



Public Service-redegørelse 2025
TV2 Bornholm

FORORD

Hvor 2024 lagde fundamentet for vores digitale transformation, har 2025 været året, hvor TV2 Bornholm for alvor har indfriet ambitionerne om at være "dér hvor du er". Med lanceringen af vores nye hjemmeside og visuelle identitet den 3. juni 2025 trådte vi fuldt ind i det teknologiske fællesskab i FROP (den fælles regionale onlineplatform), hvilket har givet os en moderne platform optimeret til seernes behov for relevans og tilgængelighed. Denne teknologiske milepæl har fungeret som motoren i vores overordnede strategi, "Vision 2026", og har gjort det muligt at transformere vores workflow til en "digital first"-redaktion, der opdaterer bornholmerne døgnet rundt.

Årets mest markante demokratiske begivenhed, Kommunalvalget 2025, blev den ultimative test af vores nye digitale slagkraft. Ved at prioritere kvalitet over kvantitet og implementere innovative formater som liveblogs og unikt videoindhold, lykkedes det os at engagere borgerne bredere end nogensinde før. 74% af de adspurgte i vores Kantar-undersøgelse angiver, at de har fået information om kommunalvalget fra TV2 Bornholm. Det er særligt glædeligt at konstatere, at vores målrettede indsats for at nå de unge har båret frugt, hvilket afspejles i et ugentligt kontakttal på hele 84,7 % blandt de 18-29-årige. Samtidig har vi set en historisk høj total rækkevidde på 94 %, hvilket bekræfter, at vores strategi om at være til stede på tværs af platforme – fra det traditionelle tv-signal til nye kanaler som TikTok – er den rette vej for at sikre den lokale sammenhængskraft.

Selvom medieforbruget flytter sig, og vi i 2025 bevidst har prioriteret indholdets kvalitet over antallet af sendetimer på flow-tv, står vores kerneopgave uændret. TV2 Bornholm er fortsat garant for den uafhængige, saglige og troværdige journalistik, der binder øen sammen. I en tid præget af global informationsstrøm og tiltagende misinformation er behovet for et stærkt lokalt medie, der tænder gnisten til den demokratiske samtale, større end nogensinde. Med de resultater, vi har opnået i 2025, har vi vist, at vi ikke blot kan følge med udviklingen, men aktivt forme den hverdag, hvor vi ånder, lever og gør en forskel for Bornholm.

Maria Haugaard Barslund
Formand, TV2 Bornholm

Camilla Kjems
Administrerende direktør, TV2 Bornholm

1. Rammer og generel information.

TV2 Bornholm er et af de otte danske regionale mediehuse, der i henhold til public service-kontrakten indgået med kulturministeriet, har til formål at producere og udsende lokale og regionale nyheder og programmer, samt have særligt fokus på formidling af kunst, kultur og sport. Herudover har vi, jf. public service-aftalens punkt 3.5., et særligt fokus på at være initiativtager til at lave samlende events i samarbejde med bornholmske institutioner og foreninger.

Kendskab og tillid

TV2 Bornholms position på mediemarkedet bliver løbende undersøgt. I december 2025 fik vi Kantar Media til at lave en kendskabs- og imageanalyse til os, og resultaterne talte deres tydelige sprog:

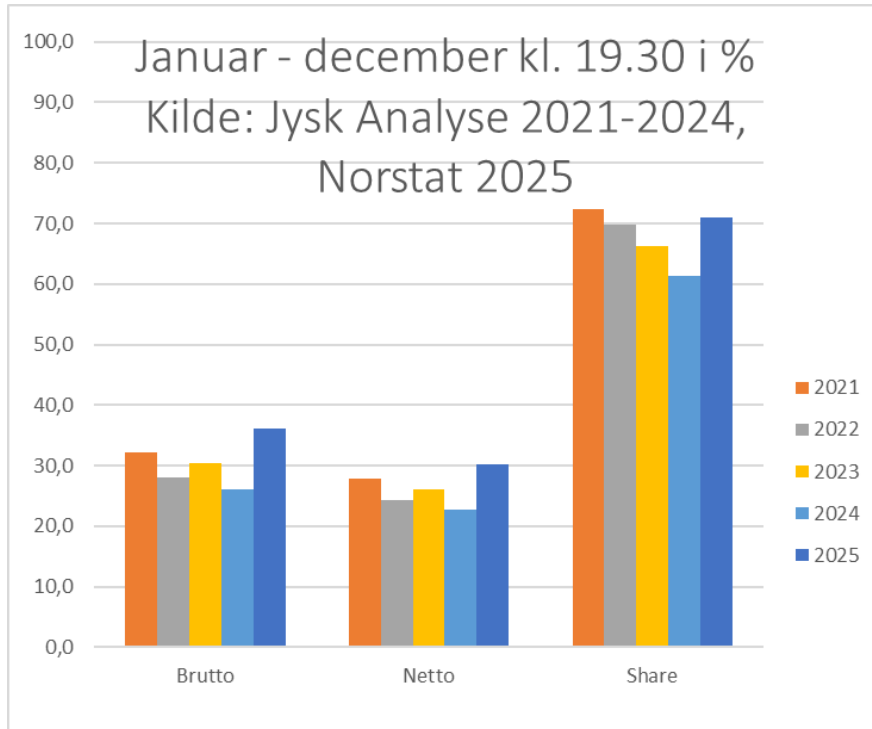
- **98% af respondenterne i dækningsområdet kender til TV2 Bornholm.**
- **78% angiver TV2 Bornholm som deres primære lokale medie.**
- **TV2 Bornholm kommer i kontakt med 90% af personer 15+ i dækningsområdet på månedsbasis.**
- **77% er enige i at ”Jeg har tillid til indhold fra TV2 Bornholm”, og 21% svarer ”hverken enig eller uenig”.**
- **77% er enige i at ”TV2 Bornholm er en troværdig afsender” og 23% svarer ”hverken enig eller uenig”.**
- **7 ud af 10 mener at TV2 Bornholm er pengene værd (72%). 77% mener at TV2 Bornholm skaber værdi for samfundet.**

Seertal for de regionale nyhedsudsendelser

På landsplan er forbruget af flow-tv nedadgående. I 2025 blev der skåret 15 minutter af det daglige gennemsnitlige forbrug af lineær tv i forhold til året før (kilde: ”Medieudviklingen 2025”). Også TV2 Bornholm har i en årrække været ramt af denne tendens, men når det kommer til vores daglige hovednyhedsudsendelse kl. 19.30 har vi i 2025 oplevet en øget seertilslutning. Trods den generelle markedstendens er vores share løftet med 10 % og dermed tilbage på 2021-niveau. Denne udvikling tilskrives et markant kvalitativt og visuelt løft af 19.30-udsendelsen, en stærk demografisk loyalitet blandt øens ældre seere samt et metodisk skifte fra Jysk Analyse til Norstat, som trods uændret metodik kan medføre en statistisk usikkerhed ved direkte sammenligning med tidligere år.

Den fornyede styrke på flow-tv bekræfter, at vores lineære hovedudsendelse fortsat spiller en central rolle som samlingspunkt, samtidig med at vi vinder terræn på de digitale platforme.

TV2 Bornholms seertal i % i perioden 2021-2025 i udsendelsen 19.30



Grundet Bornholms befolkningsstørrelse er antallet af nationale tv-meter-bokse for lavt til at give et retvisende billede af de lokale seertal. Derfor gennemfører vi 10 årlige telefonundersøgelser via Norstat, som vi skiftede til januar 2025, da Jysk Analyse nedlagde deres afdeling. For at sikre kontinuitet og sammenlignelighed med tidligere år anvender Norstat samme anerkendte metode som Jysk Analyse. Selvom metoden medfører en højere statistisk usikkerhed end automatiske tv-målinger, giver den det mest præcise indblik i de bornholmske seervaner.

Nøglebegreber i seeranalysen:

- Brutto:** Den procentdel af bornholmere over 18 år, der har set hele eller dele af en udsendelse.
- Netto/rating:** Et beregnet tal for, hvor mange der har set hele udsendelsen. Dette tal svarer til begrebet "Rating", som anvendes i nationale seeranalyser.
- Share:** Angiver vores andel af det samlede antal tændte tv-apparater på det givne tidspunkt.

2. TV2 Bornholms rolle og overordnet formål.

Forpligtelsen:

TV2 BORNHOLMs samlede udbud af programmer og tjenester skal sikre befolkningen adgang til væsentlig samfundsinformation og debat. TV2 BORNHOLM skal i udbuddet tilstræbe kvalitet og alsidighed. Ved programlægningen skal der lægges afgørende vægt på hensynet til informations- og ytringsfriheden. TV2 BORNHOLM skal prioritere kvalitet over kvantitet.

TV2 BORNHOLM skal desuden ved programlægningen lægge vægt på tilknytning til regionen og på regional alsidighed. Programlægningen skal således afspejle den mangfoldighed af kultur, livsopfattelse og levevilkår, der er i regionen. Ved informationsformidlingen skal der lægges afgørende vægt på saglighed og upartiskhed.

TV2 BORNHOLM's programmer må ikke på nogen måde tilskynde til had på grund af race, køn, religion, nationalitet eller seksuel observans.

Ingen skal stilles dårligere på baggrund af deres køn, etnicitet eller religion, derfor skal TV2 BORNHOLM arbejde for, at dette reflekteres i hele deres virke.

Redegørelse:

TV2 Bornholm har i 2025 opfyldt forpligtelsen.

I 2025 har TV2 Bornholm for alvor indløst de strategiske ambitioner om at modernisere vores public service-udbud. Lanceringen af vores nye digitale platform den 3. juni 2025 markerede et afgørende skifte fra "flow first" til "digital first", hvilket har gjort vores indhold mere tilgængeligt, relevant og tidssvarende for alle bornholmere. Denne teknologiske og redaktionelle omstilling har været forudsætningen for, at vi i dag kan levere et samlet udbud, der sikrer befolkningen adgang til væsentlig samfundsinformation i de formater, de foretrækker.

Vi har i 2025 konsekvent prioriteret kvalitet over kvantitet. Ved bevidst at flytte ressourcer fra volumen på flow-tv til dybdegående, egenproduceret journalistik og innovative digitale live-formater, har vi styrket den demokratiske samtale på øen. Dette blev særligt tydeligt under Kommunalvalget 2025, hvor vores dækning ikke blot informerede, men også engagerede borgerne aktivt på tværs af generationer. Resultatet ses i en markant stigning i vores samlede rækkevidde og en særlig gennemslagskraft hos de yngre målgrupper, hvilket bekræfter, at vores indhold nu er mere demokratisk inkluderende end tidligere.

Regionalt orienterer vi os tre veje: Vi er en afsondret region i egen ret, vi er en del af Region Østdanmark, når det kommer til sundhed, og så er vi ikke mindst et energi- og geopolitisk

knudepunkt i Østersøregionen. Som øens medie vægter vi tilknytningen til regionerne og afspejlingen af den bornholmske mangfoldighed højt. Gennem vores dækning af både kultur, sport og hverdagens levevilkår fungerer vi som en samlende kraft, der støtter op om lokale ildsjæle og initiativer. Vi har i det forgangne år haft et skærpet fokus på at lade flere forskellige stemmer komme til orde, så vores dækning afspejler den alsidighed i livsopfattelse, der findes på Bornholm. Dette arbejde understøtter vores rolle som formidler af en fælles bornholmsk identitet i en globaliseret verden.

Kravene om saglighed, upartiskhed og ytringsfrihed er fundamentet for alt vores indhold. I en tid præget af misinformation står TV2 Bornholm som en garant for troværdig information, hvilket afspejles i brugernes høje tillid til vores brand. Vi arbejder målrettet på at sikre, at vores platforme er fri for enhver form for diskrimination og tilskyndelse til had. På vores sociale medier og digitale live-platforme håndhæver vi klare retningslinjer for en respektfuld tone, så vi sikrer et trygt rum for demokratisk debat, hvor ingen stilles dårligere på baggrund af køn, etnicitet eller religion. Ved at kombinere journalistisk integritet med moderne interaktionsformer har vi i 2025 vist, at public service på Bornholm er stærkere og mere nærværende end nogensinde.

3. Specifikke forpligtelser.

3.1. Nyheds- og aktualitetsprogrammer.

Forpligtelsen:

TV2 BORNHOLM skal producere nyheds- og aktualitetsprogrammer og programmer omfattende kultur, oplysning og underholdning samt nyheds- og aktualitetstjenester.

Redegørelse:

TV2 Bornholm har i 2025 fuldt ud opfyldt forpligtelsen til at producere nyheds- og aktualitetsprogrammer samt indhold inden for kultur, oplysning og underholdning. Vi har sikret en omfattende daglig nyhedsdækning med faste udsendelser kl. 17.12, 18.20 (18.15 i weekender), 19.30 og 22.00. Samtlige udsendelser er gjort tilgængelige som både live-signal og on-demand via tv2bornholm.dk og TV 2 Play, mens vores døgnåbne digitale nyhedstjeneste har sikret, at videoindhold løbende er udkommet som højkantsvideoer eller indlejret i artikler og i formater skræddersyet til sociale medier.

For at styrke den kritiske, dybdegående journalistik har vi oprettet en forproduktion, hvis opgave er at grave sig ned i de lidt tungere struktur-historier, komplicerede emner og temaer. Tre af de historier satte over længere tid deres præg på debatten på hele Bornholm:

- **Medarbejderflugt i den bornholmske socialforvaltning.** En serie artikler og case-historier og dokumentarprogram om den massive kritik af ledelsen af afdeling Myndighed i Center for Familie- og Voksenindsatser. Over årets første fem måneder har en fjerdedel af medarbejderne, der arbejder med børne- og familiesager i afdelingen, sagt deres stillinger op i frustration over de rammer, der var sat for deres arbejde.
- **Dancenter – udlejningsbureauet, der så stort på love, aftaler og regler** – og som betalte prisen på Bornholm. En serie af artikler, indslag og et dokumentarprogram, der minutøst afdækkede Dancenters svindel overfor både lejere og udlejere.
- **Bornholms Efterskole ofrede eleverne for at redde økonomien.** En serie af artikler og indslag, der dokumenterede, at Bornholms Efterskole så stort på alvorlig kritik fra STUK om at lærerne slet ikke var kompetente til at håndtere elever med ADHD, Autisme og andre udfordringer, for at redde skolens økonomiske liv via de høje tilskud, eleverne kom med. Skolen led livet og eleverne blev tabt på gulvet, og nu er det kommunernes opgave at samle dem op igen.

Kommunalvalg 2025

Årets absolut største begivenhed for TV2 Bornholm i 2025 var Kommunal- og Regionsrådsvalget (KV25) den 18. november. KV25 var den første store begivenhed, hvor TV2 Bornholm fuldt ud eksekverede efter vores nye Digital First-strategi. Valget fungerede som en succesfuld test af vores evne til at kombinere dybdegående journalistik med realtidsopdateringer og høj brugerinteraktion.

Vi lagde en målrettet strategi om at være til stede dér, hvor brugerne er, med formater skabt til digitale platforme:

- **Video som prioritet:** I alt indhold var video det bærende element for at skabe nærvær og autenticitet i valgkampen.
- **Høj produktivitet:** Redaktionen publicerede i alt 156 artikler dedikeret til KV25.
- **Vores brug af liveblogs** satte nye standarder for, hvordan vi inddrager bornholmerne i den demokratiske debat både op til valget og på selve valgdagen.
- **Brugerinddragelse:** Vi modtog og håndterede 62 direkte spørgsmål og kommentarer fra borgerne undervejs.
- **Massiv tilslutning på valgdagen.** Særligt livebloggen den 18. og 19. november demonstrerede vores digitale gennemslagskraft. Med 139 indlæg – hvoraf de 59 indeholdt video – fungerede bloggen som øens centrale digitale samlingspunkt.
- **Livebloggen den 18-19. november** fik 51.500 sidevisninger og 23.400 unikke brugere.

Tallene bekræfter, at vores satsning på live-formater og digital tilgængelighed mødte et stort behov hos borgerne for hurtig, visuel og troværdig valgformidling.

Ingen valgdækning uden dybdegående debatter og programmer. På flow og Play kunne man derfor blive klogere på kandidaternes politiske standpunkter i 8 debatter og 43 programmer.

Debatter:

- **'Bornholms plads i den nye superregion'**. Regionsrådsdebat, 21. oktober.
- **'Hvad skal Bornholmerne leve af i fremtiden'**. Debat fra Jensen, 27. oktober.
- **'Bornholms fremtid'**. Debat om børn og unge fra Værftet i Nexø, 5. november.
- **'Kampen om Danmarks største region'**. Fælles regional RKV25 debat i Sorø, 9. november.
- **'Vores grønne Bornholm'**. Debat om Natur, klima og miljø, 12. november.
- **'De unges valg - Muligheder, udfordringer og Ø-kuller'**. Debat på Campus, 14. november.
- **'Det Sidste Ord'**. Afsluttende KV25-debat, 16. november.
- **'Det Første Ord'**. Den nye kommunalbestyrelse, 19. november.

Programmer:

- **Mød Partiet** (14 programmer) - partipræsentation med alle opstillede partier og lister, hvor de fik mulighed for at præsentere og forklare deres mærkesager.
- **Bag om xx (kandidaten) ...** 14 programmer, hvor alle spidskandidater gik i køkkenet sammen med vores vært. Mens de bagte sammen, fik seerne mulighed for at lære personen bag politikerens bedre at kende.
- **Hardy og Kandidaterne** - 7 debat-programmer med tre lister/partier repræsenteret per program - her var fokus på de yngre og mindre velkendte kandidater, så det ikke kun var spidskandidaterne, der fik taletid og eksponering.
- **"Hvordan er det nu det er..."** 8 explainers, hvor f.eks. valgforbund, side- og listeopstillet blev forklaret - målrettet web og SoMe.

3.2. Dækning af det regionale område.

Forpligtelsen:

TV2 BORNHOLM 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.

Redegørelse:

TV2 Bornholm har i 2025 opfyldt forpligtelsen.

Regional forankring i et geopolitisk brændpunkt

TV2 Bornholms dækningsområde omfatter Bornholms Regionskommune samt Ertholmene, men vores public service-opgave rækker i dag langt ud over øens kystlinje. Bornholms centrale placering i Østersøregionen og tilhørsforholdet til Sundhedsregion Østdanmark definerer i stigende grad bornholmernes hverdag – særligt i en tid præget af krig i Europa samt hybride trusler fra øst. Denne geografiske virkelighed betyder, at vi har udvidet vores dækning til også at omfatte de energi- og sikkerhedspolitiske begivenheder i Østersøregionen, som har direkte indvirkning på øen.

At disse emner har massiv lokal bevågenhed, bekræftes af vores brugertal, hvor historier om sikkerhedspolitisk beredskab, såsom fregatters tilstedeværelse mod dronetrusler eller afvisning af russiske kampfly, konsekvent figurerer som dagens tophistorier. Et markant eksempel var årets 7. mest læste artikel om et historisk stort olie- og gasfund ved den polske kyst blot 100 kilometer fra Bornholm, hvilket understreger brugernes behov for at forstå de store linjer i vores nærområde. Vi dækker således ikke blot livet og hverdagen på Bornholm, men fungerer som bornholmernes vigtigste kilde til at forstå de komplekse regionale kræfter, der påvirker øens sikkerhed, økonomi og fremtid.

Mangfoldighed og repræsentation af det bornholmske liv

For at sikre en bred afspejling af øens mangfoldighed, livsopfattelser og levevilkår prioriterer TV2 Bornholm et programudbud, der favner hele det bornholmske landskab og de mange facetter af livsstilen på øen. Vi har i 2025 haft et særligt strategisk fokus på den unge målgruppe – både gennem målrettet indhold på sociale medier og ved at udvikle formater, der behandler de problematikker, som definerer deres generation.

Dette fokus er blandt andet eksekveret gennem dokumentarserien 'Rapperne fra Rønne', som følger unge bornholmske musikeres drømme og udfordringer, samt programrækken 'Østpaar med åbent sind', der belyser kampen for at etablere en diagnosevenlig musikfestival i

Østermarie. Begge produktioner er eksempler på, hvordan vi bringer oversete stemmer og unikke livsvilkår ind i den samlede fortælling om Bornholm.

I forbindelse med Kommunalvalget 2025 styrkede vi yderligere forbindelsen til de unge ved at rykke dele af redaktionen ud på Campus Bornholm. Her producerede vi indhold om emner med direkte indvirkning på de unges hverdag – eksempelvis uligheden i den offentlige transport afhængigt af bopæl på øen. Indsatsen kulminerede i en storstilet debat på Campus for samtlige elever, hvilket har været et afgørende skridt i at aktivere de unge i den lokale demokratiske proces.

3.3. Udvikling af indhold og distributionsformer.

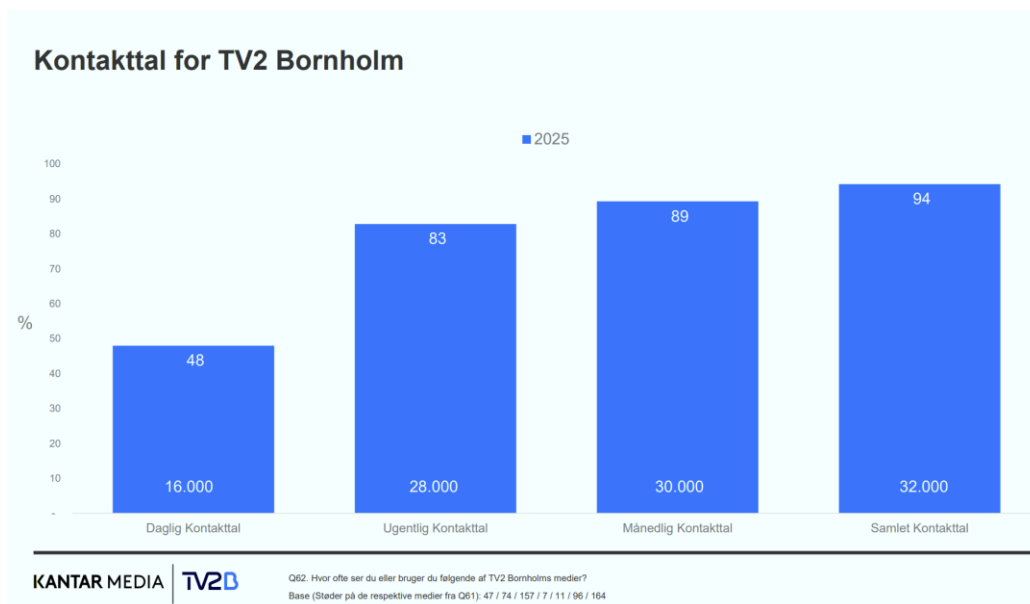
Forpligtelsen:

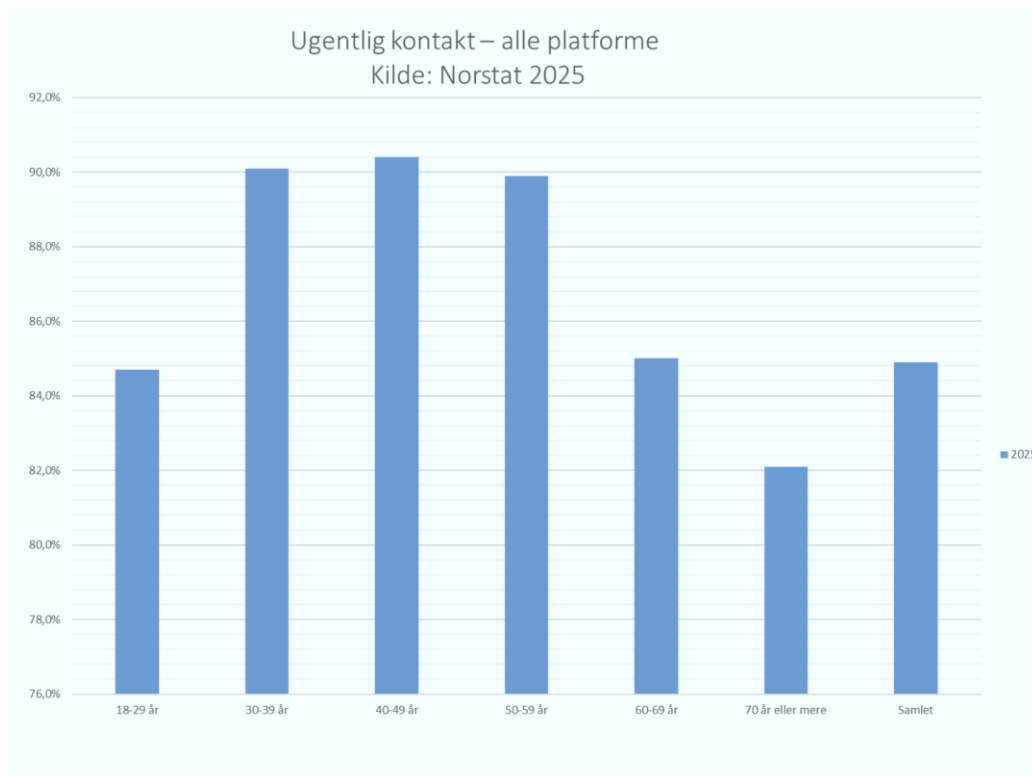
TV2 BORNHOLM skal fokusere på udvikling af indhold og distributionsformer, der ud fra en helhedsbetragtning er relevant i det pågældende regionale område, herunder ift. befolkningssammensætningen mv. TV2 Bornholm skal adressere den øgede digitalisering ved distributionen og udviklingen af indhold.

Redegørelse:

TV2 Bornholm har i 2025 opfyldt forpligtelsen.

Med et samlet kontakttal på 94% (kilde: Kantar) og et ugentligt kontakttal på 84,7 % blandt de 18-29-årige (kilde: Norstat) kan der ikke herske nogen tvivl om, at TV2 Bornholm er lykkedes med både at udvikle indholdet, så det appellerer bredt på tværs af platforme og målgrupper, samt adressere den øgede digitalisering.





I 2025 har vi eksekveret på den gennemgribende digitale transformation ”Vision 2026 – dér hvor du er”. Fire centrale indsatsområder har været definerende for denne omstilling:

- 1. Ny digital platform og visuel identitet.** Den 3. juni lancerede vi en ny hjemmeside og en opdateret visuel identitet. Fokus har været at skabe en moderne brugeroplevelse, der imødekommer seernes og brugernes krav til en tidssvarende digital nyhedstjeneste og nyhedsudsendelse.
- 2. Implementering af 'Digital & Video First'.** Vi har reorganiseret det redaktionelle workflow, så de digitale platforme prioriteres først. Hjemmesiden fungerer nu som vores primære nyhedskanal døgnet rundt, mens tv-nyhedsproduktionen tænkes i formater, der fungerer optimalt på tværs af web, mobil og skærm.
- 3. Etablering af SoMe-redaktion og FutureLab.** For at styrke relevansen hos de yngre målgrupper har vi etableret en dedikeret SoMe-redaktion. Med fokus på unikke formater som højkantvideo og lanceringen på TikTok fungerer redaktionen som et ”FutureLab”, der løbende uddanner hele organisationen i nye digitale trends.
- 4. Kvalitet frem for kvantitet.** Vi vælger relevans over volumen og har bevidst reduceret antallet af tv-minutter til fordel for mere skarpt og dagsordenssættende indhold. Som

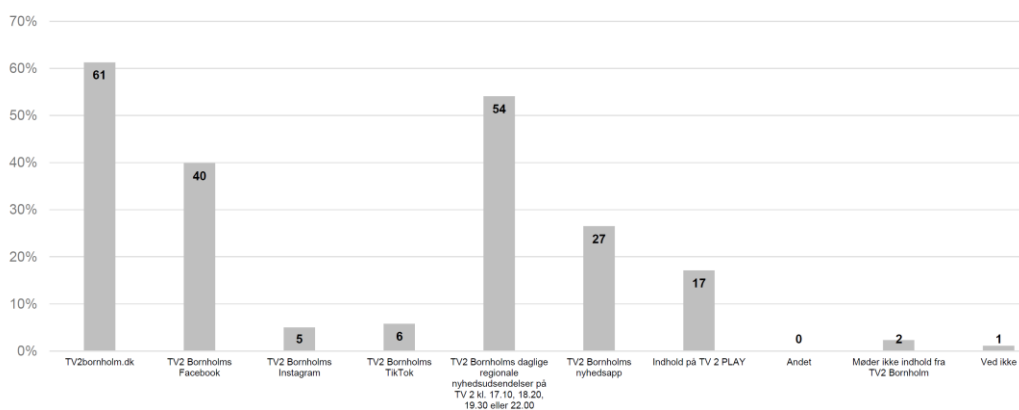
led i dette har vi etableret en mini-gravergruppe, der styrker den kritiske og afslørende journalistik.

Samlet set har denne strategiske retning betydet, at TV2 Bornholm i 2025 er blevet mere dybdegående og dagsordenssættende i sin journalistiske formidling, hvilket er afgørende for at klæde borgerne på til at deltage i den demokratiske samtale.

Stor loyalitet og brugerengagement

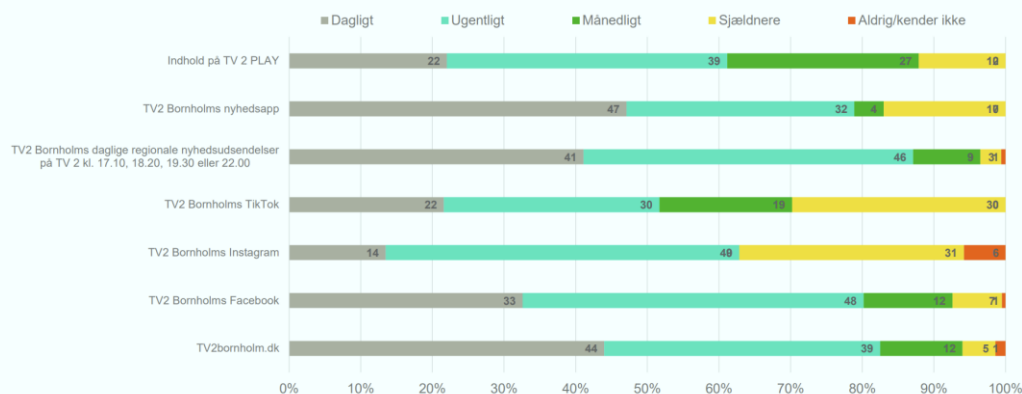
TV2 Bornholm fokuserer sin digitale tilstedeværelse på fem primære platforme – hjemmeside, app, Facebook, Instagram og TikTok – hvor brugerengagementet generelt er højt. Særligt bemærkelsesværdigt er gennemslagskraften på TikTok, der siden lanceringen i september 2025 allerede har opnået en daglig brug på 22 %, hvilket vidner om en hurtig og effektiv etablering hos målgruppen sammenlignet med platforme som Facebook og Instagram.

Kontakt til TV2 Bornholms platforme



KANTAR MEDIA | TV2B Q61. På hvilke platforme er du stadt på TV2 Bornholm? Base (Kender TV2 Bornholm): 271 (98%)

Brugsfrekvens TV2 Bornholms platforme

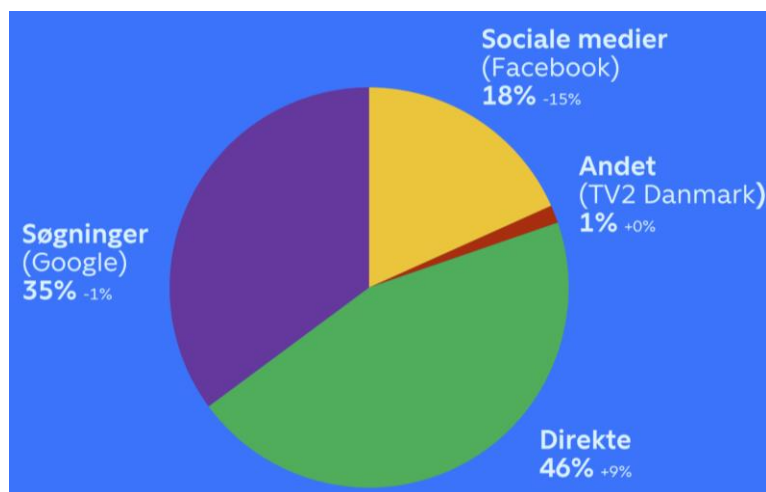


* Lille stikprøve

KANTAR MEDIA | TV2B Q62. Hvor ofte ser du eller bruger du følgende af TV2 Bornholms medier? Base (Støder på de respektive medier fra Q61): 47 / 74 / 157 / 7 / 11 / 96 / 164

Vores største digitale platform er vores hjemmeside. En af de mest markante indikatorer på vores stærke position hos bornholmerne er andelen af direkte trafik. Hele 46 % af vores digitale besøg sker via direkte trafik enten til forsiden eller via vores app. Dette tal er bemærkelsesværdigt, da det er ca. dobbelt så højt som gennemsnittet hos de øvrige TV 2-regioner.

Den høje andel af direkte trafik dokumenterer en ekstremt loyal brugerbase, der aktivt vælger os til som deres primære nyhedskilde. Dette giver os en robusthed over for tech-giganter, der er af stor strategisk værdi: Vi er mindre afhængige af algoritmeændringer hos tredjepartsplatforme og globale tech-giganter. Trafikken er et resultat af en opbygget tillid og vane hos borgerne frem for tilfældige klik fra sociale medier. Dette fundament sikrer, at vi fastholder vores relevans og rækkevidde uafhængigt af eksterne platformes prioriteringer.



Lanceringen af vores nye hjemmeside har åbnet for nye strategiske kommunikationsveje, herunder implementeringen af push-beskeder som et centralt indsatsområde for at øge brugernes engagement. Siden den første push-besked blev sendt den 1. juli 2025, har vi oplevet en solid tilstrømning af brugere. Der blev i alt udsendt 337 push-besked i andet halvår af 2025, og antallet af modtagere voksede fra 2.894 til 3.626 i samme periode – en stigning på 25 %.

Vores indsats har vist sig særdeles effektiv målt på CTR (Click-Through Rate), hvor vi med et gennemsnit på 11 % ligger markant over de øvrige TV 2-regioners spænd på 4–8 %; et resultat, der både understreger en høj brugerloyalitet og en stærk redaktionel præcision i prioriteringen af relevante, værdiskabende push-besked.

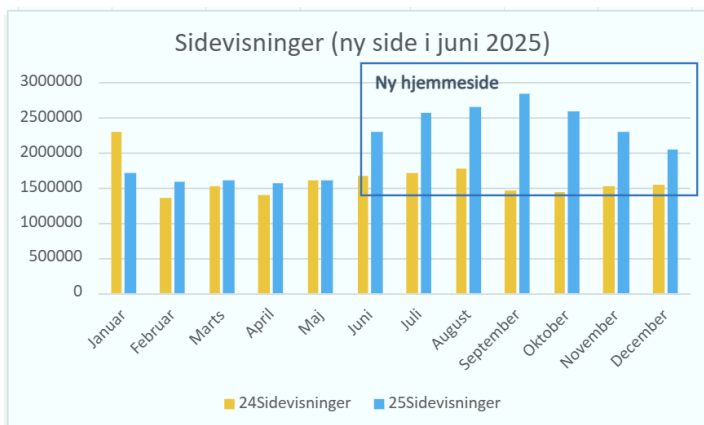
Digital vækst: Markant fremgang på tv2bornholm.dk

Lanceringen af den nye hjemmeside den 3. juni 2025 markerede et vendepunkt for vores digitale tilstedeværelse. Resultaterne har overgået vores forventninger og dokumenterer en markant styrket relation til brugerne. Vi realiserede en massiv vækst i trafikken, der placerer os langt over de opstillede mål:

- Målsætning 2025: 400.000 månedlige brugere i gennemsnit.
- Realiseret 2025: 566.666 månedlige brugere i gennemsnit.

Dette svarer til en overperformance på 41,6 % i forhold til det fastsatte mål. Den positive udvikling er resultatet af to centrale strategiske greb:

1. **Optimeret brugeroplevelse og beriget indhold:** Den nye platform har gjort forsiden mere intuitiv og tidssvarende. Vi har samtidig øget værdien af den enkelte artikel ved at integrere flere videoer, forklarende grafikker, citater og faktabokse, der øger brugernes engagement og opholdstid.
2. **Etablering af digital redaktion:** Med oprettelsen af en dedikeret digital redaktion har vi skabt en højere kadence på aktualitet og "puls". Særligt vores intense fokus på live-blogs har vist sig at være en driver for trafikken, hvilket afspejles i en drastisk stigning i antallet af sidevisninger efter lanceringen.



Effekten af vores "digital first"-strategi ses tydeligt i vores indholdsanalyse: Hele 86 % af årets 50 mest læste artikler er produceret efter lanceringen af den nye hjemmeside. Dette bekræfter, at vi ikke blot har fået en bedre teknisk platform, men at vi er lykkedes med at omstille vores journalistik til at være mere relevant, visuel og aktuel for borgerne.

3.4. Strategi samt mål og målbare succesparametre.

Forpligtelsen:

TV2 BORNHOLM skal opstille en strategi for den femårige aftaleperiode. Strategien kan evt. justeres i løbet af kontraktperioden efter aftale med Kulturministeriet, såfremt TV2 BORNHOLM fremlægger en særlig begrundelse herfor.

I forlængelse af strategien skal TV2 BORNHOLM 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 TV2 BORNHOLMs budget til kulturministeren og Folketinget.

I forbindelse med TV2 BORNHOLMs udarbejdelse af redegørelsen for, hvordan public service-forpligtelserne mv. er blevet opfyldt i det forudgående kalenderår, jf. afsnit 8, skal TV2 BORNHOLM 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:

TV2 Bornholm har i 2025 opfyldt forpligtelsen.

TV2 Bornholm har som beskrevet under punkt 3.3 i 2025 eksekveret på den digitale transformation "Vision 2026 – dér hvor du er". Disse strategiske tiltag er besluttet ud fra TV2 Bornholms vision, mission og ledestjerner, der er defineret af bestyrelsen, som TV2 Bornholms overordnede strategi.

1) Måltal under virksomhedens strategiske ledestjerner

Bestyrelsen definerer TV2 Bornholms strategiske ledestjerner og arbejder løbende med at opdatere dem. Ledestjernerne er i 2025 af bestyrelsen blevet gennemgået på ny, men uden at der er fundet anledning til at ændre på dem:

Vision:

TV2 Bornholm skal være udviklingshus for fremtidens regionale public service.

Mission:

TV2 Bornholm leverer troværdigt redaktionelt indhold – indsigt, udsyn, fælles samtale og debat – der bygger broer i den bornholmske mangfoldighed og styrker bornholmernes muligheder for at engagere sig demokratisk i udviklingen af Bornholm og træffe gode beslutninger i egen tilværelse.

Ledestjerner:

Relevans. Vi vil levere kritisk, konstruktiv og varieret journalistik, debat og oplysning om de emner og problemstillinger, der er vigtige og relevante for bornholmernes forståelse af deres ø, deres region og deres fælles nutid, fremtid og fortid.

- **Måltal:** TV2 Bornholm skal fastholde kontakten til bornholmerne på 80 % i 2025.
- **Resultat:** 83 % om ugen, 94 % samlet set (kilde: Kantar). Opfyldt.

Fællesskab. Vi vil styrke bornholmernes deltagelse og engagement i store og små fællesskaber – både dem, bornholmerne selv udvikler og driver, og dem, TV2 Bornholm skaber gennem events og samlende begivenheder.

- **Måltal:** 4-5 store events.
- **Resultat:** 6 store events. Opfyldt.

- **Måltal:** 4-5 mindre events.
- **Resultat:** 8 mindre events. Opfyldt.

Herudover sendte vi en række debatter op til kommunalvalget, hvoraf seks af dem blev afviklet som events med involvering af publikum.

Tilgængelighed. Vi vil være til stede og tilgængelige på de teknologiske platforme, bornholmerne benytter – og understøtte, at de løbende tager ny kommunikationsteknologi til sig, så de kan holde sig ajour med og inddraget i den bornholmske samtale.

- **Måltal:** Vi vil have en formuleret strategi, der sikrer at vi er til stede på alle relevante platforme og have en strategi for hver af de enkelte platforme.
- **Resultat:** Vi har en strategi for, hvordan vi skal udkomme på de forskellige platforme. Opfyldt.

- **Måltal:** Vi vil udvide vores udgivelseskanaler til også at omfatte LinkedIn og TikTok.
- **Resultat:** TV2 Bornholm har fået sin egen profil på både LinkedIn og TikTok. Opfyldt.

Bæredygtighed. Vi vil løbende højne vores standarder for bæredygtighed – i relation til de ressourcer og den energi, vi udnytter, det fysiske miljø, vi påvirker, og de mennesker, vi beskæftiger eller på anden måde kommer i berøring med. Opfyldt.

- **Måltal:** Vi vil reducere vores scope 1 i vores ESG-rapport med 80-90 %.
- **Resultat:** Samlet reduktion for scope 1 fra 2024 til 2025 gik fra 19,04 til 6,38 = reduktion på 66,49 %. Sammenlignet med baselineåret for scope 1 fra 2019 til 2025 = reduktion på 79,99 %.

Trivsel. Vi vil være – og kendes som – en attraktiv arbejdsplads, der tiltrækker mediebranchens talenter og giver medarbejderne trygge og stimulerende rammer at udfolde og udvikle sig i.

- **Måltal:** Vi vil hvert år udføre en Medarbejder Trivsels Undersøgelse.
- **Resultat:** Blev foretaget september 2025 og lå på et fint niveau. Opfyldt.

- **Måltal:** Vi vil tilstræbe en kønsdiversitet på 50/50.
- **Resultat:** 37,1 % er kvinder. Kønsdiversitet og kvalifikationer er en målsætning, når vi foretager nye rekrutteringer, men ikke noget vi kan ændre bagudrettet.

- **Måltal:** Vi vil have 100% ligeløn.
- **Resultat:** 1.0. Opfyldt.

- **Måltal:** Vi vil have et sygefravær på maksimalt 3,5 %.
- **Resultat:** 4,7. Ikke opfyldt. Sygefraværet ligger væsentligt over vores målsætning. Den primære årsag er en række langtidssygemeldinger, hvoraf ca. halvdelen skyldes alvorlig, ikke-arbejdsrelateret sygdom. For at understøtte vores medarbejdere bedst muligt, har vi i 2025 implementeret en ny sygefraværspolitik. Fokus er her på at styrke dialogen før, under og efter et sygdomsforløb, så vi sikrer en tryk og struktureret tilbagevenden til arbejdspladsen.

Digitale mål

	Realiseret 2025	Budget 2025
Antal artikler på eget website - heraf antal videohistorie	5.831* 2.360*	6.500 2.500
Antal enheder/udgivelser på sociale medier - heraf antal videohistorier - heraf antal Instagram historier - Instagram reels	3.621 1.922 500 394	3.000 800 400 0
Brugere pr. md. i gns.	566.666	400.000
Antal sessioner pr. dag i gns.	27.945**	30.000

I 2025 har vi produceret færre traditionelle artikler til sitet end budgetteret. Dette er dog ikke udtryk for lavere aktivitet, men en direkte konsekvens af vores strategiske omlægning.

***Strategisk skifte i formater**

Faldet i antallet af artikler skyldes primært en bevidst prioritering af ressourcerne, hvor en væsentlig del af produktionen er flyttet til video-reels og nye sociale medie-platforme som TikTok, ligesom omfattende dækning nu i højere grad samles i liveblogs, der teknisk tæller som én enhed på trods af en højere informationsmængde og et større redaktionelt arbejde. Samtidig har vi konsekvent prioriteret egenproduceret kvalitetsjournalistik frem for hurtige citathistorier, hvilket brugerne har belønnet med et øget engagement.

****Brugerstatistik og app-målinger**

Selvom vi målt på antallet af daglige sessioner ligger en smule under målet, skyldes dette primært tekniske begrænsninger i dataindsamlingen, da systemskiftet har umuliggjort dataudtræk for app-sessioner i de første fem måneder af 2025; tager man dog højde for Kantar-undersøgelsens resultat om, at hele 47 % af de adspurgte benytter appen dagligt, vurderer vi, at det reelle besøgstal ligger markant over målsætningen på 30.000 sessioner.

Strategiske og kvalitetsmæssige mål for TV2 Bornholm i 2025

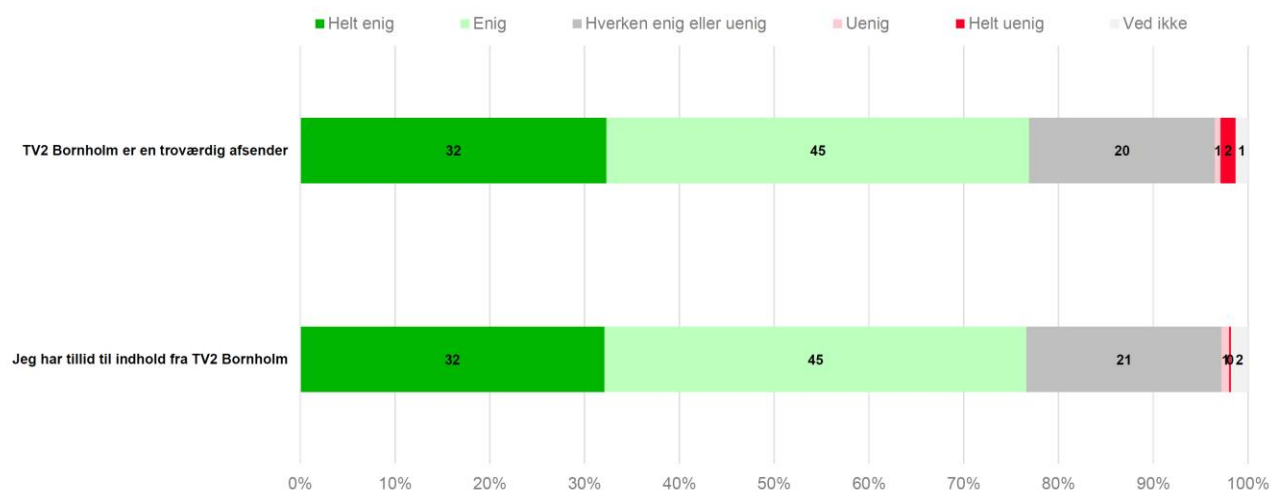
TV2 Bornholms bestyrelse har besluttet at anvende seernes bedømmelse af kvaliteten på udsendelserne som målestok. Siden indførelsen af tv-meter målemetoden er udvalget af udsendelser blevet bedømt af seerne på en skala fra 1 til 5, hvor 5 er det bedste. Imidlertid er der ikke nok TV-metre på Bornholm, så i stedet har det været analyseinstituttet Norstat, der har foretaget analysen. Målingen er blevet gennemført 10 gange i 2025.

Kategori	Måltal	Resultat	Afvigelse
19.30-udsendelsen	4,1	3,9	-0,2
Web-site og App	4,0	3,8	-0,2

Da vi har skiftet analysebureau i 2025 i forhold til det vi brugte, da vi satte os måltallene, kan der være en usikkerhed i forhold til om udkommet helt afspejler det samme.

Udover kvalitet er tillid og troværdighed et af de parametre, vi har stort fokus på. Årets Kantar-måling bekræfter, at en markant majoritet af målgruppen har stor tillid til TV2 Bornholm. I et medielandskab præget af misinformation og generel mistillid til medier, er dette tillidsforhold helt afgørende. Det understreger vores rolle som en garant for faktabaseret og troværdig nyhedsformidling – en kerneopgave i vores public service-forpligtelse.

TV2 Bornholm – Tillid og Troværdighed



2) Den kommende indsats ift. de opstillede mål og målbare succesparametre

TV2 Bornholms indsats i 2026 tager udgangspunkt i de mål og succesparametre, der er fastlagt i budgettet for 2026. Da den nuværende public service-kontrakt udløber ved årets

udgang, arbejder vi målrettet på at færdiggøre og fremtidssikre strategien ”Vision 2026 – dér hvor du er”. Indsatsen styres af vores fem ledestjerner og fokuserer på at konsolidere TV2 Bornholm som et moderne mediehus i en tid præget af hastig forandring.

De primære strategiske indsatsområder for 2026 er:

Et udviklingshus i en geopolitisk brydningstid

Efter offentliggørelsen af kommissionsundersøgelsen i december 2025 afventer vi de nye rammer i det kommende medieforlig. TV2 Bornholms rolle er dog allerede defineret: Vi skal være et udviklingshus for fremtidens public service. I et fragmenteret mediebillede er vores opgave vigtigere end nogensinde – især da Bornholm, med etableringen af Energiøen, transformeres til et geopolitisk knudepunkt for Danmark og Europa. Det kræver en stærk, lokal presse, der kan oversætte komplekse dagsordener om sikkerhedspolitik og infrastruktur til lokal relevans og demokratisk indsigt.

Førende på moderne fortælleformer

Medieforbruget flytter sig markant på tværs af alle aldersgrupper, og korte, visuelle formater er i dag den hurtigst voksende kilde til nyheder og information. Selvom denne tendens er mest udtalt hos de yngre generationer, ser vi en generel bevægelse i markedet mod indhold, der er pakket ind i skarpe, vertikale videoer og personlige formater. For at fastholde vores relevans og sikre, at vi følger med udviklingen i de formater, der oplever størst vækst, vil vi i 2026 accelerere udviklingen af indhold skræddersyet til logikken på platforme som TikTok og Instagram.

Ved at gøre nyhedsreels og mobil-optimerede fortælleformer til et strategisk kerneområde sikrer vi, at vores public service-indhold møder brugerne i deres foretrukne formater og i de digitale rum, de foretrækker. Det handler ikke blot om at nå en specifik målgruppe, men om at fremtidssikre TV2 Bornholms evne til at formidle væsentlig journalistik i et mediebillede, hvor brugervenlighed og visuel gennemslagskraft er afgørende for at bevare brugernes opmærksomhed.

Digital puls og teknologisk innovation

Vi vil fortsætte med at optimere vores "digital first"-workflow for at øge aktualiteten og den digitale tilstedeværelse døgnet rundt. Som udviklingshus vil vi eksperimentere med nye teknologier, der kan understøtte produktionen og skabe mere engagerende brugeroplevelser, uden at vi går på kompromis med vores kerneværdier om troværdighed og saglighed.

3.5. Dansk kunst og kultur

Forpligtelsen:

TV2 BORNHOLM skal have fokus på formidlingen af kunst og kultur samt dækningen af kulturlivet i det regionale område.

Redegørelse:

TV2 Bornholm har i 2025 opfyldt forpligtelsen.

TV2 Bornholm har i 2025, udover løbende nyhedsdækning, sendt følgende serier og større produktioner om og med det bornholmske kulturliv:

- 'Værker i Virkeligheden' – Programserie på 12 programmer, hvor en vært sammen med kunsteksperter udforskede den kunst man kan opleve i det offentlige rum på øen.
- 'Kulturkalenderen' hver uge i første halvdel af 2025 om, hvad der sker i kulturlivet på Bornholm.
- 'Kulturreportagen' med længere indslag, der fokuserer på et enkelt element eller person i det bornholmske kulturliv.
- 'Tilbageblik på kulturåret 2025'. Samtaler med bornholmske kulturpersonligheder om højdepunkterne fra kulturåret 2025.
- 'TV2 Bornholms kulturpris' blev uddelt igen. Den gik til Steffen Hyldig for hans mangeårige indsats for musiklivet på Bornholm. Både som dirigent for Nylarskoret og som formand for Bornholms Musikfestival.
- 'Sprogblomster' – Månedligt quiz-program om det bornholmske sprog.
- 'Musikhjørnet' – Ugentligt magasin med koncertaktuelle musikere.
- 'Mellem Os' – Interview-magasinet, der sendes to gange om ugen, ofte med hovedpersoner fra det bornholmske kulturliv. Forfattere, malere, musikere, kunsthåndværkere og andre kulturelle ildsjæle.
- 'Udenfor sæsonen' – Steffen Brandts årlige koncert sendt direkte til bornholmerne.
- 'Søndag i advent' – Direkte transmission af gudstjeneste fra Aa kirke.
- 'Mine aftener i Paradis' – Koncertrække med Steffen Brandt som bærende kraft og forskellige lokale kunstnere som gæster.
- 'Rapperne fra Rønne' – Programserie om unge bornholmske musikere der drømmer om en karriere indenfor musikken.
- 'Tilbageblik' – En programrække hvor vi går på jagt i arkiverne og fortæller store bornholmske kunstneres livshistorie.
- 'Østpaa med åbent sind' – 2 programmer om kampen for at etablere en diagnosevenlig musikfestival i Østermarie.
- 'Bornholms Kulturuge' dækket alle dage til vores nyheder.

- Særudgave af 'I kunstens Fodspor' med kunstneren Bjørn Nørgaard og hans særlige værk i Store Tårn på Christiansø.

Særlig forpligtelse for TV2 Bornholm:

TV2 BORNHOLM skal lægge særlig vægt på at være initiativtager og formidler inden for kultur og sport i samarbejde med bornholmske institutioner, foreninger mv. med henblik på udsendelse af programmer mv.

Redegørelse:

TV2 Bornholm har i 2025 opfyldt forpligtelsen.

TV2 Bornholm har en særlig forpligtelse til, i samarbejde med lokale organisationer, at lave events inden for idræt og kultur. En forpligtelse de øvrige TV 2-Regioner ikke har, men en forpligtelse som vi tager meget alvorligt. Da Bornholm er en isoleret ø, er vi afhængige af ildsjæle og modige iværksættere, der investerer energi, tid og penge i at få events og arrangementer sat i værk. Dette ser vi som en vigtig opgave at støtte op om, så vi får skabt grobund for nye samlende og bæredygtige initiativer og events inden for kultur og sport. Bornholm lever i høj grad af at være en kultur-ø, der via sin kunst, gastronomi og natur kan trække turister til øen.

I 2025 var de væsentligste events og begivenheder, som TV2 Bornholm var initiativtager til og formidler af:

- **To borgermøder om den sikkerhedspolitiske situation** med direkte transmission fra Almegårds kaserne. Et med udenrigsministeren og et med forsvarsministeren.
Samarbejdspartnere: Udenrigsministeriet, Forsvarsministeriet og Forsvaret/Almegårds kaserne.
- **Tidendes sportspris** – Direkte transmitteret show om sportsåret med uddeling af årets sportspriser. I dette show hylder vi alle de lokale ildsjæle og idrætsudøvere.
Samarbejdspartnere: Bornholms Tidende, de lokale idrætsforeninger og Musikhuzet.
- **Tv-transmitterede debatter fra Folkemødet** - Mindre debatter om bl.a. sikkerheden i Østersøen og den kommende super region. Stor debat fra TV 2's scene om det kommende Kommunalvalg og en live udgave af sprogquizzen 'Sprogblomster'.
Samarbejdspartnere: Foreningen Folkemødet, TV 2 og Højskolerne.
- **Wonderfestiwall** - Livesending og diverse programmer og kulturelle indslag fra musikfestivalen Wonderfestiwall.
Samarbejdspartnere: Foreningen Den Kulturelle Uafhængighedshær, der har som formål at danne et kulturelt miljø på Bornholm – på de unges præmisser.

- **Rising Star 2025** – Sol over Gudhjem talentkonkurrence, hvor fire unge aspirerende kokketalenter dystet om at blive kåret som årets Rising Star. Blev sendt live fra Gaarden på Melsted Gård.
Samarbejdspartnere: Sol over Gudhjem, Melstedgård og Campus Bornholm.
- **Sol over Gudhjem** – Kokkekonkurrencen Sol over Gudhjem. To dages event, hvor Bornholm og bornholmske råvarer sættes på det gastronomiske verdenskort. For første gang blev både hovedkonkurrencen og dessertkonkurrencen sendt direkte fra havnen i Gudhjem.
Samarbejdspartnere: Sol over Gudhjem og Gudhjem by og havn.
- **Mine aftener i Paradis** – Koncerter og fire programmer fra Scala Gudhjem. I 2025 med Steffen Brandt og de bornholmske musikere Rebecca Norreen, Søren Høst og Lea Meldal Backhausen.
Samarbejdspartnere: Scala Gudhjem.
- **PostNord Danmark Rundt – Grand Depart på Bornholm** - Live fra start og målområdet og ude fra ruten.
Samarbejdspartnere: Dansk Cykel Union og DR Sporten.
- **DGI forårsopvisning 2025** – Sendt live både lørdag og søndag. Herefter lagt ud på TV2 Bornholms Play-kanal i ni afsnit, så man nemt kan finde de relevante hold.
Samarbejdspartnere: DGI og diverse lokale idrætsforeninger.
- **BUM** - Direkte fra Bornholms Uddannelses Messe.
Samarbejdspartnere: Lokale virksomheder, skoler og uddannelsessteder.
- **Etape Bornholm** – Daglig dækning af motionsløbet Etape Bornholms 5 etaper.
Samarbejdspartner: Viking Atletik.

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 TV2 BORNHOLM videreføres.

Danmark bygger på ordnede forhold på arbejdsmarkedet. Når TV2 BORNHOLM producerer indhold – herunder ved indkøb af entreprisproduktioner hos uafhængige producenter – skal

det ske i respekt for dette og ved brug af det danske rettighedssystem, der har til formål at sikre en rimelig honorering af rettighedshavere.

Redegørelse:

TV2 Bornholm har i 2025 ikke opfyldt forpligtelsen opgjort i minutter.

Selvom størstedelen af vores indhold produceres internt, er vi ifølge public service-kontrakten forpligtet til, at 33,3 % af indholdet (ekskl. nyheder, aktualitet og sport) leveres af eksterne producenter. I 2025 udgjorde den eksterne andel 18,5 %, hvilket betyder, at kravet om udlægning ikke blev indfriet. Det er dog væsentligt at bemærke, at det samlede budget til eksterne produktioner samt antallet af indgåede kontrakter er på samme niveau som 2024, hvor udlægningsprocenten var 33,9 %.

Faldet i den procentuelle andel skyldes igen vores strategiske prioritering af kvalitet frem for kvantitet. For at imødekomme seernes bevægelse fra lineært tv mod on-demand og streaming, har vi bevidst valgt kortere og mere fortættede formater med højere produktionsværdi. Denne omlægning har betydet højere minutpriser og dermed også færre sendetimer. For det samme budget har vi fået færre, men mere slagkraftige timer, hvilket matematisk sænker udlægningsprocenten.

Markante og dyrere satsninger

Indholdsmæssigt har TV2 Bornholm i 2025 prioriteret produktioner med stor lokal relevans og høj seertilslutning, hvor formålet har været at skabe indhold med lang levetid i en digital virkelighed frem for blot at opfylde et kvantitativt timemål.

Dette afspejles blandt andet i den omfattende serie 'Folkets Dom', som via rekonstruktioner og ekspertviden belyser det mørke kapitel om strafaktioner mod såkaldte "tyskertøser" i den bornholmske historie – en kostbar, men nødvendig investering i vores fælles kulturarv. Samtidig har vi med programserien 'Kvinder i tiden' skabt en unik fortælling, der kæder oversete historiske kvindeskikkelser sammen med nutidige profiler. For at styrke vores relevans hos de yngre seere, har vi desuden lanceret en ungdomssatsning i form af en dokumentarserie om unge bornholmske drenge med rap-drømme. Gennem disse bevidste valg har vi sikret, at vores produktioner leverer høj kvalitet og dybde til gavn for både den brede og den smalle målgruppe.

Andre eksempler på eksternt producerede programmer i 2025:

- 'Kong Gulerod', ni haveprogrammer, Utopia Film
- 'Hundens bedste ven', Utopia Film
- 'Campingpladsen', sæson 2, fire programmer, Fagus Film

- 'Livet Ovre', fem programmer der følger bornholmere med succes væk fra øen, Pilely Productions
- 'Alt på Spil', to programmer om verdens mindste travbane i Almindingen, Blue Hour Media

Ordnete forhold og rettigheder

TV2 Bornholm har sammen med de øvrige regioner en overenskomst med Dansk Journalistforbund, der sikrer alle medarbejdere, at Ophavsretsloven af 1. juli 1995 med eventuelle senere ændringer overholdes. Overenskomsten sikrer desuden, at medarbejderne får særskilt betaling, hvis rettighederne overdrages til tredjemandsbrug (jf vilkår i aftalens protokollat 5).

Pr. 1. marts 2025 er ligeledes indgået en Freelanceaftale med DJ, der sikrer, at freelancere ligeledes modtager vederlag for Regionernes udnyttelsesrettigheder i form af et tillæg til timelønnen samt en årlig rundsum til Ophavsretfonden i Dansk Journalistforbund.

Ved indkøb af entreprisproduktioner hos eksterne, uafhængige producenter udformes der altid kontrakter med et afsnit om ophavsret, der sikrer at vi overholder Opretsloven, og at producenten bevarer, for erhvervede rettigheder og producentrettigheder, en ret til vederlag for ophavsretlig brug i henhold til ophavsretslovens §§ 13, 17, 35 samt 50, stk.2.

Vi har herudover – også sammen med de øvrige regioner – aftaler med både Gramex, IFPI, MPO og Koda.

3.7. Samarbejdet med de øvrige regionale TV 2-virksomheder.

Forpligtelsen:

TV2 BORNHOLM 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.

Redegørelse:

TV2 Bornholm har i 2025 opfyldt forpligtelsen.

Den 1. januar 2027 sammenlægges Region Sjælland og Region Hovedstaden, og Bornholm bliver dermed en del af den nye superregion Østdanmark, når det kommer til sundhed. Forud for KV25, hvor der også var valg til regionsråd, afholdt vi derfor en stor debat i samarbejde med TV2 Øst og TV2 Kosmopol. Debatten blev afviklet i Regionshuset i Sorø den 9. november og blev sendt direkte på alle tre TV2 regioner.

3.8. Beskyttelse af børn.

Forpligtelsen:

TV2 BORNHOLM skal i overensstemmelse med reglerne i bekendtgørelse om vedtægt for de regionale TV 2-virksomheder påse, at mindreårige sikres mod skadeligt indhold.

Redegørelse:

TV2 Bornholm har i 2025 opfyldt forpligtelsen.

Vores sendetidspunkter på TV 2|DANMARK er bestemt af sendetidsaftalen, som en del af public service-kontrakten. Vi er derfor opmærksomme på, at nyhedsudsendelserne ikke udsætter børn for indslag, der kan være skadelige for deres fysiske, psykiske eller moralske udvikling. Hvis vi en sjælden gang bringer voldsomme eller ubehagelige billeder, advarer vi altid på forhånd.

Vi er opmærksomme på reglerne om aldersmærkning af indhold, og vi følger retningslinjer og vejledning om aldersmærkning fra Medierådet for Børn og Unge.

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

3.9. Betjening af handicappede.

Forpligtelsen:

TV2 BORNHOLM skal løbende have fokus på at sikre tilgængelighed for personer med handicap og prioritere udvikling af tilgængelighedsarbejdet, herunder ved løbende at undersøge teknologiske løsninger.

TV2 BORNHOLM skal tekste den regionale hovednyhedsudsendelse på den regionale tv-kanal alle ugens dage.

TV2 BORNHOLM skal styrke arbejdet med automatiseret tekstning.

Redegørelse:

TV2 Bornholm har i 2025 opfyldt forpligtelsen.

TV2 Bornholms hovednyhedsudsendelse er i mange år blevet tekstet alle ugens syv dage.

I 2025 realiserede vi det fællesregionale projekt for automatiseret tekstning, hvilket i oktober førte til implementeringen af et nyt system på flow-kanalen. Denne teknologiske opgradering

betyder, at vi er gået fra udelukkende at tekste 19.30-udsendelsen til nu at tilbyde tekstning på alt indhold på kanalen.

Vi tekster desuden en stor del af videoindholdet til de sociale medier, så indholdet fremstår meningsfuldt både for dem, der bevidst har slået lyden fra, samt for vores hørehæmmede følgere.

3.10. Dansk sprog.

Forpligtelsen:

TV2 BORNHOLM 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 TV2 BORNHOLMs programvirksomhed.

Redegørelse:

TV2 Bornholm har i 2025 opfyldt forpligtelsen.

TV2 Bornholm udøver løbende sproglig efterkritik både på studieværter, speakere og på artiklerne, hvor vi prioriterer et korrekt og varieret sprogbrug. Vi tilstræber i vores mundtlige formidling et klart og tydeligt talesprog i et rigsdansk, som alle kan forstå. Dialekter sætter vi dog stor pris på og synes kun, at det er en gevinst, at man kan høre de enkelte speakere og værter dialekter. Når det gælder det bornholmske sprog, så producerer vi en månedlig quiz, ”Sprogløst”, hvor deltagerne skal gætte betydningen af ordene. På den måde er vi aktivt med til at bevare og udvikle det danske sprog – samt værne om de uddøende gamle dialekter og ord.

3.11. Europæiske programmer.

Forpligtelsen:

TV2 BORNHOLM skal i overensstemmelse med reglerne i bekendtgørelse om vedtægt for de regionale TV 2-virksomheder udsende europæiske tv-programmer, herunder programmer fra uafhængige producenter.

Redegørelse:

TV2 Bornholm har i 2025 opfyldt forpligtelsen.

TV2 Bornholm har i 2025 udelukkende udsendt programmer produceret i Europa, så andelen af europæiske programmer er 100%.

10% af sendetiden, der ikke består af nyheder, sportsbegivenheder og konkurrencer, skal ifølge Bekendtgørelsen om de regionale TV 2-virksomheder være programmer fra uafhængige producenter. I 2025 ligger TV2 Bornholms andel på 24,4%, og stort set alle udsendte programmer har været produceret i 2025.

4. Dialog med befolkningen.

Forpligtelsen:

TV2 BORNHOLM 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:

TV2 Bornholm har i 2025 opfyldt forpligtelsen.

TV2 Bornholms repræsentantskab består af 37 medlemmer fordelt på 36 lokale organisationer, herunder seerorganisationerne, oplysningsforbundene, idrætsorganisationerne og Campus Bornholm.

TV2 Bornholms repræsentantskab og TV2 Bornholms ledelse afholder møder to gange årligt. På disse to møder er det et fast punkt at have dialog om TV2 Bornholms indhold og diskutere relevante emner og samfundsmæssige problemstillinger i gruppearbejde, hvor ledelsen efterfølgende tager feedbacken med i deres videre arbejde.

Cirka en gang om måneden åbner TV2 Bornholm også dørene for diverse foreninger og skoler, der ønsker rundvisning og oplæg. Under disse besøg bruges der også tid til dialog om produktionerne på de forskellige platforme.

Dialog og relationsskabelse på sociale medier

Bornholmerne er utroligt engagerede i TV2 Bornholms indhold. Da vi er en ø, påvirkes stort set samtlige borgere, når der sker tiltag og ændringer, og det afspejler sig også i vores liveblogs og i kommentarspor på de sociale medier. Vi prioriterer denne kontakt og dialog med borgerne særdeles højt, og arbejder hele tiden med at gøre debatten så kvalificeret og ordentlig som muligt. Dette gør vi både ved at sikre, at alle har et oplyst grundlag at debattere ud fra, men også ved at moderere kommentarsporene, så relevans og en ordentlig tone bevares.

5. Tilgængeliggørelse af public service-indhold.

Overordnet forpligtelse: TV2 BORNHOLM skal stille sit public service-indhold til rådighed for befolkningen på følgende måder:

5.1. TV

5.1.1. Den regionale tv-kanal.

Forpligtelsen:

TV2 BORNHOLM udsender sine programmer "free-to-air" i regionen på den regionale tv-kanal, TV2 Bornholm.

Redegørelse:

TV2 Bornholm har i 2025 opfyldt forpligtelsen.

TV2 Bornholms udsendelsesvirksomhed opgjort i timer:

Timer	Realiseret 2025	Budget 2025	Afvigelse
On Air: 1. gangvisninger (nyproduceret)	555	700	-145
On Air: Genudsendelser	7.677	6.000	+1.677
	8.232	6.700	+1.532
Fillers (trailere, sponsor mv)	320	300	+20
On Air i alt	8.552	7.000	+1.552
Nyhedsskilte, udsendt nat samt formiddag/eftermiddag	208	1.760	-1.552
Sendetid i alt	8.760	8.760	0

Timer	Realiseret 2025	Budget 2025	Afvigelse
Førstegangvisninger, nyheder og aktualitet	442	550	-108
Førstegangvisninger, øvrigt indhold	113	150	-37
I alt	555	700	-145

Målsætningen for det samlede antal nyproducerede timer blev ikke indfriet i 2025, hvilket er resultatet af en bevidst og strategisk prioritering. Vi har bevæget os væk fra et ensidigt fokus på volumen i flow-tv til fordel for en gennemgribende 'kvalitet fremfor kvantitet'-tilgang. I stedet for at prioritere antallet af sendetimer har vi målrettet vores ressourcer mod en digital first-indsats, der styrker dybden, relevansen og brugerengagementet på tv2bornholm.dk

Denne omstilling har samtidig betydet en markant satsning på platformsspecifikt indhold, hvor produktionerne skræddersys til de sociale medier frem for blot at genbruge traditionelle tv-formater. Ved at investere i højere produktionsværdi, sikrer vi en længere levetid for vores indhold på tværs af platforme. Dermed har vi prioriteret reel gennemslagskraft og værdi for borgerne frem for blot at opfylde et kvantitativt timemål for lineært tv.

5.1.2. "Vinduer" i TV 2-sendefladen.

Forpligtelsen:

TV2 BORNHOLM 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 TV2 BORNHOLM, idet tidsforskydningen maksimalt må være en time. Der henvises til bilag 2, hvoraf de mellem TV 2|DANMARK A/S og de regionale TV 2-virksomheder aftalte sendetider fremgår. Hvor ikke andet fremgår af aftalen, kræver det enighed mellem parterne at ændre aftalen.

Redegørelse:

TV2 Bornholm har i 2025 opfyldt forpligtelsen.

I 2025 sendte TV2 Bornholm 214 timers nyheds- og aktualitetsudsendelser i TV 2-vinduerne. Nyhedsprogrammer fra vinduerne på TV 2|Danmark er blevet spejlet, så de også kan ses på den regionale kanal. Ved aflyste TV2-vinduer vælger vi dog, i stort set alle tilfælde, alligevel at udkomme med nyhedsudsendelsen, så seerne stadig kan se den på vores flow-kanal og on demand på vores hjemmeside.

Programplan:

17.12 – 17.15: Regionale nyheder. Sendt mandag til fredag
18.20 – 18.24: Regionale nyheder. Sendt mandag til fredag
18.15 – 18.19: Regionale nyheder. Sendt lørdag og søndag
19.30 – 19.54: Regionale nyheder. Sendt søndag til fredag
19.30 – 19.42: Regionale nyheder. Sendt lørdag
22.00 – 22.12: Regionale nyheder. Sendt mandag til torsdag

5.1.3. Streaming og internetbaserede tjenester.

Forpligtelsen:

TV2 BORNHOLM skal streame den regionale kanal live på egen platform. TV2 BORNHOLM skal stille alle udsendelser fra den regionale kanal til rådighed som on-demand på egen platform. Det ovennævnte skal kunne tilgås gratis.

TV2 BORNHOLMs tv-indhold kan herudover stilles til rådighed af tredjepartsdistributører via øvrige distributionsplatforme (satellit, kabel, internet m.v.) inden for rammerne af lovgivningen, herunder ophavsretslovgivningen, med henblik på at gøre indholdet tilgængeligt for en så stor del af befolkningen som muligt.

TV2 BORNHOLM skal drive internetaktiviteter med indhold og tjenester, der bruger internettets formidlingsformer, og som bidrager til TV2 BORNHOLMs public service-formål, og som er redaktionelt begrundet.

TV2 BORNHOLM skal tilbyde public service-indhold på teknologineutralt grundlag og understøtte danskernes brug af internettet og digitale tjenester. TV2 BORNHOLM skal således stille public service-indhold til rådighed digitalt og via internettet med henblik på modtagelse ved hjælp af forskelligt forbrugerrelevant modtageudstyr. Herunder skal TV2 BORNHOLMs internetsted bl.a. indeholde nyheder, programrelateret information, seerservice og produktioner med billede, lyd og tekst. TV2 BORNHOLM kan på internetstedet bringe tekstbaserede nyheder.

Dette public service-internetsted skal holdes adskilt fra TV2 BORNHOLMs eventuelle anden internetvirksomhed, som drives på kommercielle vilkår, dvs. uden anvendelse af offentlige tilskud.

TV2 BORNHOLM 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:

TV2 Bornholm har i 2025 opfyldt forpligtelsen.

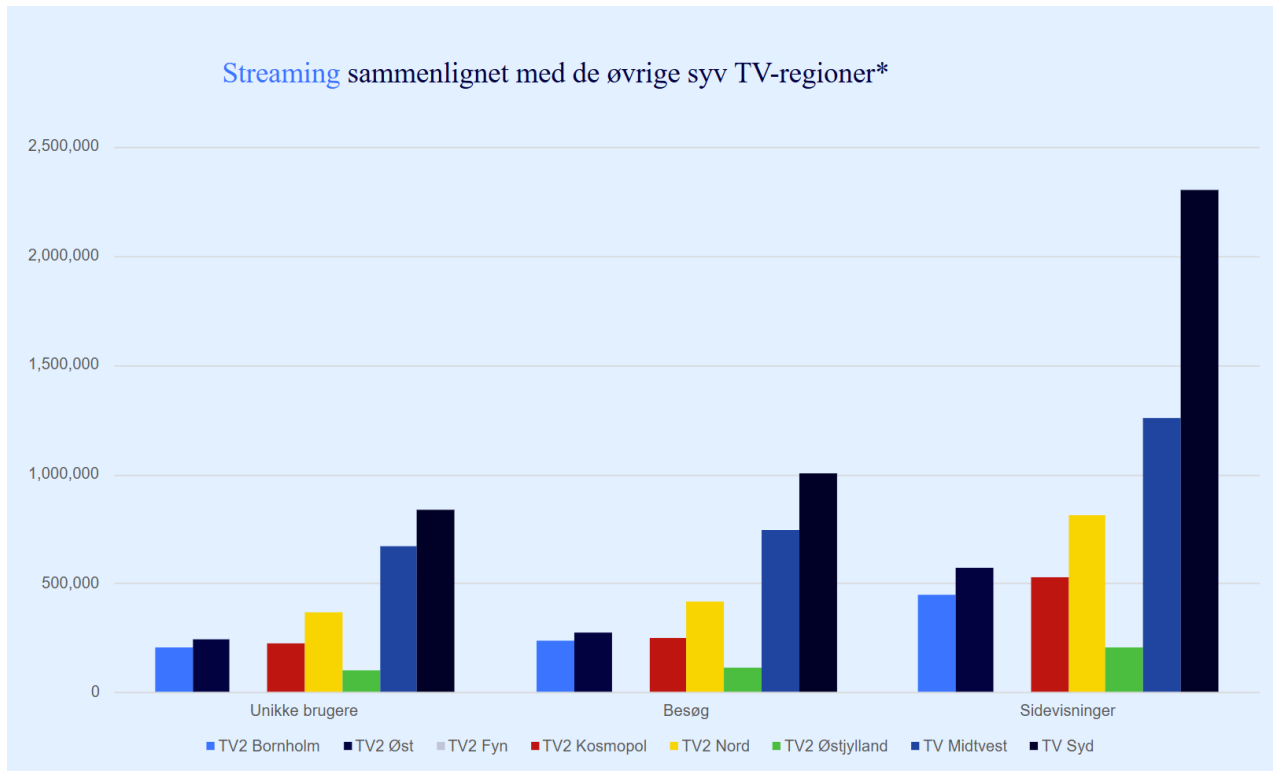
TV2 Bornholm har i 2025 fuldt ud opfyldt sine forpligtelser vedrørende streaming, on-demand tjenester og digital formidling. Gennem lanceringen af vores nye digitale platform den 3. juni 2025 har vi skabt et teknologisk fundament, der sikrer borgerne gratis og uindskrænket adgang til vores public service-indhold uafhængigt af tid, sted og modtageudstyr.

Streaming og On-demand på egne og eksterne platforme

TV2 Bornholm stiller den regionale kanal til rådighed som gratis live-stream på tv2bornholm.dk og via vores dedikerede app. Herudover gøres samtlige udsendelser tilgængelige on-demand umiddelbart efter udsendelse. At disse tjenester er gratis og frit tilgængelige uden abonnement, er afgørende for at sikre den bredest mulige adgang til væsentlig samfundsinformation og regional kultur.

Selvom det samlede antal unikke besøgende til streamingindhold på vores egen Play-platform har været svagt nedadgående i 2025, indtager TV2 Bornholm fortsat en stærk position. En direkte sammenligning med de øvrige TV 2-regioner viser, at TV2 Bornholm har et meget højt antal brugere og besøg til streaming af udsendelser, når man tager højde for, at vores sendeområde med godt 40.000 indbyggere er væsentligt mindre end de øvrige regioners opland. Denne sammenligning er baseret på data fra perioden 1. juni til 31. december 2025, hvor TV2 Bornholm blev fuldt integreret i det fælles regionale samarbejde (FROP) med nyt website og ensrettet datainddeling. Vi er dog bevidste om, at den nye hjemmeside endnu ikke fungerer optimalt i forhold til Play-undersiden, hvilket er et teknisk fokusområde, vi vil prioritere at udbedre i 2026 for at styrke brugeroplevelsen yderligere.

Udover streaming på egne platforme er TV 2 Play en strategisk vigtig platform for TV2 Bornholm. Vores ambition er at levere historier med afsæt i det bornholmske, som besidder så stor styrke, at de opnår relevans i hele Danmark. Dette blev i 2025 understreget af serien "Folkets dom", der med 64.334 seere på TV 2 Play opnåede stor national gennemslagskraft og dokumenterede værdien af vores indhold uden for regionens grænser.



*Sammenligningen dækker over perioden 1. juni 2025 til 31. december 2025. Dette skyldes at statistik fra 1. juni 2025 er fuldt ud sammenlignelig med de øvrige regioner, da TV2 Bornholm i juni 2025 blev fuldt integreret i FROP med nyt website samt måder for inddeling af data, herunder streaming af play-indhold. Kilde: Plausible.

Teknologineutral distribution og tilgængelighed

TV2 Bornholm opererer på et teknologineutralt grundlag. Udover vores egne digitale platforme samarbejder vi med tredjepartsdistributører for at sikre, at vores tv-indhold er tilgængeligt via satellit, kabel, antenne-tv og øvrige internetbaserede tjenester (eksempelvis TV 2 Play). Dette sikrer, at vi når ud til den del af befolkningen, der fortsat benytter traditionelle distributionsformer, samtidig med at vi understøtter overgangen til digitale tjenester.

Vores internetaktiviteter er tæt integreret med vores public service-formål. tv2bornholm.dk og vores tilhørende sociale medie-kanaler fungerer som dynamiske nyhedstjenester, der udnytter internettets formidlingsformer – herunder tekstbaserede nyheder, grafikker, videoindslag og lyd. Alt indhold på vores digitale platforme er redaktionelt begrundet og har til formål at styrke den demokratiske debat og den lokale sammenhængskraft.

TV2 Bornholm driver udelukkende public service-baseret internetvirksomhed finansieret af de tildelte midler. Vi har ingen kommerciel internetvirksomhed, og der sker således en fuldstændig adskillelse af aktiviteter.

5.2. Arkiver.

Forpligtelsen:

TV2 Bornholm 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.

TV2 Bornholm skal af kulturarvsmæssige hensyn bevare sine programarkiver.

TV2 Bornholm 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.

TV2 Bornholm skal aktivt arbejde for i videst muligt omfang at kunne gøre TV2 Bornholms programarkiver tilgængelige for befolkningen og forskermiljøerne.

Redegørelse:

TV2 Bornholm har i 2025 opfyldt forpligtelsen.

TV2 Bornholm opbevarer alle udsendelser siden stationens premiere i 1990. Alle udsendelser siden 2012 er tilgængelig online, og udsendelserne fra 2025 er derfor løbende blevet tilføjet dette arkiv.

Der er en digitalisering i gang af de mange tusinde timer, der blev sendt fra starten i 1990 til 2012. Status ultimo februar 2026 er, at vi har indspillet og arkiveret fra den 1. september 1990 til og med den 31. januar 2001. Vi mangler derfor endnu at digitalisere fra 1. februar 2001 til og med 31. december 2011.

Vi er startet bagfra med digitaliseringen for at sikre de ældste optagelser, der er på gammeldags bånd med begrænset levetid.

6. Finansiering

6.1. 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	2025	2024	2023	2022	2021
Resultatopgørelse:					
Nettoomsætning	78.851	77.089	73.324	69.864	70.313
Bruttoresultat	16.760	15.610	15.993	13.499	13.653
Resultat af ordinær drift	638	-182	903	-884	-317
Resultat af finansielle poster	63	235	157	-94	-124
Årets resultat	701	53	1.060	-978	-441
Balance:					
Omsætningsaktiver, ultimo	21.213	21.604	18.408	14.380	16.720
Balancesum, ultimo	34.363	37.111	34.623	30.798	34.288
Egenkapital, ultimo	16.686	15.985	15.932	14.872	15.850
Pengestrømme:					
Driftsaktiviteter	1.365	4.401	6.195	3.734	4.755
Investeringer	-436	-2.553	-3.716	-2.721	-5.317
Heraf investeringer i materielle og immaterielle anlægsaktiver	-436	-2.553	-3.716	-2.721	-5.317
Finansiering	-37	-2.030	0	0	0
Årets likviditetsvirkning	892	-182	2.479	1.013	-562
Antal fuldtidsbeskæftigede	95	93	92	90	89
Sendetimer	8.760	8.784	8.760	8.760	8.760
Nøgletal i %:					
Overskudsgrad	0,9%	0,1%	1,4%	-1,4%	-0,6%
Bruttomargin	21,3%	20,2%	21,8%	19,3%	19,4%
Likviditetsgrad	120,0%	102,3%	98,5%	90,3%	90,7%
Soliditetsgrad	48,6%	43,1%	46,0%	48,3%	46,2%
Egenkapitalforrentning	4,2%	0,3%	6,7%	-6,6%	-2,8%

Ovenstående nøgletal er beregnet således:

Overskudsgrad	$\frac{\text{Driftsresultat} \times 100}{\text{Nettoomsætning}}$
Bruttomargin	$\frac{\text{Bruttoresultat} \times 100}{\text{Nettoomsætning}}$
Likviditetsgrad	$\frac{\text{Omsætningsaktiver} \times 100}{\text{Kortfristede forpligtelser}}$
Soliditetsgrad	$\frac{\text{Egenkapital ultimo} \times 100}{\text{Passiver i alt, ultimo}}$
Egenkapitalforrentning	$\frac{\text{Årets resultat} \times 100}{\text{Gennemsnitlig egenkapital}}$