

TV 2 Lorry
Public service-redegørelse
2020

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

Baggrund

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

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

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

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

Læse- og redegørelsesvejledning

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

Nummereringen refererer direkte til den af kontrakternes.

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

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

Generel information

Vejledning:

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

REDEGØRELSE:

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

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

TV 2 Lorry dækker Region Hovedstaden, undtaget er Bornholm, og seks kommuner i Region Sjælland, der svarer til det gamle Roskilde Amt. TV 2 Lorry dækker dermed følgende kommuner:

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

Omregnet til hele årsværk var der ved udgangen af 2020 91 fuldtidsansatte på TV 2 Lorry:

68 programmedarbejdere
4 administrative medarbejdere
7 FTP-elever
4 journalistpraktikanter

Herudover er der ledelsesgruppen, som består af direktøren og 6 overordnede chefer. I alt 91 fuldtidsansatte.

Da de fleste af vores journalister og teknikere løser opgaver på tværs af fagskel og alle er organiserede under samme overenskomst, er de pr. 2020 slået sammen under en gruppe.

De regionale nyheder udkommer formateret på følgende platforme: tre daglige nyhedsudsendelser på TV 2s hovedkanal og vores egen kanal, tv2lorry.dk, Facebook, Instagram, YouTube og Twitter.

19.30-udsendelsen ligger på TV 2 Play.

Det øvrige programindhold er udsendt på vores egen kanal med mulighed for at streame og gense programmerne på tv2lorry.dk.

3. Specifikke forpligtelser

3.1. Nyheds- og aktualitetsprogrammer

Forpligtelsen:

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

Vejledning:

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

REDEGØRELSE:

På TV 2 Lorry har det at producere nyheder den højeste prioritet. Derfor bruger vi de fleste ressourcer på at producere nye, vigtige, regionale nyheder, der tager deres tydelige afsæt i vores sendeområde.

Vi er klar over, at seerne/brugerne selv zapper rundt og orienterer sig bredt. Derfor har vi fortsat og forfinet strategien at have fokus på at producere *egne historier* og *sket-i-dag*-nyheder, således at brugerne på TV 2 Lorrys platforme får nyheder, de ikke finder andre steder. Det gælder både på TV og digitalt.

Vi arbejdede i 2020 med at blive endnu skarpere på, hvilke typer af nyheder vores forproduktionsgruppe skal producere. Gruppens opgave er at skabe original journalistik gerne af afdækkende karakter. Den skal finde nye nyheder og formidle dem i overensstemmelse med vores nyhedskriterier: *Håb (løsninger)*, *nuancer*, *personlig og ærlig*. I 2020 udfordrede vi forproduktionsgruppen på formen, så de i højere grad spillede sammen med nyheder produceret på dagen.

Journalisterne på dagen styrkede i 2020 evnen til at fange dagens vigtigste nyhed/nyheder. Samt evnen til at holde fast i de nyheder, hvor vi satte en dagsorden - eventuelt med indhold fra forproduktionen. Vi vil fortsat samle regionen om vigtige dagsordener. Og arbejdede i 2020 med vertikaler, hvor vi på tværs af platforme havde fokus på blandt andet udligning og spildevand. Vi ønsker ikke at kopiere, hvad andre medier har lavet. Det er tværtimod vores ambition, at andre medier bruger de historier, der er skabt hos os.

Den klassiske TV-fortælling er udfordret på nyheder, derfor arbejdede vi i 2020 med at udvikle vores fortælleform både på det enkelte indslag og også i det flow, der skal skabes på TV. Vi arbejdede med en live reporter i en slags værtsrolle. Et menneske, der stadig var ude i virkeligheden og ikke i et kunstigt skabt studieunivers, men var til stede for at skabe forbindelse mellem de forskellige elementer i udsendelsen.

I vores nyhedsdækning vil vi gerne lede efter løsninger, give inspiration og komme tæt på de mennesker, der bor i vores 34 kommuner. Det forsøgte vi i 2020 at opnå i alle vores faste magasinformater *Søndagsmagasinet*, *Oplev*, i vores nye lørdagsformat *De Ukendte Danmarksmestre* og i vores serier. Vi bragte serier som *Hermans Dreng*, *Kvindekampen 2020*, *Livet på Ungdomsøen*, *Min mærkelige Karriere*, *Tro på Trods* og *Supercyklister*.

Da en stor del af TV 2 Lorrys borgere ikke længere ser flow-TV og i mindre grad abonnerer på TV 2 Play, har vi til stadighed fokus på at styrke vores tilstedeværelse på de digitale platforme, sådan at vi fortsat er i stand til at samle regionen om vigtige regionale dagsordener. Alle nyheder fra forproduktionen og serieproduktionen og de fleste sket-i-dag-nyheder udkommer derfor også digitalt på de platforme, hvor det giver mening.

Vi arbejdede i 2020 videre med vores tilstedeværelse på de sociale medier, således at vi også der kunne formidle vigtigt regionalt stof. Vi udvidede vores SoMe-redaktion, som hver dag producerer original journalistisk indhold til vores følgere på Facebook, Instagram og YouTube. Studentermedhjælperne hjælper hver dag holdet med at moderere kommentarspor udenfor normal arbejdstid, så TV 2 Lorry kan være mest muligt til stede i de digitale samtaler og debatter, vores følgere har på de sociale medier.

I 2020 havde vi især fokus på at udvide vores dækning på Instagram og YouTube. På begge platforme er der især fokus på at lave egne journalistiske historier og nyheder til den yngre målgruppe, som vi ikke når via TV.

Kultur

Vi styrkede kulturdækningen i 2020 ved at lancere vores *Oplev*-site også som en *Oplev*-app. Her samlede vi alt det indhold, vi har indenfor seks oplevelseskategorier: Kultur, musik, historie, natur, gastronomi og action. Her kan brugeren i listeform eller på et kort blive inspireret til aktiviteter der, hvor brugeren er.

Oplev-sitet som app fik en god start med knap 30.000 downloads i løbet af den første måned.

Hovedleverandøren til *Oplev*-sitet og -appen er vores ugentlige program *Oplev*. Det sendes hver torsdag. *Oplev* beskriver oplevelser, man kan få i vores region. *Oplev* indeholder klassisk kultur, museer, teater og musik og også naturoplevelser og gastronomi. Alt sammen med fællesnævneren, at det er oplevelser, man som borger i vores område kan deltage i. Corona kom derfor også til at præge *Oplev* i 2020. Da stort set alle kulturinstitutioner og restauranter lukkede ned, skulle der tænkes kreativt. Det blev i foråret til seks *Oplev hjemme*-programmer, hvor værten både filmede sig selv lavede sjove ting med sine børn og fik alle mulige kreative mennesker til at sende små film ind med ideer til, hvad man kan lave derhjemme. Dertil sendte vi i løbet af forår og sommer i alt fire *Oplev*-programmer udelukkende fra naturen.

Også vores faste fredagsformat: *Oplev i weekenden* blev ramt af Corona. Vi skiftede derfor fokus fra besøg på diverse museer til at gå udenfor. Vi lavede et samarbejde med naturvejledere fra primært kommuner i sendeområdet. Hver fredag kommer en af dem med inspiration til aktiviteter for og med børn ude i naturen.

I 2020 skruede vi også yderligere op for kulturen med det nye faste lørdagsmagasin *De Ukendte Danmarksmestre*. I magasinet møder seerne hver uge nogle af de umådeligt dygtige mennesker, der bor i vores område og som er Danmarksmestre i alt fra trampolinspring til hukommelse og breakdance. En stor del af programmerne havde, ud over visningen på TV, også stor rækkevidde på Facebook

3.2. Dækning af det regionale område

Forpligtelsen:

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

Vejledning:

Dækningen opgøres i antal indslag fordelt på de enkelte kommuner.

REDEGØRELSE:

Nedenstående tabel viser TV 2 Lorrys dækning sammenholdt med befolkningsgrundlaget i 2020 i de 34 kommuner, der udgør vores dækningsområde.

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

Kommune	Befolkning	Andel	Andel artikler og indslag	Forskel	Antal indslag	Antal artikler	Antal artikler og indslag
Albertslund	27.500	1,3	2	0,7	45	76	121
Allerød	25.871	1,2	0,7	-0,5	18	24	42
Ballerup	48.978	2,3	1,3	-1	27	50	77
Brøndby	35.215	1,7	1,3	-0,4	18	60	78
Dragør	14.497	0,7	0,6	-0,1	15	24	39
Egedal	43.471	2,1	0,8	-1,3	20	30	50
Fredensborg	40.980	2	1	-1	21	39	60
Frederiksberg	104.351	5	5	0	114	187	301
Frederikssund	45.489	2,2	2,4	0,2	53	94	147
Furesø	40.955	2	1	-1	22	39	61
Gentofte	74.623	3,6	2	-1,6	38	88	126
Gladsaxe	69.203	3,3	1,6	-1,7	26	73	99
Glostrup	23.342	1,1	1	-0,1	22	39	61
Greve	50.561	2,4	1,5	-0,9	26	66	92
Gribskov	41.110	2	2,8	0,8	61	107	168
Halsnæs	31.518	1,5	1,6	0,1	38	58	96
Helsingør	63.047	3	3,9	0,9	99	134	233
Herlev	28.914	1,4	1,3	0,1	27	51	78
Hillerød	51.261	2,5	2,3	-0,2	58	78	136
Hvidovre	53.448	2,6	1,8	-0,8	38	71	109
Høje-Taastrup	51.238	2,5	1,4	-1,1	28	54	82
Hørsholm	24.919	1,2	0,8	-0,4	18	30	48
Ishøj	23.059	1,1	1,5	0,4	38	54	92
København	637.936	30,5	41,3	10,8	868	1615	2483
Køge	61.323	2,9	2,3	-0,6	47	90	137
Lejre	28.133	1,3	1,3	0	33	45	78
Lyngby-Taarbæk	56.624	2,7	2,2	-0,5	62	69	131
Roskilde	88.758	4,2	6,4	2,2	131	258	389
Rudersdal	56.873	2,7	1	-1,7	24	36	60
Rødovre	41.025	2	1	-1	16	43	59
Solrød	23.394	1,1	0,5	-0,6	8	22	30
Stevns	22.975	1,1	1,3	0,2	13	63	76
Tårnby	42.757	2	2,5	0,5	43	107	150
Vallensbæk	16.483	0,8	0,4	-0,4	9	17	26
I alt	2.089.831	100	100	0	2124	3891	6015

Tabelforklaring: Vores kommuner opdelt efter indbyggertal – og hvor stor en andel af vores indhold hver kommune så bør have. Herefter det faktiske producerede antal artikler og indslag, som viser, hvor stor under- eller overdækning en kommune faktisk har haft.

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

Udover artikler i ovenstående skema, findes kategorien, Lorryland, som betegner en historie, der har bred betydning i sendeområdet. Der var 1.338 Lorryland-artikler i 2020.

158 artikler dækkede Region Hovedstaden og 39 artikler dækkede Region Sjælland i 2020.

3.3. Udvikling af indhold og distributionsformer

Forpligtelsen:

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

REDEGØRELSE:

Der bor to millioner mennesker i vores region. I København er gennemsnitsalderen lavere end for resten af regionen, i nogle af kommunerne i udkanten af regionen er den højere end gennemsnittet. Målt på gennemsnittet er Lorrys sendeområde det andetyngste i Danmark, og derfor har vi et skarpt fokus på at kunne tilbyde nyheder til alle i vores sendeområde – også de yngste. Vores TV-udsendelser og vores kanal er for alle men med primært fokus på 50+-årige. På YouTube og Instagram rammer vi primært de 16 til 30-årige. På tv2lorry.dk og Facebook befinder de fleste aldersgrupper sig også, men det er primært de 25 til 50-årige, som vi sigter på dér.

Tv2lorry.dk:

På tv2lorry.dk laver vi regionale nyheder og digitale fortællinger. Vi er bemandedt fra kl. 6.00 til 23.00 de fleste af ugens dage. Vi laver nyheder, der sætter dagsorden, skaber debat og rører hjertet. Vi laver unikt indhold med fokus på den gode journalistik og de særlige Lorry-vinkler.

Vi havde mod slutningen af 2020 yderligere fokus på den særlige digitale oplevelse, webdoks eller visuelle fortælling, med en udvidelse af redaktionen. Her bruger vi ressourcer på at finde det særlige: Den tætte personhistorie, den svært tilgængelige men vigtige problemstilling man står i som borger med dobbeltdiagnose, eller den quiz, der gør dig klogere på vores udfordringer med fertilitet. Vi har hele mediets værktøjskasse i brug, når vi giver brugerne overblik og perspektiv med grafikker, fakta og levende billeder.

Vi udnytter samspillet mellem TV og web, når vi hver aften giver digital merværdi til aftenens TV-udsendelse - det kan både være en interessant sidevinkel og en mulighed for at brede historien ud geografisk, så den er nær for flere borgere i regionen.

På tv2lorry.dk/video tilbyder vi brugerne en perlerække af aktualitetsprogrammer. Her finder brugerne vores magasiner, der alle tager afsæt i vores sendeområde. Desuden kan man her også tilgå alle vores nyhedsudsendelser. Alt, hvad vi producerer til TV 2-vinduerne, YouTube og kanalen, er også tilgængeligt digitalt, både via vores hjemmeside og vores nyhedsapp.

Sociale medier

Ifølge DRs årlige rapport om danskernes medieforbrug steg vores tid brugt på Facebook, og især på Instagram og YouTube i 2020.

TV 2 Lorry lagde i 2020 en ny strategi for både Instagram og YouTube, som betyder, at vi vil styrke journalistikken på de to platforme.

Kerneproduktet er regionale nyheder, og dem deler vi nu langt flere af på Instagram – udvalgt til mediet og målgruppen af de 20 til 30-årige i sendeområdet. Der bliver dagligt uploadet nyhedsopslag, udfoldet aktuelle nyhedshistorier i vores story og delt video eller versioneringer af TV- eller Facebook-opslag.

Også på vores YouTube-kanal kaldet *TV 2 Lorry* er målsætningen at styrke journalistikken. Her bliver der nu produceret originalt journalistiske historier til målgruppen 18 til 26-årige. Vi forsøger gennem reportager og explainers at give brugerne større indsigt og viden om de emner, der er relevante for dem og deres dagligdag, hvad end det handler om klimaaktioner, stofindtagelse, shopping, mobilforbrug eller demokratiske rettigheder.

På TV 2 Lorrys anden YouTube-kanal, *TV 2 Lorry – Minidoks* publicerer vi det indhold, som er født til TV, men som vi mener kan have relevans for YouTube-brugere, der ikke ser flow-TV. For eksempel afsnit af serierne *De Ukendte Danmarksmestre*, *Os, der handler* og *Min mærkelige karriere*.

Vi styrkede i 2020 den regionale journalistik på Instagram og begge YouTube-kanaler.

TV 2 Lorrys Facebookside rundede 100.000 page-likes i 2020, mens 115.000 brugere følger siden. Her deler vi både indhold fra tv2lorry.dk, versionerede videosekvenser fra TV-produktionen og ikke mindst egenproducerede videoer. Vi laver videoer specifikt til platformen, der både skaber debat, inspirerer, styrker den lokale tilknytning og rører hjertet. Vi vil gerne give taletid til alle slags borgere, organisationer og virksomheder, der brænder for hovedstadsområdet på den ene eller anden måde.

Antallet af videovisninger på TV 2 Lorrys Facebookside blev tredoblet i 2019 sammenlignet med 2018, og fremgangen fortsatte i 2020, hvor vi oplevede en stigning på 40% i antallet af videovisninger sammenlignet med året før. Der har ikke været en målsætning om at dele mere indhold end før men at holde et stabilt flow i antallet af udgivelser, så vi hele tiden gør os relevante for mediebrugerne.

Udover flere videovisninger på Facebook lå vores opslag i samtlige uger i 2020 i flere brugeres feed, end de gjorde i de samme uger året forinden. Aldersfordelingen blandt modtagerne er bred: 56% af modtagerne er under 44 år. 22% er under 34 år.

Også på Instagram var fremgangen igen i 2020 markant. TV 2 Lorry oplevede vækst i antallet af følgere, videovisninger og interaktioner. I alt blev videoerne set mere end to millioner gange, og det er en stigning på 156% i forhold til året før. Antallet af følgere blev fordoblet. 35% af følgerne er under 34 år, hvilket gør Instagram til en yngre platform end Facebook.

På YouTube fik TV 2 Lorrys videoer i 2020 samlet omkring 3,4 millioner visninger. Det var en stigning i forhold til 2019. Samlet steg antallet af sete minutter med 32% til i alt 14.743.560 millioner fordelt på de to kanaler.

Ser man på antallet af sete minutter på TV 2 Lorrys to YouTube-kanaler, var 69% af brugerne i 2020 under 34 år. 43% af dem var 24 år eller under. Mænd udgjorde hele 81,4% i 2020, hvilket betyder, at TV 2 Lorry har fået endnu bedre fat i de yngre mænd, da den gruppe stod for 74% i 2019. Mænd er underrepræsenteret på alle TV 2 Lorrys andre platforme.

Samlet havde TV 2 Lorry 73.821.449 videovisninger på tværs af alle sociale medier i 2020, hvilket var det højeste nogensinde.

3.4. Strategi samt mål og målbare succesparametre

Forpligtelsen:

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

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

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

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

- 1) Resultaterne af de opstillede mål og målbare succesparametre.
- 2) Den kommende indsats ift. de opstillede mål og målbare succesparametre.

REDEGØRELSE:

Budgetmål 2020

Samle regionen om vigtige dagsordener på alle relevante platforme

Vi vil igen arbejde for øget rækkevidde og forbrug på de digitale platforme. Alle vores historier og nyheder skal have et selvstændigt liv på de platforme, hvor deres målgruppe er.

Vi skal i 2020 øge vores dækning på de digitale platforme.

Gennem hele 2020 monitorerede vi hver uge forbruget af alt vores indhold på tværs af alle vores platforme. Hver uge blev alle tal sat ind i en formel, som vi udviklede i samarbejde med Marketminds i 2019. Formlen blev til ved, at vi hver uge i 2019 sammenholdt indsamlet data med en spørgeskemaundersøgelse med 100 ugentlige respondenter. På den måde kunne vi få et

billede af, hvor mange brugere vi reelt havde kontakt med i løbet af et år, og vi fik et faktortil tal til hver uge, som vi også brugte i 2020. Vi korrigerede så vidt muligt for dobbeltdækning.

Opgørelsen viste, at der i flere måneder af 2020 var en stigning i antallet af seere på TV 2 og vores egen kanal. Stigningen kom mange steder fra, både fra øget sening af 18- og 22-udsendelserne, og nogle måneder også fra 19.30-eren. TV-tallene isoleret set viste, at vi gennem 2020 hver uge nåede flere seere, end vi gjorde i samme uge 2019. Denne stigning sammenholdt med stigningen i digitalt forbrug på alle platforme gjorde, at vi havde en positiv udvikling i det samlede antal engagerede brugere i 2020 - hver eneste uge.

I gennemsnit havde vi hver uge kontakt med 2,37 mio. mennesker - mange af dem på Facebook i meget kort tid. I analysen fjernede vi dem, der var i flygtig kontakt med os. Tilbage stod vi med 77% af den voksne befolkning i vores sendeområde, dvs. 1.284.679 personer, som i gennemsnit var engagerede brugere hver uge, enten på TV 2, vores egen kanal, web, Facebook, YouTube eller Instagram.

Fakta: En engageret bruger er defineret som en bruger, vi har haft kontakt med på egne platforme og/eller, som har interageret med vores indhold på sociale medier.

Original journalistik

I 2020 vil TV 2 Lorry hver måned sende mindst 50 historier til Ritzaus citattjeneste, deraf 10 med video, og ved årets udgang skal andre medier have citeret os gennemsnitligt 10 gange pr. dag.

I 2020 blev vi citeret 4941 gange - et gennemsnit på 13,6 gange pr. dag. Vi sendte i gennemsnit 24 historier til Ritzau hver måned. Målet er dermed ikke nået, hvilket vi tilskriver Corona-situationen. På grund af nedlukningen var vi kun ganske få på redaktionen, de fleste medarbejdere sad hjemme. Og det vanskeliggjorde den idé-udvikling, der var nødvendig for at udvælge de helt rigtige historier til Ritzau. Samtidig var der mange vigtige fælleshistorier, der handlede om Corona. Eksempelvis brugte og bruger vi kræfter på dagens Corona-tal. Det er vigtige historier, men ikke Ritzau-egnede.

De unge

Vi skal producere mindst 40 længere videoer/indslag med journalistisk indhold, hvor fokus entydigt er at ramme de 18 til 25-årige. Ambitionen er, at ti af videoerne skal oversætte svært tilgængeligt indhold til målgruppen.

Vi vil i 2020 videreudvikle vores unge-initiativ, Mission Bullseye og fortsat bruge det som dialogværktøj og til samproduktion med målgruppen.

Vi producerede i løbet af 2020 over 60 videoer med et fokus på unge, hvoraf flere end 10 videoer havde svært tilgængeligt indhold.

Eksempelvis:

10 videoer med svært tilgængeligt indhold

- Tæt på *Fridays for Freedom*
- Tre grunde til, at der er flere unge sofavælgere i USA end i Danmark
- Kan psykedeliske svampe blive medicin? Her tester de stoffer i rotteforsøg
- Så let er det at købe ulovlige smuglersmøger
- Tæt på *Extinction Rebellion*

- Sådan behandler man spiseforstyrrelse – med Malene på psykiatrisk afdeling
- Kampen mod 5G
- Identitetstyveri på de sociale medier er et voksende problem
- Hovedstaden forfra – 5 afsnit

Eksempler på nogle af de målrettede ungevideoer

- Hvad er god takt og tone med din soundboks?
- Benjamin går på sin 4. uddannelse – jeg skammer mig ikke
- De startede Roskilde Festival
- Tale til årets studenter
- Studenterkørsel i Corona-tid
- Asta modtager blod to gange om ugen og vil gerne sige tak
- Introverte Casper efter Corona: Vi burde have mere hjemmeundervisning
- Black lives matter: Jeg er blevet kaldt alverdens racistiske ting
- Skralder undersøger container hos COOP
- Munken Gaura Nitai har levet syv år uden sex, alkohol og kød
- Fire unge bor på øde ø
- Anna føler ikke, at hendes angst bliver taget alvorligt
- Efterskoleelever overrasket af lærere
- Hele verden går i Louises hjemmestrik
- Coronaracisme: Jeg har følt, at jeg var et eller andet vandrende monster på gaden
- Mirac og Sarah handler for ældre i Corona-tiden
- Hvad er den bedste Corona-hilsen?
- Slagsbror: derfor slås vi i nattelivet
- Rasmus vil gøre din bytur bæredygtig med klimavenlig øl
- Lauritz blev tæsket og smidt foran bil – nu kommer hans mor med opråb
- Spis grimt og hjælp klimaet
- Hvad er der galt med din hjerne?
- Hårde ord og disciplin opdrager unge boksere
- OCD, ADHD og Asperger: Mads tager til julefrokost trods sine diagnoser
- Rebecca forvandler aflagte hospitalsdyner til moderigtige jakker
- Stolt lærling: Vi er ikke dumme hormonforstyrrede drenge”
- Gribskov Går Sammen – Mental sundhed for 2.G
- Tre grunde til at lægge din smartphone væk

Vi fortsatte vores initiativ *Mission Bullseye*, og oplevede en stærk start i 2020 med *DM i Skills*, hvor vi bød på en række engagerende muligheder for at bruge sin stemme i samfundet som ung og udtrykke sig gennem workshops og i Taleboksen, som var vores digitale confession booth. Op til *DM i Skills* havde vi succes med at konvertere input fra Taleboksen til redaktionelt indhold, og vi fik også virkelig stærke budskaber og cases med hjem fra *Skills*. Men når vi prøvede at etablere kontakt med de unge i perioden efter, oplevede vi, at de simpelthen var videre, den kontakt de havde haft, var ikke forpligtende nok. Derefter fulgte foredrag med Taleboksen i nye fora som foreninger, der arbejder med unge, som har brug for en ekstra hånd.

Da Corona-nedlukningen ramte den 11. marts, stoppede alle muligheder for at rykke ud og være sammen. I foråret evaluerede vi på projektet og blev med TV 2 Lorrys bestyrelse enige om, at effekten af indsatsen ikke var stor nok til at fortsætte projektet.

Vi har i stedet via vores YouTube-kanal arbejdet på at opbygge en dialog med brugerne, og dér få ideer og evalueringer fra dem. Vi opsøgte selv gymnasieelever i forsommeren og diskuterede, hvad der er relevant indhold for dem.

Demokrati, debat og de unge

Vi vil i løbet af 2020 finde flere muligheder for at komme ud og møde ungdommen, der hvor den er. Et af de steder er Ungdommens Folkemøde, hvor vi vil diskutere om unge i politik og lave en serie, hvor vi fortsætter med at følge unge nyvalgte politikere fra byrådene i Lorryland. Vi vil i 2020 lave indhold, som synliggør lokalpolitikens indvirkning på unges hverdag. Det er et initiativ, der skal pege frem mod at styrke demokratiforståelsen op mod kommunalvalget i 2021.

Vi begyndte året godt og deltog ved *DM i Skills* med en kæmpe stand, hvor vi stillede med et stort hold og over tre dage mødte og var vi i dialog med omkring 5.000 unge. Vi engagerede dem i foredrag og workshops, de kunne bruge deres stemme i vores Taleboks, de kunne flyve med droner, afprøve kameraudstyr og få 1:1-vejledning om FTP-uddannelsen. Farvestrålende cupcakes var eminente til at skabe kontakt og bane vej for samtaler og aftaler om en prøvetid for en af vores platforme. Efterfølgende blev 2/3 af de nye, unge brugere hængende. Vi inviterede TV 2 Øst og deres ungdomsredaktion KRAS med på standen og oplevede en positiv synergi af det fælles unge-fokus. Som en ekstra bonus oplevede vores droneekspert stor interesse fra lærere, der gerne ville forbedre deres undervisning på ungdomsuddannelser.

Vi havde bestilt plads på Ungdommens Folkemøde og forberedt en række events, men efter Corona ramte, stoppede alle muligheder for at møde de unge i den virkelige verden, hvilket ellers var vores mål.

Vi fulgte som planlagt de tre unge byrådsmedlemmer fra Halsnæs, Albertslund og København igennem 2020 og udkom i slutningen af året med en serie på tre afsnit, som beskriver deres arbejde med lokalpolitik. Serien beskriver, hvor hårdt men også givende et arbejde det har været og er for dem. Serien indeholder gode eksempler på, hvordan de som unge har kunnet påvirke ungelivet og sætte tydelige spor i deres kommuner. Serien udkom på vores egen kanal og hjemmeside og får en ekstra tur i lokalvalgsåret 2021.

Styrke debatten

TV 2 Lorry skal tilbyde borgerne mulighed for at komme til orde med deres dagsordener. Vi skal fastholde at være åbne over for at sætte seernes hverdag til debat. Vi skal sikre, at det, de finder vigtigt, bliver debatteret. Det vil vi gøre ved at gentænke vores åbne redaktionsmøde og se, om vi kan finde en ny måde at have den direkte dialog med borgerne på.

Vi har en aktiv dialog med vores brugere både via de sociale medier og via vores redaktionspostkasse redaktion@tv2lorry.dk Herigennem får vi hver dag tips og idéer fra brugerne til, hvad de synes er vigtigt, vi laver, og herfra har vi hele året taget henvendelser og sager ind på vores platforme.

Vi gik i efteråret 2020 i dialog med Hearken, en virksomhed, der tilbyder et dialogværktøj, hvor brugerne kan stille os spørgsmål og foreslå emner og dermed komme med input til det, vi

producerer. Ligesom brugerne gjorde, da vi havde de åbne redaktionsmøder. Samarbejdet har desværre vist sig at være mere GDPR-kompliceret end først antaget. Systemet vil derfor først komme i brug i 2021. Vi ser dette værktøj som første trin på vejen mod mere dialog og håber, at det også kommer til at kunne spille en rolle i Kommunalvalget 2021.

Give regionen noget tilbage

Mange borgere giver via frivillighed og privat engagement rigtigt meget til foreninger og sager i regionen. TV 2 Lorry vil understøtte dette initiativ og aktivt arbejde for at kunne fortsætte vores store satsning Fantastiske Fællesskaber, som syv af TV 2 Regionerne har lavet i samarbejde med Tuborg Fonden og Lokale og Anlægsfonden.

I 2020 vil vi lave en produktion, som belyser, hvor meget der udrettes af forenings- og fællesskabs-Danmark. Samt afslutte vores triologi om LGBTQ+, som vi laver som optakt til Copenhagen 2021.

Med serien *Homoholdet* afsluttede vi i 2020 vores planlagte triologi om LGBTQ+-miljøet. Serierne er tænkt som optakt til World Pride 2021.

Da Corona aflyste Copenhagen Pride, indgik vi et samarbejde med dem om at producere en digital pride, som vi sendte på vores kanal, og som priden delte med alle sine følgere. Med bidrag fra mange fronter og deltagelse af HKH-kronprinsesse Mary og statsminister Mette Frederiksen, blev eventet en stor succes.

Fantastiske Fællesskaber stødte desværre på grund i 2020. Tuborg Fondet trak sig fra projektet for at forfølge sin nye strategi, og sammen med Lokale og Anlægsfonden arbejdede vi på at finde en ny partner. Vi var langt i processen med DGI og DIF, som også hylder fællesskabet og de kreative løsninger på livets udfordringer, men den konstant skiftende Corona-situation endte med at kræve organisationernes fulde opmærksomhed. Til sidst måtte vi indse, at *Fantastiske Fællesskaber* ikke var en mulighed i 2020 uden ny partner og i et Corona-nedlukket land.

Vi havde i 2020 stort fokus på at give inspiration til regionen. Især i forbindelse med vores sommersatsning, hvor vi de første tre uger sejlede med Nationalmuseets skib, Bonavista og de tre sidste uger, hvor vi besøgte kulturinstitutioner i en meget bred forstand. Her var omdrejningspunktet at præsentere kulturtilbud lige fra en god gåtur, en præsentation af havnen samt naturligvis værtsinstitutionen.

Søge løsninger

Fem gange i 2020 vil vi "rydde forsiden" og gå aktivt ind i fem dagsordener, hvor vi har som erklæret mål at arbejde for at finde en løsning i samarbejde og i debat med de involverede aktører.

I 2020 "ryddede vi forsiden" adskillige gange. I februar ryddede vi sammen med de andre regioner og TV 2 Nyhederne hele fladen for at dække oversvømmelser. Vi sendte samlet en time. Samme model brugte vi igen, da vi sendte en time fra hele landet om minksituationen.

I maj var det udligningsreformen, der kulminerede og ryddede fladen i flere dage, men inden da havde vi over måneder dækket forhandlinger og konsekvenser ved udligningsreformen og søgt at forklare for vores seere og brugere, hvad kommunaludligning er.

I juni og juli fokuserede vi på planlagt udledning af spildevand og satte landsdækkende dagsorden. I efteråret satte vi spildevand i høring og sendte en hel udsendelse fra et rensningsanlæg i Hillerød.

I august ryddede vi en hel udsendelse til Copenhagen Pride.

I september satte vi i en uge fuldt fokus på Lennarts død: Et plejesvigt på et plejecenter i Albertslund.

Den 1. januar 2021 ryddede vi forsiden til alt det, vi glæder os til i det nye år.

Gennem hele året fyldte foruden Corona også støj, den trafikale situation i regionen og vold i nattelivet meget på alle vores platforme.

Kultur

Vi vil lave mindst 45 unikke Oplev-programmer i 2020 og sikre, at alle egnede oplevelser fra programmerne kommer med i vores nye Oplev-app, så de er lette for borgerne at navigere i og lade sig inspirere af.

Vi vil mindst ti gange være til stede og deltage ved større kulturbegivenheder i vores sendeområde, det kan være Roskilde Festival, DMA Jazz, byfester og andet, som samler regionens borgere.

Disse er mål, der blev hårdt ramt af Corona, men som på en meget anderledes måde alligevel blev nået.

Vi producerede 43 udgaver af vores kulturmagasin *Oplev* og formåede hver uge at komme med inspirerende tilbud til oplevelser, også selv om alt var lukket i lange perioder af året. Igennem sommeren lavede vi en række særudgaver af *Oplev*. 18 programmer hed *Oplev Lorryland til vands* og 18 hed *Oplev Lorryland til lands*. I december samlede vi en række naturoplevelser i *GenOplev* naturen i december.

Vi har gjort vores *Oplev*-site tilgængeligt gennem en app, som året igennem er blevet flittigt brugt af vores brugere.

Se uddybningen af de mange ting vi dækkede i kulturafsnittet 3.5.

Udvikle fortælleformer

Den klassiske TV-fortælling er udfordret på nyheder, derfor skal vi i 2020 fortsætte vores eksperimenterende arbejde med at udvikle nye fortælleformer. Vi vil målrette de enkelte produktioner endnu mere til de platforme og målgrupper, hvor de skal udkomme.

TV skal fungere i sin egen ret. I 2020 fortsatte vi udviklingen af vores nyhedsformat på TV. Vi fastholdt, at vi sender vores udsendelser ude fra den virkelighed, som vi skal dække, men vi genindførte, at der i udsendelserne er en live reporter, der kan sikre et godt, nemt afkodeligt flow i udsendelserne. Vi brugte en del energi på at forbedre det samlede visuelle udtryk i udsendelserne og havde fokus på, at fotografer og journalister skal bruge de mange redskaber, de har i værktøjskassen. Det, vi producerer på de andre platforme, har svært ved at fungere uversioneret på TV, men med enkelte greb kan det meste godt fungere på TV.

I 2020 arbejdede vi – og arbejder stadig - med følgende platforme på forskellige måder:

Facebook kræver sin egen form: Fastholdelsen er kort på Facebook, derfor klippes videoer, så de første fem sekunder fanger brugerne ind og indslag klippes og vinkles i højere grad for at skabe engagement. Videoer driver generelt et stort engagement, og derfor trækker de rigtig mange brugere ind til vores hjemmeside, hvor brugerne præsenteres for alle vores klassiske nyheder. Desuden har videoengagementet på Facebook den fordel, at det giver artikler og andet indhold fra TV 2 Lorry større gennemslagskraft på mediet.

Også **YouTube** kræver sin egen form i forhold til vinkel, historievalg og udtryk. Mens nyhedsindslag på TV oftest er dagsaktuelle nyheder, præsenterer vi på YouTube historier, der er aktuelle i tiden frem for på dagen – altså giver perspektiv og baggrundsviden til emner i nyhedsstrømmen eller input til, hvad der måtte være talk of town i den yngre målgruppe. Indslagene fortælles med faste YouTube-værter, der er en aktiv del af historierne og selv præsenterer sagerne. Vi laver både reportager og har udviklet et explainer-format, der i skivende stund hedder *Tre grunde til...* På YouTube bruger vi også historier, der oprindeligt blev skabt til TV, men de versioneres så YouTube-værten fx møder TV-reporteren eller YouTube-værten præsenterer historien - på en måde, så vi hele tiden er tro mod platformen.

Med **Instagram** har vi erfaret, at platformen er god til at præsentere korte videobidder med samtalerrelevans. Eksempelvist klip og såkaldte memes, der taler ind i højtider, vejrfænomener, politiske større sager, populære tv-programmer mv. Mens der er tid til perspektiver på YouTube og debat på Facebook, fungerer Instagram godt med orienteringer om konstruktive og vigtige nyheder. Nyhedsopslag på stillbilleder, der kan likes eller deles nu og her, klarer sig godt, hvorfor vi oftest vinkler på eller udvælger vigtige budskaber af public service-karakter, personer der tager handling eller problemer, der bliver løst.

Ny teknologi

I 2020 vil vi påbegynde et større researcharbejde, som skal gøre os i stand til at lave et udbud på hele vores tekniske infrastruktur i 2021/22. Vi vil i 2020 udskifte vores ENG og IP-vogne til plug-in/hybrid-biler.

Vi skal sikre, at vi altid bruger den nyeste teknologi til at forbedre adgangen til vores indhold for forskellige grupper af handicappede. I 2020 vil vi tekste alle videoer på Instagram og Facebook.

I 2020 vil vi arbejde hen mod en fuld WCAG AA-certificering,

Corona satte en stopper for vores mulighed for at rejse ud og rundt i landet og se på fremtidens muligheder for ny medieproduktion, arbejdet genoptages, når folk igen kan åbne deres døre for besøg.

Vi fik udskiftet alle vores ENG og IP-biler til plug in hybridbiler, så vi nu kører så grønt som muligt.

Vi tekstede gennem 2020 alle vores videoer på Facebook og Instagram

Vi fik i slutningen af 2020 gennemrenoveret hele vores grafikpakke, og den er nu fuldt WCAG AA certificeret.

Øget dialog

Vi vil foretage fokusgrubeanalyser af mindst ét af vores produkter i 2020. Disse analyser skal danne baggrund for udvikling af det valgte produkt. Vi vil dyrke dialogen i det digitale fællesskab, Mission Bullseye, og udvikle mindst fem produkter i det fællesskab, eller det der kommer ud af det evaluerede projekt.

Dette er beskrevet i kapitel 4.

Budgetmål 2021

Samle regionen om vigtige dagsordener på alle relevante platforme

En stor del af TV 2 Lorrys borgere ser ikke længere flow-TV og abonnerer i mindre grad på TV 2. Vi har gennem flere år set et frafald af seere til TV-udsendelserne på TV 2. Dette vil vi fortsætte med at kæmpe imod ved hele tiden at udvikle vores produkt med selvstændig journalistik og nye fortælleformer.

På grund af faldet i den klassiske TV-sening har vi i flere år haft fokus på at styrke vores tilstedeværelse på de digitale platforme sådan, at vi med vores økosystem på tværs af platforme fortsat er i stand til at samle regionen om vigtige regionale dagsordener. Dette fokus vil vi fastholde i 2021, og vi vil igen arbejde for øget rækkevidde og forbrug på de digitale platforme. Alle vores historier og nyheder skal have et selvstændigt liv på de platforme, hvor deres målgruppe er.

For at kunne samle regionen skal vi hver dag sikre, at vores største nyhedshistorier udkommer på tværs af platformene formateret til de forskellige platforme, hvor historien er relevant for målgruppen.

Vi skal i 2021 øge vores dækning på de digitale platforme.

Original journalistik

TV 2 LORRY vil være vigtig for borgerne i vores region. Derfor producerer vi hver dag vores egen, selvstændigt udviklede journalistik, som er udviklet efter vores egne nyhedskriterier og fortalt forskelligt til de forskellige platforme. Vi ønsker ikke at kopiere, hvad andre medier har lavet. Det er tværtimod vores ambition, at andre medier bruger de historier, der er skabt hos os.

I 2021 vil TV 2 LORRY hver måned sende mindst 50 historier til Ritzaus citattjeneste, og ved årets udgang skal andre medier have citeret os mindst 4000 gange.

De unge

En af de målgrupper, som de traditionelle medier har svært ved at nå, er de unge mellem 18 og 25 år. Dem vil vi fokusere på ved bl.a. at producere mindst 40 længere videoer med journalistisk indhold, hvor fokus entydigt er at ramme de 18 til 25-årige. Ambitionen er, at 20 af videoerne skal oversætte svært tilgængeligt indhold til målgruppen.

Afhængigt af Corona-situationen vil vi i 2021 øge vores public outreach og være mere synligt til stede dér, hvor unge samles. Det være sig ved ungdommens folkemøde og andre begivenheder, der samler unge om samfund og demokrati.

Demokrati, debat og de unge

Demokratiet er en hjørnesteen i vores samfund, en hjørnesteen, som det amerikanske valg i 2020 satte store spørgsmålstejn ved, i hvert fald blandt den tabende del af det amerikanske samfund. Derfor vil vi i løbet af hele 2021 og i vores dækning af KV 21 søge initiativer, der på en inddragende måde viser, at man også som ung kan have indflydelse på udviklingen i samfundet. Og vi vil lave journalistik, der understøtter validiteten af det danske demokrati.

Vi vil ved KV 2021 have fokus på, at også de unge kandidater kommer til orde.

Vi vil i 2021 lave indhold, som synliggør lokalpolitikens indvirkning på unges hverdag.

Styrke debatten

TV 2 LORRY skal tilbyde borgerne mulighed for at komme til orde med deres dagsordener. Vi skal fastholde at være åbne overfor at sætte seernes hverdag til debat. Det, de finder vigtigt, skal vi sikre, bliver debatteret. Det vil vi gøre ved at lave en meningsmåling om, hvad borgerne synes er vigtigt. Og vi vil gøre det ved at bringe borgernes dagsorden helt i front i vores dækning af kommunalvalget og regionsrådsvalget den 16. november 2021. Der vil i alle optaksprogrammer være en eller anden form for borgerinddragelse. Dette element er lige nu under udvikling, men en god mulighed er at inddrage de lokale Facebook-grupper.

Vi vil også i forbindelse med kommunalvalget lave en optaksdebat om den lokalpolitiske situation i alle 34 kommuner og begge regioner i vores sendeområde. Vi udvikler lige nu på et format, der kan tage fat i de fælles problemstillinger.

Give regionen noget tilbage

I 2020 lancerede vi *Oplev*-universet. Til sommer 2021 vil vi igen finde et format, hvor vi inspirerer brugerne til at tage på opdagelse i vores smukke og spændende sendeområde.

I forbindelse med kommunalvalget 2021 vil vi sørge for at være det mediehus, der klæder borgerne på til at kunne afgive en stemme. Alt, vi laver, skal enten engagere borgerne til at stemme eller direkte klæde dem på til at stemme.

Vi dækker 34 kommunal- og to regional-valg og vil bestræbe os på en så detaljeret og nær dækning som muligt. De endelige koncepter er fortsat under udvikling.

Søge løsninger

Løsningsorienteret tilgang til journalistik og historiefortællinger er en del af vores grund-DNA. Vi går ind i alle historier for at bringe dem frem mod en løsning. Vi undgår ikke konflikten men forpligter os til aldrig kun til at fokusere på den. Vi forsøger altid at finde et bud eller et eksempel på en løsning.

Fem gange i 2021 vil vi rydde forsiden og gå aktivt ind i fem dagsordener, hvor vi har som erklæret mål at arbejde for at finde en løsning i samarbejde og i debat med de involverede aktører.

Kultur

TV 2 Lorry dækker et område med tusindvis af årlige kulturtilbud. Vi vil gennem året foromtale et bredt udsnit af disse for at inspirere borgerne i regionen til selv at gå ud og deltage i arrangementerne.

Vi vil hver uge foromtale og beskrive oplevelser, som borgerne i vores region selv kan deltage i og vi vil på den måde fortsætte med at udbygge det søgbare videounivers, *Oplev*.

I det omfang Corona tillader det, vil vi opsøge og være en del af de største kulturbegivenheder i regionen.

Udvikle fortælleformer

Den klassiske TV-fortælling er udfordret, når det gælder sening af nyheder, derfor skal vi i 2021 fortsætte vores eksperimenterende arbejde med at udvikle nye fortælleformer. Vi vil målrette de enkelte produktioner endnu mere til de platforme og målgrupper, hvor de skal udkomme. Vi vil også fortsætte med at producere vores TV-udsendelser ude fra regionen, der hvor historierne udspiller sig og hvor seernes liv er, og ikke fra et traditionelt TV-studie.

Ny teknologi

I 2021 vil vi forberede vores arkiv, så vi i endnu højere grad er klar til at udnytte AI/Machine-Learning til automatisk metadata, når disse teknologier bliver modne nok.

Desuden fortsætter vi researcharbejdet frem mod forventet udbud af produktionssystem(er) og anden teknisk infrastruktur i 2022.

Vi fortsætter med at digitalisere vores arkiv i 2021, et arbejde vi regner med at afslutte i 2022.

Inddragelse og øget dialog

Vi vil fortsætte vores arbejde med inddragelse af seere og brugere, og vi vil finde nye måder at være i dialog med dem på uagtet, at Corona udfordrer den direkte kontakt.

Vi ønsker at eksperimentere med en række muligheder for dialog f.eks. ved at lade brugerne definere hvilket emne, vi laver journalistik om. Vi vil give dem mulighed for at spørge og foreslå emner. Også ved mere direkte at samproducere med brugerne. Samt ved at mødes med dem fysisk for enten at debattere en sag eller give viden videre om en sag.

3.5. Dansk kunst og kultur

Forpligtelsen:

REGIONEN skal have fokus på formidlingen af kunst og kultur samt dækningen af kulturlivet i det regionale område.

REDEGØRELSE:

Kultur er et vigtigt fokusområde for TV 2 Lorry. I de daglige nyheder har vi primært fokus på trends og tendenser samt egentlige servicemeddelelser, der gør seerne i stand til at opdage og navigere rundt i de mange tilbud.

I 2020 måtte vi på grund af Corona dreje fokus over på naturen i vores faste fredagskoncept *Oplev i weekenden* således, at vi med hjælp fra naturvejledere inspirerede børnefamilier til aktiviteter udenfor.

Vi flyttede vores faste kulturkoncept *Oplev* til om torsdagen for at give seerne mulighed for at forberede deres weekend. *Oplev* foromtaler kulturstoffet på en måde, som skal give flere borgere i vores område mulighed for selv at deltage i forskellige kulturelle begivenheder. Programmet

er handlingsanvisende og inspirerende og har følgeskab af en app, hvor brugerne kan finde kultur der, hvor de er eller planlægger at være.

I de tre første sommeruger sejlede vi rundt med Nationalmuseets skonnert Bonavista. Vi præsenterede havnene med de kulturtilbud, der er. Vi havde "historieundervisning", hvor historiker Peter Henningsen fortalte om området. I de sidste tre uger besøgte vi kulturinstitutioner i bred forstand. Her handlede det om mulighederne trods Corona. Og vi anbefalede blandt andet gode gåture i området.

På TV 2 Lorry-kanalen er kulturstoffet en bærende del af indholdet. Vi var i løbet af 2020 vidt omkring indenfor området, og vi havde i løbet af året disse produktioner på programmet:

- *Oplev* - vores ugentlige kulturprogram om aktuelle kulturelle begivenheder i regionen.
- *Louisiana LIVE på Lorry* - Anna Ingrisch og Marc-Christoph Wagner er værter, når Louisiana inviterer til levende og engagerende kulturaftener om og med aktuelle gæster og temaer.
- *Danish Music Awards Jazz 2020* - direkte fra den årlige jazzfest på Bremen Teater.
- *Copenhagen Pride Optakt* – optakt til show med tilbageblik på ugens højdepunkter, den landsdækkende march, de mange aktiviteter på Rådhuspladsen i København og meget andet.
- *Copenhagen Pride Show 2020* – direkte fra det virtuelle studie med musik og underholdning.
- *Huset i Magstræde fylder 50 år* - det legendariske kulturhus i Magstræde i København har eksisteret i 50 år. Vi fejrer husets fødselsdag med et portræt.
- *Trampolinhuset* - kunstnere donerer deres kunstværker til støtte for multikulturhuset i København NV.
- *Sol over Gudhjem* - med 8 af 12 deltagere er TV 2 Lorrys sendeområde stærkt repræsenteret i dysten om årets produktpris 2020.
- *Øresundsregionen - succes eller fiasko?* Øresundsbroen åbnede 1. juli 2000. Arbejdskraft, erhvervsliv, forskning og kultur skulle smelte sammen på tværs af Øresund. Men hvordan er det så gået med de store drømme for det dansk/svenske samarbejde 20 år efter?
- *Altan-Alfer* - Lene og Boe er ægtefolk, men de er også Altan-Alfer. De forvandler byens altaner til alt fra skovbryn til strande.
- *Fængselshistorier* - historier fra Vestre Fængsels museum.
- *Spis med hjernen* - Rasmus Bredahl og Nikolaj Buchardt bruger krammere, pincetter og fuglefløjt til at snyde vores abehjerner til at spise bedre, mindre og mere bæredygtigt.
- *Hvad kræver det?* - portræt af møbelsnedker Kasper Thorup
- *Hvad kræver det?* - portræt af kunstmaler Mikkel Ørstad
- *Fortællinger fra Whiskybæltet* - dokumentar om livet på kysten nord for København. Hvem bor der, og hvordan ser de sig selv som de privilegerede borgere i Whiskybæltet?
- *Jul i gamle dage og nu* - Hvordan fejrede man jul på Frederiksberg tilbage i 40'erne og 50'erne?
- *Med Maria Stenz i kollektiv* - Sangeren Maria Stenz, der var med til at starte kollektivet Kløn på Christian Winthers Vej i 1971, vender tilbage for en stund til huset med de 24 værelser.
- *Tragedien på den franske skole* - I marts 1945 kom englænderne ved en fejl til at bombe området omkring Den Franske Skole på Frederiksberg.
- *Hermans drenge* – Bokseklubben i Valby er det faste holdepunkt i livet for de unge drenge.
- *Livet på ungdomsøen* - Joen, Emil, Anton og Mariann bor på en forblæst ø midt i Øresund.

- *Tro på trods* - Kan det forenes at være ung og religiøs. Fem forskellige unge religiøse mennesker fortæller om, hvad de har opgivet for at kunne udleve deres tro.
- *Modebranchen er udfordret* – Corona-krise og bæredygtighed giver nye udfordringer for modebranchen, der eksporterer for milliarder hvert eneste år. Er modebranchen på vej mod nye tider?
- *Kofoeds skole* - kom med ind bag facaden på skolen for udsatte borgere.
- *PølseJohn* - historien om ophavsmandet til den gode knækpølse på Lyngby Stadion.
- *Kvinde, kend din stemme* – en serie om kvinders muligheder i politik og kultur.

Endvidere uddybes i punkt 3.4 og 3.1. under Kultur, hvordan vi har dækket området.

3.6. Indkøb af programmer og samarbejde med producenter

Forpligtelsen:

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

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

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

Vejledning:

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

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

REDEGØRELSE:

På TV 2 Lorry producerer vi primært nyheder og aktualitet. De programmer, der ikke er nyheder og aktualitet, er primært indkøbte programmer eller programmer, som er blevet til i samarbejde mellem os og forskellige interessenter som uddannelsesinstitutioner, skoler og informationstjenester. Men vi indkøber også forskellige programmer, som vi finder, har den rette regionale relevans. Herunder er eksempler på programmer, der i 2020 enten blev indkøbt eller produceret af eksterne samarbejdspartnere.

- *Daniels Drive By x 8 / Pineapple*
Brøndby-kørelærer Daniel sender skud af kærlighed ud den ofte udsældte Vestegn sammen med lokale ambassadører fra otte af områdets kommuner.
- *Splash x 3 / 3 gymnasier*
Unge verden set og fortalt af unge til unge fra tre af vores mediegymsiesamarbejder.

- *Retromad* x 5 / Roar Film
Madblogger Niklas Roar opsøger populære take-aways, som virker normale i dag, men som ikke fandtes i sendeområdet før i 80'erne, f.eks. pizza og kebab i både original og opdateret version.
- *Ekspedition Lorryland* x 8 / Svada film
Eventyren Tore Grønne vender hjem for sammen med sin ven Bertel fra Gershøj at finde eventyret i vores egen natur på en 8 dages cykelekspedition over hele sendeområdet.
- *Gribskov Går Sammen* x 3 / DGI Nordsjælland
Videofortællinger om at få civilsamfundet i alle aldre til at finde fællesskab, fysisk styrke og mental ro ved noget så simpelt som at gå sammen.
- *Unge Forskere* x 3 / KU Foods
Fremtidens (bæredygtige) fødevarer og sunde tarme er noget af det, de unge forskere indvier os i fra laboratorierne på KU Foods.
- *Videogudstjenester* x 30 / Folkekirken på Frederiksberg, Nr. Herlev Uvelse, Roskilde Domkirke, Stavnsholt
Da Folkekirken lukkede ned, indledte vi samarbejde vores tre stifter i sendeområde, så folk stadig kunne komme i kirke til højtiderne gennem hele foråret og til jul uden den mindste smitterisiko.
- *Louisiana LIVE på Lorry* x 10 / Louisiana
Normalt strømmer publikum til den populære festival på Louisiana, men pga Crona valgte Louisiana at filme samtalerne med store og kendte personligheder.
- *RUC undersøger* x 10 / Studerende på journalistlinjen, Rosk. Universitet
Undersøgende journalistik, som går tæt på problemstillinger i vores region.
- *Sofaskolen* x 28 / Danske Medier
Da Corona-epidemien flyttede undervisning af de danske folkeskoleelever hjem i stuerne, transmitterede vi undervisningen ud til eleverne.
- *Coronakuller og Kærlighed* x 3 / Takeaway TV
Dokumentar om livet i helt almindelig familie, der kastes ud i at skulle arbejde, hjemmeskole og underholde i et coronalukket Danmark, set fra en 9-årige perspektiv.
- *Naziforbryderens Datter* / Meedom Kommunikation
SS-officer K.B. Martensens 87-årige datter fortæller om at leve i en berømt, berygtet og højt elskets fars skygge efter retsopgøret, der dømte og henrettede ham for sine forbrydelser under 2. verdenskrig.
- *Copenhagen Pride Show* / CPH Pride
Samsending af årets storstilede Pride Show med helt nye animationsteknikker som kulmination af vores indsats som mediepartner på Prideugen.
- *24 timer i Coronaland* / Peekaboo
En række forskellige danskere filmer sig selv og fortæller i to Søndagsmagasiner om deres situation - først under forårets nedlukning og senere igen, da Danmark lukker op. Vi møder alt fra lægen, til daytraderen, musikeren og den hjemløse.
- *#Coach* x 10 / Videnskab.dk
En sundheds- og træningsguide med vejledning af de to trænere Morten Nørgård og Julie Hermann.
- *Forskernes Favorit* x 10 / Videnskab.dk
Forskerne fortæller om de genstande, de brænder allermost for i deres forskning.
- *5 ting du skal vide om..* x 10 / Videnskab.dk
Forskerne giver os i kort form de vigtigste ting om netop deres forskningsområde.

- *Skønhedsmagasinet x 8 / Videnskab.dk*
Cecilia Demant vejleder og giver gode råd om skønhedspleje.
- *Ballonhangaren x 2 / Peekaboo*
Ballonhangaren blev opført i 1917 til opbevaring af artilleriets luftballoner, som blev brugt til observation ved øvelser på Amager Fælled. Vi fulgte Real Danias renovering af bygningen, som stod færdig i slutningen af året.
- *DM i ergometerroning / c4content*
En times reportage fra den største vinterbegivenhed inden for dansk rosport. Mange toproere var samlet til konkurrence, og der blev sat verdensrekord af OL-roeren Sverri Nielsen.
- *Fortællinger fra Whiskybæltet / John Kirsmeier*
Vi bliver inviteret ind bag nogle af de store porte til de dyreste villaer i Danmark og hører, hvordan de mest velstillede i Danmark opfatter sig selv og hinanden.
- *Hands-on Live / Edification ApS*
Med forskellige aktiviteter ude på landets erhvervsskoler viser Hands-on Live, hvilken betydning faglærte har for vores samfund, og hvilke spændende erhvervsuddannelser og jobs, der findes i industrien.
- *Huset i Magstræde fylder 50 år / c4content*
Huset i Magstræde så dagens lys i efteråret 1970, og her har musikere, aktivister, kunstnere og frivillige lige siden skabt kunst og kultur på alle etager. Vi fejrer Husets 50-års fødselsdag med et historisk kig på de aktiviteter, der har været i Huset i årene, der er gået.
- *Hvad gør mænd attraktive? / John Kirsmeier*
Rigdom, store muskler eller måske magt? I denne udsendelse hører du sexologernes bud på, hvad der egentlig gør manden attraktiv.
- *Jul i gamle dage og nu / Jakob Willadsen*
Hvordan fejrede man jul på Frederiksberg tilbage i 40'erne og 50'erne? Dengang var nøjsomheden i centrum, og helt enkle midler kunne få juleglæden frem. Og tilbage til nutiden forbereder Inger, Ole og Jytte sig i månedsvis til den store dag.
- *Med Maria Stenz i kollektiv / Jakob Willadsen*
Sangeren Maria Stenz, der var med til at starte kollektivet Kløn på Christian Winthers Vej i 1971, vender tilbage til huset med de 24 værelser for en stund. Sammen med de andre beboere udlevede hun drømmen om fællesskabet.
- *Minimalisten / Peekaboo*
Vi lever i et buldrende forbrugssamfund, hvor vi forsøger at spejle os selv i de ting, vi køber og ejer. Men i Måløv udenfor København bor en familie, der har valgt at gå imod forbrugsstrømmen. De har skruet ned for alle former for unødvendigt forbrug og lever men egne ord et "minimalistisk" liv.
- *Oplev – virtual reality, nye spil og bib bib bar / Peekaboo*
Vi tager os en gamerdag og prøver kræfter med Virtual Reality og gamle arkadespil.
- *Oplev – whisky og western / Peekaboo*
Copenhagen Cowboys udlever drømmen om 6-løbere og cowboyhat.
- *Os, der handler / Peekaboo*
Frederik, Hediye og Marcus er noget så sjældent som unge i lokalpolitik. Hvad har de opnået, og har det været prisen værd?
- *Søndagsræs x 16 / Racemedia*
De danske rallykørere er på banen det meste af sommerhalvåret for at afgøre årets mesterskab. Vi følger løbene og taler med kørerne undervejs.

- *Regionsrådsmøde x 7 / Region Hovedstadens TV*
Transmission fra Region Hovedstadens møder.

Eksterne produktioner kan begynde som pitches udefra eller som udbud, vi selv laver. Pitches udefra kommer typisk til kanalredaktør, redaktøren for eksterne samarbejder og programchefen. De screenes af modtageren og deles med kommentarer i beslutningsgruppen, hvor direktøren også deltager. Alle pitches behandles på førstkommende pitchmøde. Pitches vedtages, afvises eller sendes til viderearbejde inden ny behandling, vedtagelse eller afvisning. Tovholder på forløbene er modtageren af pitchet.

Udbud, som vi selv laver, stammer fra konkrete, interne behov eller ønske om nytænkning inden for en given ramme. Her inviterer vi producenter, som vi forestiller os, vil være egnede. En gang om året inviterer vi alle kendte producenter i vores sendeområde til at komme med pitches, i 2020 inviterede vi til pitch sidst på året, og de pitchedede programmer vil blive produceret i 2021.

Vi tilstræber at fordele budgettet og de eksterne produktioner jævnt over året. Priserne på produktionerne afgøres af antal producerede minutter, research samt ekstra indhold.

I 2020 var vores samlede antal sendetimer af øvrige programmer på vores egen kanal 1.833 timer, og heraf blev de 999 timer produceret af eksterne producenter. Andelen udgjorde hermed 55%, hvormed forpligtelsen til en udlægning af mindst 33% er opfyldt.

3.7 Samarbejdet med de øvrige regionale TV2-virksomheder

Forpligtelsen:

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

Vejledning:

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

REDEGØRELSE:

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

Vi underbyggede i 2020 samarbejdet mellem de otte regionale stationer og TV2 gennem landsdækkende samarbejder, hvor en nyhedsudsendelse på TV2 havde fuldt fokus på et emne, der gennem længere tid havde sat dagsordenen i alle dele af landet. Alle regioner bød ind med regionale vinkler og skabte sammen med TV2 et fælles nyhedsprogram, der kom grundigt rundt i alle dele af landet. I 2020 var emnerne oversvømmelse og det øgede pres på de danske kyststrækninger samt sagen om de danske mink i slutningen af året.

TV 2 Lorrys samarbejde med de øvrige regionale stationer fortsatte gennem 2020 og udmøntede sig i en udveksling af programmer, som hver region så som relevant indhold for egen region. Vores tekniske opsætning gør det nemt at dele produktioner med hinanden, og vi gør jævnligt brug af aktivt at tilbyde og anbefale de øvrige regioner materiale, som vi mener, kan være interessant også uden for vores eget sendeområde.

I 2020 producerede TV 2 Lorry disse serier og programmer, som senere blev vist på andre regioners flow kanal:

- *DM i ergomeretroning*
- *RUC undersøger*
- *Copenhagen Pride 2020*
- *Danish Music Awards Jazz*
- *Julegudstjeneste*

Regionalt indhold fra de øvrige regioner, som fandt vej til TV 2 Lorry kanalen:

- *Sol over Gudhjem*
- *Bjergmesterskabet på Bornholm*
- *Gæstebuddet fra Gram*
- *Julegudstjeneste*

TV 2 Lorry og TV 2-regionerne samarbejder om administrative og tekniske områder og i det fællesregionale online-projektområde, hvor syv TV 2-regioner er sammen om udvikling og har en fælles udviklingschef ansat. I 2020 blev der udviklet en ny nyheds-app og et nyt samlet CMS-system via dette samarbejde.

3.8. Beskyttelse af børn

Forpligtelsen:

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

REDEGØRELSE:

Hver dag inviterer vi hele familien - inkl. børn - til at følge med på alle vores platforme. Det er vi meget bevidste om. Et af TV 2 Lorrys særlige kendetegn er dagens vejrtegn, som sendes hver dag efter vejrudsigten i vores udsendelse klokken 19.30. Dermed ved vi også, at der er mulighed for, at der er børn i seerskaren. Det giver os et særligt ansvar. Det betyder ikke, at der er nyheder, vi ikke fortæller, men det betyder, at vi er meget bevidste om at advare, hvis der på TV kommer en nyhed med voldsomme eller skræmmende billeder.

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

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

3.9. Betjening af handicappede

Forpligtelsen:

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

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

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

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

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

REDEGØRELSE:

TV 2 Lorrys forpligtelse over for handicappede seere – her især hørehæmmede - blev i 2020 opfyldt gennem tale-til-tekst-projektet. På alle aftener, 7 dage om ugen, blev vores 19.30-udsendelse sendt simultant og tekstet på vores 24-timers kanal og TV 2, når de blev spejlet. TV 2 Lorry har re-speakere ansat, som dagligt arbejder med forberedelse, manuskriptlæsning og indtaling til systemet, når udsendelsen er i luften. Selve indtalingen foregår ved, at re-speakeren gentager det, der bliver sagt i udsendelsen til en maskine, som omformer talen til tekst, der ender på skærmen på samme måde som f.eks. undertekster på fremmedsprogede film. Teksterne kan ses via Tekst-TV side 399.

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

Statusrapport, automatiseret tekstning

I TV 2-Regionernes public service-kontrakt er det et krav, at der skal nedsættes en fælles arbejdsgruppe sammen med en repræsentant fra Danske Handicaporganisationer. Arbejdsgruppen skal udarbejde en statusrapport om automatiseret tekstning af de regionale TV-udsendelser. Statusrapporten skal indeholde anbefalinger omkring anvendelsen af automatiseret tekstning på de regionale kanaler. Rapporten skulle afleveres inden udgangen af 2020.

Arbejdsgruppen bestod af medarbejdere fra TV MidtVest, TV2 Øst, TV 2/Bornholm samt Leon Carlsen, næstformand i Høreforeningen (udpeget af Danske Handicaporganisationer). Statusrapporten blev afleveret i december 2020. Konklusionen var, at automatiseret tekstning endnu ikke har et kvalitetsniveau, hvor det kan anbefales at anvende det.

I stedet blev det anbefalet at afvente udviklingen af den danske sprogmodel, som i marts 2021 kommer i udbud fra Digitaliseringsstyrelsen.

Kulturministeriet har kvitteret for modtagelsen og har taget anbefalingerne til efterretning. Det er fremad pålagt TV 2-Regionerne at overvåge udviklingen og vende tilbage med en tidsplan, hvor der kan forventes en højere kvalitet af den automatiserede tekstning.

Vi gennemførte i 2020 en fuld WCAG-AA certificering af vores design, hvilket har gjort den mere læsbar for svagtseende.

3.10. Dansk sprog

Forpligtelsen:

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

REDEGØRELSE:

TV 2 Lorry sender på dansk og ønsker at værne om det danske sprog. Vi stiler mod et korrekt dansk, dog med den anerkendelse, at sproget er levende og hele tiden udvikler sig. I vores efterkritik er vi opmærksomme på et godt sprog. Vi følger som udgangspunkt Dansk Sprognævns retningslinjer, ligesom vi spørger dem til råds, når der opstår tvivl.

Sprog i TV-indslag er kendetegnet ved at være talesprog. Sætningerne er korte, og der er flere punktummer. Til tider siger man sætninger, der ikke i klassisk forstand er grammatisk korrekte. Men på tv2lorry.dk og på de sociale medier har vi som ambition, at sproget er godt, levende og grammatisk korrekt. Og vi takker og elsker det, når en seer bruger tid på at gøre os opmærksom på fejl, så vi kan få dem rettet.

3.11. Europæiske programmer

Forpligtelsen:

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

Vejledning:

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

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

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

REDEGØRELSE:

I 2020 var vores samlede sendetid af programmer, der ikke var nyheder, sportsbegivenheder, konkurrencer eller tekst-tv, i alt 2.193 timer. Af de 2.193 timer blev 954 timer produceret af eksterne producenter, og alle programmerne var europæiske programmer. Andelen udgjorde hermed 44%, hvormed forpligtelsen til en udlægning af mindst 10% af ovennævnte produktion til producenter, der er uafhængige af tv-foretagender, blev opfyldt.

Alle programmerne var produceret for mindre end 5 år siden.

4. Dialog med befolkningen

Forpligtelsen:

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

REDEGØRELSE:

Dialog med befolkningen er meget vigtig for os på TV 2 Lorry og et særskilt budgetmål.

Vi er til for borgerne i vores region. Det er dem, der bedst kan fortælle os, hvad der er vigtigt for dem.

Vi har en fast "knap" i toppen af vores hjemmeside, der hedder *Tip os*, som mange heldigvis bruger til at komme i kontakt med os. Samtidig har vi en redaktionspostkasse, redaktion@tv2lorry.dk. Hver får vi dagligt mellem 30 og 500 henvendelser. Flest fra foreninger, kommuner, kulturinstitutioner og andre, som vil i kontakt med os. Men også fra borgere, der har noget på hjerte. Mange forproduktionshistorier er begyndt som en henvendelse fra en borger.

Vi vil også gerne være i dialog med brugerne, når det gælder fejl og rettelser. Eller simpelthen input til, hvordan vi bliver bedre. Alle, der er kritiske over for måden, vi producerer på eller det indhold, vi laver, får et personligt svar. Og vi spørger gerne ind til, om brugere har gode ideer til, hvordan vi kan gøre tingene bedre.

Når det gælder de konkrete udgivelser, har vi hver gang, det har været muligt, søgt at spørge seere og brugere, om de kunne bidrage med viden, cases, billeder, film eller efterkritik. Interessen for at kontakte os stiger heldigvis fortsat, og vi vil fortsat arbejde for at øge den kontakt og bringe endnu flere af brugernes historier frem til regionen.

Repræsentantskabet

Repræsentantskabet på TV 2 Lorry består af en lang række organisationer, lytter- og seerorganisationer samt 6 enkeltpersoner, i alt er der plads til 58 medlemmer. I 2020 afholdt repræsentantskabet to møder. Møderne har altid nogle faste dagsordenpunkter, bl.a. orientering fra bestyrelsen og direktøren samt en programdebat. Programdebatterne er altid præget af drøftelser om stationens tilstand, målsætning, placering i det mediepolitiske billede samt kvalitet af programmerne. Desuden giver repræsentantskabet inspirerende idéer til stationen, hvilket også gjorde sig gældende i udviklingen af, hvordan vi vil dække kommunalvalget i 2021.

Forårsmødet, som skulle have været afholdt i marts måned, blev Corona-udsat. Formandskabet besluttede at afholde forårsmødet digitalt i juni måned. Det afstedkom tekniske udfordringer for en del af repræsentantskabsmedlemmerne, der var dog så mange deltagere, at forsamlingen var beslutningsdygtig og man stemte for optagelse af fem nye organisationer i repræsentantskabet med ét medlem fra hver organisation:

Foreningen Nydansker
INSP!
Red Barnet Ungdom
SIND
Ungdomsbureauet

Efterårsmødet blev afholdt fysisk med deraf ringe tilslutning pga Corona. Her drøftede man bl.a. en revidering af vedtægterne for repræsentantskabet. Og der var valg til bestyrelsen af tre nye medlemmer.

Fokusgrupper

Vi havde meget svært ved at afvikle fokusgrupper i 2020, men gennemførte en digital spørgeskemaundersøgelse og enkelte interviews omkring vores produkter. Desuden havde vi som tidligere beskrevet workshops/fokusgrupper med gymnasieklasser omkring vores indhold med fokus på unge.

Rundvisninger

TV 2 Lorry har åbent for rundvisninger for større eller mindre grupper. Vores rundvisninger slutter altid af med, at vores gæster udfylder et spørgeskema, hvor de besvarer en række spørgsmål om vores udsendelser og dækning i sendeområdet. Det er vigtigt input for os, men har desværre ikke kunnet gennemføres siden marts måned 2020.

Folkeskoleelever

På TV 2 Lorry har vi altid haft en del erhvervspraktikanter. I vinteren 2020 inden Corona havde vi 4 praktikanter fra 8. og 9. klasse. De gennemgik en uge, hvor de blev introduceret til, hvordan nyheder og indslag bliver til fra start til slut. De unge besluttede selv, hvilke historier, de ville lave, de filmede og redigerede (med fuldtidshjælp fra to af vores medarbejdere) og resultaterne udkom på TV 2 Lorrys YouTube-kanal.

Det er vigtigt for TV 2 Lorry at have en dialog også med børnene i vores sendeområde. Og det er blevet et vigtigt input for os at høre, hvad der optager folkeskolepraktikanterne gennem deres valg af emner.

Public outreach

Vi tog i 2020 ved flere lejligheder ud i regionen for at møde vores seere og brugere. Vi tog enten selv initiativet, som i vores sommerprogrammer eller når vi koblede os på store begivenheder i regionen. Men dem har der selvsagt ikke være mange af i 2020. Lidt kunne det dog blive til, inden vi lukkede ned for Corona samt og lidt i foråret og sommeren.

Vi inviterede alle vores gymnasieklasser med medielinjer ind på stationen, underviste i historiefortælling og videoproduktion og var ude hos dem for at lave oplæg og sparre om dokumentarforløb og havde løbende dialog om strømlinede forløb fra start 2021 med nye hold elever, der laver unge til unge-fortællinger til vores *Splash*-univers.

Vi sad med i sparringspanelet a la *Løvens Hule* på RUC med de hold af kandidatstuderende, der tager hul på undersøgende journalistik.

Vi kørte de sidste foredrag og samtaler med unge uden for gymnasierne i Mission Bullseye-regi, der handlede om at tage sin plads og bruge sin stemme i samfundet og demokratiet.

Vi brugte kræfter på at afsøge og udvikle adskillige public outreach events, der pga Corona endte med at blive aflyst eller umulige at gennemføre, herunder Folkemødet sammen med TV-2 Regionerne, ungdommens folkemøde og *Fantastiske Fællesskaber* sammen med TV 2 Regionerne, Lokale- og Anlægsfonden, DGI og DIF.

Hele året sendte vi alle vores udsendelser ude fra regionen, der hvor livet leves og nyhederne sker - og her er vi hver eneste dag i tæt dialog med vores brugere.

5. Tilgængeliggørelse af public service-indhold

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

5.1. TV

5.1.1. Den regionale tv-kanal

Forpligtelsen:

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

REDEGØRELSE:

TV 2 Lorrys egen TV-kanal var i luften døgnet rundt fra den 1. januar til og med den 31. december 2020 kl. 24 med en total on-air tid på 8.784 timer. Disse timer bestod af udsendelsesvirksomhed inkl. spots og skilte på i alt 3.437 timer og en passiv udsendelsesdel med visning af aktuelle nyheds-artikler - også kaldet Off-Broadcast virksomhed, som udgjorde 5.347 timer.

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

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

Programplanen har sin primære sendetid mellem kl. 17 og kl. 24 alle ugens dage, og hver dag lægger vi indhold her, som blandt andet består af magasiner og serier, som er produceret til

nyhedsudsendelsen kl. 19.30 og som trækkes ud, formateres og lægges særskilt i sendefloden på kanalen.

Herudover genererer vi indhold til kanalen gennem forskellige samarbejder med partnere, institutioner og enkeltpersoner. Desuden køber vi indhold fra eksterne producenter, der byder ind med pitch til programmer.

I forsøget på at udnytte vores indhold så godt og effektivt som muligt samtidig med, at sendefloden kan fyldes og fremstå som et reelt flow-tv-tilbud til borgerne i hovedstadsområdet på en komplet TV-kanal, gør vi brug af en relativ stor genudsendelsesrate på hvert af vores programmer, sådan at hvert program kan nå ud til så mange seere som muligt.

Den sene eftermiddag og aftenen igennem kan vi hver dag tilbyde en relativt varieret programflade, og efter omkring et års tid med denne strategi kan vi se på vores målinger, at flere og flere brugere i hovedstadsregionen vælger at se regionalt indhold på vores flow-kanal. Året igennem har vi set en stabil tendens til, at reach-tallet for sening af TV 2 Lorry-kanalen er stabiliseret eller endda øget en smule. En meget tilfredsstillende udvikling i en tid, hvor sening af flow-tv i samfundet generelt falder.

Den samlede udsendelsesvirksomhed i timer var 3.235. Heraf var de 488 førstegangsudsendelser og de 2.747 genudsendelser.

	Samlet udsendelsesvirksomhed	Heraf førstegangsudsendelser	Heraf genudsendelser
2019	3.501	392	3.109
2020	3.235	488	2.747

Det samlede antal førstegangsudsendelser i timer udgjorde 488 og heraf var 208 nyheder, 49 aktualitet og 231 øvrige programmer.

Den planlagte egenproduktion udgjorde 2.155 timer, hvoraf 943 timer var nyheder, 414 aktualitet og 798 øvrige programmer.

	Planlagt Egenproduktion	Heraf Nyheder	Heraf aktualitet	Heraf øvrige programmer
2019	2.235	1.139	347	749
2020	2.155	943	414	798

5.1.2. "Vinduer" i TV 2-sendefloden

Forpligtelsen:

REGIONEN skal udsende visse regionale programmer i det regionale område som en del af sendefloden på TV 2/DANMARK A/S' hovedkanal, TV 2. Udsendelserne skal ske stort set samtidig med udsendelserne på REGIONEN, idet tidsforskydningen maksimalt må være en time. Der henvises til bilag 2, hvoraf de mellem TV 2/DANMARK A/S og de regionale TV 2-virksomheder

aftalte sendetider fremgår. Hvor ikke andet fremgår af aftalen, kræver det enighed mellem parterne at ændre aftalen.ⁱ

Vejledning:

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

REDEGØRELSE:

I "vinduerne" på TV 2's hovedkanal udsendte TV 2 Lorry i 2020 209 timers fjernsyn. Alle udsendelser var nyhedsprogrammer fratrukket Coming Up i 19-nyhederne og reklamer fra TV 2.

Alle nyhedsudsendelser fra TV 2 blev spejlet på TV 2 Lorrys egen kanal, hvor der i 2020 var 8.784 mulige sendetimer til rådighed. Vores egen kanal var i 2020 on-air i 3.235 timer med programmer, fratrukket spots, trailere og programskilte.

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

Ligeledes er kravet om, at 50% af sendetiden, der ikke er nyheder, sport, konkurrencer og tekst-TV skal være europæiske programmer, opfyldt i TV 2-vinduerne, da der ikke har været sendt andet end nyhedsprogrammer her, og samtlige af disse må via 100% egenproduktion anses for europæiske.

Sendetimer i TV 2-vinduerne:

Sendetidspunkt	Programtitel	Udsendelsestimer 2020	Heraf Genudsendelsestimer	Udsendelsestimer 2019
12.30 (man-fre)	Regional nyhedsoversigt	-	-	10
17.16 (man-fre)	Regional Nyhedsoversigt	12	0	12
18:20 (man-søn)	Regional nyhedsoversigt	23	0	22
19:30 (man-søn)	Regionalt Nyhedsprogram	134	0	128
22:00 (man-tor)	Regionalt Nyhedsprogram	40	0	39
Ekstra sendetid Folketingsvalg 2019		-	-	15
Sendetimer på TV2, uden reklamer		209	0	227

5.1.3. Internetbaserede tjenester

Forpligtelsen:

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

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

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

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

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

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

REDEGØRELSE:

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

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

TV 2 Lorry anvender åbne standarder i webformidlingen og vi tilstræber, at TV 2 Lorrys internettilbud er tilgængeligt for flest mulige modtagere, uanset styresystem og browser, det gør vi bl.a. ved at benytte HTML5, CSS3 standarder, XML og RSS.

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

Vi har ingen anden virksomhed på digitale platforme.

Det fællesregionale samarbejde

TV 2 Lorry samarbejder stadig med TV2 Nord, TV MIDTVEST, TV2 Østjylland, TV Syd, TV 2 Fyn og TV2 ØST omkring digitale løsninger. På trods af COVID-19 er samarbejdet forsat i højt gear med

masser af sparring på tværs af TV 2 Regionerne, samt fælles konsensus om hvilken retning, de fælles digitale løsninger skal gå.

I efteråret 2020 blev samarbejdet udvidet ved ansættelsen af en fælles systemarkitekt, og til foråret 2021 ansættes en fælles frontend-udvikler således, at der i alt er tre fællesregionalt ansatte, som arbejder på de fælles digitale løsninger.

I 2020 blev den eksisterende leverandør af de digitale løsninger udskiftet, og erstattet af to nye leverandører i Dwarf A/S og Shape A/S, som vandt offentlige udbudsrunder på deres respektive projekter. Dermed har TV 2 Regionerne bevæget sig fra at have én leverandør, som skulle favne det hele til i stedet at finde leverandører og interne ressourcer med specifik viden til specifikke formål.

Fortsat kraftig vækst i digital trafik

Selvom tv2lorry.dk oplevede en stor fremgang i besøgstal i 2019, så blev 2020 også et år med stor vækst i brugertrafik. I 2020 havde tv2lorry.dk i alt 15.197.891 antal brugere på besøg i løbet af året. I forhold til 2019, har tv2lorry.dk oplevet en stigning på 41,41% brugere, 72,17% sessioner og 69,69% sidevisninger.

Tendenserne for 2021 viser en fortsat støt fremgang, som blot bygger videre på en positiv spiral.

Større projekter gennemført

Året 2020 var et stort projektår, da stort set alle digitale systemer blev udskiftet. Alt fra site, nyhedsapp, CMS, nyhedsbrevssystem og bagvedliggende datasystemer blev udskiftet. Dette blev gjort for at opnå den arkitektur, som TV 2 Regionerne havde behov for, for at kunne nå i mål med deres målsætninger. De nye systemer fordrer en større fleksibilitet samt en mere effektiv vej til nyudvikling. Ligeledes er der frigjort en del økonomiske midler fra drift, som kan anvendes til udvikling i stedet. De gennemførte projekter betyder, at TV 2 Lorry står stærkt på alle digitale platforme.

Kvaliteten af TV 2 Lorrys digitale platforme er naturligvis højnet via de nye systemer. Som eksempler kan nævnes, at tv2lorry.dk er blevet markant hurtigere for brugeren og, at sitet har opnået en langt bedre SEO-position. Den nye native nyhedsapp har ligeledes opnået en flot ranking på 4,8 fra brugerne i App Store. Ligeledes tilbydes en hurtigere og mere funktionel streamingafspiller på vores platforme, som forventes videreudviklet i 2021, til brugerne.

Selvom alle digitale systemer blev udskiftet, hvilket ikke er uden risici, lykkedes det at udføre disse projekter tværregionalt inden for tidsrammen på 1 år og indenfor budget, og TV 2 Lorry stod dermed med nye og effektive systemer klar til brug fra 17. november 2020.

5.2. Arkiver

Forpligtelsen:

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

REGIONEN skal af kulturarvsmæssige hensyn bevare sine programarkiver.

REGIONEN skal fremme digitaliseringen af programarkiverne for bl.a. på denne måde at give borgerne adgang til sine programarkiver, dog med de begrænsninger, der følger af lovgivningen mv., herunder ophavsretsloven.

REGIONEN skal aktivt arbejde for i videst muligt omfang at kunne gøre REGIONEN programarkiver tilgængelige for befolkningen og forskermiljøerne.

REDEGØRELSE:

Bevarelse af programarkiver

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

Vi har investeret i et nyt system for at kunne lave sikkerhedskopier af vores arkiv, og det er planen, at vi i løbet af 2021 har sikkerhedskopier af al digitaliseret materiale. Disse kopier skal opbevares fysisk et andet sted end på virksomhedens adresse af sikkerhedshensyn.

Tilgængelighed af programarkiverne for befolkning og forskermiljø

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

6. Finansiering

TV 2 Lorry modtager som de øvrige regionale TV 2-virksomheder ifølge Mediaaftalen 2019-2023 et tilskud til driften fra Kulturministeriet. Fra 2019 blev besluttet, at tilskuddet over en årrække skal overgå fra kulturministeriet til finansministeriet.

Fordelingen har været således	2020	2019	2018
	t.kr.	t.kr.	t.kr.
Licensmidler	62.788	61.351	65.758
Finanslovsmidler	4.400	5.075	-
I alt	<u>67.187,5</u>	<u>66.425,8</u>	<u>65.758,0</u>

6.1. Hoved- og nøgletal

Veiledning:

Her indsættes seneste regnskabs hoved- og nøgletal.

Set over en 5-årig periode kan TV 2 Lorrys udvikling beskrives ved følgende hoved- og nøgletal:

	2020	2019	2018	2017	2016
Resultatopgørelse	t.kr.	t.kr.	t.kr.	t.kr.	t.kr.
Nettoomsætning	74.671	73.317	72.764	74.041	70.204
Bruttoresultat	19.501	19.218	17.752	17.693	22.088
Resultat af ordinær drift	5.242	4.947	2.525	2.362	9.333
Resultat af finansielle poster	233	318	243	246	227
Årets resultat	1.627	2.080	-1.356	-1.868	3.789
Balance					
Balancesum ultimo	45.268	40.742	40.065	38.726	41.850
Egenkapital ultimo	19.056	17.434	15.349	16.705	18.752

Antal fuldtidsbeskæftigede	92	86	82	79	80
----------------------------	----	----	----	----	----

Nøgletal i %

Soliditetsgrad	47	43	38	43	45
----------------	----	----	----	----	----

Forklaring til nøgletal: Egenkapital ultimo x 100 / Samlede aktiver

Dette dokument er underskrevet af nedenstående parter, der med deres underskrift har bekræftet dokumentets indhold samt alle datoer i dokumentet.

This document is signed by the following parties with their signatures confirming the documents content and all dates in the document.

Jens Risum

PID: 9208-2002-2-927171326364 NEM ID
Tidspunkt for underskrift: 27-04-2021 kl.: 18:30:54
Underskrevet med NemID

Morten Kjær Petersen

PID: 9208-2002-2-290212712912 NEM ID
Tidspunkt for underskrift: 27-04-2021 kl.: 18:00:12
Underskrevet med NemID

This document is signed with esignatur. Embedded in the document is the original agreement document and a signed data object for each signatory. The signed data object contains a mathematical hash value calculated from the original agreement document, which secures that the signatures is related to precisely this document only. Prove for the originality and validity of signatures can always be lifted as legal evidence.

The document is locked for changes and all cryptographic signature certificates are embedded in this PDF. The signatures therefore comply with all public recommendations and laws for digital signatures. With esignatur's solution, it is ensured that all European laws are respected in relation to sensitive information and valid digital signatures. If you would like more information about digital documents signed with esignatur, please visit our website at www.esignatur.dk.

This document has esignatur Agreement-ID: 962d16c7qpH242209874