

**TV 2/Bornholm**

**Public Service redegørelse 2013**

## Indhold

1. Generel information .....	3
2. Public Service-formål .....	16
3. Indhold.....	18
4. Handicap forpligtigelser.....	22
5. Dansk sprog og europæiske programmer .....	23
6. Dialog med befolkningen i regionen .....	24
7. "Vinduer" i TV 2-sendebladen .....	25
8. Regionale udsendelser uden for TV 2-sendebladen.....	25
9. Internet.....	26
10. Arkiver .....	30
11. Regnskab 2013.....	31

## 1. Generel information

### 1.1

TV 2/Bornholms dækningsområde er Bornholm og Ertholmene.



### 1.2

Inden for dækningsområdet er der ca. 41.000 indbyggere. Heraf er ca. 36.000 i gruppen +12 år.

### 1.3

I 2013 havde TV 2/Bornholm 78,3 ansatte omregnet til helårsansatte. Heraf er 63,6 årsværk beskæftiget direkte med TV-produktion, mens 14,7 årsværk er beskæftiget i ledelse, omstilling, administration, bogholderi, rengøring, kantine og vicevært.

### 1.4

TV 2/Bornholm bor på Brovangen 1, 3720 Aakirkeby, og har ikke redaktioner etableret uden for denne adresse.

## 1.5

I hele 2013 har TV 2/Bornholm sendt på 24 timers kanalen. Der er både i 2012 og 2013 givet en mindre stigning i licensindtægterne til at udvide produktionen.

Antallet af sendetimer i 2013 sammenlignet med de foregående år fremgår af dette skema, men da der har været ovenstående væsentlig ændring i det danske mediebillede, så er tallene meget svært sammenlignelige.

Nedenstående skema opgør udsendelsesvirksomheden på den regionale kanal.

Timer	2009	2010	2011	2012	2013
1. gangvisninger (nyproducerede)	458	572	785	958	953
Genudsendelser	136	320	139	2651	3491
Fillers (trailere, sponsor mv.)				459	312
Skilte (nyheder) udsendt nat, formiddag/eftermiddag				4475	4004
I alt *	621	915	949	8544	8760

\*) I dette tal indgår reklamer i årene 2009-2011, idet disse var en del af opgørelseskravet. Reklamer indgår ikke i den regionale kanal.

Det lille fald i 1. gangvisninger skyldes, at der var forproduceret til starten på kanalen. Forproduktion fra 2011, som bliver bragt på kanalen i 2012, bliver noteret som tilhørende 2012. Det samme er ikke sket fra 2012 til 2013.

I hele året er der samtidigt sendt i vinduerne på TV 2|DANMARK. I vinduerne er der sendt 245 antal timers første gangs visninger.

## 1.6

TV 2/Bornholm har i 2013 desuden sendt programmer i vinduerne på TV 2|DANMARKS hovedkanal som svarende til sendetidsaftalen.

Det er et krav at alle de regionale vinduer på TV 2|DANMARK bliver spejlet på den regionale

kanal, og dette er sket. Efter den nye sendetidsaftale sendes de regionale vinduer nu kl. 19.30 præcist (og den regionale reklameblok sendes efter programmet).

Det betyder, at kravet spejling af de to udsendelse er sket uden tidsforskydning. Det er dog med det forbehold, at når/hvis TV 2|Danmarks programflade bliver forskudt, så vil udsendelsen køre præcist kl. 19.30 på den regionale kanal – og sendes forskudt i vinduet på TV 2|Danmark.

I forhold til 2012 er der ændringer af vinduerne på TV 2|Danmark, idet der er lavet ny sendetidsaftale som trådte i kraft den 1. januar 2013.

TV 2/Bornholms programflade bestod derfor i perioden på hverdage af fem regionale vinduer i TV 2|DANMARKS programflade:

Kl. 12.11 – 12.14  
Kl. 17.15 – 17.18  
Kl. 18.15 – 18.19  
Kl. 19.30 – 19.55  
Kl. 22.22 – 22.29 (dog ikke fredag)

Lørdage og søndage er der to regionale vinduer:

Kl. 18.10 – 18.14  
Kl. 19.30 – 19.45 (lørdag)  
Kl. 19.30 – 19.55 (søndag)

(Udover disse er der en nyhedsudsendelse kl. 14.00 på den regionale kanal).

Som nævnt er alle disse spejlet på den regionale kanal.

Indholdet er således ens, og der vil ikke blive redegjort yderligere for det specifikke indhold af vinduerne, idet dette indhold beskrives i forbindelse med gennemgangen af den regionale kanal.

## **1.7**

TV 2/Bornholms seertal blev i 2013 målt med 10 seerundersøgelser foretaget af Jysk Analyseinstitut. Undersøgelserne foretages som telefon-undersøgelse og adskiller sig derfor i metoden fra de andre regioners seermålinger. Årsagen er at der er så få TV-meter bokse på Bornholm, så den normale Gallup TV-meter måling ikke kan være retvisende. Jysk Analyseinstitut har brugt samme metode igennem årene, og deres tal er derfor sammenlignelige over årene, men der vil på grund af undersøgelsesmetoden være en større statistisk usikkerhed end TV-meter undersøgelsen.

Der er blevet stillet spørgsmål ved, om respondenterne er for flinke, dvs. siger, at de ser programmer, som de reelt ikke har set. Det fremgår imidlertid af undersøgelsen, at på visse dage

får TV 2/Bornholm også lave seertal. F.eks. slår fredage med "Vild med dans" på TV 2| Danmark også hårdt igennem på TV 2/Bornholm. Noget kunne derfor tyde på en høj grad af ærlighed.

Siden slutningen af 2009 er der også blevet spurgt til udsendelsen på Kanal Bornholm, og fra januar 2012 er der spurgt til sening på den regionale kanal. Da det vil være for omfattende (og tidskrævende for den enkelte deltager i undersøgelsen), bliver der ikke spurgt til sening af alle programmer, men redaktionen har på forhånd defineret, hvilke programmer der skal spørges til.

En telefonundersøgelse har en højere statistisk usikkerhed, og den indebærer, at mindre udsving (+/- 3 % point) ikke kan danne grundlag for en konklusion om stigning eller fald. Sådan har udviklingen set ud for 19.30 udsendelsen hen over de 10 undersøgelser:

I procent	Brutto	Netto	Share
Januar	34,4	29,2	62,8
Februar	38,3	29,7	75,4
Marts	40,1	34,6	71,6
April	33,8	29,8	70,5
Maj	34,2	28,8	73,4
August	36,0	30,1	75,4
September	31,0	26,0	66,0
Oktober	38,0	32,1	70,6
November	36,8	28,8	68,6
December	30,8	25,3	69,0
Gennemsnit	35,3	29,4	70,3

Brutto: Antallet af personer som har set hele udsendelsen eller dele af den.

Netto: En matematisk omregning af bruttotallet til personer, som har set hele udsendelsen og dermed det mest sammenlignelige tal med TV-meter-undersøgelsens resultat på hele udsendelsen.

Share: Andelen af tændte TV-apparater, som viser TV 2/Bornholm.

Det fremgår af undersøgelsen, at TV 2/Bornholms seertilslutning stadig er væsentlig større end andre regioners. Det samme gælder share.

Her følger det årlige gennemsnit sammenlignet med de foregående år.

I procent	2013	2012	2011	2010	2009
Brutto	35,3	34,9	38,2	44,5	37,1
Netto/rating	29,4	29,3	32,0	38,7	32,0
Share	70,3	70,0	76,5	78,4	75,1

7

Seningen på TV 2/Bornholm er således helt uændret fra 2012 til 2013.

En væsentlig udvikling i de senere år har været stigende seertal på den sene nyhedsudsendelse. Udsendelsen 22.20 har disse gennemsnitlige seertal:

I procent	År til dato		Januar til december		
	2013	2012	2011	2010	2009
Brutto	15,1	20,0	19,9	23,8	12,2

Disse seertal har nogle besynderlige og uforklarlige spring. Voldsom stigning fra 09 til 10. Derefter et fald og så uændrede seertal i to år, hvorefter det falder igen til 2013.

I telefonundersøgelsen har vi spurgt til sening af programmerne på TV 2/Bornholm i tidsrummet 20-21 (altså programmer der udelukkende er bragt på TV 2/Bornholm). Der bliver samtidigt spurgt til, hvilke kanaler seerne alternativt har valgt.

20.00-21.00 sammenlignet med andre kanaler:

2013				DR1	TV 2/DK	Andre
I procent	Brutto	Netto	Share	Brutto	Brutto	Brutto
Januar	8,4	6,9	17,1	14,9	3,3	22,7
Februar	7,6	5,8	15,6	16,7	5,0	20
Marts	11,0	9,1	16,9	10,5	9,0	25,7
April	26,4	21,4	53,9	4,8	2,1	13,2
Maj	11,5	9,5	30,5	5,0	5,5	15,2
August	15,6	14,1	36,7	5,0	6,4	14,9
September	14,6	11,9	34,0	5,3	6,2	15,7
Oktober	13,5	9,7	29,6	5,9	4,6	16,9
November	18,4	12,9	41,6	5,5	2,8	13,1
December	10,1	8,0	25,7	6,9	8,9	11,4
Gennemsnit	13,7	10,9	30,2	8,1	5,4	16,9

Bortset fra januar og februar så har TV 2/Borholm en højere sening i super-primetime end både DR 1 og TV 2.

Sammenlignet med 2012 ser tallene således ud:

I procent	2013			2012		
	Brutto	Netto/ Rating	Share	Brutto	Netto/ rating	Share
Januar	8,4	6,9	17,1	12,6	9,6	22,7
Februar	7,6	5,8	15,6	13,2	11,3	26,6
Marts	11,0	9,1	16,9	15,4	12,9	29,0
April	26,4	21,4	53,9	16,5	13,9	33,8
Maj	11,5	9,5	30,5	12,5	10,1	31,3
August	15,6	14,1	36,7	6,3	4,8	19,4
September	14,6	11,9	34,0	9,8	7,8	21,5
Oktober	13,5	9,7	29,6	12,4	10,7	23,6
November	18,4	12,9	41,6	6,2	5,2	14,5
December	10,1	8,0	25,7	12,9	10,8	28,6
Gennemsnit	13,7	10,9	30,2	11,8	9,7	25,1

Brutto og netto tallene er inden for den statistiske unøjagtighed, og der kan derfor ikke konkluderes på dem. Når det gælder share, så er der en vækst, som er stor nok til, at det er statistisk sikkert.

Har du indenfor den seneste uge set.

i %	nyheder mellem kl. 12 og	nyheder kilte - nat og
Januar	44,0	20,0
Februar	36,0	21,0
Marts	45,0	33,0
April	44,0	25,0
Maj	38,0	24,0
August	26,0	20,0
September	30,0	23,0
Oktober	30,0	25,0
November	24,0	11,0
December	21,0	12,0
Gennemsnit 20	33,8	21,4

I forhold til 2012 er der inden for den statistiske unøjagtighed ingen ændringer.

Og som det sidste er der spurgt til, hvor tit husstanden ser TV 2/Bornholm (kanalen):



Hvor ofte er der tændt for TV 2/Bornholms egen kanal i din husstand?

i %	Dagligt	4-6 gange om ugen	2-3 gange om ugen	1 gang og ugen	Sjældnere	Aldrig	Ved ikke
Januar	29,0	9,0	15,0	10,0	16,0	21,0	2,0
Februar	33,0	8,0	15,0	9,0	21,0	12,0	2,0
Marts	31,0	7,0	23,0	9,0	21,0	8,0	1,0
April	36,0	10,0	18,0	7,0	14,0	15,0	1,0
Maj	28,0	11,0	14,0	5,0	17,0	23,0	2,0
August	31,0	15,0	12,0	7,0	20,0	12,0	2,0
September	24,0	12,0	16,0	9,0	26,0	13,0	1,0
Oktober	29,0	10,0	18,0	13,0	14,0	16,0	1,0
November	30,0	6,0	12,0	6,0	23,0	20,0	3,0
December	30,0	13,0	15,0	11,0	15,0	12,0	4,0
Total	30,1	10,1	15,8	8,6	18,7	15,2	1,9

Den daglige sening er uændret. Der er en stigning (men ikke statistisk sikker) på 4-6 gange om ugen, og et fald i gruppen 2-3 gange om ugen. Hvis man således med alle forbehold skal konkludere noget, så sker der en bevægelse i retning af oftere sening af kanalen.

## 1.8

Der blev afholdt kommunalvalg i november 2013.

Der blev indgået en aftale med TV 2|Danmark omkring sendetider. Denne så sådan ud:

I de sidste to uger op til valget forlænges den regionale hovedudsendelse kl. 22.22 med 10 minutter mandag til torsdag. Dagen før valgdagen forlænges 22.22-udsendelsen med 10 minutter.

Denne udvidelse af 22.22-udsendelsen genforhandles i forbindelse med kommunalvalget i 2017.

b) Valgdag og valgaften:

TV 2|DANMARK stiller efter nærmere aftale sendetid til rådighed for de regionale TV 2-virksomheder, så de kan udsende nyheder i TV 2s morgenflade.

TV 2|DANMARK og de regionale TV 2-virksomheder samarbejder derudover fast om følgende, idet omfanget og placeringen af den regionale sendetid aftales efterfølgende:

17.00 – 19.00 Kommunalvalg.

På valgaftenen placeres den regionale sendetid således:

19.30 – 23.00 De regionale TV 2-virksomheder

23.00 – 23.20 TV 2|DANMARK (NYHEDERNE)

23.20 – 00.00 De regionale TV 2-virksomheder

00.00 – 00.20 TV 2|DANMARK (NYHEDERNE)

Såfremt de regionale TV 2-virksomheder ønsker det, tildeles de endvidere sendetid efter kl. 00.20. Eventuelt yderligere samarbejde omkring afviklingen af selve valgaftenen aftales mellem de regionale TV 2-virksomheder og TV 2|DANMARK senest to måneder før valgdagen.

Der kan kun afvikles reklamer på valgaftenen efter gensidig aftale mellem TV 2|DANMARK og de regionale TV 2-virksomheder.

Dagen efter valget:

De regionale TV 2-virksomheder sender regionale nyheder med en varighed af 3 minutter i forbindelse med nyhedsudsendelserne i TV 2|DANMARK's morgenflade kl. 6.30, 7.30, 8.30 og 9.30.

Der aftales ekstra nyhedsudsendelser og ekstra regionale nyhedsudsendelser mellem kl. 17.00 og kl. 18.00 og mellem kl. 18.00 og kl. 19.00. Sendetiden aftales mellem de regionale TV 2-virksomheder og TV 2|DANMARK senest to måneder før valgdagen.

De regionale TV 2-virksomheders hovedudsendelse, der efterfølger TV 2|DANMARK's kl. 19 nyheder, forlænges til samlet 28-30 minutter (afhængig af om TV 2|DANMARK har udnyttet den regionale reklameblok fuldt ud). De regionale TV 2-virksomheders hovedudsendelse kl. 22.22 forlænges med 10 minutter.

Efterfølgende blev der lavet flere ændringer, så programplanen f.s.v.a. de regionale vinduer på TV 2|Danmark så således ud (ændringerne gælder for alle regioner):

### **Tirsdag d. 19. november:**

Kl. 12.15 Regionale nyheder - varighed 5'00" inkl. regionale reklamer

Kl. 16.18 Regionale nyheder - varighed 6'00" inkl. regionale reklamer

Kl. 17.10 Regionale nyheder - varighed 6'00" inkl. regionale reklamer

Kl. 18.15 Regionale nyheder - varighed 6'00" inkl. regionale reklamer

- Kl. 19.30 Regionalprogram – varighed 28'00" ingen regionale reklamer
- Kl. 20.00 Regionalprogram – varighed 52'00" ingen regionale reklamer
- Kl. 20.50 Regionalprogram – varighed 130'00" ingen regionale reklamer
- Kl. 23.00 Nyhederne landsdækkende.
- Kl. 23.20 Regionalprogram – varighed 40'00" ingen regionale reklamer

### **Onsdag d. 20. november**

- Kl. 06.30 Dagen efter kommunalvalget – varighed 5'00" ingen regionale reklamer
- Kl. 07.30 Dagen efter kommunalvalget – varighed 5'00" ingen regionale reklamer
- Kl. 08.30 Dagen efter kommunalvalget – varighed 5'00" ingen regionale reklamer
- Kl. 12.15 Regionale nyheder - varighed 10'00" inkl. regionale reklamer
- Kl. 16.10 Regionale nyheder - varighed 15'00" inkl. regionale reklamer
- Kl. 17.10 Regionale nyheder – varighed 40'00" inkl. regionale reklamer
- Kl. 18.25 Regionale nyheder – varighed 18'00" inkl. regionale reklamer
- Kl. 19.30 Regionalprogram – varighed 28'00" inkl. regionale reklamer
- Kl. 22.20 Regionalprogram – varighed 18'00" inkl. regionale reklamer

TV 2/Bornholm sendte udsendelser i vinduerne på TV 2|Danmark efter den plan.

Hertil kommer så kommunalvalgsudsendelser på TV 2/Bornholm. Der kan være overlap eller genudsendelser mellem de to kanaler.

Her følger så en gennemgang af, hvad der blev sendt på TV 2/Bornholm.

Redaktionen lejede en butik på et gadehjørne centralt i Rønne. Og det var herfra alle udsendelser blev sendt (undtaget afslutningsdebat og valgaften). Det gav en synlighed i gadebilledet, som fik megen opmærksomhed.

Alle partier og lister fik tilbudt en præsentationsudsendelse med en varighed på 12:30. Præsentationsudsendelsen er et journalistisk spørgeprogram, hvor det er redaktionen, der bestemmer, hvad der skal spørges om.

Sammen med Bornholms Regionskommune blev der lavet et særligt undervisningsforløb med unge, der resulterede i et "kommunalbestyrelsesmøde", hvor alle medlemmer af kommunalbestyrelsen diskuterede en dagsorden, som de unge havde bestemt (se senere).

Dertil kom debatprogrammer med udvalgte emner. De blev sendt kl. 17.05 – 18.00 direkte på TV 2/Bornholm. Herefter blev de genudsendt fra kl. 19.45 på begge kanaler. Det vil sige, at de første 10 minutter blev vist i vinduet på TV 2|Danmark, hvorefter seerne her skulle skifte kanal for at se debatten færdigt.

Der blev sendt disse debatudsendelser:

4. november: Idræt og fritid.

5. november: Region Hovedstaden (debat mellem bornholmske kandidater til valget til regionsrådet i Region Hovedstaden).

6. november: Transport

7. november: KV 13 "360 Eventuelt" (borgerpanel).

8. november: Det gode liv (sundhedspolitik).

11. november: Job og uddannelse.

12. november: Turisme og kultur.

13. november: Erhvervspolitik.

14. november: KV 13 "360 Eventuelt" (borgerpanel).

15. november: Folkeskolen.

Mandag den 18. november: Afslutningsdebat fra kl. 19.40 (begge kanaler det første kvarter) og til 21.00.

På valgaftenen blev der sendt på TV 2/Bornholm fra kl. 19.30 og til kl. 01.48, hvor der var indgået konstitueringsaftale. Samme program blev sendt på TV 2|Danmark, idet det her dog blev afbrudt af nationale nyheder (tidspunkter ses i oversigt på foregående sider). TV 2|Danmark afbrød dog de regionale stationer ved midnatstid.

Jysk Analyse lavede en undersøgelse af seingen af udsendelserne. Den viste en share på 94,5% frem til 21.00. Herefter faldt share til 83,1%.

Dette er en overvældende tilslutning til valgaftenen.

## 1.9

TV 2/Bornholm er oprettet og fungerer i henhold til lov om radio- og fjernsynsvirksomhed. Stationens programmer er finansieret af licens (se regnskab senere). Indtægter fra de regionale reklamer tilfalder TV 2|DANMARK til finansiering af landsdækkende udsendelsesvirksomhed.

TV 2/Bornholm har indgået en Public Service kontrakt med kulturministeren, som udstikker rammerne for udsendelsesvirksomheden.

Den overordnede ledelse varetages af bestyrelsen, som på baggrund af lovgivningen og kontrakten har udarbejdet denne målsætning, der også er offentliggjort på hjemmesiden:

## ***Målsætning 2013-2014***

TV 2/Bornholms kerneværdier er

- kvalitet
- alsidighed
- nærhed
- troværdighed

Med udgangspunkt i disse værdier skal TV 2/Bornholm sikre øen en formidling, der inden for Public Service kontraktens rammer sker ad de elektroniske kanaler, der er til rådighed.

Nyhedsformidlingen skal baseres på informations- og ytringsfrihed, saglighed, upartiskhed og høj etisk standard. Som public service institution skal programlægningen være uafhængig af økonomiske, politiske og religiøse interesser.

Nyhedsformidlingens vigtigste opgave er at informere om det bornholmske samfund og dermed være med til at sikre, at borgerne har viden om samfunds- og kulturlivet, så de kan være aktive deltagere i den demokratiske proces.

I den øvrige produktion skal stationen gennem et vedkommende, væsentligt og alsidigt udbud af programvirksomhed og elektroniske tjenester i tilknytning hertil beskrive livet på Bornholm.

I perioden skal TV 2/Bornholm udøve medieskolevirksomhed for børn og unge bla. i samarbejde med skoler, uddannelsesinstitutioner m.v. med henblik på at udbrede kendskabet til tv- og internet-medier. TV 2/Bornholm skal alene eller i samarbejde med det lokale sports- og kulturliv producere TV-udsendelser og tjenester, som understøtter eller skaber kulturelle begivenheder på Bornholm prioriteret med aktører fra Bornholm.

TV 2/Bornholm skal være aktiv i den mediepolitiske debat med det formål at styrke den regionale public service formidling. Udgangspunktet er stærke regionale TV 2-stationer, der også i fremtiden råder over en egen TV-kanal og har muligheder for at udkomme på flere platforme. De regionale TV-stationer skal fortsat licensfinansieres.

TV 2/Bornholm skal arbejde på at skabe innovative og kreative rammer for en dynamisk indholdsproduktion. Medarbejderne skal have mulighed for at udvikle sig gennem et inspirerende og udfordrende arbejdsmiljø, hvor der også er plads og tid til eksperimenter. Arbejdspladsen skal have et godt fysisk og psykisk arbejdsmiljø.

TV 2/Bornholms produktionsapparat skal udvikles, så det er effektivt og afspejler den indholdsproduktion, der til enhver tid skal foregå.

TV 2/Bornholms ledelse og medarbejdere skal fortsat arbejde med effektivisering af produktionen med henblik på at styrke kvaliteten i programmerne og på at forøge mængden af programmer successivt. Effektiviseringen vil ske gennem implementering af ny teknik og omlægning af arbejdsgange.

Denne målsætning skal evalueres hvert år i august måned.

**Bestyrelsen**  
**TV 2/Bornholm**  
**August 2013**

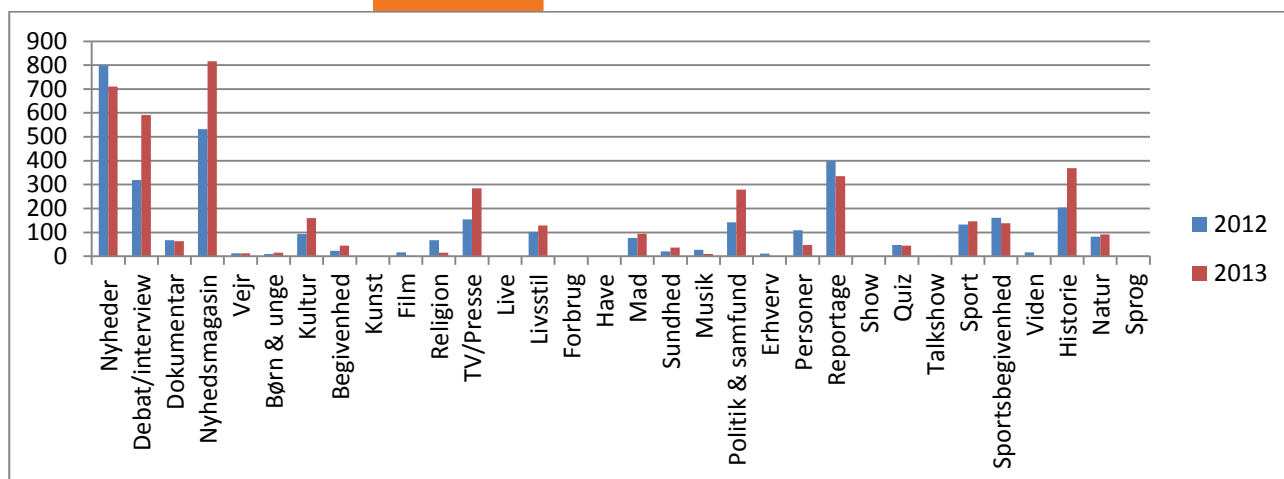
Der udarbejdes ikke en oversigt over sendetiden fordelt geografisk på Bornholm. Det vil være overflødigt bureaukrati på Bornholm.

Der er ikke udarbejdet en separat oversigt over indholdet på vinduerne på TV 2|DANMARK, idet disse jo er et spejl af de samme udsendelser sendt på TV 2/Bornholm.

På den regionale kanal er der foretaget en opdeling i kategorier af de programmer, der er blevet sendt. 2012 var det første år, og derfor findes der ikke sammenlignelige tal fra 2011 eller tidligere.

Fordelingen i de, med Radio- og TV-nævnet, aftalte kategorier ser således ud i timer:

	2012	2013
Nyheder	799	711
Debat/interview	319	591
Dokumentar	68	64
Nyhedsmagasin	532	816
Vejr	12	13
Børn & unge	10	15
<b>Kultur</b>	93	160
Begivenhed	23	45
Kunst	0	0
Film	16	1
Religion	67	15
TV/Presse	154	284
Live	0	0
<b>Livsstil</b>	102	129
Forbrug	0	0
Have	0	0
Mad	77	94
Sundhed	20	37
<b>Musik</b>	27	10
<b>Politik &amp; samfund</b>	142	279
Erhverv	11	0
Personer	109	48
Reportage	399	336
<b>Show</b>	0	0
Quiz	48	45
Talkshow	0	2
<b>Sport</b>	133	146
Sportsbegivenhed	161	139
<b>Viden</b>	16	1
Historie	204	369
Natur	82	92
Sprog	0	2



## 2. Public Service-formål

### 2.10

Som tillæg til PS-kontrakten i 2013 er der aftalt en række konkrete programinitiativer. Det er sket i forbindelse med en tillægsbevilling. Der er tale om følgende fire:

Transmission af Island Explorer.

Transmissionen blev gennemført fredag den 30. august og lørdag den 31. august på TV 2/Bornholm. Der blev indgået aftale med arrangørerne om betaling for bla. rettigheder, og det indebærer, at denne transmission også er med under den forpligtigelse, som TV 2/Bornholm har til at være med til at skabe kultur- og sportsbegivenheder på Bornholm.

Produktion af dokumentarserie om tilblivelsen af et nyt besøgscenter ved Hammershus.

Igennem hele 2013 blev der foretaget optagelser til serien. Og det lykkedes bla. at komme bag om og følge processen i et af arkitektfirmaerne, som i øvrigt viste sig i november at vinde konkurrencen. Der er indgået aftale med Naturstyrelsen om forløbet. Optagelserne til serien fortsætter i 2014, og den bliver udsendt i 2015 i forbindelse med åbningen af centret.

Produktion af en serie om frivilliges indsats på Bornholm.

Serien blev i syv afsnit – optaget og sendt i løbet af 2013 – og handlede om frivilliges indsats under følgende store events på Bornholm:



Trolling Master Bornholm 2013

Sol over Gudhjem

Folkemødet

Fairtrade koncerten

Etape Bornholm

Store Legedag

Wonderfestiwall

I Public Service kontrakten er det desuden et krav, at der holdes en producenternes dag. Denne fandt sted i oktober. Der mødte tre producenter op, og de fik en gennemgang af de planer, som TV 2/Bornholm har for 2014.

Det er også et krav at holde en pitchdag for producenter. På ovennævnte møde var der enighed med producenterne om, at dette var unødigt bureaukratisk. I stedet fik producenterne på stedet tilsagn om til enhver tid at kunne kontakte programledelsen på TV 2/Bornholm for at pitche en konkret programide.

I henhold til medieforliget skal de regionale stationer samlet anvende 1,6 mio. kr. til opfølgning på musikhandlingsplanen. TV 2/Bornholm har i 2013 anvendt 331.000 kr. til rytmisk musik i programplanen. Stationen ligger således over det forudsatte gennemsnit pr. region.

Fra starten af 2012 har TV 2/Bornholm haft en applikation til Android telefoner.

Fra 1. kvartal af 2013 har TV 2/Bornholm haft en applikation til iOS (iPhone og iPad).

På begge er det muligt at se stationens programflade i live-streaming.

Herudover kan man læse de seneste nyheder. Det er vores analyse af brugermønstre, at det interessante er korte tekstbaserede nyheder, fordi der er tale om nyhedsformidling som udnyttes, mens brugerne typisk er under transport.

Man kan også se programoversigter og kontakte.

## **2.11**

Ikke relevant.

## 2.12

TV 2/Bornholm har i løbet af året løbende samarbejdet med TV 2|DANMARK. Her er en oversigt over omfang og omsætning sammenlignet med de foregående år.

I 1.000 kr.	2009	2010	2011	2012	2013
Nyhedsindslag mv.	80	233	249	205	131
ENG, SNG mv.	43	196	64	38	59
<b>Nyhederne i alt</b>	<b>123</b>	<b>429</b>	<b>313</b>	<b>243</b>	<b>190</b>
Sporten	4	0	3	0	0
Program afd.	3	0	0	0	104
<b>Omsætning i alt</b>	<b>130</b>	<b>429</b>	<b>316</b>	<b>243</b>	<b>294</b>
Antal nyhedsindslag	33	97	61	68	54

Det er typisk ved ekstremt vejr, at der anvendes nyhedshistorier/SNG fra Bornholm. Derfor er indtægter meget højere i 2010, hvor den ekstreme jule-snestorm ramte øen. I forhold til 2012 er omsætningen i 2013 faldet, og det samme er antallet af nyhedsindslag.

For første gang i flere år er der omsætning af programmer med programafdelingen på TV 2|Danmark. Der er tale om en versionering af trolling-udsendelserne samt en særudgave af "En dag i Danmark" til cancer-ugen i oktober.

Udover det i skemaet nævnte, var der en poolproduktion fra Folkemødet til TV 2/News (og DR), men da denne aftale har en helt anden karakter, er den ikke medtaget i skemaet.

## 3. Indhold

### 3.13

TV 2/Bornholms programflade består udover nyhederne af magasininformater, der løbende udskiftes eller videreudvikles.

Alle de små udsendelser indeholder kun nyheder, mens udsendelsen kl. 19.30 på TV 2|DANMARK og på TV 2/Bornholm består af nyheder og magasiner. Alle magasinerne har tilknytning til regionen eller tager udspring i regionen.

Blandt de vigtigste faste magasiner er:

Naturprogrammet EKKO, som sendes månedligt, og sendes så det er nødvendigt at skifte kanal for at se det færdigt (forudsat at man ser i vinduet på TV 2|DANMARK). Det er en strategi, der er lagt for at få seerne til at blive mere bevidste om den regionale kanal.

Debatprogrammet 360, som også begynder i 19.30-udsendelsen, og som EKKO også skifter kanal, hvis man er startet på seningen i vinduet på TV 2/Danmark.

Kulturmagasinet Ø, som beskæftiger sig bredt med kulturlivet på øen blev sendt i første halvår, hvorefter dækningen af kulturstoffet blev lagt om til kortere indslag som sendes i forbindelse med nyhederne, en længere kultur reportage samt en kulturkalender om begivenheder og premierer.

Månedligt magasin om arbejdet i kommunalbestyrelsen kombineret med live transmission fra mødet i kommunalbestyrelsen. Efter kl. 20 bliver der sendt et sammendrag.

Hertil kommer transmissioner fra Regionsrådet, der holder sine møder i Hillerød. Der har været nogle tekniske problemer, men fra årsskiftet skulle det være på plads.

I 2013 fortsatte serien om Bornholms historie (de første afsnit blev sendt i 2012). Serien skal fortælle hele historien fra den geologiske skabelse af øen og til nutiden. Serien produceres af en uafhængig producent. Serien blev afsluttet med nutidshistorie i slutningen af 2013.

Sprogblomster – quiz om det bornholmske sprog – som er et af de mest sete programmer.

Kong Gulerod. Et hus- og haveprogram med fokus på tips og inspiration til indretning og livsstil.

Det dybdeborende journalistiske magasin Perspektiv, som efter tilførsel af ekstra ressourcer i 2009 stadig er inde i en positiv udvikling. I 2013 handlede programmet bla. om det faldende fødselstal, udbygningen af fjernvarme og det manglende beredskab ved ulykker på havet.

Fire dage om ugen sendes programmet "Mellem os", som er et aktuelt magasin med gæster i studiet, som har tilknytning til eller udspringer af nyhedsdækningen på øen. Det er her man møder de personer, som er hovedpersoner i de nyheder vi bringer – eller personer, for hvem en nyhed har relevans eller betydning.

I juni 2011 havde Folkemødet premiere på Bornholm. Inspireret af Almedals-veckan på Gotland er formålet at politikere og folket sætter hinanden stævne uden for det vante miljø.

I 2013 blev dækningen af Folkemødet endnu en gang udvidet. Den vigtigste udvidelse var et fælles regionalt nyhedsprogram, som blev sendt hver eftermiddag kl. 17.30. Programmet blev produceret og sendt af seks regioner (TV 2|Østjylland og Lorry deltog ikke).

Der blev sendt 18 timer fra Folkemødet på TV 2/Bornholm.

TV 2/Bornholm indgik igen en aftale med TV 2/News og Danmarks Radio om at være pool-producent af partiledernes taler på den store scene.

Blandt de øvrige fælles regionale programmer, TV 2/Bornholm har deltaget i, er disse:

- Beliggenhed hvor tre huse i forskellige regioner bliver vist frem – samme pris men hvad får man så
- Guld fra gemmerne om det der gemmer sig på museerne rundt om i landet.
- En bid af Danmark om regionale fødevarer.
- "En dag i Danmark" hvor seks regioner (ikke TV 2 | ØSTJYLLAND og Lorry) på samme dag følger en række danskeres liv netop den dag.
- Danmark Rundt – sendes dagligt i alle regioner.

TV 2/Bornholm har en særlig forpligtigelse til at samarbejde med kultur og idræt på Bornholm. Det har i 2013 ført følgende større produktioner med sig (der har også været mindre ting, som det vil føre for vidt at gennemgå).

1. I 2005 søsatte TV 2/Bornholm bogstaveligt talt Danmarks første direkte TV-transmitterede lystfiskerkonkurrence, Trolling Master Bornholm. Med 162 deltagere blev det allerede i premiere-året en af de største trollingkonkurrencer i Skandinavien. I 2013 deltog 248 både.

Arrangementet afholdes i samarbejde med Tejn Borgerforening og Tejn Idrætsforening, som får hele overskuddet fra salg af mad og drikke. Dermed understøtter TV 2/Bornholm det lokale idrætsliv.

TV 2/Bornholm er med i det projekt, fordi det er godt TV, men samtidigt er det klart, at netop regional-TV's engagement i sådan en aktivitet er med til at skabe en unik kultur-begivenhed på Bornholm, hvor 6-700 deltagere rejser til øen i en lille uge.

Et sammendrag af hver dags transmissioner blev produceret til TV 2/Fri og har været vist mange gange på den kanal.

2. Samarbejdet med Etape Bornholm blev gentaget i sommeren 2013. TV 2/Bornholm betaler for transmissionen og er derfor med til at sikre, at løbet giver overskud der bruges til idrætsudøvere i Viking Atletik. Etape Bornholm er et 5-dages løb, hvor løberne henover etaperne tilsammen ender med i alt at have løbet en maratondistance. Løbet foregår over hele øen, og indebærer derfor, at deltagerne både har været på en strabadserende strandetape og en bjergetape med en stigning på 14 %. Løbet arrangeres af Viking Atletik i Rønne. I 2013 blev løbet for fjerde år i træk udsolgt. Det betyder, at der var over 2000 deltagere. Det er formentlig muligt at skaffe flere deltagere, men især start-områderne kan ikke rumme flere deltagere.
3. En gruppe bornholmske unge har fem år i træk arrangeret en musikfestival, "Wonderfestiwall" ved Hammershus. I 2009 gik TV 2/Bornholm med i arrangementet. Den grundlæggende ide i at skaffe et bornholmsk talent-orkester på scenen fortsatte i 2013. Der blev produceret tre koncerter med tre lokale rockbands, og bornholmerne kunne

SMS-stemme, hvem de syntes, der skulle have 1. præmien, som er muligheden for at optræde på festivalen.

Som i 2012 blev der indrettet et TV-studie – denne gang i 1. sals højde – på festivalpladsen, hvilket gav en stor synlighed og meget opmærksomhed blandt de unge deltagere.

4. Med fire af Danmarks bedste kokke som dommere blev der på Gudhjem Havn i juni 2011 afholdt en kokkekongurrence, "Sol over Gudhjem", for unge talentfulde kokke fra hele landet. Arrangementet blev lavet i samarbejde med lokale producenter af kvalitetsfødevarer. Konkurrencen blev gentaget i 2013. Denne gang i samarbejde med to af de regioner, som kokkene kom fra (TV 2/Nord og TV Syd). Hver region producerede et portræt af deltageren, og de blev så byttet, så de blev sendt i de andre regioner. Ud over de to nævnte regioner var der deltagere fra København og Bornholm. TV 2/Bornholm producerede også portrættet af den københavnske deltager.
5. Bornholm Rock Master er en klippeklatringskonkurrence arrangeret af Dansk Klatreforbund. Konkurrencen begyndte i det små i 2011. I 2012 besluttede TV 2/Bornholm at gå med i konkurrencen (herunder at være med til at finansiere eventen). Der blev sendt direkte fra klatrekongurrencens finale om fredagen. I 2013 blev der tilføjet flere kameraer og dermed en langt bedre TV-transmission.
6. I 2010 havde TV 2/Bornholms kulturpris premiere som et led i den i PS-kontrakten nævnte indsats for kulturlivet på Bornholm. Den er nu blevet uddelt tre gange.

Kulturprisen er beskrevet på denne måde:

"TV 2/Bornholms Kulturpris er bornholmernes belønning til et eller flere mennesker, der igennem handling har skabt liv for eller i kulturen på Bornholm.

Prisen er på 10.000 kr. og uddeles en gang om året."

Efter norminering af tre kandidater er det bornholmerne, der stemmer om tildelingen blandt de tre kandidater.

I 2013 blev følgende nominerede:

- Komponisten og kapelmesteren Henrik Krogsgaard for sin indsats for at skabe begivenheder på Bornholm, specifikt nævnt operakoncerter og nytårskoncerter.
- Kunsthåndværker foreningen ACAB for deres evne til at samle det bornholmske kvalitets kunsthåndværk, organisere udstillingerne både på øen og uden for øen.
- Lederen af Bornholms Kunstmuseum, Jacob Bjerring-Hansen for foreløbigt at have samlet tilsagn om 25 mio. kr. sammen til bygningen af et nyt museum.

Kandidaterne nomineres af TV 2/Bornholm. Afgørelsen finder sted som en SMS-afstemning. Prisen gik ACAB.

7. Island Explorer Bornholm er et nyt tiltag, hvor deltagerne i 24 timer gennemfører et ganske strabadserende forløb på cykel, rulleskøjter, i kajak og i løb. TV 2/Bornholm gik med i det for at være med til at skabe en ny aktivitet på Bornholm, som har fremragende forudsætninger for den type af sportsbegivenheder. Der blev sendt fra starten fredag aften og transmitteret direkte fra afslutningen.

Udover ovennævnte er TV 2/Bornholm også forpligtiget til at udøve medieskoleaktiviteter:

I forbindelse med kommunalvalget blev der indgået en aftale med kommunen om at integrere undervisningen i demokrati i de ældre klasser med en TV-produktion. Det blev til et særligt møde med kommunalbestyrelsen, som mødtes i TV 2/Bornholms valgstudie. Mødets dagsorden var punkter, som de unge havde diskuteret sig frem til. Over 100 unge var gæster i studiet. TV 2/Bornholm havde samtidigt inviteret klasserne på besøg på TV-stationen. Desværre var der ingen klasser, der tog imod invitationen.

Det særlige samarbejde med folkeskolerne om en specifik uge, hvor alle erhvervspraktikanter, der gerne vil i praktik i mediebranchen bliver samlet, fortsatte i 2013. Praktikanterne danner en redaktion, og de får mulighed for at producere indslag og samle det i en udsendelse, der så bliver produceret i studiet. Redaktionen har hele ugen en journalist og fotograf tilknyttet, så de bliver undervist i TV-mediet. Ugen afsluttes fredag med en produktion af en komplet nyhedsudsendelse, hvor en af deltagerne er vært.

Desuden har en række skoleklasser fra såvel folkeskolens ældste klasser, gymnasium og andre ungdomsuddannelser været på rundvisninger og virksomhedsbesøg i løbet af året.

## 4. Handicap forpligtigelser

### 4.17

I juni 2009 besluttede de mediepolitiske ordførere at bevilge en ekstra licensbevilling til TV 2/Regionerne. I november blev regionerne bedt om at angive, hvad denne bevilling skulle bruges til. I brevet til Kulturministeriet blev det foreslået, at det blev brugt til at indføre tale-til-tekst software, som gør det muligt at omsætte det talte indhold i programmerne til tekst-TV baserede tekster.

Tale-til-tekst er en software løsning, som gør det muligt at tekste udsendelserne, også de direkte. Teksterne ses ved tilvalg af side 399 på tekst-tv. De er forsinket nogle sekunder i forhold til udsendelsen af tekniske årsager. Da systemet kun kan genkende én stemme, betyder det, at der er oplært og ansat re-speakere, som under udsendelsen gentager alt, hvad der bliver sagt.

Systemet giver mening ikke bare for døve, men også folk med nedsat hørelse kan med fordel tilvælge disse tekster.

Systemet blev taget i brug i alle TV 2-Regioner (og dermed også TV 2/Bornholm) den 1. oktober 2010 og har også kørt i 2013. Det anvendes i overensstemmelse med Public Service kontrakten på hovedudsendelsen kl. 19.30 på TV 2|DANMARK på alle hverdage.

Fra juni 2013 er – som krævet – den samme udsendelse, når den spejles på TV 2/Bornholm også blevet tekstet. Det er herefter ikke noget krav, at der tekstes på begge kanaler, men TV 2/Bornholm har foreløbigt valgt at gøre det på begge kanaler.

## **5. Dansk sprog og europæiske programmer**

### **5.19**

TV 2/Bornholm arbejder aktivt med sprogpolitikken igennem efterkritik af udsendelsen. Her er sproget et fast punkt.

Desuden har vi igennem hele 2013 gennemført danskundervisning for medarbejderne med en fast tilknyttet dansklærer.

Med hensyn til programinitiativer, der vedrører sprog, henvises til beskrivelsen af programmet Sproglomster.

### **5.20**

I henhold til Public Service kontrakten skal vi opgøre andelen af europæiske programmer der er udsendt. Andelen er 100 %. Der er således kun udsendt dansk producerede udsendelser.

Desuden skal der iagttages diverse hensyn til mindreårige. Der har ikke i 2013 været bragt programmer (hverken i vinduerne på TV 2|DANMARK eller TV 2/Bornholm), hvor det har været relevant at tage denne regel i anvendelse.

Samtidig er der lavet en opgørelse over, hvor stor en andel af sendetiden, der består af programmer leveret af uafhængige producenter. Heri skal ikke medregnes nyheder, sportsbegivenheder, konkurrencer og tekst – TV.

44 % af sendetiden, som ikke er nyheder, sport mm., er blevet leveret af uafhængige producenter. Det er således over de krævede 33 %

De samlede udgifter til disse produktioner udgjorde i 2013: 1.156.572 kr. (2012: 882.767 kr.).

Eksempler på færdigt producerede TV-programmer leveret af eksterne producenter:

- Bornholms historie.
- Kommunalvalgene på Bornholm siden 1970.
- Fotoalbummet (portrætudsendelser med udgangspunkt i folks private fotos fra deres liv).

Derudover er der beskæftiget flere enmandsvirksomheder, som også indgår på freelance basis i TV- produktionen af nyheder og aktualitet.

Den samlede anvendelse af disse momsregistrerede virksomheder udgjorde i 2013, 3.484.248 kr. (2012: 3.564.082 kr.)

Når vi ser på Bornholms særlige geografiske beliggenhed, så er det kun få, om nogen, eksterne producenter, bosiddende udenfor Bornholm, som ønsker at lave programmer på eller om Bornholm. Årsagen er den simple, at der ikke blot skal tillægges omkostninger til rejsen, men også til løn til medarbejdere i den tid, der bruges på at rejse til Bornholm. Som tommelfinger-eksempel, så tager det fem timer at rejse fra København til Bornholm med bil og færge. Skal to medarbejdere fra et københavnsk produktionsfirma til Bornholm, så koster det således 10 timer ekstra hver vej, hvilket i sig selv gør produktionen dyrere.

Der er tre mindre uafhængige producenter på øen, som alle er mindre virksomheder med en eller to personer beskæftiget. De har alle leveret færdige programmer til TV 2/Bornholm. Ingen af dem har tekniske muligheder for at lave større fler-kamera produktioner. Der er heller ikke andre TV-studier på øen, og det umuliggør f.eks. at quiz-programmet Sprogblomster produceres af en ekstern producent.

Ovenstående giver en udfordring med at kunne leve op til kravet i de kommende år.

## **6. Dialog med befolkningen i regionen**

### **6.21**

Den væsentligste direkte del af dialogen med befolkningen foregår i repræsentantskabet. Repræsentantskabet består af 35 lokale foreninger og organisationer.

Repræsentantskabet har to årlige møder. Møderne indeholder, udover generelle diskussioner, også specifikke diskussioner i forhold til udsendelserne. Arbejdsmetoden har ganske ofte været gruppearbejde, hvor debatten så er foregået med efterfølgende forelæggelse i plenum.

Debatterne har været præget af nyttigt og direkte indhold, idet der i repræsentantskabet generelt er et stort engagement omkring TV 2/Bornholm.



## 6.22

Lytter- og seerorganisationer er medlem af repræsentantskabet, og deres holdninger kommer derfor til udtryk ad denne vej.

## 6.23

TV 2/Bornholm har valgt at begrænse adgangen for brugerne til at kommentere på websiderne, selvom det faktisk begrænser den dialog, som stationen kunne have med seerne. Årsagen er, at åbne debatsider bliver bombarderet med indlæg, gerne anonyme eller under falsk navn. Disse indeholder ofte injurier mod navngivne personer, racistiske ytringer o. lign. Det vil ikke være i overensstemmelse med TV 2/Bornholms etik at disse er tilgængelige på et licensfinansieret public service website.

Der blev i 2013 modtaget 2-3 mails om måneden med kritik eller ros sendt enten til medarbejderen, redaktions-postkassen eller direktøren.

Klager og henvendelser i øvrigt søges behandlet og besvaret inden for 24 timer. Der kan dog være praktiske ting og undersøgelser, der skal foretages, inden henvendelserne kan besvares.

Deciderede klager fra medvirkende er der ganske få af. Der har været bragt nogle få rettelser eller præciseringer i løbet af året.

Der har ingen sager været i Pressenævnet i 2013.

## 7. "Vinduer" i TV 2-sendefladen

### 7.25

I afsnit 1.6 er der redegjort for sendetiderne for vinduerne på TV 2|DANMARK.

På den regionale kanal sendes udover de nævnte nyhedsudsendelser (som bliver spejlet fra TV 2|DANMARK kanalen) også nyhedsudsendelser kl. 12.00, 14.00, 16.00, 18.00 og 22.00.

## 8. Regionale udsendelser uden for TV 2-sendefladen

### 8.26

Siden den 11. januar 2012 har der været sendt på TV 2/Bornholm.

TV 2/Bornholm har valgt at genudsende mindre end andre regioner og i stedet – når der ikke er program – at sørge for en nyhedsdækning i form af skilte med overskrifter og korte versioner af nyhederne fra tv2bornholm.dk. Se målinger på dette under punkt 1.7.

Kanalen har udviklet sig dynamisk i løbet af året, idet det har været vigtigt i programplanlægningen at forholde sig til andre kanalers programlægningen. Alle nyproducerede udsendelser bliver bragt i tidsrummet 20-22. Omfanget af disse udsendelser er beskrevet under pkt. 1.5.

Indholdet – dvs. fordeling i kategorier – er beskrevet under pkt. 1.9.

## 9. Internet

### 9.27

TV 2/Bornholm udgiver nyheder m.m. på [www.tv2bornholm.dk](http://www.tv2bornholm.dk) hertil kommer forbrug af et ældre videoarkiv på [www.tv2regionerne.dk](http://www.tv2regionerne.dk). Der er ikke dele af websiderne, der drives på kommercielle vilkår.

Her er udviklingen i antallet af enheder incl. nyheder udgivet på websiden i de sidste tre år:

	antal nyheder	gns. pr. dag
2011	6500	17,8
2012	7400	20,3
2013	9400	25,8

Fremgangen fra 2012 til 2013 er på 27 %.

I alle årene er inkluderet andre artikler i tallet om stationens udsendelser mv., og dermed er tallene sammenlignelige.

Der foretages ikke en opgørelse internt der præcist siger, hvor meget tid (=hvor mange ressourcer), der bruges på henholdsvis web-udgivelse og TV. Der er en fast normering på nettet fem dage om ugen, mens weekenden klares af den vagtsatte bemanning, men det vil være forkert at se det som et udtryk for de ressourcer, der anvendes til web-dækningen. Det er nemlig også de TV-producerende medarbejders ansvar at udgive deres historier i net-versioner. Det sker typisk i tidsrummet 17.00 til 19.30. Og det sker typisk også via en sammenkædning med video-materialet fra udsendelsen. Der foretages ikke en registrering af dette, fordi TV 2/Bornholm anser en sådan registrering for overflødig bureaukrati, som hellere anvendes i den kreative produktion.

En række af de større programinitiativer, f.eks. trolling og EKKO har sine egne sektioner.

Alle 19.30 udsendelser plus stort set alle andre udsendelser bliver udgivet på nettet til genemsyn (On-demand).

Der live-streames 24 timer i døgnet på TV 2/Bornholm, så alle bornholmere uden for øen kan følge med i udsendelserne, og det giver også reaktioner.

Der er indbygget live-streaming i begge applikationer til henholdsvis Android og iOS.

Har mobil-telefoner indbygget browser, så kan TV 2/Bornholms website besøges fra mobiltelefonen.

Herudover er der en dedikeret nyhedsapp på Android, som dækker mere end halvdelen af de danske smartphones.

Applikationen indeholder to dele:

- En widget som kan ligge på forsiden af telefonen indeholdende tophistorien og de to nyeste historier. Brugeren vælger selv, hvor tit disse skal opdateres.
- Den egentlig applikation som indeholder tophistorien plus de 30 nyeste historier med både tekst og billede.

Applikationen var klar til download fra Android Marked den 1. oktober 2010, og har dermed kørt siden.

Fordi der er afgørende flere Android-smartphones blev den valgt som den første. I første kvartal 2013 blev der tilføjet en applikation til iOS platformen (iPhone og iPads) med samme indhold inklusive live-streaming af TV-kanalen.

Sådan ser udviklingen ud på antallet af applikationer:

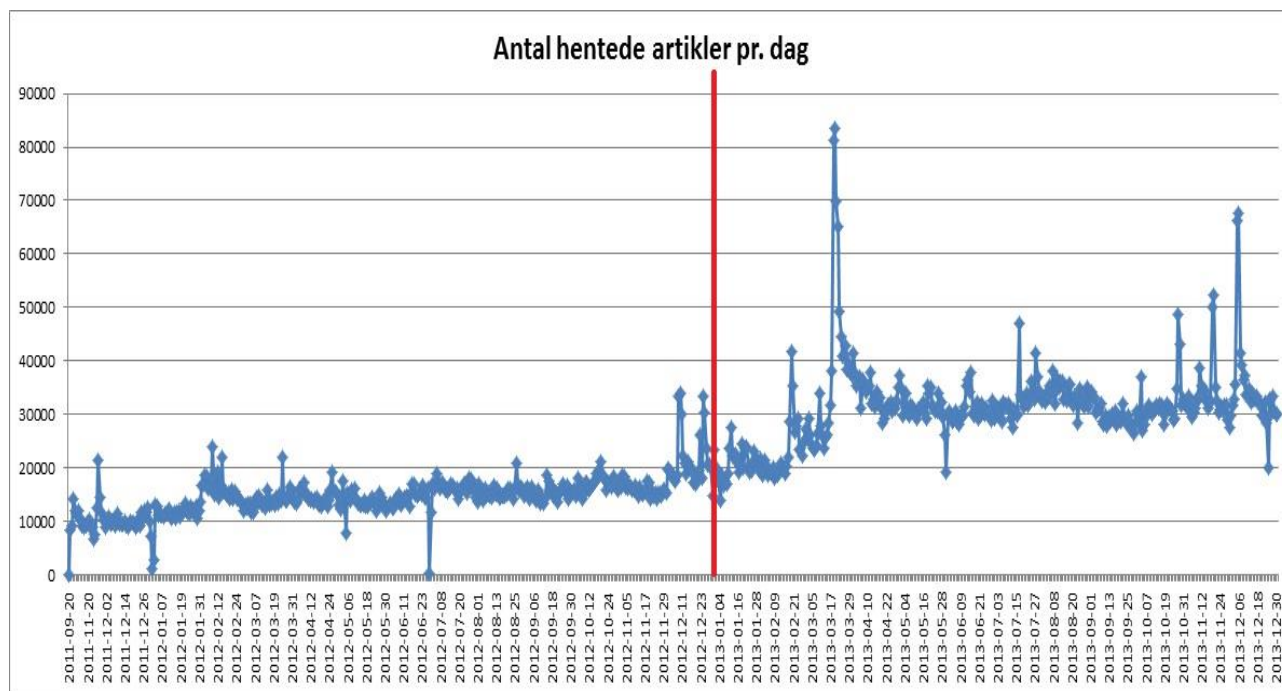
System/dato	1. januar 2012.	1. januar 2013.	1. januar 2014.
Android	1.235	1.712	2.389
Apple iOS	Ikke udgivet	Ikke udgivet	2.229*

\*Apple opgør ikke antallet af aktive installationer. Kun antallet af downloads – og ikke om de afinstalleres igen. Vores Android er downloaded 5.245 gange, hvoraf de 2.389 er aktive. Gælder den samme procentfordeling for iOS, så vil det betyde, at der er 1.015 aktive iOS brugere.

Med dette udgangspunkt har vi altså ca. 3.400 installerede applikationer. Det er et væsentligt antal, når det ses i lyset af, hvor mange unikke brugere vi har på en måned. Disse 3400 vil ikke i nær så høj grad anvende nettet, når de har læst de samme artikler på deres telefon/tablet.

Det er således ca. en fordobling af antallet af aktive applikationer (med forbehold for det skøn, der ligger i iOS udviklingen).

Sådan ser udviklingen ud i antallet af hentede artikler på de to mobile platforme:



Den røde streg er årsskiftet 2013. Den højeste spids er en snestorm. Den næsthøjeste er stormen (Bodil) i december, mens den 3. højeste er kommunalvalget.

Det går altså fra ca. 10.000 artikler om dagen til 30.000 artikler. Fra starten af 2013 vokser det med ca. 50 % fra ca. 20.000 til ca. 30.000 artikler. En væsentlig del af denne stigning skyldes iOS-app'ens udgivelse. Disse trafiktal skal tillægges de efterfølgende driftstal på vores website, og cementerer derfor TV 2/Bornholms position som øens største digitale nyhedsformidler. Samtidigt må det understreges, at væksten i mobil-access til nyheder er med til at trække trafik væk fra det "gamle" website.

Radio- og TV-nævnet udbeder sig desuden en opgørelse af "unikke månedlige brugere" på hjemmesiden. TV 2/Bornholm har igennem årene konstateret betydelige afvigelser alt efter hvilken måle-software, der har været anvendt.

På den baggrund OG fordi registrering af brugernes IP-adresser IKKE siger noget om antallet af unikke månedlige brugere, har TV 2/Bornholm tidligere undladt at anvende denne opgørelse. Årsagen til at der opstår væsentlige fejkilder er, at den samme bruger i løbet af den angivne tidshorisont kan besøge hjemmesiden fra forskellige IP-adresser. Brugeren vil så blive registreret som "unik", selvom det er den samme bruger. Det sker f.eks., hvis man først besøger hjemmesiden fra ens arbejdsplads og dernæst fra ens hjem senere på dagen. Det vil blive registreret som to unikke brugere pga. de forskellige IP-adresser, men det er den samme bruger. Det gælder også for alle brugere af mobilt bredbånd. Hver gang de logger på mobilt bredbånd, får de tildelt en ny IP-adresse, og bliver derfor registreret som en unik bruger flere gange.

Det omvendte sker imidlertid også; mange unikke brugere kan blive registreret som den samme bruger. Det sker, hvis flere fra samme arbejdsplads, der typisk har samme IP-adresse, besøger hjemmesiden. I det tilfælde vil disse brugere bliver registreret som én unik bruger, selvom det kan være ganske mange personer. Anvendelsen af forskellig software og metode til opgørelse af trafik gør, at sådan statistik ikke er sammenlignelig fra website til website.

Det bliver endnu mere komplekst, hvis der sammenlignes med andre websites. Det kan man nemlig kun gøre, hvis der måles på samme måde.

Her er et eksempel.

Hvornår er en unik bruger unik igen? Spørgsmålet lyder mærkeligt, men her er nogle tal som eksempel. Hvis man opgør unikke brugere på et døgn til 1000 og derefter nulstiller, så vil man på en måned have 31.000 unikke brugere. Opgør man det over en måned, hvorefter der nulstilles, så vil man kun have 1000 unikke brugere. Vores er opgjort over en måned.

Sådan ser udviklingen i antallet af besøgende ud:

Måned	2011	2012	2013
Januar	49.043	47.708	61.653
Februar	49.410	49.211	56.515
Marts	46.469	50.013	61.751
April	49.525	66.926	52.097
Maj	49.333	55.158	58.098
Juni	70.914	57.155	51.451
Juli	54.893	59.038	56.233
August	47.637	59.128	53.147
September	45.775	60.829	46.499
Oktober	48.410	56.278	47.831
November	43.657	54.026	50.455
December	40.464	56.680	49.605
<b>Total</b>	<b>595.530</b>	<b>672.150</b>	<b>645.335</b>

2013 er en mindre tilbagegang i forhold til 2012, men det er stadig en fremgang i forhold til 2011. Som man kan se, var den bedste måned nogensinde juni 2011. Det er der en forklaring på. Det skyldes en fuldstændigt vanvittig dag – den første raketopsendelse.

Der er ganske ofte sådanne forklaringer omkring enkeltbegivenheder. Marts i 2013 hives op af en snestorm og bliver derfor den bedste måned det år. Sagt på en anden måde: Havde der været flere snestorme og raketter i 13, så ville den lille tilbagegang være blevet ændret til en fremgang.

Sådan ser "forbruget af hjemmesiden ud":

Måned	2011	2012	2013
Januar	258.746	207.392	238.011
Februar	235.372	227.360	225.090
Marts	232.827	206.133	264.189
April	226.684	229.328	210.643
Maj	221.534	197.375	222.563
Juni	263.510	206.564	196.460
Juli	239.732	209.871	210.250
August	235.447	209.785	207.083
September	215.618	204.232	181.284
Oktober	205.570	201.712	194.655
November	195.139	187.241	206.048
December	179.662	228.767	211.153
<b>Total</b>	<b>2.709.841</b>	<b>2.515.760</b>	<b>2.567.429</b>

Besøg er antallet af gange hjemmesiden er blevet åbnet. Det giver så en ny nuance til billedet. Forbruget af nyheder er nemlig steget fra 2012 til 2013. Ikke meget ganske vist, men da antallet af forbrugere er faldet i samme periode, så kan der kun være en forklaring: Hver forbruger bruger flere nyheder. Men de forbruger ikke så meget som i 2011, som trods det mindste antal forbrugere, har det største antal viste sider (= forbrugte nyheder).

Det er altså et ret mudret billede der tegner sig, hvor man både kan sige, at vi er gået tilbage og gået frem.

## 10. Arkiver

### 10.28

Alle programmer udsendt på TV 2/Bornholm bliver bevaret i arkivet. De nyeste er alle opbevaret i digitalt format.

### 10.29

Der er ikke til TV 2/Regionerne afsat licensmidler (som det er sket i DR) til digitalisering af de ældste arkiver (perioden 1990-2000). Al produktion i de sidste mere end 10 år er foregået på digitalt format og opbevares på bånd i digitalt format.

### 10.30

TV 2/Bornholm har siden 1998 udgivet sine udsendelser på nettet. I dag er der et, for brugere, tilgængeligt og søgbart arkiv ca. 8 år tilbage. Dette arkiv vil blive bevaret i WMV-format fremover.

## 11. Regnskab 2013

Set over en 5 – årig periode kan virksomhedens udvikling beskrives ved følgende hoved- og nøgletal.

<b>Beløb i kr. 1.000</b>	<b>2013</b>	<b>2012</b>	<b>2011</b>	<b>2010</b>	<b>2009</b>
<b>Resultatopgørelse:</b>					
Indtægter	66.741	61.810	59.275	55.816	52.761
Bruttoresultat	14.865	13.687	14.666	11.130	10.390
Resultat af ordinær drift	-1.239	-1.301	4.134	2.833	-109
Resultat, finansielle poster, netto	-95	-120	11	-64	-67
<b>Årets resultat</b>	<b>-1.334</b>	<b>-1.421</b>	<b>4.145</b>	<b>2.769</b>	<b>-176</b>
<b>Balance:</b>					
Balancesum, ultimo	33.832	34.248	33.170	29.587	28.520
Egenkapital, ultimo	13.835	15.169	16.591	12.466	9.677
<b>Pengestrømme:</b>					
Driftsaktiviteter	5.526	4.680	7.566	6.137	4.166
Investeringer	-5.034	-8.983	-3.277	-2.795	-3.688
Heraf, investering i materielle og immaterielle anlægsaktiver	-5.034	-8.983	-3.277	-2.945	-3.735
Finansiering	-328	-320	-310	-299	-219
<b>Årets likviditetsvirkning</b>	<b>164</b>	<b>-4.623</b>	<b>3.979</b>	<b>3.043</b>	<b>259</b>
Antal beskæftigede	78,3	75,1	73,1	70,1	66,5
Sendetimer	8.760	8.561	949	915	621
<b>Nøgletal i %:</b>					
Bruttomargin	22,3	22,1	24,7	19,9	19,7
Soliditetsgrad	40,9	44,3	50,0	42,1	33,9