

**Public service-redegørelse**

**2024**

# Generel information

Det strategiske hovedfokus i 2024 har for TV 2 Fyn været digital omstilling.

Den strukturelle udvikling på flow-tv gør, at TV 2 Danmark A/S forventer et årligt fald i penetration på deres hovedkanal på op mod fem procent. TV 2 Fyn skal altså regne med, at der hvert år er omkring fem procent færre fynboer, der kan se mediehusets nyhedsudsendelser på TV 2's hovedkanal. Årsagen er, at danskerne i stigende grad dropper kabel-tv-pakkerne og ikke i tilsvarende omfang køber sig adgang til TV 2 Danmarks livekanaler på TV 2 Play.

Skal TV 2 Fyn fortsat være facilitator af den demokratiske samtale på Fyn, skal det, der indadtil tabes, udadtil vindes. Eller sagt på en anden måde skal frafaldet på flow-tv opvejes (og gerne mere end det) ved, at TV 2 Fyn når flere fynboer på digitale platforme.

Det er en udfordrende øvelse, da organisationen på én og samme tid skal blæse og have mel i munden.

TV 2 Fyns 19.30-udsendelse nåede således i 2024 i gennemsnit 49.000 fynboer hver aften. I 2023 var tallet 52.000. Altså et fald på 5,77 procent, hvilket svarer meget fint til førnævnte strukturelle udvikling. 19.30-udsendelsen nåede i gennemsnit i 2024 ugentligt 169.000 seere, hvilket svarer til 35 procent af *alle* fynboer. Dertil kommer den kontaktfade 17.14-, 18.20- og 22-00-udsendelserne har haft. Samlet set når TV 2 Fyns nyhedsudsendelser på den måde i gennemsnit 205.000 fynboer om ugen i 2024 – eller godt 40 procent af alle fynboer.

TV har med andre ord fortsat en meget stor public service-berettigelse og skal derfor fortsat prioriteres og udvikles. Men samtidig skal TV 2 Fyn formå at udvikle de digitale platforme og indholdet til disse – vel og mærke uden, at TV 2 Fyns finansiering ændrer sig. Organisationens skal altså lykkes med at få væsentligt mere public service ud af de samme midler.

Det har TV 2 Fyn opnået i 2024. Fire satsninger er i den sammenhæng værd at fremhæve, da de har været særligt understøttende for den positive udvikling:

1. Implementeringen af et nyt CMS-system. CMS-systemet er det system, der styrer nyhedssitet og nyhedsappen. Det sætter rammerne for, hvilke funktionaliteter førnævnte digitale platforme kan tilbyde brugerne. Det nye system har på den måde åbnet op for en række nye og mere tidssvarende funktionaliteter samt gjort journalisternes arbejde væsentligt lettere.
2. Banebrydende nyt re-design af nyhedssitet og nyhedsappen. TV 2 Fyn gik fra et traditionelt nyhedssite til et nyt design, hvor alle historier integreres i ét stort nyhedsfeed. Designet sigter efter at øge antallet af loyale brugere.
3. Øget produktion ind mod de digitale platforme. Integrationen af den traditionelle TV-nyhedsindsamling over mod de digitale platforme blev øget. Ligesom TV 2 Fyns forproducerende redaktioners digitale aftryk blev øget.
4. Etablering af en redaktion med fokus på dagligt at udkomme på sociale medier. Indsatsen har givet mere volumen i indhold til TV 2 Fyns sociale medieplatforme samt højere kvalitet.

Ovenstående indsatser har alle bidraget til, at TV 2 Fyn i 2024 oplevede en markant vækst på mediehusets digitale platforme. Vigtigste tal at fremhæve er i den sammenhæng:

- Antallet af daglige unikke besøgende steg i 2024 med 54 procent sammenlignet med 2023. Der var således i 2024 i gennemsnit 69.581 forbi TV 2 Fyns nyhedssite og app hver dag.
- Det samlede antal besøg på nyhedssitet og app steg i 2024 med 61 procent sammenlignet med 2023. Det daglige gennemsnit af besøg endte dermed på 84.930.
- Antallet af sidevisninger steg med 151 procent i 2024 sammenlignet med 2023. I gennemsnit havde TV 2 Fyn således 303.699 sidevisninger hver dag i 2024. Dertil kommer de artikler, TV 2 Fyn fik publiceret på tv2.dk som en del af samarbejdet de to mediehuse i mellem. Her steg antallet med 72 procent, og TV 2 Fyn fik den vej igennem 68.272 daglige sidevisninger i gennemsnit i 2024.
- Visningerne på TV 2 Fyns sociale medieprofiler eksploderede i 2024. På Instagram blev antallet af visningerne femdoblet i 2024 sammenlignet med 2023. På TikTok steg visningerne med faktor fireenhalv. Og på Facebook havde TV 2 Fyn 80 procent flere videoafspilninger i 2024 end i 2023. I alt opnåede TV 2 Fyn på disse tre platforme over 51 millioner visninger i 2024, hvilket svarer til 140.660 visninger i gennemsnit alle årets dage.

Det korte af det lange er, at den digitale transformation af TV 2 Fyn er i fuld gang. Det er afgørende. Ikke for TV 2 Fyns skyld, men fordi TV 2 Fyn kun lykkes med sin samfundsopgave, hvis vi er i stand til at blive ved med at nå fynboerne med vores kvalitets public service-indhold.

Bundlinjen er derfor også, at TV 2 Fyn står stærkt i fynboernes bevidsthed. Kantar Media lavede i december 2024 en måling for TV 2-regionerne. Her blev 648 fynboer spurgt til deres relation til TV 2 Fyn.

- 90 procent svarede, at de kender TV 2 Fyn.
- 57 procent har TV 2 Fyn som deres primære regionale medie. Fyens Stiftstidende kommer ind som nummer to med 42 procent og P4 Fyn på en tredjeplads med 28 procent.
- 26 procent af de adspurgte svarer, at de dagligt benytter sig af TV 2 Fyns platforme. 66 procent på ugentlig basis. Og 76 procent er forbi TV 2 Fyns platforme i løbet af en måned.

At alt det ovennævnte er opnået i et år, hvor stillingerne som både direktør og chefredaktør har stået åbne i et halvt år, gør kun resultaterne desto mere tilfredsstillende.

## 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.

TV 2 Fyn er sat i verden for at lave public service-indhold til og fra *alle* fynboer, og det gennemsyrrer mediehuselets udkomme. Underordnet hvilken platform, TV 2 Fyn udkommer på, er det således altid de klassiske public service-idealer, der er i højsædet.

TV 2 Fyn er på den måde et stykke demokratiske infrastruktur, der har til formål at facilitere den demokratiske samtale. Og med demokrati forstås den Hal Koch'ske forståelse af begrebet. Det er en

livsform, og gennemsyrrer alle hjørner af vores samfund, om det så er vores personlige relationer, daginstitutionen, arbejdspladsen, uddannelsessektoren, kulturlivet eller foreningslivet. TV 2 Fyn har som ambition at dække det hele.

Det langt overvejende hovedfokus i TV 2 Fyns udkomme er derfor også nyheds- og aktualitetsindhold. I naturlig forlængelse af dette er samfundsforhold af forskellig karakter det naturlige omdrejningspunkt for de historier, TV 2 Fyn vælger at dække.

Indhold som fritid, hobby og livsstil er således stort set ikke eksisterende på TV 2 Fyns platforme, hvis ikke det vurderes at have samfundsrelevans.

## 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.

TV 2 Fyn skal være noget for *alle* fynboer.

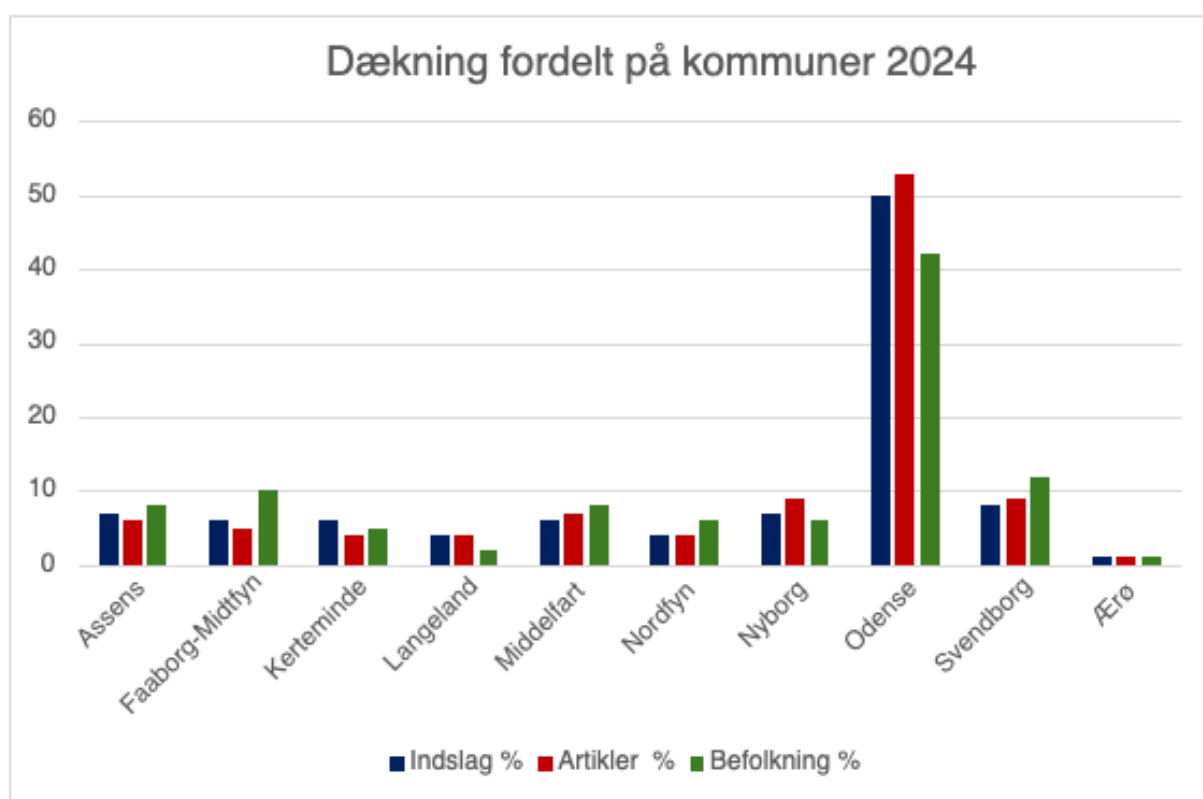
Skal det lykkes, skal TV 2 Fyn som mediehus være *relevant* for alle fynboer.

Det bliver TV 2 Fyn kun, hvis mediehuset leverer indhold, der afspejler den forskellighed, der er i fynboernes liv. Det kræver en geografisk spredning i, hvor indholdet tager sit afsæt – og det kræver et fokus på de socioøkonomiske og demografiske forskelle, der er i samfundet.

Den geografiske balance er derudover et vigtig parameter for TV 2 Fyn alene af den årsag, at der er ti byråd, et regionsråd og 16 folketingspolitikere, der skal dækkes, så fynboerne er i stand til oplyst at sætte deres kryds på valgdagen.

I nedenstående opgørelse ses det, hvordan TV 2 Fyn i 2024 har dækket alle ti fynske kommuner bredt og balanceret, og hvordan dækningen matcher de enkelte kommuners størrelse målt på antal indbyggere:

| Kommuner        | Artikler | Indslag | Befolkning (wiki) |
|-----------------|----------|---------|-------------------|
| Assens          | 381      | 158     | 40469             |
| Faaborg-Midtfyn | 314      | 143     | 52284             |
| Kerteminde      | 243      | 125     | 23949             |
| Langeland       | 240      | 100     | 11973             |
| Middelfart      | 462      | 127     | 40318             |
| Nordfyn         | 248      | 92      | 29342             |
| Nyborg          | 582      | 165     | 32329             |
| Odense          | 3.549    | 1.127   | 210803            |
| Svendborg       | 609      | 184     | 60001             |
| Ærø             | 100      | 22      | 5881              |
| Fyn             | 4016     | 545     |                   |
| Alle artikler   | 10670    |         |                   |



Det er vigtigt i denne sammenhæng at understrege, at det ikke er et mål i sig selv for TV 2 Fyn at have præcis det antal artikler og indslag, der svarer til en kommunes størrelse. Journalistikken strømmer derhen, hvor de vigtigste historier er, og nogle år kan det retfærdiggøre, at der har været flere historier fra en kommune, end hvad indbyggertallet umiddelbart retfærdiggør – og omvendt. På den måde kan

den "rigtige" journalistiske dækning ikke gøres op i absolutte tal, men det er klart, at der skal være en balance, hvilket ovenstående stående tal også fint afspejler, at der er.

Ud over de rå tal kan en række mere event-baserede indsatser nævnes fra 2024:

- Kongeparrets besøg i Assens og på Ærø fik stor opmærksomhed på TV 2 Fyns platforme med intensiv dækning på alle platforme gennem flere dage.
- TV 2 Fyn lavede sammen med TV Syd et større samarbejde om citizen science i regi af Region Syddanmark og SDU under overskriften "Et sundere Syddanmark". Et borgerinvolverende forsknings- og public service-projekt, hvor syddanskere stemte om, hvilket forskningsprojekt der skal have økonomisk støtte. Projektet blev planlagt i 2024, men udkom i januar 2025.
- I samarbejde med Fyens Stiftstidende afviklede TV 2 Fyn en længerevarende serie om klimaforandringer med titlen "Klima – Fyn skifter gear".
- Under kampagnetitlen "Fyn skal være fin" satte TV 2 Fyn gennem en periode fokus på forladte bygninger på Fyn og kårede vha. brugerinvolvering "Fyns grimme bygning".

### 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.

TV 2 Fyns bestræbelser på at forblive relevante for *alle* fynboer er både en digitaliseringsøvelse og en indholdsøvelse. Udviklingen af nye stærke digitale platforme kan ikke stå alene, hvis indholdet ikke fungerer på platformene – og vice versa. Det er med andre ord to indsatser, der skal gå hånd i hånd.

TV 2 Fyn har i året 2024 rykket sig på begge parametre.

På det indholdsmæssige har fokus været at udvikle formater, der understøtter TV 2 Fyns ambition om at være *det mest konstruktive mediehus i Danmark*. Konstruktiv journalistik kan komme til udtryk på flere forskellige måder. For eksempel: Historier der inspirerer. Historier der fokuserer på løsninger. Historier der involverer fynboerne. Nedenfor ses de to største enkeltstående konstruktive journalistiske satsninger i 2024.

- Klima – Fyn skifter gear. Ved hjælp af brugerinddragelse og en handlingsanvisende og ansporende journalistisk tone satte TV 2 Fyn i samarbejde med Fyens Stiftstidende fokus på fordele og ulemper ved at reducere privatbilisme til fordel for øget brug af kollektiv transport. Herunder også at undersøge hvorvidt den kollektive transport på Fyn reelt fungerer som et tilstrækkelig robust alternativ til bilkørsel.
- Med titlen "Fyn fortjener et hold i Superligaen" og med undertitlen "Når OB rykker ned, rykker TV 2 Fyn op" øgede TV 2 Fyn i 2024 fodbold dækningen af OB, som samme år rykkede ned i landets næstbedste fodboldrække. OB er Fyns største samlende kulturinstitution og for mange fynboer central for deres geografiske selvforståelse. OB's nedrykning betyder, at klubben i sæsonen 2024-25 bliver undereksponeret af øvrige medier, hvorfor TV 2 Fyn i 2024 så det som en oplagt regional public service-opgave at kompensere for den faldende medieomtale i øvrige medier. Kampagnen, som kører hen

over hele sæsonen, kommer til udtryk på alle platforme herunder også i fysiske events samt via vodcasten "Stemmer fra Ådalen", som er udviklet af TV 2 Fyns egen OB-korrespondent Martin Davidsen.

TV 2 Fyns arbejde med konstruktiv journalistik er dog ikke kun forbeholdt projektarbejde. Mediehusets redaktioner arbejder dagligt – året igennem – med at tilføje den løbende nyheds- og aktualitetsdækning konstruktive elementer. Det er således en indvævet del af den måde, TV 2 Fyn arbejder med journalistikken.

Dertil kommer arbejdet med TV 2 Fyns distributionsformer, hvor det langt overvejende fokus har været på at udvikle nye platforme eller nye samarbejder, der kan øge TV 2 Fyns muligheder for at nå fynboerne med husets public service-indhold.

- Nyt CMS-system. TV 2 Fyns nyhedssite og nyhedsapp er ligesom alle andre mediehuse styret af det, man kalder et CMS-system. Hvis førnævnte digitale platforme var en bil, er CMS-systemet således alt det, man ikke umiddelbart ser. Motoren, batteriet og styresystemet. Det er det, der gør, at det man ser, og de funktioner man bliver mødt af som bruger på TV 2 Fyn, fungerer. TV 2 Fyns gamle CMS-system var meget bedaget og stærkt hæmmende for husets digitale ambitioner. Flere af de andre TV 2-regioner havde samme udfordring, og man gik derfor sammen om at købe et nyt system i regi af TV 2-regionernes digitale samarbejdssetup FROP. Det var dette system, TV 2 Fyn overgik til i 2024, hvilket repræsenterer en ganske stor forandring.
- Nyt design af nyhedssite og nyheds-app. Hvor CMS-systemet er alt det, man ikke ser som bruger på tv2fyn.dk og tilhørende nyhedsapp, er designet det modsatte. For at blive i bilanalogien, så er det bilens ydre design, kabinen og brugerinterfacet på touchskærmen. Også dette blev udskiftet i 2024. TV 2 Fyn valgte at gå med et design, der af mange branchefolk blev rost for at være modigt og nytænkende. Det er således designet ud fra grundige overvejelser om brugeradfærd og psykologi, og har derfor et nyhedsfeed som det bærende element på siden. Designet blev implementeret i november 2024, så effekten af det kan ikke nævneværdigt aflæses i tallene for dette år, men de umiddelbare erfaringer ind i 2025 er, at antallet af unikke brugere og antallet af besøg er gået op.
- Forstærket samarbejde med Fyens Stiftstidende om udveksling og samarbejde om indhold. TV 2 Fyn har hen over de senere år udviklet et samarbejde med Fyens Stiftstidende i form af ad hoc journalistiske samarbejder om konkrete historier og derudover deling af materiale de to huse i mellem. TV 2 Fyn anser ikke Fyens Stiftstidende som en konkurrent, men som en samarbejdspartner. Samarbejdet har betydet, at fælleshistorier har fået større gennemslag i offentligheden – og samarbejdet i helhed har betydet, at flere fynboer har forbrugt TV 2 Fyns public service-indhold.
- Fornytt samarbejde med TV 2 og udveksling af digitalt indhold. TV 2 Fyn og TV 2 Danmark har siden regionernes fødsel været forbundet, og regionerne er udkommet på TV 2's platforme. De seneste ti år er samarbejdet vokset og har spredt sig til TV 2's nye digitale platforme til glæde for blandt andet fynboerne. I 2024 blev der således aftalt helt nye ambitioner for, hvordan TV 2 Fyn og TV 2 udveksler indhold mellem hinandens digitale platforme. Det betød konkret, at antallet af sidevisninger, TV 2 Fyn opnåede på eget allerede produceret indhold igennem tv2.dk, steg med 72 procent sammenlignet med 2023, og at TV 2 Fyn i gennemsnit hver dag fik 65.173 sidevisninger via tv2.dk. Eller samlet set 23.788.177 sidevisninger.

- **Forstærket udkomme på sociale medier.** 2024 blev året, hvor TV 2 Fyn for alvor fik hul igennem på sine profiler på sociale medier. Særligt Instagram, Facebook og TikTok var i kraftig vækst. Instagram femdoblede sine visninger og endte året med 4.326.209 visninger. TV 2 Fyns TikTok-profil vækstede med 450 procent målt i visninger og endte på et årligt tal på 15.932.376 visninger. På Facebook øgede TV 2 Fyn sine videovisninger til 31.082.546, hvilket svarer til en fremgang på omkring 80 procent ift. året før. Den eneste platform, der ikke var i vækst, var TV 2 Fyns YouTube-profil, hvilket afspejler hvor højt denne blev prioriteret. Den voldsomme vækst i visninger på sociale medier er et direkte produkt af, at der i 2024 blev etableret en egentlig redaktion, der har som opgave på daglig basis at udkomme på TV 2 Fyns sociale medieplatforme. Tilstedeværelsen på sociale medier er et vigtigt strategisk fokuspunkt, da det er med til at sikre, at public service på Fyn også når de yngre generationer, og at denne gruppe af fynboer også vokser op med en relation til TV 2 Fyn, hvilket må formodes at øge sandsynligheden for, at de senere i livet kan konverteres til loyale brugere på mediehuset egne digitale platforme.

### 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.

**Mål for TV 2-vinduer:** Share skal fastholdes og tilbagegang i seertal må ikke overstige den strukturelle udvikling på flow-tv.

**Resultat:** Sharen på 17.14- og 18.20-udsendelsen fastholdes på henholdsvis 32 og 39 procent. 19.30-udsendelsen falder tre procentpoint fra 39 til 36 procent fra 2023 til 2024, hvilket ikke er tilfredsstillende, selvom niveauet fortsat er meget højt for en nyhedsudsendelse. Seertallet på 19.30-udsendelsen falder fra 2023 til 2024 fra 52.000 til 49.000 seere dagligt, hvilket svarer til en tilbagegang på 5,7 procent. Altså meget tæt på det forventede strukturelle fald på TV 2's hovedkanal på 5 procent årligt.

**Mål for tv2fyn.dk og app:** Antallet af unikke brugere, besøg og sidevisninger skal stige.

**Resultat:** TV 2 Fyn øger både antallet af unikke brugere på tv2fyn.dk og app med 54 procent i 2024 sammenlignet med 2023. Altså en meget markant vækst. Antallet besøg stiger med 61 procent, og antallet af sidevisninger stiger med 151 procent.



**Mål for sociale medier:** Markant vækst i reach.

**Resultat:** Visningerne på TV 2 Fyns sociale medieprofiler eksploderede i 2024. På Instagram blev antallet af visningerne femdoblet i 2024 sammenlignet med 2023. På TikTok steg visningerne med faktor fireenhalv. Og på Facebook havde TV 2 Fyn 80 procent flere videoafspilninger i 2024 end i 2023. I alt opnåede TV 2 Fyn på disse tre platforme over 51 millioner visninger i 2024.

## 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.

Langt størstedelen af TV 2 Fyns udkomme er i form af nyheds- og aktualitetsindhold. Det værende på TV i mediehusets daglige nyhedsudsendelser eller på de efterhånden mange digitale platforme, TV 2 Fyn udkommer på. Den daglige dækning af det fynske kunst- og kulturliv er en integreret del af dette, og der er et kontinuerligt fokus på at dyrke historier og vinkler indenfor netop dette område.

Ud over den daglige journalistiske dækning bød året 2024 på en række enkeltstående indsatser i forbindelse med større kulturelle begivenheder på Fyn. Der blev således planlagt særskilte indsatser i forbindelse med afholdelse af Årets Sportsnavn på Fyn, Tinderbox og megakoncerter så som Bruce Springsteen.

Dertil kommer omfangsrig dækning på tværs af platforme af store samlende kulturbegivenheder som Svendfest i Svendborg, OFF i Odense, Heartland Festival på Egeskov Slot samt HCA Festivals i Odense.

TV 2 Fyn engagerede sig også på tværs af platforme i musik- og kulturfestivalen NU Festival i Kerteminde. Det skete både i form af journalistisk dækning og ved, at TV 2 Fyn involverede sig i festivalprogrammet som direkte mediepartner og leverandør af moderatorer til sceneinterviews med musikere.

TV 2 Fyn producerede i 2024 også længere programformater og artikler med kunstnere og kulturpersonligheder boende på Fyn herunder musikerne Lasse & Matilde, musiker og kunstner Troels Trier, festivalchef Birgitte Weinberger, musiker Rasmus Lyberth og hans hustrudirektør Annette Lyberth, designer Jim Lyngvild samt forfatter, debattør og præst Kristian Ditlev Jensen.

Et andet tiltag, der så dagens lys i 2024, var en ugentlig dækning på sociale medier af kulturelle arrangementer, der kunne tænkes at have især de unge fynboers interesse – et news-you-can-use-tilbud til særligt de unge brugere, så de forhåbentlig på den måde får lyst til at benytte sig af Fyns mange kulturelle tilbud.

## 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.

TV 2 Fyns indholdsproduktion er langt overvejende nyheds- og aktualitetsindhold, og produceres derfor af mediehuset selv. TV 2 Fyn indgik dog i 2024 to samarbejder med eksterne producenter.

Det ene i form af et indkøb af en reportagedokumentar med Stefan Jepsen fra Odense – også bedre kendt som Stor Mand. I serien følger man Stefan Jepsens kamp for at tabe sig. Det er en historie om ikke bare at skulle op på en kreaturvægt for at blive vejjet (Stefan Jepsen vejede 350 kg, da han startede på sin slankekur), men lige så meget en inspirerende fortælling om viljekraft, vejen tilbage til livet og den simple livsglæde ved igen at kunne gå en tur og mærke vinden i håret. Serien forventes publiceret i 2025.

Det andet samarbejde omhandler TV 2 Fyns dækning af Fyns eneste superligaklub, Odense Boldklub. Her indgik TV 2 Fyn et samarbejde med Martin Davidsen, der er indehaver af det lille opstartsmedie Stemmer fra Ådalen, der i flere år dygtigt har dyrket en nicherækning af Fyns bedste fodboldhold.

Samarbejdet med Stemmer fra Ådalen udgør en strategisk satsning, der skal underbygge TV 2 Fyn som et samlingspunkt for det fynske fællesskab – og derudover en satsning på et stofområde, der beviseligt har en særlig appel til ungdommen.

## 3.7. Samarbejdet med de øvrige regionale TV 2-virksomheder

### Forpligtelsen:

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

TV 2 Fyn deler så at sige kun ”grænse” med én region; nemlig TV Syd. Det forstået på den måde, at borgerne i TV 2 Fyns og TV Syds områder også alle er borgere i Region Syddanmark.

TV 2 Fyn og TV Syd lavede derfor også i 2024 en fælles journalistisk satsning under overskriften ”Et sundere Syddanmark”, hvor mediehusene gik sammen om at dække en større brugerinvolverende citizen science-konkurrence i Region Syddanmark. Projektet blev udviklet, planlagt og eksekveret i 2024 og publiceret i januar 2025.

Rækkevidde på Et sundere Syddanmark på tv2fyn.dk for i alt seks artikler:

Unikke besøg: 104.200

Besøg i alt: 113.100

Sidevisninger: 126.000

Hertil producerede TV 2 Fyn i samarbejde med TV Syd seks tv-indslag samt en række videoer på sociale medier.

Derudover har TV 2 Fyn en aftale med de øvrige syv TV 2 regioner om udveksling af indhold. Det sker løbende, at andre regioner laver historier, der er relevante for fynboerne, og i de tilfælde bliver indholdet udvekslet. Ligesom TV 2 Fyn udveksler sit eget indhold med de andre regioner.

Samarbejdet mellem TV 2-regionerne er i det hele taget de seneste ti år vokset ganske betragteligt. I alt er der på nuværende tidspunkt 52 forskellige samarbejdsprojekter om alt fra fælles udvikling af regionernes digitale platforme til forhandling af overenskomster.

## 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.

TV 2 Fyn producerer ikke indhold rettet mod små børn. Men det ændrer ikke på, at børn kan have mulighed for at tilgå TV 2 Fyns indhold.

TV 2 Fyn viser derfor f.eks. ikke pornografisk indhold i sine nyhedsudsendelser og ej heller på digitale platforme. Det kan af hensyn til dokumentationen i en historie være nødvendigt at vise voldsomme billeder eller video, og i de tilfælde vil TV 2 Fyn altid forsøge at advare om indholdet, inden brugeren bliver eksponeret for dette, så brugeren har en mulighed for at undgå det. Det sker på TV ved, at værten læser en advarsel op, og i TV 2 Fyns nye CMS-system er der mulighed for, at eksplicit indhold automatisk kan sløres, og på den måde kun kan ses, hvis brugeren aktivt tilvælger det.

Med TV 2 Fyns stigende tilstedeværelse på sociale medier følger der desuden et særligt ansvar for at sikre, at debatsporet på mediehusets profiler foregår i en ordentlig tone – ikke mindst af hensyn til de unge mennesker, der interagerer med TV 2 Fyns historier. TV 2 Fyn har derfor ansat moderatorer, der sørger for, at evt. krænkende adfærd stoppes, ligesom mediehuset benytter sig af AI-software til moderation.

## 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.

TV 2 Fyn har siden 1. oktober 2010 givet seerne mulighed for at få teksten regionens nyhedsudsendelse kl. 19.30 på TV. Funktionen er et tilbud specielt til hørehæmmede.

Teknikken, der gør det muligt, hedder tale-til-tekst og består af et talegenkendelsesprogram, som betjenes af en respeaker, der simultant gentager ordene fra studievært og indslag. En computer oversætter respeakerens tale til tekst, der udsendes som undertekster på tekst-tv side 399 - både på TV 2 Fyns egen kanal og TV 2's hovedkanal.

TV 2 Fyn har i 2024 sammen med flere andre TV 2-regioner arbejdet på at automatisere denne indsats ved hjælp af kunstig intelligens. Projektet er nået så langt, at der er udviklet et program fra ekstern leverandør, der har gennemgået et Proof Of Concept (POC). Erfaringerne har været gode, og forventningen er, at dette vil blive implementeret i TV 2 Fyns nyhedsudsendelser i løbet af 2025.

Det øgede udkomme på digitale platforme giver derudover nye muligheder for at servicere de syns- og hørehæmmede. Brugere kan således få alle artikler læst op på TV 2 Fyns nyhedssite og app ved blot at klikke på en knap. Og alle videoer, der lægges på disse platforme, udkommer altid med undertekster. Det samme gælder TV 2 Fyns indhold på sociale medier.

## 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 REGIONEN's programvirksomhed.

TV 2 Fyn har et kontinuerligt fokus på at sikre sproglig akkurate i mediehusets formidling og dermed også formidlingen af det danske sprog.

Det er således et fokuspunkt i de løbende efterkritikker for TV 2 Fyns redaktionelle medarbejdere. Artikler gennemlæses ligeledes altid af en sidemand for at sikre det sproglige niveau.

TV 2 Fyn elsker desuden dialekter, og jo mere fynsk, det kan blive - desto bedre.

## 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.

Alle TV 2 Fyns programmer var i 2024 danske – og dermed europæiske.

TV 2 Fyn producerer alene programmer, der er nyheds- og aktualitetsbaserede. Dermed opfylder TV 2 Fyn public service-kontraktens krav, eftersom der ganske enkelt ikke udkommes med ”ikke-nyheder”, ”ikke-sport” eller ”ikke-konkurrencer”.

TV 2 Fyn prioriterer i den sammenhæng en løbende nyhedsdækning af europæiske historier, der er relevante for fynboerne.

## 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-seerorganisationerne er repræsenterede.

TV 2 Fyn var i 2024 i dialog med fynboerne på flere forskellige måder. Det er et afgørende element i TV 2 Fyns virke som regionalt public service-medie ikke at være et envejs-medie. TV 2 Fyn er til for fynboerne, og det kræver en stærk dialog, hvis det ikke bare skal være en smart overskrift. Dialog med borgerne er desuden en hjørnesteen i tankerne bag konstruktiv journalistik. Nedenfor følger de vigtigste indsatser, TV 2 Fyn har prioriteret i 2024 for at sikre dialogen med fynboerne:

- Repræsentantskabet. TV 2 Fyn er til for fynboerne og styres derfor også af fynboerne. Repræsentantskabet, der vælger TV 2 Fyns bestyrelse, er sammensat af helt almindelige fynboer, der på forskellig vis er engageret i det fynske foreningsliv – herunder seerorganisationerne. Ud over at repræsentantskabet vælger TV 2 Fyns bestyrelse, er repræsentantskabet også en vigtig sparringspartner for TV 2 Fyns øverste ledelse. Det er her, mediehusets øverste ledelse får at vide, hvad fynboerne tænker om dets udkomme. Det er afgørende, at repræsentantskabet som institution løbende udvikles og fornyes, så det sikres, at det forbliver at være det, der ligger i ordet: Nemlig repræsentativt for fynboerne. TV 2 Fyns nye bestyrelse har derfor også som ambition i løbet af 2025 at påbegynde et arbejde med dette som formål.
- Live-chat. Som noget nyt er TV 2 Fyn begyndt at facilitere live-chats på mediehusets digitale platforme. Altså hvor en relevant gæst besvarer spørgsmål fra brugerne. Det er for TV 2 Fyn en ny måde at udkomme på, og planen er at øge brugen af dette format i 2025. Det kan være eksterne (f.eks. hovedpersoner eller eksperter), der interagerer med fynboerne på denne måde – men det kan også være med husets egne journalister, når det giver mening for historien.
- Journalistiske projekter. I de to journalistiske projekter ”Et sundere Syddanmark” og ”Klima - Fyn skifter gear” var inddragelse af fynboerne i begge projekter et bærende element.

- Sociale medier. En af de helt store fordele ved TV 2 Fyns øgede udkomme på sociale medier er, at platformene er designet til interaktion med brugerne. TV 2 Fyn faciliterer således hver eneste dag debatter om fynske historier i diverse kommentarspor, og modtager derudover massevis af direkte kommentarer og tips fra brugerne.
- Fokusgrupper. I forbindelse med udviklingen af TV 2 Fyns nye nyhedssite og app, benyttede TV 2 Fyn sig af fokusgrupper for at få fynboernes input til, hvilke funktionaliteter, de ønskede sig fra TV 2 Fyn på digitale platforme.
- Arrangementer. TV 2 Fyn bestræber sig på at være et så åbent et hus som muligt. Huset er åbent for rundvisninger, hvilket mange fynboer benytter sig af, og TV 2 Fyns medarbejdere deltager i løbet af et år i et væld af forskellige arrangementer i forskellige fynske foreninger.

## 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, TV2/Fyn.

TV 2 Fyns egen regionale tv-kanal er et spejlbillede af mediehusets samlede indholdsproduktion, og er dermed langt overvejende en kanal, der udkommer med nyheds- og aktualitetsindhold. Kanalen tilbyder altså brugerne en kurateret strøm af nyheds- og aktualitetsprodukter i form af nyhedsudsendelser, længere videoformater, og forskellige karruseller af tekst- og billednyheder.

Den strukturelle udvikling i danskernes medieforbrug betyder dog, at kanalen i dag har en meget ringe gennemslagskraft i befolkningen – hvilket også er tilfældet for de øvrige syv regioner. TV 2 Fyn har af den årsag valgt ikke at have særskilte strategiske måltal for kanalen.

## 1) Udsendelsesvirksomhed i 2024 – egen kanal

### Timer

|                                        | Regnskab<br>2024 | Budget<br>2024 | Regnskab<br>2023 | Budget<br>2023 |
|----------------------------------------|------------------|----------------|------------------|----------------|
| On-air, inkl. spejling af TV 2-vinduer | 1.311            | 1.075          | 1.025            | 586            |
| Trailer, sponsorer mv.                 | 44               | 35             | 47               | 10             |
| <b>Udsendelser i alt</b>               | <b>1.355</b>     | <b>1.110</b>   | <b>1.072</b>     | <b>596</b>     |
| On-air 1. gang                         | 218              | 222            | 215              | 235            |
| On-air genudsendelser                  | 1.093            | 853            | 810              | 351            |
|                                        | 1.311            | 1.075          | 1.025            | 586            |
| 1. gang nyheder og aktualitet          | 209              | 213            | 207              | 218            |
| 1. gang øvrige udsendelser             | 9                | 9              | 8                | 17             |
|                                        | 218              | 222            | 215              | 235            |

## 2) Egenproduktion af udsendelsestimer

### Timer

|                                         | Regnskab<br>2024 | Budget<br>2024 | Regnskab<br>2023 | Budget<br>2023 |
|-----------------------------------------|------------------|----------------|------------------|----------------|
| Nyheds- og aktualitetsudsendelser       | 527              | 1.066          | 542              | 569            |
| Øvrige udsendelser                      | 784              | 9              | 481              | 17             |
| <b>Egenproduktion udsendelser i alt</b> | <b>1.311</b>     | <b>1.075</b>   | <b>1.023</b>     | <b>586</b>     |

| TV 2 Fyns egen kanal:                    | Udsendelses-<br>timer i 2024 | Heraf<br>genudsendelses-<br>timer | Udsendelses-<br>timer i 2023 |
|------------------------------------------|------------------------------|-----------------------------------|------------------------------|
| Programmer                               | 1.311                        | 1.093                             | 1.025                        |
| Trailer, sponsor, fillers, programskilte | 44                           |                                   | 47                           |
| Off. Broadcast (webhjul/webscreen)       | 7.426                        |                                   | 7.688                        |
| <b>Sendetimer på egen kanal i alt</b>    | <b>8.781</b>                 | <b>1.093</b>                      | <b>8.760</b>                 |

## 5.1.2. "Vinduer" i TV 2-sendebladen

Forpligtelsen:

REGIONEN skal udsende visse regionale programmer i det regionale område som en del af sendefladen 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.

TV 2 Fyns nyhedsudsendelser på TV 2's hovedkanal er fortsat en af de vigtigste platforme for TV 2 Fyn. 19.30-udsendelsen når i gennemsnit 35 procent af *hele* den fynske befolkning på en given uge i 2024. Dertil kommer det antal fynboer, TV 2 Fyn når med 17.14-, 18.20- og 22.00-udsendelserne. I alt når TV 2 Fyn hen over en uge i 2024 i gennemsnit 205.000 fynboer - altså godt og vel 40 procent af *alle* fynboer.

TV 2 Fyn er på den måde den region, der har bedst fat i sin målgruppe på TV. Det ses, når man kigger på rating, hvor TV 2 Fyn fastholder et meget højt niveau på samtlige udsendelser. Rating dækker over, hvor høj en procentandel af den samlede målgruppe (alle fynboer) en udsendelse bliver set af.

### Rating (%)

|              | 2019   | 2020   | 2021   | 2022   | 2023   | 2024   |
|--------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| <b>12.30</b> | 2,20%  | Udgået | Udgået | Udgået | Udgået | Udgået |
| <b>17.14</b> | 2,80%  | 3,30%  | 3,30%  | 4,40%  | 4,80%  | 4,90%  |
| <b>18.20</b> | 5,90%  | 8,00%  | 6,70%  | 9,50%  | 8,50%  | 8,10%  |
| <b>19.30</b> | 12,20% | 11,50% | 10,20% | 11,40% | 10,60% | 9,80%  |
| <b>22.00</b> | 6,20%  | 6,20%  | 5,20%  | 5,80%  | 4,60%  | 3,80%  |

Zoomer man ind på 19.30-udsendelse, var TV 2 Fyn således den region, der opnåede den højeste rating i 2024 sammenlignet med de andre regioner.

### Fordeling mellem syv TV 2-regioner i hovedudsendelsen kl. 19.30 på TV 2

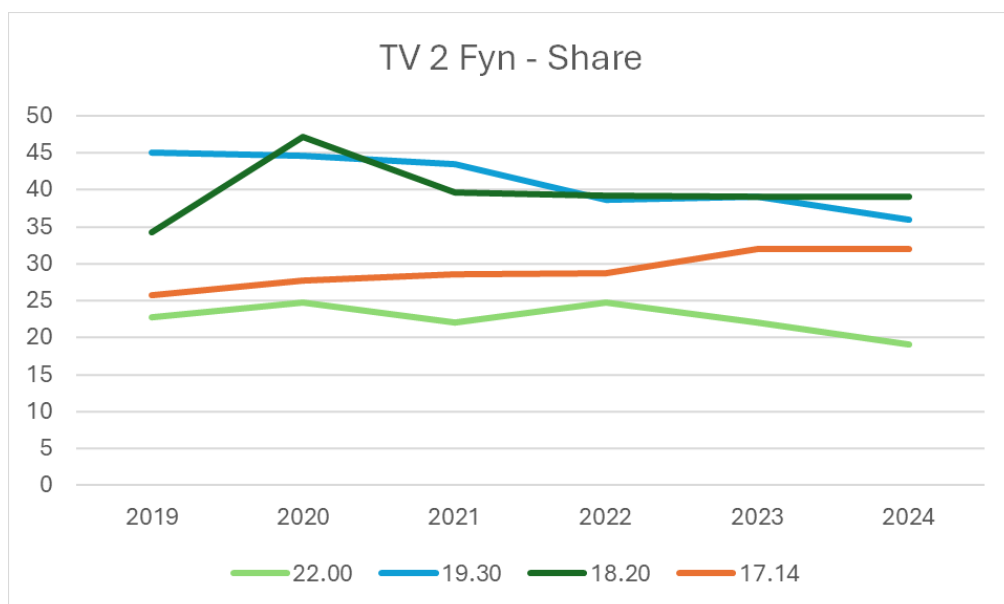
|                              | 2024<br>Faktiske<br>seere | 2024<br>Rating % | 2024<br>Share % | 2023<br>Faktiske<br>seere | 2023<br>Rating % | 2023 Share<br>% |
|------------------------------|---------------------------|------------------|-----------------|---------------------------|------------------|-----------------|
| TV 2 NORD                    | 36.000                    | 6,9              | 39,00%          | 36.000                    | 7                | 38,00%          |
| TV MIDTVEST                  | 55.000                    | 9,4              | 48,00%          | 55.000                    | 10               | 49,00%          |
| TV 2 ØSTJYLLAND              | 32.000                    | 4,3              | 30,00%          | 41.000                    | 5,2              | 32,00%          |
| TV SYD                       | 54.000                    | 6                | 33,00%          | 64.000                    | 7,3              | 36,00%          |
| TV 2 FYN                     | 49.000                    | 9,8              | 36,00%          | 52.000                    | 10,6             | 39,00%          |
| TV 2 ØST                     | 48.000                    | 7,2              | 30,00%          | 45.000                    | 6,8              | 29,00%          |
| TV 2 KOSMOPOL                | 107.000                   | 5,1              | 29,00%          | 124.000                   | 5,8              | 32,00%          |
| DANMARK (EKSKL.<br>BORNHOLM) | 397.000                   | 6,9              | 36,00%          | 425.000                   | 7,5              | 38,00%          |



Kigger man på *share*, understreges billedet af nyhedsudsendelsernes dominerende position på TV. Ud af det samlede antal fynboer, der har TV'et tændt, når mediehusets nyhedsudsendelser løber over skærmen, vil omkring en tredjedel være tunet ind på TV 2's hovedkanal for at se disse.

#### Share

|              | 2019 | 2020   | 2021   | 2022   | 2023   | 2024   |
|--------------|------|--------|--------|--------|--------|--------|
| <b>12.30</b> | 37,5 | Udgået | Udgået | Udgået | Udgået | Udgået |
| <b>17.14</b> | 25,7 | 27,7   | 28,5   | 28,7   | 32,0   | 32,0   |
| <b>18.20</b> | 34,3 | 47,2   | 39,6   | 39,2   | 39,0   | 39,0   |
| <b>19.30</b> | 45   | 44,6   | 43,4   | 38,6   | 39,0   | 36,0   |
| <b>22.00</b> | 22,8 | 24,8   | 22,0   | 24,8   | 22,0   | 19,0   |



Men på trods af den tydelige styrkeposition er flow-tv strukturelt udfordret, og derfor heller ikke længere *platformen*, hele TV 2 Fyn centrerer sig imod. Det er en vigtig platform, men en platform på lige fod med flere andre platforme.

Strukturelt er forventningen fra TV 2, at hovedkanalens penetration i den danske befolkning vil falde med omkring 5 procent hvert år fra nu af. TV 2 Fyn oplevede fra 2023 til 2024 et fald i seertal på 19.30-udsendelsen på 5,7 procent fra 52.000 daglige seere til 49.000 daglige seere. Altså et fald der stort set svarer til det forventede strukturelle fald i penetration.

**Rating (faktiske tal)**

|              | 2019   | 2020   | 2021   | 2022   | 2023   | 2024   |
|--------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| <b>12.30</b> | 9.000  | Udgået | Udgået | Udgået | Udgået | Udgået |
| <b>17.14</b> | 11.000 | 15.000 | 15.000 | 22.000 | 24.000 | 24.000 |
| <b>18.20</b> | 24.000 | 37.000 | 30.000 | 48.000 | 42.000 | 40.000 |
| <b>19.30</b> | 50.000 | 53.000 | 46.000 | 57.000 | 52.000 | 49.000 |
| <b>22.00</b> | 25.000 | 29.000 | 23.000 | 29.000 | 23.000 | 19.000 |

Men selvom TV 2 Fyns nyhedsudsendelser er strukturelt udfordret – ligesom alle andre nyhedsudsendelser på TV i Danmark – er de stadig utrolig vigtige i bestræbelserne på at nå hele den fynske befolkning – og det vil de være i mange år fremover. Udsendelserne skal derfor fortsat udvikles – og TV 2 Fyns mål er, at seertallene ikke falder mere, end hvad den strukturelle udfordring tilsiger.

Nedenfor ses et overblik over, hvor mange timers nyhedsudsendelser, TV 2 Fyn producerede i løbet af 2024. Her kan ses et mindre fald, der primært skyldes løbende ændringer i TV 2's programplanlægning bl.a. omkring afviklingen af sommerens store sportsrettigheder.

| TV 2-vinduer på TV 2                 | Programtitel      | Udsendelses-timer i 2024 | Heraf genudsendelses-timer | Udsendelses-timer i 2023 |
|--------------------------------------|-------------------|--------------------------|----------------------------|--------------------------|
| 17.14 (man.-fre.)                    | Regionale nyheder | 11                       |                            | 12                       |
| 18.20                                | Regionale nyheder | 24                       |                            | 23                       |
| 19.25-19.25.30                       | Coming-up         | 1                        |                            | 1                        |
| 19.30                                | Regionale nyheder | 127                      |                            | 134                      |
| 22.00 (man.-tors.)                   | Regionale nyheder | 35                       |                            | 37                       |
| Ekstra udsendelser                   | Regionale nyheder | 0,3                      |                            | 0,3                      |
| Regionale reklamer                   |                   | 0                        |                            | 0                        |
| <b>Sendetimer TV 2-vinduer i alt</b> |                   | <b>198</b>               | <b>0</b>                   | <b>207</b>               |

### 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.

TV 2 Fyns vigtigste strategiske fokus har som tidligere nævnt været digital omstilling. Ikke for TV 2 Fyns skyld, men fordi TV 2 Fyn ikke lykkes med sin public service-opgave, hvis mediehusets gennemslagskraft forringes år for år på grund af flow-tv's strukturelle tilbagegang. Det er svært at facilitere den demokratiske samtale, hvis færre og færre har mulighed for at deltage i den.

Den digitale omstilling har på TV 2 Fyn i 2024 særligt været defineret af fire strategiske satsninger.

1. Implementeringen af et nyt CMS-system. CMS-systemet er det system, der styrer nyhedssitet og nyhedsappen. Det er dette system, der sætter rammerne for, hvilke funktionaliteter førnævnte digitale platforme kan tilbyde brugerne. Det nye system har på den måde åbnet op for en række nye og mere tidssvarende funktionaliteter samt gjort journalisternes arbejde væsentligt lettere.
2. Banebrydende nyt re-design af nyhedssitet og nyhedsappen. TV 2 Fyn gik fra et traditionelt nyhedssite til en nyt design, hvor alle historier integreres i ét stort nyhedsfeed. Designet sigter efter at øge antallet af loyale brugere.
3. Øget produktion ind mod de digitale platforme. Integrationen af den traditionelle TV-nyhedsindsamling over mod de digitale platforme blev øget. Ligesom TV 2 Fyns forproducerende redaktioners digitale aftryk blev øget.
4. Etablering af en redaktion med fokus på dagligt at udkomme på sociale medier. Indsatsen har givet mere volumen i indhold til TV 2 Fyns sociale medieplatforme samt højere kvalitet.

Ovenstående indsatser har alle bidraget til, at TV 2 Fyn i 2024 oplevede en markant vækst i trafikken på mediehusets digitale platforme:

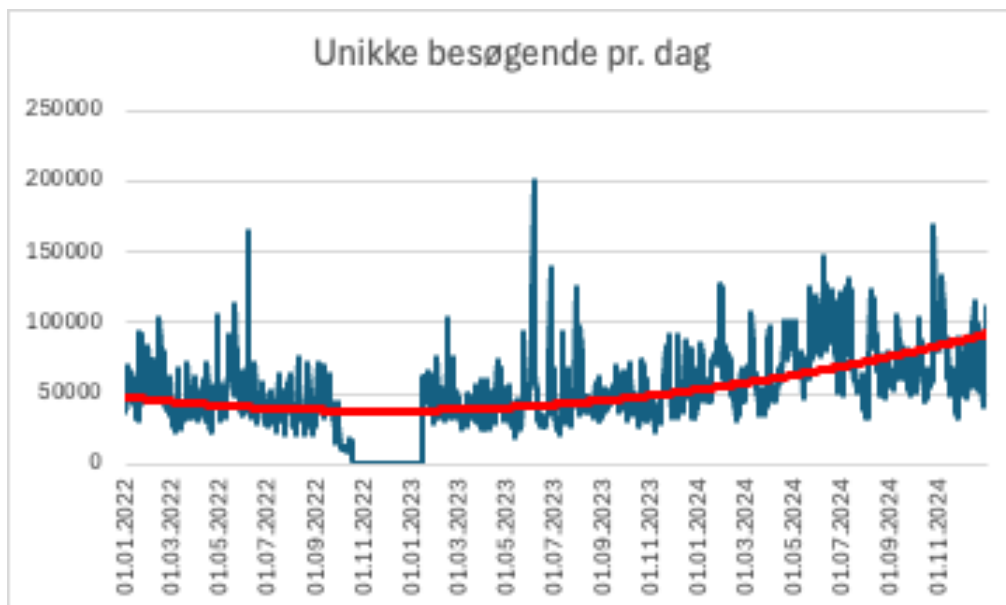
#### Brug af tv2fyn.dk

| År                                       | 2022       | 2023       | 2024        |
|------------------------------------------|------------|------------|-------------|
| Unikke besøgende                         | 36.166     | 45.249     | 69.581      |
| Besøg/sessioner                          | 19.994.283 | 19.314.065 | 31.130.212  |
| Sidevisninger                            | 30.399.308 | 44.279.811 | 111.153.800 |
| Antal besøgte sider per besøg            | 1,52       | 2,11       | 3,58        |
| Antal brugere af nyhedsapp               | 3.686      | 3.418      | 15.360      |
| Minutter set, VOD                        | 3.699.057  | 3.493.317  | 5.816.385   |
| Afspilninger, VOD                        | 4.342.331  | 3.182.015  | 42.373.622  |
| Visninger på tv2.dk (dagligt gennemsnit) | 11.878.337 | 13.823.488 | 24.987.632  |

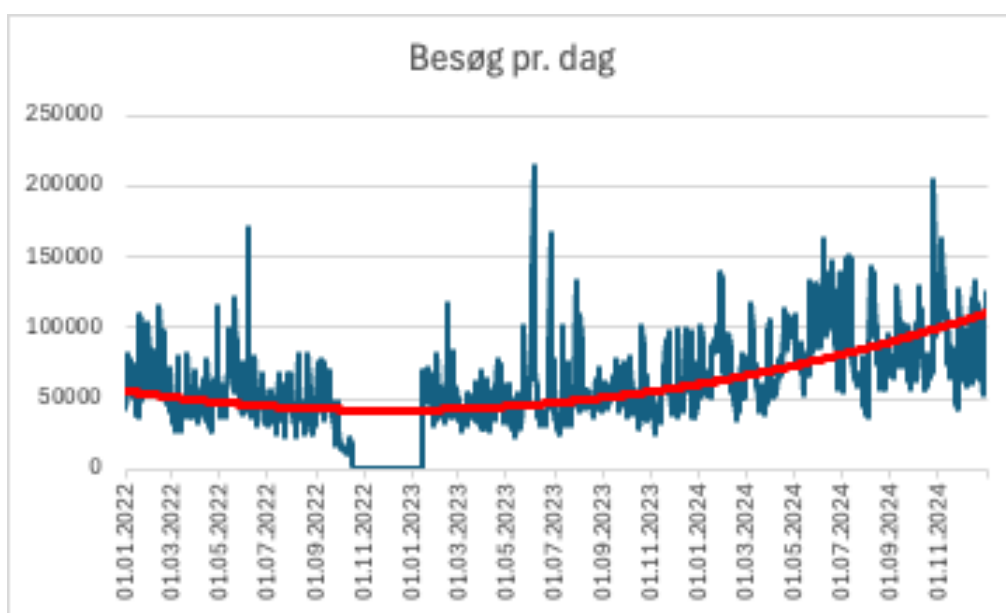
#### Fordeling mellem syv TV 2-regioner i unikke brugere, sidevisninger og besøg

| Daglige gennemsnit | Unikke brugere (gns. pr. dag) | Sidevisninger | Besøg      |
|--------------------|-------------------------------|---------------|------------|
| TV 2 FYN           | 69.581                        | 111.153.800   | 31.130.212 |
| TV MIDTVEST        | 131.163                       | 171.571.675   | 59.785.362 |
| TV 2 ØSTJYLLAND    | 111.347                       | 136.919.310   | 50.884.207 |
| TV SYD             | 66.345                        | 61.865.972    | 28.847.578 |
| TV 2 NORD          | 117.091                       | 132.065.271   | 53.581.948 |
| TV 2 ØST           | 91.723                        | 122.378.556   | 40.001.686 |
| TV 2 KOSMOPOL      | 72.715                        | 112.084.905   | 31.798.490 |

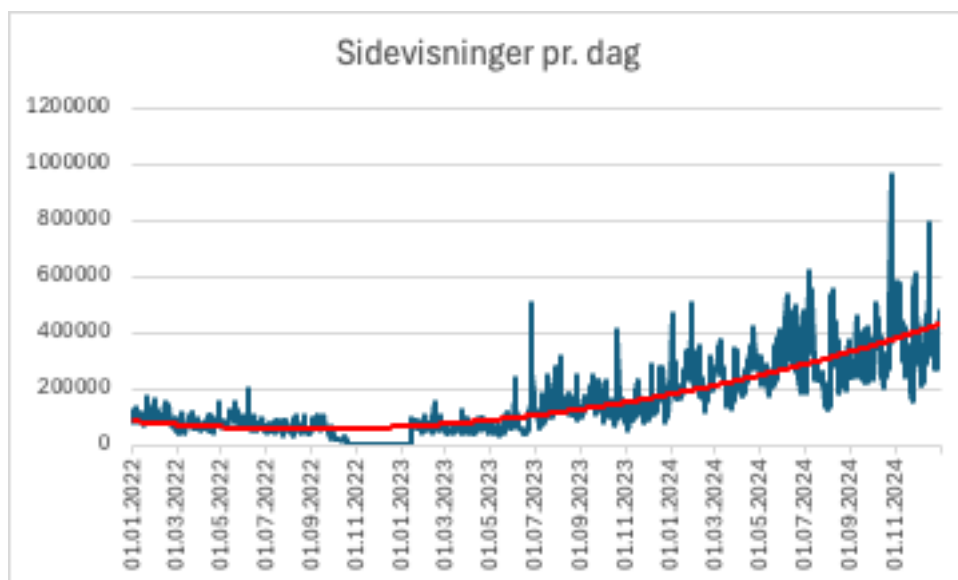
Antallet af daglige unikke besøgende på tv2fyn.dk samt app steg i 2024 med 54 procent sammenlignet med 2023. Der var således i 2024 i gennemsnit 69.581 unikke besøgende forbi TV 2 Fyns nyhedssite og app hver dag:



Det samlede antal besøg på tv2fyn.dk og app steg i 2024 med 61 procent sammenlignet med 2023. Det daglige gennemsnit af besøg endte dermed på 84.930 i 2024:



Antallet af sidevisninger på tv2fyn.dk og app steg med 151 procent i 2024 sammenlignet med 2023. I gennemsnit havde TV 2 Fyn således 303.699 sidevisninger hver dag i 2024:



Dertil kommer de artikler, TV 2 Fyn fik publiceret på tv2.dk som en del af samarbejdet de to huse i mellem. Det steg med 72 procent, og TV 2 Fyn fik den vej igennem i gennemsnit 68.272 daglige sidevisninger i 2024.

Visningerne på TV 2 Fyns sociale medieprofiler eksploderede i 2024. På Instagram blev antallet af visningerne femdoblet i 2024 sammenlignet med 2023. På TikTok steg visningerne med faktor fireenhalv. Og på Facebook havde TV 2 Fyn 80 procent flere videoafspilninger i 2024 end i 2023. Kun på YouTube oplevede TV 2 Fyn et fald i reach.

I alt opnåede TV 2 Fyn på disse tre platforme over 51 millioner visninger i 2024, hvilket svarer til 140.660 visninger i gennemsnit alle årets dage.

#### Instagram

| År                  | 2022   | 2023    | 2024      |
|---------------------|--------|---------|-----------|
| Antal opslag        | 115    | 184     | 466       |
| IG (video)visninger | 97.647 | 687.271 | 4.326.209 |

#### TikTok

| År                  | 2022      | 2023      | 2024       |
|---------------------|-----------|-----------|------------|
| Antal opslag        | 69        | 49        | 193        |
| TT (video)visninger | 2.419.202 | 2.842.311 | 15.932.376 |

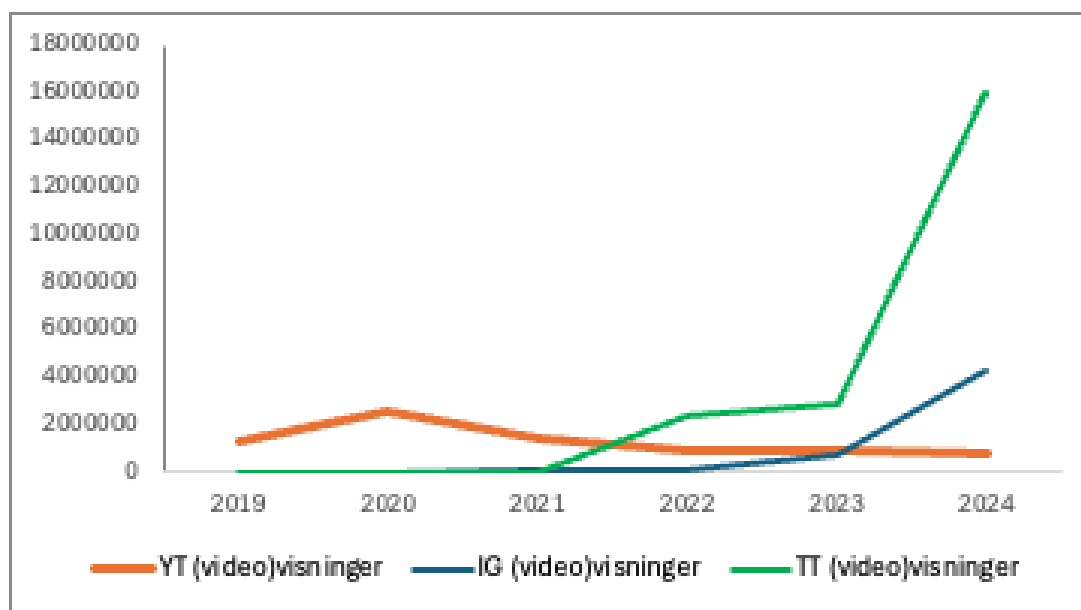
## Facebook

| År                                | 2022       | 2023       | 2024       |
|-----------------------------------|------------|------------|------------|
| Antal opslag                      | 1.976      | 2.153      | 4.892      |
| Antal abonnenter/følgere/etc.     | 59.000     | 75.000     | 86.000     |
| Antal videovisninger/afspilninger | 12.960.749 | 17.218.701 | 31.082.546 |

## YouTube

| År                  | 2022    | 2023    | 2024    |
|---------------------|---------|---------|---------|
| Antal opslag        | 160     | 116     | 117     |
| YT (video)visninger | 881.747 | 934.429 | 792.435 |

## YouTube-, Instagram- og TikTok videovisninger



## 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.

TV 2 Fyn har bevaret samtlige udsendelser siden stationens start i januar 1989.

- Frem til maj 2003 eksisterer udsendelserne på analoge bånd.
- Fra maj 2003 og frem til januar 2013 eksisterer de på digitale bånd.
- Fra januar 2013 og frem til juni 2020 eksisterer de på servere i TV 2 Fyns digitale arkiv.
- Og fra juni 2020 og frem til i dag arkiveres og opbevares TV 2 Fyns programarkiver i en cloud-løsning.

Hele TV 2 Fyns programarkiv er registeret i interne arkivsystemer.

TV 2 Fyns udsendelser blev indtil 2006 pligtafleveret til Statens Mediesamling på Det Kgl. Biblioteket i Aarhus. Efter dette år er det jævnført pligtafleveringsloven kun tre af de regionale TV 2-virksomheder, der skal opbevares hos Statens Mediesamling, mens der for de øvrige kun bevares for en enkelt uge om året. For TV 2 Fyns vedkommende uge 46. Befolkningen og forskermiljøerne har således adgang til programmerne via Statens Mediesamling indtil 2006.

Fra september 2009 og frem er TV 2 Fyns programmer tilgængelige på [www.tv2fyn.dk](http://www.tv2fyn.dk). Her kan man finde programmerne efter dato eller søgeord.

TV 2 Fyn har for en del år siden lavet en principaftale med repræsentanter for Stadsarkivet i Odense Kommune om at digitalisere stationens båndarkiv frem til 2006. Det var planen, at dette arbejde skulle have været igangsat i 2020 i forbindelse med TV 2 Fyns skifte til nyt redaktionelt system.

Coronakrisen udsatte dette, og det er målet at komme i gang med dette arbejde i de kommende år. Ambitionen er, at digitaliseringen skal medføre så stor offentlig tilgængelighed som muligt af TV 2 Fyns arkiv.

Et forberedende arbejde til dette vil ske i foråret 2025, hvorefter en samlet plan for igangsætning sættes i værk senere på året.



## 6. Finansiering

### 6.1. Hoved- og nøgletal regnskabsåret 2024

TV 2 Fyn har i regnskabsåret 2024 realiseret et underskud på 4.660 t.kr., hvilket er 2.717 t.kr. dårligere end budget. Afvigelsen skyldes primært hensættelse til fratrædelse af chefredaktør og direktør. Årets underskud overføres til egenkapitalen. Der har igennem en årrække været budgetteret med et årligt driftsunderskud, da TV 2 Fyns bestyrelse på opfordring fra Rigsrevisionen har ønsket at nedbringe egenkapitalen. Der var i 2024 budgetteret med et forventet driftsunderskud på 1.944 t.kr.

#### TV 2 Fyns realiserede nettoomkostninger ved public service-virksomheden i 2024 (formålsfordelt) sammenholdt med den offentlige finansiering

| Mio. kr., 2024-niveau, ekskl. moms                                                         | 2024        |             |             |
|--------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|-------------|-------------|
|                                                                                            | Regnskab    | Budget      | Afvigelse   |
| <b>Public service-virksomhed:</b>                                                          |             |             |             |
| <i>Omkostninger:</i>                                                                       | 83,5        | 80,5        | 3,0         |
| Produktion, fordelt på                                                                     |             |             |             |
| - nyhedsrelateret indhold på tv og andre platforme                                         | 68,7        | 67,1        | 1,7         |
| - øvrigt indhold, events mv.                                                               | 0,0         | 0,0         | 0,0         |
| Administration                                                                             | 10,4        | 8,7         | 1,7         |
| Øvrig drift                                                                                | 0,0         | 0,0         | 0,0         |
| Finansielle omkostninger                                                                   | 0,1         | 0,3         | -0,1        |
| Afskrivninger                                                                              | 4,2         | 4,4         | -0,2        |
| <i>Indtægter:</i>                                                                          | -3,1        | -2,9        | -0,2        |
| Andre driftsindtægter                                                                      | -2,7        | -2,5        | -0,2        |
| Finansielle indtægter                                                                      | -0,4        | -0,4        | 0,0         |
| Andel af overskud, anden virksomhed                                                        | 0,0         | 0,0         | 0,0         |
| <b>Nettoomkostninger ved public service-virksomhed</b>                                     | <b>80,4</b> | <b>77,7</b> | <b>2,8</b>  |
| Overskud af anden virksomhed                                                               | 0,1         | 0,0         | 0,0         |
| <b>Nettoomkostninger ved public service-virksomhed, inkl. overskud af anden virksomhed</b> | <b>80,4</b> | <b>77,7</b> | <b>2,8</b>  |
| <b>Samlet offentlig finansiering</b>                                                       | <b>75,7</b> | <b>75,7</b> | <b>0,0</b>  |
| -Tilskud over finansloven 2024                                                             | 75,7        | 75,7        | 0,0         |
| <b>Difference</b>                                                                          | <b>-4,6</b> | <b>-2,0</b> | <b>-2,7</b> |