

TV 2/Bornholm

Public Service-redegørelse 2016

Indhold

1. Generel information.....	3
2. Public Service-formål.....	10
3. Specifikke Public Service-forpligtigelser.....	18
4. Handicap forpligtigelser.....	21
5. Dansk sprog og europæiske programmer	21
6. Dialog med befolkningen i regionen	22
7. "Vinduer" i TV 2-sendebladen.....	23
8. Regionale udsendelser uden for TV 2-sendebladen.....	24
9. Digital.....	24
10. Arkiver	32
11. Regnskab 2016.....	33

1. Generel information

1.1

TV 2/Bornholms dækningsområde er Bornholm og Ertholmene.



1.2

Inden for dækningsområdet er der ca. 40.000 indbyggere. Heraf er ca. 35.000 i gruppen +12 år.

1.3

I 2016 havde TV 2/Bornholm 79,2 ansatte omregnet til helårsansatte.

Sådan er udviklingen i antallet af ansatte ud sammenlignet med 2015:

	2015	2016
Total antal årsværk	74,9	79,2
Indholdsproduktion	59,5	65,2
Ledelse, administration, rengøring kantine, vicevært	15,4	14,0

Som det fremgår, er der reduceret i omkostningerne til de ikke-indholdsproducerende afdelinger og ledelse.

Der har været en stigning på 9,6% i personale forbrug til indholdsproduktion (web, SoMe og TV). Som det fremgår senere har der på TV været en produktionsfremgang af nyproduceret TV på 5,6 % og en stort set uændret produktion af nyheder på web.

Det øgede ressource forbrug til indholdsproduktion er således brugt til at højne kvalitet (krav i PS-kontrakten) og at udkomme på sociale medier.

1.4

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

1.5

I hele 2016 har TV 2/Bornholm sendt på 24 timers kanalen. I perioden 2012-2014 blev der bevilget en mindre stigning i licensindtægterne til at udvide produktionen. Med det nye medieforlig for 2015, blev der skåret ned i licensindtægterne.

Antallet af 1. gangvisninger og sendetimer totalt i 2016 på den regionale kanal sammenlignet med de foregående år fremgår af dette skema:

Timer	2012	2013	2014	2015	2016
1. gangvisninger (nyproducerede)	958	953	997	942	995
Genudsendelser	2651	3491	3581	3984	5979
Fillers (trailere, sponsor mv.)	459	312	299	222	209
Skilte (nyheder) udsendt nat, formiddag/eftermiddag	4475	4004	3883	3612	1601
I alt	8544	8760	8760	8760	8784

Der er tale om en stigning på 5,6 % i nyproduceret TV.

Antallet af genudsendelsestimer er vokset som følge af en overordnet beslutning om hellere at genudsende end at vise skilte. Derfor kan man se, at antallet af timer, hvor der vises nyhedsskilte er faldet.

Det samlede resultatet er på 8784 timer. Stigningen på 24 timer fra 2015 skyldes en skuddag.

Som krævet i PS-kontrakten er der i hele året samtidigt sendt i vinduerne på TV 2|DANMARK. I vinduerne er der sendt 234 timers første gangs visninger.

1.6

TV 2/Bornholm har i 2016 sendt programmer i vinduerne på TV 2|DANMARKs hovedkanal svarende til sendetidsaftalen.

Det er et krav at alle de regionale vinduer på TV 2|DANMARK bliver spejlet på den regionale kanal, og dette er sket.

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

- Kl. 12.30 – 12.34
- Kl. 17.12 – 17.15
- Kl. 18.14 – 18.18
- Kl. 19.30 – 19.55

Kl. 22.27 – 22.34 (dog ikke fredag)

Lørdage og søndage er der to regionale vinduer:

Kl. 18.12 – 18.16

Kl. 19.30 – 19.45 (lørdag)

Kl. 19.30 – 19.55 (søndag)

(Ud over disse er der en nyhedsudsendelse kl. 14.00 på den regionale kanal, som ikke er i et vindue).

Som nævnt er alle disse spejlet på den regionale kanal.

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

1.7

TV 2/Bornholms seertal blev i 2016 målt med 10 seerundersøgelser foretaget af Jysk Analyseinstitut. Undersøgelserne foretages som telefon-undersøgelse og adskiller sig derfor i metoden fra de andre regioners seermålinger. Årsagen er, at der er så få TV-meter bokse på Bornholm, at den normale Gallup TV-meter måling ikke er retvisende. Jysk Analyseinstitut har brugt samme metode igennem årene, og deres tal er derfor sammenlignelige over årene, men der vil på grund af undersøgelsesmetoden være en større statistisk usikkerhed end den landsdækkende TV-meter undersøgelse.

Der er blevet stillet spørgsmål ved, om respondenterne er for flinke. Det vil sige, at de siger, at de ser programmer, som de reelt ikke har set. Det fremgår imidlertid af undersøgelsen at på visse dage får TV 2/Bornholm også lave seertal. F.eks. slår fredage med "Vild med dans" på TV 2|DANMARK også hårdt igennem på TV 2/Bornholm. Noget kunne derfor tyde på en høj grad af ærlighed.

Siden slutningen af 2009 er der også blevet spurgt til udsendelsen på Kanal Bornholm (den såkaldt regionale time fra 20 til 21), og fra januar 2012 er der spurgt til sening på den regionale kanal. Da det vil være for omfattende (og tidskrævende for den enkelte deltager i undersøgelsen), bliver der ikke spurgt til sening af alle programmer, men redaktionen har på forhånd defineret, hvilke programmer der skal spørges til.

En telefonundersøgelse har en højere statistisk usikkerhed, og den indebærer, at mindre udsving (+/- 3 % point) ikke kan danne grundlag for en konklusion om stigning eller fald. Sådan har udviklingen set ud for 19.30 udsendelsen hen over de 10 undersøgelser i 2016:

I procent	Brutto	Netto	Share
Januar	32,2	28,5	62,9
Februar	33,7	28,6	65,9
Marts	28,9	23,6	70,0
April	36,4	32,3	74,6
Maj	33,8	26,9	74,2
August	25,8	20,9	58,8
September	30,1	24,0	70,9
Oktober	33,3	26,8	76,5
November	29,1	22,6	61,2
December	28,9	24,7	67,5
Gennemsnit	31,2	25,9	68,3

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

Netto: En matematisk omregning af bruttotallet til personer, som har set hele udsendelsen og dermed det mest sammenlignelige rating-tal fra TV-meter-undersøgelsen.

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

Der er afvigelser hen over året, som er statiske sikre. F.eks. er det klart, at august er mindre end september. Det er normalt, at sommermåneder som juli og august har mindre TV-sening end efterår og vinter.

Her følger det årlige gennemsnit for 19.30-udsendelsen sammenlignet med de foregående år.

I procent	2016	2015	2014	2013	2012
Brutto	31,2	34,5	34,4	35,3	34,9
Netto/rating	25,9	30,0	28,9	29,4	29,3
Share	68,3	68,9	71,6	70,3	70,0

Afvigelsen på bruttosening (et fald på 3,3 procentpoint) er lige på kanten af at være statistisk sikker. Faldet på nettosening er i samme størrelse. Mens share er opretholdt.

TV 2/Bornholms seertilslutning er stadig væsentlig større end andre regioners, men det ser ud til at det fald, som finder sted over hele verden på sening af nyhedsudsendelser på TV også til en vis grad har fundet sted på Bornholm.

Udsendelsen kl. 22 har ligget uændret de senest tre år, idet afvigelserne er mindre end den statistiske usikkerhed på undersøgelsen.

I procent	2016	2015	2014	2013	2012
Brutto	11,4	12,5	13,1	15,1	20,0

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

2016				DR1	TV 2 DK	Andre
I procent	Brutto	Netto/rating	Share	Brutto	Brutto	Brutto
Januar	8,7	7,4	19,8	5,40	13,1	17,2
Februar	9,8	7,6	20,4	9,06	5,9	23,4
Marts	7,7	5,6	20,6	6,60	3,4	14,6
April	19,0	16,7	42,1	2,49	3,5	17,0
Maj	14,3	11,8	39,9	3,87	1,7	14,9
August	11,2	8,6	29,9	10,56	5,0	14,7
September	13,0	10,4	35,3	3,33	3,2	14,8
Oktober	11,4	9,3	30,5	6,33	6,0	13,3
November	9,2	7,2	24,1	3,84	3,9	20,1
December	9,9	7,8	25,8	2,54	3,9	19,5
Gennemsnit	11,4	9,2	28,8	5,40	5,0	16,9

Tidsrummet fra 20 til 21 er super-primetime. Det vil sige det tidsrum, hvor der er flest danskere, der ser TV. Det er derfor meget vigtigt at have en stor share. Der er måneder (f.eks. april), hvor TV 2/Bornholm har en højere share end alle kanaler, vi har spurgt til, lagt sammen.

Sammenlignet med 2015 ser måneds-tallene i 2016 således ud:

	2016			2015		
I procent	Brutto	Netto/rating	Share	Brutto	Netto/rating	Share
Januar	8,7	7,4	19,8	16,4	14,4	30,3
Februar	9,8	7,6	20,4	10,4	8,8	23,4
Marts	7,7	5,6	20,6	14,7	12,2	31,3
April	19,0	16,7	42,1	21,2	18,4	42,5
Maj	14,3	11,8	39,9	10,4	8,4	30,9
August	11,2	8,6	29,9	15,9	12,1	37,4
September	13,0	10,4	35,3	11,1	9,7	32,4
Oktober	11,4	9,3	30,5	11,0	8,9	25,5
November	9,2	7,2	24,1	9,4	7,5	26,4
December	9,9	7,8	25,8	9,2	7,5	22,0
Gennemsnit	11,4	9,2	28,8	13,0	10,8	30,2

Den gennemsnitlige afgivelse fra 15 til 16 er ikke statistisk sikker. Der er enkelte måneder, hvor der er afvigelser, der statistisk sikre. F.eks. er maj 16 væsentlig større end maj 15, men det er vanskeligt at konkludere en tydelig udvikling.

Jysk Analyseinstitut spørger også til sening af nyheder om eftermiddagen:

I procent	Nyheder mellem kl. 12 og kl. 18	Nyhedsskiltet nat og formiddag
Januar	18,5	19,1
Februar	23,3	21,2
Marts	22,8	26,6
April	16,6	16,1
Maj	10,9	9,7
August	17,2	19,8
September	19,6	9,1
Oktober	19,3	27,4
November	12,8	18,3
December	21,9	14,4
Gennemsnit 2016	18,3	18,2

I forhold til 2015 (hvor de tilsvarende tal var 17,1 og 17,6) er der tale om en uændret sening.

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

I procent	Dagligt	4-6 gange om ugen	2-3 gange om ugen	1 gang om ugen	Sjældnere	Aldrig	Ved ikke
Januar	37,7	7,4	15,3	6,2	18,6	13,3	1,3
Februar	31,1	4,9	14,9	11,9	14,1	21,8	1,4
Marts	32,6	12,1	14,4	7,8	20,5	11,6	1,0
April	32,3	11,6	13,7	6,9	19,3	14,4	1,7
Maj	32,8	9,5	10,1	10,8	21,1	13,7	1,9
August	29,8	10,0	15,3	8,6	24,7	10,7	1,1
September	31,1	8,8	13,8	8,5	22,4	13,1	2,3
Oktober	33,9	12,9	15,6	7,0	17,8	11,4	1,5
November	29,6	8,0	14,5	7,4	19,8	19,3	1,5
December	23,2	14,2	17,0	7,6	21,9	12,4	3,8
Gennemsnit	31,4	9,9	14,5	8,3	20,0	14,2	1,7

Afvigelserne er så små, at det ikke er muligt at konkludere noget om en udvikling fra 2015 til 2016.

1.8

Der har ikke været holdt Folketingsvalg eller kommunalvalg i 2016.

1.9

Der udarbejdes ikke en oversigt over sendetiden fordelt geografisk på Bornholm. Det vil være overflødigt bureaukrati på Bornholm. Forpligtigelsen til at dække hele regionen (dvs. hele Bornholm plus Ertholmene) er åbenlyst opfyldt i og med, at regionen er så lille.

2. Public Service-formål

2.10

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

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

Den overordnede ledelse varetages af bestyrelsen, som på baggrund af lovgivningen har ansvaret for den overordnede programpolitik.

I efteråret 2015 begyndte bestyrelsen et arbejde med at opdatere den daværende målsætning. Bestyrelsen vedtog at starte forfra på et sådan arbejde, og i stedet definere et sæt ledestjerner, som udgør de overordnede mål for virksomheden.

Under arbejdet blev der defineret seks ledestjerner:

- * Vi vil være et digitalt mediehus, der løbende udkommer hurtigere på alle relevante platforme.
- * Vi vil gøre Bornholm til et bedre sted at leve ved at være aktivt samfundsudviklende gennem konstruktiv journalistik og igangsætter af events.
- * Vi vil skabe et øget forbrug af vores indhold blandt målgruppen under 40 år.
- * Vi vil gøre vores platforme til bornholmernes foretrukne tilgang til nyheder.
- * Vi vil inddrage og engagere bornholmerne i store og små fællesskaber, der skaber sammenhængskraft på Bornholm.

* Vi vil være en attraktiv og kreativ arbejdsplads med engagerede medarbejdere.

Disse blev endeligt godkendt i bestyrelsen i december 2015 og var således gældende i hele 2016.

I tilrettelæggelsen af produktionen, vagtplanlægning og organisation er der derfor i løbet af 2016 gennemført en række ændringer, som spejler f.eks. målet om at udkomme hurtigere på alle relevante platforme. Det har betyde overførsel af de ressourcer, som er fremkaldt af rationaliseringer på TV-plattformen til internetbaserede platforme (eget website, on-demand video platform og sociale medier).

Udover at være forudsætningen for at udkomme hurtigere, så er det også en del af den strategi, der er nødvendig for at opnå et øge forbrug blandt målgruppen under 40 år (ledestjerne nr. 3.) i højere grad at anvende andre platforme end flow-TV.

Set i lyset af Rigsrevisionens analyse i 2016 og herunder kritik af manglende konkret målsætning for produktionen, besluttede bestyrelsen, at målsætningen for 2017 skal være 1.000 timers nyproduceret TV, og 10.000 artikler på websiderne (Hertil kommer så udgivelser på sociale medier).

2.11

Der har i 2016 været sendt i alt 693 timer i TV, som er registreret under kategorien nyheder. Væksten skyldes i al væsentlighed genudsendelser, idet registreringen i kategorier ikke skelner imellem nye programmer og genudsendelser.

Nyheder på web og SoMe beskrives senere.

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

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

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

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

Man kan også se programoversigter og kontakte redaktionen.

Begge blev opdateret til nye versioner i 2015.

2.12

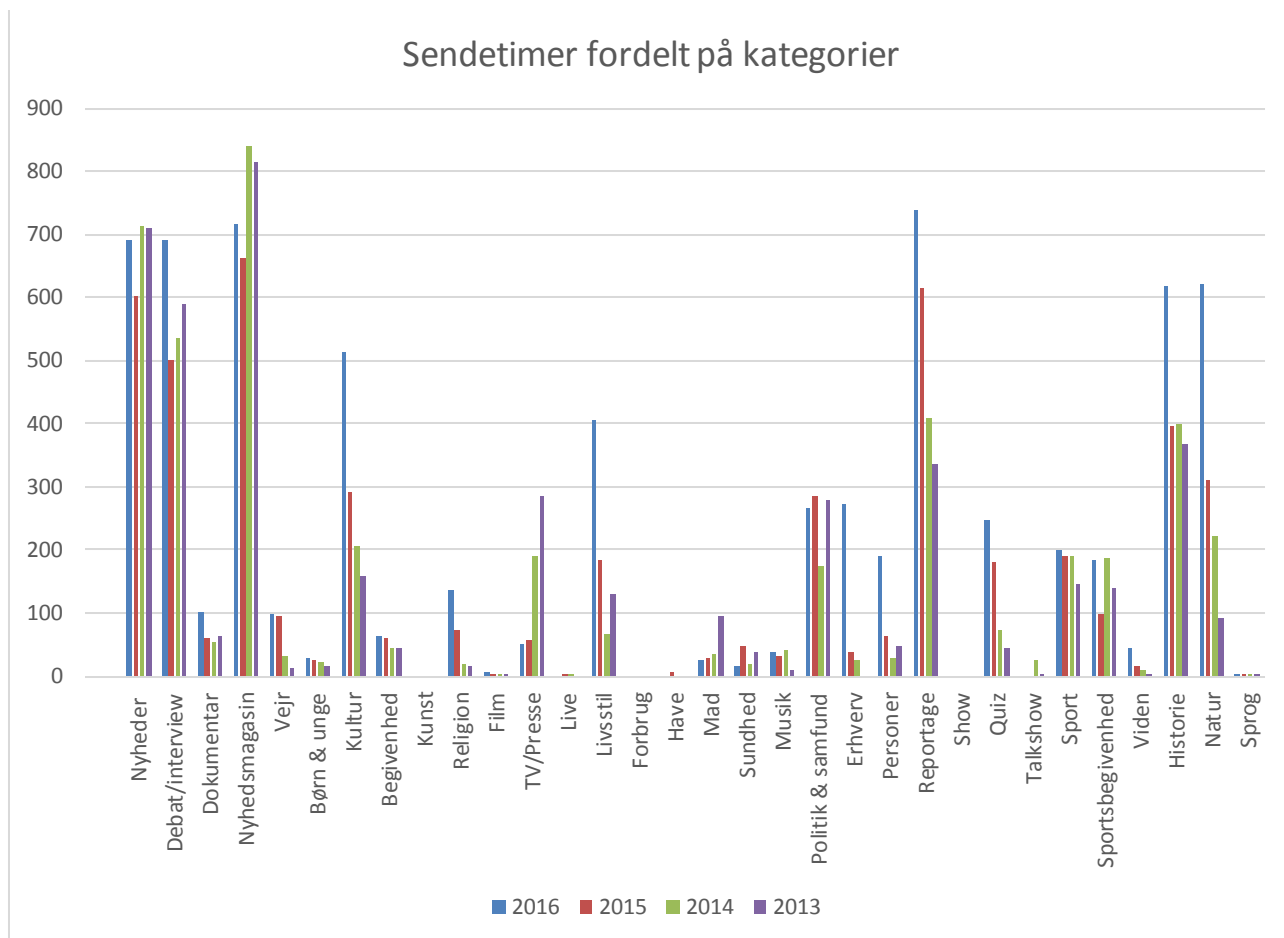
Der har ikke været holdt valg i 2016.

2.13

På den regionale kanal er der foretaget en opdeling i kategorier af de programmer, der er blevet sendt.

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

	2016	2015	2014	2013
Nyheder	693	602	714	711
Debat/interview	691	502	537	591
Dokumentar	102	60	53	64
Nyhedsmagasin	717	662	842	816
Vejr	97	95	33	13
Børn & unge	28	24	21	15
Kultur	513	291	207	160
Begivenhed	64	60	46	45
Kunst	0	0	0	0
Religion	135	72	20	15
Film	6	4	3	1
TV/Presse	52	57	191	284
Live	0	2	1	0
Livsstil	407	184	67	129
Forbrug	0	0	0	0
Have	0	5	0	0
Mad	27	29	35	94
Sundhed	17	48	20	37
Musik	37	32	42	10
Politik & samfund	267	287	175	279
Erhverv	274	37	24	0
Personer	190	62	29	48
Reportage	740	614	410	336
Show	0	0	0	0
Quiz	247	182	72	45
Talkshow	0	0	27	2
Sport	201	191	190	146
Sportsbegivenhed	184	97	188	139
Viden	43	17	9	1
Historie	617	398	400	369
Natur	623	310	221	92
Sprog	1	2	1	2



Der er ikke udarbejdet en separat oversigt over indholdet af 19.30 udsendelsen på TV 2|DAN-MARK, idet disse jo er et spejl af de samme udsendelser sendt på TV 2/Bornholm.

TV 2/Bornholms programflade består ud over nyhederne af magasiniformater, der løbende udskiftes eller videreudvikles.

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

Blandt de vigtigste faste magasiner er:

Naturprogrammet EKKO, som sendes månedligt, og altid har høje seertal.

Debatprogrammet 360 – ugentligt magasin, der tager den vigtigste debat lige nu på Bornholm.

Månedligt magasin der fortæller om de vigtigste sager på kommunalbestyrelsens dagsorden, kombineret med livetransmission på nettet af hele mødet. Senere på aftenen udsendes hele mødet også på den regionale kanal.

Kulturstoffet dækkes i form af to serier, der hedder Kulturreportagen og Kulturkalenderen. I PS-kontrakten gældende fra 1. januar 2015 anføres, at kulturstoffet skal styrkes. Som det fremgår af opgørelsen over sendte programmer, så er der en fremgang i kulturstof fra 207 til 291 timer fra 2014 til 2015. Dette niveau er uændret i 2016 (skemaet på side 11 indeholder i 2016 et forøget antal genudsendelser, og er derfor ikke sammenligneligt bagud).

Hertil kommer transmissioner fra møderne i regionsrådet i Region Hovedstaden, der holder sine møder i Hillerød. Regionsrådets møder bliver sendt i fuld længde dagen efter mødet.

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

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

Det dybdeborende journalistiske magasin Perspektiv sendes en gang om måneden (dog med sommerpause).

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

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

Dækningen er løbende blev udvidet.

En væsentlig del af dækningen er et fælles regionalt nyhedsmagasin, som bliver sendt fra TV 2/Bornholms studie. Alle regioner deltog i 2016. Regionerne sendte medarbejdere til Bornholm, og programmet blev sendt landsdækkende på de regionale kanaler.

TV 2/Bornholm indgik igen en aftale med TV 2/News og Danmarks Radio om at være poolproducent af partiledernes taler på den store scene. Det er kun et praktisk teknisk samarbejde. Der er ikke tale om et redaktionelt samarbejde.

TV 2/Bornholm har en særlig forpligtigelse til at samarbejde med kultur og idræt på Bornholm. Det har i 2016 ført følgende større produktioner med sig (der har også været mindre ting, som det vil føre for vidt at gennemgå).

1. I 2005 søsatte TV 2/Bornholm bogstaveligt talt Danmarks første direkte TV-transmitterede lystfiskerkonkurrence, Trolling Master Bornholm. Med 162 deltagere blev det allerede i premiere-året en af de største trollingkonkurrencer i Skandinavien. I 2016 deltog 368 både, og er dermed den største konkurrence i Europa.

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

TV 2/Bornholm er med i det projekt, fordi det er godt TV, men samtidigt er det klart, at netop regional-TV's engagement i sådan en aktivitet er med til at skabe en unik kulturbegivenhed på Bornholm, hvor 1.000 deltagere rejser til øen i en lille uge.

2. Samarbejdet med Etape Bornholm blev gentaget i sommeren 2016. Produktionens omfang lå på det niveau, som blev tilfældet efter besparelserne i 2015., Etape Bornholm er et 5-dages løb, hvor løberne henover etaperne tilsammen ender med i alt at have løbet en maratondistance. Løbet foregår over hele øen, og indebærer derfor, at deltagerne både har været på en strabadserende strandetape og en bjergetape med en stigning på 14 %. Løbet arrangeres af Viking Atletik i Rønne.
3. En gruppe bornholmske unge har siden 2008 arrangeret en musikfestival, "Wonderfestiwall" ved Hammershus. I 2009 gik TV 2/Bornholm med i arrangementet. Og vi har siden både økonomisk (ved at leje arealer til TV-studie) og programmæssigt været involveret.

I 2016 flyttede TV 2/Bornholm nye studiefaciliteter til festivalpladsen, og der blev sendt flere minutter end året før.

Fra 2014 uddeler festivalen sit overskud til andre kulturelle initiativer på Bornholm.

4. Med fire af Danmarks bedste kokke som dommere blev der på Gudhjem Havn i juni 2011 afholdt en kokkekongurrence, "Sol over Gudhjem", for unge talentfulde kokke fra hele landet. Arrangementet blev lavet i samarbejde med lokale producenter af kvalitetsfødevarer. Konkurrencen er siden blevet gentaget hver sommer. I 2016 blev konkurrencen både sendt på den regionale kanal og re-transmitteret på TV 2|DANMARK, (som også viste et portrætprogram med de fire deltagende kokke). Flere tusinde mennesker kom ned på Gudhjem Havn i løbet af dagen.
5. En gruppe af unge gik i 2014 i gang med at lave en triatlon konkurrence i og omkring Gudhjem. I 2015 gik TV 2/Bornholm med i konkurrencen, der med de seneste års udvikling omkring triatlon har et stort potentiale. Konkurrencen blev sendt direkte. Samarbejdet blev gentaget i 2016.
6. I 2010 havde TV 2/Bornholms kulturpris premiere som et led i den i PS-kontrakten nævnte indsats for kulturlivet på Bornholm. Den er nu blevet uddelt syv gange.

Kulturprisen er beskrevet på denne måde:

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

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

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

Her er en oversigt over de seks foregående vindere:

2010: Arrangørerne af Wonderfestiwall.

2011: Mai Ørsted, leder af Grønbechs Gård.

2012: De frivillige i Musikhuzet.

2013: Kunsthåndværkerforeningen ACAB.

2014: Forfatteren Dennis Gade Kofod.

2015: De tre bornholmere bag restaurant Kadeau, som fik Michelin stjerne.

I 2016 blev følgende nominerede (kandidaterne nomineres af TV 2/Bornholm):

Allinge Jazz Venner - for at genrejse foreningen og arrangementet, der ellers var ved at lukke.

Bjarne Kure - for at skabe nye shows og sange på Bornholmsk

Den Danske Keramikfabrik i Nexø - for at ideen om at skabe en større og bæredygtig produktion af keramik på Bornholm.

Årets pris gik til Den Danske Keramikfabrik.

7. Musikhjørnet hver fredag aften. Samarbejde med det regionale spillested Musikhuzet i Rønne og de andre spillesteder på Bornholm. Her præsenteres hver fredag den kunstner eller band, som samme aften skal optræde et sted på øen.

Det angives i PS-kontrakten, at der skal prioriteres kvalitet over kvantitet. Dette er også kort adresseret i pkt. 1.3. Her skal også nævnes, at er både i den interne og eksterne produktioner prioriteres at lave produktioner, hvor der er ekstra tid og ressourcer og dermed forhåbentlig også en højere kvalitet. Fra ovenstående kan nævnes programmer som EKKO og Sprogblomster i den interne produktion. Men også serien ”Borgernes Ø” om de bornholmske borgruiner, som begyndte i slutningen af 2016, og som er leveret af en privat producent, er et eksempel på at prioritere kvalitet over kvantitet.

TV 2/Bornholm har tidligere haft en forpligtigelse til at udøve medieskoleaktiviteter.

Selvom dette nu er udeladt af PS-kontrakten, så har TV 2/Bornholm valgt i 2016 at fortsætte samarbejdet med folkeskolerne om en specifik uge, hvor alle erhvervspraktikanter, der gerne vil i praktik i mediebranchen bliver samlet. Praktikanterne danner en redaktion, og de får mulighed for at producere indslag og samle det i en udsendelse, der så bliver produceret i studiet.

Redaktionen har hele ugen en journalist og fotograf tilknyttet, så de bliver undervist i TV-mediet. Ugen afsluttes fredag med en produktion af en komplet nyhedsudsendelse, hvor en af deltagerne er vært.

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

2.14

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

I 1.000 kr.	2012	2013	2014	2015	2016
Nyhedsindslag mv.	205	131	187	160	113
ENG, SNG mv.	38	59	30	15	25
Nyhederne i alt	243	190	217	175	138
Sporten	0	0	5	2	3
Program afd.	0	104	40	160	180
Omsætning i alt	243	294	262	337	321
Antal nyhedsindslag	68	54	75	58	50

Som det fremgår af skemaet, har 2016 i 5-års perioden den laveste omsætning med Nyhederne både i penge og i antal enheder.

Det kan være et tilfælde, som kan hænge sammen med vejrliget. Med så lille en omsætning så kan en snestorm eller andet hårdt vejr få indflydelse på, hvor interessant Bornholm er for Nyhederne.

Fremgangen i omsætningen med programafdelingen hidrører fra re-transmissionen af "Sol over Gudhjem" (kokkekonkurrence på Gudhjem Havn).

Med i skemaet er indtægten fra TV 2 på en poolproduktion fra Folkemødet 2016 til TV 2/News (og DR). Poolproduktion betyder, at det kun er én TV-station, der producerer signalet, men det bringes af flere. I dette tilfælde var det åbning og lukning af Folkemødet plus partiledernes taler.

Der var i øvrigt ikke noget samarbejde med TV 2 vedr. dækningen af Folkemødet.

2.15

I Public Service-kontrakten er det et krav, at der holdes en producenternes dag. Denne fandt sted i november. Der mødte tre producenter op, og de fik en gennemgang af de planer, som TV 2/Bornholm har for 2017.

Det er også et krav at holde en pitchdag for producenter. På ovennævnte møde var der enighed med producenterne om, at dette ikke giver mening, og at ville være langt bedre, hvis de tre hver for sig kunne pitche programmer.

Der har i slutningen af 2016 og starten af 2017 været afholdt individuelle pitch med de tre producenter.

Når vi ser på Bornholms særlige geografiske beliggenhed, så er det kun få, om nogen, eksterne producenter, bosiddende uden for Bornholm, som ønsker at lave programmer på eller om Bornholm. Årsagen er den simple, at der ikke blot skal tillægges omkostninger til rejsen, men også til løn til medarbejdere i den tid, der bruges på at rejse til Bornholm.

I 2016 blev der indgået en kontrakt med en københavnsk producent om en serie om Bornholms Tidende i anledning af avisens 150 års jubilæum. Budgettet for denne serie påviste de ekstra omkostninger, der er ved at anvende producenter uden for Bornholm.

Der er to uafhængige producenter bosat på øen, som begge er mindre virksomheder med en eller to personer beskæftiget. De har leveret færdige programmer til TV 2/Bornholm. Ingen af dem har tekniske muligheder for at lave større fler-kamera produktioner. Der er heller ikke andre TV-studier på øen.

Ovenstående kan give en udfordring med at kunne leve op til udlægningskravet, hvis de nævnte producenter f.eks. bliver ramt af sygdom eller stopper.

3. Specifikke Public Service-forpligtigelser

3.17

Public Service-kontrakten, som blev gældende fra 1. januar 2015, indeholdt et krav om styrkelse af dækning af kunst og kultur. Dette blev så realiseret fra 2014 til 2015 og dokumenteret i Public Service-redegørelsen for 2015.

Det giver ikke mening at tolke påbuddet, som en forøgelse hvert år i de efterfølgende år.

Dækningen af kunst og kultur har derfor været på samme niveau, som den var i 2015.

3.18

Den politiske dæknings hjørnestene er transmissioner fra Bornholms Regionskommunes kommunalbestyrelsesmøder og Hovedstadsregionens Regionsråd. Begge del kan opleves i fuldlængde dels på kanalen men også live på nettet.

Kommunalbestyrelsesmøderne bliver indledt med et magasin, som går i dybden med de væsentligste sager, som er på dagsordenen den dag.

3.19

Samarbejde med andre regioner om grænseområder. Ikke relevant for Bornholm.

3.20

Der har ikke været bragt programmer, hvor det har været relevant at advare børn og unge mod at se dem.

3.21

Der har ikke været bragt programmer, som har tilskyndet til racisme og had.

3.22

Alle regioner arbejder sammen om at producere en halv time, "Danmark Rundt", der hver dag giver et indblik i regionale historier fra hele landet.

Alle regioner har samarbejdet om et fælles nyhedsmagasin fra Folkemødet 2016.

Alle regioner deltog i finalen i "Smart-parat-svar", som er landsfinalen i 6. klassernes vidensdyst, produceret af TV 2/Bornholm fra Odense og sendt direkte på de regionale kanaler.

Alle regioner samarbejdede om dækningen af DM i Skills fra Fredericia i februar. DM i Skills er DM for unge, der går på erhvervsuddannelserne. Netop fordi der deltager unge fra hele landet, så giver det mening at samarbejde om det.

Sammen med TV 2/Danmark er alle regioner med i et 2-årigt forsøg med deling af indhold på interaktive platforme, således at regionale indhold bliver eksporteret til TV 2 net-platforme, og er med til at skabe trafik tilbage til de respektive regionale net-platforme.

Syv regioner var med til at dække Bogforum 2016 i november, og sendte hver reportere og værter til at lave interviews. I alt blev det til 10 timers TV.

Samarbejdet omkring dækningen af kommunalvalget i 2017 begyndte allerede i 2016. Det er bla. besluttet, at der skal laves en fælles indsats for at højne interessen for valget blandt unge under 30 år. Projektet hedder "Unge stemmer i 17".

Syv regioner fortsatte samarbejdet omkring et fælles CMS, og har hos samme leverandør bestilt en ny applikation til mobile enheder til levering i 2017.

Alle regioner indgik i 2016 en aftale med TV 2/Danmark om levering af juridisk bistand og rådgivning. Aftalen indeholder også assistance under de kommende overenskomstforhandlinger.

Telenor er efter et udbud sammen med TV 2/Danmark, valgt som leverandør af tele-ydelser. I 2016 blev denne aftale forlænget (som udbuddet også rummede mulighed for).

Rigsrevisionen gennemførte i 2016 en undersøgelse af TV 2-Regionerne. I hele forløbet arbejdede regionerne sammen om at fremskaffe den fornødne dokumentation og rette de fejl, som var i Rigsrevisionens arbejde.

Sammen med TV 2/Danmark deltog alle regioner i et analyse arbejde, som Ernst & Young blev bestilt til at foretage. E&Y undersøgelsen handlede om at identificere områder, hvor det vil give mening at samarbejde for at spare ressourcer.

Syv regioner med samme planlægningsystem og økonomisystem samarbejdede igennem året om uddannelse og opdatering.

I slutningen af 2016 blev det besluttet at påbegynde en ensretning af kontoplanerne. Dette vil blive afsluttet i 2017.

I løbet af 2016 var der et tæt samarbejde og koordinering af Microsoft licenser mellem alle regioner.

Syv regioner har valgt samme system til direkte transmissioner fra kameraer, og har samarbejdet omkring indkøb og tekniske løsninger.

Ordringen med supportteknik ("Ring en ven") blev oprettet, og fungerer på den måde, at alle kender hinandens support-specialer og derfor kan ringe til en anden region for at få assistance.

Hver sommer afholder regionerne i samarbejde med TV 2 | DANMARK en stor sommerworkshop af 4 dages længde.

Der har været afholdt redaktørseminar med deltagelse af alle regioner.

Sammen med TV 2/Danmark har der været holdt samarbejdskonference og seminar om fremtidens web – samt pitch til programafdelingen og master class for programfolk.

I forbindelse med det førnævnte projekt om deling af indhold har der været holdt flere digitale seminarer og medarbejdere har været på udveksling for at lære hinandens redaktionelle tankegang at kende.

4. Handicap forpligtigelser

4.23

Siden den 1. oktober 2010 har TV 2/Bornholms tekstet hovedudsendelsen kl. 19.30. Der anvendes tale-til-tekst software.

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

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

Tale-til-tekst blev i 2016 brugt på alle 19.30-udsendelserne på hverdage og udsendt på den regionale kanal i overensstemmelse med Public Service-kontrakten.

5. Dansk sprog og europæiske programmer

5.24

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

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

5.25

I henhold til Public Service-kontrakten og bekendtgørelse om vedtægt for de regionale TV 2-virksomheder skal over halvdelen af den sendetid, der ikke er nyheder, sport, konkurrencer mm., bestå af europæiske programmer.

Der er ikke i 2016 købt og udsendt programmer fra lande uden for Europa. Andelen af europæiske programmer udgør derfor 100 %, og reglen er derfor blevet overholdt.

TV 2/Bornholm skal tilstræbe, at 10 % af den sendetid i TV, der ikke består af nyheder, sportsbegivenheder, konkurrencer og tekst-TV, afsættes til europæiske programmer fra producenter, der er uafhængige af TV-foretagender.

Andelen af programmer i kategorien leveret af uafhængige producenter er opgjort til 19,9 %. Reglen er derfor overholdt.

Kravet er også, at en passende andel skal forbeholdes programmer af nyere dato. Den væsentligste andel af programmerne har været nyproducerede, og det var tilfældet i 2016.

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

44,9 % af sendetiden opgjort på denne måde (ikke nyheder, sport mm.) er blevet leveret af uafhængige producenter. Det er således over de krævede 33 %.

6. Dialog med befolkningen i regionen

6.26

Den væsentligste direkte del af dialogen med befolkningen foregår i repræsentantskabet. Repræsentantskabet består af 36 lokale foreninger og organisationer.

Repræsentantskabet har to årlige møder. Møderne indeholder, udover generelle diskussioner, også specifikke diskussioner i forhold til udsendelserne.

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

6.27

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

6.28

TV 2/Bornholm åbnede i efteråret for dialog og debat på stationens Facebook side. Langt den overvejende del af indlæggene er engagerede, argumenterende og har et nogenlunde niveau af pli over for modstandere i debatten.

Det gælder ikke for et lille mindretal, som har skrevet indlæg med voldsomme personangreb, beskyldninger og perfiditeter.

For at sikre at TV 2/Bornholm's grundværdier som Public Service-station bliver overholdt, har det været nødvendigt at slette ganske mange indlæg. Der er i alt seks debattører, der helt er blevet udelukket.

6.29

Der er rundvisninger på TV 2/Bornholm tæt på ugentligt. Der er tale om alt fra skoler til pensionistforeninger.

6.30

Der blev i 2016 modtaget 2-3 mails om måneden med kritik eller ros sendt enten til medarbejderen, redaktions-postkassen eller direktøren.

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

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

Der har ingen sager været i Pressenævnet i 2016.

6.31

TV 2/Bornholm er forpligtiget til at udsende meddelelser af beredskabsmæssig karakter. Der blev i 2014 på landsplan indgået aftale om, hvordan det bliver håndteret. Af aftalen fremgår at TV 2/Bornholm skal informere beredskabsmyndighederne om, hvordan det konkret bliver håndteret. De lokale beredskabsmyndigheder er skriftligt orienteret om det, og har bekræftet modtagelsen.

Der har i 2016 ikke været bragt meddelelser af beredskabsmæssig karakter, men systemet er som nævnt oven for sat op.

7. "Vinduer" i TV 2-sendefloden

7.32

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

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

Varigheden af det, der opfattes som hovedudsendelsen i vinduerne (dvs. Kl. 19.30) er typisk 25 minutter. Heraf vil 14-15 minutter være nyheder og den sidste del være et magasin. Det arbejdes der imidlertid på, så der er en dynamisk udvikling over årene af vinduet.

8. Regionale udsendelser uden for TV 2-sendefloden

8.33

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

TV 2/Bornholm har valgt at lade mængden af genudsendelser stige til fordel for nyhedsoverskrifter, hvilket fremgår af oversigterne under pkt. 2.13

Kanalen har udviklet sig dynamisk i løbet af året, idet det har været vigtigt i programplanlægningen at forholde sig til andre kanalers programlægning. Alle nyproducerede udsendelser bliver bragt i tidsrummet 20-22. Omfanget af disse udsendelser er beskrevet under pkt. 2.13.

Indholdet – dvs. fordeling i kategorier – er beskrevet under pkt. 2.13.

9. Digital

9.34

TV 2/Bornholm udgiver nyheder m.m. på www.tv2bornholm.dk hertil kommer tilbud om at brug et ældre videoarkiv på www.tv2regionerne.dk.

Der er ikke dele af websiderne, der drives på kommercielle vilkår.

I 2015 er der tilføjet en mobil/tablet version af websitet, som er baseret på adaptive design. Det vil sige, at brugerens enhed bliver testet ved ankomsten til websiden, og at denne derefter indrettes, så den passer bedst til enheden. Denne fortsatte i 2016.

Desuden er der skabt et helt nyt streaming video og on-demand miljø, der hedder:

play.tv2bornholm.dk

Årsagen til dette er den stigende anvendelse af netbaseret TV. Brugere skal derfor serviceres på en enkel og intuitiv måde.

Her er udviklingen i antallet af enheder inkl. nyheder udgivet på websiden i fem år:

	Antal enheder	gns. pr. dag
2011	6500	17,8
2012	7400	20,3
2013	9400	25,8
2014	8500	23,3
2015	9283	25,4

Ovenstående statistik har været – som angivet over skema – baseret på en optælling af alle udgivelser på websiderne.

For at give et præcist billede af selve nyhedsproduktionen vil vi overgå til en optælling, der kun omfatter nyheder. Dette tal vil selvfølgelig være lavere:

	Antal nyheder	gns. pr. dag
2014	7543	21
2015	7287	20
2016	7461	20

Der har altså været en nogenlunde konstant produktion på i gennemsnit 20 nyheder om dagen.

Der foretages ikke en opgørelse internt der præcist siger, hvor meget tid (=hvor mange ressourcer), der bruges på henholdsvis web-udgivelse og TV. Der er en fast normering på nettet fem dage om ugen (06.00 til 20.30), mens weekenden klares af den vagtsatte bemanning, men det vil være forkert at se det som et udtryk for de ressourcer, der anvendes til web-dækningen. Det er nemlig også de TV-producerende medarbejderes ansvar at udgive deres historier i net-versioner. Det sker typisk i tidsrummet 17.00 til 19.30. Og det sker typisk også via en sammenkædning med video-materialet fra udsendelsen. Der foretages ikke en registrering af dette, fordi TV 2/Bornholm anser en sådan registrering for overflødigt bureaukrati, som hellere anvendes i den kreative produktion.

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

Desuden er der en ekstra live streamings kanal – også kalde event-kanalen – som anvendes, når vi har flere begivenheder samtidigt.

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

Herudover er der to dedikerede nyhedsapplikationer (Android og Apple iOS).

Applikationen indeholder tre dele:

- En widget som kan ligge på forsiden af telefonen indeholdende tophistorien og de to nyeste historier. Brugeren vælger selv, hvor tit disse skal opdateres.
- Den egentlig applikation som indeholder tophistorien plus de 30 nyeste historier med både tekst og billede.
- Live-streaming af TV 2/Bornholms kanal.

Applikationen var klar til download fra Android Marked den 1. oktober 2010, og har dermed kørt siden. Apple iOS, som er klart mindre i udbredelse, blev tilføjet i første kvartal 2013.

Fordi der er afgørende flere Android-smartphones end iPhones blev den valgt som den første.

Sådan ser udviklingen ud på antallet af applikationer:

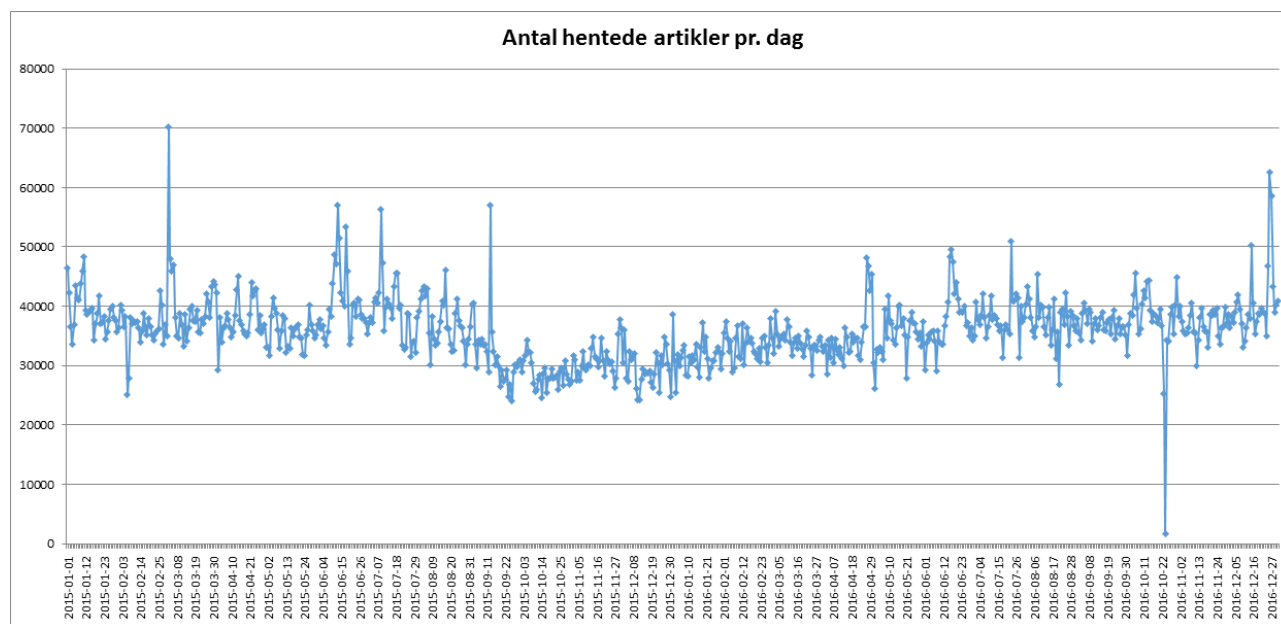
System/dato	1. januar 2013.	1. januar 2014.	1. januar 2015	1. januar 2016	1. januar 2017
Android	1.712	2.389	2.640	2.918	3534*
Apple iOS	Ikke udgivet	3.300**	5.170**	3320***	3860***

* Tallet er pr. 29.11 2016. Herefter gik Android over til en ny opgørelsesmetode.

** 14 og 15 blev af Apple opgjort som antallet af downloads.

*** Apple opgør i 16 og 17 antallet af aktive installationer, som har givet lov til at det bliver oplyst. Apple oplyser, at 10% af brugerne har tilladt, at informationerne bliver delt med TV 2/Bornholm. Det er så 386, der har accepteret. Vi har derefter ganget tallet med 10.

Sådan ser udviklingen ud i antallet af hentede artikler på de to mobile platforme (applikationer) fra 1. januar 2015 til 31. december 2016:



Der er altså alene tale om artikler hentet ud på applikationerne på iPhone og Android. Der er ikke tale om læsning af artikler via en browser på mobile enheder.

De fleste dage er forbruget således knap 40.000 artikler om dagen. Systemet er sat op, så der automatisk sendes de 10 seneste artikler til applikationen, når den åbnes. Det sikrer, at den er meget brugervenlig, fordi brugerne ikke skal vente på en artikel, når man vælger at læse den. Det har så den ulempe, at vi ikke i statistikken kan se, hvilke artikler der bliver læst. Herfra kan vi kun se, hvor mange vi sender afsted.

Disse trafiktal skal tillægges driftstal fra vores website og FB-sider. Det cementerer TV 2/Bornholms position som øens største digitale nyhedsformidler.

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

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

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

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

Her er et eksempel.

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

Sådan ser udviklingen i antallet af unikke brugere ud (Google Analytics):

Måned	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Januar	49.043	47.708	61.653	56.572	63.518	80.995
Februar	49.410	49.211	56.515	58.179	56.997	77.787
Marts	46.469	50.013	61.751	57.130	63.679	82.096
April	49.525	66.926	52.097	57.542	81.478	97.261
Maj	49.333	55.158	58.098	80.122	61.192	85.080
Juni	70.914	57.155	51.451	61.396	64.613	94.530
Juli	54.893	59.038	56.233	57.787	68.769	85.587
August	47.637	59.128	53.147	64.353	157.322	87.456
September	45.775	60.829	46.499	63.166	69.370	73.160
Oktober	48.410	56.278	47.831	60.265	78.427	86.172
November	43.657	54.026	50.455	55.424	99.751	132.398
December	40.464	56.680	49.605	56.543	68.874	82.214
Total	595.530	672.150	645.335	728.479	933.996	1.066.752

Der er tale om en væsentlig fremgang svarende på 12,4%, og det siger noget om den omlægning af nyhedsforbrug som finder sted i disse år. Fra 2011 er der tale om næsten en fordobling.

Der er stadig afvigelser på enkelt-måneder, som har sin egen specielle forklaring. I 2015 stikker august ud på baggrund af en historie om en kvæstet landmand, der under høsten fik hjælp af sine naboer. I 2016 er det november med et indslag om en amatør astronom, som så på supermåne.

Sådan ser "forbruget af hjemmesiden ud" – såkaldte sessioner:

Måned	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Januar	258.746	207.392	238.011	234.099	277.606	298.133
Februar	235.372	227.360	225.090	225.084	230.450	278.980
Marts	232.827	206.133	264.189	224.963	274.540	289.190
April	226.684	229.328	210.643	214.565	292.623	324.375
Maj	221.534	197.375	222.563	260.225	240.073	288.099
Juni	263.510	206.564	196.460	239.585	264.044	313.468
Juli	239.732	209.871	210.250	227.018	276.821	294.267
August	235.447	209.785	207.083	253.282	359.390	295.298
September	215.618	204.232	181.284	234.320	249.170	266.023
Oktober	205.570	201.712	194.655	231.583	252.576	303.095
November	195.139	187.241	206.048	217.184	289.682	338.925
December	179.662	228.767	211.153	239.471	261.783	302.926
Total	2.709.841	2.515.760	2.567.429	2.801.379	3.268.758	3.594.795

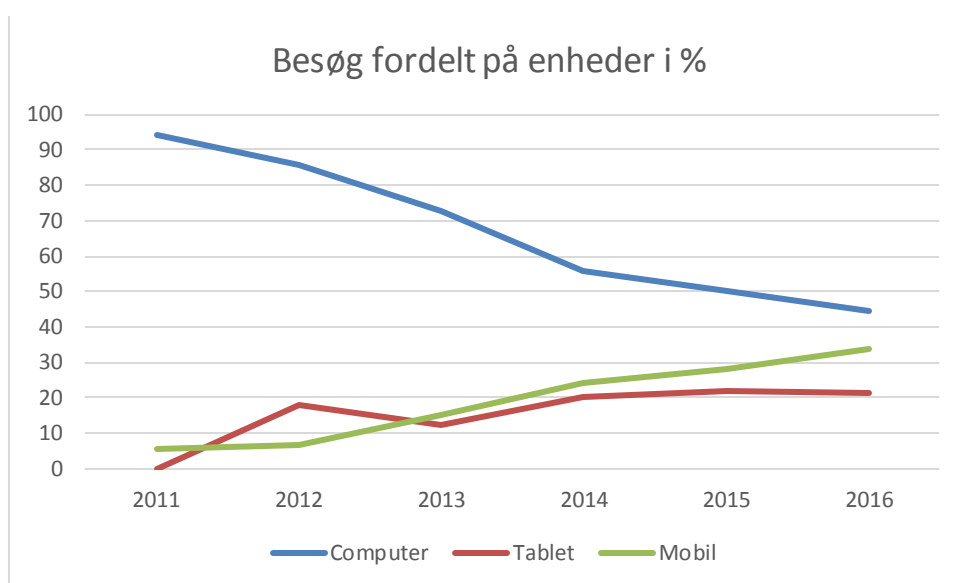
Igen en markant fremgang. I forhold til 2015 er fremgangen på 9 %

Der sker for TV 2/Bornholm det samme, som sker for alle andre medier på nettet: EN klar og tydelig bevægelse fra computer til mobile enheder.

Her er udviklingen over de seneste fem år:

Måned	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Computer	94,08	85,78	72,47	55,71	50,17	44,75
Tablet	0,18	17,78	12,54	20,05	21,84	21,36
Mobil	5,75	6,88	14,99	24,24	27,99	33,90

Sat op grafisk ser udviklingen sådan ud:



Fra stort set at udgøre hele forbruget er computeren nu under halvdelen, mens mobiltelefon har taget over.

Som det fremgår, kommer halvdelen af medieforbruget på TV 2/Bornholm nu fra mobile enheder.

I det senere år har sociale medier udgjort en stadig stigende platform for kontakt med brugere og seere.

Selvom det ikke er noget krav til PS-redegørelsen, har vi valgt at inkludere et afsnit om dette.

Ved indgangen af 2016 var der på Facebook knap 7.000 følgere/synes godt om. Det var ved udgangen af året næsten fordoblet til ca. 13.000. Sammenlignet med andre regioner og TV 2/Danmark er det et meget højt tal. Kønsfordelingen på de 13.000 er 58% kvinder og 42% mænd. Det er interessant nok også kvinder, der interagerer på FB. De står for 63% mod mændenes 37 % De er altså overrepræsenteret blandt de, der interagerer.

Udbredelsen via Facebook kan nogen gange nå store højder. Årets rekord er fra august, hvor der var 146.000, der så et opslag om en 16-årig, der har bygget en lastbil om, og som han af gode grunde ikke selv har kørt endnu.

Når det gælder video visninger på Facebook, så var rekorden, at 46.000 har set afslutningen af Trolling Master Bornholm 2016.

I alt var der 3,8 mio. video-visninger på FB. Det skal dog huskes, at der er tale om ganske korte videoer, og at de fleste bliver set uden lyd.

En af de ledestjerner, som bestyrelsen har vedtaget, retter sig mod at få en stærkere kontakt med brugere/seere under 40 år. Det er relativt svært at dokumentere via de statistikker, som Facebook og Google Analytics kan levere. Derfor har vi tilføjet spørgsmål i vores undersøgelse, som Jysk Analyseinstitut laver 10 gange om året.

Ved indgangen til 2017 ser svarene således ud:

Hvor ofte møder du opslag/links/delinger fra TV 2/Bornholm på sociale medier som Facebook, Instagram, Twitter ?

	Dagligt	4-6 gange om ugen	2-3 gange om ugen	1 gang og ugen	Sjældnere	Aldrig	Ved ikke
Mand	8,9%	1,2%	12,3%	5,3%	23,1%	46,0%	3,3%
Kvinde	10,5%	6,3%	11,4%	8,7%	16,1%	42,6%	4,6%
18 - 29 år	39,5%	10,4%	10,4%	5,3%	8,2%	18,3%	7,8%
30 - 39 år	19,6%	4,2%	24,6%		47,3%	4,2%	
40 - 49 år	15,1%	6,1%	10,1%	9,2%	29,8%	25,7%	4,0%
50 - 59 år		3,7%	11,2%	19,7%	20,5%	40,8%	4,0%
60 - 69 år			17,2%	2,6%	12,3%	65,4%	2,6%
70 år eller mere	1,4%	1,9%	1,9%	1,9%	8,6%	79,3%	5,1%
Total	10,0%	4,0%	12,0%	7,0%	19,0%	44,0%	4,0%

Den første undersøgelse dokumenterer helt sikkert, at der er en større gennemslagskraft på de sociale medier i aldersgruppen under 30 end blandt de ældre. Andet ville så også være besynderligt i og med de sociale medier er mere anvendt i de yngre aldersgrupper, selvom også det er ved at skifte.

I det andet spørgsmål spørger vi mere ind til om de følger TV 2/Bornholm:

Følger du selv TV 2/Bornholm på sociale medier som Facebook og Twitter ?

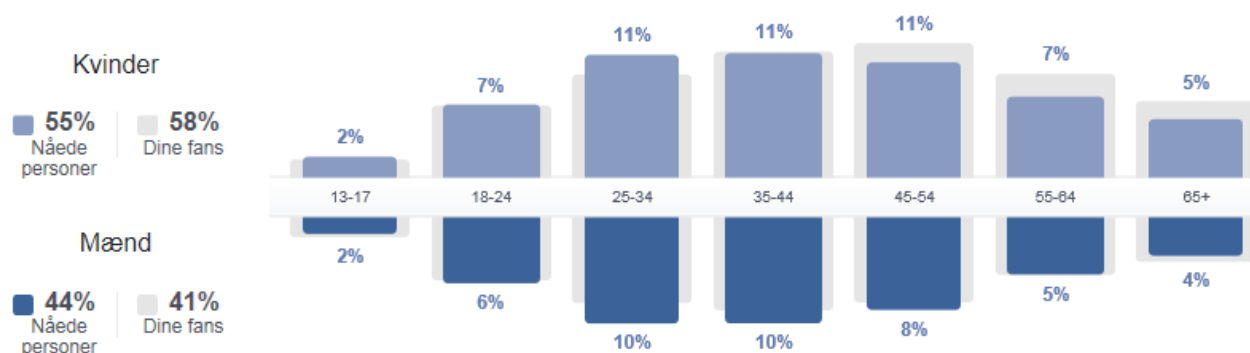
	Ja	Nej	Ved ikke
Mand	11,7%	88,3%	
Kvinde	19,3%	79,7%	0,9%
18 - 29 år	20,7%	75,3%	
30 - 39 år	33,8%	66,2%	
40 - 49 år	16,1%	83,9%	
50 - 59 år	17,4%	82,6%	
60 - 69 år	10,5%	89,5%	
70 år eller mere	5,6%	94,4%	
Total	16,0%	84,0%	0,0%

Her er den største gennemslagskraft i aldersgruppen 30-39 år.

Det er hensigten at fortsætte disse undersøgelser for at dokumentere en udvikling henover 2017.

Facebook giver adgang til en statistik, som giver et billede af, hvordan alderssammensætningen er inden for den foregående måned. Ved starten af 2017 så det således ud:

Antal personer, dit opslag blev leveret til de seneste 28 dage.



Da vi ikke har noget at sammenligne med endnu, så bliver det først interessant at se, om der har været en udvikling i starten af 2018.

10. Arkiver

10.35

Alle programmer udsendt på TV 2/Bornholm bliver bevaret i arkivet. De nyeste er alle opbevaret i digitalt format. Alle programmer fra de senere år kan ses på nettet.

10.36

I efteråret 2016 begyndte en digitalisering af de ældste dele af TV 2/Bornholms arkiv. Der er tale om en projektansættelse på seks måneder fra den 1. oktober 2016. Ambitionen er at få flest muligt af de ældste programmer/optagelser fra 1990 digitaliseret og efterfølgende gjort offentligt tilgængelige.

10.37

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

11. Regnskab 2016

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

Beløb i kr. 1.000	2016	2015	2014	2013	2012
Resultatopgørelse:					
Indtægter	66.103	65.886	71.497	66.741	61.810
Bruttoresultat	15.716	16.837	19.216	14.865	13.687
Resultat af ordinær drift	-688	-1.627	3.146	-1.239	-1.301
Resultat, finansielle poster, netto	-84	-115	-88	-95	-120
Årets resultat	-772	-1.742	3.058	-1.334	-1.421
Balance:					
Balancesum, ultimo	26.800	28.804	33.695	33.832	34.248
Egenkapital, ultimo	14.379	15.152	16.894	13.835	15.169
Pengestrømme:					
Driftsaktiviteter	3.667	3.615	5.064	5.526	4.680
Investeringer	-3.017	-2.961	-4.706	-5.034	-8.983
Heraf, investering i materielle og immaterielle anlægsaktiver	-3.017	-2.961	-4.706	-5.034	-8.983
Finansiering	0	-3.504	-346	-328	-320
Årets likviditetsvirkning	650	-2.850	12	164	-4.623
Antal beskæftigede	79,2	74,9	78,2	78,3	75,1
Sendetimer	8.784	8.760	8.760	8.760	8.561
Nøgletal i %:					
Bruttomargin	23,8	25,6	26,9	22,3	22,1
Soliditetsgrad	53,7	52,6	50,1	40,9	44,3