

# List of Signatures

Page 1/1



## Public Service-redegørelse 2022.pdf

Name	Method	Signed at
Morten Kjær Petersen	MitID	2023-04-27 08:06 GMT+02
Mads Kæmsgaard Eberholst	MitID	2023-04-26 20:48 GMT+02



This file is sealed with a digital signature. The seal is a guarantee for the authenticity of the document.

External reference: 9FE532993BEA444A90AF7C10386B866F

# **TV 2 Lorry Public service-redegørelse 2022**



This file is sealed with a digital signature.  
The seal is a guarantee for the authenticity  
of the document.

Document ID:  
9FE532993BEA444A90AF7C10386B866F

## **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 (nu TV 2 Kosmopol) 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, undtagen Bornholm, og seks kommuner i Region Sjælland. 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, Stevn, Tårnby og Vallensbæk.

Omregnet til hele årsværk var der ved udgangen 2022, 93 fuldtidsansatte på TV 2 Lorry:

64 programmedarbejdere  
7 administrative medarbejdere  
8 FTP-elever  
4 journalistpraktikanter

Herudover er der ledelsesgruppen, som består af direktøren og 3 overordnede chefer, samt 5 redaktionschefer i produktionen. I alt 93 fuldtidsansatte.

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

Det øvrige programindhold er udsendt på vores egen kanal med mulighed for at streame og gense programmerne på tv2lorry.dk (Nu tv2kosmopol.dk) og via vores nyhedsapp.

### 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 og aktualitet 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 med at have fokus på at producere *egne historier og sket-nu*-nyheder således, at brugerne på TV 2 Lorrys platforme får nyheder, de ikke finder andre steder. Det gælder både på TV og digitalt.

Vi ser det som vores opgave at skabe original journalistik gerne af afdækkende karakter. Den skal finde nye nyheder og formidle dem i overensstemmelse med vores nyhedskriterier: *Håb (løsninger), nuancer, personligt og ærligt*. Sidst på året i 2022 testede og besluttede vi at revidere vores nyhedskriterier til start 11.1.2023.

Journalisterne på dagen producerer dagens nyhed/nyheder og holder fast i de nyheder, hvor vi vil sætte en dagsorden - eventuelt med indhold fra forproduktionen. Vi vil fortsat samle regionen om vigtige dagsordener. 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 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 2022 at opnå i alle vores faste magasinformat *Søndagsmagasinet* og *Oplev*, i vores lørdagsformat *Viljen til succes* og i vores serier. Vi bragte serier som *Welcome back to Copenhagen*, *Fristed uden milliongæld*, *Kampen om de ledige hænder*, *Ekspressen finder melodien* samt en ny sæson af serien *Blaffersnak*.

Vi producerer en mindre del livstilsstof. I 2022 blev det til serien *Åbent sommerhus*, hvor ejere af anderledes og inspirerende sommerhuse lukkede seerne ind.

Da en stigende 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, så vi fortsat er i stand til at samle regionen om vigtige regionale dagsordener. Alle nyheder fra forproduktionsredaktionen og serieredaktionen samt de fleste sket-i-dag-nyheder udkommer derfor også digitalt på de platforme, hvor det giver mening.

Vi arbejdede i 2022 videre med vores tilstedeværelse på de sociale medier, således at vi også dér kunne formidle vigtigt regionalt stof. Vores SoMe-redaktion producerede originalt journalistisk indhold til vores følgere på Facebook, Instagram og YouTube. Moderatorer hjalp hver dag holdet med at moderere kommentarspor uden for normal arbejdstid, så TV 2 Lorry - i en ordentlig tone - kunne være mest muligt til stede i de digitale samtaler og debatter, vores følgere havde på de sociale medier.



På både YouTube og Instagram har vi især fokus på at lave egne journalistiske historier og nyheder til den yngre målgruppe, som vi ikke når via tv. Vi udkommer dagligt på Instagram i hverdagene og hver eller hver anden uge udkommer der en ny video på YouTube.

### **Kultur**

Vi styrkede vores kulturdækning i 2022. Vi besluttede at have en dedikeret kulturreporter, som udkom med kritisk kulturjournalistik en gang om ugen, og vi fortsatte også med at lægge indhold på vores *Oplev*-site og dermed også i *Oplev*-appen. Her ligger indhold inden for seks oplevelseskategorier: Kultur, musik, historie, natur, gastronomi og action. Her kan brugeren i listeform eller på et kort blive inspireret til aktiviteter lige præcis dér, hvor vedkommende er.

*Oplev*-sitet som app ligger indtil videre på ca. 55.000 telefoner i vores sendeområde.

Hovedleverandøren til *Oplev*-sitet og -appen er vores ugentlige program *Oplev*. Det sendes hver torsdag. *Oplev* tager seeren og brugeren med til oplevelser, man kan få i vores region. *Oplev* indeholder klassisk kultur, museer, teater, musik, naturoplevelser og gastronomi. Alt sammen med fællesnævneren, at det er oplevelser, man som borger i vores område kan deltage i. Ideerne til, hvad der skal omtales, kommer både fra seere og brugere samt fra almindelig research.

Vi fortsatte vores gode samarbejde med museet Louisiana. I løbet af vinteren og foråret sendte vi længere programmer med blandt andre kunstner Bjørn Nørgaard, musiker Niels Lan Doky, fotograf Henrik Saxgren og arkitekt Dorte Mandrup.

### **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 2022 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 (personer)	Befolkningsandel (pct.)	Andel i samlet produktion (pct.)	Over/underdækning (pct.)	Antal indslag	Antal artikler	Samlet produktion
Albertslund	27.576	1,3	0,8	-0,5	20	36	56
Allerød	26.039	1,2	6	-0,6	13	13	39
Ballerup	49.854	2,3	0,6	-1,8	16	23	39
Brøndby	36.610	1,7	2,1	0,4	40	102	142
Dragør	14.631	0,7	0,8	0,1	25	29	54
Egedal	45.032	2,1	0,6	-1,5	10	31	41
Fredensborg	41.713	2,0	0,5	-1,4	12	24	36
Frederiksberg	104.801	4,9	3,3	-1,6	84	140	224
Frederikssund	46.263	2,2	1,8	-0,4	38	81	119
Furesø	41.913	2,0	0,7	-1,3	19	26	45
Gentofte	74.666	3,5	1,3	-2,2	17	74	91
Gladsaxe	69.887	3,3	0,8	-2,5	21	32	53
Glostrup	23.636	1,1	0,9	-0,2	22	41	63
Greve	51.461	2,4	1,2	-1,2	21	59	80
Gribskov	41.622	2,0	2,0	0,0	51	82	133
Halsnæs	31.598	1,5	1,1	-0,3	30	47	77
Helsingør	63.420	3,0	2,8	-0,2	67	123	190
Herlev	29.027	1,4	1,0	-0,3	19	51	70
Hillerød	53.978	2,5	1,2	-1,4	21	59	80
Hvidovre	53.474	2,5	1,4	-1,2	32	60	92
Høje-Taastrup	54.648	2,6	1,0	-1,6	26	41	67
Hørsholm	24.826	1,2	0,8	-0,3	12	44	56
Ishøj	23.487	1,1	0,8	-0,3	25	28	53
København	652.564	30,6	38,4	7,7	867	1733	2600
Køge	62.326	2,9	1,7	-1,2	29	86	115
Lejre	28.966	1,4	0,8	-0,6	18	35	53
Lyngby-Taarbæk	58.457	2,7	1,3	-1,4	33	56	89
Roskilde	90.452	4,2	4,4	0,1	109	186	295
Rudersdal	57.267	2,7	0,8	-1,8	16	41	57
Rødovre	42.408	2,0	0,5	-1,5	10	24	34
Solrød	23.924	1,1	0,4	-0,8	8	16	24
Stevns	23.809	1,1	0,9	-0,2	17	47	64
Tårnby	43.129	2,0	2,2	0,2	45	103	148
Vallensbæk	16.855	0,8	0,4	-0,4	16	9	25
Lorryland (tidl. Storkøbenhavn)		0,0	15,9	15,9		1076	1076
Skåne		0,0	0,3	0,3	11	7	18



<b>Region Hovedstaden</b>		0,0	3,3	3,3	37	189	226
<b>Region Sjælland</b>		0,0	0,8	0,8	10	41	51
<b>TOTAL</b>	<b>2.130.319</b>	<b>100,0</b>	<b>100</b>	<b>0</b>	<b>1867</b>	<b>4908</b>	<b>6775</b>

*Tabelforklaring: Vores kommuner opdelt efter indbyggertal, procentandel af samlede indbyggertal, procentandel af vores samlede indhold samt forholdet mellem de to. Herefter det faktiske antal producerede artikler og indslag.*

*Note: Samme artikel kan tælle med under flere kommuner, hvis historien vedrører flere kommuner. Artiklerne om hele sendeområdet og de 2 regioner er ikke med i procentberegningen af andel pr. kommune.*

Udover indslag og artikler har vi en liveblog på tv2lorry.dk, som dagligt opdateres med korte tekster om trafiksituationen, vejret, coronatal og andre korte *NU-heder* fra vores sendeområde. Den hedder *Lige nu*. I 2022 oprettede vi ved særlige lejligheder specialblogs for at følge en bestemt begivenhed. De ses her nedenfor.

<b>Liveblogs</b>	<b>Antal Indlæg</b>
Nyhedsoverblik	2453
Spørg Os - Hurtige svar	55
Men in black-demonstration 9. januar 2022	8
Pressemøde om coronapas og kulturliv	25
Pressemøde i statsministeriet 26. januar 2022	25
Stormen Malik – følg udviklingen time for time	81
Liveblog: Demonstration foran Ruslands ambassade	19
Demonstration markerer 15. året for rydningen af Ungdomshuset	13
Storbrand hærger etageejendom i Vanløse	21
Mand anholdt for drabet på Louise Borglit	28
Guldkamp i Parken	20
Liveblog om valgdagen	45
Kort nyt	1112
Statsministeren holder coronapressemøde	22
Følg Tour de France i København	71
Følg Tour de France i Roskilde og Lejre	37
Skyderi i Field's	106
Vingegaard kommer hjem - følg ham her	48
Copenhagen Pride Parade 2022 - følg folkefesten her	41
Seneste nyt	333
Følg Folketingsvalget 2022	70
Nu præsenteres regeringsgrundlaget	23
<b>Total</b>	<b>4656</b>





Under dækningen af folketingsvalget 2022 arbejdede vi med at ramme en rimelig balance mellem kandidaterne fra de forskellige partier og vores fire valgkredse. Herunder er en oversigt over antallet af gange, vi talte med kandidater fra de enkelte partier samt vægtningen fordelt på storkredse. Overvægten er på Københavns Storkreds, da den har flest opstillingskredse og kredsmandater. Sjællands Storkreds har flere, men da den primært dækkes af TV 2 Øst, får den mindre dækning hos os.

	Enhedslisten	Alternativet	Frie Grønne	SF	Soc. Dem.	Radikale	Moderaterne	Venstre	KD	Konservative	LA	DF	Danmarksdemokrat	Nye Borgerlige
Uge 1	4	2	3	3	10	2	2	5	0	8	2	1	3	0
Uge 2	12	5	7	13	18	9	3	15	5	10	6	8	4	10
Uge 3	10	0	3	9	12	1	8	17	0	7	5	3	4	5
Uge 4	12	6	3	9	15	10	9	13	3	9	5	7	10	5
<b>Total</b>	<b>38</b>	<b>13</b>	<b>16</b>	<b>34</b>	<b>55</b>	<b>22</b>	<b>22</b>	<b>50</b>	<b>8</b>	<b>34</b>	<b>18</b>	<b>19</b>	<b>21</b>	<b>20</b>
Forgæves	1				4		4	1	1	3	3		2	1
<b>Rød blok</b>	<b>178</b>		Forgæves rød: 5											
<b>Blå blok</b>	<b>170</b>		Forgæves blå: 11											
<b>KBHs</b>														
Storkreds	TV: 45	WEB: 73	SoMe: 30	<b>I alt: 148</b>										
KBH Omegns														
Storkreds	TV: 18	WEB: 23	SoMe: 11	<b>I alt: 52</b>										
Nordsjællands														
s Storkreds	TV: 26	WEB: 37	SoMe: 15	<b>I alt: 78</b>										
Sjællands														
Storkreds	TV: 16	WEB: 20	SoMe: 18	<b>I alt: 54</b>										

### 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 2.130.319 mennesker (2022, K4) (kilde: Danmarks Statistik) fordelt på 34 kommuner i vores region. I København er gennemsnitsalderen lavere end for resten af regionen, i nogle af kommunerne i udkanten af regionen er den højere. Målt på gennemsnittet er TV 2 Lorry sendeområde det andetyngste i Danmark, og derfor har vi et skarpt fokus på at kunne tilbyde nyheder til alle i vores sendeområde – også de unge voksne. Vores tv-udsendelser og vores kanal er for alle - dog med primært fokus på 50+-årige. På YouTube er langt størstedelen af brugerne unge mænd mellem 18 og 34 år, mens TV 2 Lorry på Instagram er mest populær blandt kvinder i alderen 25 til 34 år. På tv2lorry.dk og Facebook befinder de fleste aldersgrupper sig, men det er primært de 25 til 50-årige, vi sigter efter dér.



## **Tv2lorry.dk**

På tv2lorry.dk laver vi regionale nyheder og digitale fortællinger. Vi er bemandet fra kl. 6.00 til kl. 23.00 de fleste af ugens dage. Vi laver nyheder, der sætter dagsordener, skaber debat og rører hjertet, og så holder vi fingeren på pulsen med vores artikelblog, som vi lancerede i 2022.

Vi ændrede i 2022 måden, vi arbejder med tv2lorry.dk på. Vi satte mere fokus på kvaliteten af de artikler, vi udgav på forsiden, mens de konstaterende *NU-heder* levede i vores artikelblog, der gav puls til vores site. Vi brugte og vil fortsat bruge mere tid på de gennemarbejdede egenhistorier med perspektiv, udsyn og de gode mennesker – og mindre tid på det konstaterende.

Derudover satsede vi digitalt med at udgive artikler gennem hele foråret med interviews med samtlige borgmestres løfter for de kommende fire år ovenpå kommunalvalget i november, det var under overskriften: *Det vil din borgmester*.

Vi arbejdede med flere digitale fortællinger i løbet af 2022: Et ukrainsk par, der fandt sikkerhed i Vedbæk, prepperen Jan Hansen, 5 mænd der besøgte 220 værtshuse i København – med anbefalinger om at prøve 9 af dem, og en juleversion med de 5 bedste juleværtshuse, drainspotting: De flotteste kloakdæksler i København og de 10 mest oversete monumenter i København. Den mest læste var fortællingen om Anja, der blev skudt i Field's og historien om Vanløsebranden fortalt af indsatslederen.

I disse fortællinger bruger vi hele mediets værktøjskasse, når vi giver brugerne overblik og perspektiv med grafikker, fakta og levende billeder.

Derudover skrev vi flere artikelsier, blandt andet om folk, der vælger at bo anderledes, vi besøgte den rigeste og fattigste kommune i vores område, og så dækkede vi events som Roskilde Festivals 50-års jubilæum og Tour de France i København, Roskilde og Lejre - både live og med en række forproducerede artikler. Deriblandt en guide, *Tour de Lorryland*, til cykelture i hovedstadsområdet - en satsning på tværs af tv og web, som blev bragt i sommeren 2022.

## **TV 2 PLAY**

Vores nyhedsudsendelser har længe været tilgængelige på TV 2's app, TV 2 PLAY, men som noget nyt åbnede TV 2 og Regionerne i foråret 2022 for adgang til et udvalg af regionernes serier og magasiner på TV 2 PLAY. I løbet af 2022 lancerede vi 12 forskellige serier med sammenlagt flere end 120 episoder fra vores produktion på TV 2 PLAY. Udbuddet af vores indhold på TV 2 PLAY er stadig i sin indledende fase, men vi kan allerede nu se, hvilket indhold og hvilke formater, der præsterer bedst på netop denne platform og dermed kan supplere vores øvrige platforme på bedste måde.

Det er tydeligt, at TV 2 PLAY kan blive en vigtig og meget velfungerende platform for vores indhold - ikke mindst til de lidt længere formater. 10 minutter og opefter skal den typiske varighed gerne være her, og vores længste formater har givet rigtig gode seertal, eksempelvis med dokumentaren *Anja blev skudt i Field's* som den mest sete med omkring 100.000 afspilninger.



## Sociale medier

TV 2 Lorry er til stede på de sociale medier, hvor nyhedsbrugerne er flest – Facebook, YouTube, Twitter og Instagram. Hver platform har sin egen berettigelse, og indholdet bliver tilpasset derefter.

En særlig SoMe-redaktion versionerer indholdet fra nyhedsudsendelserne og tv2lorry.dk, så historierne bliver fortalt på de forskellige platformes præmisser. Redaktionen laver også indhold specifikt til de sociale medier. Det indhold bliver også delt på tv2lorry.dk eller sendt i nyhedsudsendelserne på TV 2. En fordel ved at lave indhold specifikt til platformene er, at vi – udover kontinuerligt at skubbe til grænserne for, hvordan journalistik kan formidles – tilgodeser målgrupper, som huset traditionelt set har haft sværere ved at få kontakt til.

På YouTube har vi på kanalen, *TV 2 Lorry*, udelukkende delt originale journalistiske historier tiltænkt unge mænd mellem 18 og 26 år. Vi har i ugentlige videoudgivelser, der består af reportage og forklarende elementer, givet baggrundsviden og svar til diskussioner og samtaleemner, der er særligt relevante eller aktuelle i hovedstaden, eksempelvis: *Vil den svenske bandekrig ramme hovedstaden? Virkede bandeforbud mod LTF? Hvorfor spreder farlig pfsos sig? Hvad er erfaringerne med fri hash i udlandet? Drukner København i fremtiden? Kan man stoppe hooligans fra Brøndby og FCK?* I 2022 voksede kanalen pænt og havde ved udgangen af året cirka 18.500 abonnenter. Næsten 90 % var mænd og 74 % af seerne var i aldersgruppen 13 til 34 år. Unge mænd har traditionelt set været underrepræsenterede brugere på husets øvrige kanaler.

TV 2 Lorry havde også en sekundær YouTube-kanal i 2022, hvor indhold fra nyhedsudsendelserne og de øvrige sociale medier blev delt uredigeret. På den måde fik indholdet en chance blandt YouTube-brugerne uden, at vi skulle være rent fokuserede på den yngre målgruppe.

På Instagram laver TV 2 Lorry dagligt fotoopslag med nyhedskilder, inddrager brugerne i aktuelle nyhedsemner i såkaldte stories og deler videoversioneringer af indhold fra alle husets redaktioner. Instagramsiden afspejler derfor det samlede hus men fokuserer i højere grad udelukkende på konstruktive, håbefulde, omsorgsfulde, inspirerende eller optimistiske historier med tydelig relevans på tværs af kommunegrænserne. Siden er overrepræsenteret af kvinder i alderen 25 til 34 år. I 2022 var 60% af følgerne under 44 år. Vi når altså her et yngre segment, end vi eksempelvis gør på nyhedsfladen på TV 2. Og et andet køn end på YouTube.

Instagram oplevede i 2021 en meget stor fremgang i antallet af videovisninger - nåede unikke brugere og abonnenter - men vores reach stagnerede sidst på året, hvilket blev den nye normal i 2022. Vi opnåede alligevel samlet set en vækst i antallet af følgere hen over året og landede ved udgangen af 2022 på cirka 17.500 følgere.

Facebook genererer en stor del af læserne på TV2lorry.dk, hvorfor størstedelen af alle husets historier bliver delt her. Men udover artiklerne blev der i 2022 også næsten dagligt delt videoer på Facebooksiden, *TV 2 Lorry*, hvoraf nogle videoer var versioneringer fra tv-udsendelsen og andre lavet specifikt med platformen for øje. Videoerne giver brugerne værdi på den app, hvor de befinder sig, hvilket kan ses i antallet af interaktioner: Videomaterialet udgjorde 6,9 % af TV 2 Lorrys samlede udgivelser på platformen, men stod for 31 % af alle interaktioner - og i alt 45,8



millioner visninger i 2022. Videovisningerne er desuden med til at øge rækkevidden for alle de artikler, vi deler på Facebooksiden.

På Facebook så vi i 2022 en flot fremgang i antallet af sidefølgere, der landede på 145.373 ved årets udgang. Vi nåede gennemsnitligt 1,8 millioner unikke brugere om ugen, og det var også en fremgang i forhold til året før.

I 2022 var 57% af følgerne på Facebooksiden *TV 2 Lorry* over 45 år, og det gjorde platformen til det sociale medie med de ældste brugere.

På Twitter delte vi i 2022 udelukkende artikler med originalt indhold fra tv2lorry.dk. Twitter supplerer dermed vores Ritzau-telegrammer og fungerer som et vindue for dedikerede nyhedsbrugere og andre medier. Læs mere om Ritzau-telegrammer under gennemgang af budgetmålet *Original journalistik*.

### 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 2022**

##### **Samle regionen om vigtige dagsordener på alle relevante platforme**

*Vi vil i 2022 sikre, at alle vores nyheder udkommer koordineret på tværs af alle relevante platforme.*



*Vi har gennem de sidste 5 år opbygget et stærkere økosystem, så vi fortsat er i stand til at samle regionen om vigtige regionale dagsordener. Det økosystem skal vi vedligeholde og styrke med en fokuseret indsats på at opbygge et stærkt nyhedsbrev.*

*Vi vil i 2022 fastholde den samlede rækkevidde fra 2021 på trods af, at der ikke er kommunalvalg og formentligt ikke coronanedlukket i 2022.*

Gennem 2022 arbejdede vi på at finde det optimale system til at udvikle vores nyhedsbrev, og vi har fundet det: Vi har sammen med de øvrige regioner i FROP lavet en aftale med Apsis One om at levere til platformen. Vi nåede ikke at lancere nyhedsbrevet i 2022, men forventer at rulle det nye nyhedsbrev ud i begyndelsen af 2023. Vi vil lave et dagligt nyhedsbrev, der udkommer klokken 15.00 hver dag på alle hverdage. Her skriver en journalist et personligt goddag, fremhæver dagens vigtigste nyhed, giver læseren overblik over, hvad vi ellers har udgivet og slutter af med en inspirerende eller blødere historie at sige farvel på. I vores nuværende nyhedsbrev har vi 9.000 abonnenter allerede, så vi mener, at vi har et godt fundament til at starte nyhedsbrevet op.

## **Tv**

### **Ny udbyder af seertalsmålinger fra 2022**

Den 1. januar 2022 overtog Nielsen den landsdækkende tv- og streamingmåling fra Kantar Gallup. Nielsen-undersøgelsen har et panel på 3.500 personer, der er fordelt ud på de enkelte TV 2-regioner. Til trods for, at Nielsens stikprøve er større end den, Gallup har opereret med de forrige år, er stikprøven for den enkelte TV 2-region fortsat lav, hvilket kan give en vis statistisk usikkerhed, når man anskuer seertallene på regionsniveau.

Som resultat af skiftet til ny udbyder er der ydermere sket ændringer i målemetoden, hvilket er med til at påvirke tallene. Kantar Gallup opererede med en hybridmåling med flere datakilder, der efterfølgende blev sammenkørt, mens Nielsen er single source, der arbejder med en større panelgruppe.

Ændringerne kommer også til udtryk i nøgletallene for TV 2-regionernes tv-udsendelser. Fra 2022 blev rtg(000) beregnet ud fra hvor mange, der i Danmark forbruger netop den enkelte TV 2-regions udsendelse, uanset hvor personen bor. Rtg i % og share i % vil derimod blive udregnet på baggrund af hvor mange, der i den konkrete TV 2-region forbruger TV 2-regionens udsendelse.

På baggrund af ovenstående ændringer i den nye måling, kan seertallene ikke sammenlignes med seertallene fra Kantar Gallup, og vi må derfor betragte tallene i 2022 som et nyt nulpunkt.

I september, oktober og november havde vi dagligt 367.000 seere fordelt på vores nyhedsudsendelser kl. 17, 18, 19.30 og 22. Seertallet var fortsat størst i vores hovedudsendelse kl. 19.30, hvor gennemsnittet i de tre måneder lå på 133.000 seere med en share på 32%.

### **Tv2lorry.dk - fejl i tracking i 2021 og 2022**

I 2022 opdagede vi en række fejl i vores tracking på vores hjemmeside tv2lorry.dk.



Det var indsamlingen af trafikdata via Google Analytics, der var påvirket af en række fejl i årene 2021 og 2022. Efterfølgende blev trafikdata korrigeret med tilbagevirkende kraft primært ved at sammenholde tal med alternative trafikindsamlingsystemer. De korrigerede tal fremgår af redegørelsen.

Der er især to fejl, som har påvirket trafikken:

#### **Periodevis dobbeltregistrering af sidevisninger i 2021/2022 (juli 2021 -> januar 2022)**

Denne fejl skyldtes en implementeringsfejl i forbindelse med video på hjemmesiderne. Indsendelse af data i forbindelse med afspilninger af video medførte i visse tilfælde en fejlagtig registrering af sidevisning.

#### **Mangelfuld trafikregistrering i forbindelse med implementering af GDPR-compliance**

Regionerne gjorde en stor indsats i 2022 for at overholde GDPR-lovgivningen, og det medførte en nedlukning af Google Analytics (Universal) og en overgang til en såkaldt serversideløsning (GA4). Primo 2023 forventer regionerne helt at udsluse brugen af Google-teknologier til trafikregistrering. Det forventes, at dette vil konsolidere trafikmålingerne, og at fremtidige målinger bliver mere præcise.

#### **Tv2lorry.dk**

Ser man på de korrigerede tal for både 2021 og 2022 oplevede vi på tv2lorry.dk et lille fald på 2% i antallet af brugere sammenlignet med året før, mens vi oplevede et fald på sessioner og sidevisninger på henholdsvis 16,76 og 19,8%.

Til gengæld oplevede vi en stigning i sidevisninger på tv2.dk på 8% - så det samlede fald i sidevisninger var på 16%. I vores nyhedsapp oplevede vi et lille fald i sessioner på 3,3%.

I oktober introducerede vi vores artikelblog, der har ændret brugerens måder at bruge os på. Det er forventeligt, at vi bliver brugt anderledes, når vi får en ny feature. Ser man på tallene, oplevede vi dog ikke et mærkbart fald, efter den blev indført.

2020 og 2021 var to usædvanligt gode år for tv2lorry.dk, og det betyder selvfølgelig, at 2022 har haft svært ved at hamle op med dem.

I 2020 og 2021 vendte mange brugere dagligt tilbage for at tjekke vores coronatal og læse nyheder om corona. Eksempelvis havde vi alene i 2021 4,3 millioner sidevisninger på den daglige coronatalsopdatering, og i 2022 var der 1,3 millioner sidevisninger på den samme artikel.

Derudover var der kommunalvalg i 2021, der også trak mange brugere til tv2lorry.dk. TV 2 Lorry rangerede rigtigt højt på Google på både coronatal og kommunalvalg, og det gav os et særligt boost. Ovenstående kan være med til at forklare faldet af sidevisninger.

#### **På sociale medier**

TV 2 Lorrys sociale medier havde et godt år i 2022. Samtlige sider på de sociale medier fik flere følgere end året før. Facebooksiden fik 13.127 flere følgere. YouTube-siderne fik henholdsvis 5718



og 2340 nye abonnenter. Instagramsiden fik 1621 nye følgere.

På Facebook steg antallet af ugentlige unikke brugere fra gennemsnitligt 1.664.356 personer til 1.835.963 personer. 282 delte videoer opnåede 45.795.297 visninger.

Særligt på YouTube var den procentvise fremgang markant. Det skyldtes dels, at udgangspunktet målt på antallet af følgere var lavere, og dels, at det gav pote at lave originalt indhold til en fokuseret målgruppe. I 2021 nåede hovedsiden TV 2 Lorry i snit 24.740 YouTube-brugere om ugen, mens tallet var steget til 34.336 i 2022. Antallet af videovisninger steg fra 2.183.226 til 3.095.070.

På Instagram oplevede vi desværre, at der blev skruet væsentligt ned for algoritmen i efteråret 2021. Siden oplevede stor fremgang under coronanedlukningen og under de efterfølgende folkefester i sommeren 2021, hvor flere megaevents lå i hovedstaden. I 2022 nåede vi hver uge gennemsnitligt 50.511 unikke brugere mod 203.709 brugere hver uge i 2021. En ændring hos Instagram gør, at det ikke længere er muligt for os at trække konkrete videovisningstal – men formodningen er, at de også var væsentligt lavere i 2022.

Samlet set opnåede TV 2 Lorrys videoer på Facebook og YouTube 49.045.065 visninger i 2022.

### **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 2022 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.*

I 2022 blev vi citeret 5811 gange - et gennemsnit på 15,9 gange pr. dag. Målet blev mere end opfyldt. Vi sendte i alt 342 historier til Ritgau svarende til 28,5 citater pr. måned. Målet om antal historier sendt til Ritgau blev dermed ikke nået. Det skyldtes, at vi arbejdede rigtigt meget med vores nye nyhedskriterier, der ikke nødvendigvis stemte overens med et godt Ritgau-telegram, og antallet af sendte telegrammer pr. måned faldt. Det viste os, at antallet af sendte telegrammer ikke stemmer overens med antallet af citater: Det er kvaliteten af telegrammerne, der betyder noget for, hvor meget vi bliver citeret.

### **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.*

*Vi vil i 2022 udvikle et samfundssatire-format, som skal åbne for vigtigheden af relevante politiske og samfundsmæssige emner for unge.*

### **20 videoer med svært tilgængeligt indhold**



- *Kommer den svenske bandekrig til København?*
- *Vil fri hash fjerne bandekriminalitet, her er erfaringerne fra udlandet?*
- *Hvorfor er USA interesseret i Københavns internetkabler?*
- *Hvorfor er tiggeri forbudt i byens gader? Og er det i strid med menneskerettighederne?*
- *Hvad er giftigt PFO, og hvor spreder det sig i hovedstaden?*
- *Hvorfor er der stadig folk på Nørrebro, der er vrede over nedrivningen af Ungdomshuset?*
- *Er vi egentligt afhængige af russisk gas i hovedstaden?*
- *Giver fri hash flere psykoser? Her er erfaringerne fra udlandet*
- *Virker det på bandekriminaliteten, at vi har forbudt LTF?*
- *Har vi nok bunkere i hovedstadsområdet i tilfælde af en angrebskrig?*
- *Hvorfor arbejder man med kvantecomputere på Niels Bohr Institutet, og hvad skal vi bruge dem til?*
- *Skal vi være bange for de mange kinesiske kameraer, der hænger i hovedstaden?*
- *Hvordan undgår vi massive oversvømmelser af København, når der falder mere regn i de næste 100 år?*
- *Rumforsker fra DTU skal undersøge liv i rummet med amerikansk teleskop*
- *Hvordan tester myndighederne kokain fra gadesalg, og hvad finder de i det?*
- *Hvordan skal man stoppe hooligans fra Brøndby og FCK?*
- *Sådan vil man begrave CO2 under jorden*
- *Hvem stod bag hackerangrebet på 7-eleven?*
- *Er fremtidens kød groet i et laboratorium i Lyngby?*
- *Flere og flere danskere kan ikke stemme til folketingsvalget. Hvorfor forholder det sig sådan?*

### **Eksempler på flere videoer, vi har produceret til unge**

Vi havde i løbet af året i flere videoer til SoMe og tv fokus på emner, som optager unge mennesker. Herunder

- *Boksetræner mener, at flere mænd burde blive feminister*
- *Emilie laver civil ulydighed*
- *Ny dragsskole skal være supplement til fodboldtræning*
- *'Årets Unge Forsker' vil have os til at spise juletræer med smart ide*
- *Smykkedesigner forsøger at udvide mænds horisont*
- *Tidligere selvskader vil have folk ti at droppe fordomme om psykisk sygdom*
- *Marko tager billeder af alle slags kroppe for at vise, hvordan almindelige mennesker ser ud*
- *Thor starter fællesskab for at hjælpe børn med misbrugsforældre*
- *Patricia må til udlandet for at få kemo mod cancer – hun er fortvivlet*
- *De er venner, selvom den ene gut sidder i kørestol – og de er ligeglade!*
- *Nana har skizofreni og vil gerne gøre opmærksom på, at hun ikke er farlig*
- *Sara har startet en sorggruppe for klimaaktivister, der føler magtesløshed*
- *Hvorfor reklamerer nogle butikker i København nu med lovlig cannabis?*
- *Kan man vinde valget på TikTok?*
- *Christoffer droppede uddannelsen for at lære i den virkelige verden*
- *Sisse laver sjov med at være lebbe*
- *De er fremtidens hiphop-kometer, men de rapper ikke om biler og bryster*





- 24-årige Jenny var hjemløs
- Asta underviser i feministisk selvforsvar
- Anders vil allerede på pension som 45-årig
- Maria boede hos flere plejefamilier – nu gør hun op med fordommene på vores skoler
- Mathilde har lært at acceptere sin krop efter voldsom brandulykke
- Kvinde laver Instagram-side med ligestillingsfakta
- Camilla har aldrig holdt jul med en ædru far
- Clara har modelbureau for mørke modeller
- 21-årige Eva har valgt fest og druk fra – nu er hun verdensmester i Taekwondo
- I Bobbys frisørsalon laver de queerklip
- Årets største spejderlejr: Her efterlader de stort vartegn

Vi forsøgte os i årets første 5 måneder med et satireformat, vi kaldte *Noget andet*. Vi udkom med en række videoer men vurderede efter testperioden, at vi ikke kunne løfte opgaven inden for de rammer, vi havde. Vi lærte en del af forsøget, blandt andet at vi får større effekt af at lave klassisk god journalistik til målgruppen.

#### **Vi udgav 4 videoer under satireformatet *Noget andet*:**

- *Sommertid*
- *Klimakrænker*
- *Bloggerbollen*
- *Surdejsvuggestue*

#### **Demokrati, debat og de unge**

*Demokratiet er en hjørnesten i vores samfund - en hjørnesten, som vi erfaringsmæssigt ved, at nogen sætter spørgsmålstegn ved. Vi vil året igennem fortsat have øje for både det nære og det store demokrati i vores dækning. Hvis der i 2022 kommer et folketingsvalg, vil vi rydde fladen og sikre en optimal dækning af vores lokale kandidater.*

#### **Brugerinddragelse**

Op til valgudskrivelsen og under valgkampen besluttede vi at bruge vores succesfulde og brugerinddragende platform, *Spørg Os*, til at undersøge, hvad vælgerne i vores område var mest optagede af. Helt konkret bad vi brugerne stille de spørgsmål, de ønskede svar på fra politikerne.

Samtidigt havde vi udvalgt 24 emner, der kunne være særligt relevante for brugerne i vores område. De blev puljet i 4 afstemninger à 6 spørgsmål hver under hovedspørgsmålet: "Hvilket af disse emner er det vigtigste ved det kommende folketingsvalg?"

De 4 afstemninger havde hver en uges varighed og startede i slutningen af august og stoppede i slutningen af september. De 24 emner var følgende - emnet med fed skrift indikerer, at det vandt afstemningen blandt brugerne:

#### **Hospitaler og sundhed (28 %)**

Miljø og klima (19%)

Psykatri (19%)



Flygtninge, indvandrere og integration (13%)  
Børne- og ungeområdet (9%)  
Ældreområdet (12%)  
(i alt 14.337 stemmer)

Skat (10%)  
Skole og uddannelse (11%)  
Energipolitik (24%)  
Økonomi (23%)  
**Socialpolitik (27%)**  
Retspolitik (6%)  
(i alt 13.561 stemmer)

**Boligmangel (27%)**  
Lynetteholm (14%)  
Udflytning af uddannelser og arbejdspladser (13%)  
Fri hash (18%)  
Trængsel (8%)  
Bandedkonflikt (21%)  
(i alt 13.818 stemmer)

Støj (14%)  
PFAS (17%)  
**Infrastruktur (32%)**  
Flere ungdomsboliger (14%)  
Tryghed i nattelivet (18%)  
Christiania (5%)  
(i alt 9.843 stemmer)

Svarene i afstemningerne gav os en indikation af, hvad brugerne fandt mest relevant og dermed i hvilken retning, vores journalistik kunne pege for at gøre borgerne i vores område endnu klogere på folketingsvalget og kandidaterne.

Både afstemninger og muligheden for at indsende spørgsmål blev en stor succes; tv-spots og en meget synlig spørgeformular på hjemmesiden gjorde, at vi modtog flere spørgsmål end nogensinde tidligere. I alt modtog vi 1585 spørgsmål til politikerne før og under valgkampen. Spørgsmålene blev sorteret, udvalgt og fordelt på vores forskellige redaktioner, så vi udkom med *Spørg Os*-svar på tværs af platformene.

For eksempel svarede vi på et brugerspørgsmål om, hvorfor man ikke sætter moms ned på fødevarer under inflationskrisen, ligesom vi for en række andre brugere forsøgte at svare på, hvad politikerne ville gøre for de unge på SU, der under krisen havde endnu sværere ved at få pengene til at række.

Målet var, at vi som minimum udkom med én *Spørg Os*-historie dagligt under valgkampen – og det mål lykkedes:



Under den 27-dages lange valgkamp udkom vi med udgangspunkt i *Spørg Os* med 21 artikler på web, 8 tv-debatter, 7 tv-indslag – alle med relation til den valgkamp, som var nært forestående eller i gang.

### **Debat**

På tv valgte vi under valgkampen at rydde vores nyhedsvinduer på TV 2-fladen i 8 dage for at give plads til debatter mellem kandidater fra vores område. I hver debat debatterede 4 kandidater dagens tema.

Temaerne var valgt gennem vores *Spørg Os*-platform: Energikrise, boligmarked, transport, sundhedsvæsen, tryghed, psykiatri, Københavns udfordringer. Til debatten *De sidste svar* med udvidet sendetid havde vi 2 ekstra kandidater.

Dertil deltog vi i to fælles nyhedstimer med TV 2 og de øvrige regioner med fokus på valgets store temaer.

### **Nyhedshistorier med fokus på valg**

På tværs af huset udkom vi med en række historier, der var særligt aktuelle under valget. Her stillede vi bl.a. spørgsmål til politikerne om opførelsen af Holmene ud for Hvidovre og fortsat sandsugning i Køge Bugt. Vi lavede en række historier om inflations- og forsyningskrisen. Vi afdækkede, at hver syvende borger i hovedstadsområdet ikke har stemmeret og, at regeringen ikke havde indfriet sit mål om at mindske den økonomiske ulighed. Vi fortalte om den store mangel på pædagoger i København, om konsekvenserne af udflytning af arbejdspladser, og vi tog udfordringen op og kørte til Nordjylland for at undersøge, om nordjyderne virkelig tror, at vi i hovedstadsområdet bare sidder og hænger i de "fine saloner".

Under hele valgkampen noterede vi hver enkelt kandidat vi interviewede, så vi sikrede balance og taletid til de forskellige partier, se oversigt under pkt. 3.2.

### **Styrke debatten**

*TV 2 Lorry skal tilbyde borgerne muligheden for at komme til orde med deres dagsordener. Vi skal fastholde at være åbne over for at sætte seernes hverdag til debat. Det, de finder vigtigt, skal vi sikre, bliver debatteret.*

*Vi vil gennem hele 2022 fastholde vores fokus på Spørg Os, og gennem hele året svare på brugere og seeres spørgsmål.*

I 2022 havde vi fortsat en aktiv dialog med vores brugere både via de sociale medier og via vores redaktionspostkasse, [redaktion@tv2lorry.dk](mailto:redaktion@tv2lorry.dk). Herigennem fik vi hver dag tips og idéer fra brugerne til, hvad de syntes var vigtigt, vi satte fokus på, og herfra tog vi hele året henvendelser og sager ind på vores platforme.

### *Spørg Os*

I 2022 fortsatte vi vores systematiske arbejde med det brugerinddragende fællesskab *Spørg Os*. Alle brugere kunne stille spørgsmål via vores hjemmeside, hvor *Spørg Os*-formularen lå under alle



artikler og som et banner på forsiden. Hver uge blev 3 af de indsendte spørgsmål udvalgt, som brugerne herefter kunne vælge imellem og stemme på. Det spørgsmål, som flest fandt vigtigt og interessant, forpligtede vi os til at svare på.

Størstedelen af de journalistiske produkter, som et spørgsmål gennem *Spørg Os* ender med, har udgangspunkt i den bruger, som stiller spørgsmålet. På den måde viser vi tydeligt, at vi ønsker den nære dialog med brugerne og dermed ikke den klassiske forestilling om et "os og dem" i journalistikken.

Det er vores oplevelse, at det nytter at lytte – og at det nytter at lytte systematisk. Derfor er *Spørg Os* også blevet kendt langt ud over hovedstadsområdet, og firmaet Hearken, der står bag platformen *Spørg Os*, bruger os som 'best practice', når andre medier skal forstå at bruge lyttende journalistik.

Vores greb med at bruge *Spørg Os* som fundament for vores folketingsvalgsdækning inspirerede i vores nabolande, og en delegation fra NRK besøgte os kort efter valget for at høre nærmere om vores lyttende og interagerende tiltag i relation til folketingsvalget.

### Fakta fra 2022 om *Spørg Os*

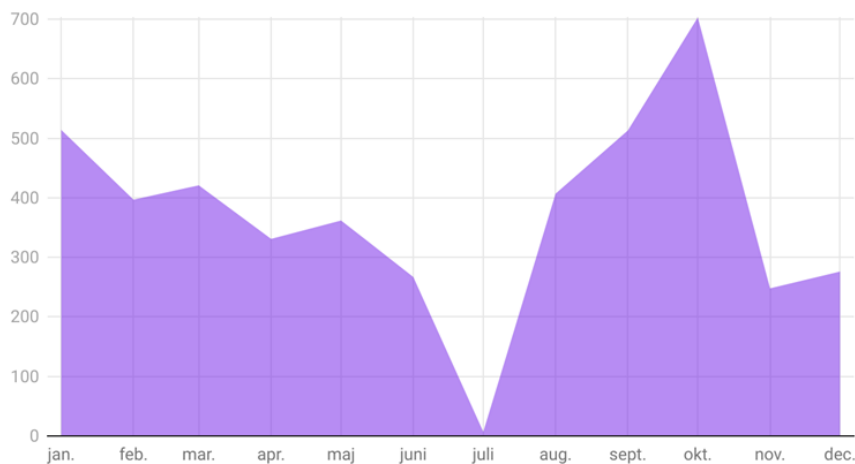
I alt fik vi 4.446 spørgsmål i løbet af 2022. Der var 3.450 forskellige spørgere og 983 tilbagevendende spørgere. I alt var der 284.577 stemmer. Desuden kan det bemærkes, at *Spørg Os* i høj grad modtager spørgsmål fra brugerne, som tilhører vores sendeområde som set i heat map herunder:



Nedenstående grafer viser hhv. antal spørgsmål og stemmer gennem *Spørg Os* fordelt på måneder i 2022. Bemærk, at stemmekurvens knæk i oktober skyldtes, at vi ikke havde nogle afstemninger under valget. I stedet modtog vi flere spørgsmål end vanligt:

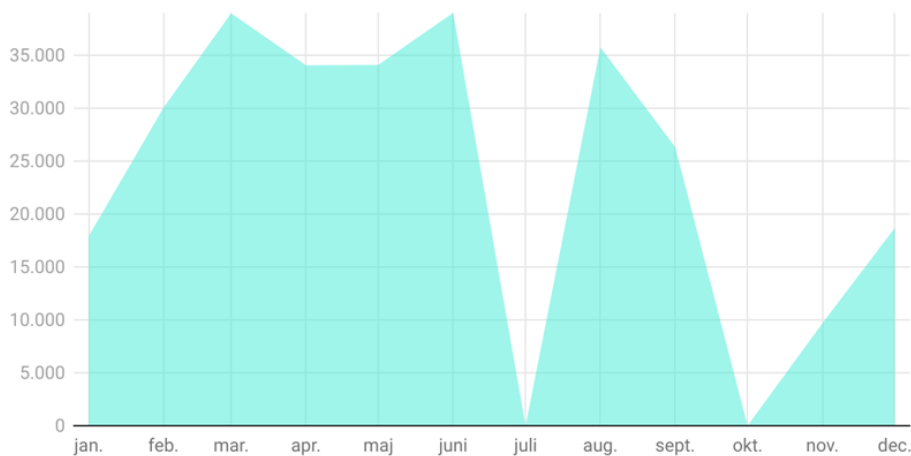


Spørgsmål gennem Spørg Os 2022



Grafik: Kasper Bruun Vindum Brandt / TV 2 Kosmopol • Kilde: Hearken • Lavet med Datawrapper

Antal stemmer gennem Spørg Os



Grafik: Kasper Bruun Vindum Brandt / TV 2 Kosmopol • Kilde: Hearken • Lavet med Datawrapper

## 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.*

*Vi vil gennem 2022 lave intern ekstrauddannelse med fokus på udvikling af den løsningsorienterede kritiske journalistik.*

*Vi vil søge om at få en ansat ind på et fellowship på Constructive Institute på Århus universitet.*



Vi fortsatte i 2022 med at arbejde med løsningsorienteret journalistik. F.eks. da vi i forbindelse med fodboldoptøjer mellem Brøndby og FCK undersøgte, hvad man i England har gjort for at forhindre hooliganisme. Og da vi i to Søndagsmagasiner undersøgte, hvem der forsker i klimavenlig mad i hovedstadsområdet.

Vi udviklede gennem 2022 vores nye strategi, som vi rullede ud 11. januar 2023. I den forbindelse gennemførte vi en lang række workshops, hvor en af dem netop havde fokus på udviklingen af vores journalistik, og på hvordan vi fortsat kan udvikle netop den løsningsorienterede tilgang til journalistikken. Konkret endte de journalistiske workshops med, at vi lavede et sæt nyhedsværdier, som bidrog til vores nye strategi.

Vi har fra august 2022 været så privilegerede at have vores redaktør for samarbejde og dialog på et fellowship i Århus på Constructive Institute. Hun er optaget på et legat fra Trygfonden.

### **Kultur**

*TV 2 Lorry dækker et område med tusindvis af årlige kulturtilbud, som vi på forskellig vis dækker for at få regionens borgere til aktivt enten at deltage i eller tage stilling til.*

Vi producerede 43 udgaver af vores kulturmagasinet *Oplev*, hvor vi hver uge besøgte tre forskellige inspirerende forslag til oplevelser. De mange tilbud om oplevelser indgår samtidig i vores søgbare *Oplev*-app.

I hele uge 26 havde vi både på tv og digitalt stort fokus på de to store events Roskilde Festival 50-års jubilæum og Tour De France, som i høj grad prægede hovedstadsområdet.

Fra oktober havde vi en reporter dedikeret til kulturstoffet for at udkomme med en ugentlig historie. Vi dækkede bl.a. fænomenet feministisk arkitektur.

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

### **Udvikle fortælleformer**

*Den klassiske tv-fortælling er udfordret. Derfor bliver det en del af vores strategiarbejde i 2022 at tage stilling til, hvordan vi fortsat kan tage kampen op for at sikre information og oplysning til de mere end to millioner borgere i vores sendeområde.*

Igennem hele 2022 arbejdede vi intensivt med vores nye strategi. Vi samlede al den viden, vi i de senere år havde fået gennem vores arbejde og gennem forskellige analyser og spørgeundersøgelser. Vi allierede os med forskellige partnere og brugte eksisterende forskning i danskernes nyhedsforbrug og vaner til at gennemgå hele vores mission og vision.

Vi begyndte med at konstatere, at vi havde en række problemer med vores eget brand, som af mange årsager af mange brugere blev opfattet som støvet og gammeldags. Seere og brugere kobledede ting til fortællingen om Lorry, som slet ikke havde hold i virkeligheden længere. Vi undersøgte, hvor godt folk kendte vores nyere tiltag og konkrete produkter, og den viden vi fik, viste, at vi havde en loyal gruppe af brugere, som kendte og værdsatte de nye ting. Men folk som ikke havde brugt os, gav ikke det nye en chance, for det var jo stadigvæk Lorry.



Derudover blev vi bekræftet i den antagelse, vi har arbejdet ud fra i de seneste år, at mange danskere generelt er trætte af klassiske nyheder bygget op om sensation og konflikt.

Vi forholdt os også til den viden, vi over årene havde samlet sammen fra fokusgrupper og i vores egen redaktionspostkasse, som sagde, at folk havde en forventning om, at vi lavede nyheder præcis derfra hvor de bor, men at de i tiltagende grad ikke gad høre noget fra andre kommuner - end ikke nabokommunen.

Selve formen, måden vi fortalte vores nyheder på og udtrykte os på, var også tiltagende vigtig, både for ældre og nye brugere af os. Vi udviklede en visuel værktøjskasse som en væsentlig del af ingredienserne i den nye strategi.

Al denne viden arbejdede vi internt med i et udviklingsforløb gennem 9 måneder og udviklede en lang række løsninger til, hvordan TV 2 Lorry i fremtiden kunne få en større relevans for mange flere af de 2,1 millioner borgere, der bor i vores område. Det blev til en strategi, der blev indsendt til kulturministeriet og til en beslutning om, at vi måtte starte os selv forfra som TV 2 Kosmopol. Vi lancerede hele projektet den 11. januar 2023 og har indsendt ny strategi og nye budgetmål til ministeriet og nævnet.

### **Ny teknologi**

*I 2022 vil vi gennemføre en proces, der skal gøre os klar til at udskifte eller tilpasse vores tekniske infrastruktur på TV 2 Kosmopol i 2023.*

*Vi vil søge at finde et produktionssystem som understøtter den tiltagende fleksible måde, vi arbejder på. Indholdet skal flyde frit rundt i huset og evt. Også ud til folk i marken eller på andre lokationer.*

*Vi fortsætter med at digitalisere vores arkiv i 2022.*

Vi har gennemført interne workshops for at afklare behov for det kommende produktionssystem(er), afsøgt markedet for løsninger og kørt en proces for indkøb, der følger de offentlige udbudsregler. Leverandøren blev valgt, og systemet er planlagt til at blive idriftsat i Q1 2023.

Det valgte system kommer til at understøtte vores ønske om at arbejde mere på tværs, tillade meget større gennemsigtighed mellem forskellige redaktioner og afdelinger samt understøtte de teknologiske behov, vi har for ændringer i vores infrastruktur.

I forbindelse med vores research af systemer og løsninger hos lignende mediehuse, er det blevet klart for os, at projektet primært skal ses som et kulturforandringsprojekt for at blive en succes. Dette for at vi kommer i mål med vores ambitioner om at samarbejde mere og for at vi får indhold, der flyder frit rundt i huset.



Vores arkiv bliver løbende digitaliseret. Dog er vi ikke så langt som forventet, hvilket bl.a. skyldes problemer med at finde personale med rette profiler samt vores fokus på skiftet til TV 2 Kosmopol.

### **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.*

*Vi vil fortsat arbejde aktivt med "Spørg Os" og gennemføre en yderligere professionalisering af vores dialog på SoMe.*

*Det bliver endvidere en særskilt opgave i vores strategiarbejde at udvikle nye metoder til inddragelse og dialog.*

I 2022 professionaliserede vi moderationen af vores kommentarspor på alle de sociale medier. Det gjorde vi ved at have studentermedhjælpere til både at interagere med vores brugere på Facebook og til at moderere debatterne, hvis brugerne gik for vidt. På YouTube var vores YouTube-værter selv engagerede i at svare brugerne direkte. På Instagram var det ligeledes vores ansvarlige medarbejdere, der svarede og modererede dialogen med brugerne.

I 2022 brugte vi *Spørg Os* på en ny måde, da vi valgte formatet som vores greb til dækning af folketingsvalget, som skulle være så tæt på brugerne som muligt. (se mere under afsnittet *Styrke debatten*).

*Spørg Os* er fortsat et koncept, som vækker interesse blandt borgerne. Således er artiklerne i relation til *Spørg Os* næsten altid blandt de mest læste. (Se uddybelse under *Styrke debatten*).

Igennem hele strategiprocesen har vi arbejdet med udstrakt inddragelse af hele vores eget hus og samtidig lænet os op ad al den viden, vi gennem året har fået fra vores seere og brugere. I strategiarbejdet har vi tænkt inddragelse ind og har forpligtiget os til i fremtiden altid at være opmærksomme på, hvordan vi som hus fortsætter med at lytte mest muligt til brugerne.

### **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.

På TV 2 Lorry-kanalen er kulturstoffet en bærende del af indholdet. Vi var i løbet af 2022 vidt omkring indenfor området, og vi havde i løbet af året disse produktioner på programmet:





**Louisiana Channel på Lorry** - 17 unikke portrætter og interviews med nogle af de største nulevende kunstnere, arkitekter, musikere og forfattere, her i blandt Bjørn Nørgaard, Bjarke Ingels, Michael Kvium, Niels Lan Doky og Dorte Mandrup. Programmerne er en del af Louisiana Museums produktioner under brandet Louisiana Channel.

**Der var engang** - 6 programmer baseret på TV 2 Lorrys arkiv for at vise, hvad vi gik op i for 30 år siden.

**Frederiksberg tæt på rødt flertal i 1978** - fortællingen et om uafbrudt 122-årigt blåt flertal på Frederiksberg Rådhus.

**Ekspressen finder melodien** - bandet Ekspressen besøgte seks byer og skrev en sang til byen.

**Fristed uden milliongæld** - serie om mennesker, der har fundet alternative og billigere løsninger på drømmen om et sommerhus.

**Min højsæson** - vi mødte 5 mennesker, der har allermost travlt om sommeren, når vi andre holder fri.

**Tour de Lorry** - i forbindelse med Tourstarten i København sendte vi vores eget cykelhold ud for at finde de 15 bedste cykelruter i hovedstadsområdet. Serien blev bragt samtidig med Tour de France og suppleret med et digitalt overblik over ruterne.

**Turisme** - har coronaepidemien ændret vores måde at rejse på? Vi kiggede på turismen i vores sendeområde.

**Spejdernes Lejr** - blev i 2022 afholdt i Hedeland Naturpark ved Roskilde, og vi transmitterede derfra hver dag hele ugen igennem.

**Rap&Rights med Ihan Haydar** - 3 kvindelige musikeres møde med den herboende trommeslager Ihan Haydar til en samtale om ytringsfrihed, rettigheder og kvinders muligheder i den del af verden, hvor musik er en mandsdomineret branche.

**KVINFO's fejring af Kvindernes Internationale Kampdag** - KVINFO's show på Vega i København på årsdagen. Vi viste de bedste 90 minutter fra aftenens show med musik, taler, stand up og debat.

**Oplev** - vores ugentlige kulturprogram om aktuelle kulturelle begivenheder i regionen.

**Søndagsmagasinet med flere kulturemner** - 1.000 år efter biskop Gerbrand, Musikken flytter ind, Frikirken Hillsong, Den første festival, 20 år med GAME - Er de stadig relevante? Her får kunsten nyt liv.

Udover denne dækning dedikerede vi i den sidste del af 2022 en medarbejder på fuldtid til kulturen. Han dykkede ned i følgende emner:

*Hvad er feministisk byplanlægning?*



*Kan man eje en farve?*

*Svikmøllen møder woke virkelighed.*

*Hvordan har ungdomsaktivisme ændret sig – fra oprør i Sofiegården til klimakamp.*

Endvidere uddybes i punkterne 3.1 og 3.4. 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 2022 enten blev indkøbt eller produceret af eksterne samarbejdspartnere.

- *Splash*  
10 programmer om unges verden set og fortalt af unge til unge fra vores mediegymnasiesamarbejde.
- *Louisiana Channel på Lorry*  
Serie om de største kunstnere og arkitekter i Danmark.  
Produceret af Louisiana Channel



- *Fortællinger fra Frederiksberg*  
Historiske tilbageblik på markante steder og personligheder.  
Produceret af Jakob Willadsen
- *Vindmøllepionererne*  
Serie om de opfindere, der satte gang i det danske energieventyr.  
Produceret af Storywise
- *RUC undersøger*  
Undersøgende journalistik.  
Produceret af journaliststuderende på Roskilde Universitet
- *Søndagsræs*  
Reportage fra dansk motorsport med rally og motocross.  
Produceret af Race Media
- *KVINFO's Internationale Kampdag*  
Transmission af KVINFO's show på Vega i København med musik, taler og debat.  
Produceret af Patrick Damsted
- *De unge forskere og maden*  
Serie om den seneste nye forskning på inden for madproduktion.  
Produceret af Institut for Fødevarevidenskab
- *Gadekamp*  
Serie om dårlige planløsninger i det offentlige rum.  
Produceret af Ellis Film
- *Ekspressen finder melodien*  
Bandet Ekspressen drager rundet i regionen for at finde den særegne melodi.  
Produceret af Regulators Productions
- *Tilbage på sporet - Birger fik en blodprop*  
Beretningen om Birger Kærbye, der måtte kæmpe sig tilbage efter en blodprop i hjernen.  
Produceret af 24media
- *Rap&Rights med Ihan Haydar*  
Den herboende trommeslager Ihan Haydar møder tre rappere og taler ligestilling.  
Produceret af Cattenbaum
- *Monday Night Bigband med Niels Jørgen Steen*  
Koncert med bigbandet og samtale med den legendariske orkesterleder Niels Jørgen Steen.  
Produceret af Tiny House Media



- *På Tværs af troen*  
Dokumentar om seks forskellige trosretninger og deres relationer indbyrdes.  
Produceret af Tiny House Media

Hvert år i januar inviterer vi eksterne producenter til at byde ind med ideer til indholdsproduktion. Indkomne pitches lander hos indholdschefen, kanalchefen og redaktøren for serier, og vi gennemgår alle forslag på et fælles pitchmøde. Ideerne sorteres og viderebearbejdes, og der kigges på muligheder for formatering og justering, inden der sættes et eventuelt møde op med producenterne.

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.

I 2022 inviterede vi alle kendte producenter i vores sendeområde til at komme med pitches, første gang i januar 2022. I juni 2022 havde vi mulighed for at indbyde til endnu en runde med selskaberne, som pitched til os i starten af august.

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

I 2022 var vores samlede antal sendetimer af øvrige programmer på vores egen kanal 1.398 timer, og heraf blev de 677 timer produceret af eksterne producenter. Andelen udgjorde hermed 48%, 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.

TV 2 Lorrys samarbejde med de øvrige regionale stationer fortsatte gennem 2022 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 2022 producerede TV 2 Lorry disse programmer, som senere blev vist på andre regioners flow kanal:

- *Tilbage på sporet – Birger fik en blodprop*
- *KVINFOs fejring af Kvindernes internationale kampdag*

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

- *Trolling Master Bornholm*
- *Gudstjeneste for Ukraine*
- *For godt til skrot*
- *Kro, Håb, og Kærlighed*
- *Spejdernes lejr*

TV 2 Lorry samarbejder stadig med TV2 Nord, TV MIDTVEST, TV2 ØSTJYLLAND, TV 2 Fyn, TV2 ØST og TV Syd om digitale løsninger. Det digitale samarbejde styres af en enhed bestående af en digital udviklingschef, en systemarkitekt samt en frontend-udvikler. Derigennem fortsætter også et godt eksisterende samarbejde med de to leverandører, Dwarf A/S og Shape A/S.

#### **Aftale mellem TV 2 og TV 2 Regionerne om regionalt indhold på TV 2 PLAY**

Det følger af de public service-forpligtelser, der er pålagt TV 2 DANMARK og TV 2 Regionerne, at der stilles sendetid til rådighed for TV 2 Regionerne i hovedkanalens sendeflade (regionale vinduer).

TV 2's formål er at nå ud til alle danskere og dække hele Danmark, og derfor har TV 2 set det som en naturlig forlængelse af udsendelsen af de regionale vinduer på hovedkanalen, at regionalt indhold også er tilgængeligt på øvrige platforme, så det regionale indhold også her møder danskerne. Derfor består samarbejdet mellem TV 2 og TV 2 Regionerne i dag af langt mere end det.

Parterne har en aftale om tv-indhold, både i form af ny-produktion og om "genudsendelse" af hinandens nyhedsklip og hele programmer. Parterne samarbejder om en Christiansborg-redaktion, og der er et samarbejde om "genbrug" af hinandens artikler.

Siden 2017 har der været en aftale om udnyttelse af regionale programmer på TV 2 PLAY. Oprindeligt omfattede samarbejdet kun programmerne fra de regionale vinduer på hovedkanalen, men i foråret 2022 blev samarbejdet udvidet til også at omfatte programmer fra TV 2 Regionernes 24 timers kanaler.

TV 2 Regionerne udvælger hvilke regionale programmer, der kan gøres tilgængelige på TV 2 PLAY, og udvælger kun programmer, de har rettighederne til at videreoverdrage. Det er TV 2, der beslutter, hvilke af de udvalgte regionale programmer, der bliver tilgængeliggjort på TV 2 PLAY. De regionale programmer integreres i programudbuddet på TV 2 PLAY på samme måde som andet indhold, TV 2 erhverver licens til fra danske og udenlandske programleverandører. Det regionale



indhold på TV 2 PLAY kan imidlertid tilgås udenom betalingsmuren, så man behøver ikke et abonnement til TV 2 PLAY for at se de regionale programmer.

Begge parter har set aftalen om regionalt indhold på TV 2 PLAY som en naturlig forlængelse af det samarbejde, der ellers er indenfor TV 2 familien på de øvrige platforme. Det er naturligt at finde de regionale programmer i TV 2's streamingtjeneste, og aftalen giver derudover mulighed for, at regionalt indhold tilgængeliggøres og præsenteres for et større publikum. TV 2 har endvidere som et led i samarbejdet forpligtet sig til at dele sin viden om kuratering og performance af det regionale indhold med TV 2 Regionerne.

TV 2 omtaler samarbejdet således i sin Ansvarlighedsrapport:

*Siden maj 2022 har de 8 TV 2 Regioner haft en stærk placering på TV 2.DK og TV 2 PLAY med hver deres side med nyhedsudsendelser, magasinprogrammer, reportager og debatter.*

### 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 også i 2022 var dagens vejrtægning, som vi sendte hver dag efter vejrudsigten i vores udsendelse klokken 19.30. Dermed vidste vi også, at der var mulighed for børn i seerskaren. Det giver os til stadighed 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.

Vi begyndte i 2022 i meget højere grad end tidligere at sløre billeder, der kunne være voldsomme eller virke anstødelige, så brugerne på de digitale platforme aktivt skal tilvælge at se dem.

Den overvejende del af vores produktion var nyheder og aktualitet, som ikke var underlagt kravene til aldersmærkning. Den resterende del af produktionen hørte til i kategorien *Øvrige programmer*, og her vurderede vi fra program til program, hvorvidt der var grund til at aldersmærke indholdet. Dette gjaldt både indhold til flow-tv og indhold, som vi tilbyder på vores digitale platforme.

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 2022 opfyldt gennem tale-til-tekst-projektet. På alle aftener, 7 dage om ugen, blev vores 19.30-udsendelse sendt simultant og teksten 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, inden teksten kommer på skærmen. Vi håber fremover at kunne minimere dette yderligere.

Vi er løbende opmærksomme på, om vores grafik og design også fungerer optimalt for svagtseende på både tv og digitalt. Vi gav gennem hele 2022 svagtseende mulighed for at få oplæst vores artikler på hjemmesiden.

Alle videoer udgivet på Facebook og YouTube i 2022 er teksten for hørehæmmede.



### 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. Vi følger som udgangspunkt Dansk Sprognævns retningslinjer og lægger os tæt op ad Ritzaus sprogmanual.

Sprog i tv-indslag er kendetegnet ved at være talesprog. Sætningerne er korte, og der er flere punktummer. Til tider siger man sætninger, der i klassisk forstand ikke er grammatisk korrekte. Men på tv2lorry.dk og på de sociale medier har vi som ambition, at sproget skal være godt, levende og grammatisk korrekt. Når brugere gør os opmærksom på fejl, retter vi dem.

### 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 2022 var vores samlede sendetid af programmer, der ikke var nyheder, sportsbegivenheder, konkurrencer eller tekst-tv, i alt 1.840 timer. Af de 1.840 timer blev 574 timer produceret af eksterne producenter, og alle programmerne var europæiske programmer. Andelen udgjorde hermed 37%, hvormed forpligtelsen til en udlægning af mindst 10% af ovennævnte produktion til producenter, der er uafhængige af tv-foretagender, blev opfyldt.





Alle eksternt producerede programmer er 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: Se venligst punkt 3.4.

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](mailto:redaktion@tv2lorry.dk). Her 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 med en henvendelse fra en borger.

I 2021 tilføjede vi en knap i toppen af siden, som hedder *Spørg Os*, og i løbet af 2022 er *Spørg Os* i perioder blevet et fast element under alle artikler og på forsiden. Funktionen er beskrevet under budgetmålene, punkt 3.4.

I 2022 voksede kendskabet til *Spørg Os*, og vi gør kontinuerligt meget for at vise, at vi virkelig gerne vil i dialog med brugerne. Derfor tager mange *Spørg Os*-historier udgangspunkt i den enkeltes undren, mens de andre gange puljes og svares på som et fælles svar til mange.

Gennem *Spørg Os* forpligter vi os til at arbejde på at besvare et nyt spørgsmål fra brugerne hver uge. Spørgsmålet udvælges gennem en ugentlig afstemning, hvor brugerne bestemmer, hvad vi skal svare på.

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

TV 2 Lorrys repræsentantskab består af en lang række organisationer, lytter- og seerorganisationer samt 6 enkeltpersoner, i alt er der plads til 58 medlemmer. Der plejer at blive afholdt to årlige møder, men i 2022 afholdt repræsentantskabet tre møder - ét digitalt møde i januar, da efterårsmødet 2021 måtte udsættes til januar 2022 pga. sygdom, samt et forårs- og et efterårsmøde.

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 kvaliteten af programmerne.

På januarmødet blev repræsentantskabet introduceret til ideen bag og bevæggrundene for den kommende re-branding af TV 2 Lorry. Repræsentantskabet gav inputs til re-brandingprocessen.

Forårsmødet i april indeholdt udover de faste punkter en præsentation af begrebet public service ved lektor, PHD Kasper Bering Liisberg, samt en præsentation af to af de unge medlemmer af repræsentantskabets medievaner, hvilket afstedkom en del spørgsmål fra resten af repræsentantskabet. Der var også spørgsmål til den kommende re-branding, som repræsentantskabet var blevet informeret om skriftligt inden mødet.

Efterårsmødet var præget af valg til bestyrelsen til den kommende funktionsperiode samt en præsentation, *Danskernes brug af nyhedsmedier*, ved lektor Mads Kæmbsgaard Eberholst. Repræsentantskabet blev også introduceret for husets journalistiske værdier ifm. den kommende relancering.

## Rundvisninger

Grundet corona samt det store arbejde med re-rebranding havde vi ingen rundvisninger i 2022.

## Folkeskoleelever

På TV 2 Lorry har vi altid haft en del erhvervspraktikanter. Det er vigtigt for TV 2 Lorry også at have en dialog 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. Desværre var det ikke muligt at lukke erhvervspraktikanter ind på stationen i 2022, da vi arbejdede med den fortrolige forberedelse af vores relancering i 2023.

## Public outreach

I 2022 var vi stærkt til stede ved både Roskilde Festivals 50-års jubilæum og ved den store folkebegivenhed Tour de France-start i København, Roskilde og Lejre. Og vores værter var til stede og sendte ude fra andre relevante, større begivenheder i sendeområdet.

Vi havde også et samarbejde med nogle gymnasieklasser med medielinjer, og de unge forløste vores samarbejde om unge til unge-fortællinger i vores *Splash*-univers på vores TV 2 Lorry-kanal.

Vi var aktive i sparringspanelet a la *Løvens Hule* på RUC med de hold kandidatstuderende, der tager hul på undersøgende journalistik. Det blev til glimrende public service-programmer i *RUC Undersøger*-universet.



Da efteråret 2022 gik med at fokusere medarbejdernes tid til relancering, havde vi ikke mulighed for at prioritere public outreach i samme grad som tidligere på året.

Dog sendte vi i hele 2022 alle vores udsendelser ude fra regionen, der hvor livet leves, og nyhederne sker – og her var 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 2022 kl. 24 med en total on-air tid på 8.760 timer. Disse timer bestod af udsendelsesvirksomhed inkl. spots og skilte på i alt 3.146 timer og en passiv udsendelsesdel med visning af aktuelle nyhedsartikler - også kaldet Off-Broadcast-virksomhed, som udgjorde 5.614 timer.

TV 2 Lorrys egen tv-kanal sender alle nyhedsudsendelser, som de sendes på TV 2's hovedkanal, både samtidig og genudsendt på flere forskellige senere tidspunkter døgnet igennem, så alle borgere i vores sendeområde – også de, 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 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 sendefladen 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 sendefladen kan fyldes og fremstå som et reelt flow-tv-tilbud til borgerne i hovedstadsområdet på en komplet tv-kanal, gør vi brug af en 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 dermed tilbyde en varieret programflade i forhold til de ressourcer, vi har til rådighed.

Den samlede udsendelsesvirksomhed i timer var 2.989. Heraf var de 402 førstegangsendelser og de 2.587 genudsendelser.

	Samlet udsendelsesvirksomhed	Heraf førstegangs-udsendelser	Heraf genudsendelser
<b>2021</b>	3.247	550	2.697
<b>2022</b>	2.989	402	2.587

Det samlede antal førstegangsendelser udgjorde 402 timer, og heraf var 206 nyheder, 53 aktualitet og 143 øvrige programmer.

Den planlagte egenproduktion udgjorde 2.229 timer, hvoraf 899 timer var nyheder og folketingsvalg 2022, 597 aktualitet og 733 øvrige programmer.

	Planlagt Egenproduktion	Heraf Nyheder og folketingsvalg 2022	Heraf aktualitet	Heraf øvrige Programmer
<b>2021</b>	2.275	927	486	862
<b>2022</b>	2.229	899	597	733

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

#### Forpligtelsen:

REGIONEN skal udsende visse regionale programmer i det regionale område som en del af sendefladen på TV 2/DANMARK A/S' hovedkanal, TV 2. Udsendelserne skal ske stort set samtidig med udsendelserne på REGIONEN, idet tidsforskydningen maximalt 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.

#### Vejledning:

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

#### **REDEGØRELSE:**

I "vinduerne" på TV 2's hovedkanal udsendte TV 2 Lorry i 2022 204 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 2022 var 8.760 mulige sendetimer til rådighed. Vores egen kanal var i 2022 on-air i 2.289 timer med programmer, fratrukket spots, trailere og programkilte.

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 nyheds- og aktualitetsprogrammer her, og samtlige af disse må via 100% egenproduktion anses for europæiske.

Sendetimer i TV 2-vinduerne:

Sendetidspunkt	Programtitel	Udsendelsestimer 2022	Heraf Genudsendelsestimer	Udsendelsestimer 2021
17:16 (man-fre)	Kort nyhedsoversigt	11	0	11
18:20 (man-søn)	Kort Nyhedsoversigt	22	0	23
19:30 (man-søn)	Regionale Nyheder	126	0	144
22:00 (man-tors)	Regionale Nyheder	38	0	41
Sendetid vedr. Folketingsvalg 2022		7		6 (KV21)
Sendetid på TV 2, uden reklamer		204		225

### 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 VueJS, HTML5, Tailwind, XML og RSS.

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

Vi har ingen anden virksomhed på digitale platforme.

### **Det fællesregionale samarbejde digitalt**

TV 2 Lorry samarbejder stadig med TV2 Nord, TV MIDTVEST, TV2 ØSTJYLLAND, TV 2 Fyn, TV2 ØST og TV 2 Syd om digitale løsninger. Det digitale samarbejde styres af en enhed bestående af en digital udviklingschef, en systemarkitekt samt en frontend-udvikler. Derigennem fortsætter også et godt eksisterende samarbejde med de to leverandører, Dwarf A/S og Shape A/S.

## **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.

I løbet af året har vi løbende sikkerhedskopieret det digitaliserede materiale til vores backup-system, der står i et datacenter i Ballerup. Ved at have en kopi af vores arkiv på en anden fysisk lokation, er vi bedre sikret i forbindelse med katastrofer, hvor vores normale sikring ikke er tilstrækkelig. Samme system yder også udvidet beskyttelse af vores arkivmateriale mod ransomware.

##### **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 (tilsendt 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 Medieaftalen 2019-2023 et tilskud til driften fra kulturministeriet. Fra 2019 blev det besluttet, at tilskuddet over en årrække skulle overgå fra kulturministeriet til finansministeriet. Regnskabsåret 2022 var således første år, at tilskuddet var 100 % finanslovsfinansieret. Fordelingen har været således:

t.kr.	2018	2019	2020	2021	2022
Tilskud/licens	65.758	61.351	62.788	42.388	-
Finanslovsmidler	-	5.075	4.400	25.679	68.038
	<u>65.758</u>	<u>66.426</u>	<u>67.188</u>	<u>68.067</u>	<u>68.038</u>



## 6.1. Hoved- og nøgletal

### Vejledning:

Her indsættes seneste regnskabs hoved- og nøgletal.

### REGNSKABET I HOVED- OG NØGLETAL

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

Beløb i kr. 1.000	2022	2021	2020	2019	2018
<b>Resultatopgørelse:</b>					
Nettoomsætning	73.067	78.882	74.671	73.317	72.764
Bruttoresultat	12.891	14.973	19.329	19.218	17.752
Resultat af ordinær drift	2.627	281	5.242	4.947	2.525
Resultat af finansielle poster	-463	219	233	318	243
<b>Årets resultat</b>	<b>-3.090</b>	<b>4.638</b>	<b>1.627</b>	<b>2.080</b>	<b>1.356</b>
<b>Balance:</b>					
Balancesum, ultimo	47.296	41.474	45.268	40.742	40.065
Egenkapital, ultimo	11.328	14.418	19.056	17.429	15.349
Antal fuldtidsbeskæftigede	93	98	92	87	82
<b>Nøgletal i %:</b>					
Soliditetsgrad	24	35	42	43	38
Soliditetsgrad					
				$\frac{\text{Egenkapital ultimo} \times 100}{\text{Passiver i alt, ultimo}}$	

Morten Kjær Petersen, direktør

Mads Kæmsgaard Eberholst, bestyrelsesformand

