalsamfund og ad andre mediekanaler, for eksempel mail og Facebook undervejs og efterfølgende.

Derudover har der året igennem været enkelte live-transmissioner fra andre dele af Danmark, men kun hvis de har haft direkte relevans og aktualitet for fynboerne. Og altid garneret af egen TV 2/Fyn-journalistik. For eksempel fra public service-høring i Herning i maj, Landsstævnet i Aalborg i juni og kulturmødet på Mors i august.

Da det er dyrt at lave egne, troværdige målinger på anden vis, har TV 2/Fyn i 2017 begrænset sig til en enkelt: En meningsmåling lavet af et uafhængigt analyseinstitut i november blandt 1.050 fynboer. Her viste tallene eksempelvis, at 18-19 procent af den fynske befolkning nu ser TV 2/Fyn Nyhedskanalen en eller flere gange om ugen, hvilket er en vækst på 16 procent i forhold til en lignende måling i foråret 2016.

Bilag:

Programplan TV 2/Fyn Nyhedskanalen

A&B-analyse af fynboernes opfattelse af TV 2/Fyn, december 2017

TV-Meter, Årsanalyse 2017

Kapitel 2: Præmis for public service

2.1 Generelt

Udviklingsarbejdet af TV 2/Fyns Strategi 2016-2018 blev af bestyrelsen tilbage i efteråret 2015 bevidst lagt i en toårig ramme, der dermed passede med den resterende del af den fireårige periode, som den nuværende Mediaaftale og public service-kontrakt dækker. Den endelige strategi havde samtidig udvikling af indholdet til "både tv, internet og de andre platforme, som seere og brugere efterspørger", som præmissen for public service er formuleret.

Dette er hele strategiens omdrejningspunkt.

I den konkrete Strategi 2016-2018 ses dette tydeligst med udviklingen af TV 2/Fyns eget "økosystem", circle-of-life, som er rammen for, hvordan den enkelte historie skal formateres til henholdsvis TV 2-vinduer, TV 2/Fyn Nyhedskanalen, tv2fyn.dk og TV 2/Fyns Facebook-side. Samtidig er et nyt nøglebegreb "ATAWAD" indført. Det står for *AnyTimeAnyWhereAnyDevice*, så vi i det daglige husker, at seeres og brugeres behov i dag er at kunne se nyheder på de tidspunkter og de platforme, der passer dem.

Kapitel 3: Formål med public service

3.1.1 Generelt

TV 2/Fyns bestyrelse har som overordnet programerklæring at leve op til Kulturministeriets formål om public service. Samtidig har TV 2/Fyn selv tidligere defineret mål og værdier for stationens journalistik og programmæssige virke. Disse blev revideret i 2012, hvor bestyrelsen ønskede, at TV 2/Fyn i højere grad sætter den regionale dagsorden og præger debatten på Fyn.

I de følgende år har TV 2/Fyn udviklet sig trin for trin i denne strategiske retning, som blev samlet tilbage i foråret 2016, hvor bestyrelsen vedtog en ny, samlet Strategi 2016-2018. Her er alle fornyelser knyttet sammen til en ren, fokuseret og enkel *public service classic*-indholdslinje på alle medieplatforme.

3.1.2 Strategi 2016-2018

Strategi 2016-2018 bygger direkte på, at alt indhold på TV 2/Fyns medieplatforme har en kerne af de klassiske, journalistiske nyhedskriterier i sit indhold. Det vil sige aktualitet, væsentlighed, identifikation, overraskelse og en kritisk og konstruktiv tilgang i vinklingen af de enkelte historier.

Dermed sikres den fynske befolkning adgang til både væsentlig samfundsinformation og debat, og samtidig garanterer tv-stationens professionelle brug af nyhedskriterierne, at der i al journalistik er tilstræbt kvalitet og alsidighed – og med afgørende vægt på både informations- og ytringsfrihed. Dette er jo selve forudsætningen for fri og uafhængig nyhedsjournalistik i et demokratisk samfund.

Visionen lyder:

- TV 2/Fyn skal frem mod 2018 udvikle sig til et af Danmarks førende, regionale mediehuse og det helt centrale og meningsdannende organ for Fyn - og fra Fyn.
- Samtidig skal TV 2/Fyn aktivt, deltagende og synligt engagere sig i fynboernes liv og hverdag med relevant journalistik og ved aktuelle events.
- TV 2/Fyns journalistik skal oplyse og engagere seere og brugere til gavn for Fyn og den demokratiske debat og udvikling i regionen.

I praksis blev denne vision efterstræbt ved, at der på alle TV 2/Fyns medieplatforme igennem hele 2017 udelukkende blev produceret nyheds- og aktualitetsindhold – med den mangfoldighed, som de forskellige stofområder giver. For eksempel er der et særligt øje især kulturformidling fra hele den fynske region. Linjen har betydet et endegyldigt farvel til programmer, der ikke har nyheds- eller aktualitetsindhold. Både fra TV 2/Fyns egne reportere og fra eksterne producenter. Tidligere

tidens programmer inden for hobby, livsstil, underholdning etc. eksisterer ikke længere på TV 2/Fyn.

3.1.3 Vision, værdier, strategisk position og målbare mål

TV 2/Fyns værdier stræber efter et løft til nationalt niveau og at udbygge vores allerede dominerende medieposition på Fyn inden for nyheder og debat. De tre værdier lyder:

- *Vi sætter dagsorden.*
- *Vi skaber debat.*
- *Vi er tæt på.*

Strategien skal styrke TV 2/Fyns særlige niche og sikre, at vi er specielle i forhold til konkurrenter – og både størst og stærkest i tre klart definerede, strategiske positioner:

- Det nyhedsførende mediehus på Fyn.
- Fyns mest aktive og debatsamlende forum.
- Mediepartner for Fyn og opsøgende medspiller ved både små og store events.

Strategi 2016-2018 følges op af konkrete og målbare mål frem mod 2018. Målene tager udgangspunkt i vision og værdier.

De overordnede mål for TV 2/Fyns fire platforme er:

- Mål for TV 2-vinduer: Share skal fastholdes.
Resultat: TV 2-vinduernes share i hovedudsendelsen kl. 19.30 steg gennemsnitligt marginalt fra 38,8 procent i 2016 til 39,0 procent 2017, og de faktiske seertal steg markant - fra 43.000 i 2016 til 49.000 i 2017.
- Mål for Nyhedskanalen TV 2/Fyn: Kendskab til kanalen og dækning skal øges.
Resultat: TV 2/Fyn Nyhedskanalens dækning fastholdt i 2017 den gennemsnitligt share på 0,3 som i 2016. Samtidig viste en meningsmåling blandt 1.050 fynboer, at kendskabsgraden til kanalen er øget med ni procent fra marts 2016 til november 2017. Endelig viste især livedækning af store events – for eksempel åbning af kulturhuset Odeon, kulturfestivalerne Heartland og Tinderbox, dækningen af 22 valgmoder og selve valgaftenen/-morgen under kommunalvalget – at kanalen nu for alvor fungerer som den afgørende nyhedsmotor, der er defineret i Strategi 2016-2018.
- Mål for tv2fyn.dk: Antallet af brugere skal vokse.
Resultat: tv2fyn.dk oplevede en kraftig vækst i 2017, både i form af flere brugere, flere sessions og højere tidsforbrug i gennemsnit pr. web-besøg. tv2fyn.dk fik i 2017 en stigning i antallet af sessions på 24 procent og en fremgang i antallet af brugere på 21,6 procent. I alt havde vi 8.786.435 session i 2017 mod 7.085.833 i 2016, mens 3.174.246 brugere lagde vejen forbi tv2fyn.dk sidste år mod 2.610.244 i 2016.

- Mål for sociale medier: Størst på Fyn.

Resultat: TV 2/Fyns Facebook-side, der allerede i 2016 passerede de regionale mediekonkurrenter fra Fyens Stiftstidende og DR Fyn, som den med flest følgere, har fastholdt denne position og nåede 40.000 ved udgangen af 2017.

Som det også fremgår, er de overordnede mål for alle fire medieplatforme altså blevet opfyldt i 2017. "KPI"-arbejdet og arbejdet med målbare mål på TV 2/Fyn vil i 2018 blive yderligere udviklet i takt med de kommende krav fra Kulturministeriet i forbindelse med den fornyede public service-kontrakt.

3.1.4 Seks konkrete strategiprojekter i 2017

TV 2/Fyn har i sin strategi defineret seks konkrete strategiprojekter, der skal gennemføres i perioden 2016-2018: Tre af projekterne blev skudt i gang i oktober-november 2016, og de tre næste i løbet af 2017.

Alle seks bygger på det interne "Circle-of-life"-mediesystem, som TV 2/Fyns Strategi 2016-2018 bygger på. Her er filosofien, at den enkelte historie skal udkomme i forskellige versioner, tilpassede formater og på forskellige tidspunkter, så den rammer flest mulige fynboer og det tidspunkt og den medieplatform, der passer dem.

CIRCLE OF LIFE



- 17-20: Nyt nyhedsshow på kanalen. Premiere i november 2016 og fortsat i hele 2017.
- Journalistik på alle dine platforme: Sat i gang i oktober 2016 og fortsat i hele 2017.
- Nyheder fra morgen til aften: Sat i gang i oktober 2016 – og øget fra september 2017.
- Tættere på i det fynske folks tjeneste: Sat i gang under kommunalvalgkampen i efteråret 2017.
- Journalistik med relevans for dig: Integreret i forbindelse med kommunalvalgkamp 2017.
- Målrettet pilotprojekt mod børn og unge: Afprøvet via "Stem'rne" i efteråret 2017.

Endelig satte TV 2/Fyn sig i 2017 det konkrete mål, at stationen skulle levere den bedste og mest grundige dækning af alle mediehuse af kommunalvalgkampen i 2017. Dette blev opfyldt, både i forhold til seer- og brugerinteresse på valgaftenen og dagene efter. I den tidligere omtalte

meningsmåling fra november 2017 pegede 31 procent af fynboerne på TV 2/Fyn som den vigtigste nyhedskilde under kommunalvalgkampen. Fyens Stiftstidende kom ind som næst vigtigst med næsten 12 procent.

3.1.5 Investeringer og fortsat udvikling mod public service classic

TV 2/Fyn professionaliserede i 2017 sit udtryk for seerne med en række, nye lamper og grafisk udsmykning bagest i det åbne redaktionslokale, som tilsammen udgør baggrund for nyhedsværterne i nyhedsudsendelserne.

Samtidig blev der investeret i nydesignet, flytbart studie-setup med lyskasser, debatbord og tæppe, som understøtter "folketjeneste"-projektet, når TV 2/Fyn rykker ud. Det blev taget i brug under valgdebatterne i november og medvirkede til et samlet, professionelt udtryk.

Endelig blev der investeret i nye mobiltelefoner til medarbejderne, så disse kunne bruges som kameraer og aktive redskaber under kommunalvalgkampen til dækning på tv2fyn.dk og på Facebook. På valgaftenen var der eksempelvis 10 reporterhold på arbejde, der udelukkende arbejdede med iPhones tilsat professionelt mikrofon- og stativudstyr.

Alle øvrige tekniske og uddannelsesmæssige investeringer i 2017 var også underlagt den overordnede public service classic-linje og har fremmet denne.

3.1.6 12 måneders udvikling på TV 2/Fyn

2017 var et intenst udviklingsår på TV 2/Fyn, hvor første halvår primært blev brugt til at implementere de fire første strategiprojekter og tilpasse organisationen og workflow til dette. Mens andet halvår var fokuseret på de to sidste strategiprojekter og dækningen af kommunalvalgkampen, som blev den største kampagne i TV 2/Fyns snart 30-årige historie.

Her følger et punktnedslag over de 12 måneders udvikling på TV 2/Fyn.

Januar

- Stormflod i det sydfynske øhav: Ekstra-sending på kanal og web følges af 49.000 seere. Næste morgen fulgte næsten lige så mange med.
- Premiere på Så'Danmark i TV 2/Fyns studie: STV-produceret, tværregionalt og fornyet reportageprogram med Henriette Honoré og Annemette Voss som værter.
- Åbent Hus med 800 gæster på TV 2/Fyn + Sportslørdag 2017 sendes i én syv timer lang, live-transmission på nyhedskanalen TV 2/Fyn og tv2fyn.dk.
- Gammelt klip med vrissen slagtermester fra Ullerslev bliver viralt hit, der når næsten to millioner danskere på Facebook. Et aktuelt klip med lokal bandeleder, der når frem og trykker hånd med statsminister Lars Løkke Rasmussen på officielt besøg i Vollsmose, medvirker til en digital rekordmåned for tv2fyn.dk.

Februar

- Samarbejde mellem TV 2/Business og TV 2/Fyns erhvervsredaktion indledes med besøg af redaktør Ole Krohn og redaktionschef Mads Hey. Senere på foråret er der genbesøg på TV 2/Tegholmen.

- TV 2-regionerne sætter et arbejde i gang med at udvikle en fælles, tværregional ungesatsning under kommunalvalget med samlet tilskud på fem millioner kroner fra overskydende licensmidler. TV 2/Fyn deltager i det, der siden ender som "Opstemt"-kampagnen i november.
- Lokalt kredser mediechefer fra Fyens Stiftstidende, DR Fyn, TV 2/Nyhederne, DR Danmark, Syddansk Universitet og TV 2/Fyn sig ind mod et lokalt demokrati- og medieprojekt, som TV 2/Fyn vil bruge som sit lokale bidrag til den nationale "Opstemt"-kampagne under kommunalvalget.

Marts

- Jakob Risbro udnævnes til Samfundsredaktør og erstatter Jesper Buch, der får ny rolle som politisk kommentator.
- TV 2-TV 2-regionalt topmøde i Aalborg for 30-40 chefer og ledere fra TV 2 DANMARK og alle otte TV 2-regioner med fokus på fornyet samarbejde.
- Martin Mulvad Ernst og Morten Albek fra TV 2/Fyns kulturredaktion dækker European Film Festival i Berlin med fynske vinkler.
- Efter to års test, hvor TV 2/Fyn har afprøvet "citatvideo"-format med fast leverance til Ritzau, rulles modellen ud til at omfatte syv TV 2-regioner.
- Ledelsesakademi med fokus på workflow-optimering for alle redaktører på TV 2/Fyn, så strategi-projekter fungerer endnu bedre.
- TV 2/Nords bestyrelse på studiebesøg med fokus på TV 2/Fyns fornyede strategi.
- 44 fynske antenneforeninger til fælles TV 2-TV 2/Fyn-præsentation af 2017s programmer og redaktionelle satsninger på TV 2/Fyn.
- Hackerangreb på TV 2/Fyn, der lammer stationen nærmest en hel arbejdsdag, men som kommer under kontrol inden TV 2-vinduer om aftenen.
- De tre fynske mediehuse – DR Fyn, Fynske Medier og TV 2/Fyn – offentliggør "Det fynske demokrati- og medieprojekt"/"Unge Stemmer på Fyn" med TV 2/Nyhederne, DR Danmark og Center for Journalistik på Syddansk Universitet med fokus på unge under kommunalvalgkampen til efteråret.

April

- Statsminister Lars Løkke Rasmussen holder hovedtalen, da TV 2/Nyhedernes Christiansborg-redaktion bliver ny Folketingsredaktion for syv TV 2-regioner. Thomas Funding udnævnes samtidig til ny deltids-Christiansborg-redaktør for TV 2/Fyn og TV 2/Nord.
- 17 europæiske dommere fra CIRCOM-netværket holder Prix Circom-votering i en uge i Odense på TV 2/Fyn før konference i maj i Portugal.
- AVID-system opgraderes på TV 2/Fyn.
- TV 2 og TV 2-regionerne holder på TV 2/Kvægtorvet fælles praktikmesse for alle journaliststuderende. Gentages igen for næste semesterhold i oktober.
- Første workshop for unge reportere fra Fyens Stiftstidende, DR Fyn, TV 2/Nyhederne, DR Nyheder, Syddansk Universitet og TV 2/Fyn for at kredse sig ind mod koncept for at aktivere unge vælgere under kommunalvalgkamp. "Unge Stemmer på Fyn" omdøbes undervejs til "#usfyn17".

Maj

- Svendborg Sygehus ramme for den første Et Sundere Fyn-finale med 250 deltagere: Næsten 12.000 fynboer har via tv2fyn.dk deltaget i fælles OUH-SDU-TV 2/Fyn-kampagne om, hvilket sundhedsprojekt der skal have én million kroner til forskning. Et hjertestarterprojekt fra Langeland vinder.
- Lasse Hørbye udnævnes til ledende nyhedsredaktør og planjournalist Sofie Dambæk Rasmussen til nyhedsredaktør med hovedansvar for planlægning.
- TV 2/Fyn bliver officielt regionalt nyhedscenter for TV 2/Nyhederne som den anden TV 2-region efter TV 2/Nord. Pr. 1. august følger TV Midt-Vest efter som den tredje.
- Odeon, Odenses nye kulturhus, indvies officielt med dronning Margrethe som æresgæst. TV 2/Fyn sender tre timers optakt, flettet ind i 17til20-fladen – og sender hele åbningsshowet live på nyhedskanalen TV 2/Fyn. 35.000 følger med i den næsten halvanden time lange STV-produktion.
- TV 2/Fyn-redaktionschef Rikke Bekker udpeges som overordnet chefredaktør for det tværmedielle, fynske unge-projekt, hvor reportere fra fire-fem mediehuse skal arbejde sammen på kryds og tværs.
- En busfuld TV 2/Fyn-seere medvirker i TV 2-regionernes "Public service i provinsen"-høring i Herning sammen med 500-600 andre danskere, hvor kulturminister Mette Bock er hovedtaler.
- TV 2 kobler sig på tværregional kandidattest, som siden 2016 er udviklet sammen med firmaet Paqle med den hidtil mest omfattende database under et kommunalvalg i Danmark.
- Så'Danmark, som sendes dagligt mandag-lørdag på TV 2-regionernes 24-timers kanaler, indleder et halvt års testperiode med sendinger på TV 2 DANMARK kl. 12.40-13.10. Forsøget slutter 1. december.
- TV 2/Fyn sender 16 timers live-tv fra kulturfestivalen Heartland og supplerer med massiv dækning på digitale platforme, produceret i "folketjeneste"-hus på festpladsen ved Egeskov Slot på Midtfyn.
- Nyudviklet og helt opdateret nyheds-app, udviklet i det fælles-regionale online-projekt, tages i brug for TV 2/Fyns online-brugere.

Juni

- TV 2/Fyns Samfundsredaktion dækker Folkemøde 2017 på Bornholm med daglige livedebatter, produceret med TV 2 DANMARKs teknikere og studiefaciliteter i Allinge – og TV 2/Fyn deltager desuden i den tværregionale sending, som TV 2/Bornholm står for.
- Workshop nummer to for det unge, fynske medieprojekt, der nu hedder "Stem – eller luk røven" bringer konceptet tættere til efteråret.
- TV 2/Fyn sender næsten 8-10 timers live-tv og massiv digital dækning fra rockfestivalen Tinderbox i Odense. Hele sendingen foregår centralt fra festivalpladsen efter samme koncept som under Heartland.
- Samtlige 16 fynske gymnasier og andre uddannelsesinstitutioner kobles på fynsk unge-projekt under kommunalvalgkampen.

Juli

- TV 2/Fyns sendeflade er for første gang nogensinde rensset for forproduktion. I stedet sendes der hele sommeren igennem dagligt live hver aften fra et nyt sted fra det fynske sommerland i TV 2-vinduerne. Eksempelvis fra Langelands Festivalen i uge 29.
- Fyn er gymnastikmekka i Danmark, og der sendes massivt fra TV 2/Nords sending fra Landsstævnet i Aalborg – og suppleres med egne vinkler og reportere, fordi Svendborg er vært for det næste stævne i 2020.

August

- TV 2/Fyns formand Preben Petersen afgår ved døden, og næstformand Kent Skov Andreasen vælges som ny formand på et ekstraordinært bestyrelsesmøde. Peter Zinck vælges som ny næstformand, mens Kent Madsen på et repræsentantskabsmøde vælges ind som nyt bestyrelsesmedlem.
- Jesper Vorre Rasmussen og Stefan Brix tiltræder som nye nyhedsredaktører.
- TV Østs bestyrelse på studiebesøg.
- Rammerne, både økonomisk, redaktionelt og organisatorisk, falder endeligt på plads for fynsk unge-projekt, der sommeren over nu har heddet "Vote's Up".

September

- Malene Hammershøj Kjerstad udnævnes som ny redaktør for TV 2/Fyns nyhedsværter, og Frank Weirsøe udnævnes som digital redaktør.
- Det unge medieprojekt, der sommeren over har heddet "Vote's Up", går i gang med base på TV 2/Kvægtorvet. Nu med navnet "Stem'rne". Første tiltag bliver et webinar fra SDU for næsten 1.000 fynske gymnasieelever.
- Det fynske folkemøde, som Fyens Stiftstidende arrangerer, dækkes live fra kl. 10.00-13.00 i tæt samarbejde og med deling af indhold med avisen.
- Nye lamper bliver del af både redaktion og studie-back drop og færdiggør dermed nyhedsstudie, der blev renoveret i 2016.
- TV 2/Fyns bestyrelse og chefgruppe på studietur til Radio 24syv, TV 2/Teglholmen, DR Byen og SVT/Skåne.
- Sponsorsalgssamarbejde med TV Syd forlænges og fornys efter model, der minder om samarbejde med TV 2/Nord om Whats'On-programmering til 24 timers-kanaler.

Oktober

- "Stem'rne" skyder sin kampagne i gang med kickoff-event i Odeon foran 1.200 gymnasieelever, med TV 2s Cecilie Beck som vært på scenen og med folieret bus, Sanne Salomonsens gamle tour bus, der bliver rullende base for redaktionen frem til valget i november.
- Transportabelt studie-sætstykker færdiggøres til udadvendte "folketjeneste"-aktiviteter under valgkampen i november.
- TV 2/Fyn deltager sammen med alle andre TV 2-regioner i den første, fælles live-transmission på Christiansborg under Folketingets åbningsdag. TV 2/Nyhedernes Thomas Funding koordinerer via det nye samarbejde.
- TV 2-regionernes 19.30-udsendelser bliver en del af TV 2/Play.

November

- Kommunalvalgkampagne fylder alle TV 2/Fyns platforme. To offentlige debatmøder holdes i hver af de 10 fynske kommuner, både for unge vælgere og politikere og med et mere modent publikum og partilederskab. I samarbejde med TV Syd holdes et tilsvarende debatmøde med regionrådspolitikere. Kampagnen kulminerer to dage før valget med 11 borgmesterdueller og debatter over tre timer foran publikum i musik- og kulturhuset Odeon i Odense.
- Kandidattest, marketing og seks til otte andre format-elementer og debatmøder mixes sammen i samlet kampagne, der kulminerer på valgaftenen med mere end ottes times live-tv, digital dækning – og fulgt op næste dag med først tre timers live-tv om morgenen og tre nye timer fra kl. 17til20 med alt om kommunalvalget. Både seer- og brugertal sætter rekorder begge dage.
- På valgaftenen sender TV 2/Fyn uafbrudt fra kl. 17.00-01.18 på TV 2 og TV 2/Fyn Nyhedskanalen og dækker massivt på tv2fyn.dk og Facebook. Morgenen efter er der tre timers live fra kl. 6.00-9.00, inklusive fire korte nyhedsudsendelser på TV 2. Om aftenen fortsættes med yderligere tre timers valgdækning fra 17til20.

December

- Producenternes Dag, inkl. pitchdag, holdes på TV 2/Fyn efter forudgående invitation til alle relevante producenter i den fynske region. To producenter deltager og de efterfølgende pitches aftales til at foregå separat.
- Så Danmark stopper på TV 2 efter 26 uger på landsdækkende kanal, fordi seertallene ikke har flyttet sig opad, hvad der var målet fra begyndelsen.

3.1.7 Målgruppen

TV 2/Fyns målgruppe er defineret som alle voksne indbyggere i dækningsområdet. Som det ses under punktet "Geografi" i denne redegørelse vil TV 2/FYN afspejle livet og virkeligheden for alle Fyns indbyggere, uanset hvor de bor.

TV 2/Fyns samlede programindhold – især med 24-timers kanalen, tv2fyn.dk og nu Facebook – har dermed bedre muligheder for at ramme bredere med relevant indhold, fordi borgerne i højere grad selv kan bestemme, hvornår og med hvilken platform, at de vil se, bruge eller læse nyhedsstof fra TV 2/Fyn.

Generelt er gennemsnitsalderen højere for tv-publikummet – i TV 2-vinduerne eksempelvis cirka 58 år og nyhedskanalen TV 2/Fyn endda lidt højere – i forhold til de digitale og sociale medieplatforme. Dette svinger dog i høj grad efter indholdet. En A&B-analyse efter kommunalvalget viste for eksempel, at især yngre børnefamilier var blandt TV 2/Fyns største målgrupper, givetvis fordi emnerne i en lokal valgkamp var meget konkrete, brugbare og relevante her.

Generelt er al TV 2/Fyn-journalistik rettet mod den samfundsinteresserede fynbo, der aktivt søger viden og nyhedsindhold fra regionen, der understøtter det nære demokrati og deltagelse i dette. Derfor har TV 2/Fyn tre fuldt integrerede fagredaktioner, der dækker politik, samfunds-, erhvervs-, arbejdsmarkeds- og kulturstof, mens den øvrige redaktion tager sig af de øvrige nyhedsområder.

TV 2/Fyn har i 2017 ikke udviklet programmer eller nyhedsindslag specifikt til børn, men der har imidlertid været en stribe programmer – for eksempel konkurrenceprogrammet ”Smart, Parat, Svar”, der er arrangeret i samarbejde med de danske biblioteker – rettet mod denne målgruppe.

Til gengæld gennemførte TV 2/Fyn i efteråret sin hidtil største satsning mod de 18-25 årige fynboer via demokrati- og medieprojektet ”Stem’rne”. Den tværmedielle redaktion – med et primært udkomme på digitale og sociale medieplatforme, hvor de unge brugere i dag primært orienterer sig - var drevet af TV 2/Fyn og erfaringerne, kontakten og feedbacken fra unge fynboer, unge politikere, skoler, gymnasier og mange andre fik stor gennemslagskraft op til kommunalvalget. Og gav nyttig viden, som der bliver bygget videre på i 2018, hvor TV 2/Fyn både fortsætter samarbejdet med blandt andet Syddansk Universitet, de fynske gymnasier, de øvrige medieaktører – og selv opretter sin første ungdomsredaktion, der får arbejdstitlen FynX.

Kapitel 3.2 Samarbejde med eksterne partnere

3.2.1 Generelt

TV 2/Fyn samarbejder gerne med både andre mediepartnere og med allehånde aktører, der medvirker til, at TV 2/Fyns overordnede public service-mål nås. Det være sig andre mediepartnere, private eller offentlige aktører, som alle åbent respekterer de grænser om journalistisk, økonomisk og politisk uafhængighed, som TV 2/Fyn både som public service-station og professionelt mediehus efterlever.

Samarbejdsfladerne i 2017 blev udvidet betydeligt med nye spændende projekter, hvor medie- og demokratiprojektet ”Stem’rne” var det mest omfattende og med flest aktører involveret.

3.2.2 TV 2 DANMARK

Samarbejdet med TV 2 blev kraftigt udvidet i 2017. Dels ved at videreføre det mangeårige tv-samarbejde til også at omfatte de digitale platforme. Dels ved, at TV 2/Nyhedernes Christiansborg-redaktion i april overtog Folketingsdækningen for i alt syv TV 2-regioner fra TV Øst. Dels ved, at TV 2/Fyn i maj blev regionalt nyhedscenter for TV 2/Nyhederne, sådan at alt nyhedsstof på Fyn som udgangspunkt dækkes af TV 2/Fyn til TV 2 DANMARK.

Dermed er samarbejdet mellem de to tv-stationer i Odense – TV 2s hovedkvarter ligger i centrum, og TV 2/Fyn i Odense SØ, seks km derfra – yderligere intensiveret. Det sker ud fra den fælles publicistiske vision – ”Fra hele Danmark. Til hele Danmark” – som de ni bestyrelsesformænd fra TV 2 og TV 2-regionerne i efteråret 2015 blev enige om at arbejde efter.

I 2017 har dette udmøntet sig i:

- At TV 2/Fyn fortsat har trænet sine nyhedsværter med TV 2s studieværtscoach.
- At TV 2/Fyn har fortsat det designmæssige samarbejde med TV 2, som blev sat i gang i 2013, hvor TV 2/Fyn implementerede samme nyhedsgrafik som TV 2/Nyhederne.
- At TV 2/Fyn er med i den nu etablerede, digitale udvekslingsaftale mellem eksempelvis tv2.dk og tv2fyn.dk.

- At TV 2/Fyn fortsatte sin vækst i at levere indslag til TV 2/Nyhederne, gennemstillinger til TV 2 News og vice versa.
- At TV 2s Thomas Funding fik titel som TV 2/Fyns (og TV 2/Nords) Christiansborg-redaktør og dermed kunne styrke og supplere TV 2/Fyns egen politiske dækning med sit perspektiv fra Folketingsredaktionen.
- At TV 2 og TV 2/Fyn (og de øvrige TV 2-regioner) i fællesskab stod bag den hidtil mest populære kandidattest under kommunalvalgkampen.
- At TV 2/Fyn sammen med de øvrige TV 2-regioner nu har en kontraktlig aftale med TV 2 om juridisk assistance i medieret etc.
- At TV 2/Nyhederne deltog i det ellers regionalt baserede "Stem'rne"-projekt sammen med TV 2/Fyn – og de øvrige fynske mediehuse.

Det nære samarbejde med TV 2 DANMARK, der i høj grad baserer sig på tillid og samarbejde mellem både ledelserne og de enkelte medarbejdere, vil fortsætte i samme spor i 2018, for det er TV 2/Fyns ambition at dele centrale, fynske nyhedshistorier med resten af landet via TV 2 DANMARK.

Indtægterne for salg til TV 2 DANMARK udgjorde i 2017 i alt kr. 521.205 for programmer og indslag.

3.2.3 Ritzau

Efter flere års forsøg og i takt med, at TV 2/Fyn i 2017 fik etableret sin egen digitale redaktion blev samarbejdet med Danmarks nationale nyhedsbureau endeligt etableret. Sammen med seks andre TV 2-regioner er der nu både teknisk og journalistisk enighed om, at TV 2/Fyn dagligt kan levere en til tre "citathistorier" med tilhørende videoklip.

Historierne distribuerer Ritzau derefter ud til sine mediekunder, som kan bruge historierne på deres digitale platforme. På den måde når en TV 2/Fyn-historie om en fejlagtig nedrivning af en Ingmar Cronhammar-skulptur således ud til Ekstra Bladets digitale læsere. Og dermed udvider TV 2/Fyn sin rækkevidde med sin journalistik.

Samarbejdet med Ritzau vil fortsætte og blive videreudviklet i 2018.

3.2.4 Fynske Medier (Fyens Stiftstidende, Fyns Amts Avis, fyens.dk)

TV 2/Fyn fortsatte i 2017 sit tætte samarbejde med regionens tredje centrale regionale medieaktør, Jysk Fynske Medier, som blandt andet udgiver dagbladene Fyens Stiftstidende, Fyns Amts Avis og websitet fyens.dk.

På trods af den til tider ophidsede mediedebat samarbejder TV 2/Fyn, DR Fyn og Jysk Fynske Medier hver gang, at det er fornuftigt for parterne – og for det fynske samfund. Således også i 2017. Både om Sportslørdag i januar, "Stem'rne" i både forår og efterår og om den afsluttende borgmesterduel-finale i Odeon op til kommunalvalget, hvor Fyens Stiftstidendes reportere deltog på scenen med særlige debatter ind imellem de mere tv-baserede borgmesterdueller, som TV 2/Fyns reportere stod for. Efter hver af de 10 kommunaldebatter vurderede Fyens Stiftstidendes og Fyns Amts Avis' lokalredaktør desuden over for TV 2/Fyns seere samme aften, hvordan

debatten var forløbet. Eneste undtagelse var i Svendborg, hvor DR Fyns redaktionschef tog opgaven.

Desuden live-dækkede TV 2/Fyn Fyens Stiftstidendes store, "fynske folkemøde" en lørdag i september, og også her arbejdede redaktionerne tæt sammen. Konkret ved deling af live-feeds til den samlede produktion, ved deling af nedklippede TV 2/Fyn-klip til fyens.dk, og konkret ved, at en af avisens reportere var medvært sammen med TV 2/Fyns værter i tv-delen.

Samarbejdet med Jysk Fynske Medier bygger på gensidig tillid, respekt og fælles forståelse for hinandens forskelligheder og udfordringer som henholdsvis en licensfinansieret regionalstation og en mediekoncern, der opererer på kommercielle vilkår. Der er enighed hos begge parter om, at skarp, journalistisk konkurrence i det daglige er en sund kappestrid – og at det godt kan kombineres med fornuftige samarbejdsprojekter ved siden af.

I 2018 vil samarbejdet fortsætte mellem TV 2/Fyn og de fynske avis-huse fra Jysk Fynske Medier-koncernen.

3.2.5 DR Fyn

Som public service-tv-station er der naturlige samarbejdsformer mellem TV 2/Fyn og Danmarks Radios regionalradio, DR Fyn.

Samarbejdet med DR er fortsat i 2017, især under den kommunale valgkamp. Både med "Stem'rne", hvor DR Fyn og DR Danmark var fuldt med i det tværmedielle projekt. Og under den mere traditionelle del af valgkampen, hvor DR Fyn og TV 2/Fyn samarbejdede konkret under de i alt 11 debatmøder i de 10 fynske kommuner og i den afsluttende borgmesterduel-finale to dage før valget.

Her koordinerede DR Fyn og TV 2/Fyn debatmødernes rækkefølge, tidspunkter og kontakt til politikere. DR Fyn bidrog med både lydudstyr og kontakt til tidligere DR-lydproducer, som TV 2/Fyn kunne bruge og hyre til produktionen undervejs. Samarbejdet forløb her som det plejer: Tæt, tillidsfuldt og med respekt for hinandens forskelligheder.

Både DR Fyn og P4 har også i 2018 ønsker om at fortsætte det nære samarbejde.

3.2.6 Syddansk Universitet

SDU, hvor TV 2/Fyn også i både 2014, 2015 og 2016 samarbejdede med især Center for Journalistik om en række konkrete projekter, blev en central partner i 2017. Dels fortsat med deltagelse i universitetets Mediacamp, hvor fem gymnasieklasser i en uge arbejdede med journalistik med TV 2/Fyn-redaktører i dommerpanel og med dækning. Men i høj grad også i forbindelse med unge-projektet "Stem'rne", hvor SDU bidrog kraftigt i hele optaktsfasen, undervejs i selve kampagnen og i den efterfølgende, akademiske afrapportering, der i 2018 vil udmønte sig i vigtig viden til gavn for den samlede medie verden i Danmark.

SDU var samtidig initiativtager til "Et sundere Fyn", som er det første, store "Citizen Science"-projekt i Europa, hvor borgere aktivt involveres i svære, videnskabelige beslutninger som at vælge mellem fem forskellige sundhedsprojekter, der skal forskes i. TV 2/Fyn – og Odense Universitets-

hospital – var partnere i projektet, som kulminerede i maj, efter at 12.000 brugere havde stemt via tv2fyn.dk og efter journalistisk præsentation af de fem projekter.

Samarbejdet med SDU fortsætter i 2018 med nye, udviklende projekter – til gavn for både TV 2/Fyns journalistik og for udviklingen i den fynske region.

3.2.7 Øvrige

TV 2/Fyn samarbejder løbende med en lang række aktører inden for det fynske erhvervs-, kultur- og politiske liv. Især om live-dækning af diverse begivenheder så som jobmesse, kulturfestivaler og i 2017 især omkring lokalpolitik i forbindelse med kommunalvalget.

Her blev nye samarbejdspartnere føjet på listen. For eksempel de 16 fynske gymnasier, der alle tog aktivt del i "Stem'rne"-kampagnen – og hvor syv af dem lagde skoler til både "Stem'ernes" eget debatmøde og den traditionelle valgdebat senere samme dag. Også kommunernes valgsekretariater og borgmesterkontorer var behjælpelige undervejs i valgefteråret med megen praktik og logistik, hvad der var med til at føre TV 2/Fyns overordnede dækning i mål.

Samarbejdet med de mange aktører bliver udbygget i 2018. Ikke mindst i forbindelse med, at TV 2/Fyn her fortsætter arbejdet med de to strategiprojekter, folketjenesten og ungdomsredaktionen.

3.2.8 TV 2-regionerne (redaktionelt, administrativt og digitalt): Indhold

TV 2/Fyn arbejdede året igennem tæt sammen med de øvrige TV 2-regioner – især i forbindelse med dækningen af kommunalvalget.

I 2017 var de største samarbejdsprojekter:

- Opbygningen af den fælles digitale database med samtlige kandidater til både kommunal- og regionrådsvalg og den fælles kandidattest.
- Det fælles "Unge stemmer"-projekt, der udkom under navnet "Opstemt" på digitale og sociale medieplatforme i november.
- Dækningen af regionsrådsvalget i Region Syddanmark, hvor TV 2/Fyn og TV Syd delte opgaverne og udvekslede diverse historier undervejs.
- Udviklingen af Så'Danmark, produceret af den private producent, STV, i TV 2/Fyns studier fra januar – og med TV 2/Fyn som kontakteredaktion til de øvrige regioner.

Derudover samarbejdede TV 2/Fyn med alle andre regioner om en række, relevante live-sendinger fra Folkemødet 2017 på Bornholm, "Smart-parat-svar"-finalen for 6. klassers videns-dyst, produceret af TV 2/Bornholm, fra Odense, DM i Skills og senere DGIs Landsstævne fra Aalborg produceret af TV 2/Nord, middelalderdyst i Spøttrup, produceret af TV Midt-Vest og andre lignende satsninger.

TV 2-regionerne: Administrativt

På en lang række områder deltog TV 2/Fyn også i andre tværgående samarbejder med de øvrige TV 2-regioner. For eksempel på det juridisk/økonomiske område med at få udarbejdet en fælles

kontoplan og økonomisystem efter nye krav fra Kulturministeriet, med arbejde om den nye, kommende persondatalov og med andre projekter.

De bygger alle videre på den omfattende redegørelse fra 2013, der i december 2013 blev afleveret til Kulturministeriet om nye samarbejdsmuligheder, især inden for teknik, økonomi og administration.

TV 2-regionerne: Digitalt

TV 2/Fyn samarbejder fortsat med seks andre TV 2-regioner om den fællesregionale onlineplatform, forkortet "FROP", som danner ramme om de syv TV 2-regioners digitale Content Management System – og i praksis al digital udvikling.

FROP-samarbejdet udviklede sig også i 2017 markant og omfatter fælles udvikling og drift af hjemmesider, AMP-artikler, database-løsning, videoplatform, nyhedsapps, play apps, statistik og analyse, efteruddannelse samt omfattende redaktionel koordinering og sparring på tværs af de deltagende regioner.

Som konsekvens af det øgede samarbejde besluttede de deltagende regioner i 2017 at styrke organisationen omkring den fælles regionale platform ved at ansætte en digital udviklingschef, nyhedsredaktør Bjørn Olsen fra TV Syd, til at lede projektet på tværs af regionerne. TV Syds og TV 2/Fyns direktør er fast bindeled for hele FROP-satsningen på vegne af de deltagende TV 2-regioner.

Takket være samarbejdet har TV 2/Fyn og de øvrige deltagende regioner en ekstrem kosteffektiv udvikling og drift på hele onlineområdet, som understøtter en optimal brug af licensmidlerne samtidig med, at det sikrer en kvalitet i onlineformidlingen, der lever op til de højeste standarder på området. Blandt nyskabelserne i 2017 var bl.a. det visuelt attraktive webdoc-format.

Blandt nyskabelserne i 2017 var den fælles lancering af en ny, moderne nyhedsapp. Med nyhedsappen introducerede vi som de første i Danmark muligheden for, at brugeren selv kan personalisere sin nyhedsapp og følge lige netop de emner, som han/hun er interesseret i. En feature, der siden er blevet taget i brug af andre danske medier.

Også under kommunalvalget var det digitale samarbejde meget frugtbart. TV 2-regionerne indledte et samarbejde med dataleverandøren Paqle, som på regionernes vegne indsamlede værdifuld viden om de mere end 10.000 kandidater, der var opstillet til kommunal- og regionsrådsvalget. Dette samarbejde muliggjorde endnu et samarbejde med TV 2 og Megafon om en fælles kandidattest, som for første gang nogensinde tog hensyn til helt lokale problemstillinger.

Synergierne er ikke til at tage fejl af. Den fælles kandidattest nåede alene på TV 2-regionernes hjemmesider mere end en halv million sidevisninger – på TV 2/Fyns alene næsten 100.000 - og den bidrog positivt til øget interesse for politikernes profilsider.

Paqle- og TV 2-samarbejdet fortsætter i FROP-regi i 2018 med videreførelse af modellen til det kommende folketingsvalg, senest i sommeren 2019.

Kapitel 3.3 Entreprise-produktioner

3.3.1 Generelt

Efter at TV 2/Fyn i 2016 i sin Strategi 2016-2018 definitivt gik i retning af en rendyrket public service classic-indholdslinje har den eksterne produktion til TV 2/Fyns platforme ændret væsentlig karakter i forhold til for nogle år siden.

Al egenproduceret indhold - på både tv og digitale platforme – opfylder selve formålsparagraffen i public service-kontrakten, som lyder: *"TV 2/Fyn skal producere nyheds- og aktualitetsprogrammer omfattende kultur, oplysning og underholdning samt nyheds- og aktualitetstjenester"*.

Den fornyede flade på 24-timers kanalen betyder, at TV 2/Fyn Nyhedskanalen primært består af nyhedsshowet 17til20, der på alle hverdage fletter både nyheder og aktualitetsbårne live-indslag sammen i én sammenhængende *flow news*-flade, som minder meget om TV 2 News på nationalt plan. Samtidig er alle vinduer på TV 2 rendyrkede nyhedsudsendelser på klassisk vis.

Indholdet på kanalen er altså *både "nyheder" og "aktualitet"*. Plus det indhold, der lægger sig midt imellem disse definitioner, jf. Radio- og tv-nævnets enkle og i øvrigt godt dækkende betegnelser:

- *Nyheder: Oversigtsudsendelser i formatet bulletiner omhandlende nyheder af alle emner, udvalgt efter journalistisk vurdering, inklusive trafik, vejr og sport.*
- *Aktualitet: Programmer i formaterne bulletiner, magasiner, kommenterede begivenheder eller dokumentarer. Aktualitetsprogrammerne skal indholdsmæssigt omfatte samfundsmæssig information.*

Da "TV 2/Fyn er uafhængig af økonomiske, kommercielle og politiske interesser", som der står i allerførste sætning i formålsparagraffen i public service-kontrakten, leveres nyheds- og aktualitetsindholdet af TV 2/Fyns egen redaktion – og altså ikke af "øvrige producenter". Uafhængig og fri journalistik skal leveres af en uafhængig og fri redaktion uden nogen former for kommercielle interesser.

Derfor producerer hele TV 2/Fyns redaktion i dag nyheder og aktualitet. Og kun det. De medarbejdere, der tidligere lavede "programmer", er enten omskolet eller stoppet på TV 2/Fyn. Vi har ganske enkelt ikke disse programformater længere og vil heller ikke få dem igen.

I 2017 medførte denne "rene" nyheds- og aktualitetslinje, at der ikke længere blev sendt "ikke-nyheder" eller "ikke-aktualitets-programmer på TV 2/FYN.

3.3.2 Eksterne producenter

Opdelingen i "nyhedsudsendelser" og "programmer" eksisterer altså i praksis ikke længere på TV 2/Fyn Nyhedskanalen. Eneste faste undtagelse i 2017 er det tværregionale reportageprogram Så'Danmark, som fra januar 2017 er blevet produceret af den private producent STV for TV 2/Fyn og de øvrige TV 2-regioner. Denne nyskabelse erstattede programmet "Danmark Rundt", som TV 2/Østjylland havde produceret i et år (før dem TV 2/Fyn).

Dermed kunne alle TV 2-regioner både forny programmet og samtidig udlægge sin største, fælles tv-produktion til en ekstern producent til gavn for både det private produktionsmiljø og for at konkurrenceudsætte sin egen produktion, både pris- og kvalitetsmæssigt. STV-produktionen blev udvalgt for en to-årig periode efter en budrunde, hvor STV bød på opgaven sammen med TV 2/Fyn med et projekt, hvor Så'Danmark produceres i TV 2/Fyns studier og med TV 2/Fyn som udførende redaktion.

I forberedelsesarbejdet med Så'Danmark blev der bevidst lagt vægt på, at det nye program så tydeligt som muligt skulle adskille sig fra både "Danmark Rundt" og de enkelte TV 2-regioners nyhedsudsendelser. Samtidig var det et bevidst valg netop for at øge produktionen via eksterne producenter, at STV blev valgt som producent. Derfor er indholdsvægten i programmet netop lagt på "ikke-nyheder" og "ikke-aktualitet", hvilket derfor afspejler det samlede indhold og stil. Så'Danmark udkommer med programmer seks dage om ugen, 300 dage om året.

Andre eksterne producenter bidrog også til TV 2/Fyns samlede produktion i 2017. Eksempelvis under musik- og kulturfestivalerne Heartland og Tinderbox og under både den tværregionale/nationale og TV 2/Fyn-regionale ungdomskampagne i forbindelse med kommunalvalget, hvor Metronome, Mjaaland og Brix Film stod for hele eller dele af produktionen med "Opstemt" og "Stem'rne". Alle eksterne producenter som STV er uafhængig af tv-foretagender som foreskrevet i public service-kontrakten.

Da stort set alt andet indhold på TV 2/Fyns flader netop er nyheder og aktualitet, opfylder TV 2/FYN dermed til fulde public service-kontraktens generelle udlægningskrav om 1/3 køb hos eksterne producenter med programmer, der ikke er nyheder, aktualitet etc. De eksterne producenter stod således for i alt ca. 83 procent af de samlede "ikke-nyheder"- "ikke aktuelle" sendinger i 2017.

3.3.3 "Producenternes Dag" og "pitchdag"

I henhold til public service-kontrakten har TV 2/Fyn afholdt både "Producenternes Dag" og "pitchdag" i 2017. "Producenternes dag" blev afholdt 11. december og pitchdagen samme dag. Det skete efter forudgående invitation til alle relevante producenter i den fynske region. To producenter deltog og de efterfølgende pitches aftaltes til at foregå separat senere.

På mødet blev TV 2/Fyns strategi og overordnede nyhedslinje præsenteret og planerne om især co-produktioner, hvor eksterne producenter leverer indhold, som TV 2/Fyn selv kan bearbejde til flere platforme, blev vendt og idéudviklet.

TV 2/Fyn vil i 2018 fortsætte sit samarbejde med regionens eksterne producenter til fortsat fornyelse.

Kapitel 4: Specifikke public service-forpligtelser

4.1 Generelt

TV 2/Fyn har samlet set et meget varieret og alsidigt indhold på sine platforme.

TV 2/Fyns redaktionelle linje er en grundig nyhedsformidling, som drives efter klassiske, journalistiske principper – nu i tilrettet og redefineret form, som er beskrevet andetsteds i denne public service-redegørelse.

Troværdighed er en af de væsentligste værdier i det daglige journalistiske arbejde, og derfor er det tilfredsstillende, at TV 2/Fyn i en A&B-analyse fra november-december 2017 generelt vægtes som mediet med de mest troværdige, fynske nyheder. Her svarer 51 procent på TV 2/Fyn, mens Fyens Stiftstidende vægtes næsthøjest med 34 procent.

Bilag:

A&B Analyse bagest i denne redegørelse.

4.2 Nyheds- og aktualitetsprogrammer

TV 2/Fyns nyhedsdækning er tidligere beskrevet og konkretiseres i Kapitel 7 og 8.

4.3 Beskyttelse af børn

TV 2/Fyn er opmærksom på, at der kan være mange børn, der ser programmerne, specielt udsendelsen kl. 19.30.

Der vises ikke pornografiske billeder i programmerne, og TV 2/Fyns redaktionelle ledelse sikrer, at der ikke forekommer billeder, der kan skade mindreåriges fysiske, psykiske eller moralske udvikling. I enkelte tilfælde advares der imod billeder, der kan virke voldsomme eller stødende.

På samme måde er der skærpet opmærksomhed på TV 2/Fyns øvrige platforme, også de digitale og sociale.

4.4 Kunst og kultur

TV 2/Fyn har siden 2013 haft en selvstændig fagredaktion med ansvar for dækningen af kulturområdet, og redaktionen er fortsat en af de bærende bidragsydere til den daglige nyhedsproduktion på TV 2/FYN. Kulturredaktionen er bemandet med et fast team, der udelukkende har kunst og kultur som stofområde.

Fagredaktionen arbejder med nyheder og aktualitet på samme måde som på de øvrige journalistiske stofområder. Det betyder, at dækningen af kulturområdet ikke kun er begivenheds- eller oplevelsesorienteret og rettet mod kunstarterne. Kulturdækningen er baseret på journalistiske nyhedskriterier, hvor samfundsrelevans og nyhedsværdi er bærende, og hvor der også stilles kritiske spørgsmål på vegne af borgerne.

Blandt årets væsentligste nyhedshistorier var blandt andet en stædig fastholden i forskellene i de statslige tilskud til museer, hvor hovedstadens museer modtager langt højere tilskud end tilsvarende institutioner i provinsen. Et vigtigt emne, der har været medvirkende til en national, politisk diskussion, der er aktualiseret af den kommende reform af museernes offentlige tilskud.

I 2017 blev kulturredaktionens dækning udvidet markant med etablering af det ugentlige nyhedsmagasin Kulturambassadørerne, hvor TV 2/Fyn har påtaget sig en aktiv rolle i kultur-

debatten i tæt samarbejde med en række aktører, institutioner og kunstnere.

Kulturambassadørerne samler hver fredag op på nyhedsstrømmen på kulturområdet, anbefaler fynske kulturoplevelser, og debatterer aktuelle kulturnyheder. Ambassadørerne er engagerede kulturpersoner fra den fynske region, de brænder for kunst og kultur, og tør sige deres ærlige mening.

Nyhedsmagasinet sendes direkte hver fredag på tv med en varighed på cirka 20 minutter, og formidles digitalt på web og Facebook. Det nye magasin har fra starten haft stor gennemslagskraft og opfylder fire væsentlige mål: Formidling af regionale kulturbegivenheder, inspiration via de to kulturambassadører, som repræsenterer hver sit fagområde og geografiske område, debat om aktuelle emner og problemstillinger på kulturområdet, samt samfundsmæssig perspektivering af udvalgte nyhedshistorier.

Kulturambassadørerne har betydet en yderligere styrkelse af TV 2/Fyns samarbejde med og bidrag til et meget stort og bredt funderet netværk af institutioner og enkeltpersoner i den fynske region, konkret i forbindelse med eksempelvis magasinet Institut for Kulturvidenskab og Litteratur på Syddansk Universitet, Faaborg-Midtfyn Bibliotekerne, BaggaardTeatret i Svendborg, Museum Vestfyn i Assens, Kulturregion Fyn og mange andre institutioner, men også enkeltpersoner, debattører, kunstnere og private kulturaktører.

I arbejdet med nyhedsmagasinet Kulturambassadørerne rammer TV 2/Fyn i særlig grad public service-kravet om at styrke formidlingen af kunst og kultur, samt dækningen af kulturlivet i det regionale område. I forbindelse med styrkelsen kan der i øvrigt som ekstra gevinst konstateres en stigende interesse for at samarbejde med TV 2/Fyn i forbindelse med offentlige borgermøder, debatmøder og lignende, hvor kulturredaktionens fagredaktør stilles til rådighed som ordstyrer, vært eller facilitator, og som medlem af diverse advisory boards, fagråd og lignende.

I 2017 har TV 2/Fyn været involveret i en lang række fynske kulturbegivenheder af stor offentlig interesse, både regionalt og nationalt, eksempelvis de store fynske festivaler Tinderbox Festival, Heartland Festival, H. C. Andersen Festivals, Spoken Word Festival, Harry Potter Festival, og Odense International Film Festival, hvor TV 2/Fyn i forbindelse med den sidstnævnte påtager sig en særlig rolle ved at stå for uddelingen af en publikumspris.

Blandt højdepunkterne i 2017 var desuden en massiv dækning af åbningen af Odenses nye musik- og teaterhus, Odeon, hvor TV 2/Fyn både live-dækkede hele optakten og dronning Margrethes ankomst og derefter live-transmitterede hele åbningsshowet på TV 2/Fyn Nyhedskanalen en fredag maj-aften kl. 20.00. Året sluttede på lignende vis med to timers live-dækning, da Odense By markerede 150-års dagen for H.C. Andersens æresborgerskab med et stort show på Flakhaven i byens centrum og tale af kronprins Frederik.

At kulturstoffet er et absolut højprioritetsområde på TV 2/Fyn ses af en statistik over samtlige nyhedsindslag i TV 2-vinduerne. Ud af i alt 2.617 historier handlede 482 om kultur, godt 18 procent, kun overgået af de 495 samfundshistorier.

I 2018 bliver Kulturredaktionen omdrejningspunkt for en forstærket "folketjeneste"-indsats med endnu flere udadvendte og involverende aktiviteter med det fynske folk.

Bilag:

Artikler og indslag på TV 2/Fyn i 2017.

4.5 Øvrige stofområder

Ud over kulturredaktionen har TV 2/Fyn tre andre, faste fagredaktioner:

- Samfundsredaktionen, som den hidtidige, politiske redaktion blev omdøbt til, fordi stofområdefeltet blev udvidet med mere alment nyhedsstof og ny redaktør.
- Erhvervsredaktionen, som i 2017 var helt integreret efter oprettelsen året før.
- Digital redaktion, som fra september blev etableret som et selvstændigt team med fokus på digitale og sociale medieplatforme og egen redaktør.

Fagredaktionernes primære opgave er selv at vælge og prioritere nyhedshistorier, så TV 2/Fyn i så høj grad som muligt selv sætter dagsordenen, skaber debat og går tæt på i det fynske mediebillede. Det sker dagligt på grund af egne kilder, egne ideer og dyb indsigt inden for stofområdet i en levende redaktion, hvor der ofte arbejdes på tværs af grupperne.

Op til og under kommunalvalget i efteråret blev grænserne mellem fagredaktionerne mere eller mindre opløst, så alle arbejdede som én fælles valgredaktion. Konkret blev 10 journalister knyttet til de 10 fynske kommuner, så bedst mulig og mest kontinuerlig dækning i valgkampen blev opnået.

I 2018 fortsætter ordningen med "kommune"-reporterne, selv om reporterne nu er tilbage i hver deres fagredaktioner igen.

4.6 Samarbejde om dækning af grænseområder

Ved kommunalreformen i 2007 blev TV 2/Fyns dækningsområde ikke påvirket. Der er nu ti fynske kommuner i det samme geografiske område – nemlig det tidligere Fyns Amt. Eneste ændring er, at Fyn nu er en del af Region Syddanmark, hvor regionsrådet har sit hovedsæde i Vejle, der geografisk hører under TV Syds område.

Dækningen af eksempelvis regionalt stof foregår lejlighedsvis i samarbejde med TV Syd, men i praksis ofte hver for sig, fordi den journalistiske vinkling ofte tager hver sit geografiske afsæt for henholdsvis Fyn og Syd- og Sønderjylland.

Under valgkampen til regionsrådet i Region Syddanmark i efteråret samarbejdede TV 2/Fyn og TV Syd både om afholdelse af fælles valgdebattmøde, borgmesterduel og om dækningen af selve valgaftenen.

Kapitel 5: Betjening af handicappede

5.1. Generelt

TV 2/Fyn arbejder konstant med at holde vores udstyr opdateret med nyeste teknologi – også med "tale-til-tekst"-systemet, der sikrer tekstning af nyhedsudsendelserne for hørehæmmede.

TV 2/Fyn har siden 1. oktober 2010 givet seerne mulighed for at få tekster på skærmen, der gengiver, hvad der bliver sagt i 19.30-udsendelsen på alle hverdage. Funktionen er et tilbud specielt til hørehæmmede.

Tale-til-tekst er et talegenkendelsesprogram og er det samme, som anvendes på DR, TV 2 DANMARK og de øvrige TV 2-regioner.

Tale-til-tekst fungerer således, at en såkaldt respeaker simultant gentager ordene fra studievært og indslag. En computer oversætter respeakers tale til tekst, der udsendes som undertekster på tekst-tv side 399.

Gennem hele året er hovedudsendelsen kl. 19.30 blevet tekstet mandag-fredag. Desuden live-tekstede TV 2/Fyn hele valgaftenen under KV17 i november. De få tilbagemeldinger, vi får på tale-til-tekst tilbuddet, er positive.

Talegenkendelsesprogrammet virker efter omstændighederne tilfredsstillende, men ikke uden fejl. Hver enkelt respeaker skal indtale op mod 70 timers tale, før talegenkendelsesprogrammet kan genkende respeakers stemme og udtale ordene ordentligt, ligesom hver respeaker jævnligt skal opdatere programmet med nye navne, ord og vendinger.

På TV 2/Fyn varetager fire eksterne respeakere funktionen på skift.

Andelen af web-telegrammer er steget væsentligt i 2017, samtidig med at alle videoer på sociale medieplatforme nu er tekstet. Denne udvikling vil fortsætte i 2018.

Kapitel 6: Dansk sprog og europæiske programmer

6.1 Sprogpolitik

Til stadighed arbejdes der med at holde fast i, at sproget er korrekt og dynamisk, sådan som det fremtræder på TV 2/Fyns to hovedplatforme, tv og internet. I det daglige er sprogbrugen altid genstand for efterkritik, og konstateres der for eksempel fejl på hjemmesidens tekstdel, rettes det omgående.

I den løbende efterkritik af tv-indslagene er sproget hyppigt til debat, således at den sproglige bevidsthed fastholdes på et højt niveau. Også skriftlige fejl i "bundter" eller grafiske tekster arbejdes der løbende på at undgå, og punktet er til løbende efterkritik, så det høje niveau fastholdes.

Alle TV 2/Fyns studieværter er i fast træningsprogram med TV 2 DANMARKs værtscoach, hvor formidling af dansk sprog er et væsentligt punkt. Det samme er nyansatte, praktikanter og andre, der speaker indslag, så TV 2/Fyns høje niveau opretholdes.

6.2 Europæiske programmer

Alle TV 2/Fyns programmer var i 2017 danske – og dermed europæiske. Som det fremgår af afsnittet om entreprisproduktioner i denne redegørelse, var alle TV 2/Fyns programmer i 2017 nyheds- og aktualitetsbaserede. Dermed opfylder TV 2/Fyn som udgangspunkt public service-kontraktens krav, da vi ganske enkelt ikke har "ikke-nyheder", "ikke-sport", "ikke-konkurrencer" etc. i fladerne længere.

Ud over den rullende, daglige nyhedsdækning på TV 2/Fyns 24-timers kanal sendte TV 2/Fyn desuden i alt godt 55 timers live-baseret eller "nyheds- eller aktualitets"-baseret stof på 24-timers kanalen. Dette var fra kulturbegivenheder som Heartland, Tinderbox, Folketingsåbning, Kulturmøde på Mors, Sportslørdag, i alt cirka 1 procent af den samlede sendetid. De øvrige 99 procent blev drevet af rene nyheds- og aktualitetsprogrammer, primært nyhedsshowet 17til20 og reportageprogrammet Så'Danmark, som siden januar 2017 blev udlagt til den private producent, STV, til alle TV 2-regioner.

Ved eksempelvis Odeon-åbning, Heartland- og Tinderbox-dækningen arbejdede TV 2/Fyn tæt sammen med de eksterne producenter, der leverede live-signaler fra scenerne på de to kulturbegivenheder. Ud af de cirka 25 timers show-, talk- og musikdækning fra de tre begivenheder udgjorde live-signalerne fra de private producenter i denne "ikke-nyheder"-kategori cirka 15 timer. Dermed udgør festivalsendingernes andel i alt ca. 60 procent, altså langt over den 10 procents grænse, som EU-kravene i public service-kontrakten tilstræber.

Samtidig afløste det ny-konceptuerede reportageprogram Så'Danmark fra januar det traditionsrige "Danmark Rundt", som TV 2/Østjylland hidtil havde produceret til alle TV 2-regioner. Så'Danmark er produceret af den eksterne producent STV, som er uafhængig af tv-foretagender.

Dermed opfylder TV 2/Fyn i 2017 til fulde de europæiske krav.

Kapitel 7: Dialog med befolkningen i regionen

7.1 Generelt

TV 2/Fyn har i sin Strategi 2016-2018 formuleret, at vi ønsker at være "tæt på" det fynske folk, helt bogstaveligt. Det skal ske ved at involvere og engagere sig – tydeligere og mere synligt end før – som en naturlig, aktivistisk del. Og som et fysisk samlingspunkt med alle centrale begivenheder på Fyn.

Dette blev i 2017 konkret omsat med en række initiativer. For eksempel meget tydelig tilstedeværelse ved musik- og kulturfestivalerne Heartland og Tinderbox. Her byggede TV 2/Fyn sin egen træhytte med studie midt på festivalpladserne og sendte midt i folkelivet. På samme vis blev strategiprojektet "Tættere på i det fynske folks tjeneste" skudt i gang. Konkret med de aktivistisk-journalistiske projekter Et sundere Fyn, "Stem'rne" og hele designet for den kommunale

valgkamp. Her var TV 2/Fyn initiativtager og arrangør af i alt 22 valgmøder, fordelt i alle 10 fynske kommuner, som mere end 10.000 fynboer deltog i.

Samtidig holdt TV 2/Fyn åbent hus i januar på stationen, og i 2018 vil den fynske "folketjeneste" udvikle sig endnu mere.

7.2 Repræsentantskabet

TV 2/Fyns repræsentantskab består af 39 medlemmer, der repræsenterer en lang række organisationer og foreninger, herunder også lytter- og seerorganisationer. Selv om der ikke længere lovmæssigt er krav herom, har TV 2/Fyn og repræsentantskabet besluttet at fastholde funktionen som programråd.

Ved hvert møde er der programmæssige oplæg fra ledelsen med debatter til følge. Denne del af repræsentantskabets virksomhed er særdeles væsentlig og til gavnlig inspiration for programvirksomheden.

Ved møderne orienteres der i øvrigt om en række forhold vedrørende driften af TV 2/Fyn.

7.3 Klager

Klager over indslag eller programmer behandles altid af ledelsen på TV 2/Fyn.

Der svares hurtigt på en klage, og det tilstræbes, at der etableres en dialog, som kan fjerne eventuelle misforståelser og som eventuelt kan udvirke en rettelse af faktuelle fejl og lignende. Klagere bliver desuden informeret om muligheden for at indbringe deres klage for Pressenævnet.

TV 2/Fyn får typisk 1-2 kritiske henvendelser om ugen. Enten fra borgere, der ringer eller skriver om en historie, som de mener, er vinklet forkert, har forkerte oplysninger eller ikke burde være bragt. Eller fra professionelle kilder, kommunikationsrådgivere og det politiske miljø, der ville have foretrukket en anden journalistik end, den bragte.

Alle henvendelser tages seriøst, og alle klagere får svar så hurtigt som muligt. TV 2/Fyn tager gerne den løbende dialog med både private borgere og de mere professionelle interessenter. Som regel ender den kritiske henvendelse med en fin debat og en større forståelse hos begge parter.

I forbindelse med valgkampen i efteråret var der kritik og enkelte direkte klager fra især meget små og helt nye borgerlister, der var opstillet. Kritikken gik på, at listernes kandidater ikke fik samme sendetid som eksempelvis borgmestre eller spidskandidater fra andre, mere etablerede partier i kommunalbestyrelser og byråd. Der blev lyttet til kritikken – og svaret, at dækningen efter TV 2/Fyns vurdering var fair og balanceret, fordi alle spidskandidater, også fra de helt nye og små lister, var med i TV 2/Fyns valgdebatter, kunne deltage i TV 2/Fyns digitale valgsider etc.

I 2017 havde TV 2/FYN ingen klagesager ved Pressenævnet.

7.4 Dialog via sociale medier

TV 2/FYN er aktiv på de sociale medier og har egen profil på Facebook og Twitter.

På Facebook er TV 2/FYN vokset år for år i antallet af følgere: I 2013 var der over 5.500 fynboer, som havde "liked" stationen. I løbet af 2014 steg dette tal til godt 9.000. I 2015 nåede tallet næsten 17.000. I 2016 var tallet vokset til 32.000, mens 40.000 fulgte TV 2/Fyn ved udgangen af 2017.

Her bliver der dagligt lagt forskellige nyheder, opslag og efterlysninger ud, og mange fynboer kommer med tip, spørgsmål og redaktionelle henvendelser via Facebook. Desuden blev Facebook flittigt brugt til debat og kommentarer under den fynske valgkamp.

Facebook som platform for debat og dialog med den fynske befolkning var et centralt punkt i TV 2/Fyns nye strategi for 2016-2018, og udviklingen på de sociale medier vil blive udbygget i de kommende år. Dette sker med de begrænsninger, som den amerikanske tech-gigant lægger ind i sine algoritmer, hvilket gør det vanskeligt at lave langsigtede udviklingsplaner.

7.5 Åbent hus, rundvisninger etc.

TV 2/Fyn holdt i januar Åbent hus fra kl. 10.00-13.00 en lørdag, hvor fynboerne kunne opleve en redaktion på arbejde – alle tre timer blev livedækket på TV 2/Fyn Nyhedskanalen – deltagte som publikum i en række debatter og høre om den nødvendige teknik.

Dagen var meget velarrangeret, TV 2/Fyn fik megen positiv feedback for både dagen og stationens almindelige virke, inklusive tips til historier, som vi burde dække mere af.

Året igennem er der desuden rundvisninger fra diverse foreninger, der ønsker at se stationen og høre om TV 2/Fyn.

Kapitel 8: Tilgængeliggørelse af public service-indhold

8.1 Generelt

I 2017 var der gennem hele året en løbende implementering i bedst muligt at koble mediehusets fire platforme sammen til en fælles nyhedsmaskine, så de enkelte historier blev publiceret på mindst to af TV 2/Fyns fire medieplatforme – og de fire, højst prioriterede på alle fire platforme.

Nyhedsjournalistik fra TV 2/Fyn udkommer derfor konsekvent nu på tværs af hjemmeside, TV 2-vinduer, TV 2/Fyn Nyhedskanalen og Facebook for dermed at ramme fynboerne, der hvor de er, og på de tidspunkter og platforme, der passer dem.

Dermed blev kvaliteten i vinduerne i TV 2-sendebladen også styrket, dels på grund af klarere, rene prioriteringer, og dels på grund af flere kilder, bedre billeder og flere planlagte historier, der målbevidst var prioriteret til at sætte dagsorden, skabe debat og komme tæt på i sin fortælleform.

8.2 Nyhedshistorier i 2017

Blandt de hundredevis af nyhedshistorier i løbet af året skal der her fremhæves fire særlige, der alle blev nomineret til forskellige journalistiske priser for deres særlige indhold:

- Udsatte fynboer, der tvinges i kommunale resurseforløb: En case-båren serie, hvor syge, svage og svækkede borgere tvinges i arbejdsprøvningsforløb over en årrække, fordi det nu er meget dyrt for kommuner på grund af nye refusionsregler fra staten at tildele folk førtidspension. Blandt de mest opsigtsvækkende var historien om en alkoholiker, som Odense Kommune sendte i jobtilbud på et værtshus. Serien blev nomineret til Spadestiksprisen, som er Danmarks største journalistpris for lokale og regionale medier.
- Et sundere Fyn: Et nyskabende konstruktiv-aktivistisk projekt, hvor TV 2/Fyn sammen med Syddansk Universitet og Odense Universitetshospital engagerede fynboerne i at medvirke til et virkeligt valg mellem fem konkrete forskningsprojekter inden for sundhedsområdet. Kampagnen blev publiceret på alle medieplatforme, mens de fem forskningsprojekter blev præsenteret i 19.30-udsendelsen i den sidste uge af april. Før vinderen blev fundet ved en stor event i Svendborg den efterfølgende mandag. Kampagnen er indstillet til den europæiske CIRCOM-pris i 2018.
- "Stem'rne": Et demokrati- og medieprojekt rettet mod unge vælgere med TV 2/Fyn i tæt samarbejde med de øvrige fynske mediehus, DR, TV 2 og SDU som medpartnere under den kommunale valgkamp. TV 2-vinduerne blev under kampagnens sidste uger brugt som ramme for nyhedshistorier med relevante emner for unge, sådan at også de kom på den kommunale valgkampsdagsorden. "Stem'rne" blev indstillet til Cavlingprisen for sin nyskabende tilgang for at ramme unge mediebrugere.

8.3 Nye formater

I hele 2017 holdt vi i TV 2-vinduerne kl. 19.30 fast i de nyudviklede formater, der blev sat i gang i november året før i forbindelse med de første konkrete projekter i forbindelse med Strategi 2016-2018.

Her blev især 19.30-vinduet strammet op i nyt studie med fast brug af bagskærme, fire bærende tophistorier, cross-promotion til øvrige medieplatforme, studiegæster eller live-gennemstillinger hver aften for at styrke nyheds- og aktualitetspuls.

Under valgkampen i efteråret blev 19.30-udsendelsen i ugerne op til valgdatoen næsten 100 procent fokuseret på valget. Det skete skematisk med fuld fokus på én kommune hver aften i de 10 hverdage i uge 45 og 46. Et af de faste formater var "Velkommen til virkeligheden", hvor et særligt tema fra en kommune var på dagsordenen – og hvor to forskellige politikere i indslaget blev konfronteret med borgere, der var direkte berørte af problemet.

Flere af de nye formater fra valgkampen bliver i 2018 tilpasset nyhedsdækningen, så de kan benyttes i den almindelige dækning.

8.4 Kommunalvalget 2017 – og aftenen

Overordnet set var "KV17" den mest omfattende, mest gennearbejdede og bedst udførte kampagne i TV 2/Fyns historie. Den samlede dækning var en snorlige forlængelse af både Strategi 2016-2018, TV 2/Fyns allerede eksisterende journalistik, og hvad et public service-medies opgave er i et demokrati. Dette "højere mål" er vigtigt for alle journalister – og for seere og brugere, som klart noterede sig sagligheden og oplysningen i TV 2/Fyns samlede dækning.

KV17-kampagnen var helt fra begyndelsen i marts-april 2017 tænkt i direkte udgangspunkt fra de tre værdier, som er defineret i TV 2/Fyns Strategi 2016-2018:

- *Vi sætter dagsorden*
Konkret: "Velkommen til virkeligheden", "10 minutter" og de øvrige formater viste, at det var TV 2/Fyns emner, der blev taget op i hver af de 10 kommuner.
- *Vi skaber debat*
Konkret: 10 x 2 debatmøder i hver af de 10 fynske kommuner og konstant vinkling på forskellige holdninger i indslag og artikler. Plus 11 afsluttende borgmesterdueller to dage før valget i Odeon.
- *Vi er tæt på*
Konkret: TV 2/Fyn var ude i alle 10 kommuner, og vi vinklede også på nære emner og på mennesker. For eksempel i "Velkommen-til-virkeligheden"-formatet, men også i de enkelte kommuneindslag og i marketingkampagnen.

Det fjerde ben var selve kernen i enhver valgkampagne: Nemlig "den demokratiske kontrakt", som et medie skal indtage mellem vælgerne og politikerne. Konkret ved faktisk at oplyse, hvilke lister, partier og kandidater, der stiller op. Hvad de står for, hvordan de ser ud etc. Dette blev konkretiseret, ikke mindst digitalt, hvor kommunesider, kandidattest og kandidatpræsentation blev præsenteret på absolut topniveau.

Den vigtigste prioritering var at præsentere én kommune pr. dag i uge 44-45 op til valgdagen i uge 46. I praksis betød det meget omfattende indhold: "Stem'rne"-debatmøde, TV 2/Fyn-debatmøde, små, korte marketingfilm på Facebook, "Velkommen-til-virkeligheden", "kommune-historien" og borgmesterduellen som bærende elementer – en omfattende dækning på alle platforme i et døgn tid, før næste kommune tog over.

Dette sikrede tre ting:

- At seere og brugere oplevede en stor, markant og tydelig satsning på KV17, som en event, som TV 2/Fyn investerede al sin kraft i.
- At TV 2/Fyn fastholdt en public service-linje om at dække hele Fyn, og dermed gjorde valgkampen i alle 10 kommuner relevant. Ikke mindst fordi de bærende, lokale case-bårede historier alle havde det generelle lag, der gjorde dem interessante for seere og brugere uden for den pågældende kommune.
- At vi med "en kommune pr. dag" kunne dække både "Stem'rne" og TV 2/Fyn-debatmødet samme sted, samme dag, fordi de foregik på to forskellige tidspunkter.

På selve valgaftenen samlede TV 2/Fyn, der sendte både på TV 2s hovedkanal og sin egen nyhedskanal, 47 procent af seerne. Det skete via en mere end otte timer lang livedækning fra sidst på eftermiddagen og frem til klokken 01.18 natten til onsdag. Det var samlet næsten fire gange så

mange seere som på DR1 med 13 procent, mens TV 2 News aftenen igennem blev fulgt af to procent af tv-seerne på Fyn.

Fra klokken 21.30-23.00 lå de samlede, fynske seertal konstant omkring 110.000-120.000, hvoraf 85.000-95.000 fulgte TV 2/Fyns dækning. Klokken 22.05 var der allerflest seere, da 125.000 fulgte med i dramaerne på de fynske rådhus: Her så 104.000 - 59 procent af fynboerne med et tv tændt -TV 2/Fyn, mens 22.000 fynboer, 13 procent, så DR1. Aftenen igennem havde TV 2/Fyn Nyhedskanalen flere seere end TV 2 News. Fra midnat og frem til valget i Odense var afgjort klokken 01.15 passerede TV 2/Fyns egen nyhedskanal såmænd både DR1 og TV 2. TV 2/Fyn Nyhedskanalen var den mest sete tv-kanal i nattetimerne. Her fulgte 20.000-30.000 med og så, at Alternativet til allersidst fik et mandat i Odense Byråd, da stemmerne fra valgstedet Skulkenborg var optalt.

Samlet set var TV 2/Fyn den af de otte TV 2-regioner, der på TV 2 havde den højeste, samlede share: Gennemsnitligt 43 procent af seerne aftenen igennem fra klokken 18.00-02.00. Lægger man seertallene fra de regionale kanaler til, havde TV 2/Nord (52 procent) og TV Midt-Vest (49 procent) samlet allerflest regionale seere i Danmark. TV 2/Fyn (47 procent) var dermed samlet den tredje mest sete TV 2-region på tv.

Den udvidede sendetid i TV 2-vinduerne i de sene aftenudsendelser blev primært brugt til borgmesterdueller med de to umiddelbare og mest sandsynlige borgmestere i de 10 kommuner og regionsrådet.

8.5 Beredskab

TV 2/Fyn udsender meddelelser af beredskabsmæssig betydning til befolkningen, når der er behov. Det skete eksempelvis i forbindelse med stormfloden i det sydfynske øhav i januar 2017. Informationen går via nyligt opdaterede varslingsaftaler med Rigspolitiet og Beredskabsstyrelsen.

Konkret bliver beredskabsmeddelelserne publiceret på alle TV 2/Fyns platforme – både via crawl i bunden af skærmen, online og også i stigende grad som "push-besked" via mobil. Plus som oplæste indslag på tv, så befolkningen får oplysningerne klart og tydeligt.

Systemet fungerer også under strømsvigt: TV 2/Fyn har egen dieselgenerator, som kan holde stationen kørende med egen el-produktion i en akutsituation.

8.6 Arkiver

TV 2/FYN har bevaret samtlige udsendelser siden stationens start i 1989. Frem til maj 2003 eksisterer udsendelserne på analoge bånd. Fra maj 2003 og frem til januar 2013 eksisterer de på digitale bånd, og fra januar 2013 eksisterer de på servere i TV 2/Fyns digitale arkiv.

Indtil videre har det ikke været hverken økonomisk realistisk eller teknisk fornuftigt at iværksætte en overførsel af dette omfattende materiale til et digitalt lagringsmedie. Det vil være en uhyre arbejdskrævende opgave, fordi båndene skal overspilles i realtime, og fordi der vil være et stort indtastningsarbejde af metadata uden hvilke, arkivet vil være uanvendeligt. De digitale lagringsmedier falder hele tiden i pris samtidig med, at de tekniske standarder hele tiden forbedres. Derfor vurderes det endnu at være for tidligt at sætte denne proces i gang.

TV 2/Fyns udsendelser blev indtil 2006 pligtafleveret til Statens Mediesamling. Efter en ny pligtafleveringslov blev dette ændret, således at kun tre af de regionale TV 2-virksomheders programmer opbevares hos Statens Mediesamling, mens de øvrige kun bevares for en enkelt uge om året, for TV 2/Fyns vedkommende hvert år uge 46.

Befolkningen og forskermiljøerne har således adgang til programmerne via Statens Mediesamling indtil 2006.

Men fra 2006 og frem er TV 2/Fyns programmer tilgængelige via internettet, enten på www.tv2fyn.dk eller på den fælles regionale www.tv2regionerne.dk. Her kan man finde programmerne efter dato eller søgeord.

Forpligtelsen til at fremme digitaliseringen af programarkiverne blev formuleret i den første public service-kontrakt i 2003. Begrundelsen var og er, at borgerne således skulle gives adgang til arkiverne, hvilket som nævnt er opfyldt allerede fra 2005. Arkiverne frem til 2005 er ikke simultant tilgængelige, men til brug for særlige formål som for eksempel forskning er de på den anden side ikke utilgængelige jf. ovenfor om Statens Mediesamling. Der opleves i øvrigt ikke noget reelt behov for adgang til arkiverne så langt tilbage i tiden.

En anden begrundelse for at digitalisere arkiverne kan være risikoen for, at de mistes, hvis magnetbåndene på sigt ikke fortsat kan holde på lyd og billeder. Det er ikke nært forestående, men et sådant mere kulturarvmæssigt aspekt skal ikke negligeres.

TV 2/Fyn har derfor holdt møder med repræsentanter for Stadsarkivet i Odense Kommune. I løbet af 2017 er kontakten blevet holdt ved lige, men på grund af andre projekter er det aftalt at samle ideerne sammen i løbet af 2018 for at undersøge mulighederne for evt. at digitalisere dele af båndene fra TV 2/Fyns første år.

Kapitel 9: Regionale udsendelser uden for TV 2-sendebladen

9.1 Generelt

TV 2/Fyns 24-timers kanal fortsatte i 2017 sin udvikling fra Danmarks første, regionale nyhedskanal i 2015 til i højere grad også at agere som den afgørende nyhedsmotor i TV 2/Fyns mediesystem. I praksis så al nyheds- og aktuel journalistik, lives, løbende nyhedsopdateringer, aktuelle gæster i studiet publiceres sideløbende med tv2fyn.dk. Og siden nedredigeres og formateres så de passer til TV 2/Fyns andre platforme – både digitalt og til nyhedsudsendelserne.

I 2017 blev både tv2fyn.dk og også Facebook i højere grad end før benyttet som deciderede mediekkanaler og udsendelser uden for TV 2-sendebladen. Unge-projekterne "Stem'rne" og "Opstemt" blev endda primært skabt til digitale og sociale medieplatforme, der kun delvist blev publiceret på tv-plattformene.

9.2 TV 2/Fyn Nyhedskanalen

Hovedudsendelsen er det nyhedsshow 17til20, der blev lanceret i november 2016 og fuldt implementeret i 2017 på alle hverdage. Fra 1. oktober blev kanalens faste programpunkter

justeret, så Så'Danmark blev sendt fast kl. 20.00 umiddelbart efter nyhedsudsendelsen 19.30. I samme forbindelse blev dagens første nyhedsrul kl. 14.00-14.30 skåret væk for at fokusere kræfterne endnu mere til 17til20-udsendelsen og de øvrige medieplatforme.

Især under kommunalvalgkampen var kanalen fuldt integreret i mediesystemet, samsendte alle debatmøder med tv2fyn.dk og opsamlede reaktioner fra vælgere og politikere. Indslag, der derefter straks blev nedredigeret til både tv2fyn.dk, sociale medieplatforme eller TV 2-vinduer. Og den anden vej rundt, så kanalen konstant var fyldt med sidste nyt fra dagens valgkamp.

9.3 Live-dækning af events

TV 2/Fyn arbejdede igennem hele 2017 efter at levere mest mulig live-dækning fra aktuelle begivenheder med relevans for fynboer. Både ved breaking news, ved store kulturevents og brede, folkelige begivenheder.

Her blev TV 2/Fyn Nyhedskanalen brugt i endnu højere grad end før. For eksempel til disse historier, der alle blev gjort relevante for fynboerne via egne vinkler, optakter og præsentation.

- Januar: Ekstraudsendelser på grund af stormflod. Live fra pressemøde om Facebooks datacenter i Odense, fra TV 2/Fyns åbne hus og Sportslørdag 2017.
- Februar: Live fra finale i Smart-Parat-Svar i Odense.
- Marts: Live fra pressemøde om politibeskyttelse til Odense-borgmester og omstridt kommunal støtte til Odense Sport & Event.
- April: Live fra Gymnastikbombardement i Arena Fyn.
- Maj: Live fra gallaåbningsshow i Odeon, fra public service-høring i Herning og VM i middelaldersport i Spøttrup.
- Juni: Live fra Heartland, Folkemøde på Bornholm, Tinderbox - og pressemøde og omstrukturering af SKAT.
- Juli: Live fra DGIs Landsstævne i Aalborg.
- August: Live fra Kulturmøde på Mors.
- September: Live fra Det Fynske Folkemøde.
- Oktober: Live fra Folketingets åbning.
- November: Live fra i alt 22 debatmøder, valgaften og -morgen under den kommunale valgkamp.
- December: Live fra H.C. Andersens 150-års dag som æresborger - event i Odense.

9.4 Så'Danmark

Efter at Danmark Rundt, TV 2-regionernes fælles program igennem mange år, sendte for sidste gang i de to første januar-uger, overtog Så'Danmark programkonceptet med seks ugentlige programmer, der dagligt sendes på TV 2/Fyn Nyhedskanalen.

9.5 Kommunalvalget 2017

TV 2/Fyn Nyhedskanalen, Facebook og tv2fyn.dk var centrale medieplatforme for TV 2/Fyns samlede valgdækning af kommunalvalget 2017. Mens Facebook og andre sociale medieplatforme som Instagram var hovedplatform for satsningen mod unge fynboer, var Nyhedskanalen og tv2fyn.dk på hver sin måde helt integreret i den samlede dækning.

Alle debatmøder blev sendt live på kanalen og siden nedklippet i faste formater til tv2fyn.dk. På samme måde var tv2fyn.dk på selve valgaftenen delt op med 11 liveblogs, der lynhurtigt fik resultater og reaktioner – med både tekst, lyd og billede fra de 10 fynske kommuner og regionen.

”Stem’rne” var et stort sideprojekt, der sammen med ”Opstemt”, TV 2-regionernes landsdækkende kampagne med samme mål om at engagere unge, blev en integreret del af TV 2/Fyns egen KV17-dækning. Især i de to debatmøde-uger, hvor dækningen blev flettet ind på TV 2/Fyns egne platforme og dermed var med til at komplettere den overordnede dækning for både unge og ældre seere og brugere.

”Stem’rnes” redaktion bestod af unge reportere, fotografer, grafikere fra DR Fyn, TV 2, Fyens Stiftstidende og TV 2/Fyn. Gennemsnitsalderen var samlet godt 26 år, og redaktionen stod for både nyskabende film til sociale medieplatforme, en lang række events i ungemiljøer på Fyn – og for 10 rollespilsbårne, underholdende, engagerende debatmøder i hver af de 10 fynske kommuner med unge-kandidater fra den enkelte kommunes partier og lister. Debatmøderne foregik foran et stort, ungt publikum alle steder, blev sendt og streamet live – og blev nedklippet til TV 2-vinduerne om aftenen.

”Opstemt”, produceret og skabt i tæt samarbejde med Metronome Productions i Aarhus og deres team af unge talenter, var TV 2-regionernes overordnede og landsdækkende kampagne mod samme målgruppe som ”Stem’rne”: De unge 18-25 årige, der skulle stemme ved KV17.

”Opstemt” blev skabt til de sociale medier med et SKAM-inspireret univers med mange indgange til valget og det lokale demokrati: En webserie på 15 afsnit om kærlighed og kommunalvalg, en række explainers og quizzes, en valg-chatrobot, en sang, en musikvideo, memes og giffer.

Både ”Stem’rne”- og ”Opstemt”-kampagnen fik del i en ekstra bevilling på samlet fem millioner kroner fra puljen af overskydende licensmidler. De blev fordelt med 2/3 til det fælles projekt og 1/3 til lokale tiltag i hver af de otte TV 2-regioner. TV 2/Fyn supplerede sin del af ”Stem’rne” med øvrige midler efter en fordelingsnøgle med DR, Fynske Medier og TV 2.

Kapitel 10: Digitale medieplatforme

10.1 Generelt

En af hjørnestenene i Strategi 2016-2018 er, at TV 2/Fyns journalistik skal udkomme på de tidspunkter og medieplatforme, som folk bruger i denne digitale tid. Derfor var de to første strategiprojekter i efteråret 2016 direkte målrettet digitale platforme, og denne retning blev understøttet i 2017, hvor fokus blev fastholdt, og hvor en decideret digital redaktion blev oprettet med egen redaktør fra 1. september.

Kvitteringen fra brugerne på især tv2fyn.dk er synlig. På næsten alle parametre er der betydelig fremgang. Facebook, der blev en central platform for især unge-satsningerne ”Stem’rne” og ”Opstemt” oplevede flere års vækst bremset sidst på året – primært på grund af ændringer i Facebooks algoritmer, der begrænser professionelle aktørers udbredelse.

Udviklingen i hvilke enheder, brugerne anvender, når de besøger tv2fyn.dk, har næsten stået stille i 2017. 56,8 procent kom i 2017 ind på tv2fyn.dk via en mobil, 18,6 procent via tablet og 24,6 procent via en desktop-computer. Året før var tallene 55,9 procent for mobilen, 19,2 for tablet og 24,9 for desktop. Altså en meget beskeden udvikling i retning mod større brug af mobile platforme.

10.2 Web

tv2fyn.dk fik i 2017 en stigning i antallet af sessions på 24 procent og en fremgang i antallet af brugere på 21,6 procent. I alt havde vi 8.786.435 session i 2017 mod 7.085.833 i 2016, mens 3.174.246 brugere lagde vejen forbi tv2fyn.dk sidste år mod 2.610.244 i 2016.

Også antallet af sidevisninger steg betragteligt. I 2016 blev der vist 13,7 millioner sider på tv2fyn.dk, og i 2017 var tallet steget til 17,9 millioner, hvilket svarer til en fremgang på 31,1 procent.

Fremgangen i 2017 var fordelt jævnt over hele året. Især januar og maj var væsentligt over niveauet for året før. Kun i oktober og december havde vi mere trafik i 2016 end i 2017.

- *København største "TV 2/Fyn-by"*: 95,6 procent af brugere på tv2fyn.dk kom i 2017 fra Danmark mod 95,8 procent i 2016. København har nu overhalet Odense, som den by, hvor vi får flest besøgende fra. I 2016 fik vi mere end 600.000 flere besøg fra Odense end København, men i 2017 blev Odense overgået af København med mere end 50.000 brugere. Trafikken fra Aarhus er faldet noget, men til gengæld er Horsens nu kommet ind som nummer fem over byer, hvor vi henter flest brugere foran blandt andet Nyborg, Middelfart og flere andre fynske byer.
- *Mere video*: 2.092.565 gange blev der afspillet video på tv2fyn.dk i 2017. Det er en fremgang på 33,6 procent i forhold til 2016, hvor der blev afspillet video 1.566.341 gange. I 2016 så 43 procent af vores besøgende video på tv2fyn.dk. Sidste år var det præcis 50 procent af vores besøgende, der klikkede på en video.
- *Mere tid*: Samtidig med, at tv2fyn.dk fik mere trafik, så brugte de besøgende også mere tid på vores hjemmeside. I 2016 brugte de besøgende i gennemsnit 1,58 minutter på tv2fyn.dk. I 2017 brugte de besøgende i gennemsnit 2,19 minutter på sitet. En stigning på 17,7 procent. De besøgende så også flere sider. I 2016 åbnede en besøgende i gennemsnit 1,93 sider, mens tallet sidste år steg til 2,04 sider pr. besøg.
- *Flere kvinder*: Vi har en fået en anelse bedre fat i mændene i 2017, men vores hjemmeside er stadig mest populær hos kvinderne. 54,9 procent af de besøgende var i 2017 kvinder mod 56,6 procent året før.
- *Brugerne bliver ældre*: tv2fyn.dks brugere blev ældre i 2017. I 2016 havde vi nogenlunde lige godt fat i aldersgrupperne 35-44 år og 45-54 år. Men i 2017 er antallet af brugere i aldersgruppen 45-54 år steget betydeligt, og er nu den gruppe, vi har langt bedst fat i. Derefter kommer aldersgruppen 35-44 år, hvor antallet af brugere ligeledes steg i 2017 fra 2016. I aldersgrupperne 55-64 år og 65+ har vi oplevet stor fremgang i 2017, mens

fremgangen har været beskeden for aldersgruppen 18-24 år, og i aldersgruppen 25-34 år har vi endda haft en lille tilbagegang.

10.3 Facebook, Google og andre digitale platforme

Facebook er uden sammenligning den vigtigste trafikgenerator til tv2fyn.dk. I 2017 kom 45,4 procent af de besøgende fra Facebook. Det er lille stigning i forhold til året før, hvor 44,3 procent af de besøgende kom fra Facebook. Google leverer også mange besøgende, og i 2017 var det 20,8 procent af de besøgende, der kom ind på tv2fyn.dk fra Google. I 2016 var det 16,3 procent.

Til gengæld klikker en mindre andel sig direkte ind på tv2fyn.dk. 22,6 procent af de besøgende på tv2fyn.dk kom i 2017 direkte ind på hjemmesiden mod 28,5 procent i 2016.

I 2017 steg trafikken mærkbart fra blandt andet følgende sider: tvsyd.dk, tv2nord.dk, ekstrabladet.dk, ouh.dk, bt.dk, intranet.odenserenovation.dk, denkorteavis.dk, linkedin.com, ulvetracking.dk, msn.com og journalisten.dk, mens knap syv procent af tv2fyn.dks brugere kom via tv2.dk.

På Facebook gik TV 2/Fyn generelt frem og nåede at runde 40.000 følgere ved årsskiftet. Til gengæld gik det især sidst på året den anden vej med TV 2/Fyns gennemslagskraft via Facebook. Hvis man sammenligner årets første seks måneder med de sidste seks måneder i 2017 er trafikken fra Facebook til tv2fyn.dk faldet fra 405.000 besøg til 250.000. En tilbagegang på 38 procent. Den primære årsag er, at Facebook ændrede sine algoritmer, som de fleste andre mediehuse også oplevede.

10.4 App

I maj 2017 lancerede TV 2/Fyn i samarbejde de øvrige regioner i det fællesregionale onlineprojekt – FROP -en ny, moderne nyhedsapp. Med nyhedsappen introducerede vi som de første i Danmark muligheden for, at brugeren selv kan personalisere sin nyhedsapp og følge lige netop de emner, som han/hun er interesseret i. En feature, der siden er blevet taget i brug af andre danske medier.

TV 2-regionernes løsning giver dog ikke kun mulighed for at følge bestemte emner i nyhedsappen. Brugerne kan også vælge at få besked, så snart der er nyt om et bestemt emne. Netop denne udprægede grad af personalisering har gjort den nye nyhedsapp populær blandt brugerne.

I perioden 1. maj til 31. december 2017 var der 45.017 brugere, der benyttede TV 2/Fyns nyhedsapp.

10.5 Tekst-tv

TV 2-regionerne råder over side 380 til 400 på TV 2s tekst-TV. De første seks sider på TV 2/Fyns tekst-TV er nyheder, som løbende opdateres alle dage. Herudover er der fakta-oplysninger om TV 2/Fyn samt sendetider og programoversigt vedrørende 24-timers kanalen.