

tvSyd

tvSyd

PUBLIC SERVICE
REDEGØRELSE 2024

Forord

Sammen om hverdagen og de store øjeblikke.

Sådan lyder overskriften på den nye strategi, som tvSyd udarbejdede i løbet af 2024. Strategien fastslår, at tvSyd skal værne om demokratiet, forbinde os på tværs af geografi, demografi og livsvilkår samt huske nuancer i nyhedsformidlingen og insistere på svar fra de ansvarlige.

Strategiprocessen var opdelt i tre faser:

1. Brugerinddragelse
2. Udarbejdelse af tagline, mission, vision og værdier
3. Handleplaner udarbejdet i syv strategispor drevet af medarbejdere

Med finansiering fra tvSyds støtteforening fik alle medarbejdere på tvSyd undervisning i at lave brugersamtaler af medieforsker Lene Heiselberg, SDU – og alle var to og to på besøg hos en bruger/potentiell bruger, repræsentativt udvalgt af Kantar Media, for at hente indsigter om det liv, der leves i alle afkroge af landsdelen og for at høre om brugernes forventning til tvSyd.

Det kom der syv brugerbehov ud af. Disse danner grundlag for strategien.

Strategien blev skrevet, skrevet om, fik feedback fra medarbejdere, bestyrelse, repræsentantskab og udvalgte brugere, blev skrevet om igen. Den 10. version blev godkendt af bestyrelsen den 18. juni 2024. Strategien fylder en side og er vedhæftet som bilag til denne redegørelse.

Efter sommerferien blev der identificeret syv strategispor, hvor arbejdsgrupper drevet og sammensat af medarbejdere skulle udarbejde retningslinjer for fremtidens valg af nyhedshistorier, brugerinddragelse, breaking news, formidling, markedsføring, visuel identitet og organisering.

I løbet af efteråret blev der truffet en række beslutninger, som blev implementeret løbende. Herunder at tvsyd.dk er husets vigtigste og første platform. Udvalgte nyheder produceres derefter til tv, sociale medier og streaming. Det blev også besluttet, at tvSyds primære målgruppe er de 26-49-årige, og at al journalistik skal målrettes dem. Den beslutning er svar på brugernes ønske om mere moderne formidling og større relevans for de erhvervsaktive. Samtidig er det erfaringen, at ældre brugere er mere interesserede i yngres liv end omvendt. Desuden skal Facebook spille en mindre rolle og TikTok en større, så tvSyd nu har et målrettet nyhedstilbud til de helt unge.

Allerede før året var forbi, var tvSyd mere i breaking, der blev udgivet flere nyheder på tvsyd.dk, der blev arbejdet med formidling og en helt ny og moderne visuel identitet blev skabt.

Undervejs i året har der sideløbende været fuldt fokus på at servicere landsdelens befolkning med nyheder og streamingprogrammer om livet, som det leves, i den sydlige del af Jylland og Sydslesvig. Fra vildt snevejr i starten af året over en nyhedssatsning om børn, der ulovligt arbejdede med nedrivning af asbesttag, solid dækning af budgetforlig i flere kommuner og en grundig dækning af arbejdsmiljøet på rådhuset på Fanø. Mange forskellige dagsordener, hvor tvSyd var førende og vedholdende.

Simon Vevest Lindblad-Madsen
Bestyrelsesformand

Betina Bendix
Direktør

tvSyd er et af de otte danske regionale mediehuse.

tvSyd er et aktieselskab. Aktiekapitalen har en værdi på i alt 1.125.000 kroner, og aktierne ejes af tvSyds Fond. Fondens bestyrelse på 9 personer udpeges af repræsentantskabet, som består af op til 100 medlemmer med baggrund i forskellige organisationer og foreninger. Fondsbestyrelsen udpeger seks medlemmer til A/S Bestyrelsen, og medarbejderne på tvSyd vælger et medlem. A/S Bestyrelsen er ansvarlig for tvSyds drift.

Sendeområde

tvSyds dækningsområde udgøres af 14 kommuner: Horsens, Hedensted, Vejle, Kolding, Fredericia, Vejen, Billund, Varde, Esbjerg, Fanø, Tønder, Aabenraa, Haderslev og Sønderborg kommuner samt Nørre Snede i Ikast-Brande kommune med tilsammen ca. 900.000 indbyggere. Derudover har tvSyd jf. sin public service-kontrakt med kulturministeren en særlig forpligtelse til at lægge vægt på forholdene i Sydslesvig, især på det danske mindretals vilkår.

tvSyd udkommer med indholdsproduktion på følgende platforme:

- Hjemmesiden tvsyd.dk
- Nyhedsappen TV SYD Nyheder
- Streaming-appen TV SYD Play
- Fire daglige vinduer på TV 2 DANMARKs hovedkanal, herunder hovedudsendelsen kl. 19.30
- tvSyds 24-timers kanal TV SYD+
- tvSyds TikTok-profil
- tvSyds Facebookside
- tvSyds Instagram-profil
- tvSyds YouTube-kanal
- tvSyds daglige nyhedsbrev

Finansieringen sker via finanslovstilskud (75,7 mio. kr.). Derudover har tvSyd indtægter via sponsorsalg, donationer fra støtteforeningen ClubSyd og programsalg, hvilket i 2024 gav en samlet omsætning på ca. 80,6 mio. kr.

tvSyds medarbejderstab udgjorde i 2024 87 årsværk, bestående af fastansatte, freelancere, timelønnede, elever og praktikanter. Antallet er opgjort efter ATP-metoden.

tvSyd består af en hovedredaktion i Kolding og to lokalredaktioner fordelt i sendeområdet.

Hovedredaktion:

Media Park 1
6000 Kolding

Lokalredaktion i Esbjerg:

Willemoesgade 2A
6700 Esbjerg

Lokalredaktion i Horsens:

'Fængslet'
Fussingvej 8
8700 Horsens

Oplysning om seertal

I 2024 var der i gennemsnit 54.000 seere til 19.30-udsendelsen på flow-tv, 1. gangsudsendelsen på TV 2.

Antal seere	Ratingprocent	Shareprocent
54.000	6,0	33 %

Seertallet er faldet med 10.000 i runde tal efter en uventet stigning i 2023, som formentlig skyldtes skift af udbyder i seertalsmålingerne og dermed også en ny målemetode. Seertallene i 2024 svarer stort set til tallene for 2022 jf. den officielle seertalsmåling fra AC Nielsen.

Streaming

Uanset målemetode står det dog fast, at seningen af flow-tv er under pres. tvSyd har gennem flere år prioriteret at producere programmer med streaming for øje. tvSyds egen, gratis streamingtjeneste, TV SYD Play, har været tilgængelig i App Store og Google Play siden 2021, og medarbejderne i programafdelingen har siden uddannet sig i nye fortællemodeller, der er målrettet streaming.

I 2024 indgik TV2 Danmark en aftale med Copydan om klarering af TV2 Regionernes indhold på TV2 Play. Derfor besluttede tvSyd i 2024, at det ikke længere giver mening at opretholde egen streamingtjeneste, og i stedet satser tvSyd på at udgive udvalgte programmer og videoer på TV2 Play på de vilkår, der gælder for markedet.

I det hele taget betyder det øgede samarbejde med TV2 på digitale platforme, at tvSyd har fået endnu flere brugere. I den årlige kendskabs- og imageanalyse fra Kantar Media oplyser 25 procent af de adspurgte, at de var stødt på tvSyds indhold på TV 2 Play og tv2.dk. Og de adspurgte er altså alle bosat i sendeområdet. Så samarbejdet med TV 2 er vigtigt i forhold til at ramme brugerne i landsdelen med det regionale indhold.

En af de store succeser på TV 2 Play i 2024 var historien om 'Pigen med bulen i panden'.

Videofortællingen handler om en nyfødt pige, hvis hjerne vokser ud af panden og giver hende et deformt hoved. Vi følger hende og hendes forældre til en stor operation i Berlin. Fortællingen var velfortalt og relaterbar for alle nybagte forældre.

Serien om nærpolitiet og landbetjente i landsdelen, Det' Politiet, klarede sig også virkelig godt på TV2 Play med flere hundrede tusinde visninger.

tvSyd prioriterer at have egne platforme med fuld kontrol, hvor tvsyd.dk er den vigtigste. Her findes også en play-tjeneste, ligesom tvSyds app har et univers for streaming. Så samarbejdet med TV 2 Play og tv2.dk er ikke en erstatning for egne platforme. Men de er et fantastisk supplement, hvor udvalgt indhold kan få mange seere og brugere.

Herunder følger redegørelsen for, hvordan tvSyd i 2024 har opfyldt de specifikke forpligtelser, der ligger i public service-kontrakten med kulturministeren. Nummereringen henviser til forpligtelsen i public service-kontrakten.

3. Specifikke forpligtelser

3.1. Nyheds- og aktualitetsprogrammer

Forpligtelsen:

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

Redegørelse:

tvSyd udkommer med nyheder i de daglige TV 2-vinduer, på 24-timers kanalen TV SYD+, på tvsyd.dk, på TV SYDs nyhedsapp, Facebook, Instagram, Tiktok, i nyhedsbreve og på streamingapp'en TV SYD Play. Nyheder er rygraden i tvSyds produktion og det væsentligste bidrag til at fremme den demokratiske samtale.

På baggrund af den løbende dialog med seerne er det relativt tydeligt, at de foretrækker det hurtige overblik og det grundige indblik gennem velfortalte nyheder med en stærk billedside. De ønsker især, at tvSyd fortæller egne, unikke historier fra landsdelen, at der er plads til nuancer frem for korte overskriftsagtige historier, og at de får en forklaring på, hvad nyheden betyder for dem. Hvorfor skal de overhovedet bruge tid på den? Dette blev efterspurgt meget tydeligt i den brugerinddragende strategiproces, tvSyd gennemførte i 2024, og det bestræber redaktionen sig på at efterkomme hver eneste dag.

En del af nyhederne produceres på dagen, men der er også en stor forproduktion. Tidligere – også i 2024 - har tvSyd satset på lokalredaktioner i Horsens, Esbjerg og Sønderjylland. Succesen med dem har betydet, at det i strategiprocesen blev besluttet, at alle de 14 kommuner og de to regioner samt Sydslesvig er blevet fordelt til reporterne, så hver reporter kun har en kommune at nyhedsovervåge. Dette blev implementeret i januar 2025, så resultaterne af den ændring kendes ikke endnu. Men hensigten er at komme lidt dybere ned i hver kommune vedrørende alle temaer (lokalpolitik, sundhed, detailhandel, erhverv, retsstof etc.), at skaffe et kildenetværk og at være en tydelig indgang for borgerne i den kommune, reporteren dækker. Frem til valgene til regionsråd og kommunalbestyrelser i november 2025 vil alle byrådsmøder blive overværet af den designerede reporter, så tvSyd samlet set står skarpt i forhold til at kende politikere, vigtige embedsfolk og emner, der er på spil i netop deres kommune.

Dagsordensættende tvSyd-journalistik i 2024

Dækningen af Johnny Madsens død og eftermæle

Elevator i stykker holder beboere indeslækket

Ukrainer efterladt på motorvejen

Alle elsker Ayhan

Ingrid oplever fotovogtschikane

Husstande og endda kommunen selv bryder regler om separat kloakering i Horne

Bianca får omgjort afgørelse om tabt arbejdsfortjeneste pga. pasning af søn

Demensramt mand dømt

Ægtepar kørte forgæves for at aflevere asbest (+ relaterede asbesthistorier)

Vibrator-salg i Bilka

Kommunen mangler læger, men loven forhindrer i at etablere praksis

Asbestsagen – vi fulgte stærkt op med case etc.

Dårligt arbejdsmiljø på rådhuset på Fanø

Oversvømmelser i Vejle og Esbjerg

Tyve stjæler ladekabler

Borgmester sat uden for budget-døren

19-årig kvinde kørte mand ihjel og "stak af"

Cannabis i e-cigaretter

Købmand har fået nok af børneagenter – fjerner cigaretter fra hylderne

Groomingsag

Forsvundne eksamensopgaver

Rullende toilettaske får flere piger under bruseren

Sygehus forvekslede afdøde

Bombetrussel i Billund Lufthavn

Tema: Prepping

Alle ovennævnte historier er fulgt op og perspektiveret på de forskellige platforme, og de fleste af dem nåede langt ud over Syddjyllands grænser, fordi de blev samlet op af andre medier.

Mediebranchen var i 2024 udfordret af store ændringer i medieforbruget, konkurrence fra amerikanske tech-giganter og generel faldende tillid til medierne. Kunstig intelligens gjorde for alvor sit indtog på redaktionerne, og der blev alle steder brugt kræfter på at undersøge, hvordan kunstig intelligens kan bidrage til journalistikken uden at skabe mistillid.

På tvSyd var det derfor en glæde at konstatere, at troværdigheden stadig er stor og endda stigende. 71 procent af de 986 adspurgte, der kender tvSyd, giver i 2024-udgaven af den årlige image- og kendskabsanalyse fra Kantar Media udtryk for, at tvSyd er en troværdig afsender. Kun 2 procent er uenig i dette, mens 26 procent er neutrale. Troværdigheden er den vigtigste kapital for et public service-medie, så det er et indsatsområde at fastholde troværdigheden.

For at sikre troværdigheden nedsatte de otte TV2 Regioner sammen med TV2 et udvalg, der producerede et fælles sæt retningslinjer for brug af kunstig intelligens og mærkningen heraf.

Regionalt indhold er ikke kun nyheder

I 19.30-udsendelserne i weekenden har tvSyd siden 2018 sendt andre public service-programmer end nyheder. Beslutningen om at sadle om i weekenden kom efter en større undersøgelse af den daværende seerskare og muligheden for at udvide seerskaren. Undersøgelsen viste, at seere, særligt mænd over 50 år, er meget glade for at se nyheder, mens alle andre målgrupper gerne vil se regionalt indhold, men ikke nyheder. De vil hellere møde mennesker, få indsigt i miljøer, de ikke kender til, og helt generelt inspireres.

I 2024 sendte tvSyd således en række weekendprogrammer, både egenproducerede og produceret som entreprisproduktion. Alle programmerne er produceret til streaming, så de kan deles på vores egen streamingtjeneste TV SYD Play og en udvalgt mængde kan deles på TV2 Play. Herunder en kort beskrivelse af programserier i 2024:

Kys, kræmmere og candyfloss

Reportageserie fra Vorbasse Marked, hvor over 250.000 danskere samles til kræmmermarked, hestehandel, musik, fest og hygge. Serien var produceret med et særligt udtryk målrettet en yngre befolkningsgruppe. Det var et hjertevarmt portræt af en tradition som har 'kørt' år efter år siden 1730. Entreprisproduktion: Story Park Media

På cykel over indlandsisen

To unge mænd fra Fredericia beslutter sig for at cykle over den grønlandske indlandsis. Turen udsætter dem for ekstreme vejrforhold og et terræn, de ikke har prøvet før. Det lykkes dem næsten at komme i mål. De er undervejs blevet klogere på sig selv og klimaet, hvilket de løbende reflekterer over. Entreprisproduktion: Wasabi Film

Æ Als Knejte

En gruppe voksne mænd på Als har en knallertklub, hvor de kører Puch Maxi. I serien får vi et sjældent indblik i et unikt mandefællesskab, hvor der både vises følelser og spilles med musklerne. Knallertklubber findes i flere udgaver på Als, og der er også en vis konkurrence mellem klubberne. Entreprisproduktion: Wasabi Film

Gräzenlos

tvSyds grænselandsmagasin produceret i samarbejde med tyske NDR. Magasinet sætter fokus på levevilkårene i grænselandet, særligt mindretallenes, samtidig med at seerne får indsigter om nogle af de kulturelle fællesskaber, der findes på tværs af den dansk/tyske grænse. Egenproduktion i samarbejde med NDR.

Er der en læge til stede?

Lægemanglen er stor i den sydlige del af Jylland. tvSyd undersøger hvorfor, og hvad konsekvenserne er. Der kommer også forskellige bud på løsninger. Egenproduktion.

Aftalen med kaninerne

Hvad sker der, hvis man beder et trekløver af mennesker, der elsker kød, om at spise vegetarisk i en længere periode? Hvad gør det ved deres humør, helbred, fysiske form og deres kostvaner. Det undersøger tvSyd i denne serie. Entreprisproduktion: BBC Studio Nordic.

Julemærkehjemmet Fjordmark

Fjordmark er landets ældste julemærkehjem og beliggende i Kollund ved Flensborg Fjord. Fjordmark tilbyder børn med udfordringer et ophold på ti uger, hvor de bygger selvtillid og selvværd op i børnene, så de kommer styrket tilbage til deres vante omgivelser. Vi følger et hold fra de kommer, til de tager hjem og ser, hvad der gøres for at give børnene mental styrke.

Entrepriseproduktion: Heidi Godskesen Rasmussen Film.

Bliver jeg nogensinde far

En serie om fædrenes rolle og følelser, når det ikke lykkes at få børn uden hjælp, og fertilitetsbehandling er løsningen. Fertilitetsbehandling tager udgangspunkt i kvinden, og hjælp, støtte og omsorg går primært til hende. Men fædrene føler sig ensomme og alene i processen. tvSyd følger to pars kamp for at få børn - set fra mandens synsvinkel.

Egenproduktion.

Q ikk' la' vær'

En serie med portrætter af fire kvindelige iværksættere fra landsdelen. Kvinderne har store ambitioner, men møder også skepsis undervejs i deres rejse mod at leve af deres passion. Fire nære portrætter af kvinder, der bare ikke kunne lade være.

Entrepriseproduktion: Olsson og Svarrer.

I virkeligheden

Tre programmer, der behandler vores fysiske og mentale trivsel og forsøger at give gode råd og svar.

Egenproduktion.

Tønder Festival 50 år

Et portræt af en legendarisk festival i Tønder, som i 2024 fyldte 50 år. Med et spændende dyk ned i tvSyds arkiver og nye optagelser fra jubilæumsåret skildres den udvikling, som festivalen har undergået gennem de fem årtier.

Egenproduktion.

Vejen til VM

Vejen Garden er en institution i Syddanmark. En af de få tilbageværende drengegarder, og en garde der engagerer hele byen med en genbrugsbutik og masser af frivillige, der sikrer, at Vejen Garden kan eksistere. I 2024 deltog Harmoniorkesteret i VM i Tyskland. tvSyd er med og fortæller undervejs Gardens spændende historier og kommer tæt på musikerne og staben omkring dem. Vejen Garden vandt i øvrigt VM.

Entrepriseproduktion: Wasabi Film.

Beredskabet

Syddanmark har bibeholdt den tyske tradition for, at selv den mindste flække har et frivilligt brandværn, som er klar til at rykke ud på få minutter ved brand. I serien Beredskabet kommer vi tæt på de frivillige, men også på den professionelle del af beredskabet, som skal passe på befolkningen, når vind, vand, brand og andre ulykker rammer landsdelen.

Entrepriseproduktion: Story Park Media.

Dokumentarer: Når Stormen Raser og 20 år for Seest

Begge dokumentarer markerer en mærkedag for en stor begivenhed. Når Stormen Raser, fortalte om den storm, der ramte landsdelen den 20. oktober 2023. Og 20 år for Seest markerede, at det var 20 år siden fyrværkeriulykken i Seest smadrede en bydel i Kolding. Egenproduktioner.

Hotel Dagmar

Hotel Dagmar i Ribe er Danmarks ældste hotel fra 1500-tallet. Hotellet drives af den karismatiske hoteldirektør Allan og hans engagerede stab. Vi følger livet på hotellet med de glæder og sorger, der er på en helt særlig arbejdsplads i landsdelen. Entrepriseproduktion: Olsson og Svarrer.

Kunsten at leve med døden

Sct. Maria Hospice i Vejle hjælper døende mennesker og deres pårørende til at acceptere, at livet snart er slut og til at få de sidste dage gjort smukke og meningsfulde. Med et personale og frivillige med hjertet på helt rette sted, er serien et rørende portræt af noget, mange mennesker frygter, nemlig døden. Entrepriseproduktion: Story Park Media.

Weekendprogrammer med flere effekter

Som det forhåbentligt fremgår af ovenstående, er der mange andre måder at lave relevant regionalt indhold på end klassiske nyhedsudsendelser. Samtidig skaber weekendprogrammerne masser af indhold på de andre platforme. For eksempel gav serien 'Kunsten at leve med døden' stof til flere artikler og SoMe-videoer, herunder årets mest sete video med Julemanden Aage, der synges ud af hospice iført julemandstøj. Et rørende bevis på, at døden kan være smuk.

Det er også en vigtig effekt af weekendprogrammerne, at de når andre målgrupper end nyhederne. De er altid målrettet bestemte målgrupper (børnefamilier, unge, kvinder over 50 etc.) – målgrupper, som tvSyds undersøgelser viser, ikke er kerneseere til nyhedsudsendelserne. På den måde forsøges det at øge dækningen, så alle syd- og sønderjyder oplever, at tvSyd har indhold til dem.

Af den årlige kendskabs- og imageanalyse, som TV SYD får lavet hos Kantar Gallup, fremgår det heldigvis også, at programmerne rammer forskellige målgrupper. Serien 'Bliver jeg nogensinde far' fik fx karakteren 4 på en skala fra 1-5 blandt de 26-49-årige, mens serien 'Æ Als Knejte' hittede hos de +50-årige sammen med 'Julemærkehjemmet Fjordmark'.

3.2. Dækning af det regionale område

Forpligtelsen:

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

Redegørelse:

Geografisk fordeling af tvSyds nyhedsdækning af landsdelen i 2024:

Kommuner/Regioner i sendeområdet	Indslag+artikler=ialt	Indbyggertal	Index
Billund	59+250=309	26.600	86
Esbjerg	188+754=942	115.423	123
Fanø	35+112=147	3.357	23
Fredericia	105+358=463	52.485	113
Haderslev	123+385=508	55.438	109
Hedensted	55+125=180	47.725	265
Horsens	105+392=497	97.392	196
Kolding	212+604=816	94.932	116
Sønderborg	146+381=527	74.233	141
Tønder	88+271=359	36.651	102
Varde	73+204=277	49.798	180
Vejen	48+161=209	42.800	205
Vejle	184+611=795	121.696	153
Aabenraa	104+307=411	58.657	143
<u>I alt</u>	1.525+4.530=6.055	877.187	145

Der er desuden produceret 147 stykker journalistisk indhold med udgangspunkt i Sydslesvig.

Hertil kommer 8 artikler med "Region Midtjylland" som primær lokation, mens antallet af artikler med "Region Syddanmark" som primær lokation er 133. "Syd- og Sønderjylland" var primær lokation for 1.326 artikler og 43 indslag. Samlet set giver det 1.667 artikler og 43 indslag.

Desuden blev der produceret 8 tv-indslag fra Bruxelles med fokus på vigtige EU-emner i tvSyds dækningsområde i forbindelse med Europaparlamentsvalget.

tvSyd publicerede i alt 6.504 artikler/videoartikler samt 1631 indslag fra og om dækningsområdet i 2024.

Herudover publicerede tvSyd 38 tv-indslag med geografi placeret uden for tvSyds dækningsområde.

Ovenstående tal bygger på udtræk fra tvSyds interne produktionssystemer SAGA og Statamic.

Index-tallet er beregnet ved at dividere indbyggertallet med antallet af gange, tvSyd har dækket kommunen. Et lavt index-tal betyder, at kommunen er blevet dækket mere end indbyggertallet tilsiger, mens et højt tal betyder, at der har været en underdækning af kommunen, hvis man udelukkende forholder sig til indbyggertallet. Tabellen viser, at tvSyd har dækket de fleste kommuner flere hundrede gange i løbet af året. Gennemsnitligt produceres der et produkt pr. år pr. 145 indbygger. Men så jævnt kan en nyhedsredaktion ikke fordele sin dækning geografisk, da andre nyhedskriterier også spiller ind i udvælgelsen af dagens historier, herunder relevans, væsentlighed og aktualitet.

Det er dog en klar ambition for tvSyd at sikre en jævn geografisk dækning af sendeområdet under hensyntagen til de enkelte kommuners befolkningstal. Dette er lykkedes relativt godt i 2024, dog stikker Hedensted kommune ud med en underdækning, mens især Tønder og Billund har fået rigelig dækning. Fanø stikker ud, fordi der er tale om en meget lille kommune, så datagrundlaget er tilsvarende lille.

Det er vigtigt at understrege, at hele ovenstående redegørelse er vedrørende nyhedsjournalistik. Programmer produceret til streaming og 19.30-vinduet i weekenden er ikke medtaget i opgørelsen. Dels fordi der sjældent er en enkelt primær lokation til en programserie, og dels fordi serierne er produceret

på en måde og ud fra temaer, der favner hele landsdelen og derfor ikke bør medregnes som en specifik dækning af et geografisk område.

Lokalredaktioner

For at sikre den jævne geografiske dækning har tvSyd oprettet lokalredaktioner i Horsens og Esbjerg. Dette har haft en positiv effekt. De kommuner, som dækkes af en lokalredaktion, har tidligere været underdækkede i opgørelsen, men nu er de alle næsten kommet på niveau, og det er glædeligt for befolkningen i de vestlige og nordlige kommuner, at de i dag kan forvente en lige så intensiv dækning af tvSyd som de dele af sendeområdet, der ligger tættest på hovedredaktionen i Kolding.

Sydslesvig

Det er en vigtig del af tvSyds redaktionelle arbejde og en forpligtelse i aftalen med Kulturministeren, at tvSyd dækker det danske mindretal i Sydslesvig. Både for at skabe opmærksomhed omkring mindretallet i de nordligere dele af sendeområdet og for at afdække mindretallets vilkår.

Det er en opgave, tvSyd påtager sig med stor alvor og omtanke. I 2024 udløste nyhedsdækningen 147 artikler og indslag med fokus på mindretallets vilkår.

Også i 2024 har tvSyd haft et målrettet samarbejde med den tyske public service-udbyder NDR om magasinet Græenzenlos, der udkom seks gange i 2024. Magasinet præsenteres af to værter, Simone Mischke fra NDR og Anders Køpke Christensen fra tvSyd, og på en halv time kommer programmet godt omkring aktuelle, særligt kulturelle, temaer i grænselandet. Samarbejdet blev indledt i 2022, og de to første år, blev magasinerne sendt på TV SYD+ og TV SYD Play – samt på NDRs platforme. I 2024 blev 'Græenzenlos' publiceret i tvSyds 19.30-vinduet seks søndage i løbet af året, idet serien har fået en kvalitet og en form, som gør den velegnet til et bredere publikum. På samme vis sendte NDR også magasinerne på flow-tv i 2024, efter udelukkende at have udgivet dem online indtil da.

'Græenzenlos' har været efterspurgt af såvel det danske mindretal i Sydslesvig som det tyske mindretal i Sønderjylland, og det er en stor glæde for tvSyd, at det nu er blevet en realitet at lave et ægte grænseoverskridende samarbejde med et af Tysklands førende mediehuse. Samarbejdet fortsætter i øvrigt i 2025.

Ud over 'Græenzenlos' og den løbende nyhedsdækning af mindretallene, er disse også fast repræsenteret i tvSyds bagland, herunder repræsentantskabet og bestyrelsen for støtteforeningen, Club Syd. Fra 1. januar 2025 er det danske mindretal i Sydslesvig desuden repræsenteret i tvSyds bestyrelse v. Anja Muus fra Flensborg.

3.3. Udvikling af indhold og distributionsformer

Forpligtelsen:

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

Redegørelse:

tvSyd arbejder med tre definerede målgrupper:

Seniorerne (i denne sammenhæng alle borgere over 50 år)

Børnefamilier (i denne sammenhæng familier med hjemmeboende børn i aldersgruppen 12-18 år)

Unge (i alderen 15-24 år)

I virkeligheden er målgrupper ikke defineret ved deres alder. Der spiller en lang række andre parametre ind: Uddannelsesniveau, indkomstniveau, urbaniseringsgrad, køn, fritidsliv etc. Derfor undersøges seer- og brugerskaren med jævne mellemrum og inddrages i vurderingen af de enkelte programmer.

Dette arbejde blev intensiveret i 2024, hvor tvSyd på baggrund af en donation fra sin støtteforening kunne gennemføre en stor brugerinddragelse i forbindelse med strategiarbejdet. Alle medarbejdere fra receptionist og pedel til redaktører og direktør var på besøg to og to og gennemførte en brugersamtale hos en bruger eller potentiel bruger udvalgt af Kantar Media. Inden da havde alle fået undervisning af medieforsker Lene Heiselberg fra SDU i, hvordan man taler med brugere – og ikke interviewer dem.

Brugerundersøgelsen og en efterfølgende kvantitativ survey gennemført med 1200 brugere fra landsdelen af Kantar Media præciserede, at tvSyds brugere har syv veldefinerede behov:

- Tæt på
- Unikke historier
- Betydning frem for beskrivelse/forklaring
- Inspirerende historier
- Løsningsorienterede historier
- Moderne formidling
- Relevante for unge/ynge

Behovene har været omdrejningspunktet for udarbejdelsen af ny strategi, og de indgår alle i de underliggende handleplaner, som skal omsætte strategien til journalistik.

Det er tydeligt, når en repræsentativ del af landsdelens befolkning svarer på den årlige image- og kendskabsanalyse fra Kantar Media, at det også i 2024 især var kvinder og de 26-49-årige, der vurderede weekendprogrammerne højest, og det er jo lige præcis intentionen med at lave noget andet end nyheder i 19.30-vinduet lørdag og søndag. Det er resultatet af en målrettet indsats for at producere indhold, som opleves relevant for netop denne målgruppe, som har mindre interesse for de klassiske nyhedsudsendelser. Det spiller helt sikkert også ind, at distributionen ikke udelukkende er på flow-tv længere, og at programmerne er produceret med streaming for øje. Det betyder, at de fortælleteknisk er skabt til at fange seeren ind i løbet af de allerførste sekunder og til at gøre seeren interesseret i at se

næste afsnit med nogle gode cliffhangere til slut. Programredaktionen har arbejdet fokuseret med fortællemodeller til streaming i de seneste år, og derfor er det meget tilfredsstillende at konstatere, at programmerne får en god vurdering i en målgruppe, der overvejende streamer deres indhold og som tvSyd har haft svært ved at nå.

Seniorerne, som også er den største målgruppe, fordi seniorer defineres endog meget bredt (50+), serviceres mest. Nyhedsudsendelserne mandag til fredag er allermest afholdte af seniorerne. Særligt de mandlige seniorer.

På tvsyd.dk er der to typer af indhold: De længere fortællinger med stærke hovedpersoner og de hurtige, korte nyhedsopdateringer.

I 2024 arbejdede tvSyd med to store indsatser: Graverjournalistik og featurejournalistik. Begge grupper med faste medarbejdere, som forproducerede indhold til alle platforme. I løbet af året blev de to grupper slået sammen til en fokusgruppe, og mange af læringerne fra grupperne går igen i den nye strategi.

Grupperne havde især succes med at lave dokumentarer til TV SYD Play og TV2 Play. Den mest sete på TV2 Play var 'Pigen med bulen i panden', som havde over 170.000 visninger. Men der blev også lavet gennemslagskraftige dokumentarer om prepping, kød vs. klima, grooming og puff barer, alle med stor rækkevidde på streaming, men også med uddrag i 19.30-udsendelsen og afledt indhold på tvsyd.dk og sociale medier.

Unge ser ikke flow-tv

Det er en klar ambition for tvSyd også at producere vedkommende indhold til den unge målgruppe. Men ikke på flow tv. Det kan ikke betale sig, for unge ser ikke flow tv.

Når det handler om at henvende sig til unge under 25, er sociale medier helt afgørende. tvSyd prioriterer altid egne platforme, men virkeligheden er bare, at unge mennesker har tillid til, at det, der er vigtigt for dem, finder vej til dem via deres sociale medier.

På årets repræsentantskabsmøde i november, hvor beslutningen om at tvSyd igen skulle på TikTok var taget, holdt to unge medarbejdere oplæg om deres eget forbrug af TikTok, og det var en kæmpe øjenåbner for den ældre del af repræsentantskabet at høre om, hvor gerne unge mennesker vil have nyheder fra en troværdig udbyder som tvSyd. Nyhederne skal bare formidles målrettet til dem og behandle temaer med høj relevans for målgruppen.

Heldigvis lykkedes tvSyd også i 2024 med at være stærke i den unge målgruppe. tvSyd er med afstand den vigtigste kilde til lokale nyheder blandt de 15-24-årige. Dobbelt så mange peger på tvSyd som på DR P4 som primært lokalt medie, og aviser, både gratisaviser og betalingsaviser nævnes af endnu færre, jf. den årlige image- og kendskabsanalyse fra Kantar Media.

Samme analyse hamrer i øvrigt en pæl i myten om, at unge mennesker ikke interesserer sig for lokalt/regionalt indhold. 0 procent i aldersgruppen 15 til 24 svarer ja til, at de ikke har behov for disse. Ved samme måling i 2023 svarede 8 procent i aldersgruppen, at de ikke havde det behov.

Desuden er de 15-24-åriges holdning til tvSyd grundlæggende forbedret siden 2023, og især indholdet på tvsyd.dk vurderer denne målgruppe højt – nemlig til et firtal på en skala fra 1-5.

Streaming er selvfølgelig også afgørende vigtigt for at nå unge. Desværre har tvSyd pt. ikke mulighed for at tilgå tal for målgrupper på TV SYD Play eller TV 2 Play. Forhåbentligt bliver det muligt senere.

Storke-tv hitter i alle målgrupper

tvSyds mangeårige streamingsucces – Storke-TV – fik også folk til tasterne i 2024. I samarbejde med foreningen Storkene.dk har tvSyd sat først et og siden to kameraer op på storkereden i Smedager i Sønderjylland. Kameraerne kører 24 timer i døgnet, så storkene altid kan følges, og brugerne kan selv skifte mellem nærbillede eller totalbillede. Storkekameraerne har en stor betydning for tvSyds høje tal på livestreaming. Der blev livestreamet i over 25 mio. minutter i 2024, hvilket siger en del om, hvad storkene betyder for borgerne i Syd- og Sønderjylland. Det er både børn, unge og ældre, der følger med, og når der sker noget i reden, dækker tvSyd det på tvsyd.dk og i nyhedsudsendelserne. For det er ikke bare pjat. Der er tale om et kæmpe naturgenopretningsprojekt gennemført af frivillige, som efter mange års indsats har fået storkene tilbage som ynglefugl i Danmark.

3.4. Strategi samt mål og målbare succesparametre

Forpligtelsen:

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

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

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

I forbindelse med REGIONENS udarbejdelse af redegørelsen for, hvordan public service-forpligtelserne mv. er blevet opfyldt i det forudgående kalenderår, jf. afsnit 8, skal REGIONEN redegøre for opfyldelsen af den opstillede strategi i form af de opstillede mål og målbare succesparametre herunder for:

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

Redegørelse:

TV SYDs strategiske mål og opfyldelsen heraf, 2024

Mål	Indsatser	Hvordan måler vi?	Ansvarlig	Opfølgning
-----	-----------	-------------------	-----------	------------

Kvalitetsmål				
Antallet af respondenter, der svarer ja til, at tvSyd er værd at bruge tid på' er stigende i 2024 i forhold til 2023	Fokus på stærke hovedpersoner i alle indholdsprodukter Relevans som primært nyhedskriterium Ti markante nyhedssatsninger i 2024 Public outreach – to satsninger i 2024	Kantar Gallup Image og kendskab sanalyse	JENY	IKKE NÅET 49 pct er enige i udsagnet. 8 pct uenige. Resten neutrale. I 2023 var 50 pct enige og 8 pct uenige. Det kan være indenfor den statistiske usikkerhed, som er 2 pct., om målet er opfyldt eller ej. Indsats i 2025: Ny strategi
Kendskabet til TV SYD Play skal være stigende i 2024 i forhold til 2023	Mindst fem satsninger, der er produceret direkte til streaming først Produktion af unikt indhold/formater til TV SYD Play Markedsføring af satsninger på TV SYD Play på egne og eksterne platforme	Kantar Gallup Image og kendskab sanalyse	CASE	NÅET
tvSyd skal have mindst to stykker indhold på TV 2 Regionernes top ti over forbrug på TV 2 Play	Dialog med TV 2 Play om indhold, der forbruges Aftaler med TV2 Play om placering i hero og på forsiden Kompetenceudvikling af medarbejdere med henblik på produktion til streaming	Måles manuelt i samarbejde med TV2 Play	CASE	IKKE NÅET Det viser sig, at målet var for ambitiøst. Men vi havde et program på top ti og et lige ude af top ti. Indsats: Et mere realistisk mål i 2025 samt fokus på streaming.

Mindst to weekendprogrammer skal opnå vurdering på 4,0 på skala fra 1-5 blandt dem, der kender programmerne lidt eller godt	Henvisninger til mere indhold på tvsyd.dk Optakter i 1930-udsendelse Markedsføring på egne og eksterne platforme	Årlig undersøgelse fra Kantar Gallup	CASE	NÅET
I 2024 fortsætter tvSyd arbejdet med at udvikle det visuelle udtryk. Gruppen vil særligt arbejde strategisk med at udvikle nye greb til den daglige nyhedsproduktion på tv.	Prioritering i vagtplan Eksperimenter med de nye greb og vurdering af om de virker Kampagne 'Bare gør'æt'		MANA	NÅET
Produktionsmål				
I 2024 vil vi på tvSyd fortsat arbejde strategisk med vores nyhedsblog "seneste nyheder" på tvsyd.dk. Vi vil i 2024 udgive 5.000 stykker indhold under "seneste nyheder", så der i hverdagens dagtimer vil være ca. en nyhed i timen.	Et team med fokus på dagen. Prioriteret opgave for nyhedsjournalisterne. Udvikling af indhold til livebloggen, herunder video	Manuel optælling i bazo	SIKA	NÅET
tvSyd vil i 2024 producere og udgive 365 videofortællinger til tvsyd.dk og Facebook	Videoteamet er udvidet med en medarbejder. Styrket ledelse af videoteamet. Fotograferne skal uddannes til at producere videoer til tvsyd.dk. Alle videofortællinger, der i dag produceres til sociale medier, vil også udkomme på tvsyd.dk	Manuel optælling i bazo.	SIKA	IKKE NÅET At målet ikke er nået, skyldes primært et strategiskifte midt på året. Begrundelsen var, at vi når stort set samme målgruppe med Facebook som med egne platforme. Derfor foryngede vi SoMe-indsatsen og ændrede fokus til Instagram. Dette afspejles i målene for 2025.
tvSyd har en vigtig rolle i at bringe historier og nyheder fra Syd- og Sønderjylland frem i lyset og skabe dagsorden. I 2024 vil vi producere 10 historier, der	Tilførsel af fast redaktør til nyhedsgruppen. Fejring af ugens sejr.	Manuel optælling	JENY	NÅET

opfylder vores krav/definition for dagsordensættende journalistik				
tvSyd vil styrke samarbejdet med TV 2 og arbejde for at historierne fra tvSyd bliver taget af andre medier. I 2024 har vi en ambition om, at det fører til 200 historier ind på TV2.dk.	Styrket journalistik Styrket samarbejde mellem TV2 og tvSyd	Manuel optælling af data fra TV2-mails	SIKA	NÅET
tvSyd vil fortsat arbejde målrettet med TV SYD PLAY, og vil i 2024 producere 60 stykker unikt indhold til platformen.	Udvikling af Featuregruppen Bestilling af købte programmer produceret til streaming Bestyrelsesbeslutning om streaming first	Manuel optælling	CASE	NÅET
Det er vigtigt, at vores kvalitetsindhold fra TV SYD PLAY bliver forbrugt bredt. I 2023 har vi derfor en ambition om, at indhold fra alle vores serier fra TV SYD PLAY skal føres ind på en eller flere af vores øvrige platforme.	Tværmøde hver anden måned med fokus på spredning af indhold til relevante platforme	Manuel optælling gennem stikprøve	CASE	NÅET
På Facebook vil tvSyd gennemsnitlig slå 55 stykker indhold op om ugen på mediehusets egen facebookside.	Øget fokus på Facebook som distributionskanal SoMe-team etableret	Manuel optælling gennem crowdtag	SIKA	NÅET
Seerne skal i 2024 opfatte tvSyds nyhedsudsendelser mere positivt end i 2023	Fokus på flow og mix i 1930	Image og kendskab analyse	JENY	NÅET
Regional tilknytning				
tvSyd vil udkomme med indhold til hele regionen. Vi vil i 2024 have en jævn geografisk dækning.	Opgørelse hvert kvartal så udviklingen følges	Nålekort	JENY	NÅET
Vi vil i 2024 producere 50 programmer/indslag/artikler	Opgørelse hvert kvartal så udviklingen følges	Nålekort + manuel optælling	JENY	NÅET

r vedr. det dansk-tyske grænseland.	Øget fokus på mindretallene fra Sønderjyllandsreporterer			
tvSyd vil i en involverende proces inddrage medarbejdere og brugere i udarbejdelsen af en ny strategi	Understøttes af projektleder Skal være klar til sommerferien Implementeres efter sommerferien	Manuel afrapportering	JENY	NÅET
Diversitet og målgrupper				
tvSyd vil i 2024 have et fokus på diversiteten i kildevalget særligt med fokus på alder, køn, etnicitet og handicap.	Internt fokus i planlægning og efterkritik Optælling i uge 9 og uge 39 forestået af moderatorer	Optælling af kilder i uge 9 og 39 (moderatorer)	SIKA	NÅET
Personalemål				
Fortsat arbejde med psykologisk tryghed	Dialogmøder for alle medarbejdere i små grupper en time om måneden Psykologisk tryghed og retningslinjer kommunikeres i forbindelse med onboarding for alle nye medarbejdere Fokus i AMU på psykologisk tryghed	Alle vagtsættes til dialogmøder 6 gange årligt	BEBX	NÅET
Antallet af sygedage skal være under landsgennemsnittet	Opfølgningssamtaler med de sygemeldte tidligere end i dag Sygeforsikring til alle fastansatte og tilbud om tilkøb til freelancere	Opgøres i årsrapporten	ALOH	IKKE NÅET I gennemsnit havde de ansatte på tvSyd 12,12 sygedage, mens landsgennemsnittet er 7,56 dage. Gennemsnittet trækkes dog voldsomt op af tre

	Årligt tilbud om influenzavaccine			langtidssygemeldinger, som ikke er arbejdsrelaterede. Der er fortsat fokus på at nedbringe sygefraværet, herunder med ny sygefraværspolitik besluttet i AMU og implementeret i løbet af 2024.
Fokus på kompetenceudvikling af medarbejdere og ledelse	Fokus i MUS-samtaler Der afsættes penge og tid til efteruddannelse i budgettet	Opgøres årligt	BEBX	NÅET
Tekniske mål				
Digitalisering af arkivet Målet er, at 75 pct af tvSyds båndarkiv er arkiveret ved udgangen af 2024	Vagtsætning til opgaven	Opgøres ved årets slutning	MANA	IKKE NÅET Indsatsen blev nedprioriteret til fordel for arbejdet med ny strategi. Der er nu digitaliseret ca. 40 pct, og bestræbelserne fortsætter.

Som det fremgår, har tvSyd nået 16 af sine fastsatte mål. Fem mål er ikke nået, og der er i skemaets spalte til højre redegjort for hvorfor, samt beskrevet den fremadrettede indsats i forhold til målet.

Som nævnt har tvSyd i 2024 udarbejdet en ny strategi, hvilket har medført en række nye strategiske mål for virksomheden. Disse er jf. public service-kontrakten indrapporteret til Kulturministeriet sammen med budget 2025, og der bliver løbende fulgt op på målene på bestyrelsesmøder og i ledelsen.

3.5. Dansk kunst og kultur

Forpligtelsen:

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

Redegørelse:

Det rige kulturliv i Syd- og Sønderjylland blev som vanligt dækket intensivt i 2024, særligt i nyhederne. Tønder Festival, Jelling Festival, Johnny Madsens død og begravelse var centrale for dækningen. Men også udstillinger på kunstmuseerne, ombygningen af Trapholt i Kolding og genåbningen af Tobakken, spillestedet i Esbjerg blev fyldigt dækket. Som noget nyt aftalte tvSyd i sommeren 2024 et samarbejde med TV2 om dækning af superligaen, hvor TV2 medfinansierer en superligakorrespondent, der dækker landsdelens hold i superligaen, for tiden Vejle Boldklub og Sønderjyske.

Også en del programserier havde et kulturelt udgangspunkt: Kys, Kræmmere og Candyfloss om Vorbasse Marked, en af hovedpersonerne i Q ikk' la' vær' er kendt keramiker fra Haderslev, serien om Vejen Garden og ikke mindst serien om Hotel Dagmar i Ribe, som er fyldt med kultur og arkitektur fra en svunden tid.

Igen i 2024 samarbejdede tvSyd og de andre TV 2 Regioner med DGI om dækningen af Danmarks Motionsuge i uge 41, hvor der var masser af inspiration at hente om kendte og ukendte idrætsgrene.

På TV SYD+ er der i 2024 sendt kulturindhold i 64,7 timer.

3.6. Indkøb af programmer og samarbejde med producenter

Forpligtelsen:

De programmer, der ikke er nyheds- og aktualitetsprogrammer, jf. pkt. 3,1, skal så vidt muligt for mindst en tredjedels vedkommende tilvejebringes ved køb hos øvrige producenter.

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

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

Redegørelse:

tvSyd tilvejebragte i 2024 ved køb hos eksterne producenter 53,27 procent af de programmer, der ikke var nyheds- og aktualitetsprogrammer. Kravet om ekstern produktion anses dermed for at være opfyldt.

Af programserier blev indkøbt:

Kys, kræmmere og candyfloss

6 episoder a 10:30 minutter.

Entrepriseproduktion: Story Park Media

På cykel over indlandsisen

5 episoder a 22 minutter.

Entrepriseproduktion: Wasabi Film

Æ Als Knejte

8 episoder a 10:30 minutter.

Entrepriseproduktion: Wasabi Film

Aftalen med kaninerne

6 episoder a 22 minutter.

Entrepriseproduktion: BBC Studio Nordic

Julemærkehjemmet Fjordmark

6 episoder a 10:30 minutter

Entrepriseproduktion: Heidi Godskesen Rasmussen Film

Q ikk' la' vær'

4 episoder a 10:30 minutter.

Entrepriseproduktion: Olsson og Svarrer

Vejen til VM

8 episoder a 22 minutter.

Entrepriseproduktion: Wasabi Film

Beredskabet

7 episoder a 10:30 minutter.

Entrepriseproduktion: Story Park Media

Dokumentar: Når Stormen

1 episode a 22 minutter

Entrepriseproduktion: Story Park Media

Fuld Damp på Dagmar

6 episoder a 10:30 minutter

Entrepriseproduktion: Olsson og Svarrer

Kunsten at leve med døden

6 episoder a 22 minutter

Entrepriseproduktion: Story Park Media

Det er en væsentlig del af tvSyds strategi om at nå børnefamilier, kvinder over 50 år og unge, at man sender programformater, som ikke er nyhedsprogrammer, i 19.30-vinduet i weekenden. En del af disse købes hos eksterne producenter.

I 2024 blev Producenternes Dag afviklet virtuelt, hvor tvSyd kommunikerede sine ønsker og forventninger til producenterne, hvorefter interesserede producenter kunne indsende en one-pager pr. ide, de ønskede at pitche. tvSyd modtog 39 ideer fra 12 producenter. 8 producenter blev herefter inviteret til separate pitchmøder, hvor 18 ideer blev foldet ud. Til slut blev der før sommerferien indgået aftale om køb af ni programserier, der vil blive udgivet i 2025.

Tilbagemeldingerne fra producenterne om samarbejdet med tvSyd bliver rost fra alle sider. Der er stor interesse for at levere programmer, ligesom der er stor forståelse for tvSyds ønsker og behov.

3.7. Samarbejdet med de øvrige regionale TV 2-virksomheder

Forpligtelsen:

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

Redegørelse:

tvSyd har et konstruktivt samarbejde med naboregionerne for at sikre, at uanset hvilket regionalt mediehus man følger, vil alle de indslag, der er produceret fra ens by, blive vist. Det sker ved en systematisk udveksling af indslag med TV2 Østjylland, TV2 Fyn og TV MidtVest.

I 2024 udvekslede TV SYD 57 tv-indslag med de tre regioner fordelt således:

- TV 2 Fyn: 12 indslag
- TV MidtVest: 16 indslag
- TV 2 Østjylland: 29 indslag

TV 2 Østjylland og tvSyd samarbejder især om dækningen af Horsens kommune, TV MidtVest og tvSyd samarbejder om dækningen af Nørre Snede i Ikast/Brandø kommune og Region Midtjylland, og TV 2 Fyn og tvSyd samarbejder om dækningen af Lillebæltskommunerne (Middelfart og Fredericia) og ikke mindst dækningen af Region Syddanmark.

Derudover sender TV SYD+ dagligt TV 2 Østjyllands 19.30-udsendelse, ligesom seerne i formiddagstimerne på TV SYD+ kan se 19.30-udsendelser fra tvSyd, TV 2 Østjylland, TV 2 Fyn og TV MidtVest.

TV 2 Regionerne har for øjeblikket 52 igangværende samarbejder, der involverer to eller flere regioner og nogle gange TV2. Samarbejderne er organiske og indgår så snart, det giver mening. Det kan være om udveksling af færdigproduceret indhold, råbånd og artikler, om tekniske indkøb, om juridisk bistand, efteruddannelse af medarbejdere og ledere, konferencer, erfagrupper på tværs af fagligheder etc. Derudover deles en lang række administrative og teknologiske samarbejder. Vagtplanssystem, økonomisystem, afviklingssystemer til 24-timerskanalerne og ikke mindst FROP – den fællesregionale onlineplatform, hvor der er fire fælles ansatte til at udvikle og drifte hjemmesider, videoplatform og apps.

Programproduktion i samarbejde med øvrige TV 2-regioner

tvSyd har også udvekslet og produceret programmer til de regionale kanaler sammen med andre regioner. Udvekslingen foregår således, at den enkelte region udbyder relevante programmer til nogle eller alle de andre regioner, som så kan bestille programmerne.

I 2024 leverede tvSyd fire programserier til andre TV 2 Regioner, to til TV 2 Nord og to til TV 2 Bornholm. På samme måde bragte tvSyd tre programmer produceret af henholdsvis TV MidtVest, TV 2 Østjylland og TV 2 Fyn.

TV 2 og TV 2 Regionerne samarbejdede som vanligt om fælles dækning af Folketingets åbning i oktober.

Samarbejde med TV 2 DANMARK

Strategisk er samarbejdet med TV 2 vigtigt for tvSyd. Både for at få landsdelens vigtige historier på nationalt tv eller internetsted. Og for at få adgang til at distribuere tvSyds indhold til en større målgruppe, så flere kan få glæde af mediehusets public-service indhold. Udvekslingen sker på baggrund af en nyhedscenteraftale, som blev indgået mellem TV 2 NYHEDERNE og tvSyd i 2019. I 2024 leverede tvSyd materiale til 89 indslag på TV 2. Derudover leverede tvSyd 295 artikler til tv2.dk's forside.

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

Parterne har en aftale om tv-indhold både i form af ny-produktion, men også om "genudsendelse" af hinandens nyhedsklip og hele programmer. Parterne samarbejder om en Christiansborg-redaktion, og der er et samarbejde om gensidig udveksling af artikler.

Siden 2017 har der været en aftale om udnyttelse af regionale programmer på TV 2 PLAY. Oprindeligt omfattede samarbejdet kun programmerne fra de regionale vinduer på hovedkanalen, men i foråret 2022 blev der etableret et forsøg, hvor samarbejdet blev udvidet til også at omfatte programmer fra TV 2 Regionernes 24 timers kanaler. I 2024 blev der indgået en aftale mellem TV2 og Copydan, så TV2 betaler for rettighederne til at have programmerne liggende. Det var en årelang forhandling, der førte til aftalen, og der er nu betalt for rettighederne både i 2023 og 2024 og fremover.

Samarbejdet med TV2 Play er sådan, at tvSyd udvælger hvilke regionale programmer, der kan lægges på TV 2 PLAY, og udvælger kun programmer, som rettighedsmæssigt kan videreoverdrages. Det er TV 2, der beslutter, hvilke af de udvalgte programmer der bliver tilgængeliggjort på TV 2 PLAY. tvSyds programmer integreres i programudbuddet på TV 2 PLAY på samme måde som andet indhold. Desuden udkommer alt tvSyds tv-indhold selvfølgelig også på TV SYD Play, som er uden login og betaling.

Både tvSyd og TV 2 Danmark ser forsøget som en naturlig forlængelse af det samarbejde, der er på de øvrige platforme. Det er naturligt at finde tvSyds programmer på TV 2s streamingtjeneste, og aftalen giver derudover mulighed for, at tvSyds indhold præsenteres for et større publikum. TV 2 har som et led i samarbejdet forpligtet sig til at dele sin viden om kuratering og performance med tvSyd.

Samarbejdet adskiller sig fra TV 2s aftale med fx BritBox, hvor TV 2 som distributør videredistribuerer en selvstændig streamingtjeneste på TV 2 PLAY.

3.8. Beskyttelse af børn

Forpligtelsen:

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

Redegørelse:

tvSyds ledelse og de daglige nyhedsredaktører er bevidste om, at mindreårige er særligt sårbare, når det gælder nyhedsindslag eller længere programmer, som kan skade eller påvirke deres udvikling uheldigt. Det gælder fysisk, moralsk og mentalt. Det kan handle om indhold, som har stærk seksuel eller voldelig karakter, ligesom det kan være videomateriale, som kan udløse voldsomme følelser som synet af dyr, der lider eller er døde på brutal vis.

Såfremt nyhedsdagsordenen indeholder stof af den karakter, reserveres det så vidt muligt til den sene udsendelse kl. 22, hvor der forventeligt ikke sidder børn foran skærmen. Hvis indholdet alligevel af hensyn til relevans her og nu bringes i tidligere udsendelser, hvor børn formodes at være seere, advarer studieværten forud for indslaget eller programmet om, at ubehagelige scener særligt for børn kan forekomme.

Redaktionen tager tilsvarende hensyn, når det angår billedmateriale, som lægges på tvsyd.dk.

I overensstemmelse med de vejledende regler for god presseskik tages særligt hensyn til børn, når de medvirker eller optræder i indslag. Der indhentes altid tilladelse fra forældre inden offentliggørelsen af et interview eller lignende med børn.

Når børn medvirker i længere programserier, er der en omfattende dialog med både børn og forældre, hvorefter der indgås en medvirkende-kontrakt, som detaljeret beskriver, hvad børnene skal medvirke i.

Direktivet om aldersmærkning af programmer er implementeret, således at det fremgår, hvilken aldersmærkning et program – der ikke er omfattet af undtagelseslisten – er forsynet med.

3.9. Betjening af handicappede

Forpligtelsen:

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

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

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

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

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

Redegørelse:

Gennem hele 2024 har tvSyd tekstet hovedudsendelsen kl.19.30 alle ugens dage.

Det foregår med en tale-til-tekst løsning, hvor programlyden aflyttes, omformuleres og genfortælles live af en respeaker. Det respeakede lydspor oversættes til tekst via et talegenkendelsessystem. Denne tekst udsendes på tvSyds tekst-tv side 399 som undertekster.

Alle videoer, der er produceret til tvsyd.dk, Instagram og Facebook, er tekstede, ligesom der på alle artikler er mulighed for at slå en højt-læsningsfunktion til, så læsesvage og blinde kan få værdi af artiklerne. Det er en måde at anvende den nye teknologi til at gøre tvSyds indhold tilgængeligt for alle. Også videoer på YouTube forsynes med undertekster.

tvSyd har hvert år mange gæster på besøg, hvoraf nogle kan have særlige behov. Gæstekantinen, der indgår i besøgsarrangementer, er derfor indrettet med både teleslynge-anlæg og med adgang for kørestole.

I TV 2 Regionernes public-service kontrakt er det et krav, at der skulle nedsættes en fælles arbejdsgruppe sammen med en repræsentant fra Danske Handicaporganisationer. Arbejdsgruppen skulle udarbejde en statusrapport om automatiseret tekstning af de regionale TV-udsendelser. Statusrapporten skulle indeholde anbefalinger omkring anvendelsen af automatiseret tekstning på de regionale kanaler, og rapporten skulle afleveres inden udgangen af 2020. Arbejdsgruppen bestod af medarbejdere fra TV MidtVest, TV 2 Øst, TV 2 Bornholm samt Leon Carlsen, næstformand i Høreforeningen (udpeget af Danske Handicaporganisationer).

Statusrapporten blev afleveret i december 2020.

Konklusionen var, at automatiseret tekstning endnu ikke har et kvalitetsniveau, hvor det kan anbefales at anvende det.

Kulturministeriet har kvitteret for modtagelsen og har taget rapporten til efterretning. Det er fremad pålagt TV 2 Regionerne at overvåge udviklingen og vende tilbage med en tidsplan, hvor der kan forventes en højere kvalitet af den automatiserede tekstning. Dette arbejde pågår, og status ved udgangen af 2024 er, at flere regioner i 2025 forventes at overgå til automatiseret tekstning baseret på kunstig intelligens. tvSyd følger disse foregangsregioner med interesse og forventer ligeledes at være klar med en automatiseret løsning senest ved udgangen af 2026.

3.10. Dansk sprog

Forpligtelsen:

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

Redegørelse:

tvSyd tager sin forpligtelse til at medvirke aktivt til at bevare og udvikle det danske sprog endog meget alvorligt, og alt hvad der udgives, bliver gennemlæst af en sprogligt stærk kollega, primært en redaktør, inden udgivelse. Mediehuset har også et korps af frivillige sprogrøgttere tilknyttet, som læser korrektur på tvsyd.dk og gør opmærksom på fejl.

I en travl hverdag kan det ikke undgås, at der sker fejl, så det vigtigste er at rette dem hurtigst muligt. Ofte sker det efter henvendelse fra brugerne, nogle gange i kommentarspor på sociale medier. I dag er dialogen på den måde vidtfavnende og meget værdifuld.

tvSyd har en stor kærlighed til dialekterne, både den sønderjyske, den vestjyske og den østjyske. Værter og speakere udvælges blandt andet på deres evne til at tale sproget, som det tales i sendeområdet. I 2024 havde tvSyd stor succes med at udgive en række satirevideoer på tvsyd.dk, hvor husets sønderjysk-talende vært på satirisk vis optrådte som fx landstræner Kasper Hjulmand ('Hvis Hjulmand var sønderjyde'), som statsminister Mette Frederiksen og som frustreret sønderjysk borger, der forsøgte at benytte en automatisk telefonguide hos Haderslev kommune. Telefonguiden forstod tydeligvis ikke sønderjysk.

Generelt understøtter tvSyd kildernes dialekter og opmuntrer dem til at tale, som de plejer, også når de er med i et indslag på tv eller online.

3.11. Europæiske programmer

Forpligtelsen:

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

Redegørelse:

Den samlede sendetid på TV SYD+ - fraregnet nyheder, sport, sportsbegivenheder, quiz og konkurrencer - udgør i alt 501 timer. Heraf er 466 timer af nyere dato, dvs. produceret fra 2019 og frem. Dertil kommer livestreaming af storkene i reden i Smedager, som udgjorde 4017 timer.

Af de 466 sendetimer produceret fra 2019 og frem er 262 timer produceret af uafhængige producenter. Det svarer til 56 procent.

Alle tvSyds programmer er europæiske programmer, både de egenproducerede og de indkøbte. Kravet vedrørende indkøb af programmer af uafhængige europæiske producenter er dermed opfyldt.

Kun 35 timer af de 501 sendetimer omfattet af dette punkt er ældre end fem år. Dermed er kravet om et passende antal programmer af nyere dato opfyldt.

4. Dialog med befolkningen

Forpligtelsen:

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

Redegørelse:

tvSyds repræsentantskab udgøres af op mod 100 medlemmer, som alle repræsenterer en organisation, forening eller et politisk parti. Af de 100 pladser optages de 36 af Club Syd – tvSyds støtteforening. Desuden har lytter- og seerorganisationerne fast plads i repræsentantskabet. Det gælder både KLF og ARF.

I 2024 blev der jf. vedtægterne gennemført to repræsentantskabsmøder. Det første den 27. maj og det andet den 19. november. På maj-mødet blev repræsentantskabet præsenteret for arbejdet med ny strategi, og medlemmerne kom med deres indspark. Det var værdifulde indspark, og en del af dem endte i den færdige version. Der var også meget ros til arbejdet med brugerinddragelse og involvering af medarbejderne. På novembermødet blev fondsbestyrelsens forslag til vedtægtsændringer præsenteret, ligesom tvSyds kommende brugerredaktør fortalte om sit kommende job, og to helt unge medarbejdere fortalte om, hvordan de bruger nyhedsmedier på TikTok. Repræsentantskabet kvitterede for aftenens program med stor begejstring. Og bakkede op om, at tvSyd skal på TikTok.

tvSyd gennemførte i uge 10 2024 Youngsters, som er et projekt, hvor 10-12 skoleelever fra landsdelen kommer i erhvervspraktik i en uge på tvSyd, hvor de lærer at producere nyhedsindhold – og hvor tvSyd lærer mere om den unge målgruppes forventninger og ønsker til indholdet. Ugen ledes af en journalistpraktikant og en Ftp-elev og er altid en stor succes. Det endelige resultat af skoleelevernes anstrengelser kan ses på TV SYD+, tvsyd.dk og lægges også på LinkedIn.

TV SYDs støtteforening, ClubSyd, var aktiv gennem hele året. Foreningens næsten næsten 11.000 medlemshusstande fik som altid nyhedsbreve et par gange om måneden med tilbud på arrangementer etc., og medlemsaktiviteterne var godt besøgt. Medlemsaktiviteterne lægger sig typisk op ad programserier fra tvSyd.

tvSyd relevante medlemsaktiviteter i 2024 var:

Vejen Garden, julekoncert

Min oldefars krig (udskudt til feb. 25 grundet flytning på flow), foredrag og besøg i særudstilling

Beredskabet, rundvisning hos Trekant Brand

Julemærkehjemmet Fjordmark, rundvisning

Desuden:

Udflugt til storkereden Smedager og storkebyen Bergenhusen med storkeekspert Mogens Lange

Rundvisning TV 2, Odense

Besøg hos landspolitiker Annie Matthiesen i Folketinget.

Følgende programserier modtog støtte i 2024 – i alt 750.000 kroner:

Vejen til VM

Min oldefars krig

Beredskabet

Endelig havde tvSyd som altid ugentligt rundvisninger med op mod 50 gæster hver gang og hen over året besøg af skoleklasser i alle aldre, højskoler, gymnasieelever og virksomheder, som gerne vil se, hvordan huset ser ud samt møde medarbejderne.

Den fysiske dialog er vigtig og bliver stadig vigtigere i en tid, hvor medieforbruget er flyvsk, og det ofte er svært at huske, hvor man så hvad. tvSyd har ambitionen om at markere sig som syd- og sønderjydernes foretrukne mediehus, som man kan regne med, og som leverer nært indhold og fysisk tilstedeværelse.

Dertil kommer, at tvSyd har et væld af engagerede brugere på sociale medier. På Facebook debatteres dagens nyheder livligt, og tvSyd sikrer, at debatten foregår i en god tone gennem moderatører, som dagligt følger kommentarsporene og blander sig, hvis noget stikker af. Moderationen virker. Brugere er blevet så gode, at de efterhånden har forstået, at man skal holde den gode tone, og at det ikke er censur, hvis tvSyd udfordrer en svinsk kommentar, men bare almindelig opdragelse. Moderatorerne er uddannet i at stå fast på, at kommentarsporet er tvSyds. Alle forskellige holdninger er til gengæld velkomne. Det skal være trygt for alle mennesker at færdes i tvSyds kommentarspor, ligesom husets kilder har krav på at få opbakning, når de har stillet sig frem og fortalt deres historie. Det er også moderatorernes opgave.

Facebook er ud over et debatforum også et redskab til at finde kilder, cases og gode historier, ligesom tvSyds seere og brugere er flittige til at sende tip til redaktionen. Det er tydeligt og har været det i nogle år, at den elektroniske kontakt bliver stadig vigtigere og nemmere at forholde sig til for seere og brugere, hvorfor tvSyd løbende prioriterer flere ressourcer til den elektroniske dialog.

Klager

tvSyd svarer alle klager fra seere og brugere hurtigst muligt. En del besvares af dagens redaktør, andre sendes videre til ledelsen. Det er vigtigt for tvSyd at erkende fejl og rette op på dem hurtigst muligt og i tilfælde af, at en klage afvises at forklare hvorfor. Med andre ord vægtes en positiv og konstruktiv dialog med borgerne.

Klagerne til tvSyd går på alle forhold, lige fra studieværternes hår til partiskhed. Det er hjerteblod for tvSyd, at troværdigheden er intakt, og derfor undersøges klagerne til bunds, inden der svares.

Alle klager tages med i den redaktionelle efterkritik og gør redaktionen klogere på, hvordan indholdet opleves af brugerne.

tvSyd har ikke haft sager i Pressenævnet i 2024.

5. Tilgængeliggørelse af public service-indholdet

Overordnet forpligtelse:

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

5.1. TV

5.1.1. Den regionale tv-kanal

Forpligtelsen:

REGIONEN udsender sine programmer "free-to-air" i regionen på den regionale tv-kanal, TV SYD+.

Redegørelse:

Sendetimer:

I 2024 var der 8.784 mulige sendetimer til rådighed, og tvSyds 24-timers kanal var on air 8.646,22 timer fordelt på programmer, programskilte, trailere og sponsorskilte.

Af økonomiske årsager er der begrænset nyproduktion til TV SYD+, som 24-timers-kanalen hedder, men til gengæld er den værdifuld i forbindelse med større satsninger.

TV SYD+ har selvfølgelig også samsending af tvSyds udsendelser i TV 2-vinduerne, så borgere, der ikke har adgang til TV 2, stadig kan se tvSyds udsendelser.

Endelig bliver de fleste timer brugt på storkene, nyhedsskilte og nyhedsudsendelser fra tvSyd, TV MidtVest, TV 2 Østjylland og tvSyd.

I 2024 fordelte sendetimerne på TV SYD+, tvSyds egen tv-kanal, sig således:

Førstegangsvisninger	Genudsendelser	Sendetimer I alt
624,83	8.021,39	8.646,22

Førstegangssendsendelserne fordelte sig således mellem nyheds- og aktualitetsudsendelser og øvrige udsendelser:

Premiere nyheder/aktu	Premiere Øvrige	Premiere i alt
552,70	72,13	624,83

Egenproduktionen af udsendelser fordelt på nyheds- og aktualitetsudsendelser og øvrige udsendelser fordelte sig således:

Egenproduktion Nyheder/aktu	Egenproduktion Øvrige
2.974,23	257,17

5.1.2. "Vinduer" i TV 2-sendebladen

Forpligtelsen:

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

Redegørelse:

Sendetimer:

I 2024 sendte TV SYD i alt 205,83 timer ekskl. reklamer på TV 2.

Programplan:

17.15–17.21: Regionale nyheder. Sendt mandag-fredag.
 18.20–18.24: Regionale nyheder. Sendt mandag-søndag.
 19.25–19.25.30: Coming-up på en af dagens vigtigste historier. Sendt mandag-søndag.
 19.30–19.54: Regionale nyheder. Sendt mandag-fredag.
 22.00–22.12: Regionale nyheder. Sendt mandag-torsdag.
 19.30-19.45: Weekendprogram. Sendt lørdag.
 19.30-19.54: Weekendprogram. Sendt søndag

Der sendes en sponsoreret, regional vejrudsigt som det allerførste i 19.30-udsendelsen og som det allersidste i de øvrige nyhedsudsendelser.

tvSyd har levet op til forpligtelsen til at udsende nyheds- og aktualitetsstof i de afsatte vinduer på TV 2. Dog er 19.30-udsendelsen lørdag og søndag forbeholdt andre public service-programmer omfattende kultur, oplysning og underholdning. Disse er beskrevet nærmere i kapitel 3.1. På ovenstående skema fremgår sendestruktur og omfanget af sendeminutter.

De udsendte nyhedsprogrammer bringes også på mediehusets 24-timers tv-kanal, TV SYD+. Det sker stort set simultant, idet tidsforskydningen højst må være en time.

5.1.3. Internetbaserede tjenester

Forpligtelsen:

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

REGIONENs internetsted skal bl.a. indeholde nyheder, programrelateret information, seerservice og produktioner med billede, lyd og tekst. REGIONEN kan på internetstedet bringe tekstbaserede nyheder, men skal afholde sig fra lange dybdegående artikler.

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

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

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

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

Redegørelse:

Som konsekvens af de stigende seertal på flow-tv er det tvSyds ambition at hente de tabte seere over på de digitale platforme. Bestræbelserne har stået på længe og blev yderligere intensiveret i 2024 med ny videoredaktion og ansættelse af en digital redaktør.

Derudover skiftede TV2 Regionerne CMS i 2024. tvSyd var første region til at skifte, og skiftet forløb med mindre udfordringer tilfredsstillende. Det nye CMS er et standardssystem, Statamic, som TV2 Regionerne selv kan udvikle på. Der er også en virkelig god videoplatform, som betyder, at tvSyd i efteråret 2024 tog beslutningen om at nedlægge den særskilte streamingtjeneste, TV SYD Play og i

stedet lægge alt til streaming på tvsyd.dk/play. Beslutningen får først effekt i efteråret 2025, da der er et års opsigelse på samarbejdet med streamingtjenesten Applicaster.

Sammen med det nye CMS fik tvSyd også en ny app, som både er velegnet til nyhedsformidling og streaming, så alt indhold nu er samlet i en app. Der blev i efteråret gjort en stor markedsføringsindsats for at få brugerne til at downloade app'en. tvSyd skiftede også videoplatform fra Kaltura til JWP. Således er tvSyd og de andre TV 2 Regioner godt gearet til den digitale fremtid.

Indholdet på tvsyd.dk spænder fra korte nyhedshistorier til længere fortællinger med masser af digitalt udstyr som grafik, video og billeder og baseret på betydelig research. Som hovedregel udkommer de store fortællinger på både tv og tvsyd.dk.

Forbrug af og produktion til sociale medier

Facebook er fortsat en kanal, hvor tvSyds traditionelle brugere er meget aktive. Desværre er det slet ikke en kanal, hvor et mediehus kan præsentere indhold for nye målgrupper, da platformen i høj grad tiltaler folk, der er over midtvejs i livet. Derfor besluttede tvSyd i efteråret 2024 at gøre Facebook til en artikeldelingskanal, og der blev stort set ikke produceret målrettet til Facebook efter sommerferien i 2024.

Til gengæld kastede redaktionen sig over Instagram, hvor der viste sig at være et uforløst potentiale. Brugerne på Instagram er yngre end brugerne på Facebook. Der er overvægt af kvinder, og de er interesserede i regionalt nyhedsindhold. Over året lykkedes det at fordoble antallet af følgere. tvSyd brugte også Instagram som øvekanal, idet det er en del af den nye strategi at lancere nyhedsindhold på TikTok i 2025.

I rå tal blev der i 2024 produceret (tallene i parentes er 2023-tal):

Facebook opslag: 5.672 (3.726)

Opslag Instagram: 717 (864)

Stories Instagram: 514 (260)

Antal videoer produceret til Facebook i 2024:

Videoer: 270 (392)

Forbruget af tvSyds indhold på sociale medier var ganske stort:

Facebook afspilninger (3-sekunders-visninger): 47.199.788 (33.926.166)

Facebook afspilninger (60-sekunders-visninger): 7.188.980 (13.509.481)

Instagram afspilninger: 2.723.594 (1.704.756)

Og måske allervigtigst: Den største målgruppe for tvSyds indhold på Instagram er de 18-24-årige.

Distribution af indhold er i disse år et afgørende indsatsområde, som kræver en del kærlighed, vedligehold, indsigter og erfaring for at lykkes. Det er ikke længere muligt at samle familierne foran tv-skærmene, hvad enten det gøres med flow tv eller streamingindhold. Det er helt nødvendigt at bruge alle revner og sprækker til at få sit indhold ud, hvis man som regionalt mediehus ønsker at gøre en forskel for borgerne. Vi kan ikke længere forvente, at de opsøger indholdet selv.

Det er dog stadig en vigtig prioritering at satse langt hovedparten af kræfterne på egne platforme, dvs. tvSyds vinduer på TV 2, TV SYD+, TV SYDs nyhedsapp, TV SYD Play og tvsyd.dk.

Videoproduktion

Da tvSyd primært er et mediehus båret af levende billeder, arbejdede tvSyd i 2024 målrettet på at få mere video på web og sociale medier. Igen er det afgørende, at indholdet produceres til den platform, det skal sendes på. Så i stedet for at lave mange forskellige nyhedshistorier, som bliver sendt i samme format på alle platforme, er øvelsen at udvælge de bedste nyhedshistorier og formatere dem til de forskellige platforme. Video er et afgørende redskab i formidlingen til især yngre målgrupper, selv om de fleste danskere ifølge Reuters News Report fortsat helst læser deres nyheder på websites. Den tendens er dog udpræget sjældent internationalt set, så forventningen er, at video tager over som den foretrukne metode til formidling af nyheder. Det behov er tvSyd klar til at efterkomme.

Konkurrencesituationen har ændret sig fra at være en konkurrence om at være først med nyhederne til at være en konkurrence om folks tid. Det betyder, at et mediehus som tvSyd skal vinde over badminton, socialt samvær og Netflix. For at lykkes med det, skal indholdet være fuldstændig relevant. Til gengæld er kvalitetsmålet skiftet fra 'perfekt' til 'autentisk'. Især yngre målgrupper er vant til videoer, der med autenticitet vækker følelser og føles nærværende, hvor de mere opstillede tv-indslag kan føles distancerede.

Produktion af nyhedsvideoer til en yngre målgruppe er en øvelse, som tvSyd intensiverede i 2024, blandt andet ved ansættelsen af en journalist med kompetencer til at producere til Instagram. På den platform blev der gjort mange forsøg i 2024, og det resulterede i en imponerende udvikling i antallet af følgere og brugere. Ved udgangen af 2024 havde tvSyd 15.000 følgere på instagram, hvilket er mere end en fordobling i forhold til begyndelsen af 2024.

tvSyd skiftede som den første af TV 2 Regionerne i det fællesregionale onlinesamarbejde CMS-plattform i juni, og her blev det muligt at udgive videoer i højkantsformat, så videoer fra bl.a. Instagram nu også kan publiceres på tvsyd.dk.

Overblik over streamingforbrug

	Minutter			
	2021	2022	2023	2024
VOD	5.796.561	13.188.911	6.290.480	6.473.381
Livestream	37.096.800	24.067.460	23.404.298	25.143.700

	Afspilninger			
	2021	2022	2023	2024
VOD	1.887.663	2.312.298	4.961.163	16.707.241
Livestream	5.167.244	3.219.461	3.414.182	3.584.195

VOD betyder video on demand, altså video som er optaget og produceret, mens livestream er en direkte udsendelse. Det kan være en særlig stream fra en begivenhed, eller det kan være TV SYD +, altså 24-timers kanalen, der bliver streamet live.

I sommeren 2024 skiftede tvSyd som den første region videoplatform fra Kaltura til JWP. Skiftet kom sammen med et skift af CMS. De to nye systemer, JWP og Statamic, har givet muligheder for øget samarbejde på tværs af regioner og udvikling af features, det gamle system ikke kunne håndtere.

Det er glædeligt at konstatere, at forbruget af såvel livestream som video on demand er steget fra 2023 til 2024, både når det handler om antal afspilninger og forbrugte minutter.

Årsagen til det store minutforbrug af livestream er som tidligere år en stor interesse for tvSyds direkte transmission fra storkereden i Smedager tæt på grænsen. Der er to webkameraer monteret på reden, de kører 24/7, og der er en temmelig stor skare, der følger med i årets gang i storkereden. Der er mange dramaer i løbet af sådan en storkesæson, og dramaerne formidles også på tvSyds nyhedsplatforme.

Projektet er et sjældent og langvarigt indblik i naturens gang, og tvSyd samarbejder med foreningen storkene.dk om at formidle fakta og videnskab om storkene, som for få år siden var uddød i Danmark som ynglende fugl, men som, på grund af bl.a. fokus på at genetablere den natur, som storkene lever af, fx paddehuller, er tilbage. Der har siden 2014 været ynglende storke i reden i Smedager, og tvSyd har fulgt den lige så længe.

Websitet tvsyd.dk

Mange flere brugere fandt vej til tvsyd.dk i 2024 end nogensinde før. Og de forbrugte flere siden pr. session end tidligere. Med næsten 70.000 daglige, unikke brugere i gennemsnit, har tvsyd.dk med afstand overhalet flow-tv som det sted, hvor flest borgere støder på indhold fra tvSyd. Derfor er det også en del af tvSyds nye strategi, at tvsyd.dk er den primære platform, og derfor arbejder redaktionen nu på en ny måde, hvor journalistikken altid skal udkomme på tvsyd.dk og de bedste og vigtigste historier efterfølgende på tv og sociale medier.

Det har også betydning, at tvSyd i 2024 publicerede 295 artikler på tv2.dk, hvor mange flere danskere får mulighed for at læse vigtige nyheder fra den sydlige del af Jylland. Af den årlige image og kendskabsanalyse udarbejdet af Kantar Media for tvSyd fremgår det, at andelen af befolkningen i tvSyds dækningsområde, der støder på indhold fra tvSyd på tv2.dk eller TV2 Play, er steget fra 15 til 25 procent set i forhold til 2023.

Der blev publiceret 6.508 artikler på tvsyd.dk i 2024.

	2022	2023	2024	Ændring fra 23 til 24 i procent
Brugere	8.630.859	10.269.837	23.802.391	131,2 pct

Daglige brugere (gennemsnit)	Ikke opgjort	Ikke opgjort	69.609	
Sidevisninger (normal)	30.937.715	33.598.307	61.865.972	84 pct
Daglige sidevisninger (gennemsnit)	Ikke opgjort	Ikke opgjort	169.033	
Sidevisninger (TV2)	16.191.668	20.429.098	25.686.318	25,7 pct
Sidevisninger (samlet)	47.129.383	54.027.405	87.552.290	62 pct

Alt i alt er der en stor stigning i forbruget af tvSyds digitale produktion, både på tvsyd.dk og tv2.dk og bestræbelserne på at fastholde den udvikling fortsætter i 2025. Herunder særligt med den nye strategi, som lover borgerne unikke historier, samt både det grundige indblik og det hurtige overblik. Dertil kommer det fortsatte fokus på video på tvsyd.dk, som er tvSyds unikke sellingpoint, og som er afgørende vigtigt i fremtiden.

Åbne standarder

tvSyd bruger internettet og de internetbaserede tjenester til distribution af alt det indhold, huset laver til tv, ligesom der produceres indhold specifikt målrettet til de internetbaserede tjenester, dette er beskrevet i punkt 5.1.3.

Alt videoindhold stilles til rådighed dels via live-stream af den regionale tv-kanal, hvor der streames hele døgnet og dels via videoarkivet, hvor alle udsendelser kan streames.

tvSyd anvender åbne standarder i webformidlingen og tilstræber, at tvSyds internettilbud er tilgængeligt for flest mulige modtagere, uanset styresystem og browser.

5.2. Arkiver

Forpligtelsen:

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

REGIONEN skal af kulturarvsmæssige hensyn bevare sine programarkiver.

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

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

Redegørelse:

tvSyd arbejder på at få digitaliseret de gamle analoge bånd, så de bevares for eftertiden. Digitaliseringen gennemføres løbende af moderatorerne. Desværre går det langsomt fremad, da det er en krævende opgave at systematisere arkivet og overføre søgefunktioner fra analogt til digitalt. De ældste arkivers søgefunktion er en håndskrevet bog, som det stadig undersøges, hvordan skal digitaliseres.

Alle udsendelser og indslag produceret siden 2012 er dog umiddelbart søgbare på hjemmesiden.

Generelt er næsten alle tv-udsendelser siden mediehusets start i 1983 bevaret, og der ligger guld, som er af national interesse at fastholde for eftertiden. Fra oktober 1983 til maj 2003 blev udsendelserne arkiveret på analoge videobånd, fra maj 2003 til april 2012 på digitale videobånd, og fra april 2012 og frem i et digitalt mediearkiv-system. Dette digitale mediearkiv-system gemmer udsendelserne på databånd, hvoraf der tages en sikkerhedskopi.

Alle, der henvender sig med ønske om at få digitaliseret og tilgængeliggjort særlige programmer, der indtil videre kun findes på analoge bånd, får ønsket opfyldt, uanset om der er tale om borgere eller forskere.

6. Finansiering og ledelse

6.1. Hoved- og nøgletal

Tkr.	2024	2023	2022	2021	2020
Hovedtal					
Nettoomsætning	80.662	75.953	73.158	74.871	73.295
Bruttoresultat	54.502	51.151	49.693	51.590	50.216
Resultat før finansielle poster	-398	329	-520	1.010	286
Resultat af finansielle poster	742	-177	-400	-1.074	-633
Årets resultat	344	151	-920	-64	-347
Balancesum	54.576	57.641	54.517	56.655	61.066
Egenkapital	14.524	14.180	14.028	14.503	14.566
Nøgletal					
Bruttomargin	67,6%	67,3%	67,9%	68,9%	68,5%
Overskudsgrad	-0,5%	0,4%	-0,7%	1,3%	0,4%
Egenkapitalforretning	2,4%	0,0%	-2,7%	0,7%	0,1%
Soliditetsgrad	26,6%	24,6%	25,7%	25,6%	23,9%
Gennemsnitlig antal fuldtidsbeskæftigede	87	81	78	81	80

6.2. Bestyrelse

Formand Simon Vevest Lindblad-Madsen, Esbjerg

Næstformand Mads Sandemann, Haderslev

Anja Muus, Flensborg

Allan Nielsen, Esbjerg

Anne Bargisen, Kolding

Lisbeth Sjørup, Vejle

Jesper Sørensen, Vejle (medarbejderrepræsentant)

6.3. Direktion

Betina Bendix
