

TV 2 Kosmopol
Public service-redegørelse
2024

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

Baggrund

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

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

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

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

Læse- og redegørelsesvejledning

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

Nummereringen refererer direkte til den af kontrakternes.

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

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

Generel information

Vejledning:

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

REDEGØRELSE:

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

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

Bestyrelsen består af 7 personer: bestyrelsesformand Mads Kæmsgaard Eberholst, næstformand Cecilie Ørum Petersen, Anna Bisp Asghari, Lena Bøgild Willard, Stine Halberg, John Sørensen samt medarbejderrepræsentant Jakob Beck.

TV 2 Kosmopol dækker Region Hovedstaden, undtagen Bornholm, og seks kommuner i Region Sjælland. TV 2 Kosmopol dækker dermed følgende 34 kommuner:

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

Omregnet til hele årsværk var der ved udgangen 2024 96 fuldtidsansatte på TV 2 Kosmopol:

68 programmedarbejdere

7 administrative medarbejdere

8 FTP-elever

4 journalistpraktikanter

Herudover er der ledelsesgruppen, som består af direktøren, tre overordnede chefer og fem redaktionschefer med personaleansvar, ialt 96 fuldtidsansatte.

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

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

3. Specifikke forpligtelser

3.1. Nyheds- og aktualitetsprogrammer

Forpligtelsen:

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

Vejledning:

Nyhedsprogrammer definerer Radio- og tv-nævnet som oversigtsudsendelser i formatet bulletiner omhandlende nyheder af alle emner udvalgt efter journalistisk vurdering, inklusive trafik, vejr og sport. Aktualitetsprogrammer er udsendelser i formaterne bulletiner, magasiner, kommenterede begivenheder eller dokumentarer. Aktualitetsprogrammerne skal indholdsmæssigt omfatte samfundsmæssig information. Indhold omhandlende fritid, hobby og livsstil anses således ikke som aktualitet.

REDEGØRELSE:

TV 2 Kosmopol opfyldte i 2024 forpligtelsen.

Vi sendte i 2024 daglige nyhedsudsendelser i vinduer på TV2 og på egen kanal på følgende tidspunkter:

17:16 mandag – fredag

18:20 mandag – søndag

19:30 mandag – søndag

22:00 mandag – torsdag

Der var enkelte dage med aflysning af alle nyhedsudsendelser. Dette skete ekstraordinært ved store sportsbegivenheder, hvor sendeafvigelser var aftalt med TV2. På de pågældende dage kunne seere og brugere opdateres på tv2kosmopol.dk.

Alle nyhedsudsendelser og aktualitetsprogrammer er tilgængelige på tv2kosmopol.dk. og i vores app.

Vi arbejder hver dag målrettet med at levere troværdige nyheder, bidrage til aktuel samfundsdebat og spille en rolle i at sikre en oplyst befolkning. Vores daglige 19.30-udsendelse bidrager til netop det.

Vi fortsatte i 2024 med at udvikle vores udtryk, valg af historier og hvordan vi sammensætter nyhedsudsendelsen. Vores 19:30-udsendelse består af et redaktionelt prioriteret mix af nyhedsoverblik, forproducerede, dagsordensættende nyhedspakker fra vores nyhedsredaktion og inddragende, inspirerende, debatskabende historier fra vores I Tiden-redaktion. I Tiden-redaktionen nedsatte vi i 2024 for at styrke historier, der går tæt på samfundsudvikling, nye tendenser og det liv, der leves med masser af mangfoldighed i Danmarks eneste metropol.

Vi har højnet det visuelle udtryk, vi arbejder kontinuerligt med moderne fortælleformer og vores værter står i et utraditionelt studie. De er i udtryk fulgt med tiden og det område, vi bor i.

For at ramme flest mulige af vores borgere udkommer langt hovedparten af TV 2 Kosmopols historier på flere platforme. Den tid, hvor aviser lå frit fremme i hjemmene og familien

samledes om nyhedsudsendelser på TV, er forbi. I dag vokser mange børn op uden, at det er tydeligt, hvornår og hvordan deres forældre opdaterer sig på nyheder. Den fysiske avis er opsagt, der tjekkes nyheder på telefonen, og måske høres der hellere podcasts med høreboffer på end radio ud i stuen. Vi arbejder hver dag på at nå flest mulige på det medie, de foretrækker. Ikke mindst de yngre målgrupper, som skal finde deres vej til medier, de kan stole på.

Vi vil være relevante både for dem, der har brug for nyhedsopdateringer flere gange dagligt og for dem, der egentlig ikke orker nyheder, men som alligevel drages ind af historier, som pirker til nysgerrigheden eller virker så relevante, at de klikker for at blive klogere.

For at målrette indhold til flere typer medieforbrugere (inklusiv dem som bevidst fravælger nyheder) ændrede vi i 2024 på den interne organisering i huset. Vi delte vores redaktionelle arbejde op i en nyhedsafdeling og en I Tiden-afdeling. Vi skruede op for historier i vores Seneste Nyt-liveblog, og indhold fra begge afdelinger udkommer nu på alle vores platforme. Det betyder blandt andet, at vi i 19:30-udsendelsen bringer historier, som er produceret visuelt og fortællemæssigt på en måde, så historien både kan bringes på en digital platform og på TV. Som eksempel udkom den virkelige historie om Danmarkshistoriens største røveri og vores afdækning af politiets forsøg med strøm-pistoler både på vores YouTube-kanal og på TV.

Vores videoer med mennesker, der har et indspark til samfundsdebatten, bliver ligeledes både delt på sociale medier og vist på TV. Vores aktualitets- og reportageserier bringes fast i søndagsudsendelser, udkommer på TV 2 Play og i udvalgte tilfælde på YouTube. Artikler til alle historier kan læses på tv2kosmpol.dk og i udvalgte opslag på Instagram eller reels på TikTok.

På alle redaktioner følger vi vores strategi og prioriterer historier, der er relevante for flest mulige på tværs af hovedstadsregionen. Det betyder mindre fokus på lokalhistorier fra de enkelte 34 kommuner i vores dækningsområde men større fokus på historier, som interesserer flere. For at skabe den rette balance af historievalg fra Danmarks eneste metropol arbejder vi fortsat med følgende nyhedskriterier:

Udsyn: Vi vil se ud over kommunegrænser og landegrænser. Hvad gør de andre steder? Hvordan ser det ud i andre metropoler?

Perspektiv: Vores journalistik skal ikke bare oplyse og registrere men også gøre metropol-borgeren klogere. Med baggrund og nuancer giver vi perspektiv på historien.

Personlig: Vores journalistik skal tage udgangspunkt i mennesker. Vi vil – helt konkret – sætte ansigter og følelser på de historier, vi laver.

I tiden: Vi vil afspejle den moderne region, vi er en del af og lade det strømme ud i historievalg, i form og i udtryk

Relevant: Vores historier skal ikke bare være væsentlige eller vigtige, de skal have *relevans* for de mennesker, der bor i vores område, de skal betyde noget og gerne kunne *bruges til noget* af borgerne.

Overraskende: Vi vil oftere overraske vores brugere, de skal få oplevelser, som de slet ikke havde regnet med, at de kunne få hos os. Det gælder i historievalg og i form og udtryk.

Dagsordensættende

Vi lykkedes i 2024 med at sætte dagsorden hen over flere dage. Det er ikke alle brugere, der følger med hver dag så for at nå flest mulige, prioriterer vi nyhedspakker med nye vinkler på et emne over flere dage.

Vores fagredaktion afdækkede blandt andet sagen om multihandicappede Nanna Kirstine Dahl, der døde af ætsninger, hun havde fået på sit bosted. Bostedet blev efter vores afdækning af sagen lukket.

Vi afslørede store miljø- og sikkerhedsproblemer med partybusser, der hver weekend kører igennem København med festglade mennesker.

Vi afdækkede en ny tendens blandt unge kvinder, der gør brug af receptpligtig akne-medicin. Hvor let det er at få udskrevet eller bestille på nettet, selvom man ikke lider af akne, men blot ønsker sig en pænere hud.

Vi publicerede en række historier under temaet farlige naboer. Fortalte, hvordan truende adfærd hos nogle naboer i flere kommuner i sendeområdet er et problem for både beboere i nærområder og boligselskaber og ikke mindst, hvilke udfordringer de står med for at løse problemerne.

Vi holdt fokus på misbrug og salg af piller blandt unge – i forhold til salg på gaden og via sociale medieplatforme. Vi afslørede narko i de populære puff bars.

Vi dokumenterede, hvor let det er for en bruger selv at ændre lovligt købt cannabis uden euforiserende stoffer til cannabis, der indeholder det ulovlige, euforiserende stof THC.

Vi fulgte nøje udviklingen på Christiania med lukningen af Pusher Street, og hvor hashhandlen sidenhen er flyttet hen.

Vi afdækkede udfordringer med det sociale tilbud Joannahuset, som blev kritiseret af både tidligere brugere og forældre.

I en medievirkelighed hvor troværdige mediers journalistik blander sig med falske nyheder, reklamer, venners rejsevideoer og reels fra influencere, der deler private holdninger og erfaringer og uden krav om faktatjek og kildekritik, var det vigtigt for os at opgradere vores nyhedsapp. Vi ville sikre, at brugerne har et sted, hvor de får alt vores indhold. Indhold de kan have tillid til, og hvor de ikke er afhængige af, om tech-virksomhedernes algoritmer synes, de

skal se nyheder. I appen findes artikler, nyhedsudsendelser og videoproduktioner fra TV 2 Kosmopol. Samtidig udkommer en række artikler på tv2.dk og vores serier på TV 2 Play.

Yngre brugere

Siden TV 2 Kosmopol så dagens lys i januar 2023, har vi formået at være relevante for flere yngre brugere. I sidste kvartal af 2024 nåede vi på Instagram og TikTok 200.000 unikke brugere om ugen, hvor hovedparten var under 34 år. Vores hovedkanal på YouTube rundede 40.000 abonnenter – og vi nåede dem med public-service-indhold, der er relevant for dem der, hvor de bor.

Kultur

Hovedstadsområdet er rig på kultur og vi fastholdt fokus med vores dedikerede Oplev-univers, som både består af TV-indslag, Oplev-app, artikler og nogle gange reels til Instagram. Dertil er vores faste kulturreporter udkommet ugentligt med kulturhistorier i bredere forstand.

3.2. Dækning af det regionale område

Forpligtelsen:

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

Vejledning:

Dækningen opgøres i antal indslag fordelt på de enkelte kommuner.

REDEGØRELSE

Nedenstående tabel viser TV 2 Kosmopols dækning sammenholdt med befolkningsgrundlaget i 2024 i de 34 kommuner, der udgør vores dækningsområde.

Vi arbejder kontinuerligt på at fordele vores nyhedsproduktion ligeligt ud over hele sendeområdet, dog vil København altid være overrepræsenteret, da mange af indbyggerne i kommunerne rundt om København også orienterer sig en del mod hovedstaden.

Med baggrund i vores interne omstrukturering skruede vi i 2024 bevidst op for daglige nyhedsopdateringer. Det betyder, at vi bortset fra en enkelt kommune udkom med flere historier fra hver kommune i forhold til 2023, så samtidig med, at vi har lavet flere historier, der går på tværs af flere kommuner, har vi også lavet flere opdateringer af lokal karakter fra de enkelte kommuner. I alt udkom vi med 28% flere enheder i 2024 end i 2023.

Kommune	Befolkning	Andel	Andel artikler og indslag	Forskel	Antal indslag	Antal artikler	Antal artikler og indslag
Albertslund	28.117	1,3	0,7	-0,6	12	66	78
Allerød	26.128	1,2	0,4	-0,8	10	40	50
Ballerup	52.939	2,4	0,8	-1,6	19	71	90
Brøndby	40.401	1,9	3,3	1,5	50	326	376
Dragør	14.450	0,7	0,5	-0,2	12	44	56
Egedal	45.563	2,1	0,5	-1,6	8	46	54
Fredensborg	42.186	1,9	0,9	-1,1	17	82	99
Frederiksberg	105.840	4,9	4,4	-0,5	128	369	497
Frederikssund	47.052	2,2	1,2	-0,9	31	108	139
Furesø	42.540	2,0	1,4	-0,6	30	126	156
Gentofte	75.076	3,4	1,9	-1,6	26	187	213
Gladsaxe	70.958	3,3	1,0	-2,3	17	93	110
Glostrup	24.869	1,1	1,5	0,4	20	149	169
Greve	53.536	2,5	1,2	-1,3	29	107	136
Gribskov	41.797	1,9	2,2	0,3	70	183	253
Halsnæs	31.633	1,5	0,8	-0,7	31	59	90
Helsingør	63.953	2,9	3,1	0,1	80	267	347
Herlev	30.784	1,4	1,1	-0,3	26	97	123
Hillerød	54.855	2,5	2,4	-0,1	52	217	269
Hvidovre	53.760	2,5	1,7	-0,8	41	150	191
Høje-Taastrup	59.059	2,7	1,3	-1,4	33	114	147
Hørsholm	25.168	1,2	0,6	-0,5	12	59	71
Ishøj	24.365	1,1	0,8	-0,3	19	69	88
København	667.099	30,6	46,2	15,6	1114	4110	5224
Køge	63.335	2,9	3,4	0,4	56	323	379
Lejre	29.594	1,4	0,5	-0,8	12	50	62
Lyngby-Taarbæk	58.713	2,7	2,0	-0,7	38	189	227
Roskilde	91.623	4,2	3,9	-0,3	65	381	446
Rudersdal	57.342	2,6	0,9	-1,7	28	75	103
Rødovre	44.734	2,1	0,9	-1,1	19	87	106
Solrød	24.732	1,1	0,7	-0,5	15	61	76
Stevns	23.612	1,1	0,7	-0,4	12	64	76
Tårnby	44.034	2,0	1,3	-0,8	17	126	143
Vallensbæk	18.322	0,8	0,4	-0,5	11	33	44
Metropolen*		0,0	0,0	0,0			0
Skåne (Sverige)		0,0	0,3	0,3	23	13	36
Reg. Hovedstaden		0,0	4,3	4,3	77	412	489
Reg. Sjælland		0,0	0,9	0,9	14	85	99
TOTAL	2.178.169	100,0	100	0	2274	9038	11312

*Tidligere Lorryland/Storkøbenhavn

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

Note: Samme artikel kan tælle med under flere kommuner, hvis historien vedrører flere kommuner.

Artiklerne om hele sendeområdet (Metropolen) og de to regioner er ikke med i %-beregningen af andel pr. kommune.

3.3. Udvikling af indhold og distributionsformer

Forpligtelsen:

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

REDEGØRELSE:

Der bor 2.178.169 mennesker (2024, K4) (kilde: Danmarks Statistik) fordelt på 34 kommuner i vores region. I København er gennemsnitsalderen lavere end for resten af regionen, i nogle af kommunerne i udkanten af regionen er den højere. Målt på gennemsnittet er TV 2 Kosmopol sendeområde det andet yngste i Danmark, og derfor har vi et skarpt fokus på at kunne tilbyde nyheder til alle i vores sendeområde – også de unge voksne.

På vores YouTube-kanal er langt størstedelen af brugerne under 34 år (71 %) og 89 % af alle brugerne er mænd. Vi er med YouTube-kanalen gået målrettet efter at lave journalistik til unge mænd i en gruppe, der ofte er svære for traditionelle medier at nå.

På Instagram er TV 2 Kosmopol mere populær blandt yngre kvinder. Her udgør 64,9 % kvinder i alderen 25 til 34 år.

På tv2kosmopol.dk og Facebook befinder de fleste aldersgrupper sig, men det er primært de 25 til 50-årige, vi sigter efter dér.

Samlet set når TV 2 Kosmopol, som beskrevet tidligere, et stigende antal i den yngre målgruppe.

Tv2kosmopol.dk

På tv2kosmopol.dk samler vi alt vores indhold. Både artikler, seneste nyt, nyhedsudsendelser, serier og videoer. _

Vi blander regionale nyheder med historier om det liv, der leves i Danmarks eneste metropol. Vi målrettede i 2024 vores ressourcer, så vi kan formidle historier, som rammer de forskellige nyhedsforbrugere. Både brugere som vil opdateres mange gange dagligt og de, der egentlig har valgt nyheder fra, men fanges ind af historier, som er relevante for det liv, de lever om hverdagsdilemmaer, livsvalg, etik og moral. Vi dækker den undersøgende, den inspirerende, den opdaterende, den konstruktive og den debatskabende journalistik.

Vi er bemandet fra kl. 06 til kl. 22.15 mandag til torsdag. Fredag er vi bemandet fra kl. 06 til kl. 21.30, og lørdag og søndag er vi bemandet fra kl. 07 til kl. 20.30, så vi kan opdatere borgerne med, hvad der sker i vores sendeområde. I en stor del af 2024 delte vi relevante Ritzau-telegrammer på vores site, efter vi selv var gået hjem, så brugerne altid kunne læse det nyeste, der var sket i deres område på vores site. Hvis der er særlige grunde som breaking, valg eller andet, der ligger udenfor sædvanlig arbejdstid, bemander vi naturligvis, så dette også kan dækkes.

Udover indslag og artikler har vi et seneste nyt-feed på tv2kosmopol.dk, som dagligt opdateres med korte artikler om, hvad der sker i vores sendeområde. Her forsøger vi at give brugerne en service, som de kan vende tilbage til igen og igen for at blive opdateret. Her giver vi tv2kosmopol.dk puls, vi opdaterer, vi giver brugeren overblik – og vi gør det kort og præcist. Vi valgte i vores omorganisering at sætte en medarbejder til at bemane vores seneste nyt i hele vores åbningstid for at give den så meget kærlighed så muligt.

På tv2kosmopol.dk udkommer artikler fra hele huset: Fra fagredaktionen kommer der dagsordensættende og gennemarbedede nyheder, fra nyhedsredaktionen kommer der nyheder skrevet af webreportere og tv-reportere, der skal være relevante og rørende, fra vores LEV-redaktion (Lang Levetid Engagerende Video) kommer der historier om livsvalg, hverdagsdilemmaer og etik og moral, og fra vores format-redaktion kommer der stærke menneskeportrætter, som vi også portrætterer i vores serier. Derudover har vi arbejdet aktivt med at maksimere indhold omkring vores satsninger på især fagredaktionen og format-redaktionen, så vi kan råbe rigtig højt om vores gode journalistik til vores brugere – og derved få flere til at se vores indhold på alle platforme. Vi kalder satsninger på tværs af redaktioner for Blomster. I samarbejdet vinkler vi ud fra den store historie, der kan skabe merværdi.

I 2024 oprettede vi ved særlige lejligheder specialblogs for at følge bestemte begivenheder, der udviklede sig i løbet af dagen, eller for at følge retssager. Da Børsen brændte, lavede vi for eksempel liveblogs på dagen og de to efterfølgende dage.

Liveblogs	Antal indlæg
Retssag om ulykke på Hillerødmotorvejens forlængelse	35
Brand i Novo Nordisk	15
Stort it-nedbrud påvirker lufthavn og beredskaber	28
Tronskiftet	142
I dag blev Pusher Street gravet op	24
Budgetaftale i Københavns Kommune	16
Gennembrud i 34 år gammel retssag	94
Vildt vintervejr	75
Sagen om Borup Skole	29
Skib i brand i Køge	28
Børsen i flammer	29
Grundlovsforhør	15
Ekspllosioner nær Israels ambassade	40
Ny sundhedsreform præsenteres	28
Børsen i flammer	37
Stor eftersøgning: 3-årig dreng forsvundet fra daginstitution	10
Vejrkaos i hovedstadsområdet	16
Brand i Skatteministeriet	18
M4 får fem nye stationer	17
Sne og blæst 17. januar 2024	27
Børsen i flammer	93
Nu bliver Erik Clausen bisat	13
Total	829

I vores omorganisering dedikerede vi en person til at have ansvaret for publicering i dagtimerne for at sikre, at vores historier får endnu større potentiale. Vi så et behov for at have en person til at optimere rubrikker, arbejde med animationer til forsiden og til at dele på sociale medier og sende til Ritzau. En funktion, som skal optimere hjemmesiden med et mål om, at flere brugere besøger os direkte. Det har vist sig at skabe stor værdi.

Det ses blandt andet på forsiden, hvor vi havde 114.000 besøg på forsiden i december 2023, og 219.000 besøg i december i 2024. Og det er uden tal fra appen.

Fokus i 2024 var at øge antallet af brugere, da vi mener, at vi især på dét punkt har et enormt potentiale. Vi så en støt stigende positiv udvikling fra 2023 til 2024, men desværre nåede vi ikke vores ambitiøse mål. Antallet af brugere på tv2kosmopol.dk steg dog i 2024.

Hjemmesiden havde i gennemsnit i løbet af året 72.715 daglige, unikke brugere. Det er en fremgang fra 2023 på 23,8%, hvor vi havde 58.741 daglige brugere. I vores bedste måned i 2024 havde vi et gennemsnit på 92.814 daglige brugere.

Vi har været udfordret, ligesom mange andre medier, af Facebook, der især i efteråret sendte færre brugere ind på vores hjemmeside, end vi har været vant til. Det fik os til at ændre strategi på Facebook og arbejde fokuseret med at få brugere ind på vores egen platform i stedet for at skabe engagement på Facebook. Det så vi en positiv effekt af i december, hvorfra trafikken fra Facebook igen har været stigende.

Derudover så vi en stigning i trafik fra Google, der primært kommer fra Google Discover.

Dette illustrerer tydeligt, at vi er afhængige af tech-giganternes luner og algoritmer, og at ændringer hos dem kan have store konsekvenser for os. Hvilket også er årsagen til vores store fokus på at få brugerne til at komme direkte til os, eksempelvis fra appen.

Trafikkilder % (besøgende)	2022	2023	2024
Facebook	50,18	37,3	41,42
Google	22,8	20,89	31,44
Direct / None	19,31	32,38	19
tv2.dk	4,56	6,99	5,73
Øvrige	3,15	2,44	2,41
Data er hentet fra Plausible og dækker kun web.			

Antallet af sidevisninger steg flot, når man sammenligner 2023 med 2024. Her opnåede vi 138.155.496 sidevisninger i 2024 inklusive visninger fra tv2.dk Og det er en stigning på 83,7 % sammenlignet med 2023, hvor vi fik 75.202.294 sidevisninger. Derudover fik vi 8.636.534 visninger fra vores app i 2024.

Vi så en positiv udvikling i visninger fra TV 2, der dagligt steg fra 85.425 i gennemsnit i 2023 til 94.832 i gennemsnit i 2024. Vi har arbejdet på at styrke artikelsamarbejdet med TV 2, så vi nu taler sammen dagligt og derfor bedre kan planlægge indhold fra hinanden.

	Tal fra Google Analytics (samlet pr år)				Tal fra Plausible (daglige gennemsnit)	
	2021	2022	2023	2024	2023	2024
Brugere	20.367.370	18.631.453	9.547.718	11.818.988	58.741	72.715
Besøg	61.136.735	47.845.570	23.871.753	29.979.553	66.301	83.265
Visninger (click)	91.845.717	69.199.048	31.003.367	35.814.930	84.941	97.855
Visninger (feed)	Ikke opgjort	Ikke opgjort	13.018.980	67.632.042	35.668	184.787
Visninger (tv2.dk)	23.503.562	26.486.873	31.179.947	34.708.524	85.425	94.832
Visninger (samlet men uden app)	115.349.279	95.685.921	75.202.294	138.155.496	206.034	282.642
Visninger i app	Ikke opgjort	Ikke opgjort	Ikke opgjort	8.636.534	Ikke opgjort	60.592

Tabelforklaring: Data dækker alene web og er hentet fra Plausible. Hvis man ønsker det samlede antal visninger for 2024, skal man kombinere med data for app.

Brugere og besøg for 2024 er estimeret på baggrund af data fra Plausible.

Gennemsnittet af visninger for app er opgjort for december 2024 og dækker både click og feed. Tallet er ikke indregnet i det samlede antal visninger.

Det samlede antal visninger i app dækker kun i den periode, hvor regionen har haft en app tilgængelig via platformen Median, og tallet er derfor ikke komplet for 2024.

Efter corona og omlægningen til TV 2 Kosmopol i 2023, vidste vi godt, at nulstillingen umiddelbart ville have en negativ effekt på vores digitale tal. Denne har vi set, og på nogle parametre arbejder vi stadig på at komme op på niveau, men til gengæld er vi på andre parametre langt foran, hvor vi var før TV 2 Kosmopol. Eksempelvis læste brugerne flere artikler, når de først var inde på sitet. I gennemsnit læste de 3,52 artikler pr. besøg i december 2024, mens udgangspunktet i 2023 var et gennemsnit på 1,84.

	2022	2023	2024
Visninger/besøg	1,4	1,84	3,52
<i>Data er hentet fra Plausible og rækker på tværs af web og app.</i>			

Den flotte udvikling i sider pr. besøg skyldes blandt andet, at vi i 2024 aktivt lagde vores seneste nyt-feed i bunden af alle artikler, så brugeren fortsætter rejsen på vores site, når vedkommende har læst artiklen i bund. Derudover arbejder vi med at kommunikere kort og præcist i vores seneste nyt, så brugeren får et hurtigt overblik og dernæst kan scrolle videre til den næste korte nyhed.

Dertil begyndte vi i 2024 at arbejde med højkantsvideo på hjemmesiden. Vi har haft en højkantsvideo, der autoafspillede på forsiden det meste af året, men i december lancerede vi vores højkants-videobånd, som vi opdaterer dagligt med højkantsvideoer, der bliver produceret af LEV-redaktionen.

Vi erfarede ikke en specielt positiv udvikling i videovisninger på vores hjemmeside i 2024, det skyldtes blandt andet, at vi ventede med at sætte fokus på video, da vi vidste, at vi skulle overgå til nyt CMS (content management system) i november, som ville give os nye muligheder. Video på forsiden er et fokus i 2025, hvor vi skal arbejde målrettet med, hvordan vi får vores video-visninger op.

	2020	2021	2022	2023	2024
Afspilninger, live	127.977	186.985	186.353	103.025	49.084
Minutter set, live	846.527	926.775	333.286	736.962	365.726
Afspilninger, VOD	3.519.363	4.568.730	3.433.833	5.705.585	5.682.496
Minutter set, VOD	6.675.250	7.656.346	5.436.036	4.755.889	5.338.012
Gns. minutter set pr live-afspilning	6,61	4,96	1,79	7,15	7,45

Data er sammenlagt fra Kaltura og JWP for 2024. De øvrige år er datakilden alene Kaltura.

TV 2 Kosmopols nyhedsapp

Vores app er enormt vigtig for os, da vi hver dag kan pushe nyheder ud til vores mange brugere, der har tilmeldt sig, og derved gøre os til en vane for dem. Derudover er app-brugere mere loyale og vender typisk flere sider end brugere fra sociale medier. De vendte i december 2024 i gennemsnit 6,94 sider pr. besøg, mens vores brugere i gennemsnit vendte 3,97 sider pr. besøg i december 2023.

Vi implementerede i 2024 en ny applikationsløsning for at sikre, at vores brugere konsekvent får adgang til de seneste funktioner og forbedringer. Den tidligere native app blev erstattet med en webbaseret løsning, der spejler vores hjemmeside. Og denne strategiske beslutning giver os mulighed for at levere en ensartet brugeroplevelse på tværs af platforme samtidig med, at den repræsenterer en økonomisk fordelagtig tilgang til vores udviklingsressourcer.

I december 2024 lavede vi en kampagne på både hjemmeside og i TV for vores app. På vores hjemmeside spurgte vi alle, der besøgte sitet, om de ville downloade vores app, og i TV lavede vores værter henvisninger til appen i hver nyhedsudsendelse, og vi sendte spots for vores egen app. Det har gjort en positiv forskel.

I 2024 havde vi i gennemsnit 8.735 daglige brugere. Vi sendte push-beskeder ud til 6.820 mennesker ad gangen i 2024. Antallet af modtagere af push er hentet fra OneSignal og er et gennemsnit af antal modtagere af push-beskederne sendt i december 2024. I 2024 havde vi samlet 8.636.534 sidevisninger i appen.

Sociale Medier

I 2024 var TV 2 Kosmopol til stede på de fleste af de mest udbredte sociale medier i Danmark: Facebook, Instagram, YouTube, TikTok og X. Hver platform har sin strategiske berettigelse – men målet har været det samme: At så mange som muligt af hovedstadens borgere bliver præsenteret for regionalt public service-indhold. Det lykkedes vi godt med i 2024, hvor rækkevidden samlet set steg markant på tværs af alle husets sociale medier, X undtaget.

Trafik til hjemmeside

Efter vores navneskift i 2023 faldt vores trafik fra Facebook og Google ret markant. Siden 2023 har vi set en støt stigning i trafik fra både Google og Facebook samtidig med, at vores direkte trafik også har haft en positiv udvikling, når man ser på sidevisninger.

I 2024 blev flere artikler fra TV 2 Kosmopol delt på Google Discover, fordi Googles system har vurderet, at flere artikler fra TV 2 Kosmopol har haft bred relevans. I 2024 steg andelen af trafik fra Facebook også. Det hænger sammen med, at TV 2 Kosmopol udgav flere enheder i 2024, hvor vi udrullede en liveblog på vores hjemmeside, kaldet Seneste Nyt, for på den måde at servicere sendeområdet med et større, hurtigere nyhedsoverblik med plads til lokale historier, krimihistorier og andre dagsordensættende historier fra den øvrige presse. Alle disse korte opdateringer blev delt på Facebook. Den stigende andel trafik fra Google og Facebook betyder, at andelen af direkte trafik synes at være faldende.

Trafikkilder % (besøgende)	2022	2023	2024
Facebook	50,18	37,3	41,42
Google	22,8	20,89	31,44
Direct / None	19,31	32,38	19
tv2.dk	4,56	6,99	5,73
Øvrige	3,15	2,44	2,41
Data er hentet fra Plausible og dækker kun web.			

Facebook

TV 2 Kosmopol har på Facebook i flere år lavet videoportrætter af hovedstadsborgere, der alle på den ene eller anden måde ønsker at skabe debat, forandre eller gøre livet i sendeområdet bedre. Det arbejde fortsatte i 2024. Videoerne tager oftest ikke afsæt i dagsaktualitet men i væsentlige samfundsmæssige eller menneskelige temaer i tidens hovedstadsområde, eksempelvis 'Er voksenkollektivet en ideel løsning på boligudfordringerne?', 'Hvorfor har flere unge mennesker nu behov for at blive puttet?', 'Er vi gode nok til at hjælpe personer med et handicap på universiteterne i hovedstaden?'. Videoindhold har i mange år – også i 2024 – interageret bedst med brugerne på Facebook, og videoerne har derfor haft den funktion, at de ikke bare gav værdi i sig selv, da delte artikler nåede længere ud. I 2024 så vi, at Facebook-videoerne opretholdt sine meget høje visningstal, men at de ikke nødvendigvis skubbede vores artikellinks længere ud til brugerne. Vi er dog af den klare holdning, at videoerne har høj værdi i sig selv, da de også fungerer rigtigt godt i vores TV-udsendelser.

TV 2 Kosmopol opnåede i 2024 over 69,5 millioner videovisninger på Facebook. Samtlige videoer blev desuden sendt i vores nyhedsudsendelse på TV klokken 19.30, de er delt på tv2kosmopol.dk, er ofte versioneret til Instagram, og der er skrevet tilhørende artikler til historierne på vores hjemmeside.

Instagram

På Instagram delte TV 2 Kosmopol dagligt i 2024 opslag med vores cirka 30.000 følgere. Her bliver nyhedsindhold udvalgt og behandlet på platformens præmisser. Nyhederne udfoldes i flere slides og billeder og strategien er at udfolde de nyheder, der har bredest regional relevans, indeholder perspektiv og taler ind i tematikker og udfordringer i tiden frem for på dagen. Det har været historier som 'Har Oslo knækket koden med ny boligform til førstegangskøbere?', 'Flere butikker og spisesteder indfører stop for fotografering af ansatte' og 'Hvad fortæller det os, at en spækhugger igen er set i Øresund?'.

I løbet af 2024 blev det på Instagram muligt for os at nå langt flere brugere, der ikke normalt følger vores side. I mange uger i løbet af 2024 havde over 100.000 og 200.000 brugere således fået vist indhold fra TV 2 Kosmopol i deres Instagram-feed.

Modtagerne er generelt yngre, end de er på Facebook, og den største brugergruppe er mellem 25 til 34 år. De er også blevet eksponeret for oplevelsesguides, memes og humoristisk indhold samt videoteasere for journalistisk serielt og formateret indhold, der kan findes på tv2kosmopol.dk eller TV2Play. Instagram har også den funktion for TV 2 Kosmopol, at det er et oplagt socialt medie til branding – frem for direkte trafik.

TikTok

TV 2 Kosmopol oprustede i 2024 på TikTok. Det blev gjort efter store overvejelser og afvejninger og en prøveperiode i 2023, hvor videoindhold fra vores øvrige platforme sporadisk blev delt på det sociale medie.

Vi er på TikTok, fordi vi kan se, at vi på platformen når en kæmpe gruppe unge, som vi ikke traditionelt set har haft fat i. På TikTok var 70% af de engagerede modtagere i 2024 under 24 år. Hvis vi vil i kontakt med disse borgere, har vi erfaret, at det blandt andet er her, de er. TV 2 Kosmopol øgede antallet af følgere med 5000 abonnenter på få måneder og fik over 500.000 interaktioner på det delte journalistiske indhold. Vores TikTok-vært testede bl.a., hvilke politiske statements på t-shirts, der kan godtages ved indgangen til Tivoli. Hun besøgte Gefion Gymnasium for at se, om eleverne kunne lide at få Skat på skoleskemaet, og så var hun forbi byens solarier for at konstatere, at kunstig sol stadig er meget udbredt blandt unge. Målet er at være inddragende og/eller direkte relevante i vores oplysninger til den yngre målgruppe.

YouTube

På YouTube slog TV 2 Kosmopol i 2024 rekord endnu en gang. Her steg både antallet af abonnenter og visninger endnu mere end i 2023. I alt blev der set over 25 millioner minutter af vores videoer alene på den kanal, hvor vi udgiver enkeltstående dokumentariske og journalistiske historier. Videoerne blev lavet af vores YouTube-værter med målgruppen og platformen for øje. Alle historierne blev også sendt i vores 19.30-udsendelse på TV, ligesom der blev skrevet artikler til tv2kosmopol.dk med afsæt i indholdet.

TV 2 Kosmopol når på YouTube en ganske særlig gruppe af mediebrugere, der forventer og ønsker at nørde sig ned i kompliceret stof. 89 % af modtagerne er mænd, og størstedelen af disse er under 34 år. TV 2 Kosmopol har ingen anden platform og ej heller noget andet socialt medie, hvor vi har så godt fat i de unge mænd. Det er generelt en udfordring at tiltrække disse i den regionale nyhedsdækning, men vi er lykkedes på YouTube ved at dykke grundigt ned i historier som 'Sådan gik hele Børsen op i røg', 'Hvordan virker strømpistoler, der nu skal i brug hos Vestegnens politi?', 'Kan giftigt affald i Frederiksværk ødelægge Roskilde Fjord?' og 'Sådan forløb dagen, hvor Pusher Street blev gravet op for altid'. Målet var, at vi flere gange om måneden gav baggrundsviden til aktuelle emner i hovedstaden.

På YouTube har TV 2 Kosmopol også en kanal, hvor vi deler serielt indhold, der er lavet til vores nyhedsflade hver søndag og til udgivelse på tv2kosmopol.dk og TV2 Play. Indholdet her opnåede også pæne visningstal – også særligt blandt yngre mænd, en gruppe der ikke finder eller opsøger vores indhold på de øvrige platforme.

X

X – tidligere Twitter – bruges til at dele alle vores artikler og seneste nyt-posts. Det er et socialt medie, som sommetider kan sidestilles med vores brug af Ritzaus Nyhedsbureau. TV 2 Kosmopol får ikke mange læsere direkte fra X, men det er her, vi kan nå mediefolk og politikere. Vi overvåger af samme grund X i vores nyhedsdækning.

Bluesky

Som noget nyt oprettede TV 2 Kosmopol i 2024 også en kanal på Bluesky, en ny konkurrent til X. Vi kan ikke forudsige, om Bluesky bliver et nyt, stort socialt medie i Danmark, eller om det aldrig får fat. Men med et politisk omskifteligt klima i USA kan det ske, at brugerne flytter til nye sociale medier. Derfor har vi forsøgt at sikre vores navn her. Her deler vi alt vores indhold, ligesom vi gør det på X. I slutningen af december 2024 havde vi under 500 følgere på Bluesky.

TV 2 PLAY

Vores tilstedeværelse på TV 2 Play var i 2024 en vigtig platform for vores længere formater. Vi videreudviklede typen af indhold til TV 2 Play og arbejdede med at tilrette indpakning og fortælleform til de mange brugere på platformen. Men vi har stadig en overordnet prioritet for indholdet i vores produktion generelt, at den først og fremmest skal leve op til vores primære ambitioner om at være urban, have fokus på diversitet, mangfoldighed, udsyn, være relevant for borgerne i vores område og være personligt båret. 2024 var dermed et år, hvor vi kiggede specifikt på, hvordan det stærke, dokumentariske indhold fra hovedstadsområdet kunne produceres med blik for platformen TV 2 Play.

Vi ved, at præsentation og indpakning af programmerne har den største betydning for, om brugerne kan fanges af en umiddelbar interesse blandt alle de mange tilbud, der findes digitalt. Derfor arbejdede vi videre med udviklingen af gode thumbnails, skarpe programtitler og korte og præcise programbeskrivelser, så seerne præcist ved, hvilket indhold de bliver tilbudt.

Vi ved, at brugerne på TV 2 Play efterspørger indhold og elementer af en længere varighed, og vi lancerer derfor hovedsageligt serier og programmer med en varighed på mindst 15 minutter og gerne på op mod 20 minutters varighed.

I løbet af 2024 lancerede vi 15 serier på TV 2 Play, og hver af de 15 serier havde i gennemsnit flere end 90.000 fulde (97% afspilning af total varighed) afspilninger hos seerne. De 15 serier bestod samlet set af i alt 52 programmer, og vi opnåede 1.365.125 fulde visninger af programmerne, svarende til i alt 328.953 timers afspilninger.

Vi var i 2024 vidt omkring i vores serieunivers. Vi publicerede blandt andet disse serier:

- **Rekrutterne**

Med aktuel krog i nyt forlig om styrkelse af værnepligten fulgte vi Livgardens nye rekrutter på den barske Rextur. Dette for at vise, hvad det vil sige at være værnepligtig i Livgarden, og hvad formålet er med Rexturen.

- **Ny i Vestre Fængsel**

De danske fængsler mangler fængselsbetjente, og det har fået Vestre Fængsel til at åbne for at uddanne nye betjente inde i fængslet. Vi fulgte første hold på deres uddannelse i Vestre.

- **Den Vilde Plan bag Noma**

Det er nu 20 år siden, at Claus Meyer, René Redzepi og en række andre fra restaurationsbranchen satte sig for at lave et Nyt Nordisk Madmanifest. Det blev starten på den ny nordiske madsucces og ikke mindst verdens bedste restaurant, Noma. Vi ruller i serien historien ud og undersøger, hvorfor nordisk mad stadig er en stor international succeshistorie, der hvert år får foodies til at valfarte til Københavns restauranter.

- **Indbrud på bestilling**

Nordsjællandske kommuner har i årevis været hårdt plaget af indbrud. Men hvem står bag, hvad skal der til for at sikre sig, og hvordan fungerer hælermarkedet? Det undersøger vores kriminalreporter.

- **Togrejse for dummies**

Mange borgere i vores område søger efter alternative og mere klimavenlige rejseformer til fly. Derfor sendte vi vores Oplev-redaktion med toget fra Københavns Hovedbanegård for se, hvor langt de kunne nå på tre dage gennem Europa og ikke mindst give inspiration og tip til seerne.

- **Stuepigerne på Bella Sky**

Vi fulgte livet på det ikoniske københavnerhotel Bella Sky, hvor samtlige stuepiger har udenlandsk baggrund.

Vores seermæssige udviklingsrate på TV 2 Play i 2024 lå på 144% i forhold til 2023. Tallet er udtryk for, hvor mange afspillede sekunder, som hvert produceret sekund har udløst. For 2023 var tallet 8.730, for 2024 var tallet steget til 21.325

Desuden tilbydes vores nyhedsudsendelse 19:30 hver dag på TV 2 Play, og de ligger tilgængelige på platformen 14 dage tilbage. Her ses vores nyhedsudsendelse i snit ca. 200 gange hver aften året rundt.

3.4. Strategi samt mål og målbare succesparametre

Forpligtelsen:

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

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

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

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

1) Resultaterne af de opstillede mål og målbare succesparametre

2) Den kommende indsats ift. de opstillede mål og målbare succesparametre

REDEGØRELSE

Budgetmål 2024

Med vores transformation til TV 2 Kosmopol var det fra dag ét vores mål at fremtidssikre den regionale journalistik i Danmarks eneste metropol. Medieforbruget ændrer sig konstant, og vi tilpasser os løbende for at udfylde vores vigtige rolle som troværdigt medie, der understøtter en oplyst befolkning. Vi dækker samfundsudviklingen og den relevante samfundsdebat, der er nødvendig i et sundt demokrati.

TV 2 Kosmopols strategi er kort og bakkes op af vores reviderede budgetmål.

MISSION: TV 2 Kosmopol vil med kritisk, konstruktivt indhold og globalt udsyn understøtte og bidrage til sammenhængskraften i metropolen.

VISION: Vi giver metropolen en stemme.

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

BUDGETMÅL 2024

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

TV 2 Kosmopol vil give metropolen en stemme

Vi dækker hele vores område som et samlet område, der centrerer sig omkring hovedstaden. Vi har mange dagsordner på tværs af kommunegrænserne, og det er dem, vi vil fokusere på.

Vi vil fastholde at lave vores egen originale journalistik. Vi vil citeres 5000 gange om året af andre medier.

Målet er tæt på indfriet: Vi blev i 2024 citeret 4888 gange.

TV 2 Kosmopol vil dække emner, som kan mærkes, og som er særligt relevante for borgere i og omkring Danmarks eneste metropol.

Vi vil have mennesker i 50% af alle vores historier på TV og SoMe samt 30% i artikler – med undtagelse af Seneste Nyt.

Målet er indfriet: I fire tilfældige testuger havde vi mennesker (cases) i 60% af historierne på TV og SoMe.

Vi vil have mennesker i 30% af vores artikler – undtaget Seneste Nyt.

Målet blev indfriet: Vi lå i kontroluge på 40%

TV 2 Kosmopol vil kvalificere kendskabet til vores medie

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

Målet er delvist indfriet: Nordstat undersøgte løbende i 2024 det kvalificerede kendskab til TV 2 Kosmopol. Seneste måling fra november viste, at det uhyldne kendskab til TV 2 Kosmopol var på 20%, mens det hyldne kendskab (kender du, eller har du hørt om følgende medier) var på 67%. Til sammenligning lå tallet på 61% ved overgangen til Kosmopol men er stagneret siden november 2023, hvor det hyldne kendskab lå på 71%.

Samme måling viser, at TV 2 Kosmopol er det medie, respondenterne mener, er bedst til at dække hovedstaden. 24% pegede på TV 2 Kosmopol. Til sammenligning var tallet for DR P4 15% og Politiken 6%. Sidstnævnte lå med højeste % blandt private medier.

28% mente, at TV 2 Kosmopol "giver hovedstaden en stemme". Det tilsvarende tal målt for TV 2 Lorry i december 2022 lå på 22%.

Vi vil i 2025 fortsat arbejde med målet og ikke mindst i forbindelse med kommunalvalg 2025 øge det kvalificerede kendskabet til TV 2 Kosmopol.

Vi vil udkomme dagligt på TV, web, Facebook og Instagram.

Målet er tæt på indfriet: Med undtagelse af aflyste udsendelser og et enkelt teknisk sammenbrud udkom vi alle dage på TV.

Vi udkom hver dag på web og Facebook.

Vi udkom med få undtagelser alle dage på Instagram.

Vi vil udkomme ugentligt på YouTube og TikTok.

Målet er indfriet: Vi satte i løbet af året frekvensen af videoer ned på vores første-kanal, TV 2 Kosmopol, men det resulterede ikke i mindre trafik. Vi udgav 26 videoer på hovedkanalen med enkeltstående historier. Vi øgede antallet af visninger med 15% i forhold til året før (5,1 million visninger) og visningstiden steg med 32% i 2024.

Antallet af abonnenter på hovedkanalen steg med 11.600 brugere. Det er 16% flere brugere, end vi steg med i 2023.

Vi delte 26 videoer på anden-kanalen, Kosmopol Play, hvor vi publicerer afsnit fra vores serieunivers. De opnåede på anden-kanalen i alt 1,1 million visninger. Det er en stigning på 33% i forhold til 2023. Visningstiden steg med 67%, vi fik i løbet af året 2000 nye abonnenter på andenkanalen.

Vi fokuserede i 2024 vores indhold på TikTok, og det har virket. Vores visninger på TikTok steg i løbet af 2024 med 400% (10.168.000 visninger).

Interaktion blandt brugerne er steget: 48.000 delte i 2024 en video med andre på platformen. Vi fik 380.000 likes og 16.000 kommentarer.

Vi fik 8.000 abonnenter i 2024, det er en stigning på 160%.

Vi vil øge andelen af abonnenter på nyhedsbrevet med 50%.

Målet er ikke indfriet: Vi havde 7847 abonnenter af vores nyhedsbrev i slutningen af 2024. Vi formåede altså ikke at øge antallet af abonnenter med 50%. Vi fokuserede på at øge antallet af brugere på vores app, og så har vores nye CMS-system gjort, at vi måtte udskyde en relancering af nyhedsbrevet.

Vi vil fordoble downloads af vores nyhedsapp.

Målet er ikke indfriet: I 2024 skiftede vi platform og målemetode, så vi i dag kan følge daglige brugere af nyhedsappen fremfor årsgennemsnit. Det betyder, at vi ikke har et sammenligningsgrundlag.

Vi vil fordoble antallet af daglige brugere af vores nyhedsapp.

Målet er ikke indfriet: Af samme årsager som ovenstående havde vi ikke mulighed for at trække valide sammenligningsdata om antal af daglige brugere af nyhedsapp. Vi havde i 2024 i gennemsnit 6.043 daglige besøgende med et gennemsnit på daglige 60.592 visninger i app.

Vi noterede fremgang i andet halvår. En del af forklaringen kunne være, at vi på web og TV fra midten af december kørte en kampagne for vores nyhedsapp. Kampagnen har indtil videre formentlig også haft betydning for fortsat stigning i januar 2025.

Vi vil have flere brugere på tv2kosmopol.dk.

Målet er gennemsnitligt 125.000 dagligt.

Målet er ikke indfriet: Tv2kosmopol.dk er stadig præget af navneskiftet i begyndelsen af 2023, hvor vi tabte mange af de brugere, som kom ind via sociale medier. Men vi har fortsat vores fremgang siden skiftet.

I første halvdel af 2024 omlagde vi dertil workflow på web og fokuserede vores indhold, så det både favner de brugere, der vil opdateres jævnligt på nyheder og de, der forbruger færre nyheder, men som gerne vil læse om dilemmaer, debat, etik, moral og historier, de kan relatere til i dagligdagen.

Vi havde i 2024 ni dage med flere end 125.000 unikke brugere på sitet. Vi indfrieede dermed ikke målet, men vi ser klar fremgang. Tv2kosmopol.dk havde i gennemsnit i løbet af året 72.715 daglige unikke brugere. Det var en fremgang fra 2023 på 23,8%.

Vi vil løfte antallet af læste artikler pr. besøg.

Målet er indfriet: Vores læsere på tv2kosmopol.dk læste i gennemsnit 3,52 artikler pr besøg. Det var en stigning på 90% fra 2023.

	2022	2023	2024
Visninger/besøg	1,4	1,84	3,52
<i>Data er hentet fra Plausible og rækker på tværs af web og app.</i>			

Vi vil øge læsetiden på tv2kosmopol.dk.

Målet er indfriet: Tidsforbruget er et estimat udregnet ved sideskift, da Plausible ikke anvender ping. Der er dog ikke ændret på målemetoden fra år til år, og derfor kan data sammenlignes.

Læsetiden var i 2023 på gennemsnitligt 1,07 minutter. I 2024 var det tal steget til 1,45 minutter. En stigning på 26%.

Vi vil fastholde en share 32 på vores 19.30-udsendelse.

Målet er ikke indfriet: Den gennemsnitlige share for 2024 lå på 29%. Vi kender ikke forklaringen, men noget kan muligvis forklares med et år med mange sportsbegivenheder, som rykkede på udsendelser.

Vi har valgt at bevare målet om share 32 i 2025.

Vi vil som minimum fastholde niveauet fra 2023 på Instagram og Facebook.

Målet er delvist indfriet: Vi fik færre brugere ind via Facebook, men opnåede samtidig flere følgere og en lidt større rækkevidde på indholdet. Særligt vores videoer på Facebook var med til at opretholde rækkevidde.

Vi vil runde 35.000 abonnenter på vores YouTube-kanal, TV 2 Kosmopol.

Målet er indfriet: Vores hovedkanal, TV 2 Kosmopol, rundede 40.000 følgere i december 2024.

Mindst fem gange om ugen vil vi udgive historier med udsyn.

Målet er indfriet: I 2 tilfældige kontroluger udkom vi på vores platforme med henholdsvis 12 og 8 historier med udsyn. Det giver et meget godt billede af, at vores journalister ofte bringer information eller inspiration fra andre metropoler videre til vores seere og brugere.

Udsyn er særlig relevant i TV 2 Kosmopols dækningsområde, da vi som Danmarks eneste metropol ofte står med udfordringer, som ligner dem, man har i andre metropoler. Det kan være bandekonflikter, høje boligpriser, stor mangfoldighed eller presset infrastruktur.

I 2024 udkom vi blandt andet med en større afdækning af boligpriserne i København. På 10 år er priserne på lejligheder fordoblet. Det betyder, at mange af kommunens unge eller borgere med almindelige indkomster ikke har mulighed for at bosætte sig i byen. I forbindelse med afdækningen besøgte vi både Oslo og Amsterdam, som har forsøgt at løse samme problem med hvert sit tiltag.

Vi vil i løbet af 2024 udkomme med kulturprogrammet, Oplev, 40 gange og dertil mindst 40 andre historier, der dækker kultur i bredere forstand.

Målet er indfriet: Bortset fra ferieperioder besøgte vores Oplev-hold hver uge tre steder i regionen for at inspirere seere og borgere til at bruge regionens kulturelle oplevelser, natur og spisesteder. Vi udkom dertil med 39 historier med fokus på kultur i bredere forstand.

Vi vil ugentligt udkomme med nye afsnit af vores aktualitetsserier.

Målet er indfriet: Vi udkom med et nyt afsnit af en serie i alle uger. Serierne er tilgængelige på tv2kosmopol.dk, de sendes i TV 2's vindue på søndage, de sendes på vores egen kanal, de er tilgængelige på TV 2 Play, og udvalgte serier publiceres på vores anden-kanal på YouTube.

Vi fokuserede i 2024 på, at serierne blev lanceret sammen med artikler og videoer til SoMe med relateret indhold. Så vi på den måde kom længere rundt om et emne journalistisk og samtidig skabte ekstra opmærksomhed på vores serieindhold.

Vi vil i 2024 tilpasse organisationen, så den i højere grad understøtter ambitionerne om samarbejde.

Målet er indfriet: I begyndelsen af 2024 gennemførte vi en ny organisering og indførte nye funktioner og workflow, der skulle sikre større samarbejde og øge fokus på den digitale omstilling. Vi havde i forlængelse af forandringsprocessen haft særskilt fokus på trivsel på arbejdspladsen, og hvordan vi arbejder bedst sammen om opgaven på en kompleks arbejdsplads i en branche i konstant udvikling. Vi gennemførte i 2024 en større trivselsmåling fulgt op af anbefalinger til efterfølgelse og en seminar dag med fokus på øget trivsel. Vi tilbød og gennemførte stress-seminarer og har afholdt MUS-samtaler.

TV 2 Kosmopol skal i perioden udnytte ny teknologi til at forbedre adgangen til vores indhold for hørehæmmede, blinde og døve. Vi vil desuden digitalisere vores arkiv.

Målet er indfriet: Vi tester kontinuerligt automatisk AI-genereret undertekstning til tekst-TV, og vi undersøger muligheden for at sende undertekstning fra vores interne systemer til kommende videoplatform.

Vi fortsætter digitalisering af vores arkiv.

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

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

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

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

Vi vil fordoble antallet af besvarede spørgsmål fra vores inddragende brugerunivers, Spørg Os, og øge antallet af besøgende, som stemmer i vores afstemninger.

Målet er indfriet: Vi er oprigtigt nysgerrige på borgernes liv. Hvad går de op i? Hvad finder de relevant? Med vores Spørg Os-univers inddrager vi borgerne og lytter til deres undren. Vi udvalgte i 2024 hver uge tre spørgsmål indsendt af borgerne og lagde dem ud til afstemning blandt brugerne for derefter at lave journalistiske historier baseret på spørgsmålene.

Vi lykkedes med at besvare og udkomme med 80 svar på spørgsmål i 2024. Det er en fordobling fra 2023.

Spørg Os-artikler stod for 16% af de 50 mest læste artikler på tv2kosmopol.dk

Vi vil også i 2024 lave en diversitetsanalyse af vores indhold, som fremadrettet skal styrke en mangfoldig dækning af hele metropolen.

Målet er indfriet: Vi gennemførte i efteråret 2024 endnu en diversitetsanalyse. Den viste, at TV 2 Kosmopol er blevet bedre til at være mangfoldig i kildevalg på alle platforme – ikke mindst er der brugt flere kilder med ikke-vestlig baggrund siden 2023. På TV var der fremgang, på web-artikler var det næsten en fordobling. Og på Instagram og TikTok var repræsentationen af kildebaggrund tæt på tilsvarende den procentvise del af befolkningen med ikke-vestlig baggrund.

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:

Vores Oplev-univers, som er målrettet til at inspirere til at bruge kulturen i vores område, er blevet et stærkt brand.

Vi besøger både madsteder, kulturtilbud, aktiviteter og udendørsoplevelser. Vi har været forbi alt fra en udendørslabyrint i Gilleleje til hydrobiking i København. Vi har været på Selsø Slot og til Golden Days, Louisiana og DAC. På mikrobageri i Hillerød og Tinas pølser i Taastrup. Konceptet får generelt positiv feedback fra seere og brugere. På Instagram opnåede reels over 400.000 visninger. Oplev udkommer som længere format på TV, i artikler, udvalgte reels og ikke mindst i vores Oplev-app, som samler oplevelserne og giver brugerne mulighed for at tippe os om nye steder, vi skal besøge.

Udover vores inspirerende Oplev-univers producerede vores kulturelredaktion hver fredag i 2024 længere journalistisk bearbejdede TV-indslag og artikler. Her havde vi et bredt fokus på kultur og kiggede bl.a. på, hvordan et stigende antal unge har overtaget brune værtshuse i hovedstaden, hvordan byudviklingen kan presse kunstnere ud af byen, og vi besøgte en musikskole med både jødiske og muslimske elever i en konfliktfyldt tid. Her har der været plads til at dykke ned i kulturelle tendenser og problemstillinger, der er særlige for hovedstaden.

Vores kulturelle reporter har undersøgt baggrunden for filmfestivalen 'Don't fear the weird' med fokus på psykisk sygdom, vi har besøgt Irma på museum, vi har dækket udstillingen 'Wildlife Photographer of the year' med tidligere vinder Mogens Trolle, vi var med i Forum, da 40 år med dansk hip hop blev fejret, vi har portrætteret Danmarks mest streamede artist, Gilli, i forbindelse med hans koncert i en udsolgt KB-hal, vi har mødt kunstner Marco Evaristti 25 år efter, hans værk med fisk i blendere gik verden rundt,

Vi samler en stor del af vores kulturstof i vores Oplev-app, hvor man kan finde alle de oplevelser, udstillinger og aktiviteter, som vi har dækket gennem tiden. I appen kan man søge både ud fra geografi og genre.

3.6. Indkøb af programmer og samarbejde med producenter

Forpligtelsen:

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

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

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

Vejledning:

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

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

REDEGØRELSE:

På TV 2 Kosmopol producerer vi primært nyheder og aktualitet, men vi producerer også programmer i kategorien øvrige programmer, ligesom vi indkøber programmer i denne kategori og indgår i samarbejder med eksterne producenter om produktion og visning af eksternt indhold.

I januar 2024 inviterede vi eksterne producenter til at byde ind med ideer til indholdsproduktion. Indkomne pitches lander hos indholdschefen, kanalchefen og redaktøren for længere formater, og vi gennemgår alle forslag på et fælles pitchmøde. Ideerne sorteres og viderebearbejdes, og der kigges på muligheder for formatering og justering, inden der sættes et eventuelt møde op med producenterne.

Udbud, som vi selv laver, stammer fra konkrete, interne behov eller ønske om nytænkning inden for en given ramme. Her inviterer vi producenter, som vi forestiller os, vil være egnede. I vores invitation beskriver vi hvilken type indhold, vi primært ønsker ideer til.

Denne gang beskrev vi i invitationen vores overordnede strategi for TV 2 Kosmopol med fokus på diversitet, mangfoldighed og storbyliv. Den endelige økonomi for de produktioner, vi valgte at gå videre med, blev vurderet ud fra typen af indhold, antal producerede minutter, mængden af research samt ekstra indhold.

Programmer i 2024, der enten blev indkøbt eller produceret af eksterne samarbejdspartnere:

- **Arkitekternes hus – Halldor Gunnløgsson**
Programmet om arkitekt Halldor Gunnløgssons hus blev det 7. i vores serie om berømte danske arkitekter og deres egne huse.

Produceret af Peekaboo Productions i samarbejde med Realdania By og Byg.

- **Stuepigerne på Bella Sky**

På Bella Sky er housekeepingen udliciteret til The Ellen Group, der med Malene i spidsen forsøger at skabe begejstring og fællesskab blandt en gruppe medarbejdere, der varetager et arbejde, der traditionelt ligger lavt i anseelse.

Produceret af Early.

- **Stemmer i jazzen**

Dokumentar om tre tidligere modtagere af Ben Webster Prisen, der hvert år uddeles til en dansk jazzmusiker, som har gjort sig særskilt bemærket som komponist, som musiker og som en markant aktør i det danske jazzmiljø.

Produceret af Tiny House Film v/Morten Bo Larsen

- **Munch i Danmark – Kunsten og galskaben**

Den verdensberømte norske maler Edvard Munch var i sine unge år ramt af alkoholisme og psykiske sygdomme. I 1908 blev han indlagt på en nerveklíník på Frederiksberg, og her modtog han behandling i mere end et halvt år, før han var klar til at tage tilbage til Norge.

Produceret af Budowski Film v/Peter Bak

- **Klimakæmperne**

Det københavnske forskerpar Dorte Dahl-Jensen og Jørgen Peder Steffensen og den unge amerikanske klimastuderende Meg Harlan har ved deres iskerneforskning på indlandsisen gjort hele verden klogere på, hvordan tidligere tiders varmere klima har påvirket afsmeltning af indlandsisen.

Produceret af CFC v/Ulrik Gutkin

- **Indbrud på bestilling**

Store mængder af hælervarer bliver solgt i et lyssky parallelunivers og pumper penge ind i den kriminelle underverden. Hvad bliver der gjort i forsøget på at dæmme op for de kriminelle aktiviteter?

Produceret af GODT Media

- **Palmeolie i Orangutangernes land**

København ZOO indleder i 2010 et samarbejde med en palmeolie-plantage på Borneo om at omlægge deres produktion i en bæredygtig retning. Instruktør Dan Säll har fulgt arbejdet på den delvist danskejede plantage United Plantations.

Produceret af Copenhagen Film Company Kort & Godt

- **Atelierhusene**

Rækkehusene ved Utterslev Mose har været berømte siden opførelsen i 1943. De er

tegnet af Viggo Møller Jensen og fredet i 1990, og så er de forbeholdt udøvende billedkunstnere.

Produceret af KAD Productions

- **Produktprisen – Jagten på Danmarks bedste madvarer**

12 fødevareproducenter præsenterer deres produkter for et kompetent dommerpanel af dygtige kokke, sommelierer og fødevareeksperter. De smager og giver feedback til deltagerne, og til slut findes vindere i fire kategorier.

Produceret af Sol over Gudhjem ApS

- **Rysensteen til Uganda**

Elever fra Rysensteen Gymnasium i København har været på studietur til det afrikanske land Uganda. Et land, der er præget af både klimaforandringer og store udfordringer med ligestilling.

Produceret af Grunnet Film

- **DM i roning på Bagsværd Sø**

Både nybegyndere, talenter, elite- og masters-roere dyster denne dag om medaljer i hver deres klasse. Og så dykker vi ned i ro-fællesskabet og hører, hvordan en kræftsyg kvinde bruger rosporten til at slippe tanker om sygdom.

Produceret af c4content

- **De unge arkitekter**

Byggeriet står for en af de helt store klimabelastninger, og mange yngre arkitekter i vores sendeområde har valgt at tage udfordringen op og gå forrest i udviklingen af bæredygtige materialer og konstruktioner.

Produceret af Svada Film

- **RUC undersøger**

Undersøgende journalistik produceret af journaliststuderende på Roskilde Universitet.

Produceret af Roskilde Universitet

- **Søndagsræs**

Reportage fra dansk motorsport med rally og motocross.

Produceret af Race Media

- **KVINFO's Internationale Kampdag**

Transmission af KVINFO's show på Vega i København med musik, taler og debat.

Produceret af Patrick Damsted

- **Møder i Hovedstadsregionen**

Transmission fra de månedlige møder i Region Hovedstaden.

Produceret af Region Hovedstaden/Center for Politik og Kommunikation

I 2024 inviterede vi de eksterne producenter til pitch og fik flere end 70 ideer på bordet. Heraf besluttede vi at arbejde videre med de tre bedste. Et af de tre projekter krævede ekstraordinært grundig og langvarig bearbejdelse, både i videreudvikling af ideen og ikke mindst med opgaven i at finde de rette cases. I efteråret 2024 måtte vi desværre konstatere, at projektet ikke kunne gennemføres, og det lykkedes os ikke at sætte gang i en ny ekstern produktion, som kunne nå at komme på sendefladen inden årsskiftet. Dette var en medvirkende årsag til, at vores volumen af eksternt indhold blev mindre end forventet.

I 2024 var vores samlede antal sendetimer af øvrige programmer på vores egen kanal 1.858 timer, og heraf blev de 444 timer produceret af eksterne producenter. Andelen udgjorde hermed 24%, hvormed forpligtelsen til så vidt muligt at have en udlægning på mindst 33% ikke helt er opfyldt.

2025 er kommunalt valgår og et år, der for os adskiller sig fra normalen. En andel af vores budget til eksterne produktioner har vi besluttet at dedikere til intern produktion med dækning af kommunalvalget i november 2025. Dermed er vores muligheder for at sætte eksterne produktioner i gang reduceret, og vi forventer derfor, at udlægningsprocenten også for 2025 vil lande en smule under de 33%.

I 2026 vil vi være tilbage med vores sædvanlige budget for eksterne produktioner og igen være i stand til at opfylde bestemmelserne fuldt ud på området.

3.7 Samarbejdet med de øvrige regionale TV2-virksomheder

Forpligtelsen:

REGIONEN skal samarbejde med tilstødende regionale TV2-virksomheder om at dække de grænseområder, der er etableret med kommunalreformen og folketingsvalgkredsinddelingen den 1. januar 2007. Samarbejdet kan bestå i udveksling af indslag, oplysninger mv., der ud fra en helhedsbetragtning er relevante at udsende i det pågældende dækningsområde.

Vejledning:

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

REDEGØRELSE

TV 2 Regionerne har gennem alle årene haft et tæt og nært samarbejde om alt, der giver

synergi, effektivisering og værdiskabelse til at forbedre drift, administration, udvikling og indholdsproduktion.

Samarbejdet omfatter alt fra fælles administrative systemer, efteruddannelse, kurser, advokat, GDPR, grafik, Christiansborg-redaktion, digitale systemer og udvikling (FROP – Fælles Regionalt Online Projekt), analyser, nyheds-app, nyhedssystemer og indholdsproduktioner til både TV-nyheder, kanal og digitale platforme. Blot for at nævne nogle af de mere end 50 samarbejder, der er kommet til – særligt i løbet af de senere år.

Dertil har vi i TV 2 Regionerne stor gavn af en tæt og faglig vidensdeling på tværs af regionerne, hvor vi trækker på hinandens fagpersoner indenfor f.eks. projektledelse og it-teknik.

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

Dertil samarbejdede TV 2 Kosmopol med de øvrige regionale stationer gennem 2024 om en udveksling af programmer, som hver region så som relevant indhold for egen region. Vores tekniske opsætning gør det nemt at dele produktioner med hinanden, og vi gør jævnligt brug af aktivt at tilbyde og anbefale de øvrige regioner materiale, som vi mener, kan være interessant også uden for vores eget sendeområde.

I 2024 producerede TV 2 Kosmopol disse programmer, som senere blev vist på andre regioners flow kanal:

- KVINFOs fejring af Kvindernes internationale kampdag
- De unge arkitekter
- Palmeolie i Orangutangernes land
- Stemmer i jazzen
- Akutmodtagelsen
- Rekrutterne

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

- F_ck kønsroller
- Rising Star
- Smart Parat Svar
- Sol over Gudhjem
- Maries madvogn
- Mit fantastiske jobskifte

- Drømmehjem
- Vild med Sjælegård

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

Regionalt indhold på TV 2 PLAY

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

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

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

Siden 2017 har der været en aftale om udgivelse af regionale programmer på TV 2 PLAY. Denne aftale omfatter vinduerne på TV 2's hovedkanal. Det sker for at sikre, at TV 2 Regionerne også har regionale vinduer i streaminguniverset.

I foråret 2022 blev samarbejdet udvidet til også at omfatte udvalgte programmer fra TV 2 Regionernes 24 timers kanaler.

TV 2 Regionerne udvælger hvilke regionale programmer, der kan gøres tilgængelige på TV 2 PLAY og udvælger kun programmer, de har rettighederne til at videreoverdrage. TV 2 har en rådgivende funktion med regionerne i forhold til indhold, regionerne overvejer at publicere på TV 2 Play. De regionale programmer integreres i programudbuddet på TV 2 PLAY på samme måde som andet indhold, som TV 2 erhverver licens til fra danske og udenlandske programleverandører.

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

TV 2 Kosmopol har dertil fortsat et godt og tillidsfuldt samarbejde med SVT i Malmø. Vores svenske kolleger følger meget med i, hvad vi udkommer med og i vores udvikling generelt, da vi har fælles interesse i områderne på hver side af Øresund.

3.8. Beskyttelse af børn

Forpligtelsen:

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

REDEGØRELSE

Hver dag inviterer vi hele familien – inkl. børn – til at følge med på alle vores platforme. Det er vi meget bevidste om. Vores udsendelser kl. 17.14 og 18.20 samt 19.30 ligger på tidspunkter, hvor der kan være børn, der ser med. Det giver os et særligt ansvar. Det betyder ikke, at der er nyheder, vi ikke fortæller, men det betyder, at vi er meget bevidste om at advare, hvis der på TV kommer en nyhed med voldsomme eller skræmmende billeder.

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

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

Den overvejende del af vores produktion var i 2024 nyheder og aktualitet, som ikke var underlagt kravene til aldersmærkning. Den resterende del af produktionen hørte til i kategorien øvrige programmer, og her vurderede vi fra program til program, hvorvidt der var grund til at aldersmærke indholdet. Dette gjaldt både indhold til flow-TV og indhold, som vi tilbyder på vores digitale platforme.

Følgende programmer er mærket med aldersadvarsel i programtekst og på skærmen de første 5 minutter af programmet:

- **Bandeekstremisme (Tilladt for 15+)**
- **I krig for Ukraine (Tilladt for 15+)**
- **Terrorangrebene i København (Tilladt for 15+)**
- **Strømpistoler til politiet (Tilladt for 15+)**
- **Derfor kan du lovligt købe kunstig hash (Tilladt for 15+)**
- **Soldat i fremmedlegionen (Tilladt for 15+)**
- **Kerim var håndlanger for kriminelle (Tilladt for 15+)**
- **Et vildt smuthul (Tilladt for 15+)**
- **Danmarkshistoriens største røveri (Tilladt for 11+)**
- **Frit lejde-aktion (Tilladt for 15+)**

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

3.9. Betjening af handicappede

Forpligtelsen:

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

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

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

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

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

REDEGØRELSE

TV 2 Kosmopols forpligtelse overfor handicappede seere – her især hørehæmmede – blev i 2024 opfyldt gennem tale-til-tekst-projektet. På alle aftener, 7 dage om ugen, blev vores 19.30-udsendelse sendt simultant og teksten på vores 24-timers kanal og TV 2, når de blev spejlet.

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

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

Vi er løbende opmærksomme på, om vores grafik og design også fungerer optimalt for svagtseende på både tv og digitalt. Vi gav gennem hele 2024 svagtseende mulighed for at få oplæst vores artikler på hjemmesiden.

Alle videoer udgivet på Facebook og YouTube i 2024 er tekstet for hørehæmmede.

3.10. Dansk sprog

Forpligtelsen:

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

REDEGØRELSE

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

Sprog i TV-indslag er kendetegnet ved at være talesprog. Sætningerne er korte, og der er flere punktummer. Til tider siger man sætninger, der i klassisk forstand ikke er grammatisk korrekte. Men på tv2kosmopol.dk og på de sociale medier har vi som ambition, at sproget skal være godt, levende og grammatisk korrekt.

For at fange fejl bliver alle artikler korrekturlæst af en jourhavende. Vi tilstræber at ramme den rette balance i at være sprogligt korrekte og tale en moderne udgave af det danske sprog. Når brugere gør os opmærksomme på fejl, retter vi dem.

Mange forskellige dialekter er med til at karakterisere borgerne i TV 2 Kosmopols sendeområde. Det høres ofte tydeligt, om en borger er fra f.eks Rungsted, Brøndby eller Frederikssund, og det høres måske ovenikøbet, hvilken aldersgruppe en borger tilhører. Vi laver indslag fra alle hjørner af TV 2 Kosmopols område med alle aldersgrupper og hilser dermed alle de forskellige dialekter velkommen. På den måde bidrager vi både til bevarelsen og fornyelsen af dialekterne, da sproget kontinuerligt udvikler sig i vores sendeområde.

Vi lavede i 2024 ikke særskilt indhold om dialekter i vores programvirksomhed. Vi giver plads til alle de dialekter, vi møder i dagligdagen hos vores kilder og hos vores medarbejdere, som bliver trænet i at tale tydeligt men også opfordres til at holde fast i en eventuel dialekt.

3.11. Europæiske programmer

Forpligtelsen:

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

Vejledning:

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

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

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

REDEGØRELSE

I 2024 var vores samlede sendetid af programmer, der ikke var nyheder, sportsbegivenheder, konkurrencer eller tekst-tv, i alt 2.127 timer. Af de 2.127 timer blev 304 timer produceret af producenter, der er uafhængige af TV-foretagender. Alle disse programmer var europæiske programmer. Andelen udgjorde hermed 14%, hvormed forpligtelsen til en udlægning af mindst 10% af ovennævnte produktion til producenter, der er uafhængige af TV-foretagender, blev opfyldt.

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

4. Dialog med befolkningen

Forpligtelsen:

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

REDEGØRELSE

Vi fortsatte i 2024 vores gode dialog med befolkningen gennem Tip Os og ikke mindst vores brugerinddragende univers, Spørg Os. Igennem dialogen får vi en forståelse for, hvad der er relevant for dem.

Vi har en redaktionspostkasse, redaktion@tv2kosmopol.dk. Her får vi dagligt mellem 300 og 500 henvendelser. Flest fra foreninger, kommuner, kulturinstitutioner og andre, som vil i kontakt med os. Men også fra borgere, der gør os opmærksomme på udfordringer i deres liv, som vi kan sætte fokus på. TV 2 Kosmopol tager befolkningens spørgsmål til sig selv alvorligt.

Vi fastholder og udvikler vores Spørg Os-univers, hvor borgerne har en åben forbindelse ind til os, og vi laver journalistik på deres viden, undren og situation.

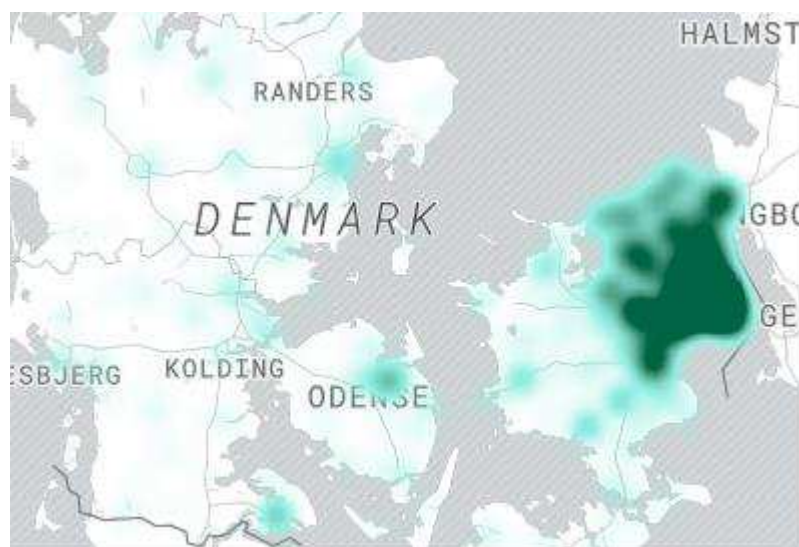
Spørgsmålene giver os en god pejling af, hvad der rører sig i befolkningen. Det er tydeligt, at klimadagsordenen og bæredygtig fremtid er på dagsordenen.

Vi fordoblede antallet af undersøgelser på skrift og video af befolkningens undren gennem Spørg Os fra 40 i 2023 til 80 i 2024. Dertil var der 459 personlige svar på deres spørgsmål.

Undersøgelserne af befolkningens spørgsmål til sig selv udgjorde 16% af de 50 mest læste artikler i 2024. 8 ud af de 80 undersøgelser blev 'mest læst i 2024'. Det er et kraftigt signal om relevans for målgruppen.

Vi fik 1.984 spørgsmål gennem Spørg Os-boksene i 2024. Befolkningen stemte 63.118 gange på ugens tre udvalgte spørgsmål. Spørg Os er blevet et kendt brand i sendeområdet i alle aldersgrupper. Unge fremhævede i 2024, at de mødte TV 2 Kosmopol gennem Spørg Os og vores kanaler på TikTok, Instagram og YouTube.

Vi får spørgsmål fra hele sendeområdet fra Helsingør til Stevn, som dette heatmap viser:



Repræsentantskabet

Vedtægterne for TV 2 Kosmopols repræsentantskab blev ændret i 2024 med bl.a. en øgning af antal medlemmer. Repræsentantskabet består af medlemmer fra en lang række organisationer, lytter- og seerorganisationer, 1 kommunal repræsentant fra hver af de 34 kommuner, der er i dækningsområdet samt op til 10 enkeltpersoner udpeget af bestyrelsen - i alt er der plads til 96 medlemmer. Alle pladser er dog ikke udfyldte. Der bliver afholdt to møder årligt.

Møderne har altid nogle faste dagsordenpunkter, bl.a. orientering fra bestyrelsen og direktøren samt en programdebat. Medlemmerne modtager altid en skriftlig orientering

inden møderne. Programdebatterne er præget af drøftelser om stationens tilstand, målsætning, placering i det mediepolitiske billede samt kvaliteten af programmerne.

På aprilmødet i 2024 var der udover de faste punkter en introduktion til husets dækning af kommunalvalget 2025, hvorefter repræsentantskabet arbejdede i grupper og efterfølgende kom med input og ideer til den redaktionelle ledelse til den kommende dækning.

Vi arbejder løbende med at forny repræsentantskabets opbygning og funktion i relation til, hvad folkelighed betyder i et digitaliseret samfund, og at dette i 2025 danner basis for repræsentantskabets løbende arbejde. Vi anser folkeligheden for at være vores styrke, og det vil vi gerne tage alvorligt ved at udvikle repræsentantskabet, så det bliver folkeligt med præmisser, der tager udgangspunkt i det moderne samfund, vi skal reflektere. Vi startede formelt dette arbejde i 2024.

Udover valg til bestyrelsen handlede oktobermødet om de vedtagne vedtægtsændringer for repræsentantskabet, og der var gruppearbejde om udvikling af repræsentantskabet: Hvad kan det enkelte medlem gøre for at være med til at styrke og udvikle repræsentantskabet og hvad kan det enkelte medlem få ud af sit medlemskab? Resultatet ville der blive arbejdet videre med i nogle frivillige arbejdsgrupper, som skulle mødes inden næste møde i 2025.

Rundvisninger

TV 2 Kosmopol har åbent for rundvisninger af grupper af op til 25 personer ad gangen. I 2024 havde vi i gennemsnit en rundvisning om måneden. Vi er altid interesserede i vores gæsters inputs og meninger.

Folkeskoleelever

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

5. Tilgængeliggørelse af public service-indhold

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

5.1. TV

5.1.1. Den regionale tv-kanal

Forpligtelsen:

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

REDEGØRELSE

TV 2 Kosmopols egen TV-kanal var i luften døgnet rundt fra den 1. januar til og med den 31. december 2024 kl. 24 med en total on-air tid på 8.784 timer. Disse timer bestod af udsendelsesvirksomhed inkl. spots og skilte på i alt 3.342 timer og en passiv udsendelsesdel med visning af aktuelle nyhedsartikler – også kaldet off broadcast-virksomhed, som udgjorde 5.438 timer.

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

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

Programplanen har sin primære sendetid mellem kl. 17 og kl. 24 alle ugens dage, og hver dag lægger vi indhold her, som blandt andet består af magasiner og serier, som er produceret til nyhedsudsendelsen kl. 19:30, og som trækkes ud, formateres og lægges særskilt i sendefladen på kanalen. Herudover genererer vi indhold til kanalen gennem forskellige samarbejder med partnere, institutioner og enkeltpersoner. Desuden køber vi indhold fra eksterne producenter, der byder ind med pitch til programmer.

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

Den samlede udsendelsesvirksomhed i timer var 3.159. Heraf var de 455 førstegangsudsendelser og de 2.704 genudsendelser.

	Samlet Udsendelsesvirksomhed	Heraf førstegangs-Udsendelser	Heraf Genudsendelser
2023	3.157	494	2.663
2024	3.159	455	2.704

Det samlede antal førstegangsudsendelser udgjorde 455 timer, og heraf var 197 nyheder, 38 aktualitet og 219 øvrige programmer.

Den planlagte egenproduktion udgjorde 2.523 timer, hvoraf 817 timer var nyheder, 419 aktualitet og 1.287 øvrige programmer.

	Planlagt Egenproduktion	Heraf Nyheder	Heraf Aktualitet	Heraf øvrige programmer
2023	2.499	916	484	1.099
2024	2.523	817	419	1.287

Vi har siden skiftet til ny måling af seertal for hele branchen ikke haft mulighed for at få leveret seertal på Kosmopol-kanalen. Vi har i vores kvartalsanalyser derfor spurgt ind til, hvor mange der møder os via vores egen kanal, og her holder antallet sig meget stabilt på samme niveau som dengang, vi fik seertal. 32% af vores brugere siger, at de møder os på den regionale TV-kanal.

5.1.2. "Vinduer" i TV 2-sendefloden

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.ⁱ

Vejledning:

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

REDEGØRELSE

I "vinduerne" på TV 2's hovedkanal udsendte TV 2 Kosmopol i 2024 197 timers fjernsyn. Alle udsendelser var nyhedsprogrammer fratrasket coming up i 19-nyhederne og reklamer fra TV 2.

Alle nyhedsudsendelser fra TV 2 blev spejlet på TV 2 Kosmopols egen kanal, hvor der i 2024 var 8.784 mulige sendetimer til rådighed. Vores egen kanal var i 2024 on-air i 3.159 timer med programmer – fratrasket spots, trailere og programskilte.

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

Ligeledes er kravet om, at 50% af sendetiden, der ikke er nyheder, sport, konkurrencer og tekst-TV, skal være europæiske programmer, opfyldt i TV 2-vinduerne, da der ikke blev sendt

andet end nyheds- og aktualitetsprogrammer her, og samtlige af disse må via 100% egenproduktion anses for europæiske.

Sendetimer i TV 2-vinduerne:

Sendetidspunkt	Programtitel	Udsendelsestimer 2024	Heraf Genudsendelsestimer	Udsendelsestimer 2023
17:18 (man-fre)	Regional nyhedsoversigt	11	0	12
18:20 (man-søn)	Regional nyhedsoversigt	23	0	24
19:30 (man-søn)	Regionale nyheder	128	0	133
22:00 (man-tors)	Regionale nyheder	35	0	37
Sendetider på TV2, uden reklamer		197	0	206

5.1.3. Internetbaserede tjenester

Forpligtelsen:

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

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

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

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

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

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

REDEGØRELSE

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

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

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

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

Vi har ingen anden virksomhed på digitale platforme.

Det fællesregionale samarbejde digitalt

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

5.2. Arkiver

Forpligtelsen:

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

REGIONEN skal af 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 REGIONEN programarkiver tilgængelige for befolkningen og forskermiljøerne.

REDEGØRELSE

Bevarelse af programarkiver

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

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

I løbet af 2024 sikkerhedskopierede vi løbende det digitaliserede materiale til vores backup-system, der står i et datacenter i Ballerup. Ved at have en kopi af vores arkiv på en anden fysisk lokation, er vi bedre sikret i forbindelse med katastrofer, hvor vores normale sikring ikke er tilstrækkelig. Samme system yder også udvidet beskyttelse af vores arkivmateriale mod ransomware.

Tilgængelighed af programarkiverne for befolkning og forskermiljø

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

6. Finansiering

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

t.dkr.	2020	2021	2022	2023	2024
Licensmidler	62.788	42.388	-	-	-
Finanslovsmidler	4.400	25.679	68.038	71.775	75.725
I alt	67.188	68.067	68.038	71.775	75.725

Siden 2022 har tilskuddet været 100% finanslovsfinansieret.

6.1. Hoved- og nøgletal

Vejledning:

Her indsættes seneste regnskabs hoved- og nøgletal.

REGNSKABET 2024 I HOVED- OG NØGLETAL					
Set over en 5 – årig periode kan virksomhedens udvikling beskrives ved følgende					
Beløb i kr. 1.000	2024	2023	2022	2021	2020
Resultatopgørelse:					
Nettoomsætning	82.300	77.102	73.067	78.882	74.671
Bruttoresultat	22.429	20.007	12.891	14.973	19.329
Resultat af ordinær drift	4.712	-2.072	-2.627	-281	5.242
Resultat af finansielle poster	-837	-707	-463	-219	-233
Årets resultat	3.875	-2.779	-3.090	-4.638	1.627
Balance:					
Balancesum, ultimo	41.967	43.221	47.296	41.474	45.268
Egenkapital, ultimo	12.424	8.549	11.328	14.418	19.056
Antal fuldtidsbeskæftigede	96	92	93	98	92
Nøgletal i %:					
Soliditetsgrad	30	20	24	35	42
Soliditetsgrad	Egenkapital ultimo x 100 Passiver i alt, ultimo				

Morten Kjær Petersen, direktør

Mads Kæmsgaard Eberholst, bestyrelsesformand

PENNEO

Underskrifterne i dette dokument er juridisk bindende. Dokumentet er underskrevet via Penneo™ sikker digital underskrift. Underskrivernes identiteter er blevet registreret, og informationerne er listet herunder.

“Med min underskrift bekræfter jeg indholdet og alle datoer i dette dokument.”

Mads Kæmsgaard Eberholst

Bestyrelsesformand

Serienummer: 2c1fbf8f-5fdc-4953-9431-dc57de5f610d

IP: 130.226.xxx.xxx

2025-04-25 06:32:44 UTC



Morten Kjær Petersen

Direktør

På vegne af: TV 2 Kosmopol S/I

Serienummer: ffb8bb49-eb63-468a-b787-076580411257

IP: 87.49.xxx.xxx

2025-04-25 06:43:26 UTC



Dette dokument er underskrevet digitalt via **Penneo.com**. De underskrevne data er valideret vha. den matematiske hashværdi af det originale dokument. Alle kryptografiske beviser er indlejret i denne PDF for validering i fremtiden.

Dette dokument er forseglet med et kvalificeret elektronisk segl med brug af certifikat og tidsstempel fra en kvalificeret tillidstjenesteudbyder.

Sådan kan du verificere, at dokumentet er originalt

Når du åbner dokumentet i Adobe Reader, kan du se, at det er certificeret af **Penneo A/S**. Dette beviser, at indholdet af dokumentet er uændret siden underskriftstidspunktet. Bevis for de individuelle underskrivers digitale underskrifter er vedhæftet dokumentet.

Du kan verificere de kryptografiske beviser vha. Penneos validator, <https://penneo.com/validator>, eller andre valideringstjenester for digitale underskrifter.