



PUBLIC
SERVICE
REDEGØRELSE
2013



INDLEDNING

I henhold til punkt 10 i "Public service-kontrakt mellem TV SYD og kulturministeren for perioden 1. januar 2013 til 31. december 2014" skal der hermed redegøres for, hvordan TV SYD har overholdt public service-forpligtelserne i 2013.

Forside og bagside foto: Kristoffer Frederiksen

GENEREL INFORMATION

TV SYD
Media Park 1
6000 Kolding
www.tvsyd.dk
Telefon: 76 30 31 32

TV SYD er en af otte danske regionale tv-stationer, hvis virksomhed i 2013 har været reguleret i henhold til gældende lovgivning – senest LBK nr. 1188 af 23. september 2013 af lov om radio- og fjernsynsvirksomhed samt BEK nr. 541 af 23. maj 2013 om vedtægt for de regionale TV 2-virksomheder.

Driftsselskabet TV SYD A/S er et aktieselskab, ejet af TV SYDs Fond og derfor en økonomisk og juridisk selvstændig organisation. Bestyrelsen for TV SYDs Fond udpeges af det folkeligt udpegede repræsentantskab, og fondsbestyrelsen udpeger herefter A/S Bestyrelsen efter indstilling fra A/S Bestyrelsen. Desuden er der knyttet en støtteforening til TV SYD, Club Syd – Støtteforeningen for TV SYD. Club Syd har tæt på 22.000 medlemmer, der vælger en bestyrelse bestående af 15 medlemmer.

Dækningsområde

Dækningsområdet er 14 syd- og sønderjyske kommuner samt Sydslesvig. Det vil

sige samtlige kommuner i Region Syddanmark, undtagen de fynske. Desuden består dækningsområdet af to kommuner i Region Midtjylland, nemlig Horsens og Hedensted. Befolkningen i TV SYDs sendeområde udgør ca. 800.000 personer.

TV SYD udsender tv-programmer i såkaldte vinduer på TV 2|DANMARK samt i udsendelser på den regionale 24-timers kanal, TV SYD+. Finansieringen sker via medielicensen, hvoraf TV SYDs andel i 2013 udgjorde kr. 65.448.000. Desuden har TV SYD en række andre indtægter, blandt andet fra salg af indslag og programmer, sponsorater samt tilskud fra Club Syd.

Ansatte

TV SYD havde i 2013 80 fuldtidsansatte målt efter ATP-metoden. Antallet af ansatte er fordelt således:

Ledelse: 6 personer

Administration og reception: 4 personer, heraf en kontorelev

Redaktionelt ansatte: 65,5 personer

Service: 4 personer plus 0,5 pedel

TV SYD - A/S-bestyrelsen

Jacob Ejs, Daugaard, formand
Ernst Aaskov, Varde
Vagn Mattson, Haderslev
Ingolf Skousen, Vojens
Ulla Ditlevsen, Bramming
Lena Hellstrøm, Horsens
Jan Svanevik, medarbejderrepræsentant

2013 i korte træk

”TV SYD – på seernes vegne” har været overskriften for den udvikling, som TV SYD har været igennem i 2013, og som fortsætter i 2014.

21. januar 2013 fik TV SYD ny direktør, og 4. marts flyttede stationen til det nye domicil i Media Park i Kolding. Begge begivenheder satte deres præg på året, som bød på store forandringer i arbejdsrutiner, udstyr og organisationen.

I 2013 var den store redaktionelle udfordring dækningen af valgene til kommunalbestyrelser og regionsråd. Lokalvalgene hvert fjerde år er som OL for regionale medier, og dette års dækning var den hidtil største og mest ambitiøse, og den var under forberedelse det meste af året. Hver eneste af de 14 kommuner i dækningsområdet var omdrejningspunkt for en time-lang debat mellem de aktuelle spidskandidater.

Nyhedsudsendelsen kl. 19.30 er fortsat flagskibet for TV SYD. Det er den udsendelse, der har de fleste seere, og det er den, der ofres flest ressourcer på. Med det nye domicil kom også et nyt, moderne TV studie med svævende bagskærm og

mulighed for større anvendelse af nyhedsgrafik. Dette har løftet udtrykket og skabt muligheder for klarere formidling af selv vanskelige problemstillinger.

I 2013 blev det til 2265 nyhedshistorier i 19.30-udsendelsen og 4.472 nyhedsartikler på nettet. Ambitionen er at være til stede der, hvor syd- og sønderjyderne er lige nu. I henhold til den strategi, der blev besluttet i løbet af 2013, er det TV SYDs mission at binde Syd- og Sønderjylland sammen om fælles værdier og unikke oplevelser på en udfordrende og oplysende måde. Og i visionen hedder det, at TV SYD dækker det vigtigste i dit liv.

2013 var også året, hvor der blev vedtaget en ny og offensiv strategi for Club Syd - Støtteforeningen for TV SYD. Strategiens mål er at øge medlemstallet til 25.000 ved udgangen af 2015.

Sendetid

TV SYD har i 2013 sendt fem daglige nyhedsudsendelser på TV 2. Desuden var der ekstra sendetid på TV 2 i forbindelse med kommunalvalget (mere herom senere), og så har TV SYD efter bedste evne holdt 24-timers kanalen i luften. For sidstnævnte har 2013 været et mellemår, idet der 1. maj blev ansat en ny kanalchef, som fik til opgave at lægge en klar strategi for kanalen og gøre den klar til relancering pr. 1.1.2014. Det betyder, at 24-timers kanalen har budt på færre nyproduktioner i 2013 end forventet. I stedet blev kræfterne koncentreret om relanceringen.

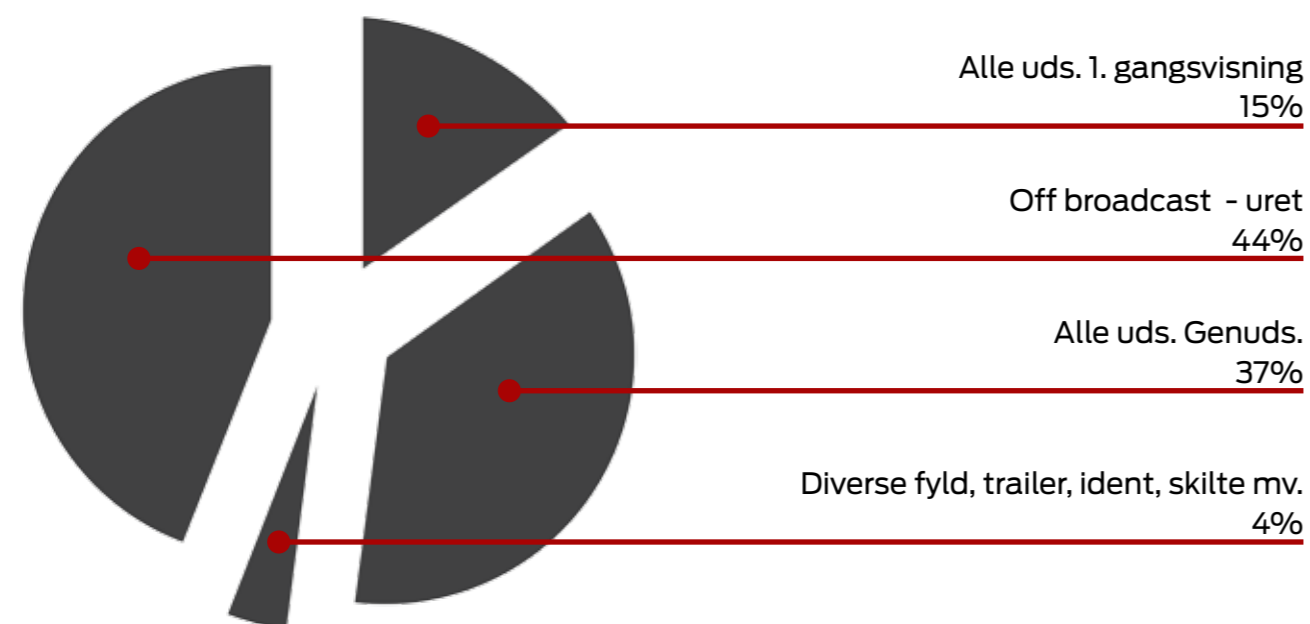
Udsendelser på TV2 (i timer)	2013	2012	2011	2010	2009
Udsendelsestimer i alt	271	260	927	912	620
Reklamer inkl. jingle	44	40	52	50	46
Genudsendelser	4	16	233	235	135
Kommunal- og regionsrådsvalg	10				

(Note: Årsagen til, at antallet af udsendelsestimer på TV2 faldt voldsomt fra 2011 til 2012 er, at TV SYD i lighed med de andre TV2 Regioner fik sin egen 24 timers kanal fra den 11. januar 2012).

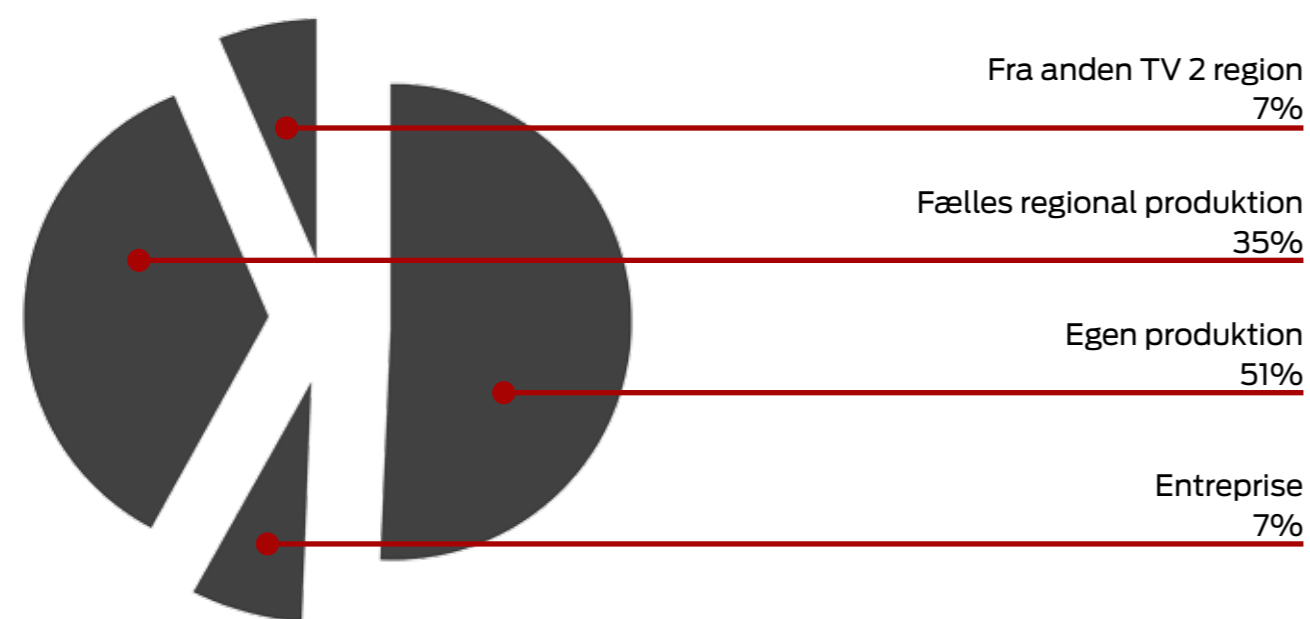
Udsendelser på 24-timers kanalen (i timer)	2013	2012
Alle udsendelser, førstegangsvisning	1.365	1.001,97
Alle udsendelser, genudsendelse	3.305	2.352,48
Trailers, ident, skilte m.v.	353	546,91
Off Broadcast	3.933	4.633,64
Sendetid total	8.956	8.535,00

Produktionsform 24-timers kanalen (i timer)	2013	2012
Egenproduktion	2.371	1802,73
Entreprise	342	190,27
Fællesregional produktion	1.654	1.174,19
Produktion fra anden TV2 Region	304	188,26

Sendetid på 24-timers kanalen 2013



Produktionsform 24-timers kanalen 2013



(Note: Når det fremgår, at entrepriseproduktionen udgør 7 procent af samtlige produktioner til kanalen, må det ikke ses i forhold til kravet om at udlægge mindst 33 procent i 2013-2014. Udlægningsprocenten er nemlig i forhold til alle produktioner **bortset fra nyheder og aktualitet**, mens de syv procent er relateret til samtlige produktioner)

Køb af entrepriseproduktioner

Af Public Service kontrakten mellem TV SYD og Kulturministeriet er det et specifikt krav, at en tredjedel af de programmer, der ikke er nyheder og aktualitet, skal købes hos eksterne, uafhængige producenter i såkaldte entrepriser. Af kontrakten fremgår det, at målet på 33 procent skal være opnået i perioden 1.1.2013-31.12.2014.

I 2013 var det 7 procent af samtlige produktioner på TV SYD+, der var erhvervet som entrepriseproduktion. Når der fraregnes nyheder og aktualitet, kommer procenten op på 26,3. Det er tilfredsstillende, idet der har været gjort et stykke arbejde i 2013 for at opdyrke et marked af uafhængige producenter, og det er absolut TV SYDs ambition og forventning, at målet nås, således at mindst en tredjedel af de programmer, der ikke er nyheds- og aktualitetsprogrammer, så vidt muligt tilvebringes ved køb hos øvrige producenter.

Nyheder

TV SYDs øgede fokus på den daglige nyhedsdækning blev i 2013 belønnet med stigende seertal i hovedudsendelsen kl. 19.30. Seernes interesse for lokale og regionale tv-nyheder i Syd- og Sønderjylland er i allerhøjeste grad intakt, hvilket også afspejler sig i antallet af henvendelse til stationen om arrangementer og nyheder, redaktionen kunne interessere sig for. Her har ikke mindst den massive satsning på sociale medier, der er omtalt grundigt andetsteds i denne redegørelse, været stærkt

medvirkende til, at TV SYD dagligt er i nærkontakt med seerne på en hidtil uset måde.

Det afspejler sig også løbende i tv-udsendelserne, hvor stadig flere nyheder bliver til på baggrund af konkrete tips. En udvikling, stationen arbejder på at styrke. Kun ved at inddrage seerne, føler de for alvor, at TV SYD er deres tv-station, der tager hverdagens glæder og udfordringer alvorligt. Dermed kan TV SYD leve op til sin væsentligste ambition om at gøre en forskel i landsdelen og binde Syd- og Sønderjylland sammen om fælles værdier og unikke oplevelser på en udfordrende og oplysende måde.

Geografisk dækning

TV SYD tilstræber at dække sendeområdet ligeligt, forstået sådan, at det er ønskeligt, at der produceres indslag fra hele sendeområdet, og at antallet af indslag fra de enkelte kommuner står nogenlunde i forhold til indbyggertallet.

Tabellen herunder skal læses sådan, at det første tal fortæller, hvor mange indslag TV SYD bragte i 19.30-udsendelsen fra den pågældende kommune. Næste tal er indbyggertallet og det sidste tal er udtryk for indbyggertal divideret med antal indslag. Gennemsnitligt er der 400 indbyggere pr. indslag set over hele regionen. Er tallet højere end 400, er der tale "underdækning" i forhold til indbyggertallet. Er tallet lavere end 400, har området været "overdækket". Fanø, Haderslev, Kolding og Tønder er således eksponeret mere i TV SYD end

indbyggertallet tilsiger, mens især Sønderborg, Vejen, Vejle, Horsens og Hedensted har været mindre i TV SYD, end de burde have været, hvis indbyggertallet var eneste kriterium.

Der laves hver eneste dag en redaktionel afvejning af nyhederne, der formidles i TV SYD. Vigtigste kriterium er væsentlighed.

Er nyheden væsentlig for hovedparten af seerne? Dernæst vægtes aktualitetskriteriet samt om indslaget rummer identifikation for de fleste. Geografien kommer herefter, og derfor vil der aldrig være en helt geografisk rimelig fordeling af indslag i TV SYD. Men nedenstående tabel giver stof til eftertanke for redaktionen.

28. februar - 31. december

Esbjerg	242	115.337	437
Fanø	13	3.237	249
Fredericia	102	50.374	494
Haderslev	162	56.051	346
Kolding	310	89.556	289
Sønderborg	150	75.732	504
Tønder	105	38.686	368
Varde	119	49.969	420
Vejen	71	42.700	601
Vejle	200	108.826	544
Horsens	127	84.871	668
Hedensted	39	45.868	1.176
Aabenraa	136	59.208	435
Øst for Storebælt	91		
Syd for grænsen	32		
Fyn	42		
Nord/Midt	36		
I ALT	2048	820.415	400

Indslag lavet på arkivbilleder ikke medregnet

Ca. 1 indslag om dagen = 364 indslag

Emnemæssigt kommer TV SYD vidt omkring i løbet af et år, således også i 2013. Årets højdepunkt, kommunalvalget, er omtalt selvstændigt. Det har fyldt meget, og været en stor og spændende opgave. Men også en dansk-tysk kulturaftale, debatten om forladte boliger i landområder, konflikten i folkeskolen, en bizar sag om fyldte voksenbleer på motorvejen, Esbjergs succes i europæisk fodbold, uro om Tønder-Festivalens fremtid og meget, meget andet fandt vej til nyhederne.

TV SYD har i 2013 haft fokus på at sikre en 19.30-udsendelse, der rummer færre historier, som til gengæld bliver behandlet grundigere. Det kan lade sig gøre, fordi en stadig større del af de mindre nyheds historier – typisk kriminal-stof, ulykker, brande, etc. – bliver formidlet hurtigere og ofte bedre på tvsyd.dk, facebook og twitter dagen igennem. TV SYD mener, at seerne ved aftenstide har behov for perspektiv på dagens historier. Derfor er nyhedsudsendelsen bygget op omkring to større emner, der behandles grundigt med reportage, grafik og interviews. Den prioritering er blevet godt modtaget hos seerne, og er en udvikling, der vil fortsætte.

Kommunalvalget 2013

Valget til landsdelens 14 byråd og to regionsråd den 19. november 2013 blev uden sammenligning årets største redaktionelle opgave på TV SYD.

Seerne forventer en høj grad af nærhed fra TV SYD, og særligt ved et kommunalvalg er der mulighed for at vise, hvorfor TV SYD er nødvendig for den demokratiske debat i

landsdelen. Det er en opgave, redaktionen glæder sig til og hver gang forsøger at løse lidt bedre og grundigere end sidst. Forberedelserne til KV13 begyndte allerede i 2012, blandt andet ved budgetlægningen, hvor TV SYD prioriterede at kunne leje en OB-vogn og tage på rundtur til alle 14 kommuner for at sikre den brede, folkelige debat om de lokalpolitiske emner, der betyder mest for borgerne i de enkelte kommuner.

Målsætningen for rundturen var at øge nærheden og skabe en anderledes levende debat ved at komme ud i kommunerne frem for at invitere politikerne ind i et studie på en tv-station. Det viste sig at holde stik. TV SYD har efterfølgende modtaget overvældende mange roser for at prioritere kommunalvalget så højt, og samtidig var seertallene usædvanligt gode.

TV SYD prioriterede at købe en specifik måling af seernes interesse i tre kommuner på de aftener, hvor KV-karavanen var på besøg. I Horsens fulgte 18 procent af befolkningen debatten på TV SYD+. I Esbjerg var tallet 20 procent. Og i Sønderborg – hvor der var meget på spil i et nervepirrende kommunalpolitisk opgør – var der ikke færre end 26 procent af vælgerne, der så med.

Kommunalvalget og optakten hertil var dermed et enestående gennembrud for TV SYD+, og tallene vidner om en enorm interesse for lokalpolitik, når emnet bliver behandlet sagligt og grundigt.

Til hver debat var borgerne inviteret med for at præge debatten og udfordre politikerne. Og til hver debat havde seerne mulighed for at komme til orde via de

VALG 2013

sociala medier. Intentionen var at inddrage vælgerne så meget som muligt. Det lykkedes. Debatterne fandt sted for fulde huse. Samlet var der ca. 2.000 tilhørere, lige som mange benyttede sig af muligheden for at bidrage på de sociale medier. Hver debat varede 75 min og begyndte med en 10 min lang duel i 19.30-vinduet på TV 2 mellem de mest oplagte borgmesterkandidater i hver kommune. De fleste steder var der to duellanter, andre steder tre. TV SYD modtog forud for debatterne en del kritik fra politikere, der følte sig fravalgt. De mente, at redaktionen på forhånd var med til at definere hvilke partier, der havde størst chance for at løbe med borgmesterkæden. Kritikken blev drøftet indgående i stationens ledelse og resulterede i en fastholdelse af den model, der var besluttet på forhånd. Alle partiers spidskandidater var inviteret til den timelange debat i forlængelse af duellen, hvilket enkelte valgte at boykotte på baggrund af striden om den indledende duel. Det var ærgerligt, og håbet er ved næste kommunalvalg, at alle spidskandidater vil stille deres synpunkter til rådighed for vælgerne. Valg-turnéen blev sendt fra følgende steder i det syd- og sønderjyske:

23.10	Fanø
24.10	Tønder
28.10	Varde
29.10	Vejle
30.10	Billund
31.10	Hedensted
4.11	Horsens
5.11	Haderslev
6.11	Aabenraa
7.11	Sønderborg
11.11	Fredericia
12.11	Vejle
13.11	Kolding
14.11	Esbjerg

Valgften

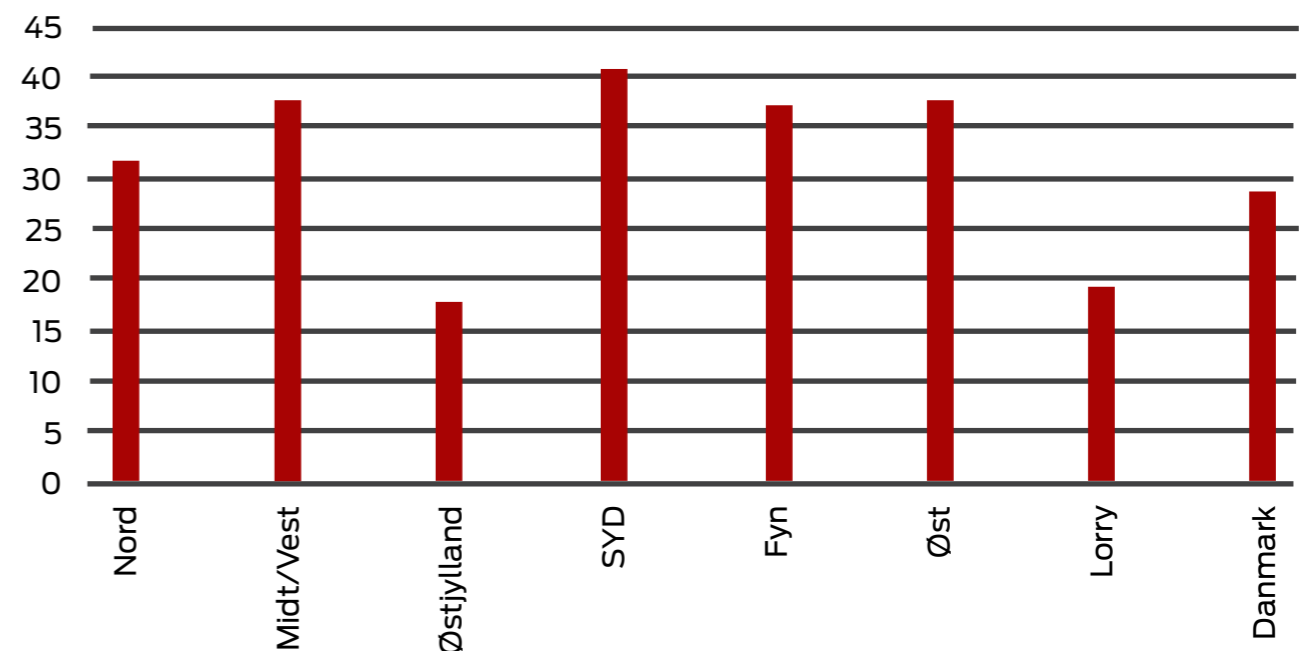
Valgftenen var en omfangsrig opgave for TV SYD. Der var live-reportere udsendt til alle 14 kommuner, til regionsrådet i Vejle samt til regionsrådet i Viborg og Ikast-Brande Kommune - de to sidstnævnte i samarbejde med TV Midt/Vest. Her er tidsplanen for nyhedsudsendelserne med valg-ekstra på valgdagen: 12.15, 16.18, 17.10, 18.15, 19.30, 20.00, 20.50, 23.20.

Aftenen blev styret af TV SYDs værter Mikkel Skovsgaard og Martin Skovmand, flankeret af den gennemgående valgexpert, politisk kommentator Poul-Erik Thomsen. Som med optaktsudsendelserne tog syd- og sønderjyderne flot imod valgftenen og belønnede os med seertal, der var de højeste i landet.

Dagen efter valget

TV SYD formidlede nyheder på tvsyd.dk natten igennem. Den første nyhedsudsendelse på tv blev sendt kl. 6.30. Herefter var der nyheder om valget i alle udsendelser dagen igennem, hvor vindere og tabere kom til orde, og valgets resultater blev perspektiveret og der blev set frem mod de næste fire år i de enkelte kommuner. Valgdækningen på tv sluttede med en udvidet 22.20-udsendelse, men redaktionen fortsatte med valgdækning og resultatformidling på tvsyd.dk og de sociale medier.

Share TV 2 KV 19.11.2013



TV SYD+



TV SYD+, TV SYDs 24-timers kanal, fik sit navn som resultat af en seerkonkurrence, der sluttede allersidst i 2013. Vinderen af konkurrencen, Otto T. Ravn, Vejle, vandt en aften på TV SYD med rundvisning og forpremiere på nogle af de nye programmer, der var på vej på TV SYD+.

Som et led i en omstrukturering på TV SYD blev der pr. 1. maj 2013 ansat en kanalchef til TV SYD+, og hun fik straks til opgave at udarbejde og gennemføre en strategi for kanalen, så den fik et entydigt udtryk og en klar profil med henblik på ikke at skuffe seerne. Samtidig blev medarbejderne opdelt i nyhedsredaktionen og programredaktionen. Hensigten var at koncentrere kræfterne omkring det, som medarbejderne er bedst til og brænder mest for.

Strategiprocesen på TV SYD+ endte med en række målsætninger for kanalen og programredaktionen:

- Etablering og professionalisering af programredaktion
- mere regionalt
- mere synlighed
- mere sammenhæng mellem nyhederne og programmer på kanalen
- mere programkvalitet - mindre sendetid

- mere seerinddragelse
- flere seere

Disse målsætninger har der været arbejdet intensivt med i forberedelsen af relanceringen.

Som et resultat af strategien blev det besluttet i højere grad at prioritere dækningen af store regionale begivenheder, der samler syd- og sønderjyderne. Den beslutning viste sig rigtig. Der blev sat seerrekord til en halv times livedækning af Vorbasse Marked med 44.000 seere i gennemsnit, en share på 22 procent. Og den omfattende dækning af DGI's landsstævne i Esbjerg var meget set aften efter aften i den uge, stævnet varede.

Desuden blev der satset på fælles begivenheder som TV 2s Knæk Cancer-uge i uge 43, hvor TV SYD også sendte direkte fra et Knæk Cancer-arrangement på Kolding Fjord – noget, der også samlede seerne om TV SYD+.

Reportageserier med mennesker fra regionen har altid optaget TV SYDs seere. I 2013 blev der satset på at følge en række unge designstuderende fra Designskolen i Kolding op til deres afgangsshow i

København i efteråret. En dokumentar om børn af udsendte soldater fra Syd- og Sønderjylland, "Krigens Børn" vandt TV 2s nyhedspris for journalistpraktikanter, og dokumentaren "Breve fra Skyttegravene", der følger en kvinde tilbage til gravene i Braine, hvor hendes slægtninge, der deltog på tysk side i 1. verdenskrig, ligger begravet, var bevægende tv.

Ud over at satse på en professionalisering af programredaktionen, gav 2013 også TV SYD en egentlig planlægningsredaktion med ansvar for selve programplanlægningen, hvor blandt andet modprogrammering er en selvstændig opgave. Planlægningsredaktionen har også ansvaret for at føde det tekniske system, der afvikler kanalen (What's on) med programinformationer og sendetidspunkter.

Regionale udsendelser udenfor TV2 sendefloden

Egenproduktion - ENG:

Godt Arbejde: Reportageprogram, hvor vi besøger virksomheder i vores områder, følger produktionen og kommer tæt på nogle af de mennesker, som arbejder der. 23 x 28'00 min.

Livshistorier: Portrætsamtaler af profiler fra vores del af landet v/Søren Vesterby. 19 x 28'00 min.

Anne i gode hænder: Reportageserie om skæbner og de varme hænder, der giver omsorg og livslyst på institutionerne i Syd-

og Sønderjylland. 10 x 28'00 min.

Ildsjæle: Reportageserie om nogle af landsdelens ildsjæle og deres bedrifter 7 x 28'00 min.

TV SYD Krøniken: 30 års TV historier fortalt ved hjælp af TV SYDs arkiver. 5 x 28'00 min. og 10 x 11'00 min.

Expedition Syd: Hverdagsreportage om livet, steder og begivenheder i regionen. 31 x 6'00 min. + 29 x 22'00 min. + 4 x 28'00 min.

Designdrømme: Reportageserie hvor vi følger fire kommende designer op til- og under deres afgangsprøve på Kolding Design Skole 4 x 28'00 min.

Breve fra Skyttegravene: Rørende reportage fra genindvielsen af Den Sønderjyske Kirkegård i Braine, Frankrig. 1 x 28'00 min.

TV SYD RETRO: Arkivprogrammer fra TV SYDs arkiver 18 x 28'00 min. Fællessang på efterskolerne – 2 x 28'00 min.

Sangften fra Slesvighus: 2 x 28'00 min.

Mit byråd: 1 x 57'00 min.

Egenproduktion Live:

Kommunalvalgsdebat: 14 x 58'00 min. debat fra alle landsdelens 14 kommuner med partiernes spidskandidater Valgften – fra nyhedsstudiet med analy-

ser, resultater og reaktioner fra 14 kommuner. 5,5 timer.

Valget – dagen derpå: Fra nyhedsstudiet med analyser, resultater og reaktioner fra 14 kommuner. 3 timer.

DGI Landsstævne i Esbjerg: Åbningsceremoni, opvisninger, festaften, back stage og landsstævneliv – i alt 7 timer og 20 minutter.

Vi er der – direkte: Halvtimes Live-program fra folkelig begivenhed et sted i landsdelen fx Vorbassemarked, Ringridder fest i Sønderborg, Jelling Festival, Tønder Festival mm. 18 x 28'00

Royale begivenheder: Dronningen besøger Aarø, dronningen til indvielse af kongernes Jelling, dronningen besøger Haderslev. 3 x 42'00 min.

Knæk Cancer: Indsamling og underholdning fra Kolding Hus ifbm Knæk Cancer-ugen og kræftens bekæmpelses landsindsamling 1 x 43'00 min.

Jul i Tønder: Adventsprogrammer fra Torvet i Tønder 4 X 43'00 min.

Debat om grænsehandel: Politikere og eksperter diskuterer grænsehandelns fremtid – 3 timer.

Motion i Syd fra Padborg Park: 163 minutter.

Fællesregionale produktioner:

En Bid af Danmark: Kvalitet, passion og godt håndværk går hånd i hånd, når lokale småproducenter fremstiller deres helt unikke fødevarer. Reportageserie. 18 x 28'00min.

En dag i Danmark: 3 x 56'00 min.

Regionsdebat: Region Syd Danmark – debat op til regionrådsvalg- 1 x 75'00 min.

Regionsdebat: Region Midtjylland – debat op til regionrådsvalg- 1 x 75'00 min.

En dag i Danmark: Kræftens mange ansigter – dokumentarprogram, hvor vi følger kræftramt/helbredt samme dag i 6 af regionerne 1 x 56'00 min.

Beliggenhed: Seerne præsenteres for tre forskellige boliger til samme pris - til salg tre forskellige steder i landet. Hvor kan man få hvad for pengene? 46 x 28'00 min.

Danmark Rundt: Dagligt regionalt magasinprogram, de bedste indslag fra de 8 regioner. 365 x 28'00 min.

Guld fra Gemmerne: Kulturprogram - rundt til museer her i regionen og i resten af landet for at høre de gemte- og måske glemte historier. 50 x 28'00 min.

Folkemødet på Bornholm: Direkte politisk debat – vi bidrog med vært, Søren Vestersby. 4 x 28'00 min.

Krigen i Jylland: 12 x 28'00 min.

Fra anden region:

Den danske Klosterrute: Vi følger den 2000 km lange klosterrute gennem Danmark - en nutidig pilgrimsrejse med temaerne kirke, kunst, historie og natur. TV MV 8 x 28'00 min.

Gudenåen: TV2OJ 12 x 28'00 min.

Overtrådt: Ugentligt debatprogram om håndbold, TV MV 32 x 28'00 min.

Golfmagasinet: TV MV 11 x 28'00 min.

Havets Historie: TV MV 6 x 28'00 min.

Kirkemagasinet: Vandring mod Nidaros TV MV 3 x 28'00 min.

Blomsterfestival: TV2Fyn 1 x 58'00 min.

Fangstgaranti: TV MV 10 x 28'00 min.

Super Sygehus: Tilblivelsen af det nye universitets hospital i Skejby TV2OJ 3 x 28'00 min.

Trolling Master: Fiskekonkurrence, Trolling Master Bornholm, TV2 Bornholm 4 x 58'00 min.

Den Røde Stol: Samtaleprogram, hvor profiler inviterer til snak om temaer og passioner som optager dem – 38 x 28'00 min. TV MV

Sol over Gudhjem: Kokkekonkurrence på havnen i Gudhjem. TV2Bornholm, 2,5 timer

Metaldetektiverne: TV MV 6 x 28'00 min.

Eksterne produktioner/ Enkeltstående programmer:

Krigens Børn: Dokumentarprogram om, hvordan det er at være barn, når mor og far begge er soldater og på skift drager i krig 1 x 28'00 min.

Tal på vægten: Hvilken hjælp tilbyder kommunerne, når man er ramt af en spiseforstyrrelse og sendes hjem fra hospitalet? 1 x 28'00 min.

Hjorten og Skoven: Naturprogram om kronstyr i brunst 1 x 28'00 min.

Et godt liv på trods: Portræt af Æblehaven Plejehjem i Kolding 1 x 28'00 min. Slægtspleje er bedst – dok. Om fordelene ved slægtspleje 1 x 28'00 min.

Sydkoreas bortadopterede: Om adoptionens bagside 1 x 28'00 min.

Eksterne produktioner/serier

Havneliv: Reportageserie om mennesker

og arbejdsliv rundt på regionens havne 5 x 26'00 min. 17 x 6'00 min. 1 x 15'00 min.

PS: Public Service spots med oplysninger til borgerne om samfundet 54 x ca 30 sek. Spids ørerne – Foredrag fra SDU. 43 x 20-28'00 min.

Vi følger DM i flere motorsports-klasser: Rally, DTC, SSC, DRC, YSC, Sprint, Classic Race, Drifting, Formel F, Legend Cars 35 x 28'00 min.

Tractorpulling: Fra Euro Cup i Herning 2 X 28 min.

Sammendrag af motorsports – og tractorpullingsæsonen 7 x 58'00 min.

Ud på landet: Om landmandsliv anno 2013 11x 28'00 min.

Naturen tæt på: 5 x 15'00 min.

Historien om... : Mel og møller, øl og bryggerier, smør og mejerier 3 x 28'00 min.



SEERTAL

TV 2 vinduerne

TV SYDs seertal på flagskibet 1930-udsendelsen på TV 2, oplevede en stigende

share i 2013 i forhold til 2012. Dette er bemærkelsesværdigt, idet de fleste andre TV 2-regioner og ikke mindst TV 2 i Danmark oplevede markante fald i share i 2013.

Rating (dvs. antallet af potentielle seere, der ser TV SYD)

	2013	2012	2011	2010	2009
12.10	1,6		2,0	2,3	2,5
17.15 (før 2013: 16.10)	2,2	2,1	2,5	2,2	3,2
18.10	8,1	8,5	9,4	10	11
19.30	13,8	13,9	16,1	16,8	17,9
22.20	7,7	8	10,7	10,6	11,2

Share (dvs. antallet af seere, der ser tv på det pågældende tidspunkt, som har valgt TV SYD)

	2013	2012	2011	2010	2009
12.10	22,6		29,6	33,5	37,3
17.15 (før 2013: 16.10)	16	17,6	22,8	20,1	29,9
18.10	35,6	35,1	41,6	40,3	47,2
19.30	40,4	39	44	43,6	44,8
22.20	24,2	29,9	28,8	31,1	33,7

Der er formentlig to grunde til stigningen i share. For det første flyttede TV SYD til nyt domicil i 2013. Det betød som nævnt blandt andet, at stationen fik et nyt nyhedsstudie og en produktionsafvikling med større muligheder for at anvende nyhedsgrafik og andre elementer. For det andet blev der i 2013 arbejdet intensivt med at udvikle nyhedsudsendelserne som tidligere beskrevet, hvilket formentlig har resulteret i øget seerinteresse.

Seertal TV SYD+

Seertallene på TV SYD+ var i 2013 præget af, at der var enkelte store begivenheder med mange seere, og mange hverdage med få seere.

Set i forhold til de øvrige TV 2-regioner er

seertallet gennemsnitligt. 68 procent af de potentielle seere har været omkring kanalen i mindst et minut i 2013. Gennemsnittet er 62 procent. TV SYDs seere ser gennemsnitligt 22,9 minutter, når de er der (hele landet: 23,4). Det giver en share over hele døgnet på 0,8 procent (gennemsnit: 0,7 procent) og gennemsnitsalderen på seeren er 58 år, både på TV SYD+ og på de regionale kanaler i hele landet. Af tabellen herunder fremgår det, at primetime er kl. 20.00 - 20.30. Samt at det faste program "Danmark Rundt", der sendes hver dag kl. 21.00 har en fast seerskare og en share på 1,2. For sammenligningens skyld er det værd at notere, at en kanal som TV 2 Fri havde 0,5 procent i share i 2013 og TV 2 Film endnu mindre.

18:00 - 18:30	0,2	2	1,1
18:30 - 19:00	0,2	1	0,9
19:00 - 19:30	0,2	1	0,7
19:30 - 20:00	0,4	3	1,2
20:00 - 20:30	0,6	4	1,4
20:30 - 21:00	0,4	3	0,9
21:00 - 21:30	0,5	3	1,2
21:30 - 22:00	0,3	2	0,8

Samlet set er seningen på de regionale kanaler steget fra 6 til 8 timer pr. seer pr. år. Det er en stigning på 33 procent og fantastisk i et faldende marked. Men igen: Det er små tal, og ambitionen er efter relanceringen at komme højere op. Ligesom ambitionen er at lande i top tre blandt de otte regioner på alle parametre.

Som nævnt er der heldigvis succeshistorier. En direkte udsendelse fra Vorbasse Marked resulterede i 47.000 seere og et afsnit af Anne I Gode Hænder blev set af op mod 28.000 syd- og sønderjyder.

Public service formål

TV SYD er en licensfinansieret public service station, som udkommer på de til enhver tid af syd- og sønderjyderne benyttede platforme. Det vil for tiden sige tv, internet, sociale medier (Facebook, Twitter, Instagram, Google + for blot at nævne de vigtigste).

TV SYD er uafhængig af økonomiske, politiske og kommercielle interesser og udgør en uundværlig del af den demokratiske debat i Syd- og Sønderjylland.

I 2013 indledte A/S-bestyrelsen sammen med ledelsen på TV SYD en strategiproces, som mandede ud i en ny og omfattende strategi for stationen.

Processen blev indledt med en medarbejderdag, hvor alle medarbejdere fik mulighed for at bidrage med tanker, ønsker og ideer til den nye strategi. Efterfølgende blev der holdt et bestyrelsesmøde med strategi på dagsordenen, og derefter begyndte de enkelte ledere at skrive strategi for deres områder. Der blev nedsat en

følgegruppe bestående af 7 medarbejdere fra forskellige afdelinger i huset, og de blev indkaldt til læsning, kommentarer og yderligere input to gange i processen.

I september fra strategien færdig. Den blev præsenteret i sin helhed for medarbejderne på et møde, og siden har det været ambitionen at udleve strategien.

Ifølge strategien er det TV SYDs mission at:

Binde Syd- og Sønderjylland sammen om fælles værdier og unikke oplevelser på en oplysende og udfordrende måde
Og TV SYDs vision er at:

Dække det vigtige i dit liv og være en aktiv spiller i regionen som nyhedsformidler, tv-station og virksomhed

Desuden er der fokus på fem strategiske værdier: Væsentlig, original, innovativ, effektiv og nær.

Ud over at udarbejde en strategi for indholdet af TV SYDs produkter, blev det også i 2013 besluttet at ansætte en produktionschef og arbejde med stationens visuelle udtryk. I forbindelse med flytningen til et helt nyt tv-hus, fik TV SYD et nyhedsstudie på meget højt niveau. Det stillede på den ene side store krav til medarbejderne at udnytte alle de mange muligheder i det nye studie, og på den anden side løftede studiet og den nye teknik niveauet til ambitiøse og professionelle højder.

Produktionschefen startede med at udarbejde manualer til ensretning af det visuelle udtryk, og han har løbende optimeret producerarbejdet.

Nyskabelser

Strategien har ført til nogle ændringer af prioriteringerne på TV SYD. For det første er det nu understreget, at TV SYD arbejder på seernes vegne. Det betyder, at TV SYD udkommer, når seerne har behov for det, og ikke når vagtplanen tillader det.

Det er i strategien beskrevet, at TV SYD skal være en åben virksomhed. Det har i 2013 medført, at ti folkeskoleelever fra 9. klasse blev inviteret i en uges erhvervspraktik, hvor de nåede at producere en tv-nyhedsudsendelse, hvoraf elementer blev brugt i den 'rigtige' 19.30-udsendelse. Desuden havde TV SYD seks unge mennesker fra Campus Vejle på en såkaldt jobshadow-dag, hvor de fulgte en medarbejder en dag og lærte mere om, hvordan det er at arbejde som tv-journalist.

Som beskrevet i afsnittet om nyheder, har strategien også medført, at der er indført en fast skabelon for 19.30-udsendelsen, så den hver dag indeholder de samme elementer, men selvfølgelig forskellige emner. Samtidig er der også kommet mange flere liveelementer i 19.30-udsendelsen.

På TV SYD+ har strategien betydet, at fokus er rettet mod seernes ønsker og behov. Blandt andet derfor gennemførte TV SYD i 2013 en seerundersøgelse, der viste, at seerne interesserer sig for erhvervsstof, vejret og kulturstof. Det gav inspiration til satsningen 'Tag med på job', der besøgte en række af regionens største arbejdspladser. Generelt arbejdes der i faste programformater og så mange liveudsendelser, som der er råd til og mulighed for.

Alt i alt har strategiarbejdet givet en rette-

snor for, hvad TV SYD bruger ressourcer på at producere og ikke mindst muligheden for at foretage strategiske fravalg. I det kommende år udarbejdes en ny strategi for 2015-18.

Målgruppe

TV SYDs målgruppe er defineret meget bredt som værende alle syd- og sønderjyder. I TV 2-vinduerne arbejder redaktionen ud fra gængse nyhedskriterier som væsentlighed, aktualitet, troværdighed og forståelighed. Alle væsentlige nyheder dækkes uden skelen til alder eller uddannelsesniveau.

På TV SYD+ arbejdes der målrettet med at have flere indgange til programmerne. Det betyder, at et program, der som udgangspunkt henvender sig mest til den ældre seerskare, tilføjes et element, som vil appellere til de yngre. På den måde er det håbet, at det lykkes at ramme bredere end den skare, der i forvejen ser TV SYD+. Gennemsnitsalderen på seerne på TV SYD+ er 58 år.

På nettet og de sociale medier når TV SYD en yngre målgruppe. Blandt de 28.000 fans på facebook er gennemsnitsalderen 35 år, og det er tydeligt, at debatterne føres mellem brugere, der er yngre end den gennemsnitlige tv-seer. TV SYD anser derfor sociale medier og online for at være en meget væsentlig del af public service-tilbuddet og den bedste mulighed for at ramme seere i den første halvdel af livet.

Betjening af handicappede

TV SYD 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.

Som en ekstra service for de hørehæmmede tekstede TV SYD fra kl. 19.30 til kl. 00.55 på kommunalvalgsaftenen den 19. november 2013.

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

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

På TV SYD varetager to interne og to eksterne respeakere funktionen på skift.

Specifikke public service forpligtelser

Nyheder

Nyheder og aktualitet er kerneydelsen for TV SYD. Ud over 19.30-udsendelsen skal aftenens sene udsendelse, der kommer kl. 22.25, sikre en perspektivering og uddybning af dagens vigtigste nyheder. Udsendelserne rummer hver dag live-elementer, både live fra virkeligheden via SNG eller de nye muligheder for billig live gennem 4G-telefonnetværket og med gæster i TV SYDs studie. Med den nye bagskærm har nyhedsgrafikken også fået en vigtig funktion i formidlingen af nyheder. Mange nyheder bliver mere forståelige, når grafik hjælper dem på vej.

TV SYD indførte i 2013 en web first-strategi, som betyder, at nyheder, der produceres frem mod kl. 19.30, kommer på nettet så hurtigt som muligt. Årsagen til den strategi er et hensyn til seerne, som ikke skal tvinges ind foran skærmen kl. 19.30, men i stedet skal have mulighed for at være opdateret, uanset hvornår de har mulighed for at følge TV SYD.

Langt hen ad vejen er der færre nyheder, der finder vej til 19.30. En del udkommer kun på tvsyd.dk, så de nyheder, der prioriteres til 19.30 kan få tid og plads nok. Dette både for at sikre, at nyhederne bliver forklaret og nuanceret, men også for at give seerne merværdi i forhold til, hvad de har kunnet følge på webmedierne i løbet af dagen. Udsendelsen kl. 19.30 skal rydde op i dagens nyhedsstrøm og sætte nyhederne i sammenhæng.

Flowet i 1930 blev ændret midt på året.

Det stod klart, at seerne faldt fra cirka fem minutter før udsendelsen var slut til skade for TV 2, der mistede potentielle seere. Analysen viste, at årsagen var, at de sidste minutter var rodede på grund af egenklamer, vejrudsigt, sponsorkilte, trailere etc. Der blev ryddet op og udstykket klare retningslinjer for, hvad der skal ramme 19.30 - vejrudsigten blev flyttet til starten af udsendelsen og sendes nu inden nyhedsintroen, sponsoraftaler på et dagligt featureindslag/magasin blev fjernet, så det var nyhedsudbuddet, der afgjorde nyhedsdelens varighed og ikke om der eventuelt var en sponsor, der skulle nævnes. Alle anstrengelserne bar frugt, således at der ikke længere er seerfracald de sidste minutter, og seerne har taget godt imod, at TV SYD nu begynder med vejrudsigten. Strategisk skal TV SYDs nyheder være dagsordensættende. TV SYD skal tilføje nyhedsstrømmen gode historier, klassiske nyhedshistorier, som er gravet frem ved hjælp af research og kildepleje. Målsætningen er, at der kun i helt ekstraordinære tilfælde laves tv på en avishistorie – nemlig når avishistorien er så vigtig, at den er uomgængelig. Også på tvsyd.dk skal det hovedsagligt være redaktionens egne historier, der kommer på. Debatten om de licensfinansierede medier og deres adgang til at lave nyheder på deres hjemmesider har medført et øget redaktionelt fokus på at bruge kræfterne på egne nyhedsprioriteringer.

Grænseregionen og de to mindretal

TV SYD har en særlig forpligtelse til at

dække livet i grænseregionen. I 2013 var dækningen præget af en stor national debat om grænsehandel, som resulterede i en høring på Christiansborg, initieret af lokale folk fra Sønderjylland og live transmitteret på TV SYD+ af TV SYD. Desuden har TV SYD fokuseret på livet syd for grænsen, herunder en tiltagende fattigdom blandt de såkaldt working poor, som trods fuldtidsarbejde stadig stiller op i køen til maduddeling. Og der har været produceret indslag om postkassefirmaer syd for grænsen, der omgår de strammere danske regler for godstransport med lastbil ved at have fiktive domiciler i Flensborg. I efteråret aflagde direktøren for TV SYD sammen med nyhedschefen et besøg hos NDR i Kiel. Her blev der blandt andet aftalt et samarbejde om et nyhedsprojekt i efteråret 2014. Og på samme årstid var TV SYDs elever og praktikanter på tur til Flensborg. Dagen begyndte hos partiet SSW, til en snak omkring udfordringerne for det danske mindretal i Tyskland. Senere på dagen mødtes eleverne og praktikanterne med nogle af de unge mennesker, der går på de danske gymnasier i Nordtyskland. Der var mange gode drøftelser, blandet andet om hvordan hverdagen som en del af et mindretal fungerer, og om hvordan det er at være splittet mellem to kulturer. S, Slesvigsk Parti, fik et rigtig godt valg til kommunalvalget i Danmark og kom ind med flere mandater end nogensinde. I den hektiske konstitueringsfase gik snakken endda om, at der var mulighed for en tysk-sindet borgmester i Sønderborg. TV SYD dækkede selvfølgelig dette, og nyhedsche-

fen og direktøren aflagde besøg hos det tyske mindretal i Danmark i Aabenraa kort før kommunalvalget.

Beskyttelse af børn

TV SYDs programafdeling styrer placeringen af udsendelserne og tager i særlig grad hensyn til børn.

Der bringes sjældent indslag, der kan virke foruroligende eller stødende. I tvilstilfælde er det fast procedure at bringe advarsler, før et indslag vises. Der har ikke i 2013 været eksempler herpå. TV SYD har ikke indflydelse på vores sendetidspunkter på TV 2 i Danmark, de er bestemt af sendetidsaftalen. Derfor er der opmærksomhed på, at udsendelserne ikke udsætter børn for programvirksomhed, der kan være skadelig for børnenes fysiske, psykiske eller moralske udvikling.

Der er ligeledes bevidsthed om, at programmer, der i alvorlig grad kan skade mindreåriges fysiske, psykiske eller moralske udvikling, ikke må sendes.

Der har ikke været klager eller seerhenvendelser om TV SYDs programmæssige dispositioner på dette område.

Beskyttelse mod racisme og had

TV SYD bringer ikke hadefulde eller racistiske udtalelser i udsendelserne. Der kan dog i helt særlige tilfælde være undtagelser, fordi udtalelsen kan være bragt i et andet medie og have en principiel karakter – eksempelvis hvis den krænkede anmeld-

er det til politiet, og det afstedkommer en retslig forfølgning. Her kan det som et led i dækningen være hensigtsmæssigt at bringe udtalelsen. TV SYD har dog aldrig oplevet en sådan situation.

Kunst og kultur i det regionale område

TV SYD har et ønske om at være til stede ved de begivenheder, der samler syd- og sønderjyderne. Det er i høj grad kulturelle arrangementer. Redaktionen prioriterer både teaterforestillinger på Mungo Park, Tønder Festival, Jelling Festival og kunstudstillinger, fx stoleudstillingen på Trapholt i Kolding.

Kulturindslagene bringes både som en del af nyhederne, men ofte også som en større liveproduktion på TV SYD+. Årets seerhit var en halv times liveudsendelse fra Vorbasse Marked, hvor 47.000 kiggede med. Dansk sprog og europæiske programmer Med både tv og web i produktionen er det væsentligt med fokus på både det levende talte sprog og på det korrekte fængende skrevne ord.

Sproget på TV og web

På en regional tv-station, specielt TV SYD med forpligtelser over for både sproglige mindretal og grænseregionen, er der en særlig forpligtelse til at arbejde intensivt med det danske sprog. Sproget i tv-indslagene skal være præcist og korrekt, og fordi det følges af levende billeder, skal det også være neutralt.

Der er løbende gennemført både skriftlig og mundtlig efterkritik af indslag og pro-

grammer i TV SYDs udsendelser, hvori også indgår en vurdering af – og vejledning om – det anvendte sprog, hvorved stationens sprogpolitik om at bruge et både korrekt og formidlingsmæssigt forståeligt sprog løbende sikres. Desuden har eksterne konsulenter løbende henover året givet speaktræning til studieværter, reportere og praktikanter. Herunder også et sprogligt eftersyn, der omhandler ikke alene det talte ord, men også sproget i de mange artikler, der hver dag lægges ud på TV SYDs hjemmeside.

Andel af europæiske programmer

Der har ikke i "vinduerne" på TV 2s hovedkanal været udsendt europæiske programmer produceret af uafhængige producenter. Det skyldes, at den samlede programvirksomhed alene koncentrerer om nyheder og aktualitet. På TV SYD+ er 26,3 procent af nyproduktionerne produceret af uafhængige producenter.

Samarbejde

Som en del af TV SYDs strategi er der beskrevet et klart ønske om at samarbejde med andre medier i regionen og med institutioner og foreninger. I dette kapitel beskrives en række af de vigtigste samarbejder, som TV SYD deltog i i 2013.

TV 2 i Danmark

I forbindelse med kommunalvalget indgik

TV SYD og TV 2 i Danmark en rundsumsaftale for leverancer i november måned, dels for at lette bureaukratiet, dels i håb om at udveksle endnu mere stof i valgkampen, hvor TV SYD af gode grunde ville have meget stof fra hver eneste syd- og sønderjyske kommune, men den anden vej ville have behov for mange kommentarer fra politikere på Christiansborg. Den faste pris fungerede efter hensigten og til alles tilfredshed.

Generelt har TV SYDs leverancer til TV 2 i Nyhederne været stigende i antal i løbet af året, og det skyldes bl.a. en klar mission om at komme mere på landsdækkende tv. Dels for at hjælpe TV 2 med at holde på seerne, hvilket også gavner regionerne, dels fordi det er vigtigt for medarbejdernes selvforståelse at udkomme på TV 2. I forbindelse med KV 13 fik TV SYD udvidet sendetiden på TV 2. Dels blev den sene nyhedsudsendelse udvidet i ugen op til valget, dels var selve valgaften dedikeret til regionerne. TV 2 tilbød at sende den første time fra kl. 20-21 i samarbejde med de regioner, der havde svært ved at producere indhold nok til den første time selv. Men TV SYD valgte at holde sig udenfor fællesskabet og satse på en 100 procent regional valgaften fra kl. 19.30-01. Og seerne kvitterede ved at følge aftenen i stor stil. TV SYD havde den aften en share over 40 procent, set over hele aftenen og nåede da seertallet peakede op på en seerandel på 57 procent.

Der har været flere dialogmøder med TV 2 i Danmark i løbet af 2013.

I 2013 indledtes et forsøg med at afkorte TV 2 i Regionernes 19.30-udsendelse med

to minutter for til gengæld at kunne lade dem starte deres hovedudsendelse præcis kl. 19.30 i stedet for nogle minutter over. Forsøget var gavnligt for TV SYDs seertal, og det var derfor tilfredsstillende, at det

blev gjort permanent ved årets udgang. Salget af indslag til TV 2 i Danmark udgjorde i 2013 en indtægt for TV SYD på 639.000 kroner.

Samarbejde med TV 2 i kr. 1.000

	2013	2012	2011	2010	2009
Nyhedsindslag incl. News	537	495	375,2	334,7	500,0
Eng, SNG, arkiv mv	85	85,7	8,5	22,0	25,0
Nyheder i alt	622,0	580,7	383,7	356,7	525,0
Sporten	16,8	2,5	5,7	27,2	1
Programafd.	0	0	0	0	0
Omsætning i alt	638,8	583,2	389,4	383,9	526,0

Samarbejde med DR og aviser

I forbindelse med KV 13 indgik TV SYD et samarbejde med DR Syd og DR Trekanten om projektet 'Dit byråd', der inviterede almindelige vælgere til at sætte sig i politikernes sted for at lave prioriteringer. Serien viste, hvilke dilemmaer, politikerne står i, når de skal vælge mellem at give penge til at genoptræne en ældre kvinde eller give en støttepædagog til en dreng med ADHD. Derudover samarbejdede TV SYD med DR Syd og DR Trekanten samt Nordschleswiger, Vejle Amts Folkeblad og Horsens Folkeblad om et fælles Twitter-hashtag under KV13, så politikerne kun behøvede

at skrive et hashtag for at udkomme på samtlige de nævnte mediers twitterprofil. Samarbejdet betød, at Twitter fik sit gennembrud i Syd- og Sønderjylland under KV13. Til en enkelt KV-debat på TV SYD skete det, at over 200 kommenterede den på Twitter.

Samarbejde med de øvrige regioner

Det største projekt med de øvrige TV 2-regioner i 2013 var udarbejdelsen af den såkaldte udredningsrapport med analyser af og forslag og ideer til yderligere samarbejde på tværs af regioner. Udredningsarbejdet var initieret af medieforliget fra

2011, og fordrede et øget samarbejde både på teknik, administration og programmer. Udredningsarbejdet blev gennemført af en ekstern konsulent, Heine Kaasgaard Bang fra firmaet Conmoto, hyret i fællesskab af TV 2 / Regionerne og baseret på interviews med direktører og ledende medarbejdere på samtlige stationer. Resultatet blev en rapport med en række ideer til samarbejde og en afvejning af fordele og ulemper for hver enkelt ide samt en anbefaling. Desuden redegør rapporten detaljeret for det nuværende samarbejde på alle områder. På TV SYD syntes både bestyrelse og ledelse, at det endte med en lidt defensiv og uambitiøs udredning, men den kom så langt, som der kunne skabes enighed om i kredsen af direktører og formænd. Hensigten er i løbet af 2014 at implementere de anbefalinger, der er enighed om, og hvor der er et rationale enten i form af øget kvalitet eller besparelser. Desuden brugte direktørerne en del tid på et muligt indkøb af TV 2s andel af DIGI TV A/S, som TV 2 ejer i fællesskab med DR i forholdet 1/3 og 2/3. Men købet strandede efter mange og lange forhandlinger. De er nu genoptaget med Kulturministeriets mellemkomst, og muligheden for, at købet bliver til noget i 2014 er bestemt til stede.

Fællesregionale produktioner

DGI's Landsstævne

Det redaktionelle samarbejde på tværs af regioner bød på en række projekter i 2013. Det største var for TV SYDs vedkommende dækningen af DGIs Landsstævne i Esbjerg. Sammenlagt sendte TV 2-regionerne syv

timer og 20 minutters direkte tv fra Landsstævnet, og seerinteressen var stor.

Folkemøde

Desuden var der samarbejde om Folkemødet på Bornholm, hvortil TV SYD leverede vært Søren Vesterby til det daglige fællesregionale program.

Knæk Cancer

TV 2 / Bornholm stod for projektledelsen af det fællesregionale bidrag til TV2s Knæk Cancer-uge, hvor seks regioner bidrog til programmet "En dag i Danmark" om kræft.

Danmark Rundt

364 dage i 2012 sendte alle otte regioner "Danmark Rundt". Programmet produceres af TV 2 / Fyn og består af de bedste indslag fra de otte regioner, klippet til og sat sammen med nye op- og nedlæg. Programmet har haft stabilt høje seertal, og seerne har vænnet sig til, at det kommer hver eneste dag kl. 21.

Beliggenhed, Guld fra gemmerne og Klar, Parat, Smart

TV 2 / Øst har koordineret Beliggenhed, TV Midt/Vest har ledet Guld fra Gemmerne, og TV 2 / Bornholm har taget sig af quizen for 6. klasses elever "Klar, Parat Smart", og finalen blev produceret som et tre timers liveshow direkte fra TV 2 / Fyn i Odense.

Overtrådt, Trolling og Sol over Gudhjem

TV SYD og TV Midt/Vest samarbejder om håndboldmagasinet "Overtrådt", og TV 2 /

Bornholm har stået for en fiskekonkurrence og kokkekonkurrencen "Sol over Gudhjem", som TV SYD også sendte.

Samarbejder om grænser mellem regioner

TV SYD samarbejder i øvrigt med TV 2 / Østjylland om dækningen af Horsens Kommune, der dækkes af begge stationer med forpligtelsen defineret hos TV SYD. Ifølge public service-kontrakten skal TV SYD sende TV 2 / Østjyllands 1930-udsendelse hver aften inden kl. 22.30, og den sendes kl. 21.55.

Med TV Midt/Vest samarbejdes om dækningen af Ikast-Brande kommune, hvoraf den tidligere Nørre Snede Kommune fortsat hører under TV SYDs dækningsområde, og med TV 2 / Fyn om dækningen af Region Syddanmark, ligesom TV Midt/Vest, TV 2 / Østjylland og TV SYD samarbejder om dækningen af Region Midtjylland. Samarbejderne kommer til udtryk ved udveksling af indslag i det daglige og fyldte naturligt nok mere i forbindelse med KV13.

Samarbejde med eksterne producenter

TV SYD har også i 2013 samarbejdet med en række private, uafhængige producenter, som har leveret programmer efter den såkaldte entreprisemodel. Dels var programserien "Havneliv" produceret af XX (Ulrik Westphael) efter entreprisemodellen, (og hvad ellers Pia). Dels fik vi en I årets udgave af public service-kontrakten var der som noget nyt stillet krav om at afholde en Producenternes Dag, hvor uafhængige produktionsselskaber kunne få

nærmere information om, hvilke eksternt producerede udsendelsestyper, TV SYD efterspørger i 2014. Senere skulle der ifølge kontrakten holdes en Pitchdag, hvor producenterne kunne komme med deres ideer og oplæg til programmer.

Begge dele blev gennemført i efteråret. Fremmødet var begrænset til tre producenter på Producenternes Dag, og derfor gennemførte TV SYD Pitchdagen i samarbejde med TV 2 / Fyn.

Der blev pitchet fem ideer for TV SYD, og selv om ingen af dem førte direkte til udsendelser, fik TV SYD nogle værdifulde kontakter i produktionsmiljøet, og der er senere indgået samarbejdsaftaler med nogle af producenterne.

Som tidligere nævnt skal TV SYD i lighed med de andre TV 2-regioner leve op til et krav om at købe mindst 33 procent af den produktion, der ikke er nyheder og aktualitet i entreprise hos private, uafhængige producenter. I 2013 opnåedes en procent på 26,3. Årsagen til, at TV SYD ikke nåede i mål i 2013 er, at der ikke var uafhængige producenter nok, der kunne levere til den pris, som TV SYD har råd til at betale. Men den nye kontakt med producenterne har ført til et øget fokus hos producenterne på pris og produktionsform og et øget fokus på TV SYD på at opfylde udlægningskravet. Derfor er det den erklærede ambition at nå de 33 procent i 2014 – og som fordret i et brev fra kulturministeren også at nå de 33 procent, når der ses på perioden 1.1.2013-31.12.2014.

Sociale medier

Sociale medier er et strategisk indsatsområde på TV SYD. I 2013 steg antallet af likes på TV SYDs Facebookside med 4.040 til i alt 26.847. Stationen er desuden aktiv på Twitter, Instagram, YouTube, Google + og LinkedIn.

Strategien har været at skabe et sammenhængende nyhedsbillede på tvsyd.dk, sociale medier og TV, og hver dag inviteres seerne til debat på de sociale medier om et af de store emner i aftenens nyheder kl. 19.30. Det har vist sig at være en succes.

Facebook

Antallet af kommentarer på TV SYDs Facebookside ligger oftest mellem 50 og 100, men det er ikke ualmindeligt, at der kommer flere hundrede kommentarer og ligeså mange likes til TV SYDs opslag. Antallet af kommentarer pr. opslag på TV SYDs Facebookside steg fra gennemsnitlig 9 i april til gennemsnitlig 71 kommentarer i august, og antallet stiger fortsat. Det betyder, at TV SYD dagligt når ud til mellem 10.000 og 20.000 seere via Facebook, og med mellemrum peaker med en rækkevidde på helt op til 100.000 brugere på et døgn.

Pr. 1. januar 2013 var der over en periode på 28 dage i alt 13.790 engagerede seere (som kommenterer, liker, klikker på indhold m.m.)

Pr. 31. december 2013 var der over en periode på 28 dage i alt 43.385 engagerede seere

Bemærk dog, at tallet pr. 31. december er usædvanligt højt, da enkeltstående opslag

har skabt engagement ud over det sædvanlige i slutningen af december. I sidste halvdel af 2013 var det mere almindeligt med omkring 20.000 engagerede brugere over en periode 28 dage, hvilket stadig er en markant stigning.

Twitter

Under kommunalvalget blev Twitter for første gang integreret i redaktionens arbejde.

Det var en satsning på et socialt medie, der aldrig har fået det store folkelige gennembrud i Danmark, men netop dette medie viste sig at være særdeles egnet til at understøtte hele den demokratiske proces. Twitter-profilen @kvsyd blev initieret af TV SYD og lanceret som et samarbejde mellem avis, radio og tv som seernes mulighed for at få en stærk samlet debat i vores landsdel. Samtidig fik lokalpolitikere mulighed for at nå ud til alle vælgerne med ét enkelt tweet, fordi alle medierne viderefremidlede den samme debat fra Twitter. Det var en succes.

Under valgkampen blev der tweetet mellem 10.000 - 15.000 gange på #kvsyd og de øvrige lokale hashtags, som blev brugt på hjemmesiden. Mere end hver 8. kandidat i vores område deltog, og debatten genererede omkring 30 valgnyheder på tvsyd.dk op til valget.

Med inddragelsen af Twitter opnåede den politiske debat på TV SYDs hjemmeside et hidtil uset niveau, der er helt uden sammenligning med tidligere valg.

Twitter blev også brugt aktivt under live-valgdebatterne i tv, hvor seerne fik mu-

lighed for at blande sig direkte i den debat, de kunne følge på tv.

Samlet set udgjorde inddragelsen af seerne via de sociale medier under valget en markant styrkelse af nærdemokratiet, og TV SYD har da også fulgt op på de positive erfaringer med flere nye tiltag i begyndelsen af 2014.

De sociale medier spiller generelt en bety-

delig rolle i TV SYDs arbejde med at nå så brede grupper i befolkningen som muligt. Det skyldes ikke mindst, at de blandt andet er med til at tiltrække yngre seere. Mens gennemsnitsalderen på tv-seeren som nævnt er 58 år, så er 76 pct. af seerne på TV SYDs facebookside mellem 13 og 54 år.

Alder og køn på TV SYDs Facebookside



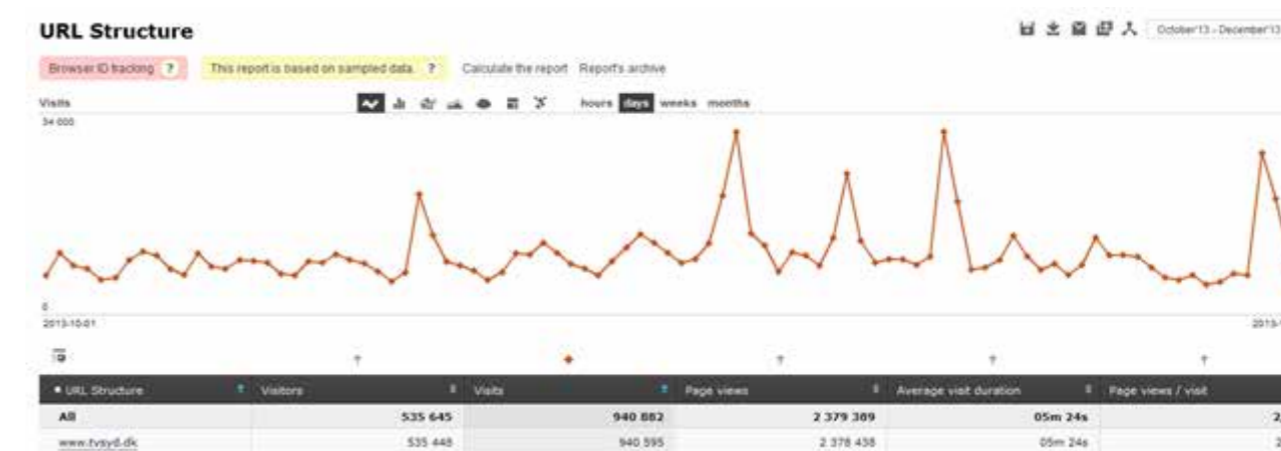
Gennemsnitsalderen er endnu lavere på f.eks. Twitter og Instagram. Udover den styrkede inddragelse af de eksisterende seere har TV SYD altså med de sociale medier også et redskab til at nå de yngre og forhåbentlig kommende seere.

Indsatsen på de medier vil i 2014 fortsætte med uformindsket styrke. F.eks. vil Twitter blive inddraget som et fast redskab på redaktionen. Instagram vil blive taget i brug. Desuden vil vi arbejde målrette på at tilpasse os fragmenteringen af danskernes

brug af sociale medier, så vi er i stand til at navigere bredt og nå seerne dér, hvor de er, uanset hvilket socialt medie, de bruger.

Hjemmesiden www.tvsyd.dk

Med mere end 500.000 besøgende og 2,3 mio. sidevisninger i fjerde kvartal 2013 er tvsyd.dk blevet en stadig vigtigere platform i TV SYDs formidling af regionalt indhold.



Hjemmesiden har i 2013 fået et designmæssigt og redaktionelt løft. Dels er redaktionen blevet udvidet og tilføjet en redaktionsleder, dels er selve sitet blevet mere dynamisk og moderne i sit design, ligesom der er tilføjet nye funktioner og features.

Hjemmesiden er på hverdage blevet opdateret med 15 - 20 nyhedshistorier og i weekender med 5 - 10 nyheder. Under særlige forhold som storme, valg og lignende er dækningen øget med op til 40 - 50 nyheder i løbet af et døgn. En strategi, der er blevet belønnet med de peaks i besøgstallet, der fremgår af skemaet ovenfor.

Kommunalvalget udgjorde et af årets højdepunkter med flere rekorder. Valgtemaet på hjemmesiden er det klart hidtil mest besøgte tema på tvsyd.dk, og på dagen efter valget rundede vi for første gang 100.000 sidevisninger på ét døgn.

Onsdag den 20. september:

100.228 sidevisninger
20.490 besøg
16.778 besøgende
5,44 minutter pr. besøg

Alle nyheder, som også er udkommet på

Hændelsesetiket	Al aktivitet	Unikke hændelser
	43,12 % 16.974 ift. 11.860	19,73 % 9.041 ift. 7.551
1. tvsyd		
01-10-2013 - 31-12-2013	16.974	9.041
01-10-2012 - 31-12-2012	11.860	7.551

TV, bliver sat sammen med hjemmesidens artikel, ligesom der tilføjes merværdi i form af billedgallerier, henvisninger til eksterne kilder etc. Som en del af den overordnede strategi skal hjemmesiden fungere som second screen. Det vil sige, at det er et mål, at seerne dagligt har mulighed og klikke ind og hente medværdi på hjemmesiden, samtidig med, at de ser TV SYDs udsendelse i tv.

På hjemmesiden kan seerne også se tidligere udsendelser, både nyhedsudsendelser og udsendelser fra TV SYD+. For hjemmesiden er også samlingssted for TV SYDs tv-udsendelser.

TV SYD kanalen bliver live-streamet på forsiden af tvsyd.dk, og seerne adfærd siger alt om det stigende behov for at være til stede online.

I 2013 blev der i alt trykket play 33.877 gange på live-streamen på forsiden af tvsyd.dk.

Live-streamen har i den seneste version kun været tilgængelig siden 17. september 2012, men sammenligner vi sidste kvartal med året før, kan vi se en stigning på 19,73 pct. For få år siden var der på en tidligere version af live-streamen blot en halv snes seere årligt.

Ændringen skyldes i høj grad seernes øgede brug af mobile enheder, der gør, at den store tv-skærm ikke længere er en selvfølge, når man skal se sit yndlingsprogram, - eller når man måske blot er nysgerrig efter at se noget, man har hørt vennerne snakke om på de sociale medier.

Netop udviklingen på de mobile enheder er noget TV SYD følger nøje. I fjerde kvartal 2013 kunne vi for første gang konstatere, at mere end 50 pct. af de besøgende på TV SYDs online-tilbud kom fra mobile enheder.

I alt 351.434 besøg kom fra brugere, der gik direkte ind på tvsyd.dk via tablets og mobiltelefoner. Dertil skal lægges 195.344 besøg via TV SYDs iPhone mobilapp og 57.096 besøg via TV SYDs Android mobilapp. I alt giver det 603.874 besøg fra mobile enheder i fjerde kvartal 2013 mod 586.841 besøg fra pc.

Statistikken

I forbindelse med kommunalvalget valgte TV SYD sammen med de øvrige TV 2-regioner (undtaget TV 2 / Bornholm) at



2014 vil i høj grad blive et år med fokus på samarbejdet med vores kolleger på de øvrige TV 2-regioner. Vi vil arbejde positivt i retning af en fælles online-plattform, der skal give TV 2-regionerne den fornødne styrke til at klare sig i fremtidens mediebillede, hvor der stilles stadig større krav til brugeroplevelse på de forskellige on-

abonnere på brugertal fra Danske Medier Research, DMR. Det er første gang, det har været muligt at få et validt og solidt overblik over forbruget af tvsyd.dk.

Tallene adskiller sig bl.a. fra de hidtil gratis tal fra Google Analytics ved, at registreringen af cookies de bliver sammenholdt med uafhængige tal fra Danmarks Statistik. Det giver et mere realistisk billede af de egentlige forbrug i forhold til Googles rå tal. Samtidig er statistikken fra DMR suppleret med en lang række demografisk data, der giver os mulighed for at lære vores brugere online bedre at kende.

Også her har vi en formodning om at målgruppen i gennemsnit er yngre end seerne på tv, men det bliver vi klogere på i løbet af 2014.

Da vi kun har den nye statistik fra DMR pr. 1. oktober 2013 må vi her forlade os på den statistik, som vi hidtil har brugt fra Google Analytics, til at tegne et billede af udviklingen over hele året. Tendensen er, som det fremgår, en fortsat stigende udvikling på de centrale nøgletal.

line-platforme – herunder ikke mindst de mobile enheder. Samarbejdet med regionerne betyder samtidig, at TV SYD på nogle områder vil holde igen med udvikling af konkrete tiltag på hjemmesiden, indtil den fortsatte fremtidige udvikling er sat ind i en større ramme.



Club Syd

Den vigtigste kilde til dialog er Club Syd – Støtteforeningen for TV SYD. TV SYDs ønske er at involvere medlemmerne så meget som muligt i stationen – til hverdag og fest. I forbindelse med indvielsen af TV SYDs nye domicil i Media Park 1 i Kolding, inviterede TV SYD således 100 Club Syd-medlemmer, 100 medlemmer af repræsentantskabet og 100 VIP'er til kagebord, taler og levende musik. Og i forbindelse med forberedelsen af en række nye primetime programmer til TV SYD+ inviterede TV SYD 50 medlemmer af Club Syd til forpremiere og kommentering af nogle af de nye programmer.

Club Syds bestyrelse deltog i rundturen til alle kommuner i forbindelse med KV-debatterne i november og havde en stand på de 14 locations med mulighed for at fortælle om foreningen og hverve nye medlemmer.

TV SYDs Støtteforening besluttede på generalforsamlingen i april at skifte navn til Club Syd – Støtteforeningen for TV SYD. Årsagen var den forvirring, det giver, at der er en støtteforening og en fordelsklub og et ønske om at forene de to instanser navnemæssigt.

Medlemstallet har de seneste år været for nedadgående. Efter at have været tæt på 25.000 medlemmer i 2008 ved TV SYDs 25 års fødselsdag, var der bare 21.022 medlemmer ved starten af 2013.

Club Syds bestyrelse drøftede om strategien skal være at fastholde de nuværende medlemmer, om der hellere skal sættes på at hverve nye medlemmer, eller om det

rigtige er at forsøge begge dele. Efter en proces blev det besluttet at sætse på både fastholdelse og nyrekruttering. Det blev besluttet at afskaffe udgivelsen af to årlige TV SYD Aviser (i 2013 blev der udgivet en forårsudgave), og i stedet sætse på tv-markedsføring, markedsføring i ugeaviser og et årligt nyhedsbrev til medlemmer. Der blev hyret en ekstern markedsføringskonsulent, Jens Bo Thomsen, til at tage sig af markedsføringskampagnen, og sidst, men ikke mindst: Der blev indledt et samarbejde med Ugeavisshoppen om medlemsfordele med særlige rabatter til Club Syd-medlemmer. Samarbejdet skal blandt andet medvirke til at støtte op omkring lokale aktiviteter i Syd- og Sønderjylland. Ved kontingentopkrævningen i oktober blev der udloddet en bil i præmie mellem alle dem, der havde betalt deres kontingent inden den 15. oktober. Det, sammen med Club Syds deltagelse i Living Plus Messen i Fredericia samt de andre aktiviteter, betød at medlemstallet ved udgangen af 2013 var på lige knapt 22.000 medlemmer. Målet er 25.000 medlemmer ved udgangen af 2015.

Støtteforeningens bestyrelse bevilgede i 2013 1.050.000 kr. til brug i 2014 til bl.a. en ny og forbedret værtsbåret vejrudsigt, en opdatering af TV SYDs corporate identity og nyt airlook på TV SYD+, ligesom bestyrelsen fejrede TV SYDs 30 års fødselsdag med en stor kagemand til medarbejderne og donerede et klaver i forbindelse med indvielsen af de nye lokaler. I forbindelse med indflytningen i Media Park gav støtteforeningen i 2013 et tilskud på 490.000 kr. til møbler. Generelt er Club Syd en uund-

værlig del af TV SYD, fordi det er gennem Club Syd, at TV SYD er i kontakt med kerneseerne og hele tiden får feedback på programmer og nyhedsudsendelser. TV SYD er den folkelige regionalstation, som husker rødderne tilbage fra starten som forsøgsstation under DR i 1983. Dette afspejles også i den økonomiske støtte, som Club Syd giver til TV SYD. Fordelsarrangementer for medlemmer varierede fra lokale arrangementer som Sønderborg Revyen og koncerter med Sønderjyllands Symfoniorkester til en jordomrejse og krydstogt i Caribien.

Repræsentantskabet

TV SYDs repræsentantskab består af 100 repræsentanter fra forskellige folkelige, politiske og erhvervsorganisationer. Club Syd har 36 pladser i repræsentantskabet. Repræsentantskabet mødes to gange om året. I 2013 blev forårsmødet i maj holdt i TV SYDs nye lokaler. Hovedformålet med mødet var valg til Fondsbestyrelsen, men der blev også tid til at hilse på TV SYDs nye direktør og høre om hendes forventninger til stationen og fremtiden. Fondsbestyrelsens ni medlemmer blev valgt og konstituerede sig senere med Peter C. Madsen som formand.

På efterårsmødet i november, som blev holdt på Rødding Højskole, var det just overståede kommunalvalg genstand for debat og evaluering. Med udgangspunkt i et oplæg fra valgforsker Christian Elmelund-Præstkjær fra SDU diskuterede repræsentantskabet TV SYDs dækning af valget og kom med forslag til forbedringer

til næste kommunalvalg. Der var en ganske positiv stemning over TV SYDs massive satsning på demokratiet, især rundturen til samtlige kommuner fik ros.

Dialog med seerne

TV SYD prioriterer dialogen med seerne højt. Ud over dialogen på de sociale medier, som er beskrevet i afsnittet herom, er stationen også i daglig mailkontakt med ca. 200 seere, virksomheder og organisationer. De være sig både i form af ros og ris, og af og til deciderede klager. Alle henvendelser der direkte omhandler TV SYDs programvirksomhed besvares, og klager gøres der særlig meget ud af at svare på.

En enkelt sag ved pressenævnet i 2013 resulterede i pure frifindelse af TV SYD. Sagen drejede sig om en borger i Hedensted kommune, som havde klaget så meget til kommunen og sendt en byge af aktindsigtsanmodninger, at det kostede mere end en halv mio. kroner at besvare henvendelserne. Afgørelsen fra Pressenævnet kan ses her:

<http://www.pressenaevnet.dk/Default.aspx?M=News&ID=93&NewsID=7819>

Radio- og tv-nævnet traf ingen afgørelser om TV SYD i 2013.

2013 har desuden budt på et sandt hav af rundvisninger for foreninger og grupper. Interessen for at se det nye hus har været overvældende. 2.738 seere var på rundvisning i 2013. Der var – og er også i 2014 – flere måneders ventetid på at komme

til. Rundvisningerne er populære, fordi der er mulighed for at møde værterne og se en arbejdsplads i funktion. Ud over rundvisninger om aftenen for seerne, havde TV SYD i 2013 besøg af de fleste bestyrelser og direktioner fra TV 2-regionerne, lagde hus til bestyrelsesmøde for Business Kolding, og holdt særlige møder for en række foreninger og samarbejdspartnere. Endelig har der været afholdt en række dialogmøder med repræsentanter for DR, herunder direktøren for DR Danmark og chefen for DRs distrikter for at identificere mulige samarbejdsprojekter. Der har været holdt møder med chefredaktørerne på hhv. Syddanske Medier og Jyske Medier og der har været holdt dialogmøder med erhvervsledere bl.a. i Business Kolding og Trekanten. Møderne har alle haft til formål at identificere mulige samarbejder samt at skabe et fundament af tillid med henblik på senere samarbejdsprojekter.

Socialt ansvar

TV SYD påtager sig et socialt ansvar, både som uddannelsessted og ved at tilbyde flexjob til medarbejdere med nedsat arbejdsevne.

TV SYD har plads til fem ftp-elever, der uddanner sig til tv-teknikere, fire journalistpraktikanter og 1 kontorelev. Eleverne får en alsidig uddannelse indenfor deres felt, og TV SYD afsætter god tid til vejledning af elever og praktikanter. Eleverne bidrager med kreativitet, arbejdsglæde og med deres unge syn på nyheder og udsendelser.

Derudover har TV SYD haft et antal sko-

lepraktikanter fra folkeskolens 9. klasse i erhvervspraktik, og en enkelt multimedie-designerelev.

TV SYD har en målsætning om, at 3-4 procent af medarbejderne er på en eller anden form for særlig ordning. Pt. er tre medarbejdere på flexjobordning. To af dem er medarbejdere, som på grund af sygdom har fået konverteret deres 'normale' job på TV SYD til et flexjob. Den tredje er rekrutteret som flexjobber. De ansatte på flexjobordning bidrager til TV SYD med deres store erfaring, deres dygtighed og deres arbejdsglæde.

Circum Regional

TV SYD deltog i maj 2013 i den årlige tv-konference for regionale tv stationer i Europa, Circum Regional i Santiago de Compostela i Spanien. Seks medarbejdere og to fra ledelsen var med.

Stationen havde indstillet to programmer til Prix Circum. Dels dokumentaren "Krigens Børn", dels et afsnit af serien "Anne i gode hænder". "Krigens børn" er skildringen af nogle af de børn, hvis forældre af forsvaret bliver udsendt til krigszoner. "Anne i gode hænder" er en serie, der hylder de mange medarbejdere, der arbejder i omsorgssektoren. Desværre lykkedes det ikke de to programmer at hive priser med hjem fra Spanien.

På konferencen var der bl.a. fokus på, hvordan NRK Norland arbejder tværfagligt, og med få ressourcer skaber en daglig nyhedsudsendelse til en geografisk meget stor region uden ret mange medarbejdere. Efterfølgende har TV SYDs direktør og

nyhedschef besøgt NRK Nordland og her hentet inspiration til nye måder at producere tv på.

Beredskab

I forbindelse med forpligtelsen til at formidle beredskabsmeddelelser har stationen installeret en dieseldrevet generator, som sikrer, at udsendelsesvirksomheden og programarbejdet ikke berøres ved eventuelt strømudfald, idet generatoren starter automatisk i samme sekund, strømudfaldet registreres.

Flytning til nyt domicil

Flytningen til Media Park 1 skete løbende fra december 2012 og frem til 4. april, hvor lejemålet på El-vej blev afleveret til udlejer. TV SYD havde i forbindelse med flytningen ansat en tømrer som flytte-medhjælper i fire måneder. Sammen med serviceafdelingen og pedellen stod han for den fysiske flytning samt rydning af El-vej. Efter en grundig oprydning blev der holdt medarbejderauktion over effekter, der ikke længere skulle bruges, hvorefter resten blev givet til velgørenhed.

På Media Park 1 påbegyndte firmaet Danmon ultimo december den tekniske installation, der omfatter to nye studier med tilhørende kontrolrum samt et ministudie. Derudover er der installeret nyt AV-anlæg i hele huset.

Den 4. marts 2013 sendte TV SYD den første udsendelse fra det nye domicil i Media Park 1 i Kolding. Flytningen foregik over en weekend, hvor der blev sendt udsendelser

fra redaktionen via en lejet OB-vogn, men mandag aften var det nye studie klar til premiere. Premierens forløb godt og der var kun enkelte tekniske småting, der skulle rettes op de følgende dage.

Studiet er indrettet og designet af to af stationens medarbejdere, Frank Blauenfeldt og Thomas Hjelm. Det er båret af den signifikante bagskærm skabt af to projektorer i loftet, hvilket giver bagskærmen et svævende look. Samtidig er lyset i studiet blødt og farverne er lyse og nordiske med en varm rød rundhorisont.

Det nye studie er formentlig den største nyskabelse for TV SYDs nyhedsudsendelser i de kommende mange år, og derfor har der året igennem været gjort en stor indsats for at uddanne alle onair-medarbejdere til at udnytte studiets mange muligheder, og der har været arbejdet med sikker udvikling af udtrykket.

Bestyrelsen for Driftsselskabet A/S TV SYD

Den nye strategi har været et stort arbejdsområde for A/S-bestyrelsen i 2013. Bestyrelsen er kommet med vigtige input, har læst med undervejs og har stillet spørgsmål. Strategien blev vedtaget på mødet i september. Derudover har bestyrelsen brugt tid på at drøfte udredningsarbejdet iværksat af medieforligspartierne. I juni var bestyrelsen og TV SYDs ledelse på studietur til Folkemødet på Bornholm. Turen gav mulighed for vigtig dialog med politikere, og de fællesregionale produktionsfaciliteter blev besøgt.

I oktober var der fællesregional konference

for alle bestyrelsesmedlemmer hos TV 2 / Regionerne. Her blev udredningsrapporten fremlagt, og der var inspiration fra professor i ledelse Anders Drejer. Arrangementet mødte efterfølgende kritik fra flere sider for manglende styring, og det drøftes pt. hvordan bestyrelseskonferencerne fremover afvikles.

Arkiver

TV SYDs udsendelser er siden 1. januar 2009 bevaret på tvsyd.dk som enkelt-indslag og udsendelser.

Tv-indslag fra stationens start til i dag er bevaret i et båndarkiv, som er intakt fra stationens start, men det er ikke digitaliseret.

De "gamle" indslag og udsendelser bliver digitaliseret i forbindelse med genanvendelse af dem på TV SYD+. Det giver en større viden om arbejdet med digitalisering af arkiverne. Befolkningen burde have lettere adgang til TV SYDs gamle udsendelser, men det forudsætter en digitalisering af hele arkivet. Det er en omfattende opgave, som kræver en særlig indsats. Derfor har TV 2 / Regionerne fremsat ønske om en licensbevilling til digitalisering af arkiverne.

Der er fri adgang online til udsendelser og indslag på tvsyd.dk. Man kan vælge at se indslag eller udsendelser. Søgefunktionen gør det nemt at målrette sin søgning. Mod betaling af de dermed forbundne håndteringsomkostninger tilsendes en dvd-kopi af udsendelser eller indslag, men interessen er dalet i

takt med, at udsendelserne er tilgængelige online.

Finansiering

TV SYD er hovedsagelig finansieret af licensmidler. Dertil kommer indtægter fra salg, tilskud fra Club Syd og salg af sponsorater.

TV SYD kom ud af 2013 med et overskud på 123.000 kroner. Resultatet skal ses i lyset af, at stationen i løbet af året flyttede fra El-Vej til Media Park og af den årsag i en periode havde dobbelt husleje og udgifter til forbrug begge steder. Derudover medførte en omstrukturering af ledergruppen en udgift til fratrædelser og overgangsordninger. Derfor anses resultatet på 123.000 kroner for at være særdeles tilfredsstillende.

Nøgletal for TV SYD

	2013 t.kr.	2012 t.kr.	2011 t.kr.
Nettoomsætning	71.757	64.899	61.926
Heraf licenstilskud	65.448	60.425	57.988
Årets resultat	123	776	1.513
Balancesum pr. 31.dec.	61.291	66.228	27.525
Egenkapital pr. 31.dec	11.679	11.556	10.780

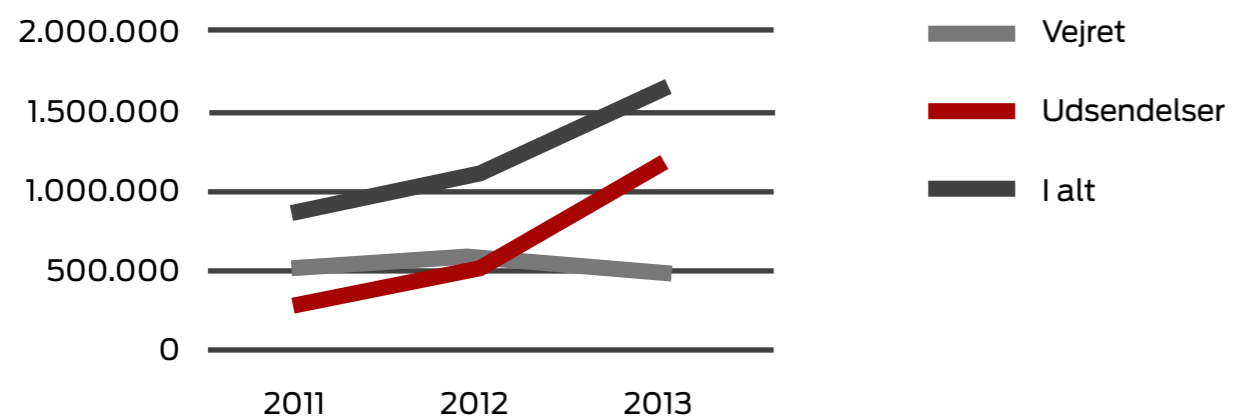
Sponsorsalg

Salget af sponsorater steg i 2013. Markedet var vanskeligt, især i første halvdel af året, men med en målrettet indsats blev der sået nogle frø, som kunne høstes sidst på året, så sponsorsalget blev det bedste i tre år.

I slutningen af året blev det dog besluttet,

at arbejdet ikke står mål med resultatet, og derfor blev der lavet en ny indtægtsstrategi. Salgschefen blev desuden fundraiser, og planen er, at der skal rejses fondsmidler til produktionsstøtte i størrelsesordenen 1 million kroner i 2014, ligesom vejrsponsoratet skal sælges betydeligt dyrere efter indførelsen af en ny, værtsbåret vejrudsigt.

	2013	2012	2011
Vejret	480.000	575.000	575.000
Udsendelser	1.161.125	546.475	329.000
I alt	1.643.138	1.121.475	874.00



Anvendelse af engangsmidler

Som nævnt tidligere i denne redegørelse, arrangerede TV SYD i forbindelse med kommunalvalget 2013 for første gang lokale debattmøder i samtlige fjorten kommuner i vores del af landet. Det er forbundet med betydelige ekstraomkostninger at gennemføre debatterne på 14 locations end fx i studiet i Kolding. Debattmøderne blev blandt andet muliggjort af det ekstra licensprovenu på 900.000 kr., der blev aftalt i Mediaaftale 2012-2014.

TV SYD har desuden anvendt det ekstra provenu på udviklingsarbejde omkring nye medier, herunder primært sociale medier og integrationen mellem sociale medier og tv og web.

2014

I 2014 budgetterer TV SYD med et overskud på 177.000 kroner. Økonomistyringen er lagt om til projektstyring, hvor alle kendte projekter kan aflæses i budgettet, hvilket øger transparensen og fleksibiliteten. Programmæssigt byder 2014 på den længe forberedte relancering af TV SYD+, fire store nyhedssatsninger i løbet af året, hvor målsætningen er at samarbejde med andre medier og skabe maksimal gennemslagskraft på vigtige, afslørende nyhedshistorier, ti OB-produktioner, en redefinering af nyhedsfladen, hvor der ikke længere er magasinbund eller feature, men derimod nyheder fra start til slut, ligesom der laves en særlig satsning på vejret.

Det forventes også i 2014, at TV SYD lancerer konceptet 'TV SYD gør en forskel', som handler om ikke bare at fortælle, hvad der sker og hvorfor, men også at fremprovokere handlinger, som ændrer hverdagen for få eller mange mennesker.

Efteråret 2014 vil bl.a. blive brugt til at udvikle en ny fireårig strategi for næste medieforligsperiode 2015-2018.

