



**PUBLIC SERVICE-REDEGØRELSE  
2018**

## **Forord**

2018-opsummering af TV 2/Fyns bestyrelsesformand og direktør

## **Kapitel 1: Rammer for public service-kontrakten**

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

## **Kapitel 2: Præmis for public service**

- 2.1 Generelt

## **Kapitel 3: Formål med public service**

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

### **Kapitel 3.2 Samarbejde med eksterne partnere**

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

### **Kapitel 3.3 Entreprise-produktioner**

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

## **Kapitel 4: Specifikke public service-forpligtelser**

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

## **Kapitel 5: Betjening af handicappede**

- 5.1 Generelt

## **Kapitel 6: Dansk sprog og europæiske programmer**

- 6.1 Sprogpolitik
- 6.2 Europæiske programmer

## **Kapitel 7: Dialog med befolkningen i regionen**

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

## **Kapitel 8: Tilgængeliggørelse af public service-indhold**

- 8.1 Generelt
- 8.2 Nyhedshistorier i 2018
- 8.3 Nye formater
- 8.4 Beredskab
- 8.5 Arkiver

## **Kapitel 9: Regionale udsendelser uden for TV 2-sendefloden**

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

## **Kapitel 10: Digitale medieplatforme**

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

## **Bilag:**

Udsendelsesvirksomhed for TV 2/Fyn i 2018, tv- og net-produktion.

TV 2/FYN 2018: 81 procent fra eksterne producenter.

## Forord

Forsidebilledet på denne public service-redegørelse viser øjeblikket, hvor TV 2/Fyns erhvervsredaktør Ole Frank Rasmussen og journalist Signe Kjær Lindboe i Holland på stationens vegne modtager CIRCUM-prisen. Det skete for 2018s bedste nyhedshistorie blandt alle europæiske regionalstationer for kampagnen "Et sundere Fyn". Dette var højdepunktet i et år, der for TV 2/Fyns vedkommende var delt i to. Foråret, hvor stationen fortsatte udviklingen og færdiggjorde projekterne i den toårige Strategi 2016-2018. Og efteråret, hvor der via et omfattende udviklingsarbejde blev skabt en fornyet strategi, der nu rækker yderligere to år frem.

TV 2/Fyns nye, overordnede Strategi 2020 er ambitiøs og realistisk. Det samme er målene: At TV 2/Fyn bliver Danmarks førende, regionale mediehus – og dermed dominerende, nyhedsførende og meningsdannende på Fyn.

Strategien bygger videre på så konkret som muligt fortsat at leve op til selve public service-kontraktens formål: At være journalistisk uafhængig af enhver interesse, at være en uundværlig del af den demokratiske debat og at fokusere al udvikling, innovation og nytænkning på TV 2/Fyn inden for nyheder, oplysning, aktualitet, kultur og det liv, der leves i den fynske region. I praksis definerer vi rammerne som *public service-classic*. Det vil sige nyheds- og aktualitetsbåren journalistik, der sætter dagsorden, skaber dialog og peger på løsninger. Det skal formidles i de mange genrer, formater og medieplatforme, som fynboerne og danskerne i disse og de kommende år bruger.

Dette udgangspunkt var også kernen i TV 2/Fyns journalistik i 2018, hvor vi i særlig grad udbyggede vores strategiske position på disse tre styrkepunkter:

- At være bedst af alle til at levere nyheder og journalistik med levende billeder fra Fyn.
- At vi for fynboerne dybt og passioneret leverer kritisk, konstruktiv og relevant journalistik.
- At vi med public service classic-linjen involverer og engagerer os i Fyn og fynboernes liv – og dermed er medvirkende til, at gøre Fyn til et bedre sted at leve.

Det er den linje, der har gjort, at TV 2/Fyn i 2018 blev opfattet som den førende nyhedsformidler og debatskaber på Fyn. Det er samtidig denne retning, som TV 2/Fyns bestyrelse, ledelse og medarbejdere i efteråret udviklede og udvidede med nye mål til en ny, samlet strategi fra 2019 og fremad.

Strategi 2020 har fået titlen: "For Fyn. Med fynboerne." Vi har sammenfattet vores idealistiske ambition i sloganet "Sammen gør vi Fyn bedre". For på TV 2/Fyn bobler idéer og optimisme. Erfaringerne fra 2018, beskrevet i denne redegørelse, viser, at der ikke er grund til andet.

Peter Zinck  
bestyrelsesformand

Esben Seerup  
direktør

# Kapitel 1: Rammer for public service-kontrakten

## 1.1 TV 2/Fyns grundlag

TV 2/Fyn er en af otte, danske, regionale tv-stationer, hvis virksomhed i 2018 har været reguleret i henhold til gældende lovgivning – senest LBK nr. 444 af 8. maj 2018 af lov om radio- og fjernsynsvirksomhed som ændret ved lov nr. 1549 af 18. december 2018 om vedtægt for de regionale TV 2-virksomheder.

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



## 1.2 Dækningsområde

### TV 2/FYN

Olfert Fischers Vej 31  
5220 Odense SØ  
[www.tv2fyn.dk](http://www.tv2fyn.dk)  
Tlf. 6315 6000

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

Finansieringen sker via medielicensen, hvoraf TV 2/Fyns andel i 2018 udgjorde kr. 66.018.000.

## 1.3 Ansatte

TV 2/Fyn har gennemsnitligt beskæftiget 89 fuldtidsansatte i 2018. De er fordelt således:

Ledelse: 5

Administration/service: 9

Redaktion: 70

Teknik: 5

TV 2/Fyns chefgruppe bestod i 2018 fortsat af to redaktionschefer (Rikke Bekker og Mads Boel) en teknik- og produktionschef (Michael Jensen), en økonomichef (Flemming Kjær Hansen/Mette Sigaard) og en direktør (Esben Seerup). I forbindelse med Flemming Kjær Hansens pensionering tiltrådte Mette Sigaard pr. 1. juni som ny økonomichef.

#### 1.4 TV 2/Fyns bestyrelse

Kent Skov Andreasen, formand

Peter Zinck, næstformand

Uffe Strandby

Suresh Jeyasingham

Rikke Kaas Molin

Kent Madsen

Martin Mulvad Ernst (medarbejdervalgt)

Ved valg til ny bestyrelse den 27. november blev Maren Skotte, Gitte Madsen, Lars Havelund og Jakob Risbro (medarbejdervalgt) valgt, mens Kent Skov Andreasen og Rikke Kaas Molin ikke var på valg på grund af opstillingsreglerne. Kent Madsen og Martin Mulvad Ernst opnåede ikke valg. Samme aften konstituerede ny bestyrelse sig med valg af Peter Zinck som ny formand og Maren Skotte som ny næstformand med virkning pr. 1. januar 2019.

#### 1.5 Sendetid og udsendelsesaktivitet

Der har i 2018 været følgende udsendelsesaktivitet:

- TV 2/FYN har i TV 2-vinduerne udsendt 260 timer, hvoraf 47 timer er regionale reklamer. I forhold til 2017 er der i 2018 sendt 11 timer mindre, hvilket skyldes TV 2s store sportssendinger fra VM i håndbold i januar, VM-fodbold i juni og EM-håndbold i december. Endelig havde TV 2/FYN ikke ekstra sendetid som i 2017 på grund af kommunalvalget i november det år. Hovedudsendelsen kl. 19.30 på TV 2 har siden januar 2014 været én sammenhængende nyhedsudsendelse uden afbrydelser, hvor indholdet er klassisk nyhedsformidling: Aktualitet, oplysning om væsentlige emner og reportager inden for især politik, kultur og det mangfoldige liv i den fynske region. Alle udsendelser på TV 2 er over for seerne varedeklareret i vandmærket på TV 2 med ordet "nyheder" som integreret del.
- På 24-timers kanalen, TV 2/FYN Nyhedskanalen, blev der i 2018 udsendt 8.754 timer mod 8.767 timer i 2017. "Nyhedsvinduerne" på TV 2 er samsendt med 24-timers kanalen. Her var langt hovedparten af det nyproducerede stof det daglige, aktuelle nyhedsshow, "17til20", og det tværregionale reportageprogram, "Så'Danmark". Undtagelserne er aktuelle live-transmissioner fra kultur-, sport- og andre events. Alt i alt fortsatte TV 2/Fyn linjen fra 2017, hvor alt indhold var 100 procent public service-classic, fordi alle tidløse og u-aktuelle programformater nu er endegyldigt ophørt. I december lukkede nyhedsshowet 17til20, fordi Strategi 2020 betyder en videreudvikling af dette til et "news-to-web"-flow, der kombinerer nyheder, lives og events til både web-, mobil- og kanalplatformen.

Stationen har været on air på kanalen i 5.811 timer, hvor 288 timer fordelte sig på trailere, sponsorer mv. Udsendelsesstatistikken for 2018 har en mere specifik fordeling af sendetiden, hvilket fremgår af bilaget bagerst.

## 1.6 Reklamer

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

## 1.7 Geografi

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

En opgørelse over TV 2/FYNs online-dækning i 2018 giver et pejlemærke af den geografiske spredning i 2018-dækningen. Her ses, at Odense, den største fynske kommune og hovedby i den fynske region, får en overdækning af indhold i forhold til de øvrige ni fynske kommuner.

Nedenstående tabel viser TV 2/Fyns dækning sammenholdt med befolkningsgrundlaget i de 10 fynske kommuner for 2018.

### Dækning fordelt på kommuner i forhold til befolkningsgrundlag 2018

Kommune	Befolkning	Andel	Andel artikler	Forskel	Antal artikler
Assens	41328	8,3	5,0	-3,3	187
FMK	51536	10,4	7,2	-3,2	268
Kerteminde	23756	4,8	3,5	-1,3	132
Langeland	12641	2,5	2,4	-0,1	91
Middelfart	38210	7,7	7,0	-0,7	262
Nordfyn	29516	5,9	4,4	-1,5	166
Nyborg	32032	6,5	6,2	-0,3	231
Odense	202348	40,8	51,6	10,8	1930
Svendborg	58698	11,8	11,5	-0,3	431
Ærø	6178	1,2	1,2	-0,0	45
I alt	496243	100,0	100,0	0,0	3743

TV 2/Fyns redaktion bruger tabeller som disse som en rettesnor til udvælgelse af cases og historier i den løbende, journalistiske dækning, så der opnås bedst mulig balance. Eksempelvis er der derfor i 2019 nu fokus på at løfte dækningen fra især Assens og Faaborg-Midtfyn. I den samlede vurdering skal dog også medtages andre parametre. For eksempel, at der er andre forklaringer på, at eksempelvis Odense trækker næsten halvdelen af web-artikler. Byen er centrum for regionens sundheds- og uddannelsessystem, politi og retsvæsen, infrastruktur, erhvervs- og kulturliv. Dette er områder, der indeholder nyhedsstof af bred interesse for hele Fyns befolkning.

## 1.8 TV 2-vinduerne: Programplan og seertal

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



TV 2/Fyn fastholdt i 2018 det faktiske antal seere til hovedudsendelsen kl. 19.30 på TV 2 på 48.000. Samtidig steg den såkaldte share fra 39,0% i 2017 til 41,3% i 2018 for samme udsendelse.

Fastholdelsen af det faktiske seertal (rating) og fremgangen i andelen af seere med fjernsynet tændt (share), der sker i et ellers faldende marked for traditionel tv-sening, skyldes især tre ting:

1. En fortsat forbedring af nyhedsindholdet, journalistisk og produktionelt, blandt andet i form af færre, men grundigere og bedre fortalte nyhedshistorier, afviklet i et nyt studie med bedre grafiske præsentationsmuligheder på blandt andet bagskærme.
2. Et fortsat forbedret samarbejde med TV 2 DANMARK, så fokus i timerne kl. 18.00-20.00 med de nationale nyhedsudsendelser kl. 18.00 og 19.00 konstant leder seerne til de regionale nyheder kl. 17.15, 18.20 – og altså 19.30, hvor TV 2/Fyns hovedudsendelse udkommer.
3. En øget indsats på TV 2/Fyns øvrige medieplatforme – website, nyhedssite, sociale medier - med konsekvent kryds-promovering af dagens nyhedsstrøm frem mod dagens 19.30-udsendelse.

#### **TV 2/FYN seertal 2015-2018 share (TV 2-vinduer) Alle i DK 12+**

	<b>2018</b>	<b>2017</b>	<b>2016</b>	<b>2015</b>
<b>12.30</b>	36,2	36,3	30,9	29,4
<b>17.15</b>	23	24,8	20,7	21,8
<b>18.20</b>	34,7	36,5	33,1	34,1
<b>19.30</b>	41,3	39,0	38,6	36,8
<b>22.25</b>	24,6	25,9	25,2	26,7

#### **TV 2/Fyn seertal 2015-2018 rating (TV 2-vinduer) Alle i DK 12+**

	<b>2018</b>	<b>2017</b>	<b>2016</b>	<b>2015</b>
<b>12.30</b>	9 (2,1%)	10 (2,3%)	8 (2%)	7 (1,9%)
<b>17.15</b>	11 (2,4%)	13 (2,9%)	10 (2,5%)	12 (3,1%)
<b>18.20</b>	26 (5,9%)	30 (6,7%)	22 (5,8%)	27 (7%)
<b>19.30</b>	48 (10,8%)	48 (10,8%)	43 (11,2%)	46 (12%)
<b>22.25</b>	25 (5,51%)	29 (6,6%)	29 (7,5%)	34 (8,9%)

Rating (000) + (Rating i %)

**Fordelingen mellem de syv regioner (19.30, TV 2-vinduer, Bornholm ikke med på grund af usikkerhed i måling)**

	<b>2018 Rating i pct.</b>	<b>2018 Share i pct.</b>
<b>TV 2/NORD</b>	10,6	39,6
<b>TV MIDTVEST</b>	16	47,4
<b>TV 2   ØSTJYLLAND</b>	8,9	39,2
<b>TV SYD</b>	11,6	39,4
<b>TV 2/FYN</b>	10,8	41,3
<b>TV ØST</b>	10,1	31
<b>TV2/ Lorry</b>	6,7	27,3
<b>Danmark (ekskl. Bornholm)</b>	9,5	35,3

### **1.9 TV 2/Fyn Nyhedskanalen: Programplan og seertal**

Strategien for TV 2/Fyn Nyhedskanalen, stationens egen tv-kanal, blev ændret i 2016. Kanalen var i 2018 fuldt integreret som den afgørende nyhedsmotor i TV 2/Fyns mediesystem. På kanalen udkom nyhedsstof i 2018 sideløbende med tv2fyn.dk, hvorefter det blev kanaliseret videre til de øvrige medieplatforme i formater, der passer til TV 2-vinduerne, tv2fyn.dk og Facebook.

Derfor fulgte TV 2/Fyn Nyhedskanalen året igennem nyhedsstrømmen i samfundet – og selve tv-produktionen var koncentreret om nyhedsshowet "17til20" på alle hverdage i cirka 40 højsæson-uger. Mens nyproduktion var meget begrænset i ferieperioder og weekender. Dette medfører store svingninger i tv-seningen, når man gør de gennemsnitlige seertal op på årsbasis. Således var den gennemsnitlige share for 19.30-udsendelsen 0,5 – og for hele døgnet i 2018 begrænset til 0,2 – hvilket er en tilbagegang i forhold til 2017, hvor døgn-sharen på 0,3 var påvirket af den intense live-dækning af kommunalvalget i november.

Som konsekvens af den manglende gennemslagskraft med Nyhedskanalen blev "17til20"-programmet nedlagt i slutningen af november 2018 som konsekvens af Strategi 2020, mens det daglige reportageprogram "SåDanmark" ligeledes blev lukket fra januar 2019.

## Kapitel 2: Præmis for public service

### 2.1 Generelt

Udviklingsarbejdet af TV 2/Fyns Strategi 2016-2018 blev af bestyrelsen tilbage i efteråret 2015 bevidst lagt i en toårig ramme, der dermed passede med den resterende del af den fireårige periode, som den daværende Mediaaftale og public service-kontrakt dækkede indtil 31. december 2018. Den endelige strategi havde samtidig udvikling af indholdet til ”både tv, internet og de andre platforme, som seere og brugere efterspørger”, som præmissen for public service er formuleret.

Dette var hele strategiens omdrejningspunkt.

I den konkrete Strategi 2016-2018 ses dette tydeligst med udviklingen af TV 2/Fyns eget ”økosystem”, circle-of-life, som er rammen for, hvordan den enkelte historie skal formateres til henholdsvis TV 2-vinduer, TV 2/Fyn Nyhedskanalen, tv2fyn.dk og TV 2/Fyns Facebook-side.

Samtidig er et nyt nøglebegreb ”ATAWAD” indført. Det står for *AnyTimeAnywhereAnyDevice*, så vi i det daglige husker, at seeres og brugeres behov i dag er at kunne se nyheder på de tidspunkter og de platforme, der passer dem.

Denne retning blev udviklet og konstant udvidet i 2018.

## Kapitel 3: Formål med public service

### 3.1.1 Generelt

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

I de følgende år har TV 2/Fyn udviklet sig trin for trin i denne strategiske retning, som blev samlet tilbage i foråret 2016, hvor bestyrelsen vedtog en ny, samlet Strategi 2016-2018. Her er alle fornyelser knyttet sammen til en ren, fokuseret og enkel *public service classic*-indholdslinje på alle medieplatforme. Denne linje er nu yderligere udbygget med Strategi 2020.

### 3.1.2 Strategi 2016-2018

Selv om TV 2/Fyn i efteråret udviklede en ny strategi for årene fremad, byggede alt indhold på TV 2/Fyns medieplatforme i 2018 på den retning, som Strategi 2016-2018 formulerede. Det vil sige med en kerne af de klassiske, journalistiske nyhedskriterier i sit indhold. Altså med aktualitet, væsentlighed, identifikation, overraskelse og en kritisk og konstruktiv tilgang i vinklingen af de enkelte historier.

Dermed sikres den fynske befolkning adgang til både væsentlig samfundsinformation og debat, og samtidig garanterer tv-stationens professionelle brug af nyhedskriterierne, at der i al journalistik er tilstræbt kvalitet og alsidighed – og med afgørende vægt på både informations- og

ytringsfrihed. Dette er jo selve forudsætningen for fri og uafhængig nyhedsjournalistik i et demokratisk samfund.

Visionen i 2016-2018-strategien lyder:

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

I praksis blev denne vision efterstræbt ved, at der på alle TV 2/Fyns medieplatforme igennem hele 2018 udelukkende blev produceret nyheds- og aktualitetsindhold – med den mangfoldighed, som de forskellige stofområder giver. For eksempel er der et særligt øje på især kulturformidling fra hele den fynske region.

Samtidig blev Strategi 2016-2018 suppleret med eksperimenterende spor fra den kommende strategi, der blev udviklet i efteråret: Med konstruktive, journalistiske kampagner, oprettelse af en unge-redaktion og endnu større involvering i events på Fyn.

Linjen har betydet et endegyldigt farvel til programmer, der ikke har nyheds- eller aktualitetsindhold. Både fra TV 2/Fyns egne reportere og fra eksterne producenter. Tidligere tiders programmer inden for hobby, livsstil, underholdning etc. eksisterer således ikke længere på TV 2/Fyn.

### **3.1.3 Vision, værdier, strategisk position og målbare mål**

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

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

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

- TV 2/Fyn skal frem mod 2018 udvikle sig til et førende mediehus i regionen.
- TV 2/Fyn skal aktivt, deltagende og tydeligt engagere sig i fynboernes liv og ved aktuelle events.
- TV 2/Fyn skal oplyse og engagere seere og brugere i den demokratiske debat og udviklingen i regionen.

De overordnede mål, der tager udgangspunkt i visionen og værdierne – ”Vi sætter dagsorden. Vi skaber debat. Vi er tæt på” – for TV 2/Fyns fire medieplatforme:

- Mål for TV 2-vinduer: Share skal fastholdes.  
Resultat: TV 2-vinduernes share i hovedudsendelsen kl. 19.30 steg gennemsnitligt fra 39,0 procent i 2017 til 41,3 procent i 2018, og de faktiske seertal blev stort set fastholdt med 48.000 gennemsnitligt mod 49.000 i 2017.
  
- Mål for Nyhedskanalen TV 2/Fyn: Kendskab til kanalen og dækning skal øges.  
Resultat: TV 2/Fyn Nyhedskanalens dækning faldt i 2017 fra en gennemsnitlig share på 0,3 i 2017 til 0,2 i 2018. Samtidig viste et analysearbejde i forbindelse med Strategi 2020, at kanalens gennemslagskraft blandt publikum udelukkende var tydelig ved breaking news, store events og live-transmissioner.  
  
Det indre mål om, at kanalen samtidig skulle fungere som den afgørende, interne nyhedsmotor, der er defineret i Strategi 2016-2018, for journalistikken til alle TV 2/Fyns platforme blev opfyldt.
  
- Mål for tv2fyn.dk: Antallet af brugere skal vokse.  
Resultat: tv2fyn.dk oplevede en kraftig vækst i 2017, både i form af flere brugere, flere sessions og højere tidsforbrug i gennemsnit pr. web-besøg.
  
- Mål for sociale medier: Størst på Fyn.  
Resultat: TV 2/Fyns Facebook-side, der allerede i 2016 passerede de regionale mediekonkurrenter fra Fyens Stiftstidende og DR Fyn, som den med flest følgere, har fastholdt denne position og nåede godt 43.000 følgere, en fremgang på cirka 7 procent i forhold til 2017.

Som det også fremgår i punkt 2, 3 og 4, er de overordnede mål for alle tre af de fire medieplatforme altså blevet opfyldt i 2018. Som konsekvens af Nyhedskanalens manglende gennemslagskraft som flow-tv-kanal bliver indholdet markant ændret som følge af TV 2/Fyns nye Strategi 2020. Som følge deraf blev nyhedsshowet "17til20" lukket ved udgangen af november, kort tid efter at TV 2/Fyns bestyrelse den 27. november havde vedtaget Strategi 2020. Et udviklingsarbejde med det første strategiprojekt, "news-to-web" blev straks efter igangsat i december, og "news-to-web" forventes at have premiere i slutningen af Q1 i 2019.

### **3.1.4 Seks konkrete strategiprojekter fortsat i 2018**

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

Alle seks bygger på det interne "Circle-of-life"-mediesystem, som TV 2/Fyns Strategi 2016-2018 bygger på.

### CIRCLE OF LIFE



Her er filosofien, at den enkelte historie skal udkomme i forskellige versioner, tilpassede formater og på forskellige tidspunkter, så den rammer flest mulige fynboer og det tidspunkt og den medieplatform, der passer dem.

De seks strategiprojekter så således ud:

- "17-20": Nyt nyhedsshow på kanalen. Premiere i november 2016 og fortsat indtil november 2018.
- Journalistik på alle dine platforme: Sat i gang i oktober 2016 og fuldt integreret i 2018.
- Nyheder fra morgen til aften: Sat i gang i oktober 2016 og fuldt integreret i 2018.
- Tættere på i det fynske folks tjeneste: Sat i gang under kommunalvalgkampen i efteråret 2017 og fortsat i 2018, blandt andet med "Royal Run", "Tinderbox Band Battle" etc. i 2018.
- Journalistik med relevans for dig: Igangsat i 2017 og integreret i 2018.
- Målrettet pilotprojekt mod børn og unge: Afprøvet via "Stem'rne" i efteråret 2017 og udviklet til ny, fast fagredaktion, "Bemærk", i 2018.

#### 3.1.5 Investeringer og fortsat udvikling mod public service classic

Investeringer i 2018 var præget af forårets medieforhandlinger, hvor TV 2-regionerne i regeringens oprindelige udspil stod til en 10-procents besparelse fordelt over en 5-årig periode. Dette medførte en tøven i investeringer og en skærpet påpasselighed over for brug af de journalistiske resurser.

I august 2018, da Mediaaftalen for 2019-2023 var kendt, blev et omfattende udviklingsarbejde, der involverede bestyrelse, ledelse og medarbejdere, igangsat, så den toårige Strategi 2020 blev færdiggjort til bestyrelsens godkendelse i november 2018.

Største, tekniske fornyelse var indkøb af droner – og uddannelse af to certificerede TV 2/Fyn-medarbejdere – til yderligere styrkelse af det visuelle udtryk i form af luftbilleder til nyheds- og reportagedækning inden for public service classic-linjen.

### **3.1.6 12 måneders udvikling på TV 2/Fyn**

Aktiviteterne – udviklingen af det journalistiske indhold, gennemførelsen og implementeringen af alle seks strategiprojekter i Strategi 2016-2018 – har i 2018 alle haft direkte sammenhæng med TV 2/Fyns public service classic-indhold.

TV 2/Fyn oprettede i august sin fjerde fagredaktion, hvor journalister i teams er fælles om at dække et stofområde. Efter oprettelsen af Politik i 2013 (justeret til Samfund i 2017), Kultur i 2013 (justeret til Kultur & Folketjeneste i 2017), Business og Digital i 2016 blev Bemærk-redaktionen etableret i august 2018. Denne fagredaktion har som mål direkte at udvikle public service-indhold til unge, for unge, lavet af unge journalister.

Samtidig blev det medie- og uddannelsesinstitutionsnetværk, der i 2017 blev skabt for at få flere unge til at stemme til kommunalvalget i 2017 fortsat og udbygget. Konkret ved at oprette "Det Fynske Medieakademi", hvor TV 2/Fyn var driver i at samle gymnasieelever fra to skoler og udvikle et talentprogram i samarbejde med Center for Journalistik, Fyens Stiftstidende og DR Fyn.

Samtidig udvidede TV 2/Fyn i 2018 sine udadvendte og live-baserede aktiviteter i forbindelse med store events på Fyn. For eksempel under kulturfestivalerne Heartland og Tinderbox og som hovedproducent for den fynske del af "Royal Run" i Odense til TV 2 DANMARKs nationale flade hele den dag.

Endelig producerede TV 2/Fyn i samarbejde med Fyens Stiftstidende en undersøgende dokumentarudsendelse om grov stålværksforurening i Italien fra leverandøren af stålet til Storebæltsbroen.

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

#### **Januar**

- Knap tre timers live-sending fra Sportslørdag-event i Odense Idrætshal kulminerer ugelang optakt op til kåring af blandt andet "Årets Sportsnavn" på Fyn.
- TV 2/Fyn deltager med øvrige TV 2-regioner i tre timers live-transmission fra DM i Skills fra Messecenter Herning.

#### **Februar**

- Finalen i den landsdækkende "SmartParatSvar"-konkurrence, som TV 2-regionerne sammen med skolebibliotekarere og biblioteker står bag, transmitteres live fra Magasinet i Odense.
- Gaffa-prisen uddeles for første gang i Odense, og TV 2/Fyn dækker rockfesten live fra Odenses nye musik- og kulturhus, Odeon.

## Marts

- TV 2/Fyn sætter i samarbejde med DGI Fyn gang i 15 løbeklubber rundt på hele Fyn for at engagere fynboerne til "Royal Run" i forbindelse med kronprins Frederiks 50-års fødselsdag i maj.
- Tina Bue-sag vokser: TV 2/Fyn-afdækning af hvordan tidligere, mangeårigt byrådsmedlem i Odense Kommune, sammenblander egen firma-interesse med ansættelse i kommunen, begynder.

## April

- TV 2s "Station 2" og TV 2/Fyn samarbejder om en dokumentar-serie om eftervirkningerne fra betonklods-motorvejsdrabet på den fynske motorvej for nogle år siden.
- TV 2/Fyn og Tinderbox står bag talentkonkurrence med fynske rockbands, der over tre aftener dystet om at komme til at stå på den rigtige rockfestivalscene i juni.
- Cortex Park ved SDU danner ramme for finalen i sæson 2 af Citizen science-projektet "Et sundere Fyn", som TV 2/Fyn, SDU og Odense Universitetshospital har taget initiativ til.
- TV 2/Fyn modtager for første gang i stationens historie en af førstepriserne ved Prix Circom, som regionale public service-stationer fra hele Europa deltager i. Prisen gives i "news for all" for "Et sundere Fyn"-konceptet i 2017.

## Maj

- Medie- og demokratiprojektet Stem'rne afsluttes med en konference i forbindelse med Demokratifestivalen på Ollerup Højskole. Her præsenteres samtidig resultaterne af kampagnen op til kommunalvalget i 2017: Fremgangen i valgdeltagelsen blandt unge var dobbelt så stor på Fyn som i det øvrige Danmark. Samtidig har en dokumentarudsendelse om hele projektet oktober-november premiere. Stem'rne medtages senere i EBU's årlige oversigt over de "50 best cases" fra public service-broadcastere i hele Europa.
- TV 2/Fyn er både journalistisk og produktionsleverandør i TV 2 DANMARKS største event-sending i 2018, da "Royal Run" gæster fem byer, herunder Odense. Med base i Kongens Have leverer TV 2/Fyn næsten fire timers live-sending fra kronprinsparrets løb gennem byen, heraf knap to timer til TV 2s hovedsignal.
- På Heartland Festival er TV 2/Fyn en integreret del af festivalpladsen med egen træhytte og livesendinger i "17til20"-formatet – og som leverandør til TV 2 News.

## Juni

- TV 2/Fyn er både selv – og sammen med de øvrige TV 2-regioner – meget synligt til stede på Folkemødet på Bornholm. Ud over løbende live-dækning af Fyn-relevante debatter deltager TV 2/Fyn også med bidrag til den tværregionale humor-scene, som TV 2-regionerne for første gang står for.



- TV 2/Fyns unge medarbejdere står for helt ny form for dækning af rockfestivalen Tinderbox, blandt andet med etablering af egen scene med underholdning og interviews.

## Juli

- TV 2/Fyns sendeflade er rensset for for-produktion. I stedet sendes der hele sommeren igennem dagligt live hver aften fra et nyt sted fra det fynske sommerland i TV 2-vinduerne. Eksempelvis fra Langelands Festivalen i uge 29.

## August

- Odense Film Festival, H.C. Andersen-festival og film-eventen Svend-festen dækkes intenst på TV 2/Fyns platforme.
- "Bemærk" etableres som TV 2/Fyns femte fagredaktion med opgaven at skabe relevant indhold direkte til en ung målgruppe, der primært skal nås via digitale og sociale platforme.
- TV 2/Fyns udviklingsproces mod Strategi 2020 skydes i gang med stormøde for bestyrelse og medarbejdere og oplæg fra Geir Terje Ruud, Norsk Telegram Bureau, Ulrik Haagerup, Constructive Institute, og Per Westergård, Jysk Fynske Medier. Umiddelbart efter sættes fire arbejdsgrupper i gang.

## September

- TV 2/Fyn medvirker i "Beskæftigelsesalliance"-kampagne sammen med Odense Kommune, fagbevægelse og arbejdsgivere, der som mål har at få arbejdsløse i virksomhedspraktik. Skydes i gang med event i Ikea i Odense – og følges senere på måneden op med involvering i jobmesse i Odense Congress Center. I alt får 422 ledige virksomhedspraktik som følge af kampagnerne.
- TV 2/Fyn og Syddansk Universitet står i fællesskab for nyt citizen science-projekt ved navn "Litteraturen rykker ud". Kampagnen skydes i gang med borgermøde og efterfølgende skriveværksted og har som mål at knytte litteratur sammen med sundhedsforskning under begrebet narrativ medicin.
- I samarbejde med SPIS-madfestivalen i Odense markerer TV 2/Fyn for første gang "Rygeostens Dag". Ved en event på Flakhaven i Odense konkurreres om, hvilke af fire madretter med den fynske egns-ost, der smager bedst.
- "Det fynske medieakademi", som TV 2/Fyn og SDU har taget initiativ til, går i luften i samarbejde med Fyens Stiftstidende, DR Fyn og to udvalgte gymnasieklasser fra Det Blå Gymnasium i Glamsbjerg og Nordfyns Gymnasium i Sønderlø. Medieakademiet ruller med undervisning og medietræning for 20-25 gymnasieelever resten af efteråret og er indvævet i deres undervisningsforløb.
- Premiere på undersøgende dokumentar om massiv forurening fra den italienske producent, der leverede stålet til Storebæltsbroen i 1990'erne. Dokumentarpakken, der udkommer på alle TV 2/Fyns platforme, er lavet i samarbejde med Fyens Stiftstidende og

udkommer samtidig i Jysk Fynske Mediers Danmark-sektion i hele avis-koncernens udgivelsesområde.

## Oktober

- TV 2/Fyn deltager sammen med alle andre TV 2-regioner i fælles live-transmission på Christiansborg under Folketingets åbningsdag.
- I forbindelse med Kim Larsens dødsfald sender TV 2/Fyn live fra det mindeoptog, der fylder Odenses gader den efterfølgende fredag. For første gang eksperimenteres der med to live-signaler på én gang – ét til TV 2/Fyns nyhedskanal og ét til tv2fyn.dk.
- Relationsprojektet "100 fynboer", hvor alle TV 2/Fyn-medarbejdere på skift er på hjemmebesøg hos almindelige fynboer skydes i gang. "100 fynboer"-konceptet er udviklet med mediesociolog Søren Schultz Jørgensen og vil løbe langt ind i 2019 for, at TV 2/Fyns medarbejdere får en bedre fornemmelse for og mere viden om fynboernes liv og medievaner.

## November

- TV 2/Fyn kører i bus med Bagenkop-delegation til TV 2-regionernes finale i Helsingør i den landsdækkende konkurrence "Fantastiske Fællesskaber", der hylder de foreninger og frivillige, der gør noget særligt i en lokalsamfund. Finalen, som en forening på Sjælland vinder, live-transmitteres på TV 2/Fyns kanal og streames på tv2fyn.dk.
- For andet år i træk vinder en TV 2/Fyn-journalistpraktikant prisen for bedste praktikantjournalistik, da "Kredsen af journalistikstuderende i Odense" uddeler "Årets Jern-Henrik". William Ejsing blev hyldet for en serie om seksuelt misbrugte unge, der ikke får behandling i deres voksenliv.
- TV 2/Fyns bestyrelse vedtager Strategi 2020 – og vælger i alt fire nye til bestyrelsen pr. 1. januar. Peter Zinck og Maren Skotte konstitueres som kommende formand og næstformand
- "17til20"-nyhedsshow stopper på TV 2/Fyn Nyhedskanalen som følge af ny strategi.
- TV 2/Fyn og SDU går i luften med årets tredje Citizen science-kampagne, der får titlen "Frit lejde". Og som har målet, at fynboerne indleverer udtjent elektronik og andre elektriske apparater på fire fynske genbrugsstationer, hvorefter det skrottede repareres frem for at blive smidt ud. I alt 800 fynboer deltager i den undersøgelse, som SDU-forskere har tilknyttet.

## December

- Producenternes Dag, inkl. pitchdag, holdes på TV 2/Fyn, hvor linjen i Strategi 2020 – blandt andet med meget mere eventdækning – præsenteres.

- Strategiprojektet "news-to-web" og udvikling af nyt koncept til den sene nyhedsudsendelse på TV 2 sættes i gang i udviklingsgrupper. Begge projekter får premiere i første kvartal af 2019.

### 3.1.7 Målgruppen

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

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

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

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

TV 2/Fyn har i 2018 ikke udviklet programmer eller nyhedsindslag specifikt til børn, men der har imidlertid været en stribe programmer – for eksempel konkurrenceprogrammet "SmartParatSvar", der er arrangeret i samarbejde med de danske biblioteker – rettet mod denne målgruppe.

Til gengæld oprettede TV 2/Fyn som den første TV 2-region i efteråret en decideret unge-redaktion, Bemærk, som primært – men ikke kun – udkommer på sociale og digitale platforme. Dette skete sideløbende med igangsætningen af "Det fynske medieakademi", hvor elever fra to fynske gymnasieklasser hele efteråret blev trænet i medieforståelse og journalistik i et samarbejdsprojekt med Syddansk Universitet og de øvrige fynske mediehus.

I Strategi 2020 har TV 2/Fyn for første gang defineret præcise målgrupper inden for hver af de forskellige medieplatforme og vil i den nye strategiperiode arbejde målrettet på et styrket kendskab og relation til disse.

## Kapitel 3.2 Samarbejde med eksterne partnere

### 3.2.1 Generelt

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

og politisk uafhængighed, som TV 2/Fyn både som public service-station og professionelt mediehus efterlever.

Samarbejdsfladerne i 2018 blev udvidet betydeligt med nye spændende projekter, hvor især Syddansk Universitet spillede en vigtig rolle.

### **3.2.2 TV 2 DANMARK**

Samarbejdet med TV 2 blev fortsat og yderligere styrket i 2018. Dels ved, at TV 2/Fyn som regionalt nyhedscenter i stigende grad fungerede som TV 2/Nyhedernes faste samarbejdspartner, dels ved konsolidering af TV 2/Nyhedernes Christiansborg-redaktion som TV 2/Fyns og de øvrige TV 2-regioners redaktionelle base i Folketinget. Og dels ved at udvikle nye indsatsområder – for eksempel fælles, journalistiske kampagner – til igangsætning i 2018.

Samarbejdet mellem de to tv-stationer i Odense – TV 2s hovedkvarter ligger i centrum, og TV 2/Fyn i Odense SØ, seks km derfra – er nært, tillidsfuldt og på det hidtil højeste og mest omfattende niveau. Det sker ud fra den fælles publicistiske vision – ”Fra hele Danmark. Til hele Danmark” – som de ni bestyrelsesformænd fra TV 2 og TV 2-regionerne i efteråret 2015 blev enige om at arbejde efter. Og som blev genbekræftet i en fornyet version på et fælles formands- og direktørmøde i december 2018, hvor nye spor blev lagt for det kommende år.

I 2018 har dette udmøntet sig i:

- At TV 2/Fyn fortsat har trænet sine nyhedsværter med TV 2s studieværtscoach.
- At TV 2/Fyn har fortsat det designmæssige samarbejde med TV 2, som blev sat i gang i 2013, hvor TV 2/Fyn implementerede samme nyhedsgrafik som TV 2/Nyhederne.
- At TV 2/Fyn er med i den nu etablerede, digitale udvekslingsaftale mellem eksempelvis tv2.dk og tv2fyn.dk.
- At TV 2/Fyn fortsatte sin vækst i at levere indslag til TV 2/Nyhederne, gennemstillinger til TV 2 News og vice versa.
- At TV 2, TV 2/Nord og TV 2/Fyn i fællesskab i december slog en stilling op som Christiansborg-redaktør for at styrke de to TV 2-regioners politiske indhold og samtidig supplere TV 2/Nyhedernes egen dækning med relevante, regionale vinkler.
- At TV 2 og TV 2/Fyn (og de øvrige TV 2-regioner) i fællesskab stod bag udviklingen af en fælles kandidattest til det kommende folketingsvalg – og at dækningen af dette bliver fuldt integreret med både dækning og events.
- At TV 2/Fyn sammen med de øvrige TV 2-regioner nu har en kontraktlig aftale med TV 2 om juridisk assistance i medieret etc.
- At TV 2/Fyn stod for både den tekniske og journalistiske produktion til TV 2s landsflade, da ”Royal Run”-eventen med kronprinsparret i spidsen gæstede Odense i et par timer i pinsen.

Det nære samarbejde med TV 2 DANMARK vil fortsætte i samme spor i 2019, for det er TV 2/Fyns ambition at dele centrale, fynske nyhedshistorier med resten af landet via TV 2 DANMARK.

### **3.2.3 Ritzau**

TV 2/Fyn fortsatte i 2017 samarbejdet med Danmarks nationale nyhedsbureau, Ritzau, om daglig levering af én til tre "citathistorier" med tilhørende videoklip.

Historierne distribuerer Ritzau derefter ud til sine mediekunder, som kan bruge historierne på deres digitale platforme. På den måde når en TV 2/Fyn-historie ud til primært online-avislæsere i hele Danmark. Samarbejdet med Ritzau vil fortsætte og blive videreudviklet i 2019, hvor det er både Ritzaus og TV 2/Fyns mål at udvide samarbejdet i takt med, at det mediepolitiske klima mellem avishuse og public service-medier bedres efter den politiske diskussion op til Mediaaftalen i sommeren 2018.

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

TV 2/Fyn fortsatte i 2018 sit tætte samarbejde med regionens tredje, centrale og regionale medieaktør, Jysk Fynske Medier, som blandt andet udgiver dagbladene Fyens Stiftstidende, Fyns Amts Avis og websitet fyens.dk.

På trods af den til tider ophidsede mediedebat samarbejder TV 2/Fyn, DR Fyn og Jysk Fynske Medier hver gang, at det er fornuftigt for parterne – og for det fynske samfund. Således også i 2018. Både om Sportslørdag i januar og i forbindelse med unge-projektet "Det fynske medieakademi" i efteråret.

Desuden live-dækkede TV 2/Fyn Fyens Stiftstidendes store, "fynske folkemøde" en lørdag i september, og også her arbejdede redaktionerne tæt sammen.

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

I 2019 vil samarbejdet fortsætte mellem TV 2/Fyn og de fynske avis-huse fra Jysk Fynske Medier-koncernen.

### **3.2.5 DR Fyn**

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

Samarbejdet med DR er fortsat i 2018 især efter det succesfulde samarbejde under "Stem'rne"-kampagnen i efteråret 2017. Samarbejdet i 2018 var præget af den mediepolitiske situation og de deraf afledte nedskæringer i DR.

Både DR Fyn og TV 2/Fyn har også i 2019 ønsker om at fortsætte det nære samarbejde.

### **3.2.6 Syddansk Universitet**

SDU, hvor TV 2/Fyn helt tilbage fra 2014 etablerede et samarbejde med især Center for Journalistik om en række konkrete projekter, blev en helt central partner i 2018. Dels fortsat med

deltagelse i universitetets Mediacamp, hvor fem gymnasieklasser i en uge arbejdede med journalistik med TV 2/Fyn-redaktører i dommerpanel og med dækning. Men i høj grad også i både færdiggørelsen af unge-projektet "Stem'rne", hvor SDU bidrog kraftigt med videnopsamling og analyse af resultaterne fra kampagnen. Dette blev markeret med en konference på Ollerup Højskole Grundlovsdag, hvor den akademiske afrapportering viste, at "Stem'rne" havde medført, at stigningen i unges valgdeltagelse under kommunalvalgkampen i 2017 var dobbelt så stor på Fyn som gennemsnittet i det øvrige Danmark.

SDU var også en afgørende mediepartner i sæson 2 af "Et sundere Fyn", som er det første, store "Citizen Science"-projekt i Europa, hvor borgere aktivt involveres i svære, videnskabelige beslutninger som at vælge mellem fem forskellige sundhedsprojekter, der skal forskes i. Projektet udvides i 2019 til at omfatte Syd- og Sønderjylland og vil under titlen "Et sundere Syddanmark" nu også have TV Syd med som mediepartner.

Det tætte samarbejde medførte to andre Citizen Science-projekter mellem SDU og TV 2/Fyn: En kampagne i september om litteratur og narrativ medicin. Og en ny i november, hvor TV 2/Fyn og SDU-forskere satte fokus på fynboernes brug-og-smid-væk-kultur af elektriske apparater.

I alle tre kampagner har SDU-forskere, TV 2/Fyn og fynske borgere fået værdi ud af projektet. Forskerne i form af ny viden, TV 2/Fyn i form af forfriskende og konstruktivt tænkt journalistik og fynboerne i form af en helt ny form for involvering og engagement.

Endelig var SDUs Center for Journalistik og TV 2/Fyn drivere i at videreføre unge-samarbejdet i det fynske mediemiljø i form af oprettelsen af "Det fynske medieakademi".

Samarbejdet med SDU fortsætter i 2019 med nye, udviklende projekter – til gavn for både TV 2/Fyns journalistik og for udviklingen i den fynske region.

### **3.2.7 Øvrige**

TV 2/Fyn samarbejder løbende med en lang række aktører inden for det fynske erhvervs-, kultur- og politiske liv. Især om live-dækning af diverse begivenheder så som jobmesse, kulturfestivaler og andre events.

I 2018 blev nye samarbejdspartnere føjet på listen. For eksempel to fynske gymnasier, der medvirkede i "Det fynske medieakademi". Og rockfestivalen Tinderbox, som sammen med TV 2/Fyn i foråret stod for "Tinderbox Band Battle", hvor unge fynske bands kæmpede om at spille på den rigtige festivalscene i juni. På samme måde lagde SPIS-festivalen stand til "Rygeostens Dag" i september i Odense, hvor en TV 2/Fyn-kampagne for bevarelse af den fynske egns-ost blev hyldet. Mens TV 2/Fyn også var mediepartner, da Odense Kommune, fagbevægelse og arbejdsgiverforening i september satte fokus på at få flere, arbejdsløse ud i virksomhedspraktik.

Samarbejdet med de mange aktører bliver udbygget i 2019. Ikke mindst i forbindelse med, at TV 2/Fyn her fortsætter arbejdet med at føre Strategi 2020 ud i livet. Her er partnerskaber og alliancer med Fyn og fynboerne en afgørende hjørnestolpe.

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

TV 2/Fyn arbejdede året igennem tæt sammen med de øvrige TV 2-regioner.

I 2018 var de største samarbejdsprojekter:

- Opbygningen af den nye, fælles, digitale database med samtlige kandidater til det kommende folketingsvalg.
- Kampagnen "Fantastiske Fællesskaber", som TV 2/Lorry havde taget initiativ til, og som alle TV 2-regioner bidrog til.
- En humor-kampagne, der kulminerede under Folkemødet på Bornholm med en fysisk event.

Derudover samarbejdede TV 2/Fyn om "SmartParatSvar"-finalen for 6. klassers videns-dyst og stod sammen med TV 2/Østjylland for udviklingen af et fornyet indholdskoncept i samarbejde med to bibliotekarer fra Gentofte Bibliotek forud for konkurrencen i november-december.

#### **TV 2-regionerne: Administrativt**

På en lang række områder deltog TV 2/Fyn også i andre tværgående samarbejder med de øvrige TV 2-regioner. For eksempel på det juridisk/økonomiske område med at få udarbejdet en fælles kontoplan og økonomisystem efter nye krav fra Kulturministeriet, med arbejde om den nye persondatalov og med andre projekter.

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

#### **TV 2-regionerne: Digitalt**

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

FROP-samarbejdet udviklede sig også i 2018 markant og omfatter fælles udvikling og drift af hjemmesider, AMP-artikler, database-løsning, videoplatform, nyhedsapps, play apps, statistik og analyse, efteruddannelse samt omfattende redaktionel koordinering og sparring på tværs af de deltagende regioner.

I foråret blev udviklet en omfattende "Makeover 2018" af hele det digitale samarbejde via en tværgående arbejdsgruppe fra alle syv TV 2-regioner, der dels sørgede for markante, visuelle og journalistiske forbedringer, dels skabte en større individuel redaktionel frihed for den enkelte TV 2-region samtidig med, at hele kernen om et teknisk, fælles fundament blev fastholdt.

I efteråret valgte den fælles digitale udviklingschef efter eget ønske at stoppe i stillingen, og TV 2/Fyn medvirkede aktivt i udformningen af fornyet jobbeskrivelse og i ansættelsesprocessen af Claus Ladefoged som ny digital udviklingschef i FROP-samarbejdet. I de fire mellemliggende

perioder fungerede TV 2/Fyns digitale redaktør Frank Weirsøe som midlertidig afløser i stillingen, så både projektplaner og budget blev holdt.

Strukturen med en digital udviklingschef og en fælles platform gør samarbejdet kosteffektivt, både når det gælder løbende vedligehold og optimering af hele onlineområdet.

Som konsekvens af det øgede samarbejde besluttede de deltagende regioner i 2017 at styrke samarbejdet i FROP-regi yderligere i 2018. Det medførte blandt andet videreførelse af online-erfaringerne fra kandidattesten op til kommunalvalget i forbindelse med det kommende folketingsvalg. Og til igangsætning af arbejdet med en opdateret version af TV 2-regionernes fælles nyheds-app. Begge dele ligger således klar til udførelse i 2019.

## Kapitel 3.3 Entrepriseproduktioner

### 3.3.1 Generelt

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

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

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

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

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

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



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

I 2018 medførte denne "rene" nyheds- og aktualitetslinje, at der ikke længere blev sendt "ikke-nyheder" eller "ikke-aktualitets-programmer på TV 2/FYN.

### **3.3.2 Eksterne producenter**

Opdelingen i "nyhedsudsendelser" og "programmer" eksisterer altså i praksis ikke længere på TV 2/Fyn Nyhedskanalen. Eneste faste undtagelse i 2018 er det tværregionale reportageprogram Så'Danmark, som fra januar 2017 – og i hele 2018 - er blevet produceret af den private producent STV for TV 2/Fyn og de øvrige TV 2-regioner. Denne nyskabelse erstattede programmet "Danmark Rundt", som TV 2/Østjylland havde produceret i et år (før dem TV 2/Fyn).

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

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

Andre eksterne producenter bidrog også til TV 2/Fyns samlede produktion i 2018. Eksempelvis STV-producerede klip fra Tinderbox og dokumentarfilmen om "Stem'rne", hvor Mjaaland og Brix Film stod for en dokumentarfilm, der fik premiere i forbindelse med den afsluttende konference Grundlovsdag. Endelig stod Made By Us for produktionen af 10 visuelle fortællinger fra de 10 kandidater fra Fyn i kampagnen "Fantastiske Fællesskaber", som alle TV 2-regioner stod bag i efteråret. Alle disse blev integreret i TV 2/Fyns nyhedsdækning og nyhedsshowet "17til20", nyhedsudsendelserne på TV 2 og på tv2fyn.dk.

Af særlige live-sendinger til TV 2/Fyns nyhedskanal var der desuden bidrag fra TV MidtVest (DM i skills i januar og kulturmødet på Mors i august), TV 2/Bornholm (finale i SmartParatSvar i februar) og TV 2/Lorry (finalen i Fantastiske Fællesskaber) – i alt ca. 7,5 timers live-sendinger. TV 2/Fyn stod selv for knap 24 timers live-transmissioner (blandt andet fra regeringens udflytningsplaner, Sportslørdag, Gaffaprisen, Tinderbox Band Battle, Et sundere Fyn, Royal Run og Folketingets åbning), mens STV samlet producerede 132 timers Så'Danmark-udsendelser til TV 2/Fyns kanal.

Da stort set alt andet indhold på TV 2/Fyns flader netop er nyheder og aktualitet, opfylder TV 2/FYN dermed til fulde public service-kontraktens generelle udlægningskrav om 1/3 køb hos eksterne producenter med programmer, der ikke er nyheder, aktualitet etc. De eksterne

producenter stod således for i alt ca. 81 procent af de samlede "ikke-nyheder"- "ikke aktuelle" sendinger i 2018. Se vedhæftede bilag med detailopgørelse.

### **3.3.3 "Producenternes Dag" og "pitchdag"**

I henhold til public service-kontrakten har TV 2/Fyn afholdt både "Producenternes Dag" og "pitchdag" i 2018. "Producenternes dag" blev afholdt i december og pitchdagen samme dag. Det skete efter forudgående invitation til alle relevante producenter i den fynske region.

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

TV 2/Fyn vil i 2019 fortsætte sit samarbejde med regionens eksterne producenter til fortsat fornyelse og vil have et særligt øje for især live-produktioner i forbindelse med events.

## **Kapitel 4: Specifikke public service-forpligtelser**

### **4.1 Generelt**

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

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

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

### **4.2 Nyheds- og aktualitetsprogrammer**

TV 2/Fyns nyhedsdækning er tidligere beskrevet og konkretiseres i Kapitel 8 og 9.

### **4.3 Beskyttelse af børn**

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

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

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

### **4.4 Kunst og kultur**

TV 2/Fyn har siden 2013 haft en selvstændig fagredaktion med ansvar for dækningen af kulturom-

rådet, og redaktionen er fortsat en af de bærende bidragydere til den daglige nyhedsproduktion på TV 2/FYN. Kulturredaktionen er bemanded med et fast team, der udelukkende har kunst og kultur som stofområde.

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

I 2018 blev kulturredaktionens dækning fortsat med det ugentlige nyhedsmagasin Kulturambassadørerne, hvor TV 2/Fyn har påtaget sig en aktiv rolle i kulturdebatten i tæt samarbejde med en række aktører, institutioner og kunstnere.

Kulturambassadørerne samler hver fredag op på nyhedsstrømmen på kulturområdet, anbefaler fynske kulturoplevelser og debatterer aktuelle kulturnyheder. Ambassadørerne er engagerede kulturpersoner fra den fynske region, de brænder for kunst og kultur, og tør sige deres ærlige mening. Nyhedsmagasinet blev sendt hver fredag på tv med en varighed på cirka 20 minutter, og formidles digitalt på web og Facebook

I 2018 har TV 2/Fyn været involveret i en lang række fynske kulturbegivenheder af stor offentlig interesse, både regionalt og nationalt, eksempelvis de store fynske festivaler Tinderbox Festival, Heartland Festival, H. C. Andersen Festivals, Svend-festival, Spoken Word Festival, Magiske Dage-Festival og Odense International Film Festival, hvor TV 2/Fyn i forbindelse med den sidstnævnte påtager sig en særlig rolle ved at stå for uddelingen af en publikumspris.

Blandt højdepunkterne i 2018 var kampagnen "Litteraturen rykker ud", hvor TV 2/Fyn i samarbejde med SDU lancerede et litterært forskningsprojekt, hvor fynske borgere deltog aktivt med egne erfaringer med læsning og sundhed. Kampagnen blev både skudt i gang og afsluttet med fysiske events, mens massiv dækning i både tv og på web satte fokus på emnet.

### Sådan var stof-fordelingen på tv2fyn.dk i 2018

Lokation / Sektion	112	Erhverv	Forbrug	Kultur	Livsstil	Miljø	Natur	Politik	Royalt	Samfund	Sport	Sundhed	Trafik	Udd.	Vejr	Total
Odense	444	141	19	270	24	15	31	92	21	255	435	46	97	37	3	1930
Fyn	216	311	29	123	26	52	33	101	11	212	167	87	164	20	217	1769
Svendborg	102	22	4	38	8	10	6	50	9	53	76	23	12	14	4	431
Faaborg-Midtfyn	67	21	4	61	11	3	9	6	1	40	18	7	6	10	4	268
Middelfart	77	22	1	10	2	10	14	7	5	29	53	3	21	5	3	262
Nyborg	68	38	5	16	4	5	6	21		33	2	5	19	6	3	231
Assens	63	18	3	13	6	11	15	7	1	35	2	2	5	5	1	187
Nordfyn	40	11	2	16	2	6	7	13		58	3	4	3	1		166
Kerteminde	48	11	3	10		1	7	15		21	6	4	3	2	1	132
Langeland	16	4	4	10	1	2	2	12		21		3	7	7	2	91
Region Syddanmark	2	5	1			2		12		13		31	1	1		68
Ærø	16	5	1	1	1			6		9	1	2	3			45
<b>Total</b>	<b>1159</b>	<b>609</b>	<b>76</b>	<b>568</b>	<b>85</b>	<b>117</b>	<b>130</b>	<b>342</b>	<b>48</b>	<b>779</b>	<b>763</b>	<b>217</b>	<b>341</b>	<b>108</b>	<b>238</b>	<b>5580</b>

Ovenstående tabel viser antallet af artikler på tv2fyn.dk i forhold til kommuner og "sektioner". Sidstnævnte er den tekniske betegnelse for stofområder, der online-mæssigt er kategoriseret via de emne-ord, der er knyttet til indholdet i den enkelte historie.

Af de i alt 5.580 enheder, der her er registreret, ses at "Kultur"-artikler udgør 568 – godt 10 procent – af det samlede antal. Dermed er "Kultur" på stort set samme niveau som "Samfund" (763/13,6 procent) og "Erhverv" (609/10,9 procent), som dækker de områder, som TV 2/Fyns to andre fagredaktioner står bag. (Den fjerde, "Bemærk", er først sidst i 2018 kommet i gang og har endnu ikke sin egen kategori).

De mest dominerende områder – på tv2fyn.dk – er 112-stof og Sport, som tilsammen står for godt en tredjedel af indholdet (1922/34,4 procent), mens en række mindre områder står for resten.

På tv-plattformen er der ikke lavet den samme detailopgørelse over TV 2/Fyns indhold, men billedet er nogenlunde det samme – rent fordelingsmæssigt – i forhold til de øvrige, bærende stofområder. Dog har Kultur en overvægt af lives fra (kultur-)events i forhold til eksempelvis Samfund og Erhverv. Og på tv er sport og krimi-stof (112) slet ikke så dominerende som på web.

I 2019 bliver Kulturredaktionen omdrejningspunkt for en forstærket "folketjeneste"-indsats med endnu flere udadvendte og involverende aktiviteter med det fynske folk.

#### **4.5 Øvrige stofområder**

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

- Samfundsredaktionen
- Erhvervsredaktionen.
- Digital redaktion.
- Bemærk (etableret i 2018).

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

Fagredaktionerne suppleres af faste, daglige nyhedsreporter-hold, der dækker det almene nyhedsstof på dagen.

#### **4.6 Samarbejde om dækning af grænseområder**

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

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

I 2018 blev de indledende trin taget for et tværgående samarbejde med TV Syd i 2019 i forbindelse med Citizen Science-kampagnen, "Et sundere Syddanmark", hvor alle borgere i Region Syddanmark inviteres til at deltage.

## **Kapitel 5: Betjening af handicappede**

### **5.1. Generelt**

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

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

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

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

Gennem hele året er hovedudsendelsen kl. 19.30 blevet tekstet mandag-fredag. De få tilbagemeldinger, vi får på tale-til-tekst tilbuddet, er positive.

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

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

Samtidig er alle videoer på sociale medieplatforme nu tekstet. Denne udvikling vil fortsætte i 2019, hvor der i samarbejde med de øvrige TV 2-regioner arbejdes på at finde nye, tekniske og mere maskinelle løsninger på tekstning af så meget indhold som muligt.

## **Kapitel 6: Dansk sprog og europæiske programmer**

### **6.1 Sprogpolitik**

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

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

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

## **6.2 Europæiske programmer**

Alle TV 2/Fyns programmer var i 2018 danske – og dermed europæiske. Som det fremgår af afsnittet om entreprisproduktioner i denne redegørelse, var alle TV 2/Fyns programmer i 2018 nyheds- og aktualitetsbaserede. Dermed opfylder TV 2/Fyn som udgangspunkt public service-kontraktens krav, da vi ganske enkelt ikke har ”ikke-nyheder”, ”ikke-sport”, ”ikke-konkurrencer” etc. i fladerne længere.

Ud over den rullende, daglige nyhedsdækning på TV 2/Fyns 24-timers kanal sendte TV 2/Fyn desuden i alt godt 30 timers live-baseret eller ”nyheds- eller aktualitets”-baseret stof på 24-timers kanalen. Dette var fra kultur- og politiske begivenheder som Heartland, Tinderbox, Folketings-åbning, Kulturmøde på Mors, Sportslørdag, i alt cirka 1 procent af den samlede sendetid. De øvrige 99 procent blev drevet af rene nyheds- og aktualitetsprogrammer, primært nyhedsshowet 17til20 og reportageprogrammet Så’ Danmark. Sidstnævnte har som nævnt siden januar 2017 været udlagt til den private producent, STV, som producerer til alle TV 2-regioner.

STV er samtidig som ekstern producent uafhængig af tv-foretagender, og dermed opfylder TV 2/Fyn i 2018 til fulde de europæiske krav.

# **Kapitel 7: Dialog med befolkningen i regionen**

## **7.1 Generelt**

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

Dette blev i 2018 konkret omsat med en række initiativer. For eksempel meget tydelig og aktiv tilstedeværelse ved musik- og kulturfestivalerne Heartland og Tinderbox. Her byggede TV 2/Fyn sin egen træhytte med studie midt på festivalpladserne og sendte midt i folkelivet.

På samme vis involverede tre Citizen Science-kampagner direkte i hundredevis af fynboer, og i oktober igangsatte TV 2/Fyn et relationsprojekt, udviklet i samarbejde med mediesociolog Søren Schultz Jørgensen. Med titlen ”100 fynboer” blev knap 50 fynboer interviewet og besøgt i deres hjem af to TV 2/Fyn-medarbejdere. Projektet fortsætter i 2019, så målet om at nå netop 100 fynboer nås inden sommer.

Målet med "100 fynboer" er at få bedre viden om mangfoldigheden og medievanerne i den fynske befolkning. Dette er et kernepunkt i Strategi 2020.

### **7.2 Repræsentantskabet**

TV 2/Fyns repræsentantskab består af 40 medlemmer, der repræsenterer en lang række organisationer og foreninger, herunder også lytter- og seerorganisationer. Selv om der ikke længere lovmæssigt er krav herom, har TV 2/Fyn og repræsentantskabet besluttet at fastholde funktionen som programråd.

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

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

### **7.3 Klager**

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

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

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

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

I 2018 blev to klagesager rejst mod TV 2/Fyn ved Pressenævnet. Den ene blev afgjort uden kritik af TV 2/Fyn, mens den anden klage endnu ikke er færdigbehandlet.

### **7.4 Dialog via sociale medier**

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

På Facebook er TV 2/FYN vokset år for år i antallet af følgere: I 2013 var der over 5.500 fynboer, som havde "liked" stationen. I de følgende år er tallet steget år for år: Godt 9.000 (2014), knap 17.000 (2015), 32.000 (2016), 40.000 (2017) og cirka 43.000 var følgere ved udgangen af 2018.

Her bliver der dagligt lagt forskellige nyheder, opslag og efterlysninger ud, og mange fynboer kommer med tip, spørgsmål og redaktionelle henvendelser via Facebook.

Facebook som platform for debat og dialog med den fynske befolkning er fortsat en central del af TV 2/Fyns strategi for 2016-2018. Den vanskeliggøres dog via de begrænsninger, som den

amerikanske tech-gigant lægger ind i sine algoritmer, hvilket gør det vanskeligt at lave langsigtede udviklingsplaner.

TV 2/Fyns nyoprettede Bemærk-redaktion har Facebook og Instagram som sine primærplatforme for at nå sin unge målgruppe og er oprettet med egne profiler der. Samtidig oprettede Bemærk sig i efteråret også med sin egen profil på Youtube. Journalistik fra Bemærk-redaktionen versioneres dog altid også til TV 2/Fyns egne platforme – tv og web.

### **7.5 Åbent hus, rundvisninger etc.**

TV 2/Fyn holder året igennem rundvisninger fra diverse foreninger, der ønsker at se stationen og høre om TV 2/Fyn, og der er desuden jævnligt besøg af skoleklasser og andre interesserede. I 2018 blev der ikke holdt åbent hus på TV 2/Fyn.

## **Kapitel 8: Tilgængeliggørelse af public service-indhold**

### **8.1 Generelt**

I 2018 var der gennem hele året en løbende implementering i bedst muligt at koble mediehusets fire platforme sammen til en fælles nyhedsmaskine, så de enkelte historier blev publiceret på mindst to af TV 2/Fyns fire medieplatforme – og de fire, højst prioriterede på alle fire platforme.

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

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

I 2018 blev der især arbejdet med at versionere tydeligere, mere specifikt og med større forskellighed til de enkelte platforme. Dette betød et fald i antallet – men en stigning i den redaktionelle kvalitet – af historier på de enkelte platforme.

### **8.2 Nyhedshistorier i 2018**

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

- Tina Bue-sagen: Afdækningen af, hvordan et tidligere mangeårigt byrådsmedlem i Odense, der siden blev ansat som chefkonsulent og senere som leder af en kommunal kursusenhed, og her sammenblandede egen virksomhed og egne familiemedlemmer med sin ansættelse. Det undersøgende journalistiske arbejde har både medført ændrede procedurer i Odense Kommune, politianmeldelse – og i 2019 den fynske ”kæphest”-pris, som er de fynske journalisters interne journalistpris for fremragende arbejde.
- Et sundere Fyn II: Et nyskabende konstruktiv-aktivistisk projekt, hvor TV 2/Fyn for andet år sammen med Syddansk Universitet og Odense Universitetshospital engagerede fynboerne i



at medvirke til et virkeligt valg mellem fem konkrete forskningsprojekter inden for sundhedsområdet. Kampagnen blev publiceret på alle medieplatforme, mens de fem forskningsprojekter blev præsenteret i 19.30-udsendelsen i april-maj. Finalen blev holdt ved en direkte transmitteret event i Odense, hvor regionspolitikere, læger, sundhedspersonale og nysgerrige fynboer fulgte med, før vinderprojektet blev afsløret. 2018-udgaven vandt en af hovedpriserne i den årlige europæiske CIRCOM-konkurrence for regionale public service-tv-stationer.

- **Storebælt og stålet:** En undersøgende dokumentarudsendelse – og omfattende nyhedspakke – der afslører, hvordan stålet i Storebæltsbroen i 1990'erne blev produceret i det sydlige Italien. Reportagen afslørede, hvordan Europas største stålværk fortsat forurener massivt, og at danske beslutningstagere i 1990'erne ingen spørgsmål stillede derom. Temaet er højaktuelt i 2018, hvor en række udenlandske byggekonsortier vinder store bygge-licitationer i Danmark, fordi deres pristilbud er markant lavere end danskes. For eksempel i forbindelse med byggeriet af det nye universitetshospital i Odense til godt seks milliarder kroner. Storebæltsserien blev lavet i samarbejde med Fyens Stiftstidende og er nomineret til CIRCOM-prisen i 2019.

### **8.3 Nye formater**

I hele 2018 holdt vi i TV 2-vinduerne kl. 19.30 fast i de nyudviklede formater og det nyoprettede nyhedsstudie, der havde premiere i november 2017.

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

I december blev et udviklingsarbejde sat i gang for at forny den sene udsendelse på TV 2. Dette skete under titlen "22Fyn", og fornyelsen havde premiere i januar 2019.

Samtidig blev der året igennem eksperimenteret med fortælleformater. Både til tv og digitale platforme. Eksempelvis formatet "Fortalt", som er en visuel short-story, der senere på året blev integreret i Bemærk-redaktionen. En "Fortalt"-udgave vandt i marts 2019 anden prisen ved Årets Pressefoto fra 2018.

### **8.4 Beredskab**

TV 2/Fyn udsender meddelelser af beredskabsmæssig betydning til befolkningen, når der er behov. Informationen går via nyligt opdaterede varslingsaftaler med Rigspolitiet og Beredskabsstyrelsen.

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

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

## 8.5 Arkiver

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

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

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

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

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

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

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

TV 2/Fyn har derfor holdt møder med repræsentanter for Stadsarkivet i Odense Kommune. I løbet af 2018 er kontakten blevet holdt ved lige, men på grund af andre projekter er det aftalt at samle ideerne sammen i løbet af 2019 for at undersøge mulighederne for evt. at digitalisere dele af båndene fra TV 2/Fyns første år.

Ambitionen er, at digitaliseringen skal medføre så stor offentlig tilgængelighed som muligt af TV 2/Fyns arkiv.

## Kapitel 9: Regionale udsendelser uden for TV 2-sendefloden

### 9.1 Generelt

TV 2/Fyns 24-timers kanal fortsatte i 2018 sin udvikling fra Danmarks første, regionale nyhedskanal i 2015 til i højere grad også at agere som den afgørende nyhedsmotor i TV 2/Fyns mediesystem. I praksis så al nyheds- og aktuel journalistik, lives, løbende nyhedsopdateringer, aktuelle gæster i studiet publiceres sideløbende med tv2fyn.dk. Og siden nedredigeres og formateres så de passer til TV 2/Fyns andre platforme – både digitalt og til nyhedsudsendelserne.

Nyhedskanalen TV 2/Fyn vil fra foråret 2019 blive relanceret som en auto-flow platform, der kører parallelt med tv2fyn.dk via let, levende og live-indhold fra klokken 07.00 til 23.00. Dette sker som en konsekvens af, at kun ved store, brede events eller breaking news, er der tilstrækkeligt seergrundlag. Disse vil blive en del af det nye flow.

### 9.2 TV 2/Fyn Nyhedskanalen

Hovedudsendelsen var i 2018 det nyhedsshow "17til20", der siden november 2016 samlede dagens nyhedsstrøm, aktuelle gæster og lives fra den fynske region. Igennem hele året var dette suppleret af det daglige Så'Danmark, spejlingerne af de daglige nyhedsudsendelser på TV 2 og live-transmissioner i forbindelse med events eller breaking news.

### 9.3 Live-dækning af events

TV 2/Fyn arbejdede igennem hele 2018 efter at levere mest mulig live-dækning fra aktuelle begivenheder med relevans for fynboer. Både ved breaking news, ved store kulturevents og brede, folkelige begivenheder.

Her blev TV 2/Fyn Nyhedskanalen brugt – ofte i samspil med live-stream på tv2fyn.dk. For eksempel til disse historier, der alle blev gjort relevante for fynboerne via egne vinkler, optakter og præsentation.

- Januar: Live fra Sportslørdag.
- Februar: Live fra finale i "SmartParatSvar" i Odense og Gaffapris-fest i Odeon.
- April: Live fra Tinderbox Band Battle og Et sundere Fyn-finale i Cortex Park.
- Maj: Live fra Royal Run og Heartland.
- Juni: Live fra Folkemøde på Bornholm og Tinderbox.
- August: Live fra Kultur møde på Mors.
- Oktober: Live fra Folketingets åbning.
- November: Live fra finale i Fantastiske Fællesskaber.

### 9.4 Så'Danmark

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

I forbindelse med TV 2/Fyns Strategi 2020 og med Mediaaftalen 2019-2023 på plads besluttede TV 2/Fyn og de øvrige TV 2-regioner i det tidligere efterår at afslutte den fælles programserie ved

kontraktens udløb i januar 2019.

## Kapitel 10: Digitale medieplatforme

### 10.1 Generelt

En af hjørnesteenene i Strategi 2016-2018 er, at TV 2/Fyns journalistik skal udkomme på de tidspunkter og medieplatforme, som folk bruger i denne digitale tid.

Kvitteringen fra brugerne på især tv2fyn.dk er synlig. På næsten alle parametre er der betydelig fremgang. Facebook er en omskiftelig mediepartner, fordi den sociale medieplatform jævnligt ændrer i sine algoritmer, hvilket begrænser professionelle aktørers udbredelse.

### 10.2 Web

Hjemmesiden tv2fyn.dk oplevede i 2018 en stigning i antallet af sessions på 10,9% og en fremgang i antallet af brugere på 12,7%. I alt oplevede tv2fyn.dk 9.740.711 sessions i 2018 mod 8.786.435 i 2017. Antallet af brugere steg til 3.459.612 mod 3.087.168 i 2017.

Også antallet af sidevisninger steg. I 2017 blev der vist 17,9 millioner sider på tv2fyn.dk, og i 2018 var tallet steget til 19,2 millioner, hvilket svarer til en fremgang på 7,1%.

Hovedtallene ser således ud:

	2017	2018	Ændring i procent
<b>Sessions</b>	8.786.435	9.740.711	<b>10,9</b>
<b>Brugere</b>	3.087.168	3.479.612	<b>12,7</b>
<b>Sidevisninger</b>	17.897.870	19.177.216	<b>7,1</b>
<b>Sessionsvarighed</b>	2,19	1,51	<b>-20,2</b>
<b>Sider pr. session</b>	2,04	1,99	<b>-2,5</b>

Der er primært to årsager til den digitale fremgang:

1. At integrationen af tv2fyn.dk til TV 2/Fyns eget mediesystem fortsatte i løbet af 2018 som følge af Strategi 2016-2018, så antallet af historier og indslag blev forøget i forhold til 2017.
2. At tv2fyn.dk nu med egen digital redaktion med egen redaktør kontinuerligt udvikler og producerer indhold i bedre kvalitet end året før.

Ud over TV 2/Fyns egen hjemmeside benyttede borgerne i 2018 også TV 2 DANMARKS hjemmeside, tv2.dk, til læsning og sening af artikler og klip fra TV 2/Fyn. Det skete via det fornyede samarbejde mellem TV 2 DANMARK og TV 2-regionerne, som forsøgsvist blev sat i gang i 2016 og etableret i 2017. Gennemsnitligt var der her 11.708 sidevisninger af TV 2/Fyn-artikler på tv2.dk.

Når antallet i 2018 er faldet i forhold til 2017, skyldes det primært, at der var en stor trafik i 2017 på grund af kommunalvalget samme efterår.

TV 2/Fyn tilbød året igennem også 1-2 artikler med videoklip til distribution til andre danske medier via Ritzau, men her findes ingen detail-oplysninger om antal visninger, da de foregår direkte på hvert enkelt medies egen hjemmeside.

I alt har TV 2/Fyn skrevet 5.580 artikler mod 6.576 artikler i 2017. Det svarer til 15 artikler om dagen mod 18 artikler i gennemsnit per dag i 2017. Altså har vi haft en nedgang i produktionen af artikler på 15 procent. Dette skyldes et bevidst ønske om at styrke kvaliteten på bekostning af kvantiteten. Samtidig er målet om flere videoklip nået.

I 2018 havde 2.017 af TV 2/Fyns artikler et videoklip i toppen. Det svarer til, at vi havde videoklip på 37 procent af vores artikler. Året før havde vi video på 1.603 artikler svarende til 25 procent.

### **10.3 Facebook, Google og andre digitale platforme**

TV 2/Fyn fik i 2018 væsentlig mere direkte trafik til tv2fyn.dk, og også trafikken fra Google er steget. Antallet af besøgende, der kommer fra Facebook er til gengæld faldet markant, hvilket primært skyldes Facebooks egne algoritme-ændringer.

<b>Kilde</b>	<b>Ændring</b>
Direkte trafik	<b>+61,7</b>
m.facebook	<b>-22,2</b>
Google	<b>+38,2</b>
Facebook	<b>-21,7</b>
Tv2.dk	<b>+18,6</b>
Nyhederne.tv2.dk	<b>-15,0</b>

### **10.4 App**

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

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

I 2019 bliver nyhedsapp'en fornyet i samarbejde med seks andre TV 2-regioner i det såkaldte FROP-samarbejde.

### **10.5 Tekst-tv**

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

## BILAG: Udsendelsesvirksomhed for TV 2/Fyn i 2018, tv- og net-produktion

### Udsendelsesvirksomhed

Timer	Regnskab 2018	Budget 2018
1) On air, inkl. TV/2-vinduer Trailere, sponsorer mv.	5.523 288	3.602
<b>Udsendelser i alt</b>	<b>5.811</b>	<b>3.602</b>
On air 1. gang	1.217	1.313
On air genudsendelser	4.306	2.289
	<u>5.523</u>	<u>3.602</u>
1. gang nyheder og aktualitet	1.186	1.274
1. gang øvrige udsendelser	31	39
	<u>1.217</u>	<u>1.313</u>
2) <b>Egenproduktion af udsendelsestimer</b>		
Timer	Regnskab 2018	Budget 2018
Nyheds- og aktualitetsudsendelser	2.846	3.602
Øvrige udsendelser	36	
<b>Egenprod. udsendelser i alt</b>	<b>2.882</b>	<b>3.602</b>
3) <b>Planlagt produktion til nettet</b>		
	Regnskab 2018	Budget 2018
Antal videoklip	2.071	6.614
Antal artikler	5.580	8.268
Videoklip til sociale medier	434	873
<b>Produktion til nettet i alt</b>	<b>8.085</b>	<b>15.755</b>

## BILAG: TV 2/FYN 2018: 81 procent fra eksterne producenter

Programmer sendt på TV 2/FYN Nyhedskanalen i 2018 – ud over TV 2-vinduer og ”17til20”:

### Eksterne producenter, ”ikke-nyheder”-”ikke aktualitet”

Så’ Danmark: Cirka 285 udsendelser (STV) 132,00 timer  
*I alt, eksterne producenter:* **132,00 timer**

### Andre TV 2-regioner, ”ikke-nyheder”-”ikke aktualitet”

DM i skills (januar): TV MidtVest 3,31 timer  
Finale Smart-Parat-Svar (februar): TV 2/Bornholm 1,97 timer  
Kultur møde 2018 1+2 (august): TV MidtVest 0,96 timer  
Fantastiske Fællesskaber (november): TV 2/Lorry 1,24 timer

*I alt, andre TV 2-regioner:* **7,48 timer**

### TV 2/Fyn-live-produktion:

Live fra udflytning (januar) 1,39 timer  
Sportslørdag (januar) 2,80 timer  
Gaffaprisen (februar) 2,02 timer  
Regeringens pressemøde (marts) 1,42 timer  
Stenkast-dokumentar (april) 0,48 timer  
Tinderbox Band Battle (april) 8,74 timer  
Et sundere Fyn (april) 0,99 timer  
Royal Run (maj) 3,50 timer  
Folketingets åbning (oktober) 2,46 timer

*I alt, TV 2/Fyn-live-produktion:* **23,76 timer**

I alt var der i 2018 dermed (132,00 + 7,48 + 23,76) 163,24 timers produktion. Den eksterne producent STV stod for 132 af disse, hvilket giver en udlægningsprocent på **81 procent** (132 x 100/163,24) af indhold, der dermed var ”ikke-nyheder” og/eller ”ikke-aktualitet”.