

---

**TV2 ØSTJYLLAND**  
**Public service-redegørelse 2018**

---

## Indledning

TV2 ØSTJYLLAND vil sikre public service også til de kommende generationer. Vi vil være relevante for flere østjyder, og det vil vi være ved at skabe originalt indhold til flere målgrupper og flere platforme.

Derfor har vi i 2018 fortsat udviklingsarbejdet med at skabe regionalt indhold fortalt og distribueret på flere platforme end tv.

Vi har i løbet af 2018, blandt andet via indsigter fra vores skandinaviske kollegaer, besluttet, at vi i fremtiden er nødt til at prioritere målgruppeindsigter og målinger af vores indhold på de forskellige platforme endnu højere, hvis vi vil sikre at modtagerne oplever vores indhold som relevant. Ligeledes er målgruppe- og platformskendskab afgørende for at løse de store distributionsudfordringer, vi i lighed med mange konventionelle mediehuse står med i disse år.

I det nye medieforlig, der blev indgået i 2018 for årene 2019-2023 kan vi læse at netop distribution og udvikling af indhold til særligt yngre målgrupper er en politisk prioritet, og derfor har vi allerede ved udgangen af 2018 haft øget fokus på målgrupper, målinger og distribution på digitale og sociale platforme.

Aarhus, den 10. april 2019



**Claus Jørgensen**  
Formand for bestyrelsen  
TV2 ØSTJYLLAND



**Inga Vind**  
Adm. direktør  
TV2 ØSTJYLLAND

<b>Indledning</b>	<b>side 2</b>
<b>Indholdsfortegnelse</b>	<b>side 3</b>
<b>Generel information</b>	<b>side 4</b>
Sendeområde	
Befolkningsgrundlag	
Antal ansatte	
Adresse	
Sendetimer	
Sendetidspunkter	
Rating og share	
Ved valg: sendetidspunkter for alle ekstra udsendelser	
Anden relevant information	
<b>Public service-formål</b>	<b>side 10</b>
Den generelle forpligtigelse	
Ved valg	
Samarbejdet med TV2 DANMARK	
<b>Specifikke public service-forpligtelser</b>	<b>side 12</b>
Nyheds- og aktualitetsprogrammer	
Beskyttelse af børn	
Kunst og kultur i det regionale område	
Samarbejde	
Beredskabsforpligtelsen	
<b>Betjening af handicappede</b>	<b>side 17</b>
Forpligtelsen	
<b>Dansk sprog og europæiske programmer</b>	<b>side 18</b>
Sprogpolitik	
EU-krav til sendefladen	
<b>Dialog med befolkningen i regionen</b>	<b>side 19</b>
Repræsentantskabet	
Dialog med befolkningen i øvrigt	
<b>"Vinduer i TV2-sendefladen"</b>	<b>side 20</b>
Beskrivelse af programfladen	
<b>Regionale udsendelser udenfor TV 2-sendefladen – TV2 ØSTJYLLAND</b>	<b>side 27</b>
Beskrivelse af programfladen	
<b>Online</b>	<b>side 31</b>
Beskrivelse af stationens internet-aktiviteter	
<b>Arkiver</b>	<b>side 39</b>
Bevarelse af programarkiver	
Digitalisering af programarkiver	
Arkivernes tilgængelighed	

## 1. Generel information

### 1.1 Sendeområde

Formelt er sendeområdet det tidligere Århus Amt. Reelt er vi online og på tv i kommunerne Norddjurs, Syddjurs, Randers, Favrskov, Silkeborg, Skanderborg, Odder, Samsø og Aarhus.

Med mellemrum er vi i Horsens, fordi Horsens kulturelt, erhvervmæssigt og politisk er en vigtig del af Østjylland.

Det er politisk bestemt i Folketinget, at Horsens Kommune *ikke* er TV2 ØSTJYLLANDs dækningsområde. Kulturministeren kan – efter indstilling fra Horsens Kommune – ændre det forhold.

### 1.2 Befolkningsgrundlag

Samsø er den mindste kommune med 3.720 indbyggere. Aarhus den største med 340.421 indbyggere. I alt bor der 747.150 i sendeområdet.

#### FAKTA

Tallene er hentet i statistikbanken, Danmarks Statistik. Tallene indeholder hele Silkeborg Kommune og hele Favrskov Kommune, selvom dele heraf er TV MIDT-VESTs sendeområde.

### 1.3 Antal ansatte

Ved årets udgang var der 73 ansatte.

Hen over året var der i gennemsnit beskæftiget 82 medarbejdere.

### 1.4 Adresse

**TV2 ØSTJYLLAND**  
**Skejbyparken 1**  
**8200 Aarhus N**  
**[www.tv2østjylland.dk](http://www.tv2østjylland.dk)**

### 1.5 Sendetimer på TV

Nyheder, nyhedsindslag, nyhedsudsendelser og programmer er tilgængelige på flere platforme:

- Tv-kanalen TV2 ØSTJYLLAND
- [Tv2østjylland.dk](http://Tv2østjylland.dk) – streaming og on-demand
- TV2 DANMARK (*kun nyheder*)
- TV SYD (*kun nyheder*)
- TV2OJ-app til Android og iOS
- Facebook [www.facebook.com/TV2OJ](https://www.facebook.com/TV2OJ)
- Twitter [www.twitter.com/TV2OJ](https://www.twitter.com/TV2OJ)
- Instagram [www.instagram.com/TV2OJ](https://www.instagram.com/TV2OJ)
- Youtube [www.youtube.com/channel/UCfS2CZVELgAMvNF6r9vnmYQ](https://www.youtube.com/channel/UCfS2CZVELgAMvNF6r9vnmYQ)
- Snapchat (brugernavn: TV2OJ)

Nedenstående er sendetiden på tv-kanalen TV2 ØSTJYLLAND. Nogle af nyhedsudsendelserne sendes også på TV2 DANMARK og TV SYD.

TV2 ØSTJYLLAND Sendetid 2018	Øvrige programmer	Nyheder / aktualitet	Programmer i alt	Programmer i alt	Total sendetid
	1. gangs uds.	1. gangs uds.	1. gangs uds.	genudsendelser	Programmer og skilte
<i>timer</i>					
Egenproduktion	292	210	502	1.591	2.093
Køb hos uafhængige producenter	158	-	158	1.367	1.525
Fælles regional produktion	10	10	20	95	115
Fra anden TV 2-region	40	8	48	842	890
Skilte og off-broadcast	-	-	-	-	130
Total	500	228	728	3.895	4.753

I TV 2 – vinduerne sendte vi i 2018 i alt 210 timers nyheds- og aktualitetsudsendelser.

## 1.6 Sendetidspunkter

### TV2 ØSTJYLLAND

**Kl. 11.00 – 01.30** Nyheder og programmer

**Kl. 01.30 – 11.00** Offbroadcast (*som det hedder, når vi ikke sender programmer*)  
med nyheder fra tv2oj.dk og programoversigt (*Alle dage – i weekenden dog 01.30 – 15.00*)

### TV2 DANMARK

**Kl. 12.30** Regionale nyheder (*mandag – fredag*)

**Kl. 17.16** Regionale nyheder (*mandag – fredag*)

**Kl. 18.20** Regionale nyheder (*alle dage, i weekenden dog kl. 18.15*)

**Kl. 19.25** Coming-up – dagens vigtigste nyhed (*alle dage*)

**Kl. 19.30** Regionale nyheder og programmer. Vejret i Østjylland (*alle dage*)

**Kl. 22.27** Regionale nyheder (*mandag-torsdag*)

### TV SYD

**Kl. 21.55** Regionale nyheder og programmer. Vejret i Østjylland (*alle dage*)

## 1.7 Rating og share

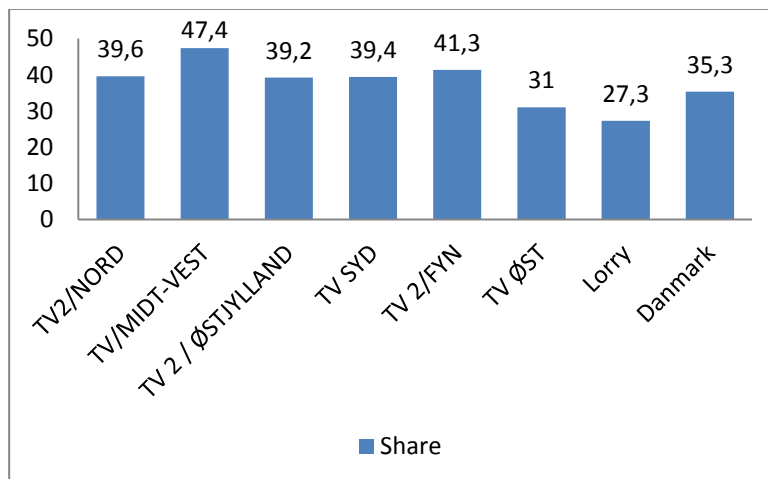
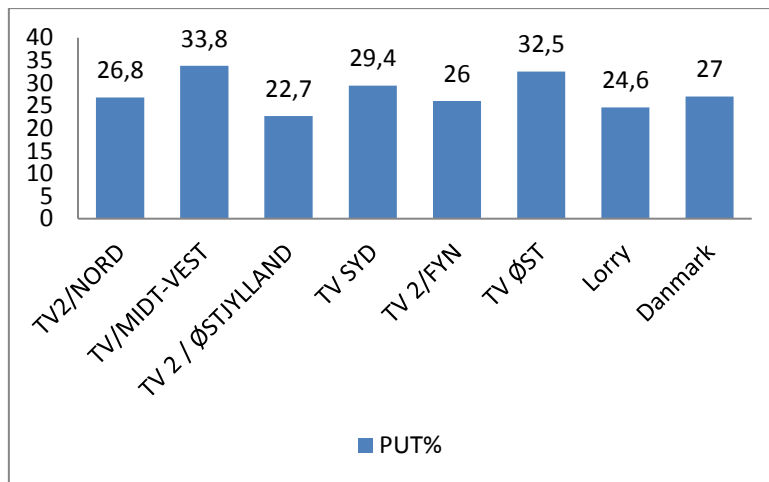
### Seertal - 19.30-udsendelsen i aldersgruppen 12 år+

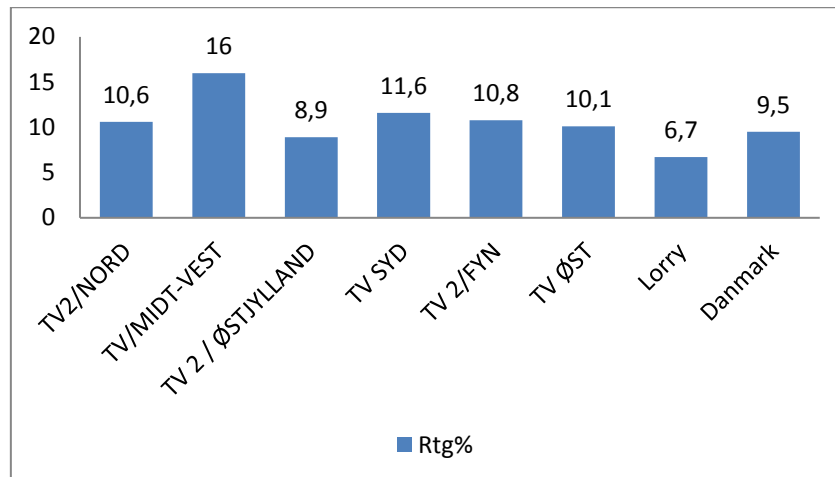
Grafikken viser seertal for nyhedsudsendelse kl. 19.30 målt i aldersgruppen 12+, dvs. alle over 12 år.

- *PUT* (People using TV) fortæller, hvor stor en del der faktisk ser fjernsyn kl. 19.30
- *Rating* fortæller, hvor stor en andel af hele befolkningen, vi har fat i
- *Share* fortæller, hvor stor en del af dem, der ser fjernsyn kl. 19.30, der ser TV2 ØSTJYLLAND

Set over tid har vi som andre tv-stationer oplevet et fald i seertallet på flow-tv. I 2002 havde vi det højeste seertal i den tid, det er blevet målt med Gallup TV-Meter, nemlig en rating på 22,2 %. I de år var vi nr. 1. Nu er vores rating 8,9 %. Til det tal skal lægges alle, der ser nyhedsudsendelsen på vores egen kanal, på TV SYD, på TV2 Play, på nettet, via vores nyheds-app eller on demand. Det samlede antal kendes ikke.

Østjylland som landsdel har det laveste PUT-level kl 19.30. PUT-level er 'people using television' og er et tal der angiver, hvor mange der rent faktisk har tændt for deres tv. Dvs at der er færre danskere i vores sendeområde, der vælger at tænde for deres tv og det vil derfor naturligt gøre det vanskeligere for TV2 ØSTJYLLAND at nå op på samme seertal som de TV2 Regioner med et højt PUT-level:



**FAKTA**

Gallup TV-Meter måler seertal i Danmark. Der er på landsplan tilknyttet cirka 1.270 husstande, repræsentativt udvalgt. Heraf er 174 husstande i Østjylland. Det er ifølge eksperter ikke finmasket nok til at give et retvisende billede af seeringen på den regionale kanal.

**Strategisk måleredskab**

I takt med at TV2 ØSTJYLLAND de senere år har taget nye platforme i brug for at nå vores målgrupper, har vi haft brug for at måle på nye måder end de traditionelle seertal for at få hold på, hvor mange vi når med vores indhold.

I slutningen af 2016 indførte vi et såkaldt performancemeter, der var vores eget bud på at skabe en struktureret måling, der kunne anslå værdi på tværs af platforme. Den grundlæggende tanke var at definere KPI'er for hhv. spredning, oplevet kvalitet og tilfredshed for hver enkel platform. En KPI for tilfredshed på Facebook kunne fx være, at 20% af alle videoer skal være set minimum 95% til ende.

Ved udgangen af 2018 har vi haft behov for at revurdere performancemeteret af tre primære årsager:

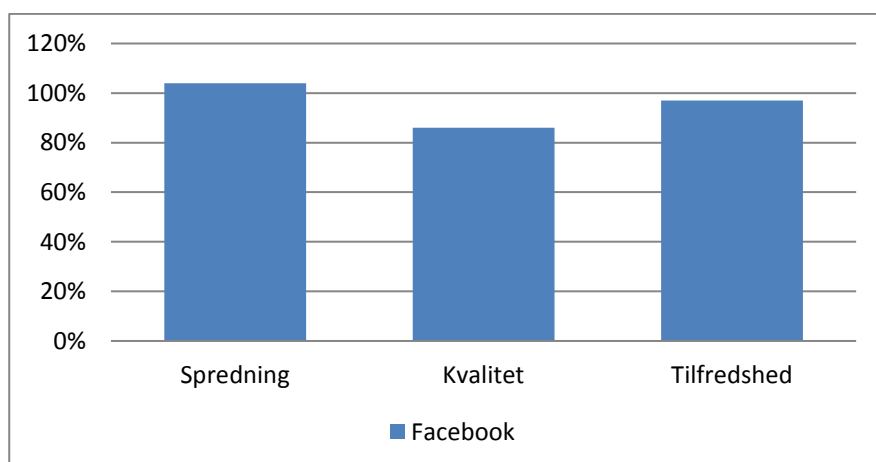
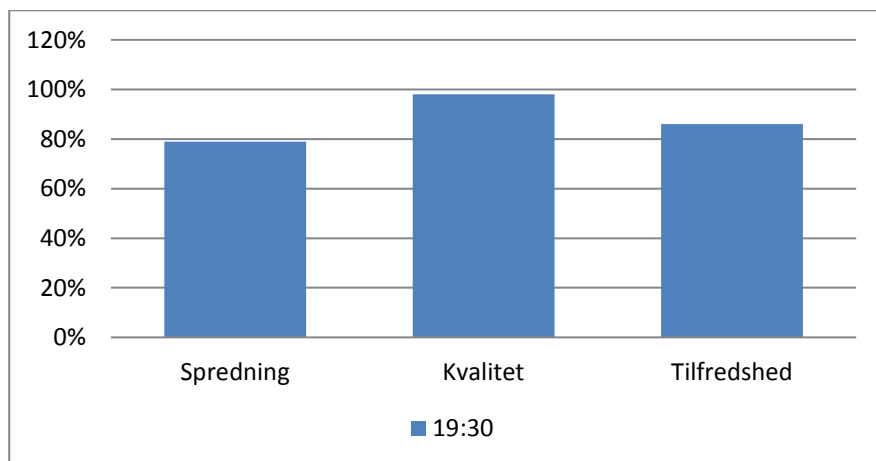
- Sammen med de øvrige TV 2-regioner var dele af TV2 ØSTJYLLANDs ledelse i foråret 2018 på studietur til en lang række medievirksomheder i Skandinavien, der havde som fællesnævner, at de var lykkedes med at nå ud til og fastholde en ung målgruppe – det gjaldt både nyhedsmedier og fx SKAM-redaktionen på NRK. Det var tydeligt, at de medier, der havde godt fat i de unge, dels havde en indgående, vedvarende relation med de unge og konstant havde dem med i produktionsprocessen, dels arbejdede de struktureret og systematisk med data og indsigter. Derfor oprettede TV2 ØSTJYLLAND i sommeren 2018 en stilling som målgruppechef, og vi har lagt langt større fokus på systematisk og konsekvent måling og analyse. I den forbindelse viste det sig, at der som minimum var behov for en opdatering af flere af målepunkterne i performancemeteret.
- Vi har i forbindelse med den nye public service-kontrakt for årene 2019-2023 defineret en række strategiske årlige budgetmål, og derfor giver det naturligvis mening løbende at holde øje med, om vi kommer i mål med dem. Da målene kan variere fra år til år, er det vigtigt at kunne redefinere nogle af KPI'erne i de løbende målinger, samtidig med at nogle af de øvrige KPI'er består. Den fleksibilitet er ikke mulig i det eksisterende performancemeter.

- Der er behov for, at målingerne i højere grad er taktisk anvendelige i det daglige redaktionelle arbejde, og at der er kortere fra måling til evt. ændret adfærd. Målingerne skal ikke blot være mere synlige, men også mere operationelle, så brugstendenser kan læses mere direkte op imod det producerede indhold.

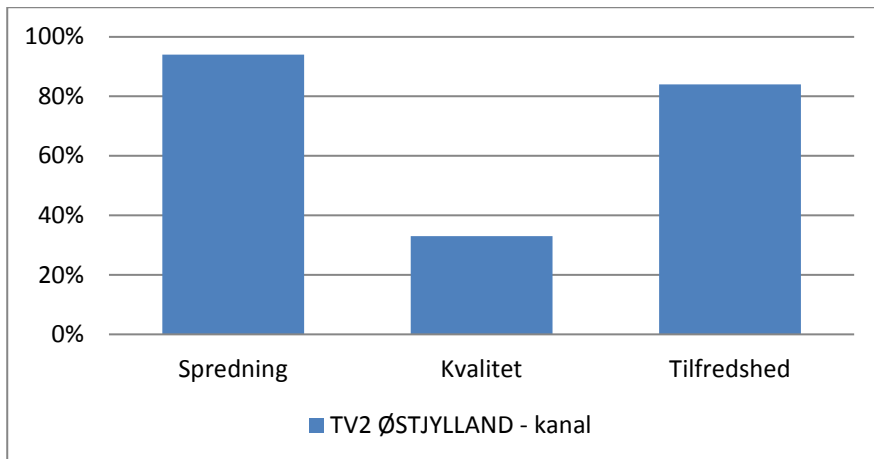
I definitionen af de nye målinger, der vil træde i kraft i foråret 2019, tager vi stadig afsæt i de helt grundlæggende måleparametre fra performancemeteret, nemlig spredning, kvalitet og tilfredshed, men dels flugter målingerne med de strategiske budgetmål og med øvrige vigtige strategiske mål, dels vil målingerne bliver foretaget månedligt og afrapporteret løbende på alle niveauer af organisationen. Målingerne vil med andre ord være tættere knyttet til produktionen og dermed være mere operationelt anvendelige, og samtidig vil vi i højere grad måle, så der kan ændres med kort afsæt. Samtidig vil det stadig være en måling på tværs – af både platforme og redaktioner – med mulighed for at få et samlet overblik over TV2 ØSTJYLLANDs overordnede performance.

Med redegørelserne fra 2019 og fremover vil vi afrapportere målene fra budgettet, og dette er derfor det sidste år med denne slags opgørelse og måling.

KPI'erne for 2018 følger stadig performancemeterets definitioner, og udvalgte nedslagspunkter for de forskellige platforme følger herunder:







Mest bemærkelsesværdigt er den lave score på kvalitet på TV2 ØSTJYLLANDs 24 timers-kanal, hvor målsætningen om at øge rating til 0,5% i tidsrummet 19.30-20.00, hvor nyhedsudsendelsen bliver sendt, ikke er blevet indfriet. Vi kan dog konstatere, at vi trods generelt faldende seertal fastholder vores rating for nyhedsudsendelsen i vinduet på TV 2's hovedkanal.

TV2 ØSTJYLLAND har også i 2018 dækket hele det regionale sendeområde.

Det er i redaktionens bevidsthed at sikre, at vi når ud til alle de kommuner, vi dækker. Derfor har vi også videreført modellen med kommunalreportere, som vi indførte i forbindelse med kommunal- og regionsrådsvalgene i 2017. Hver kommune har sin egen lokalreporter, der har til opgave at sikre at vi dækker de enkelte kommuner til både web, tv og Facebook.

Som det fremgår af denne redegørelse, har TV2 ØSTJYLLAND også i 2018 dækket hele det regionale sendeområde. Eksempelvis kan fremhæves afsnit 3.15 om kunst og kultur i det regionale område, afsnit 3.16 om samarbejde med TV2 regionerne og samarbejde med andre – og i beskrivelse af programfladen – punkterne 7.25 og 8.26.

Vi samarbejder på TV og WEB i særlig grad med vores tre nabo-regioner, TV2 Nord, TV SYD og TV MIDT-VEST om dækning af grænseområderne. Det er med til at sikre, at "yderområderne" i vores sendeområde og dækkes med relevant indhold i TV og på sociale medier.

Samarbejdet med de øvrige TV2 regioner foregår også på web, hvilket er beskrevet på side 33 i redegørelsen.

Derudover indeholder vores hjemmeside et nyhedsoverblik fordelt på de 9 kommuner i vores sendeområde, samt for Horsens, som ligger i grænseområdet til TV SYDs sendeområde. Disse lokale sites viser nyheder og andet indhold med relation til den enkelte kommune.

## 2. Public service-formål

### 2.10 Den generelle forpligtigelse

TV2 ØSTJYLLAND har i 2018 inden for public service-kontraktens rammer, formål og økonomi opfyldt den generelle forpligtelse ved via TV, hjemmeside og sociale medier at sikre programmer og indslag omfattende nyhedsformidling og oplysning.

TV2 ØSTJYLLAND har overordnet set sendt vores udsendelser på TV i henhold til de i public service-kontraktens bilag 1 beskrevne aftaler.

I det følgende er opfyldelsen af de specifikke public service-forpligtelser beskrevet, hvoraf det fremgår, at hele vores sendeområde også i 2018 har været dækket.

### 2.11 Nye nyhedskriterier

Vi har indført og arbejder efter faste kriterier for vores nyhedsprioritering på TV2 ØSTJYLLAND. Public service medier er ligesom landets øvrige medier udfordret af det meget fragmenterede og store indholdsudbud, der betyder at vores regionale public service indhold er i massiv konkurrence med også internationalt indhold. Vi er af den overbevisning, at det i det kapløb om brugere og seeres opmærksomhed er en stor fejl kun at fokusere på hvor, altså på hvilken platform, vi når dem bedst – i stedet vil vi gerne fokusere på *hvad* vi bedst når dem med. Det er det gode relevante indhold, der sikrer, at vi når ud til så mange østjyder som muligt. Platformene er bare måder at distribuere på, og her skal vi være til stede, hvor vores brugere er.

#### Nyhedskriterierne ser ud som følger:

**Relevant**  
**Originalt**  
**Løsningsorienteret**  
**Delbart**  
**Overraskende**

#### **Relevant:**

Relevant er lig med vedkommende, men er ikke det samme som væsentligt. Relevans kan identificeres med spørgsmålene, kunne det ske for mig? Kunne det være mig?

Vores indhold skal kunne bruges og betyde noget. Når indhold opleves som relevant giver det østjyderne lyst til at tale sammen og tænke over eget liv og egne valg.

#### **Originalt:**

Originale historier – vores egne, genereret af vores egne ideer

Originale vinkler – vores eget take på fællesstof

Originalt materiale – vores eget billedarkiv, vores egne originale billeder – visual proof, vores eget grafiske take og egne kilders billeder

**Løsningsorienteret:**

Vi viser altid vejen ud af problemstillinger  
Vi undersøger løsninger indenfor og uden for landets grænser  
Vi inspirerer  
Vi giver vores kilder mulighed for at anvise løsninger  
Vi vil gøre brugere og seere klogere. Og ikke efterlade dem vrede og afmægtige.

**Delbart:**

Vi mener, at vores indhold er af en kvalitet, så det skal kunne forbruges i hele landet. Derfor tænker vi i elementer, der er delbare – på tværs af platforme og på tværs af landet.

**Overraskende:**

Overraskende – i forhold til hvad vi plejer eller til hvad brugerne forventer vi ville gøre. F.eks. i kildevalg, klipning, vinkling, vægtning og tryk. Også at have modet til at vende en historie eller problemstilling på hovedet

Vi kalder vores model for ROLDO-modellen, og alle potentielle historier vejes op mod kriterierne, før vi arbejder videre med dem til de enkelte platforme. Kriterierne er i høj grad udvælgelseskriterier, der skal være med til at sikre, at vi ikke bare laver de historier vi synes er interessante eller væsentlige men de historier vores *brugere* og *seere* har brug for og gavn af. Vi ønsker ikke at være en del af et ekkokammer, der mere taler til sig selv end befolkningen. Vi ønsker, at vores indhold skal ramme de østjyder, der ikke føler, at medierne taler til og i særdeleshed om dem, og det liv de lever.

En historie til vores vinduer på TV2 skal indeholde 3 af de 5 kriterier for at blive udvalgt. Og ”relevant” skal være et af de opfyldte kriterier.

En historie på web skal opfylde 3 af de 5 kriterier for at blive bragt og et af dem skal være relevant – et andet der skal være opfyldt er kriteriet, delbart.

En historie til sociale medier skal opfylde 2 af 5 kriterier for at blive bragt og et af dem skal være ”delbart”.

Der kan læses mere om vores udvælgelseskriterier her:

<https://medium.com/digital-erfaringsudveksling-fra-tv2-%C3%B8stjylland/nye-nyhedskriterier-i-en-ny-medievirkelighed-a1eeb2ba39ab>

## 2.12 Samarbejdet med TV2 DANMARK

Vi samarbejder med TV2 DANMARK på flere områder.

**Nyhedsleverandør.** Vi har leveret cirka 707 nyhedsindslag og rå-optagelser af forskellig karakter fra Østjylland til Nyhederne på TV2 DANMARK.

**Live-gæster.** Vi sender næsten dagligt LIVE-gæster ind i NEWS fra studiet i Skejby.

**Det bedste vejr.** Siden august 2014 har TV2 Vejret – Per Christiansen, Peter Tanev m.fl. – leveret de daglige vejrudsigter.

**Masterclass.** Både sommer og vinter laver vi sammen med TV2 DANMARK workshop/masterclass, som kan gøre alle medarbejdere bedre til at producere indhold på tværs af platforme.

**Samarbejde om nyheder.** Vi udveksler dagligt lister med Nyhederne på TV2 DANMARK, NEWS og de andre regioner over de begivenheder og nyheder, vi forventer at dække. Især om nyheder med relevans for naboregionerne, dvs. grænseområderne ved Silkeborg, Horsens og Hobro. Ofte resulterer det i fælles optagelser og bedre udnyttelse af ressourcer.

**Udvidet digitalt samarbejde** Vi har indgået en udvidet aftale om gensidigt at kunne gøre brug af hinandens digitale indhold. Vi udveksler dagligt web-historier og video-indhold til brug på web og sociale medier. TV2 har haft store digitale succeser med regionalt indhold fra TV2 ØSTJYLLAND.

### Samarbejdet i tal

2018	kr.	2018	kr.
Salg til TV 2 og regionerne	1.769.022	Køb hos TV 2 og regionerne	1.257.796

### Specifikke public service-forpligtelser

#### 3.13 Nyheds – og aktualitetsprogrammer

### Tekst-tv

Tekst-tv blev etableret i 2013, i første omgang som den tekniske løsning på tekstningen for hørehæmmede. I 2014 blev tekst-tv så udbygget med kontaktoplysninger, nyheder og programoversigt.

#### 3.14 Beskyttelse af børn

TV2 ØSTJYLLANDs programafdeling styrer placeringen af udsendelserne. Derfor kan vi i særlig grad tage hensyn til børn på tv-kanalen TV2 ØSTJYLLAND.

Vi bringer sjældent programmer, der kan virke foruroligende eller stødende. I tvivlstilfælde er det fast procedure at bringe advarsler. Der har ikke i 2018 været eksempler herpå. Vi er ligeledes bevidste om, at programmer, der i alvorlig grad kan skade mindreåriges fysiske, psykiske eller moralske udvikling, ikke må sendes.

Vores sendetidspunkter på TV2 DANMARK er bestemt af sendetidsaftalen, som en del af public service-kontrakten. Vi er derfor opmærksomme på, at nyhedsudsendelserne ikke udsætter børn for indslag, der kan være skadelige for deres fysiske, psykiske eller moralske udvikling. Hvis vi en sjælden gang bringer voldsomme eller ubehagelige billeder, advarer vi altid på forhånd.

Der har ikke været klager eller seerhenvendelser om vores dispositioner på dette område.

Når vi laver historier til vores Snapchat, er vi i redaktionen helt bevidste om, at modtagerne oftest er børn – og det er derfor nogle helt andre hensyn vi tager, når vi både udvælger historier og når vi beslutter, hvordan de skal fortælles. Historierne opbygges med en anden pædagogik, flere ord forklares, og det er selvsagt at vi aldrig laver historier med billeder eller udsagn, der er stødende for en børnemålgruppe.

### 3.15 Kunst og kultur i det regionale område

#### KULTUREN

Fra sommeren 2018 har vi på TV2 ØSTJYLLAND lanceret et nyt ugentligt kulturmagasin, der transmitteres i vores 19:30 udsendelse hver søndag, og har en varighed på 8 minutter. Derudover er der også digitalt afkast til web på tv2østjylland.dk. I programmet fokuserer vi på det østjyske kulturliv i bred forstand. Vi har et erklæret mål om ikke at dække værker eller arrangementer, men at finde den relevante historie bag værkerne og arrangementerne. Vi ønsker i højere grad at perspektivere end at referere. *Kulturen* har i løbet af det første halve år blandt meget andet sat fokus på:

- 1) Egnsteatrenes muligheder for at komme til orde i landsdækkende medier
- 2) Teatrenes fokus på at få unge til forestillingerne gennem samarbejde med folkeskolen
- 3) Humor som en vigtig del af dansk kultur
- 4) Når gamle tomme bygninger bliver forvandlet til kultursamlingssteder med udgangspunkt i Ebeltoft
- 5) Fra biograffilm til teatersucces med udgangspunkt i forestillingen, SKAM
- 6) Bogligt svage elever bliver styrket gennem rollespil via teatersamarbejde

TV2 ØSTJYLLAND ønsker at dække store, folkelige kulturbegivenheder og har derfor også i 2018 været til stede ved, og har dækket, festivalerne SMUKFEST, Northside og Sølund Festival.

#### SMUKFEST:

Festivalen i Skanderborg blev dækket på en lang række platforme – vi lavede indhold til både tv, kanal, hjemmeside og sociale medier om alt lige fra musik til kunstnerportrætter. Derudover havde vi i samarbejde med festivalen en talkscene, hvor vi arrangerede samtaler på scenen, som festivalens deltagere kunne overvære. En af samtalerne havde f.eks. overskriften *Fra Folkehelt til helt Forhad* og var en samtale mellem "kyllingen" og "Tøffe" – Michael Rasmussen den tidligere cykelrytter og fodboldspilleren Stig Tøfting. En anden talk-session havde overskriften *8000 hjemve*, hvor bandet Bogfinkevej og komikeren, Mark Le Fevre talte om kulturforskelle i et lille land og østjysk hjemstavnsfølelse som råstof for kreativitet.

#### NORTHSIDE:

Vi producerede udvalgt indhold til instagram, web, facebook og tv fra festivalen midt i Aarhus.

#### Sølund Festival:

Festivalen for udviklingshæmmede i Sølund er hvert år en kærkommen lejlighed til at vise østjyderne, at der leves lykkelige liv – også uden for det, de fleste betragter som normalspektret. Vores indhold har hvert år fokus på at være i øjenhøjde med festivaldeltagerne, og giver et autentisk indblik i den livsglæde som hele festivalen emmer af. I 2018 bragte vi indhold på facebook, web, instagram og tv.

#### Sommer-lives:

Hver dag hele sommeren (uge 27-32) sendte vi direkte i vores 19:30 udsendelse fra et sted i landsdelen fra arrangementer eller begivenheder, der samlede østjyderne. Indholdet var produceret til TV men udkom også på facebook og web. I 2018 dækkede vi blandt andet følgende kulturelle begivenheder:

- 1) Countryfestival i Horsens
- 2) Campingliv i Fjellerup
- 3) Bondegårdsferie på Djursland
- 4) Sommerferie på Højskole i Hadsten
- 5) Den kristne festival – Sommeroase
- 6) Ungdommens Røde Kors – sommerlejr i Ry
- 7) Aarhus Jazzfestival
- 8) Veteranbiltræf i Hevring
- 9) Samsø Festival
- 10) Single-camping i Bryrup

Hver fredag har vi fast sendt 'Østjylland indefra' i vores 19.30 udsendelse. Programmet besøger kulturelle fællesskaber i det østjyske. Vi har i løbet af 2018 blandt andet besøgt grafittibevægelsen i Østjylland, et rollespilslaug, Danmarks største fredagsbar, Citykirken i Aarhus og deltagerne i en sportsgren, der hedder Kinball.

Af andre kulturelle indslag fra 2018 kan nævnes:

- **SMART-PARAT-SVAR.** Sammen med de øvrige TV2-regioner arrangerede vi og dækkede vi den årlige paratviden-quizzen for 6.klasses-elever, der er arrangeret af landets biblioteker i samarbejde med os.

- **Kapsejlads**

I 2018 var TV2 ØSTJYLLAND igen tilstede ved kapsejladsen ved Aarhus Universitet, hvor 30.000 studerende hvert år samles for at dyste i en sejlads hen over søen i universitetsparken.

Arrangementet er en god anledning for os til at komme i kontakt med nye målgrupper og introducere dem for vores public service indhold og tilgang. I 2018 arrangerede vi følgende i forbindelse med arrangementet:

**Op til kapsejladsen:**

- Sammenklippet video fra 2018 (FB-video)
- - Bookmakernes favorit (artikel)
- - Starter Kit (Instagram-opslag)
- - Sådan bliver vejret (artikel)
- - Træning til Kapsejladsen (Snapchat Story)
- 

**Public Outreach:**

- - Udsmykket camp med chill-area
- - Confession Box (NS-konkurrence)
- - Uddeling af morgenmad
- - Tinder-skilt
- - Find Holger – slå billede op på Instagram og hashtag (NS-konkurrence)
- - Bord til at lade mobiltelefoner op
- - Uddeling af bolsjer
- - Prøv at sejle (VR-oplevelse)
- 

**Digital:**

- - Instagram Story
- - Div. Instagram-billeder
- - Snapchat Story
- - Web liveblog med artikel
- - Vinderne (artikel)

**Video-produktioner:**

- - Pantindsamlings-konkurrence
- - Livestreaming af finale-heatet
- - Livestreaming af Find Michael (NS-konkurrence)
- - Billeder til afmelding på tv

## Gudstjeneste-transmission

Hver søndag i advent bragte vi indslag af 6 minutters varighed fra musikgudstjeneste fra Mariager kirke med fokus på julens salmer.

### 3.16 Samarbejde

#### Samarbejde med eksterne producenter

TV2 ØSTJYLLAND har også i 2018 opfyldt forpligtelsen i public servicekontrakten om at vi ”så vidt muligt for mindst en tredjedels vedkommende” skal tilvejebringe de programmer, der ikke er nyheds- og aktualitetsprogrammer, ved køb hos øvrige producenter.

TV2 ØSTJYLLAND opfyldte denne forpligtelse. Af i alt 450 timers 1. gangs-udsendelser udgør 158 timer – eller **35,1%** - af øvrige programmer - køb hos øvrige producenter.

Vi holdt også i 2018 *Producenternes Dag*. På årets møde efterlyste vi projekter med indhold målrettet unge samt indhold formidlet til digitale platforme og streaming i stedet for almindeligt, klassisk flow-tv. Pitch-dagen medførte løbende pitch-runder og vi udkom i 2018 med et større projekt i samarbejde med Metronome Aarhus, der sætter fokus på unge kvinders forhold til deres krop.

*Læs yderligere beskrivelse under indholdsproduktion.*

#### Samarbejdet mellem TV2-regionerne

##### REDAKTIONELT SAMARBEJDE MED REGIONERNE

Redaktionelt samarbejder vi med de øvrige TV2 Regioner bl.a. på disse områder:

- **SÅ DANMARK 2018** -Programmet, der dagligt har de bedste indslag fra hele landet og er en fællesregional produktion.
- **DM I SKILLS 2018**– TV2 ØSTJYLLAND sendte direkte fra Messecenter Herning fra d. 18 og 19. januar. Der var rekorddeltagelse med i alt 61 forskellige fag og elever og lærlinge fra hele landet dystede om at blive den bedste inden for deres fag.
- **EM i SKILLS 2018** – TV2 Østjylland og TV Syd sendte to reportere til Europamesterskaberne i Skills i Bulgarien i september. Reporterne bragte indslag, artikler og interview til alle regioner.
- **SMART PARAT SVAR 2018** - Sammen med de øvrige TV2-regioner sendte vi live fra landsfinalen i Odense i paratviden-quizen for 6.klasses-elever, der er arrangeret af landets biblioteker.
- **DANSKTOPSPRISEN 2018** – Vi sendte tre timers live 14. april 2018 på vores kanal fra den store prisfest i Jyske Bank Boxen i Herning, hvor en stor række dansktopsangere blev hyldet. I fællesskab med Midt Vest.
- **ONLINECAMP** – TV2 Østjylland var værter for en dag for redaktører og digitale medarbejdere fra alle regioner. Målet var at se og høre om hinandens digitale eksperimenter og erfaringer og få inspiration.
- **HAMMERSHUS** – vi sendte fra åbningen af Hammershus besøgscenter i samarbejde med TV2 Bornholm.
- **KARNEVAL** – I samarbejde med TV2 Nord sendte vi direkte fra det årlige karneval i Aalborg.
- **DANISH AIR SHOW 2018**- i samarbejde med TV2 Nord sendte vi direkte fra flyvestationen i Aalborg, hvor det store show blev afholdt.
- **SOL OVER GUDHJEM 2018**– i samarbejde med TV2 Bornholm sendte vi fra konkurrencen, der blev afholdt på Gudhjem havn i juni. Fire kokke dystede – blandt andet René Mammen fra Substans i Århus.

- **KULTURMØDET PÅ MORS 2018** – i samarbejde med TV MidtVest sendte vi fra kulturmødet 23. og 24. august, hvor kunstnere, politikere og meningsdannere diskuterede kulturens fremtid.
- **VM I SEJLSPORT** – 1500 atleter fra 90 nationer deltog i august og vi sendte live i samarbejde med TVSyd.
- **FANTASTISKE FÆLLESSKABER** – Vi samarbejdede med de øvrige regioner om at hylde de fællesskaber som danskerne deltager i. Fantastiske Fællesskaber er en konkurrence, hvor hver region opfordrer seere og læsere til at nominere et godt fællesskab. En lokalt valgt jury hos hver region udvalgte de 10 bedste. 102 fællesskaber blev i alt nomineret hos os. Vi lavede flotte portrætter af de 10 fællesskaber og bad seerne om at stemme på deres favorit. Den regionale vinder hos os blev Forlev Spejdercenter, som vandt 50.000 kroner og gik videre til landsfinalen, som blev sendt i Helsingør og produceret af TV2 Lorry. Vi stillede med en vært og sendte direkte på vores kanal fra finalen.
- **FOLKEMØDET 2018** - Vi samarbejdede med de øvrige regioner om at skabe værdifuldt indhold til vores fælles scene på Folkemødet.
- **FOLKETINGETS ÅBNING** - I samarbejde med alle landets TV2 Regioner sendte vi live fra åbningen af folketinget i oktober 2018. Regionerne transmitterede debatter med de lokalt valgte folketingspolitikere direkte fra Christiansborg som indledning på et nyt folketingsår. TV2 leverede et vindue på hovedkanalen.
- **TROLLING** - i samarbejde med TV2 Bornholm bragte vi indslag om Trolling Master finalen.
- **JULEKONCERT** – i samarbejde med TV2 Nord bragte vi fire julekoncerter

#### ØVRIG SAMARBEJDE MED REGIONERNE

- Vi sender hver aften vores 19.30-nyhedsudsendelse på TV SYD som en service til borgerne i Horsens og Hedensted.
- Vi udveksler dagligt lister over planlagte nyhedsindslag, så vi kan samarbejde på tværs af regionsgrænser og vi deler materiale når det giver mening.
- Vi samarbejder i særlig grad med de tre naboregioner – TV2 NORD, TV MIDTVEST, TV SYD – om dækning af grænseområderne.
- Vi tilbyder serie til hinanden, eksempelvis er vores serie Sevglad blevet tilbudt til de øvrige regioner og vi modtager også tilbud om serier fra dem.

#### Samarbejde med andre

**STUDENTERHUSET AARHUS**– I efteråret arrangerede vi et foredrag i Stakladen i forlængelse af vores serie Selvglad, hvor deltagerne kunne møde de medvirkende og vært Katrine Gisiger. Kan ses her <https://www.tv2ostjylland.dk/selvglad/12-selvglad-foredrag-med-katrine-gisiger?autoplay=1#player>

**AARHUS KOMMUNE OG ESAA – ELITESPORTSAKADEMI AARHUS** - I februar 2018 sendte TV2 ØSTJYLLAND DM-Festen, som er fejringen af de århusianske sportsfolk, der har vundet et DM eller fået medaljer i EM, VM eller OL. Kan ses her <https://www.tv2ostjylland.dk/andre-programmer/dm-festen-2017?autoplay=1#player>

**SMUKFEST 2018** – Vi samarbejdede med Smukfest og arrangerede indhold til talkscenen Udsigten, hvor blandt andet Christian Degn, Peter Ingemann og Susan K optrådte og delte anekdoter med publikum. Indholdet blev blandt andet sendt på vores kanal. Se mere her <https://www.tv2ostjylland.dk/andre-programmer/udsigten-pa-smukfest-2018-8000-hjemve?autoplay=1#player>



**AARHUS UNIVERSITET**- Vi har samarbejdet med Institut for Medievidenskab i forbindelse med uddannelse af kandidater, som fik til opgave at lave målgruppeanalyser og pitch til indhold, som vi evaluerede for dem.

**OPGANG 2** – vi har bragt en serie med portrætinterviews med østjyske håndværkere, som alle er drevet af deres passion til at skabe. Programmerne blev sendt på vores kanal.

**METRONOME** – Vi har samarbejdet om serien Selvglad, som er vist på tv, på kanalen og lagt på youtube. *Læs yderligere beskrivelse under indholdsproduktion.*

**UNDERDOG FILM** – vi har sendt en dokumentar på vores kanal, der fortæller historien om Watermusics tilblivelse i Randers. Kan ses her <https://www.tv2ostjylland.dk/artikel/frivillige-var-inviteret-til-premiere-paa-ny-dokumentar-om-watermusic>

### 3.3 Forpligtelsen på beredkabsområdet

Forpligtelsen på beredkabsområdet er opfyldt i 2018:

Der er indgået en varslingsaftale med Rigspolitiet og Beredkabsstyrelsen, som trådte i funktion tilbage i 2014.

TV2 ØSTJYLLAND har etableret et teknisk set-up, således at beredkabsmeddelelser kan udsendes på TV2 ØSTJYLLAND inden for få minutter. Meddelelsen vil vises som en "breaking" tekst i bunden af TV- skærmen. På samme tid og vis kan der gøres ekstra opmærksom på [www.tv2ostjylland.dk](http://www.tv2ostjylland.dk) samt i videst muligt omfang på andre platforme.

Der er ikke etableret en nødstrømsgenerator. I tilfælde af strømafbrydelser vil vi være i stand at opretholde sending i op til 30-45 minutter. Strømafbrud på mere end et par minutter er ekstremt sjældne.

Derudover har vi mulighed for at bringe meddelelser via vores hjemmeside og vores nyheds-app, som er eksternt baseret.

## 4. Betjening af handicappede

### 4.17 Forpligtelsen

TV2 ØSTJYLLAND har opfyldt public service-kontraktens krav, ved udover at tekste den regionale hovednyhedsudsendelse, at formidle indhold på sociale medier (eks.: Facebook, Instagram, snapchat og twitter) med påført tekst eller grafik eller som grafisk indhold så indholdet fremstår meningsfyldt uden lyd. Dette er eksempelvis til gavn for hørehæmmede der følger TV2 ØSTJYLLAND på de sociale medier.

TV2 ØSTJYLLAND gør på hjemmesiden og i spots seerne opmærksomme på, at de på tekst-tv side 399 kan få sat undertekster på nyhederne.

Indslag, som færdiggøres lige op til udsendelsen, kan ikke tekstes på forhånd. De bliver derimod *respeaket*. Dvs. at en særlig medarbejder, respeakeren, taler til en maskine, som under udsendelsen i løbet af nanosekunder finder alle de udtalte ord i en ordbog med fonetisk udtale tilknyttet hvert ord.

Respeakerne laver korrektur på egne og andres tekster, det skaber læring til brug i fremtidige formuleringer og sikrer en bedre kvalitet.

## 5. Dansk sprog og europæiske programmer

### 5.19 Sprogpolitik

Vi arbejder aktivt med sprogpolitikken i den løbende evaluering af udsendelser og indhold. Vores studieværter og nye medarbejdere gennemgår speaktræning med eksterne undervisere med henblik på at optimere det talte sprog.

Vi ønsker, at medarbejderne bruger et klart og tydeligt talesprog i tv og et korrekt skriftsprog på web. Her tilstræber vi at komme så tæt på "rigsdansk" som muligt, men vi udrenser ikke for dialekt. Det gør ikke noget, at seerne kan høre, hvor i landet en vært, reporter eller kilde kommer fra.

### 5.20 EU-krav til sendefluden

Der er en række lovfæstede kvantitetskrav, som programfladen skal opfylde. De er i 2018 alle opfyldt:

I henhold til public service-kontrakten skal TV2 ØSTJYLLAND *"tilstræbe, at over halvdelen af den sendetid i tv, der ikke består af nyheder, sportsbegivenheder, konkurrencer og tekst-tv, afsættes til europæiske programmer"*.

Vores sendetid består 100 % af europæiske programmer.

Vi skal ligeledes *"tilstræbe, at 10 procent af den sendetid i tv, der ikke består af nyheder, sportsbegivenheder, konkurrencer og tekst-tv, eller 10 procent af programbudgettet, afsættes til europæiske programmer fra producenter der er uafhængige af tv-foretagender"*.

Vi har i 2018 opfyldt denne forpligtelse, idet der er anvendt **52,8 %** af programbudgettet til europæiske programmer fra producenter der er uafhængige af tv-foretagender.

I henhold til public service-kontrakten skal en *"passende andel (...) forbeholdes programmer af ny dato, dvs. programmer, der udsendes senest 5 år efter deres produktion"*.

Alle vores programmer udsendes senest 5 år efter deres produktion.

Andetsteds i public service-kontrakten står: *"De programmer, der ikke er nyheds- og aktualitetsprogrammer, skal så vidt muligt for mindst en tredjedels vedkommende tilvejebringes ved køb hos øvrige producenter"*.

Som tidligere omtalt opfylder TV2 ØSTJYLLAND denne forpligtelse, idet **35,1 %** af øvrige programmer er tilvejebragt ved køb hos øvrige producenter.

## 6. Dialog med befolkningen i regionen

### 6.21 Repræsentantskabet

#### Repræsentantskabet

Der er p.t. 63 medlemmer af repræsentantskabet, som er sammensat af seerorganisationerne, oplysningsforbundene: AOF, FOF, LOF og FO, idrætsorganisationerne: DIF, DGI og Dansk Firmasport, erhvervsfaglige organisationer: DI og LO, Dansk Ungdoms Fællesråd, kommunerne i Østjylland m. fl.

Ti medlemmer af repræsentantskabet udpeges af seerorganisationerne i området – det er KLF Kirke & Medier og ARF-Multimedier. Begge seerorganisationer er repræsenteret i stationens bestyrelse.

TV2 ØSTJYLLAND s repræsentantskab, der mødes to gange om året, er en direkte linje ud til borgerne i Østjylland.

#### Bestyrelse

Repræsentantskabet valgte i november 2016 ny bestyrelse for TV2 ØSTJYLLAND. To kvinder, fem mænd - fra Silkeborg, Aarhus, Randers, Grenaa og Lystrup.

- **Anne Thorø Nielsen** (næstformand), direktør, Studenterhus Aarhus, Aarhus
- **Marie Trads**, læser statskundskab, Aarhus Universitet, Aarhus
- **Peter Nissen**, partner, reklamebureauet Makers, Randers
- **Ole Vagn Christiansen**, Formand LO Aarhus, Aarhus
- **Anders Lisvad**, direktør, boligselskabet B45, Grenaa
- **Karsten Smed**, webredaktør (medarbejdervalgt), Elev
- **Claus Jørgensen** (formand), direktør, AOF Midt, Silkeborg

I løbet af 2018 måtte to medlemmer dog træde ud. Marie Trads trådte ud med udgangen af juni måned af private årsager mens Peter Nissen trådte ud i efteråret, da hans medlemsorganisation (DI) ønskede en anden repræsentant. Ved repræsentantskabsmødet i november 2018 blev to nye medlemmer valgt for den kommende periode, Hans Pedersen (valgt for Aarhus Kommune) samt Cecilie Hansen (valgt for DUF). De tiltræder deres bestyrelsesposter 1. 1. 2019.

### 6.23 Dialog med befolkningen i øvrigt

Direkte kontakt med seerne er en helt nødvendig hjørnesteen i virksomheden. Her er nogle af aktiviteterne i 2018:

#### Nyhedsbrev

Vi har i 2018 udsendt en daglig nyhedsorientering til alle interesserede brugere/seere af TV2 ØSTJYLLAND.

#### Brugerdialog

Vi er i daglig dialog med brugerne, som kommer med nye programideer, tips, spørgsmål og ris/ros. Det gør de på vores redaktions-mail, på Facebook og Instagram og også stadigvæk på telefonen.

**Skolepraktik**

I efteråret 2018 havde vi skolepraktikanter på kursus i et projekt vi kalder TV2 ØSTJYLLAND UNG, hvor eleverne får en uges undervisning i tv- og videoproduktion, research og historiefortælling til både tv og digitale platforme.

**Rundvisninger**

Vi havde 621 deltagere i rundvisninger i 2018.

**Vores klageprocedure**

Vi tager henvendelser fra seerne og brugerne alvorligt og er omhyggelige med at rette fejl hurtigt. Forudsætningen for troværdighed er vilje til at indrømme og korrigere forkerte oplysninger. Vores klageprocedure er beskrevet i interne retningslinjer:

”Vi besvarer alle klager hurtigt. Hvis klageren berettiget påpeger, at vi har fortalt noget, der er forkert, bringer vi en rettelse/ præcisering.

Hvis vi får en klage samme dag, som et indslag har været vist, besvarer nyhedsredaktøren klagen. Af hensyn til de efterfølgende udsendelser skal indholdschefen informeres.

Hvis vi får klagen på et tidspunkt, hvor nyhedsredaktøren ikke er til stede, har indholdschefen ansvaret for, at klagen bliver behandlet og besvaret.”

Vi besvarer både klager via vores redaktionsmail, via telefonen og via Messenger. Ligesom vi løbende er i dialog med vores brugere på vores facebookside, hvis de har kritik af vores indhold.

**7. ”Vinduer” i TV2-sendefloden****7.25 Beskrivelse af programfloden****Nyhederne på TV2 ØSTJYLLAND**

Nyhedsudsendelserne på TV2 ØSTJYLLAND, der bliver samsendt i ”vinduer” på TV2 DANMARK, blev i 2018 sendt samtidigt eller med ganske lille forskydning.

Vi sender hovedudsendelsen hver dag kl. 19.30 på vores egen kanal TV2 ØSTJYLLAND også når TV2 DANMARK flytter det regionale ”vindue” på grund af håndboldkampe, optaktsudsendelser til fodboldlandskampe etc.

**Forproduktion af egne historier:**

Ud over etableringen af vores egne nyhedskriterier har vi i 2018 fortsat arbejdet efter en målrettet strategi for egenproduktion af nyheds-historier. TV2 ØSTJYLLAND havde tidligere en forproduktion, der var rettet mod den blødere ende af nyhedsudsendelser og hjemmeside.

Det var gode og gedigne regionale reportager, men ofte ikke historier der satte dagsorden eller bibragte østjyderne en fornemmelse af, at TV2 ØSTJYLLAND havde noget unikt at byde på i forhold til andre regionale, lokale eller for den sags skyld landsdækkende medier.

Vores bud på nyheder i toppen af hjemmeside og vinduer på TV2 var førhen mere refererende end perspektiverende, og var sjældent et udtryk for egne satsninger. Ofte var det historier baseret på dagbladsartikler eller pressemeddelelser, og vi lod os for ofte rive med af, hvad andre medier synes, det var vigtigt vi talte om i stedet for selv at have en holdning og hver dag tage stilling til, hvad vi ville tilbyde som vores eget til dagens indholdsstrøm.

Vi har fundamentalt ændret på de prioriteringer, og vi er i 2018 fortsat lykkedes med at sætte både regional og national dagsorden med flere af vores historier. I marts 2018 udkom vi f.eks. med en større journalistisk satsning om socialøkonomiske virksomheder med fokus på cafeen Kaffegal i Aarhus, hvor flere af de udsatte, der var ansat i cafeen følte sig pressede af ejeren og udsat for mobning. Flere af cafeens tidligere medarbejdere fortalte, at de havde fået det værre mens de arbejdede på cafeen. Cafeen var blevet undtaget for rimelighedskravet, og havde derfor flere sårbare ansat end reglerne foreskriver. Vi satte fokus på manglen med kontrol af den type virksomheder, og Aarhus kommune afbrød som følge af vores dækning samarbejdet med cafeen, og der pågår stadig undersøgelser i sagen.

Vi laver nu kun yderst sjældent historier baseret på indhold fra dagbladene i området, og bruger aldrig dagbladsstof på vores hjemmeside. (jf. side 26)

Vi ønsker dagligt at sætte regional og lokal dagsorden med egne historier. Vi satser på eget indhold, der skal få østjyderne til at tænke over de valg, de har truffet for deres eget liv. Det kan handle om, hvordan vi behandler vores ældre, og hvordan vi lever sammen på tværs af generationer, eller det kan være diskussionen om hvordan livet er, hvis man vælger at flytte væk fra byen og ud i det vi kalder udkants-Danmark.

Vores ønske er, at østjyderne altid vil have lyst til at tale videre, når de har set en historie fra TV2 ØSTJYLLAND på deres smartphone, tablet, laptop eller TV. Vi ønsker ikke at give tomme kalorier, der forbruges og glemmes.

Forproduktionen, der er ledet af en redaktør, leverede fra februar 2018 cirka 8-10 minutters velresearchet og gennembearbejdet indhold til vores 19:30 udsendelse to gange om ugen samt flere artikler og videoklip til web, og video-versioneringer til sociale medier. Derudover leverede forproduktionen historier fortalt i web-dok format.

## Vigtige temaer i årets indholdsproduktion

**FOR LIDT OPSYN MED PÆDOFILE-** En pædofil mand blev i 2007 dømt for at have krænket 13 børn i en østjysk børnehave. I 2007 gentager han overgrebene, nu bosat på Sjælland under et andet navn. Ofrene er to piger på tre og otte år. Vi beskrev i en webdok og i et længere tv-indslag, hvordan manden kunne gentage forbrydelsen. Hvordan politiet på Sjælland havde fået henvendelser fra en bekymret mor, men ikke fulgt op på mandens cpr-nummer og hvordan manden – som i forbindelse med sin dom fik forbud mod at opholde sig steder, hvor børn kommer – kunne gentage sin forbrydelse ved at opsøge pigerne på en legeplads i sit boligkvarter. Hvordan dømte pædofile kommer ud fra afsoning uden at Kriminalforsorgen og politi følger dem i systematisk opsyn – på trods af at mentalerklæringer fastslår at der er overvejende sandsynlighed for at de begår ny kriminalitet. Historien fik justitsministeren til at nedsætte et udvalg bestående af Rigsadvokaten, Rigspolitiet og Kriminalforsorgen, som i december 2018 kom med en lovpakke der skal give politiet bedre muligheder for at komme på uanmeldt besøg hos pædofile, samt skal politikredsene orienteres når en pædofil flytter bopæl fra en kreds til en anden. Se mere her <https://www.tv2ostjylland.dk/artikel/manden-paa-baenken>

**UDNYTTELSE AF PSYKISK SÅRBARE** - Den socioøkonomiske café Kaffegal blev i foråret 18' udsat for voldsom kritik fra 13 tidligere ansatte. Flere østjyske kommuner sendte psykisk sårbare i job på caféen og flere af dem følte sig udsat for et massivt svigt som de mener, har gjort dem mere syge end de var i forvejen. Nogle af borgerne gik til Århus kommune med deres bekymringer og frustration, ligesom en jobkonsulent fra Favrskov sendte Århus kommune med en underretning, om at "arbejdsgiveren overfuser medarbejderne i kollegaers påhør. Det er et kæmpe kaos, og der er ikke syr på tingene". Favrskov kommune tilbød i den forbindelse alle deres borgere at stoppe på Café Kaffegal med øjeblikkelig virkning.

Selvom Århus kommune ad flere omgange blev varskoet om mistrivsel fortsatte støtten til caféen. Alle vores aktindsigter viser at Århus kommune har sat deres lid til at problemerne og mislydene ville forsvinde, og først da vi bringer sagen op i en dokumentar og i adskillige nyhedsartikler og indslag, skrider Århus kommune til handling og vil have undersøgt forholdene. I april beslutter udvalget for sociale forhold og beskæftigelse, at kommunen fremadrettet ikke støtter caféen med mindre der skiftes ud i ledelsen. I flere år flere år havde Café Kaffegal dispensation til at have flere ansat i skånejob, end loven rent faktisk tillader og vores dækning af sagen betød, at der rejste sig en debat om rimelighedskravet for socioøkonomiske virksomheder og kontrollen. Se mere her <https://www.tv2ostjylland.dk/artikel/kaffegal-aarhus-kommune-har-overhoert-klager-i-aarevis>

**SVÆRT AT FÅ ANERKENDT ARBEJDSKADE**- Brian Borg har som lokofører været involveret i otte ulykker igennem et 26 år langt arbejdsliv og det har ført til at han i dag lider af PTSD. Men trods at sygdommen og symptomerne som angst, mareridt og stress er opstået i kølvandet på de mange ulykker har han ikke kunnet få Ankestyrelsen til at anerkende PTSD som en arbejdsskade.

Ankestyrelsen anerkender ikke PTSD diagnosen som en arbejdsskade, og kalder det i stedet for en "uspecificeret belastningsreaktion." Fordi symptomerne ikke er opstået indenfor seks måneder efter de mange hændelser, vil man ikke anerkende PTSD diagnosen som arbejdsrelateret og det udløste bekymring hos tillidsmændene i både DSB og i Politiet, hvor man også oplever betjente bliver syge efter voldsomme arbejdsrelaterede hændelser.

Flere politikere reagerede på Brian Borgs situation og tog sagen med til Beskæftigelsesministeren. Flere begge fløje i Folketinget var der enighed om at behandlingen af Brian Borg var urimelig og at der bør udarbejdes ny politik på området. Se mere her <https://www.tv2ostjylland.dk/artikel/ulykkerne-knaekkededen-stolte-mand>

**PLEJEHJEM ER IKKE BRANDSIKRE**-I sommeren 2018 omkom tre beboere på Farsøhthus og i september døde en beboer under en brand på et plejehjem i Silkeborg. Med det udgangspunkt satte vi i oktober fokus på brandsikkerheden på plejehjem. Ved at undersøge forholdene på Farsøhthus før branden, ved at følge op på brandundersøgelser og interview med pårørende og borgere, som hjalp til under branden viste det sig, at Farsøhthus ikke havde den optimale brandsikring.

Norrdjurs kommune havde fået dispensation fra brandsikringsreglerne. Plejecentret fik i 1997 under den daværende Rougsø Kommune dispensation fra at sætte et sprinkleranlæg op i bygningen. Dispensationen blev givet, fordi der ligger en brandstation tæt på plejecentret. Og på betingelse af, at der i stedet blev etableret en direkte alarmforbindelse til brandstationen.

Transpot, bygnings og boligminister Ole Birk Olesen gik ind i sagen og krævede en redegørelse for sikkerheden på Farsøhthus og i slut september viste en rapport at plejehjemmet ikke levede op til brandsikkerhedskravene. Sagen fik Norrdjurs kommune til at undersøge brandsikkerheden på alle kommunens institutioner, ligesom Ole Birk Olesen undersøgte brandsikkerheden generelt på landets plejehjem og i januar konkluderede at den er for dårlig og at kommunerne skal overholde reglerne. Se mere her <https://www.tv2ostjylland.dk/artikel/webdok-ilden-tog-gudrun-inger-lis-og-johanne-paa-plejehjemmet>

**MOR TIL ET ENGLEBARN-** Afdeling Y3 på Århus Universitetshospital er Danmarks eneste hospitalsafdeling for forældre, der har født et dødt barn. Vi fortalte igennem reportager på TV, digitale fortællinger på FB og en stor webdoc om ensomheden ved at være knyttet til netop den afdeling. Indholdet – som var noget af det mest læste og delte i 2018 – ledte til en større snak om, hvordan vi bearbejder vores sorg i forhold til for 10 og 30 år siden.

Omkring 80 forældrepar er årligt indlagt på Y3 med deres døde børn, hvor de får lov til at tage en helt særlig afsked, mens de er under opsyn af et personale som er uddannet til netop de svære samtaler, der er så nødvendige for at anerkende sorgen og tabet. Med udgangspunkt i afdelingen skal der nu forsøkes i, om forældre der har været forbi Y3 kommer bedre gennem sorgen, end de der har født på andre afdelinger i landet. Se mere her <https://www.tv2ostjylland.dk/andre-programmer/engleborn-og-deres-foraeldres-sorg?autoplay=1#player>

**SKOLELUKNING I NORDDJURS-** I mere end tre uger var TV2 Østjylland fluen på væggen under forhandlingerne om skolelukning i Norddjurs. Vi fulgte både politikerne og parterne fra de to udpegede skoler, Toubroskolen og Mølleskolen som begge kæmpede for at fortsætte med at eksistere. Skolelukningen kom som en konsekvens af en massiv spareplan for Norddjurs - i et forsøg på at genoprette kommunens skrantende økonomi.

Politikerne vaklede i ugerne op til beslutningen og flere gange kom der forskellige meldinger ud. Borgerne i de to små landsbysamfund var vrede og frustrerede og demonstrerede ved møder, hvor ansvarlige politikere var til stede. Det ender med at Mølleskolen trækker det korteste strå. Følelserne får frit løb hos de forældre, som nu skal se sig om efter et nyt skoletilbud. Vi lavede en mini dokumentar om forløbet, som både blev sendt på hovedkanalen og på vores egen kanal, ligesom vi fulgte op med flere nyhedsartikler. Se mere her <https://www.tv2ostjylland.dk/artikel/kom-med-bag-skolelukningen-som-splittede-lokalsamfundet>

**DEMENS** – i anledning af den årlige demens uge, satte vi fokus på sygdommen og især konsekvenserne for de pårørende. I Dengang Jytte Forsvandt følger vi ægteparret Jørgen og Jytte Pedersen fra Århus fra tegnene på demens begynder at vise sig hos Jytte til sygdommens fremskridning og endeligt Jørgens beslutning om at flytte Jytte på et plejehjem. <https://www.tv2ostjylland.dk/artikel/webdok-joergen-mistede-sin-kone-til-demens>

**LETBANEN** – vi har i årets løb fulgt Letbanen i Århus, selskabet og driften tæt. Blandt andet indledte vi i februar med at kunne fortælle at forsinkelserne for driften i Århus havde kostet selskabet bag Letbanen næsten 70 millioner kroner <https://www.tv2ostjylland.dk/artikel/bestyrelsesmedlem-er-chokeret-over-forsinkelserne-har-kostet-saa-meget>

Vi fortalte også at Transportministeriet og Trafikstyrelsen otte måneder efter Letbanens indvielse ikke havde evalueret på, hvorfor det gik så galt, at premieren måtte udskydes i 2017. Det var ellers læringer som skulle bruges i forbindelse med indvielsen af Letbanen i Odder og Grenå i 2018.

<https://www.tv2ostjylland.dk/artikel/df-kraever-svar-om-udskaeldt-letbane-aabning-inden-sommer>.

Vi har lavet journalistik om konsekvenserne for at Letbanen blev udskudt, samtidig med at Region Midtjylland havde reduceret antallet af busser, fordi politikerne regnede med at Letbanen ville køre <https://www.tv2ostjylland.dk/artikel/partner/tv-midtvest/ekstraregning-paa-busser-det-her-er-over-stregen> og så har vi fulgte Letbanens svære begyndelse i Odder <https://www.tv2ostjylland.dk/artikel/odder-borgere-jubler-endelig-aabner-letbanen> og endelig

udskydelsen i Grenå <https://www.tv2ostjylland.dk/artikel/aarhus-letbane-udskyder-letbaneaabning-i-grenaa>.

### Større indholdsinitiativer

**SELVGLAD-** I sommeren 2018 indledte vi et stort samarbejde med produktionsselskabet Metronome. Præmissen var at flere undersøgelser viser at unge – især unge kvinder – har et meget usundt og dårligt forhold til deres krop. Sammen satte vi temaet på dagsordenen igennem en digital serie, hvor vi fulgte fire unge kvinder fra vores landsdel. De fire havde alle til fælles, at de har et kritisk syn på deres krop. Mentor og livsstilscoach, Katrine Gisiger fik som opgave at flytte kvindernes syn på dem selv- blandt andet ved at guide dem, vise dem alternative kroppe og sætte dem på en række udfordringer, hvor de skulle forholde sig til både deres egen krop og kroppene omkring dem. Det blev til en fælles mission mod et bedre kropsselv værd - og en tilværelse og fremtid, hvor den kropslige selvpfattelse ikke sætter begrænsninger for det gode liv.

Selvglad blev til en serie på 10 afsnit, hvor seks af afsnittene kredsede om udfordringer og udvikling og hvor de resterende afsnit handlede om personlige udfordringer og refleksion. De unge kvinder blev blandt andet overrasket af ældre nøgne kvinder i en sauna, som ledte ud i en snak om at acceptere kroppen som den er – fordi man ofte ikke kan ændre på det, som man er mest tilfreds med. En anden udfordring var at røre ved fremmede kvinders kroppe, for fysisk at mærke at kroppe er forskellige og skal være det.

Gradvist rykkede de fire medvirkende holdning til, hvordan deres krop burde se ud og flere af dem reflekterer undervejs, hvorfor de er endt med at være så kede af deres krop- i stedet for at acceptere den.

Parallelt til produktionen lavede vi journalistik, som vi bragte op til premieren på Selvglad. Vi fik blandt andet lavet vores egen Epinion undersøgelse blandt 528 østjyske kvinder mellem 16 og 30 år, som viste at hver tredje kvinde kæmper med sit kropsselv værd. Hver femte kvinde går ikke i bad efter træning og hver fjerde føler at det hæmmer dem i forhold til seksuelt samvær. Undersøgelsen brugte vi til at lave en række historier – blandt andet fortalte vi, hvordan kvindernes syn på dem selv ender med at blive et stort samfundsproblem.

Stressforsker Eina Baldursson fra Aalborg Universitet forklarede at flere af kvinderne læner sig op af kliniske diagnoser og det fører til lavere produktivitet. Den kan læses her <https://www.tv2ostjylland.dk/artikel/du-er-ikke-god-nok-du-er-grim-til-aabne-munden-du-er-kedelig-traek-maven-ind>

Vi fulgte også en gymnasieklasse i Grenå, hvor størstedelen af de kvindelige studerende springer badet over efter idræt – og hvordan skolen og en lille gruppe af studerende, forsøgte at lave kampagen for at flere gik i bad. Se her <https://www.tv2ostjylland.dk/artikel/piger-toer-ikke-gaa-i-bad-efter-idraet-vil-ikke-sammenligne-kroppe>

Vi producerede en flot webdok med tre kvinder over 50, som alle reflekterede over, hvordan ser deres krop nu kontra for 30 år siden. Læs den her <https://www.tv2ostjylland.dk/artikel/hold-fast-hvor-var-jeg-smækker-lækker>

Og så producerede vi indhold målrettet til forældrene, fordi det dårlige selvværd ofte går i arv og derfor skal man som forældre tænke over den måde, man taler om kroppe på. Se her <https://www.tv2ostjylland.dk/artikel/du-giver-dit-daarlige-selvvaerd-videre-til-dine-boern> Indholdet blev sendt på alle vores platforme og startede mange, gode samtaler. Vi blev kontaktet dagligt fra kvinder og mænd, som enten roste os for at tage problematikken op eller fortalte om deres egne oplevelser og syn på kroppen.



Vi sendte Selvglad på både hovedkanalen, på vores kanal, på nettet og på YouTube, hvor første afsnit har fået over 250.000 visninger, langt de fleste i den målgruppe, som vi satte ud for at nå – nemlig de 18-30-årige. Se den her <https://www.tv2ostjylland.dk/selvglad/selvglad-110?autoplay=1#player>

Samarbejdet med Metronome var godt og lærerigt. Det er første gang at vi samarbejder om et middelformat, som fra start tænkes digitalt – og vi synes vi tager mange læringer fra samarbejdet, som kan bruges fremadrettet, når vi skal målrette indhold til unge.

Selvglad blev i øvrigt rundet af med et public-outreach arrangement, hvor vi inviterede alle, som havde lyst til et foredrag med Katrine Gisiger og de fire kvinder fra Selvglad. Over 300 unge mennesker dukkede op en kold efterårsaften i Stakladen i Århus og da vi efterfølgende målte tilfredsheden med arrangementet via en survey på mail, fik vi god feedback.

Foredraget blev i øvrigt sendt på vores kanal og lagt på vores hjemmeside. Foredraget kan ses her <https://www.tv2ostjylland.dk/selvglad/12-selvglad-foredrag-med-katrine-gisiger?autoplay=1#player>

**LOKALREPORTER-** Under kommunalvalget i 2017 forsøgte vi med at indsætte en reporter i hver kommune, som skulle være indgang til vores hus. Reporterne fik til opgave at holde særligt øje med deres kommune, politikere, borgerinitiativer, arrangementer og i det hele taget tage del i de samtaler som nu rører sig langt fra stationen i Aarhus. Succesen var så stor at vi i foråret besluttede at gøre ordningen permanent.

Det betyder at hver kommune har en reporter tilknyttet, som hver måned får tid til at dedikere og producere indhold og historier til netop den kommune. Lokalreporterne bruger deres facebookprofil og lokale grupper på Facebook til at distribuere indholdet, som han eller hun producerer. Udover det indgår de i samtaler i de historier, hvor det giver mening. Vi brander løbende lokalreporterne i spot på tv – ligesom de fremgår på artikler, hvor historien er kommet ud af et lokalreporter-tip.

Vi kan sagtens fornemme, at brugerne i vores område har fået en ”nemmere” indgang til huset og lokalreporterne modtager dagligt tips på Messenger, mail og telefon. Vi oplever at få et større kildenetværk og nemmere adgang til historier, som vi tidligere let kunne overse.

Medieforsker Søren Schulz Jørgensen udgav i 2018 bogen Den journalistiske forbindelse, som handler om at kontakten mellem medier og brugere igennem årtier er blevet tyndere og tyndere – og set i det lys synes vi lokalreporter initiativet giver god mening at udvikle, da kendskabet til vores brugere og målgrupper er afgørende for, om vi kan lave indhold som opleves relevant for dem. Et eksempel på en lokalreporterhistorie kan ses her <https://www.tv2ostjylland.dk/artikel/joergen-skal-fjerne-20-aar-gamle-traeer-og-halvtag-paa-grund-af-gravhoej>

**I DAG BLIVER'R JEG VOKSEN** – I Østjylland bliver 80 procent af de 13-14 årige konfirmeret, men ikke uden udfordringer. For ritualer er dyrt. En gennemsnitlig konfirmation koster 30.000 kroner og hvert år bliver der flere og flere økonomisk og socialt udfordrede familier, der søger om støtte til at realisere denne familietradition. Støtte eller ej. Forskellene bliver tydeliggjort i forbindelse med konfirmationsakten, der i mange tilfælde får en *ikke-intentionel ekskluderende funktion*, som et hold PDH-studerende formulerede det – blandt andet når konfirmanden hentes i dyre biler eller helikopter eller går op af altergangen i en dyr designerkjole.

Der sker en række initiativer landet over, hvor borgere forsøger at hjælpe de unge udsatte. Der indsamles tøj, sponsoreres mad og laves flotte frisurer. En ting går dog igen, når man taler med dem, der ønsker at hjælpe: Det er en stor udfordring for mange at modtage hjælp. Det er stigmatiserende og pinligt at

modtage hjælp. Derfor ønskede vi på TV2 Østjylland at sætte fokus på mange af de udfordringer, som de 13-14 årige oplever i forbindelse med ritualer.

Vi skabte blandt andet et website, hvor folk kunne sætte konfirmationstøj til salg – prisen for at købe var et interview og et foto. Websitet blev på denne måde en måde at komme i kontakt med de unge på, så de blev en del af en fortælling. Vi fik en fotograf til at tage professionelle billeder, som senere blev udstillet i kirken på Ingerslev Boulevard i Århus.

Vi producerede en coming of age- webdok med fokus på at være usikker, skrøbelig, om at finde sig selv og blive voksen. Se her <https://www.tv2ostjylland.dk/artikel/20-konfirmanders-skoenne-syn-paa-blive-voksen> og derudover lavede vi webdocs om konfirmationsmoden gennem tiden.

Det blev til en række indslag til tv, artikler og snapchat om konfirmationsritualet og vi føler at det lykkes os at komme tæt på en gruppe unge, som - uanset social status - og uanset om man konfirmeres i en brugt kjole på grund af fattigdom, på grund af miljøhensyn eller fordi, man bare gerne vil være cool deler den samme usikkerhed når det gælder det at gå fra barn til voksen.

## MORKLUBBEN

På TV2 ØSTJYLLAND har vi som ambition at skabe og kvalificere samtaler og at tale ind i fællesskaber. Danskernes liv leves i massevis af niches — tematiske, geografiske, aldersmæssige — og nogle af de niches vil vi gerne sigte relativt smalt efter. Derfor lancerede vi i 2018 den lukkede facebook-gruppe, MORKLUBBEN.

Der bliver skrevet og sagt meget om facebook. Noget er berettiget. Noget bunder i noget helt andet end jura og etik. Faktum er, at det sociale medie har formået at samle **67% af Danmarks befolkning** på én og samme platform — på kryds og tværs af skel og segmenter. Noget, som ingen af de traditionelle medier længere formår, og det skal og må vi udnytte, når vores formål er at nå ud til så mange østjyder som muligt med godt og relevant indhold.

Når man går hjemme med et lille nyt barn, kan det føles uendeligt ensomt, og det kan være en stor trøst at kunne søge viden og sparring hos ligesindede, hvis man ikke lige har muligheden for at møde hinanden ansigt til ansigt.

Vores research viste, at langt de fleste grupper for mødre på sociale medier havde en form for kommercielt sigte. En del af formålet med siderne var ofte at sælge en ydelse eller en vare og ydermere blev der ofte i grupperne skabt grobund for myter, fordi indholdet blev delt i en pærevælling. Sandheder og usandheder og ingen der kuraterede eller kunne give klare svar. Mødrene følte sig forkerte, hvis de ikke ammede, eller hvis de valgte at sove med deres børn i sengen eller noget helt tredje, og der var ikke rigtigt nogen der sorterede i informationerne og sørgede for at få noget fakta på bordet, der kunne berolige de urolige. Og der er meget uro i en ny mor og frygt for ikke at slå til.

Vi ønskede at give mødrene en sikker og tryk gruppe, hvor de kan tale sammen uden at blive overvåget af andre, og hvor vi kan inddrage eksperter, der kan hjælpe mødrene med at blive klogere på de problemstillinger, de står med. Vi har en medarbejder tilknyttet gruppen på fuld tid. Hun er selv nybagt mor og hun sørger med kærlig men fast hånd for at samtalerne i trådene aldrig løber af sporet, og at der altid er respekt for hinandens forskelligheder. Og derudover producerer vi så indhold, der er målrettet til gruppen. Det kan være om amning, bleafvæning, sex efter fødsel eller som i den kommende tid hvor vi sætter fokus på søvn. Mange børnefamilier slås med at få opbygget et godt søvnmønster hos deres børn, og manglende eller dårlig søvn kan i det lange løb have store konsekvenser for en familie og i sidste ende påvirke den grundlæggende trivsel og sammenhængskraft i familien.

Grundlæggende kan man sige, at vi håber på at give mødrene noget relevant, brugbart og faktisk baseret indhold og så i øvrigt hjælpe dem til at tale sammen, så de *sammen* kan løse de udfordringer, der måtte være. Mødrene i klubben er primært fra det østjyske, og vi arrangerer også events ude i virkeligheden for de østjyske mødre. Vi har med morklubben været på besøg i alle vores kommuner og blandt andet lavet trilletræning med mødrene.

Efterhånden som færre sætter sig foran tv'et om aftenen for at se en nyhedsudsendelse, hvor der er lidt af hvert om mange emner fra forskellige steder, skal vi tænke i nye måder at ramme østjyderne på. Morklubben er et forsøg på at lave nicheindhold, der opleves som super relevant, til en snæver gruppe. Vi sætter stadig en stor ære i at spejle vores landsdel og lave historier med bredt perspektiv i vores 19:30 udsendelse og på [tv2ostjylland.dk](http://tv2ostjylland.dk), men vi vil også gerne prøve kræfter med indhold der har et snævrere fokus og altså tale ind i de fællesskaber som østjyderne også føler sig som en del af.

En anden af vores nicher er i øvrigt Skipperligaen, hvor alle superliga-interesserede østjyder kan dele deres lidenskab og have samtaler om den. Også her producerer vi målrettet kvalitetsindhold til dem der har valgt at være en del af netop det fællesskab.

MORKLUBBEN har lige nu 3500 medlemmer på facebook, hvoraf langt de fleste er aktive brugere der deltager i samtalerne.

## 8. Regionale udsendelser udenfor TV2-sendefloden - TV2 ØSTJYLLAND

### 8.26 Beskrivelse af programfloden

Her er oversigten over en række af de væsentlige elementer i vores programvirksomhed i 2018.

### Nyheder (debat, dokumentar, vejr m.v.)

**NYHEDERNE.** Vi sendte i 2018 nyheder på følgende (cirka)tidspunkter: 12.30, 17.15, 18.27, 19.30 og 22.27. Tre af udsendelserne sendes synkront på TV2 DANMARK.

**VEJRET I ØSTJYLLAND.** Tre gange om dagen sender vi Vejret i Østjylland i tilknytning til vores nyhedsudsendelser.

### TV2 ØSTJYLLAND Live- og Reportage

- **DM-Festen.** I februar 2018 sendte TV 2 | ØSTJYLLAND fejringen af de aarhusianske sportsfolk, der har vundet et DM eller fået medaljer i EM, VM eller OL. Ved samme lejlighed uddelte TV 2 | ØSTJYLLAND sin egen pris "Årets østjyske sportsnavn", som gik til fodboldspilleren Nadia Nadim
- **Åbning af Folketinget** I samarbejde med alle landets TV2 Regioner sendte vi live fra åbningen af folketinget i oktober 2018. Regionerne transmitterede debatter med de lokalt valgte folketingspolitikere direkte fra Christiansborg som indledning på et nyt folketingsår. TV2 leverede et vindue på hovedkanalen klokken 14:00 og der ud over blev der sendt adskillige lives på facebook.
- **SMART-PARAT-SVAR.** Sammen med de øvrige TV2-regioner arrangerede vi og dækkede vi den årlige paratviden-quizen for 6.klasses-elever, der er arrangeret af landets biblioteker i samarbejde med os.
- **Flyshow i Aalborg**  
Vi sendte i 2018 direkte fra det store flyshow i Aalborg i samarbejde med de øvrige TV2 regioner

- **Fantastiske fællesskaber**

Vi sendte i 2018 direkte fra landsfinalen i Fantastiske Fællesskaber, arrangeret af TV2 Regionerne. Her fejrede vi de mange fællesskaber i landet der gør noget for at engagere andre. Finalen blev sendt fra Helsingør og produceret af TV2 Lorry med teknisk hjælp fra alle TV2 Regioner. TV2 ØSTJYLLANDs vært, Runa Flügge var vært på arrangementet sammen med en vært fra TV2 LORRY

- **Royal Run**

Vi sendte i 2018 direkte på facebook fra Royal Run i Aarhus, hvor kronprinsen fejrede sin 50 års fødselsdag sammen med over 10.000 motionsløbere

- **Dansktop-prisen** Vi transmitterede live fra uddelingen af den årlige dansktop-pris fra Boxen i Herning i samarbejde med de øvrige TV2 Regioner

- **FOLKEMØDET.** I samarbejde med de øvrige TV2-regioner sendte vi på vores kanal dagligt udsendelser fra Folkemødet på Bornholm, hvor vi mødte politikere og kendte danskere med noget på hjerte til en lang række arrangementer med fokus på humor på tværs af landet.

- **Live hver dag fra landsdelen i 19:30**

Fra oktober 2018 sender vi hver dag fra mandag-torsdag 8 minutters live-reportage fra landsdelen. Vi ønsker at skildre det levede liv og de mange lokale initiativer og arrangementer, der er i vores landsdel hver dag. Vi har som mål at komme bredt ud i landsdelen, og dækker lige så gerne mindre arrangementer i Odder kommune som store tilløbsstykker i Aarhus kommune. Vi ønsker at give vores seere et indblik i det engagement og den virkelyst, der er i Østjylland og sætte fokus på de mennesker der gør noget for at få ting til at ske i deres lokalområde

**Vi har blandt meget andet sendt direkte fra:**

Sindets dag i Aarhus  
 Bofællesskabsaften i Rønne på Djursland  
 Musikstarter-camp i Grenaa  
 Besøg hos de frivillige bag Skanderborg håndbold  
 Pindstrup ferielejr på Djursland  
 Standup på Alberts i Aarhus  
 Til Exo-planet aften i Planetariet i Aarhus  
 Børn på Mols laver støttekoncert for deres lokalområde  
 Spil Dansk Dag i Randers  
 Halloween på Eriksminde Efterskole i Bjerager  
 Nyt lys på fængslet i Horsens  
 Mini-konvent om Europas fremtid i Odder

## Politik og samfund

I 2017 ændrede TV2 ØSTJYLLAND sin strategi for formidling af politik. I stedet for at sende politiske magasinprogrammer uden ret mange seere, og mest for politikernes skyld, ønsker vi at formidle politik så det opleves mere relevant. Det vil sige, at vi i vores daglige nyhedsformidling og i vores prioriteringer af journalistiske temaer fokuserer på, hvordan vedtaget politik har konsekvenser for de østjyske borgere. Vi ønsker at politikere, både på Christiansborg og lokalt valgte, forholder sig til konkrete regionale og lokale problemstillinger i stedet for overordnet politik, der i bedste fald opleves som irrelevant og i værste fald

bidrager til at skabe distance mellem politikere og borgere, fordi politikerne opleves som verdensfjerne og uden kontakt til borgernes nære liv.

Vores lokalt valgte folketingsmedlemmer optræder derfor i forhold til konkrete journalistiske historier i vores nyhedsvinduer på TV2 og på web og sociale medier. TV2 ØSTJYLLAND er derfor en del af Christiansborgsamarbejdet med TV2 og flere af de andre TV2 Regioner, hvor en redaktion på Christiansborg løser konkrete journalistiske opgaver for redaktionen i Skejby. Således var der 85 gennemstillinger til Christiansborg-politikere i København i vores udsendelser i 2018. Dertil skal lægges de interviews med politikere, som redaktionen i Skejby selv har stået for, f.eks. ifbm at lokalvalgte politikere møder op i studiet i Skejby.

Vi har derudover et godt og nært forhold til det lokale demokrati i vores kommuner. Et forhold som vi yderligere har styrket med et korps af lokalreportere, der hver især har en kommune som de jævnligt færdes i og har en særlig forpligtelse i forhold til at dække. Korpsset blev oprettet i forbindelse med KV17 og på baggrund af vores erfaringer og resultater derfra har vi besluttet at fortsætte indsatsen også i 2018, hvor vi yderligere har opgraderet vores ressourceforbrug på lokalreporterne.

## Sport

**FODBOLD MED HORUP** -I fodboldsæsonen går værten, *Nick Horup*, hver uge tæt på de østjyske klubbers præstationer sammen med spillere, trænere, sportschefer og et fast panel af kommentatorer. FMH har derudover sit eget facebook-univers og univers på hjemmesiden, hvor fodboldinteresserede kan samle den information de har brug for om de fire østjyske klubber i superligaen. Sidste udsendelse kan ses her <https://www.tv2ostjylland.dk/fodbold-med-horup/fodbold-med-horup-arets-hold-i-den-allersidste-fmh?autoplay=1#player>

**SKIPPERLIGAEN** –I juli 2018 begyndte vi på et nyt koncept, hvor vi hylder det østjyske fodboldfællesskab og sætter fokus på de fire store klubber i Superligaen og fællesskabet omkring dem. Vi udgiver indholdet på vores kanal, på facebook, youtube, podcast, i artikler på vores hjemmeside og indslag i fjernsynet. Fælles for indholdet er at det er relevant for den gruppe, som følger Superligaen tæt. Det er ikke resultatformidling, men portrætter, analyser og interviews med de spillere og folk, som er dedikerede til at spille og følge med i professionel fodbold i Østjylland. Udover udgivelserne har vi lavet selvstændige serier med sporten og fællesskabet som omdrejningspunkt. Kasper Skipper er redaktør, vært og primus motor på at lave indhold og tage del i de samtaler, som opstår i vores communitys på de digitale platforme. Vores facebook community kan ses her <https://www.facebook.com/skipperligaen/>

**MINIPUTTERNE** – Vi mandsopdækkede et U7 drengehold fra Skanderborg og behandlede dem som var de fuldtidsprofessionelle Superliga-spillere i fem afsnit. Fulgte dem før kamp med forberedelser, under kampene, dynamikken på holdet og den motiverede træner, som forsøgte at holde sammen på holdet. Serien blev vist i fjernsynet, lagt på vores hjemmeside og youtubekanal. <https://www.tv2ostjylland.dk/miniputterne/miniputterne-1-en-hard-forste-traening?autoplay=1#player>

**HJØRNEBANDEN**- Vi lavede en feature, om Hjørnebandens værdier og fællesskab. De er en broget blanding af alle samfundslag, som alle har kærligheden til Aarhus Fremad til fælles. De følger religiøst kampene på Riisvang Stadion og featuren bestod blandet andet af en række sange, som de er kendt for at synge til kampene til støtte for spillerne. Som en gimmick fik vi Fredens Pige kor til at fortolke Hjørnebandens sange i en særlig jule-special. Featuren blev vist i fjernsynet, på vores kanal, på hjemmesiden, youtube og på facebook.

<https://www.tv2ostjylland.dk/nyheder/02-12-2018/1930/hjernebanden-pa-riisvang-stadion?autoplay=1#player>

**DM-FESTEN** – Vi sendte live fra DM-festen 2018. Festen fejrer de aarhusianske sportsfolk, der har vundet et DM eller fået medaljer i EM, VM eller OL. Ved samme lejlighed uddelte TV 2 | ØSTJYLLAND sin egen pris *Årets østjyske sportsnavn*, der i 2018 gik til forboldsspilleren Nadia Nadim.

**VM I SEJLSPORT** – Vi lavede indhold til flere platforme og sendte live i forbindelse med den store begivenhed ved Aarhus Havn.

**RALLY** - Første afdeling af DM i Rally blev kørt ved Horsens den 31. marts - med det bedste startfelt, der set i mere end måske 15 år ved et rally på dansk grund. 66 tilmeldte biler fra 17 forskellige bilmærker og vi sendte en række indhold fra eventet på vores kanal.

### Viden (historie, natur, sprog)

**VILD MED HEST** -Anna Louise Tranæs Didriksen sætter sig i sadlen og er i lære som travkusk, ligesom hun undersøger forskellene på de forskellige hesteracer. <https://www.tv2ostjylland.dk/vild-med-hest/vild-med-hest-pa-dyrskue>

**10 VI KAN LI** – I en portrætserie følger vi 10 østjyske håndværkere, som er så dygtige til deres fag, at de har modtaget en medalje for det.

**BAG OM WATERMUSIC** – I en dokumentar følger vi folkene bag det store kulturarrangement og fortæller, hvordan det blev til.

**TÅRNFALKENE FRA NATIONALPARK MOLS BJERGE** - Vi har sendt fra nationalparkens tårnfalke tv, for at se til de nyudklækkede unger.

**KULTURMØDET MORS 2018**- Vi sendte direkte på vores kanal fra det store kulturmøde på Mors, hvor politikere og meningsdannere drøftede kulturens berettigelse og fremtid. Se mere her <https://www.tv2ostjylland.dk/andre-programmer/kulturmodet-pa-mors-2018-1-af-2?autoplay=1#player>

### Livsstil (forbrug, have, mad, sundhed)

**SELVGLAD**- Vi fulgte fire unge kvinder, som alle havde det til fælles at de har det svært med deres krop. Igennem udfordringer og coaching af mentor Katrine Gisiger bliver de igennem tid mere bevidste om at hvile i sig selv, se på sig selv med nye øjne og få det bedre med deres krop. Samarbejde med Metronome er uddybet under indholdsproduktioner. Kan ses her <https://www.youtube.com/watch?v=5mTh6ZfxDwM&t=115s>

**GODE GENSYN** – Vi har været i arkivet og produceret en række programmer med kendte østjyske kulturpersonligheder, som vi på et tidspunkt har fulgt. I et af programmerne møder vi forfatteren Per Højholt . Kan ses her <https://www.tv2ostjylland.dk/gode-gensyn/gode-gensyn-hojholt>

### Børn og unge

**TV-UNG**. Resultatet af en uges erhvervspraktik kommer til udtryk i en særlig nyhedsudsendelse, hvor de unge selv besætter de fleste vigtige poster i produktionen af en nyhedsudsendelse og seerne får mulighed for at se nyhederne med de unges øjne på Østjylland. I efteråret 2018 udbygget med fokus på at lave indhold til sociale medier, web og youtube.

**SMART-PARAT-SVAR.** Sammen med de øvrige TV2-regioner sendte vi direkte fra landsfinalen i paratviden-quizzen for 6.klasses-elever, der er arrangeret af bibliotekerne.

**SNAPCHAT** TV2 ØSTJYLLAND har som dette eneste regionale medie Danmark satset strategisk på at nå de unge brugere på Snapchat med regionalt nyhedsindhold. Vi producerede i 2018 stories tre gange om ugen med fokus på blandt meget andet madvaner, mobning, seksualkultur, skoletoiletter og gaming. Selvom der sker en stor migration af brugere fra Snapchat til instagram stories er Snapchat i den helt unge målgruppe (< 16 år) herhjemme stadig massiv.

Kun YouTube rummer samme potentiale i forhold til at nå denne målgruppe. Snapchat giver altså adgang til en målgruppe, som det er ekstremt vanskeligt at nå som nyhedsmedie via andre platforme. Vi har fået en unik kontakt til en ung målgruppe der svarer os, snapper igen og henvender sig til os med spørgsmål. TV2 ØSTJYLLAND har ca. 4000 følgere på vores Snapchat. Flere af dem interagerer dagligt med vores indhold og har direkte samtaler med vores unge Snapchat-værter.

Vi er opmærksomme på, at der også er meget unge brugere på Snapchat og derfor undgår vi at vise billeder, der kan virke unødigt skræmmende eller stødende for helt unge. Vi er meget opmærksomme på at sætte ting i kontekst og i øvrigt opfordre de unge brugere til at tale om f.eks. mobning med voksne i deres nærhed.

## 9. Online

TV2 ØSTJYLLAND var i 2018 i kontakt med vores brugere på en række digitale platforme:

- Websitet [www.tv2østjylland.dk](http://www.tv2østjylland.dk)
- Smartphone-appen TV2OJ til Android og iOS
- Facebook
- Youtube
- Instagram
- Snapchat
- Twitter
- Podcast

### 9.27 Beskrivelse af stationens online-aktiviteter

WEB - Et stærkt website med godt indhold er afgørende for, at vi er relevante for et bredt publikum – også for andre end dem, der ser vores nyhedsudsendelser på tv. Derfor har tv2østjylland.dk en central rolle i vores produktion.

Vi ønsker, at indholdet på tv2østjylland.dk lever på internettets præmisser. Brugere kan blandt andet finde de samme historier som på tv, men på nettet præsenteres historierne både med video, tekst, grafik og billeder. Vi ønsker også at udnytte nettets hastighed. Oftest udkommer historierne først på tv2østjylland.dk – altså inden tv-udsendelserne om aftenen.

#### Video – vores råstof

Video er vores absolutte råstof, og det er derfor særligt de levende billeder, der adskiller os fra andre

medier i vores dækningsområde. Det betyder, at langt størstedelen af vores artikler på nettet indeholder video. Når vi er bedst, anvender vi unikke videoer, som er lavet specifikt til digitale platforme. Andre gange anvender vi de samme indslag, som bliver vist på tv.

En gennemgang af alle vores artikler i uge 48 viser, at de fleste – **80,4 pct.** – indeholdt video.

Antal artikler i uge 48: 107

Antal artikler med video: 86 (80,4 pct.)

Antal artikler uden video: 21 (19,6 pct.)

### **Livestream og on demand**

Foruden nyhedsindholdet er tv2østjylland.dk også en indgang til vores nyhedsudsendelser fra tv, som både kan ses live og on demand på nettet. Vores tv-univers på nettet indeholder også forskellige videoserier som Selvglad, Miniputterne og Hjørnebanden. Derudover kan en del af de videoer, der lægges på Facebook, ses på tv2østjylland.dk.

Tv-universet kan ses her: [www.tv2ostjylland.dk/tv](http://www.tv2ostjylland.dk/tv)

### **Nyt design**

I løbet af foråret 2018 relancerede vi tv2østjylland.dk med et nyt design. Vi ønskede at give sitet et let, stilrent og moderne udtryk, hvor indholdet er i centrum uden for mange forstyrrende elementer. Alle steder i designet er der tænkt i, at indholdet skal fungere optimalt på små skærme. I 2018 anvendte over halvdelen af de besøgende på tv2østjylland.dk en smartphone. Kun godt en fjerdedel – 26 pct. – anvendte en pc.

### **Webdoks**

I 2018 udgav vi en stribe webdoks på vores hjemmeside. Webdoks er længere fortællinger, som klart – både indholdsmæssigt og visuelt - adskiller sig fra det almindelige nyhedsindhold. Hver webdok har sit eget design, så form og indhold understøtter hinanden og tilfører historien en særlig stemning. Der anvendes både video, tekst, billeder, grafik og GIF. I vores webdoks er det generelt lykkedes os at få brugerne til at fordybe sig i den enkelte historie i længere tid end i de almindelige nyhedshistorier. I mange webdoks fastholdes brugerne i gennemsnit i 4-5 minutter. I de almindelige nyhedsartikler er det tilsvarende tal typisk 1-3 minutter.

Vores webdoks kan ses her: [www.tv2ostjylland.dk/webdoks](http://www.tv2ostjylland.dk/webdoks)

### **Vores egne historier**

Vi går vores egne veje. Langt størstedelen af indholdet på tv2østjylland.dk er unikt og findes kun dér. Vi anvender ikke andre mediers nyheds-historier. Til gengæld deler vi gerne ud af vores indhold, hvis andre medier ønsker at bringe det.

I den offentlige debat bliver det sommetider fremstillet som om, at de licensfinansierede medier på nettet driver rovdrift på indholdet fra de private medier. Med andre ord: At vi "stjæler" deres indhold og lægger det gratis ud på vores egne websites. Dette billede kan vi ikke genkende. Tværtimod baserer vi vores nyheder på selvstændig research, mens vi aldrig kopierer andre mediers historier.

Hvert år siden 2014 har vi gennemgået samtlige nyhedsartikler på tv2østjylland.dk i uge 48. Vi kunne have valgt en hvilken som helst anden uge, men netop november anses generelt for en almindelig nyhedsmåned.



En gennemgang af de i alt 107 artikler på tv2østjylland.dk i uge 48 i 2018 viser, at 90,7 pct. af historierne var vores egne. Resten var fra Ritzau. Vi lavede ingen artikler baseret på historier fra andre medier (såkaldte citathistorier).

Uge 48, 2018:  
 Artikler fra TV 2 ØSTJYLLAND eller TV 2-familien: 90,7%  
 Artikler fra Ritzau: 9,3%  
 Artikler fra andre medier: 0%

Uge 48, 2017:  
 Artikler fra TV 2 ØSTJYLLAND eller TV 2-familien: 85,6%  
 Artikler fra Ritzau: 14,4%  
 Artikler fra andre medier: 0%

Uge 48, 2016:  
 Artikler fra TV 2 ØSTJYLLAND eller TV 2-familien: 87,0%  
 Artikler fra Ritzau: 13,0%  
 Artikler fra andre medier: 0%

Uge 48, 2015:  
 Artikler fra TV 2 ØSTJYLLAND eller TV 2-familien: 86,6%  
 Artikler fra Ritzau: 13,4%  
 Artikler fra andre medier: 0%

Uge 48, 2014:  
 Artikler fra TV 2 ØSTJYLLAND eller TV 2-familien: 89,4%  
 Artikler fra Ritzau: 8,8%  
 Artikler fra andre medier: 1,8%

Uge 48, 2013:  
 Artikler fra TV 2 ØSTJYLLAND eller TV 2-familien: 83,1%  
 Artikler fra Ritzau: 5,1%  
 Artikler fra andre medier: 11,9%

Mens vi altså ikke viderebringer andre mediers historier, tilbyder vi gerne vores indhold den anden vej. Hver dag bestræber vi os på via Ritzau at sende tre artikler fra tv2østjylland.dk ud som såkaldte citathistorier. Vi oplever ofte, at vores historier bliver bragt i dagblade, i radionyheder og på nettet. Det er vi glade for. På den måde når historierne ud til et større publikum.

I 2018 sendte vi 705 historier til Ritzau, hvilket resulterede i 3.992 citathistorier i andre (skrevne) medier.

Hvis andre medier ønsker at bringe vores videoindhold på deres websites, er de også velkomne til det. Alt video på tv2østjylland.dk kan indlejres på andre sites.

#### **Samarbejde med de andre regioner**

Vores website er udviklet i samarbejde med seks af de syv øvrige TV 2-regioner. Ved at have samme CMS-

system er vi på det tekniske plan i stand til løfte vores sites til et højere niveau, end hvis vi havde valgt hver vores løsning. Samarbejdet er først og fremmest af teknisk karakter, men giver også bedre mulighed for at lade os inspirere af hinanden og bruger hinandens indhold på tværs.

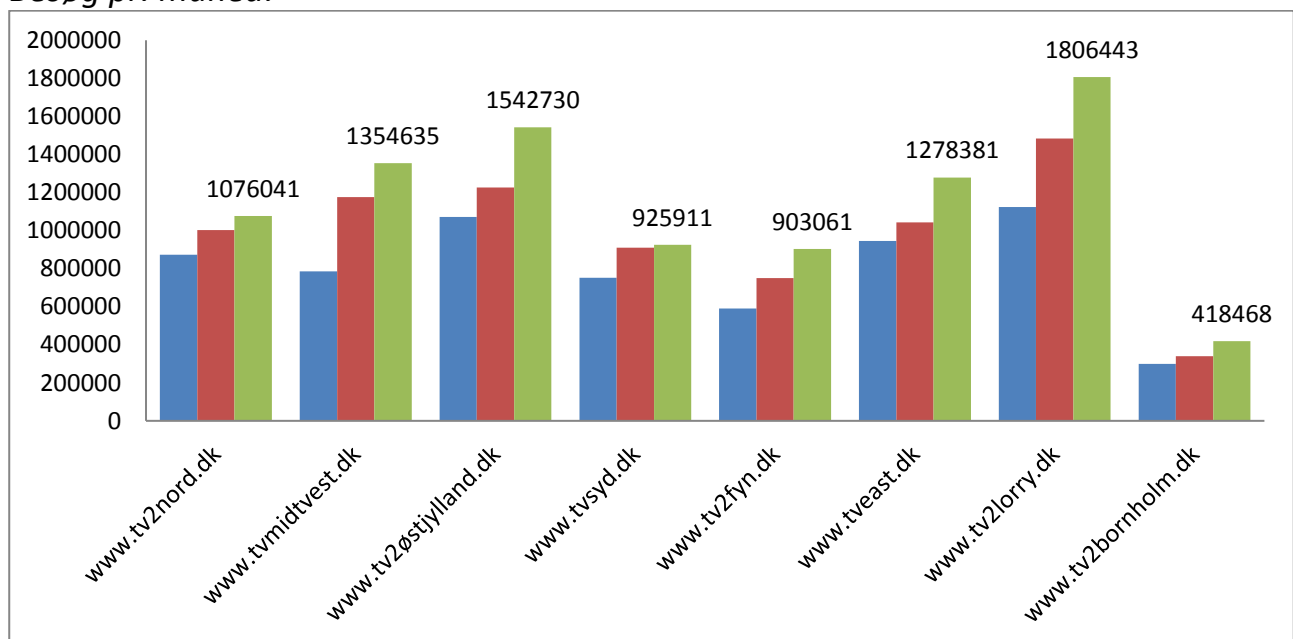
### Open source og standarder

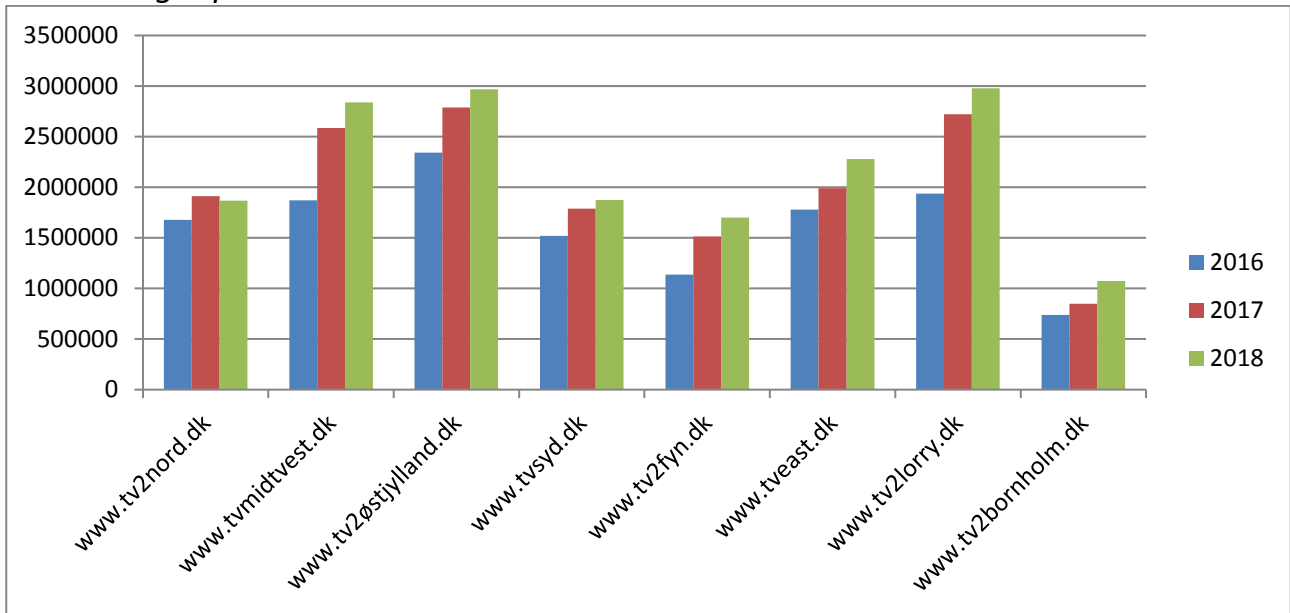
TV2 ØSTJYLLANDs CMS-system er af typen Drupal. Det er et open-source-system, der drives og udvikles under non-kommercielle vilkår. Videoerne er tilgængelige i open-source-formatet H264. Det er tilstræbt, at videoer kan tilgås af flest mulige forskellige enheder. Dette er teknisk løst ved at anvende en HTML5-løsning.

### Trafikken på web

I løbet af 2018 fortsatte tv2østjylland.dk sin vækst fra de forgangne år. Udviklingen bekræfter os i, at tilstedeværelsen på nettet er en vigtig forudsætning for at være i kontakt med brugerne.

### Besøg pr. måned:



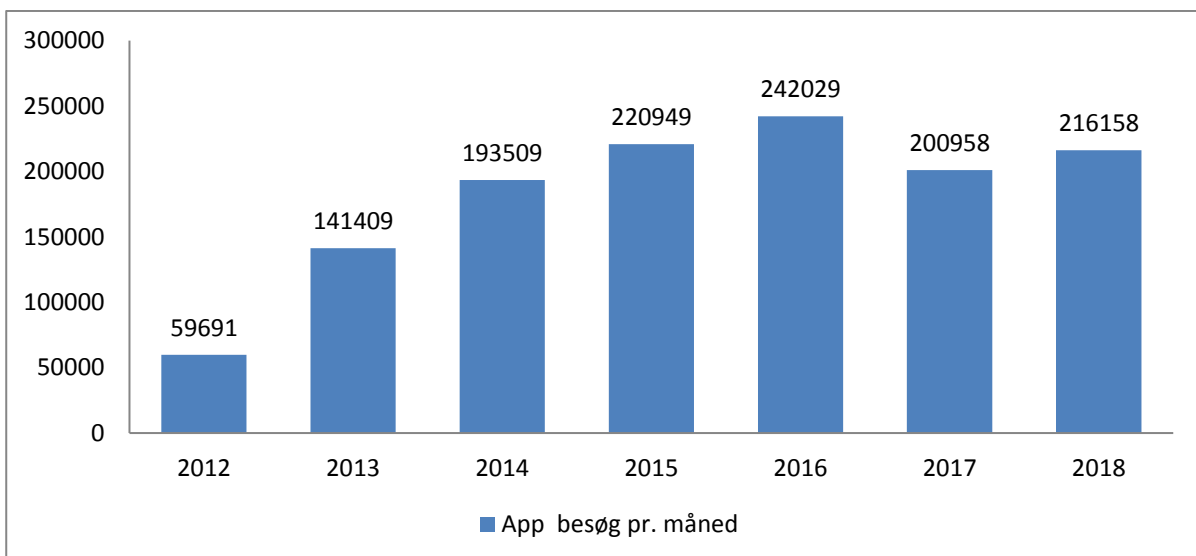
*Sidevisninger pr. måned:***Samarbejde med TV 2:**

I 2018 blev vores artikler i alt set 7.372.549 gange på tv2.dk. Det svarer til 614.379 gange pr. måned i gennemsnit eller over 20.000 gange hver dag.

**Smartphone-app**

Vores smartphone-app er udviklet til Android og iOS. I vores app kan brugerne se de samme webartikler som på tv2østjylland.dk. Derudover er det muligt at se vores seneste nyhedsudsendelse fra tv samt se tv live. Vi anvender også appen til at sende push-meddelelser om breaking news ud til vores brugere.

Vores app er udviklet i samarbejde med en række andre TV 2-regioner



## Facebook

Facebook er østjydernes foretrukne sociale medie og benyttes dagligt af 54% af alle over 15 år. Det viser en måling lavet af Epinion, som vi i november 2018 fik foretaget blandt 1.004 personer, og selvom tallet er svagt faldende ift. 2017 (58%), er Facebook stadig en vigtig platform til at nå mange af de brugere, der ikke nødvendigvis ser vores tv-udsendelser eller aktivt opsøger vores indhold på tv2østjylland.dk. På Facebook udnytter vi vores levende billeder – særligt i Facebooks ”primetime” på aftenen, hvor brugerne i højere grad har tid til at forholde sig til mere komplekst stof. Video er vores råstof, og video er med til at adskille os fra mange af de andre indholdsleverandører på Facebook – fx andre medier i vores område.

Vores opslag tager oftest afsæt i nyheder, der også bringes på vores andre platforme, men de er formateret i stil og tone, så de passer til den forventning til visuel formidling, Facebookbrugerne har. En mindre del af indholdet er produceret direkte til Facebook ud fra et ønske om at formidle public service på platformen løst af den øvrige nyhedsproduktion.

Foruden Facebooksiden TV2 ØSTJYLLAND har også Skipperligaen siden egen side på Facebook, ligesom vi har Facebooksider målrettet journalistpraktikanter og FTP-elever samt erhvervspraktikanter fra folkeskolens ældste klasser.

Vores lokalreporteres egne Facebookprofiler er personlige indgange til TV2 ØSTJYLLAND i de respektive kommuner, og fra deres profiler blander de sig i de lokale samtaler, der foregår i geografiske interessefællesskaber på platformen. Vi deler desuden nyheder og indhold i relevante Facebookgrupper. Spredningen af vores indhold på Facebook er 100% organisk. Vi har således aldrig betalt Facebook for at få vores journalistiske indhold ud til flere brugere via sponsorerede opslag.

### *FAKTABOKS: Facebook*

*Ved udgangen af 2018 havde vi godt 70.000 følgere på vores Facebook-hovedside – en vækst på ca. 16% siden 2007. Vi lagde i gennemsnit 9 opslag på Facebook dagligt i 2018, og den såkaldte interaktionsrate var på 0,39%. Interaktionsraten er et mål for, hvor mange brugere der engagerer sig i indholdet målt op i forhold til antallet af følgere. Den gennemsnitlige interaktionsrate for 64 danske medier lå i 2018 på 0,25%.*

*Kilder: Facebook Indblik, TV2 ØSTJYLLANDs kendskabsmåling november 2018 og Crowdtangle/Mediatrends.dk*

## YouTube

YouTube er verdens mest populære videoportal og verdens næststørste søgemaskine. 69% af alle østjyder over 15 år benytter platformen minimum én gang månedligt, viser TV2 ØSTJYLLANDs kendskabsmåling fra november 2018, og det er særligt den yngre målgruppe, der bruger YouTube hyppigt. Ifølge DR Medieforsknings årlige rapport bruger 67% af de 9-14-årige og 64% af de 15-24-årige YouTube på daglig basis.

TV2 ØSTJYLLAND arbejder med YouTube som distributionsplatform til udvalgte dele af vores videomateriale, herunder i 2018 ikke mindst serien ’Selvglad’, hvor vi på YouTube kunne tale direkte ind i en specifik målgruppe. Vi lægger også udvalgte arkivklip med bred relevans tilgængelige på YouTube, ligesom alle programserier, der sendes på vores tv-kanal og distribueres på tv2østjylland.dk, også er at finde på YouTube.

Vi havde ved indgangen til 2018 omtrent 300 følgere på YouTube, og det tal var ved årets udgang steget til 2212. Heraf kom langt størstedelen til ifm. 'Selvglad'. Antallet af følgere er dog stadig relativt lavt, og 'Selvglad' var også første videoproduktion, hvor YouTube var den primære platform.

**FAKTABOKS:**

*TV2 ØSTJYLLANDs videoer blev i alt afspillet 1.226.701 gange i 2018 mod 252.152 året før. Den gennemsnitlige afspilningsvarighed var ca. 4½ minut.*

*Kilder: YouTube Analytics, TV2 ØSTJYLLANDs kendskabsmåling fra november 2018 og DR Medieforsknings rapport Medieudviklingen 2018.*

**Instagram:**

Instagram er en populær platform til deling af billeder, korte videoer og *stories* – en blanding af video, billeder og tekst. Ifølge TV2 ØSTJYLLANDs kendskabsmåling fra november 2018 anvender 37% af alle østjyder over 15 år platformen – heraf 18% dagligt. I målgruppen 15-29 år er det dog 31%, der bruger Instagram dagligt, og brugen af Instagram er til stadighed stigende – en tendens, der har været gældende de sidste år.

Vi bruger Instagram både til research og samtale med vores brugere og til at poste billeder og grafikker med udgangspunkt i aktuelle østjyske historier – gerne fortalt på en uhøjtidelig og humoristisk måde. Vi lægger vægt på høj æstetisk kvalitet og deler gerne brugernes egne billeder fra det østjyske område. Vi benytter *stories* til at interagere med brugerne og få dem til at tage stilling, ligesom vi bruger den formidlingsform til mere komplekse journalistiske historier, som man typisk kan fordybe sig yderligere i via link til en artikel på tv2østjylland.dk.

**FAKTABOKS:**

*Vi havde ved udgangen af 2018 ca. 14.500 følgere på Instagram mod ca. 9.000 følgere ved årets begyndelse. Vi har haft omkring 1.300 opslag på Instagram i løbet af året, og indholdet ses primært af en målgruppe under 55 år (83%). Folk under 35 år udgør 41% af vores brugere.*

**Snapchat:**

Snapchat er et socialt medie, hvor brugerne sender korte videoer og billeder til hinanden, enten direkte eller til en bredere kreds af bekendte. De visuelle beskeder er ofte suppleret med tekst og tegninger og gør i det hele taget brug af en række visuelle virkemidler.

Ifølge TV2 ØSTJYLLANDs kendskabsmåling fra november 2018 anvender 37% af alle østjyder over 15 år platformen minimum en gang om måneden, mens den yngre målgruppe (15-29 år) har et væsentligt større forbrug. Her bruger 37% platformen dagligt, hvilket dog er et lille fald siden 2017, hvor det tilsvarende tal var 41%. DR Medieforsknings årlige rapport viser, at Snapchat i målgruppen over 12 år anvendes dagligt af 23 pct. af danskerne – hvilket er samme niveau som i 2017.

Snapchat er den eneste af vores platforme, hvor vores målgruppe er aldersdefineret, idet vi med vores tilstedeværelse på Snapchat eksplicit ønsker at ramme helt unge medieforbrugere, der højst sandsynligt ikke stifter kendskab med TV2 ØSTJYLLAND – eller andet østjysk public service-indhold – andre steder. Vi har som udgangspunkt en ny *story* på Snapchat tre gange om ugen. Her kan den ses i 24 timer, inden den bliver slettet for brugerne. Indholdet bliver produceret specifikt til platformen og er vinklet, så det er relevant for den unge målgruppe. Vi oplever en tæt relation med mange af de unge brugere, der enten kommenterer vores *stories* eller skriver direkte til os med input eller spørgsmål.

**FAKTABOKS:**

*Ved udgangen af 2018 havde vi ca. 5.000 følgere mod 3.700 ved årets begyndelse. Omkring 16% af følgerne åbnede aktivt vores indhold, og cirka 76% så historierne til ende.*

**Twitter:**

Twitter er et socialt medie, der giver brugerne mulighed for at sende korte tekstbeskeder (*tweets*) til hinanden og til offentligheden.

Ifølge TV2 ØSTJYLLANDs kendskabsmåling fra november 2018 anvender 29% af alle østjyder over 25 år Twitter minimum en gang om måneden. I målgruppen over 12 år anvendes Twitter dagligt af 6 pct., viser DR Medieforsknings rapport Medieudviklingen 2018. Tallet er således faldet med et procentpoint siden 2017.

For TV2 ØSTJYLLAND var Twitter i 2018 ligesom de foregående år primært en kanal til at gøre andre medier, politikere, erhvervsliv, meningsdannere, organisationer m.m. opmærksomme på vores indhold snarere end det er en platform, hvor vi søger at nå den brede befolkning.

Blandt de fodboldinteresserede står Twitter derimod stærkere, og Skipperligaen har derfor sin egen profil, hvor redaktionen distribuerer østjysk fodboldindhold og er i kontakt med følgerne.

**FAKTABOKS:**

*ved udgangen af 2018 havde vi i alt cirka 6.000 følgere på Twitter. TV2 ØSTJYLLANDS profil havde cirka 4.200 følgere, mens 1.800 fulgte Skipperligaen.*

*Kilder: Twitter, TV2 ØSTJYLLANDs kendskabsmåling fra november 2018 og DR Medieforsknings rapport Medieudviklingen 2018.*

**Podcast:**

Podcasts giver brugerne mulighed for at abonnere på lyd- og videofiler via nettet til afspilning på fx en smartphone.

I målgruppen over 12 år lyttede 18 pct. af danskerne hver uge til podcast i 2018, viser DR Medieforsknings rapport Medieudviklingen 2018. Tallet er stigende, og Skipperligaen har i 2018 cirka en gang ugentligt produceret en podcast. Disse podcasts er samtaler, og derfor giver det netop i dette tilfælde mening at stille lydsiden rent til rådighed – men altid med mulighed for at få videodelen med. Programmerne distribueres via Soundcloud og iTunes.

**FAKTABOKS:**

*På Soundcloud bliver de ugentlige Skipperligaen-udsendelser i gennemsnit afspillet godt og vel 1.000 gange. Tallene for iTunes er ikke tilgængelige.*

*Kilder: Soundcloud og DR Medieforsknings rapport Medieudviklingen 2018.*

## 10. Arkiver

### 10.28 Bevarelse af programarkiver

Vores udsendelser er siden 1. januar 2009 bevaret på tv2oj.dk som enkelt-indslag og udsendelser.

TV2 ØSTJYLLAND er en af de regioner, hvor udsendelserne er bevaret i Statens Mediesamling på Statsbiblioteket i Aarhus. TV-indslag fra stationens start til i dag er bevaret i vores båndarkiv.

### 10.29 Digitalisering af programarkiver

Vores arkiv er intakt fra stationens start, men det er ikke digitaliseret.

De "gamle" indslag og udsendelser bliver digitaliseret i forbindelse med genanvendelse. Vi vil derfor i de kommende år opsamle større viden om arbejdet med digitalisering af arkiverne.

Forpligtelsen til at fremme digitaliseringen af programarkiverne blev formuleret i den første public service-kontrakt i 2003 og begrundet med, at borgerne skulle gives adgang til arkiverne.

Vi ser gerne, at befolkningen får lettere adgang til vores gamle udsendelser, men det forudsætter en digitalisering af arkivet.

Derfor har TV2-regionerne tilbage i 2011 fremsat ønske om en licensbevilling til digitalisering af arkiverne. Det er en meget omfattende opgave, som vil kræve mange ressourcer, da det er fysiske bånd der skal overspilles i realtid og fordi der vil være et stort indtastningsarbejde af metadata, for at føre materialet anvendeligt.

Vi oplever ingen nævneværdig interesse for vores gamle arkiv, der fortrinsvis består af nyhedsudsendelser.

### 10.30 Arkivernes tilgængelighed

Der er fri adgang online til udsendelser og indslag på tv2østjylland.dk. Man kan vælge at se indslag eller udsendelser. Søgefunktionen gør det nemt at målrette sin søgning.

Statens Mediesamling – Det Kgl. Bibliotek, Aarhus - giver adgang til alle udsendelser.

Mod betaling af håndteringsomkostningerne tilsendes en kopi af udsendelser eller indslag, men interessen er dalet til næsten ingenting i takt med, at udsendelserne er tilgængelige online.

-oOo-