

TV2 ØSTJYLLAND
Public service-redegørelse 2016

Indledning

TV2 ØSTJYLLAND har i 2016 arbejdet målrettet på at forberede stationen på den nye medievirkelighed. Danskernes TV-forbrug falder dramatisk, særligt i de yngre målgrupper. TV-seningen afløses af medieforbrug på digitale platforme, og det er naturligvis en udfordring for alle konventionelle mediehus.

TV2 ØSTJYLLANDs ledelse har derfor udarbejdet en ny strategi, der gør stationen i stand til at servicere østjyderne med relevant public service indhold på adskillige medieplatforme, der ud over TV tæller web, facebook, instagram, youtube og snapchat.

Den nye medievirkelighed udfordrer ikke kun de traditionelle medieplatforme. Det er i høj grad også typen af indhold, der udstiller den dybe generationskløft i danskernes medieforbrug. Det er ikke nok at tale om distribution, hvis man ønsker at møde sine brugere, der hvor de er. Det er lige så vigtigt at tale om indholdet. Derfor har en del af vores strategiarbejde i 2016 også kredset om definitionen af nyheder. Vi har udarbejdet og implementeret nye udvælgelseskriterier, der skal sikre at vi ikke kun udkommer på de rigtige platforme men også udkommer med det rigtige indhold. Det er nødvendigt, hvis man vil sikre at være relevant for fremtidige generationer og derfor er vores fokus at skabe selvstændig, originalt public serviceindhold, der understøtter de østjyske fællesskaber og skaber grundlag for samtaler.

Ikke mindst har vi arbejdet på at måle vores kvalitet. Seertal er ikke længere tilstrækkeligt at sigte efter. Derfor har vi udviklet vores eget performancemeter, der måler vores indsats på tværs af platformene ud fra nogle kriterier der flugter strategien og er afstemt med bestyrelsen. På den måde bliver vi fremover bedre i stand til at identificere om vi udnytter licensmidlerne bedst muligt. Performancemeteret tages fuldt i brug i 2017.


Claus Jørgensen
 Formand for bestyrelsen
 TV2 ØSTJYLLAND


Inga Vind
 Adm. direktør
 TV2 ØSTJYLLAND

Indledning	side 2
Indholdsfortegnelse	side 3
Generel information	side 4
Sendeområde	
Befolkningsgrundlag	
Antal ansatte	
Adresse	
Sendetimer	
Sendetidspunkter	
Rating og share	
Ved valg: sendetidspunkter for alle ekstra udsendelser	
Anden relevant information	
Public service-formål	side 7
Den generelle forpligtelse	
Ved valg	
Samarbejdet med TV2 DANMARK	
Specifikke public service-forpligtelser	side 10
Nyheds- og aktualitetsprogrammer	
Beskyttelse af børn	
Kunst og kultur i det regionale område	
Samarbejde	
Beredskabsforpligtelsen	
Betjening af handicappede	side 13
Forpligtelsen	
Dansk sprog og europæiske programmer	side 14
Sprogpolitik	
EU-krav til sendefladen	
Dialog med befolkningen i regionen	side 15
Repræsentantskabet	
Dialog med befolkningen i øvrigt	
"Vinduer i TV2-sendefladen"	side 17
Beskrivelse af programfladen	
Regionale udsendelser udenfor TV 2-sendefladen – TV2 ØSTJYLLAND	side 20
Beskrivelse af programfladen	
Internet	side 25
Beskrivelse af stationens internet-aktiviteter	
Arkiver	side 37
Bevarelse af programarkiver	
Digitalisering af programarkiver	
Arkivernes tilgængelighed	

1. Generel information

1.1 Sendeområde

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

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

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

1.2 Befolkningsgrundlag

Samsø er den mindste kommune med 3.729 indbyggere. Aarhus den største med 335.728 indbyggere. I alt bor der 738.826 i sendeområdet.

FAKTA

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

1.3 Antal ansatte

Ved årets udgang var der 67 ansatte.

Hen over året var der i gennemsnit beskæftiget 79 medarbejdere.

1.4 Adresse

TV2 ØSTJYLLAND
Skejbyparken 1
8200 Aarhus N
www.tv2oj.dk

1.5 Sendetimer på TV

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

- Tv-kanalen TV2 ØSTJYLLAND
- tv2oj.dk – streaming (altså live) og on-demand (når du vil se tv)
- TV2 DANMARK (*kun nyheder*)
- TV SYD (*kun nyheder*)
- TV2OJ-app til Android og iOS
- Facebook www.facebook.com/TV2OJ
- Twitter www.twitter.com/TV2OJ
- Instagram www.instagram.com/TV2OJ
- Youtube www.youtube.com/channel/UCfS2CZVELgAMvNF6r9vnmYQ
- Snapchat (brugernavn: TV2OJ)

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

TV2 ØSTJYLLAND Sendetid 2016	Øvrige programmer	Nyheder / aktualitet	Programmer i alt	Programmer i alt	Total sendetid
	1. gangs uds.	1. gangs uds.	1. gangs uds.	genudsendelser	Programmer og skilte
<i>timer</i>					
Egenproduktion	109	202	311	1.388	1.700
Køb hos uafhængige producenter	79	-	79	801	879
Fælles regional produktion	27	154	182	839	1.021
Fra anden TV 2-region	37	2	40	736	776
Skilte og off-broadcast	-	-	-	-	299
Total	253	359	612	3.764	4.675

I TV 2 – vinduerne sendte vi i 2016 i alt 202 timers nyheds- og aktualitetsudsendelser.

1.6 Sendetidspunkter

TV2 ØSTJYLLAND

Kl. 12.00 – 01.30 Nyheder og programmer

Kl. 01.30 – 12.00 Offbroadcast (*som det hedder, når vi ikke sender programmer*)
med nyheder fra tv2oj.dk og programoversigt (*Alle dage – i weekenden dog 01.30 – 15.00*)

TV2 DANMARK

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

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

Kl. 18.20 Regionale nyheder (*alle dage, i weekenden dog kl. 18.12*)

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

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

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

TV SYD

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

1.7 Rating og share

Seertal - 19.30-udsendelsen i aldersgruppen 12 år+

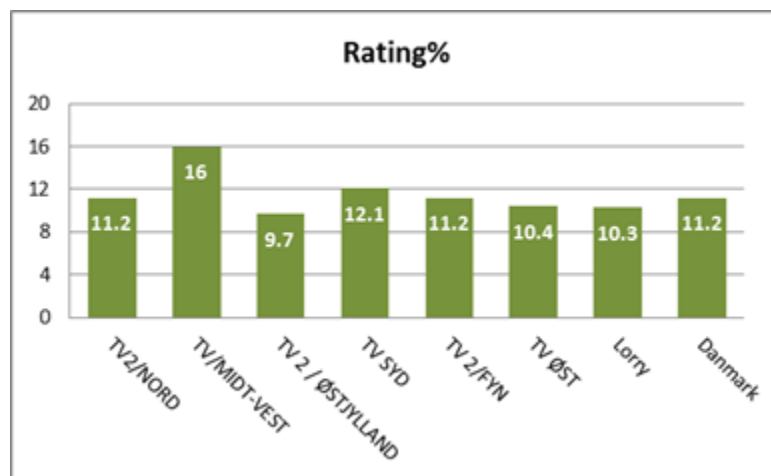
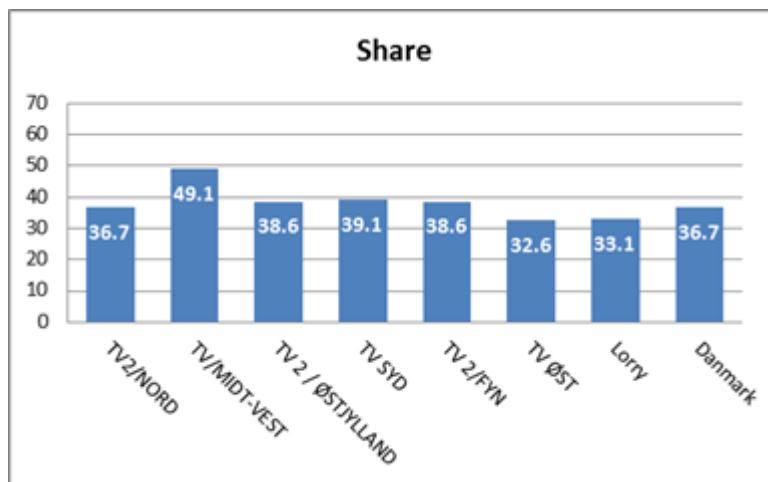
Grafikken viser seertal for nyhedsudsendelse kl. 19.30 målt i aldersgruppen 12+, dvs. alle over 12 år.

- *Rating* fortæller, hvor stor en andel af hele befolkningen, vi har fat i

- *Share* fortæller, hvor stor en del af dem, der ser fjernsyn kl. 19.30, der ser TV2 ØSTJYLLAND

TV2 ØSTJYLLAND er nu nr. 3 i Danmark målt i share og nr. 8 målt i rating.

Set over tid har vi som andre tv-stationer oplevet et fald i seertallet på flow-tv. I 2002 havde vi det højeste seertal i den tid, det er blevet målt med Gallup TV-Meter, nemlig en rating på 22,2 %. I de år var vi nr. 1. Nu er vores rating 9,7 %. Til de nye tal skal lægges alle, der ser nyhedsudsendelsen på vores egen kanal, på TV SYD, på nettet, via vores app eller on demand. Det samlede antal kendes ikke.



FAKTA

Gallup TV-Meter måler seertal i Danmark. Der er på landsplan tilknyttet cirka 1.000 husstande, repræsentativt udvalgt. Heraf er 130 husstande i Østjylland. Det er ifølge eksperter ikke finmasket nok til at give et retvisende billede af seningen på den regionale kanal.

Nye forbedrede målinger fra 2017

Fra 1. januar 2017 er der blevet indført nye seertalsmålinger. Den udvidede måling inkluderer nye indsamlingsmetoder for online sening af tv-indhold. De nye datakilder består af to digitale paneler, Det Digitale Meterpanel og Webprofil panelet, samt Census Data. Samtidig med de nye indsamlingsmetoder fastholdes det hidtidige tv-panel til måling af traditionel tv-sening.

Hver dag indsamles data fra alle fire datakilder og fusioneres derefter, således at seertallene bliver rapporteret mere nøjagtigt i forhold til tidligere. Tilføjelse af de digitale paneler betyder også, at universet bliver udvidet fra tv-husstande til også at omfatte husstande og personer uden tv-apparater.

Basispanelet består nu af 1200 husstande (mod tidligere 1000) svarende til 2600 personer og vil måle den traditionelle tv-sening, der sker på tv-apparater og smart-tv. Cirka 130 af husstandene er i Østjylland.

Digitalt Meterpanel består af mindst 1000 personer og vil måle alt deres sening af tv-indhold på PC/laptop, tablets og smartphones.

Webprofil Panel består af over 25.000 personer og er en cookiebaseret måling – den anvender førsteparts-cookies, som er stærke i forhold til identifikation af brugeren. Her vil brugernes adfærd i forbindelse med online forbrug af tv-indhold blive registreret.

Censusdata – bruges i forbindelse med en totaloptælling af alt indhold, der er tagget.

Seertal – TV2 ØSTJYLLANDs 24-timers kanal

Gallups tv-meter-system måler seertal i Danmark. Der var på landsplan i 2016 tilknyttet cirka 1.000 husstande, repræsentativt udvalgt, til tv-meter-systemet. Heraf er 130 husstande i Østjylland. Det er ifølge eksperter ikke finmasket nok til at give et retvisende billede af seningen på den regionale kanal.

Gallup arbejdede i løbet af 2016 og lancerede primo 2017 en ny metode til at måle seertilslutning til den regionale tv-kanal og samtidig inddrage seningen på andre platforme, web, streaming etc. Tallene her i redegørelsen er dog målt efter den 'gamle' metode.

Selv om Gallups daglige tal er for små til at være valide ned på enkelte udsendelser, så er de generelle tendenser for udviklingen i seertallene mere valide og bestemt værd at bemærke:

Reach-målingen for 2016 viser således at:

- 69 % af alle østjyder har set kanalen i 2016
- Det er en fjerdeplads blandt regionerne – én plads højere end sidste år
- Samme tal i 2015: 68 %
- I antal hoveder er stigningen dog mere markant: Her er vi nået ud til 437.000 østjyder, mens tallet i 2015 lå på 383.000
- Den gennemsnitlige seer har i 2016 set 118 timer på kanalen – mod 116 timer i 2015
- Det svarer til, at dem, der ser os gennemsnitligt bruger 20 min på kanalen hver dag – et minut mere end sidste år
- Vores gennemsnits-seer er 56 år – to år yngre end sidste år, men stadig de markant yngste seere blandt regionerne

2. Public service-formål

2.10 Den generelle forpligtigelse

TV2 ØSTJYLLAND har i 2016 inden for public service-kontraktens rammer, formål og økonomi opfyldt den generelle forpligtelse ved via TV, hjemmeside og sociale medier at sikre programmer og indslag omfattende nyhedsformidling og oplysning.

I det følgende er opfyldelsen af de specifikke public service-forpligtelser beskrevet.

2.11 Nye nyhedskriterier

Vi har pr. 1. november 2016 indført nye kriterier for vores nyhedsprioritering på TV2 ØSTJYLLAND. Public service medier er ligesom landets øvrige medier udfordret af det meget fragmenterede og enorme indholdsudbud, der betyder at vores regionale public service indhold er i massiv konkurrence med også internationalt indhold. Vi er af den overbevisning, at det i det kapløb om brugere og seeres opmærksomhed er en stor fejl kun at fokusere på hvor, altså på hvilken platform, vi når dem bedst – i stedet vil vi gerne fokusere på *hvad* vi bedst når dem med. Det er det gode relevante indhold, der sikrer, at vi når ud til så mange østjyder som muligt. Platformene er bare måder at distribuere på, og her skal vi være til stede, hvor vores brugere er.

Nyhedskriterierne ser ud som følger:

Relevant
Originalt
Løsningsorienteret
Delbart
Overraskende

Relevant:

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

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

Originalt:

Originale historier – vores egne, genereret af vores egne ideer

Originale vinkler – vores eget take på fællesstof

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

Løsningsorienteret:

Vi viser altid vejen ud af problemstillinger

Vi undersøger løsninger indenfor og uden for landets grænser

Vi inspirerer

Vi giver vores kilder mulighed for at anvise løsninger

Vi vil gøre brugere og seere klogere. Og ikke efterlade dem vrede og afmægtige.

Delbart:

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

Overraskende:

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

Vi kalder vores model for ROLDO-modellen, og alle potentielle historier vejes op mod kriterierne, før vi arbejder videre med dem til de enkelte platforme. Kriterierne er i høj grad udvælgelseskriterier, der skal være med til at sikre, at vi ikke bare laver de historier vi synes er interessante eller væsentlige men de

historier vores *brugere* og *seere* har brug for og gavn af. Vi ønsker ikke at være en del af et ekkokammer, der mere taler til sig selv end befolkningen. Vi ønsker, at vores indhold skal ramme de østjyder, der ikke føler, at medierne taler til og i særdeleshed om dem, og det liv de lever.

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

En historie på web skal opfylde 3 af de 5 kriterier for at blive bragt og et af dem skal være ”delbart”.

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

2.12 Samarbejdet med TV2 DANMARK

Vi samarbejder med TV2 DANMARK på flere områder.

Nyhedsleverandør. Vi har leveret cirka 271 nyhedsindslag og rå-optagelser af forskellig karakter fra Østjylland til Nyhederne på TV2 DANMARK.

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

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

Masterclass. Både sommer og vinter laver vi sammen med TV2 DANMARK workshop/masterclass, som kan gøre alle medarbejdere bedre til at lave tv-produktioner.

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

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

Samarbejdet i tal

2016	kr.	2016	kr.
Salg til TV 2 og regionerne	4.539.545	Køb hos TV 2 og regionerne	415.244

3.13 Nyheds – og aktualitetsprogrammer

Tekst-tv

I flere år har tekst-tv med programoversigter og nyheder fra Østjylland været et stort ønske hos vores seere.

Tekst-tv blev etableret i 2013, i første omgang som den tekniske løsning på tekstningen for hørehæmmede. I 2014 er tekst-tv så udbygget med kontaktoplysninger, nyheder og programoversigt. Trods alskens moderne teknologi er tekst-tv fortsat en udbredt metode til hurtig information.

3.14 Beskyttelse af børn

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

Vi bringer sjældent programmer, der kan virke foruroligende eller stødende. I tvivlstilfælde er det fast procedure at bringe advarsler. Der har ikke i 2016 været eksempler herpå. Vi er ligeledes bevidste om, at programmer, der i alvorlig grad kan skade mindreåriges fysiske, psykiske eller moralske udvikling, ikke må sendes.

Vi har ikke indflydelse på vores sendetidspunkter på TV2 DANMARK, de er bestemt af sendetidsaftalen. Vi er derfor opmærksomme på, at nyhedsudsendelserne ikke udsætter børn for indslag, der kan være skadelige for deres fysiske, psykiske eller moralske udvikling. Hvis vi en sjælden gang bringer voldsomme eller ubehagelige billeder, advarer vi altid på forhånd.

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

3.15 Kunst og kultur i det regionale område

Programafdelingen har igen i 2016 haft stort fokus på det kulturelle område.

Primært i form af det ugentlige aktuelle debatprogram *Kulturkampen*, hvor en lang række gæster i årets løb har lagt vejen forbi til debatter, anmeldelser og foromtaler af kunst- og kultur-arrangementer i Østjylland. Vi har blandt andet drøftet om det at ridse i lakken på en Lamborghini er kunst eller hærværk og hvad Randers-Ugen kan gøre for at lokke flere unge til at deltage i de kulturelle aktiviteter.

Vi har desuden intensiveret dækningen af det forestående Aarhus 2017, hvor Aarhus og alle kommunerne i Region Midtjylland skal være europæisk kulturhovedstad. I serien *Mission Gentænk* ser vi i tre programmer i hvert af årene 2015, 2016 og 2017 på hvad gentænkning HAR været, ER lige nu og kan BLIVE i fremtiden. Serien produceres i samarbejde med TV MIDTVEST. Desuden har vi i en særudgave af *KulturKampen* sendt et forskudt live-program fra præsentationen af hele programmet for 2017. Desuden har vi løbet dækket forberedelser og præsentationer i både *KulturKampen*, i nyhederne og online.

Men også en lang række andre programmer har haft østjysk kunst og kultur i centrum. Blandt andet:

- *Morell & Malerne*, hvor idéhistoriker, forfatter og foredragsholder Lars Morell gik tæt på kunsten i Østjylland gennem de seneste 200 år
- I samarbejde med de øvrige TV2-regioner sendte vi direkte både fra *BogForum* i København og fra *Krimi-messen* i Horsens, hvor Thera Hoeijmans interviewede en række østjyske forfattere som en del af den timelange sending, der for begge messers vedkommende strakte sig over flere dage

- En række *koncert*-optagelser fra Østjylland eller med østjyske kunstnere har også fyldt hver uge i sendefloden.
- Reportageprogrammet *LIVET + det løse* har i flere omgange haft kulturelle begivenheder i centrum. Her var vi blandt andet med da et ny spektakulær lysinstallation under Ringgadebroen i Aarhus skulle tændes for første gang og vi deltog også i et forsøg med en ny eksklusiv pop-up-restaurant med tang-retter i Grenaa.
- Årets *SmukFest* i Skanderborg blev dækket på en lang række platforme – og også på kanalen, der samlede op på dækningen på sociale medier og online samt TV-nyhederne med et samlet – og meget anderledes – program om årets festival.

3.16 Samarbejde

Samarbejde med eksterne producenter

Vi sendte i 2016 en lang række enkelt-programmer og adskillige programserier produceret af eksterne producenter. Der var heriblandt flere gengangere og også nye producenter, som vi ikke tidligere har samarbejdet med.

Det blev stillet som krav i public service-kontrakten, at vi "*så vidt muligt for mindst en tredjedels vedkommende*" skal tilvejebringe de programmer, der ikke er nyheds- og aktualitetsprogrammer, ved køb hos øvrige producenter.

TV2 ØSTJYLLAND opfyldte denne forpligtelse, idet **41,9%** af øvrige programmer er tilvejebragt ved køb hos øvrige producenter.

Vi holdt for fjerde gang *Producenternes Dag* i 2016 og oplevede lige så stor interesse som året før. På årets møde fortalte vi om den nye strategi, hvor vi producerer til digitale platforme og bruger kanalen som én af flere distributions-platforme. I forlængelse af denne dag afholdt vi en række pitch-møder med eksterne producenter og købte et par nye programserier. Samarbejdet med de vidt forskellige private producenter er med til at skabe større mangfoldighed i programtilbuddene til seerne.

Samarbejdet mellem TV2-regionerne

Med TV2 ØSTJYLLAND som tovholder gennemførte TV2-regionerne i 2013 et udredningsarbejde, der kortlagde muligheder for øget indbyrdes samarbejde. Her er nogle af mange samarbejdsprojekte, der alle har ét formål: at frigøre flere penge til public service tv- og online-virksomhed:

Fælles administrative systemer. Syv regioner, herunder TV2 ØSTJYLLAND, har nu ensartede administrative systemer. Alle har samme IT-leverandør, økonomisystem, lønsystem, vagtplanlægningssystem o. m. a. Der arbejdes i 2017 på at ensarte TV2-regionernes Årsrapporter, kontoplaner mm.

Fælles aftale om telefoni. Alle regioner deltog sammen med TV2 DANMARK i et fælles udbud af telefoni. Det gav væsentligt lavere priser, og der blev derfor skiftet telefon-udbyder ved udgangen af året.

Fælles efteruddannelse. Sommerworkshop sammen med TV2 DANMARK, fælles regionalt kursus i fortælleteknik med amerikanske gæstelærere.

Fælles online projekt. TV2 ØSTJYLLAND har sammen med en række andre regioner deltaget i fælles udbud af en ny hjemmeside/CMS med hovedvægt på nyhedsformidling og net-tv. Ved udgangen af 2015 var fire regioner i luften med nye hjemmesider, mens yderligere to regioner – TV2 Lorry og TV ØST – havde tilsluttet sig med henblik på at kunne tage ny hjemmeside i brug i begyndelsen af 2016. TV2 ØSTJYLLAND

tilsluttede sig projektet i starten af 2016. Ud over CMS'et er der foretaget investering i fælles CDN og videoplatform.

Live-sending med mobilteknologi.

TV2 ØSTJYLLAND anvender sammen med seks andre regioner og TV2 DANMARK et video-uplink-system fra producenten AviWest. Teknologien er i løbet af 2016 blevet fuldt integreret i det almindelige workflow.

Samarbejde om juridisk bistand

TV2 Regionerne indgik i 2016 et fælles samarbejde med TV2 DANMARK om leverance af juridisk bistand fra TV2 Jura.

Redaktionelt samarbejde

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

- Programmet *Danmark Rundt*, der dagligt har de bedste indslag fra hele landet. Programmet blev i hele 2016 produceret på TV2 ØSTJYLLAND.
- *DM i Skills* – TV2 ØSTJYLLAND sendte og bidrog til seks timers direkte sending fra Fredericia i februar 2016, da elever fra hele landet dystede om at være den bedste på en lang række fagområder. 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.
- Eventen *"Krimimessen i Horsens 2016"*, hvor flere regioner deltog i en to dages live-produktion fra Fængslet i Horsens. Hver region sendte deres egen vært til at interviewe lokale forfattere, der deltog på messen. Det hele blev produceret af TV SYD og sendt ud til alle deltagende regioner.
- Vi medvirkede for første gang i januar/februar 2016 den landsdækkende event *Smart-Parat-Svar* – en paratviden-quiz for 6. klasser – hvor et østjysk hold for andet år i træk løb med sejren
- *Landsskuet i Herning* har mange østjyske deltagere og derfor sendte vi live herfra sammen med TV MIDTVEST, der producerede syv timers live fra Herning
- Ulvens indtog i Danmark hvor emnet for en samproduktion og sending mellem TV MIDTVEST og TV2 ØSTJYLLAND i januar 2016 hvor eksperter og interessenter debatterede fordele og ulemper ved vilde ulve i vores fælles region – her inddrog vi også erfaringer fra seerne og lavede en meningsmåling om holdningerne til ulven
- Andre programmer, hvor dækningsområdet er fælles for Region Midtjylland, blev ligeledes vist hos både TV MIDTVEST og TV2 ØSTJYLLAND – fx programmerne om Aarhus 2017
- Vi sender hver aften vores 19.30-nyhedsudsendelse på TV SYD som en service til borgerne i Horsens og Hedensted.
- Vi udveksler dagligt lister over planlagte nyhedsindslag, så vi kan samarbejde på tværs af regionsgrænser.
- Vi samarbejder i særlig grad med de tre naboregioner – TV2 NORD, TV MIDTVEST, TV SYD – om dækning af grænseområderne.
- En lang række af vores serier, fx *"Vild med Dyr"* og *"Mit kæreste Eje"* bliver også vist hos flere af de øvrige regioner. Ligeledes viser vi en lang række serier fra især TV MIDTVEST, men også TV2 SYD, TV2 NORD og TV ØST.
- Vi deltog i et samarbejde med alle regioner om at producere et dagligt nyhedsmagasin fra Folkemødet på Bornholm
- 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"*.

Samarbejde med andre

Samarbejde med aviser. I foråret og igen i efteråret 2016 udgav vi i samarbejde med Mediehus Aarhus (Aarhus Stiftstidende/Randers Amts Avis) et avistillæg om TV2 ØSTJYLLAND

M2 Film i Aarhus I forbindelse med udviklingen af nyt CVI – logo, navnetræk og grafisk identitet – havde vi et frugtbart samarbejde med M2 Film i Aarhus omkring udviklingen af studiet, grafikken og hele looket på udsendelserne. Det nye look og studie tages i brug i april 2017

Aarhus 2017. Vi samarbejder med Aarhus 2017 om konkrete programmer og serier, der relaterer sig til Regionens status som Europæisk Kulturhovedstad 2017

Aarhus Kommune og ESAA – Elitesportsakademi Aarhus. I januar 2016 sendte TV2 ØSTJYLLAND DM-Festen, som er fejringen af de aarhusianske sportsfolk, der har vundet et DM eller fået medaljer i EM, VM eller OL. Ved samme lejlighed uddelte TV2 ØSTJYLLAND sin egen pris "Årets østjyske sportnavn", som gik til atleten Sara Slott Petersen.

Aarhus Motion – i juni samarbejdede vi med Aarhus Motion om dækningen af Aarhus City Halvmarathon, der har udviklet sig til noget af en østjysk folkefest – sendt direkte på TV2oj.dk

3.3 Forpligtelsen på beredskabsområdet

Forpligtelsen på beredskabsområdet er opfyldt i 2016:

Der er indgået en varslingsaftale med Rigspolitiet og Beredskabsstyrelsen, som er trådt i funktion i 2014.

TV2 ØSTJYLLAND har etableret et teknisk set-up, således at beredskabsmeddelelser kan udsendes på TV2 ØSTJYLLAND inden for få minutter. Meddelelsen vil vises som en "breaking" tekst i bunden af TV- skærmen. På samme tid og vis kan der gøres ekstra opmærksom på www.tv2oj.dk

4. Betjening af handicappede

4.17 Forpligtelsen

Vi tekster fra mandag til fredag vores nyhedsudsendelse kl. 19.30.

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

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

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

5. Dansk sprog og europæiske programmer

5.19 Sprogpolitik

Vi har i mange år brugt sprogforsker og lektor ved Aarhus Universitet, School of Business and Social Sciences, Ole Lauridsen, som sproglig coach/konsulent på vores udsendelser.

I 2016 har vi igen sat sproget til debat – denne gang i programmet IQ Kort Fortalt, hvor sprog-professor Ole Lauritsen gør os klogere på forskellige aspekter af det danske sprog.

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

5.20 EU-krav til sendefladen

Der er en række lovfæstede kvantitetskrav, som programfladen skal opfylde. De er i 2016 alle opfyldt:

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

Vores sendetid består 100 % af europæiske programmer.

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

Vi har i 2016 opfyldt denne forpligtelse, idet der er anvendt **69,9 %** af programbudgettet til europæiske programmer fra producenter der er uafhængige af tv-foretagender.

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

Alle vores programmer udsendes senest 5 år efter deres produktion.

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

Som tidligere omtalt opfylder TV2 ØSTJYLLAND denne forpligtelse, idet **41,9 %** af øvrige programmer er tilvejebragt ved køb hos øvrige producenter.

6. Dialog med befolkningen i regionen

6.21 Repræsentantskabet

Repræsentantskabet

Der er p.t. 66 medlemmer af repræsentantskabet, som er sammensat af seerorganisationerne, oplysningsforbundene: AOF, FOF, LOF og FO, idrætsorganisationerne: DIF, DGI og Dansk Firmasport, erhvervsfaglige organisationer: DI og LO, Dansk Ungdoms Fællesråd, kommunerne i Østjylland m. fl.

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

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

Bestyrelse

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

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

6.23 Dialog med befolkningen i øvrigt

Direkte kontakt med seerne er en helt nødvendig hjørnesteen i virksomheden. Vi har løbende udviklet nye kontaktformer. Her er nogle af aktiviteterne i 2016:

Nyhedsbrev

Vi har i hele 2016 udsendt et ugentligt nyhedsbrev til alle interesserede brugere/seere af TV2 ØSTJYLLAND. I nyhedsbrevet fortæller vi om nye programmer og tiltag på TV2 ØSTJYLLAND. Vi giver desuden mulighed for snigpremierer på nye udsendelser og linker til programoversigter osv. Nyhedsbrevet har pt mere end 3.000 faste abonnenter.

Programdialog

I en lang række programmer er vi i dialog med seerne, som kommer med nye programideer, tips, spørgsmål og ris/ros. Det gør de på vores redaktions-mail, på Facebook og Instagram og naturligvis på telefonen. I programmet Hits & Holdninger er emnerne valgt ud fra brugernes klik på vores hjemmeside, og i programmet inddrages deres kommentarer på TV2 ØSTJYLLAND s Facebook-side. Vi tager også seernes spørgsmål med i *Sprogdoctoren*, og *Årets Østjyde* kåres på baggrund af seernes indstillinger og i sidste ende beslutter de, hvem af finalisterne, der skal vinde.

I programmet Danmark Rundt er weekend-udgaven helliget de klip, som vores brugere i alle otte regioner klikker på via vores hjemmesider og sociale medier. Her ønsker vi at afspejle det faktum, at flere og flere af TV2-regionernes brugere nu finder og anvender os på andre medier end blot lineær-TV.

Skolepraktik

To gange i 2016 havde vi skolepraktikanter på kursus i *TV Teen*, hvor eleverne får en uges undervisning i tv-produktion, research og historiefortælling. De laver selv en nyhedsudsendelse, som bliver sendt i skoletiden på TV2 ØSTJYLLAND.

Det sjove er, at flere *TV Teen*-kursister nu er vendt tilbage til os i deres praktiktid som journaliststuderende og senere som ansatte. *TV Teen* er blevet en udklækningsanstalt for tv-talenter.

Vi modtager og hjælper ofte skoleklasser, gymnasieklasser og studerende fra forskellige uddannelser, når de som en del af undervisningen eller i forbindelse med opgaver har brug for at vide mere om os eller tv-produktion i almindelighed.

Vi vil i 2017 modernisere skolepraktikken så der i højere grad arbejdes med de forskellige platforme for sociale medier – ligesom vi vil forsøge at øge antallet af skolepraktik-forløb – og forløbet får nyt navn: "TV2 ØSTJYLLAND UNG"

Ud til 335.000 husstande

I 2016 blev der to gange udgivet en ny udgave af TV2OJ-avisen omdelt til 335.000 husstande i Østjylland. Avisen beskriver nye programtiltag fra stationen.

Rundvisninger

Vi havde 622 deltagere i rundvisninger m.m. i 2016.

Vores klageprocedure

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

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

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

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

7. "Vinduer" i TV2-sendefloden

7.25 Beskrivelse af programfloden

Nyhederne på TV2 ØSTJYLLAND

Nyhedsudsendelserne på TV2 ØSTJYLLAND, der bliver samsendt i "vinduer" på TV2 DANMARK, blev i 2016 sendt samtidigt eller med ganske lille forskydning.

Vi sender hovedudsendelsen hver dag kl. 19.30 på vores egen kanal TV2 ØSTJYLLAND, med mindre TV2 DANMARK flytter det regionale "vindue" på grund af håndboldkampe, optaktsudsendelser til fodboldlandskampe etc. I så fald henviser vi seerne til at få deres regionale indhold og nyheder på vores hjemmeside.

Forproduktion af egne historier:

Ud over etableringen af vores egne nyhedskriterier har vi i 2016 søsat en målrettet strategi for egenproduktion af nyheds-historier. TV2 ØSTJYLLAND havde ved indgangen af 2016 en forproduktion, der var rettet mod den blødere ende af nyhedsudsendelser og hjemmeside.

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

Vores bud på nyheder i toppen af hjemmeside og vinduer på TV2 var ved indgangen af 2016 mere reflekterende end perspektiverende, og var sjældent et udtryk for egne satsninger. Ofte var det historier baseret på dagbladsartikler eller pressemeddelelser, og vi lod os for ofte rive med af, hvad andre medier synes, det var vigtigt vi talte om i stedet for selv at have en holdning og hver dag tage stilling til, hvad vi ville tilbyde som vores eget til dagens indholdsstrøm.

Fra april 2016 ændrede vi fundamentalt på de prioriteringer. Vi har resten af 2016 arbejdet målrettet med at opbygge en forproduktion der arbejder med egen originale journalistik. Vi laver nu kun yderst sjældent historier baseret på indhold fra dagbladene i området, og bruger aldrig dagbladsstof på vores hjemmeside. (jf. side 26)

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

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

Forproduktionen der er ledet af en redaktør leverer dagligt 8-10 minutters velresearchet og gennembearbejdet indhold til vores 19:30 udsendelse samt flere artikler og videoklip til web og video-versioneringer til sociale medier.

Vigtige temaer i årets nyhedsudsendelser

30 dage i Randers.

Som et eksperiment valgte vi i 2016 at gribe de årlige historier om boligproblemer i studiebyen Aarhus anderledes an i forbindelse med studiestart. Vi ønskede at anvise løsninger i stedet for bare rituel at præsentere problemstillingen og konfrontere politikerne. Derfor søgte vi på vores hjemmeside og på vores facebookside efter en ung, der skulle påbegynde nyt studie i Aarhus, og manglede et sted at bo.

Efter en castingproces fandt vi frem til Daniel fra Herning, der skulle læse Filosofi på Aarhus Universitet. Vi installerede Daniel i en lejlighed i Randers i 30 dage for at følge med i, hvordan det er som ung studerende at bosætte sig et stykke væk fra studiebyen med de udfordringer, det kan medføre. Mens der i Aarhus er massiv mangel på ungdomsboliger og meget høje kvadratmeterpriser ser det nemlig helt anderledes ud i oplandsbyerne og i de øvrige østjyske kommuner i pendlerafstand.

Så spørgsmålet var: skal man bo i Ø-gadekvarteret eller på Trøjborg for at være en lykkelig og velfungerende studerende i Aarhus? Vi fulgte Daniel i bussen til og fra studiet, til fodboldkampe og på natlige byture.

Eksperimentet gav os unikt indhold på tværs af platforme, der kunne give stof til nye diskussioner om, hvad man kan forvente som ung studerende og hvad det gode studieliv og ungdomsliv er.

Da de 30 dage var omme valgte Daniel trods udfordringerne ved at være studiependler at blive boende i Randers, som han syntes var en skøn by med godt ungdomsliv og altså også gode boliger til rimelige priser.

Daniel blev i løbet af de 30 dage ofte stoppet på gågaderne i både Randers og Aarhus og tiljuble for sit mod til at turde være med i eksperimentet og blev i øvrigt så meget en karakter i det østjyske, at han senere blev brugt i et DR2 program om Randers.

Udkom dagligt i 30 dage på web, tv og sociale medier.

Ældreliv i Østjylland

I en uge i oktober satte vi ældreliv på dagsordenen og fortalte blandt andet historien om 95-årige Yrsa Rydahl som bor i en lejlighed i det centrale Århus. Hun får aldrig besøg og tør ikke gå alene ud af sin lejlighed, hvilket betyder at hun er meget ensom. Og hun er ikke alene om sin ensomhed.

En tredjedel af de ældre i kommunen får besøg mindre end en gang om måneden, viser en undersøgelse, som kommunen har lavet og det gav os anledning til at kigge på, hvordan ældrelivet bliver dyrket i de øvrige kommuner.

Vi besøgte Kirsten Therkelsen i Horsens, som er en af de ældre der nyder godt af en gruppe, hvor ældre mødes i Dansk Folkehjælps regi. Vi fortalte historien om bofællesskaber for ældre der er i kraftig vækst og besøgte et af de 67 registrerede bofællesskaber for ældre i Østjylland, Tannerparken i Mårslet – hvor ældre fortalte, hvordan det havde ændret deres liv at flytte i oldekolle.

Vi filmede Isabella da hun flyttede ind hos sin 91-årige morfar Svend Aage og fortalte historien om at man med fordel kan rykke tættere sammen i bussen, når ens familie bliver ældre.

Og så rejste vi principielle diskussioner, om hvor meget ansvar vi som pårørende skal tage, når vores mor eller far bliver gammel. Og om de ansatte på de østjyske plejehjem har ret til at efterspørge mere hjælp og støtte fra pårørende.

Det blev en uge, som vakte mange følelser og reaktioner blandt vores seere og brugere på sociale medier, og en uge, hvor vi forsøgte at komme rundt om en universel problematik med en masse inspiration til hvordan vi både som samfund, pårørende og ældre har ansvar for at få et godt ældreliv.

Handicappede børn i klemme

I sommeren 16' valgte Aarhus kommune at omlægge kørselsordningen for handicappede børn for at spare penge. Det betød nye ruter og i nogle tilfælde nye chauffører og resulterede i at handicappede børn blev afleveret på forkerte adresser og hentet på forkerte tidspunkter.

Særligt en skole var problematisk, og skolebestyrelsen på Stensagerskolen rettede skarp kritik af kommunens kørselsordning. Gentagne gange gik vi tilbage til politikerne og viste tilfælde, hvor børnene blev svigtet og igen og igen gentog de ansvarlige politikere i kommunen, at problemet var i gang med at blive løst.

Men i december slap tålmodigheden op, og Aarhus kommune trak Stensagerskolen ud af systemet og vendte tilbage til faste ruter, chauffører og tidspunkter.

Hvordan giver du dit barn den bedste start på skolelivet?

7 ud af ti århusianske forældre bærer deres barns skoletaske i stedet for at lade barnet bære tasken selv. Og de glemmer også at lade barnet selv tage ansvar for at pakke sin taske og gå ind i sin klasse.

Det vurderer en af Aarhus' mest garvede sundhedsplejersker, Anette Østergaard. Hun har sin faste gang på fem skoler i Aarhus og har gennem 25 år har hjulpet børn og forældre med den bedst mulige skolestart.

Hun og en række andre eksperter inden for børnetrivsel markerede vores skolestartstema – hvor vi ud over et konstruktivt blik på skolereformen og status på de østjyske folkeskoler anno 2016, også gav forældre de bedste råd til at give deres børn en god indgang til skolelivet.

Infrastruktur. Vores sendeområde har også i 2016 været præget af mange store infrastruktur emner og debatter. Det har i stor grad afspejlet sig i sendefloden. Vi har i mange indslag beskæftiget os med arbejdet med og debatten om:

- Ny storlufthavn i Østjylland.
- Trængselsproblemer på motorvej E45.
- Samsøs kamp for nye færger og ekstra rute til Aarhus.

8. Regionale udsendelser udenfor TV2-sendepladen - TV2 ØSTJYLLAND

8.26 Beskrivelse af programfladen

Vores programmer på kanalen TV2 ØSTJYLLAND begyndte i 2016 i de sidste minutter af vore vinduer i fladen på TV2 DANMARK.

Her er oversigten over en række af de væsentlige elementer i vores programvirksomhed i 2016.

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

NYHEDERNE. Vi sendte i 2015 nyheder på følgende (cirka)tidspunkter: 12.30, 17.15, 18.20, 19.30, 21.30 og 22.25. Tre af udsendelserne sendes synkront på TV2 DANMARK.

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

DANMARK RUNDT. Danmark Rundt kommer ud i alle hjørner af landet. Programmet er en del af TV2-regionernes historie og er i en eller anden form blevet produceret i alle årene, siden regionerne gik i luften. Bemærk: Programmet er det eneste, faste landsdækkende program i TV2 ØSTJYLLANDS sendeplan. (345 programmer)

TV2 ØSTJYLLAND Reportage

- Til kamp mod plastik på kanten af verden – om unge østjyske skole-elever, der tog med Verdensnaturfoden til Hebriderne ved Skotland for at blive klogere og sætte fokus på den massive plastik-forurening, der plager verdenshavene
- En mammut bliver til – om tilblivelsen af en spektakulær udstilling om istiden og dens dyr

TV2 ØSTJYLLAND Live

- **DM-Festen.** I januar 2016 sendte TV 2 | ØSTJYLLAND fejringen af de aarhusianske sportsfolk, der har vundet et DM eller fået medaljer i EM, VM eller OL. Ved samme lejlighed uddelte TV 2 | ØSTJYLLAND sin egen pris "Årets østjyske sportsnavn", som gik til orienteringsløberen Maja Alm.
- **Krimimessen Horsens 2016.** Sammen med de fleste TV2-regioner havde TV 2 | ØSTJYLLAND sin egen scene på messen i Fængslet i Horsens og sendte hen over messens to dage adskillige timers direkte TV. Herunder fire 20-minutters interview-programmer, hvor Thera Hoeijmans mødte østjyske krimi-forfattere.
- **BOGFORUM 2016.** Efter samme princip sendte TV2-regionerne live både på TV, stream og på selve bogmessen i Bella-Centeret i København. Her blev det for TV2 Østjyllands vedkommende til tre forfatterinterviews og tre reportager rundt fra messen.
- **Ulvetimen.** I samarbejde med TV Midt-Vest sendte vi i januar en direkte debat-udsendelse med fokus på genkomsten af ulve i den danske natur. Modstandere og tilhængere af ulven i naturen debatterede og gjorde seere og publikum klogere på hvad det egentlig betyder, at ulven nu igen lever i naturen i Region Midtjylland.
- **Smart-Parat-Svar.** Sammen med de øvrige TV2-regioner sendte vi direkte fra landsfinalen i paratviden-quizen for 6.klasses-elever, der er arrangeret af bibliotekerne. Vinderen blev holdet 'The Smilies' fra Morten Børup Skolen i Skanderborg, der kunne tage pokalen med hjem til Østjylland.

- **AARHUS CITY HALVMARATHON** – vi sendte direkte fra det populære sportsarrangement i juni i Aarhus Midtby med deltagelse af løbere fra hele landet.
- **Landsskuet i Herning** har mange østjyske deltagere og derfor sendte vi i juni live herfra sammen med de øvrige regioner
- **Kapsejladsen.** Vi sendte live adskillige timer i samarbejde med Aarhus Universitet, da 30.000 unge festede i Universitetsparken i maj Arrangementet er nordens største campus-arrangement og et vigtigt element i det sociale liv på universitetet.
- **Landsskuet i Herning.** I samarbejde med flere af de øvrige TV2-regioner sendte vi i juni live fra det store dyrskue i Herning, hvor adskillige østjyder viser deres dyr frem, udveksler erfaringer og dyrker fællesskabet
- **Mosten Race.** I september 2016 sendte vi direkte fra et af landets største dragracing-arrangementer, der hvert år afholdes på Djursland og er blevet en attraktion for drag-entusiaster og deres familier, der kommer fra ind- og udland
- **Silkeborgmotorvejen** I september blev det sidste – og længe ventede – stykke af Silkeborg-Motorvejen indviet med en kæmpe folkefest, som TV2 ØSTJYLLAND dækkede til både vores egen kanal og TV Midt-Vests Mokka-kanal.
- **Julelys i Hinnerup.** I Favrskov kommune gør beboerne på en villavej ekstra meget ud af at pynte op til jul og det er gennem årene blevet noget af et tilløbsstykke I år sendte vi et live-program på TV2 ØSTJYLLAND den dag i november, hvor lysene blev tændt for første gang og borgerne stimlede sammen i gaden – og foran TV-skærmene

Politik, samfund, erhverv

KAFFEKLUBBEN. Åse Andersson møder folketingspolitikere valgt i Østjylland til en snak om aktuelle emner fra det politiske miljø på Christiansborg og i regionen.

FOLKEMØDET. I samarbejde med de øvrige TV2-regioner sendte vi dagligt udsendelser fra Folkemødet på Bornholm, hvor vi mødte de regionale politikere og borgere til en lang række arrangementer og på slap line under Folkemødet.

DEN RØDE STOL. – Et interviewprogram, hvor vi overlader journalist-rollen til en markant østjyde, der får lov at invitere en anden markant østjyde i den røde stol til en anderledes samtale

IVÆRKSÆTTERPRISEN – I tre programmer fulgte vi kampen om at vinde årets iværksætterpris i Business Region Aarhus, der dækker hele Østjylland. Undervejs kom vi tæt på hvad der skal til for at komme fra idé til bæredygtig virksomhed.

PANIK FØR ÅBNINGSTID. Vi følger ombygningen af en historisk bygning i det centrale Aarhus til moderne livsstils-indkøbscenter og er med på første åbningsdag.

SMIL PÅ DØDENS AVENUE. Vi er med to skrupskøre østjyder på roadtrip til et af verdens mest kriminalitetsplagede lande, Honduras, hvor det lykkes dem at stable en fest på benene, der skal minde folk om at smilet kan være et alternativ til vold i en presset hverdag hvor enhver er sig selv nærmest.

Sport

FODBOLD MED HORUP. I fodboldsæsonen går værten, *Nick Horup*, hver uge tæt på de østjyske klubbers præstationer sammen med spillere, trænere, sportschefer og et fast panel af kommentatorer.

DM-FESTEN. I januar sendte TV2 ØSTJYLLAND DM-Festen, som er fejringen af de aarhusianske sportsfolk, der har vundet et DM eller fået medaljer i EM, VM eller OL. Ved samme lejlighed uddelte TV 2 | ØSTJYLLAND sin egen pris *Årets østjyske sportsnavn*

Viden (historie, natur, sprog)

IQ KORT FORTALT og SPØRG EN FORSKER. Programmer hvor forskere fra Aarhus Universitet gør os klogere på netop deres område.

MICHAELS ÆBLER. I en mini-serie møder vi æblebonden Michael, der gik ned med stress og depression som travll karriere-mand i Aarhus og nu realiserer sin drøm om at leve som økologisk æblebonde på Samsø

EKSPEDITION 56. Serie sendt på både Østjylland og MidtVest, hvor vi følger den 56. Breddegrad fra Issehoved på Samsø hen over Jylland og helt ud til Vesterhavet. Undervejs møder vi de menesker, der bruger naturen i området og hører historierne, der har udspillet sig de konkrete steder gennem tiden

AARHUS RÅDHUS - miniserie om Aarhus' første og mest markante vartegn, der i 2016 fyldte 75 år og afspejler en særlig periode i byens historie og stadig er noget af en institution i bybilledet. Serien ser både på historien om huset og livet, der leves i det i dag

VILD MED DYR. *Anna Louise Tranæs Didriksen* og *Jesper Brinck* går tæt på arbejdet med både eksotiske og danske dyr i de østjyske dyreparker.

Kultur (kunst, religion, tv m.v.)

KULTURKAMPEN. Ugentligt program med debat om aktuelle emner fra kulturens verden.

MORELL & MALERNE, hvor idéhistoriker, forfatter og foredragsholder Lars Morell gik tæt på kunsten i Østjylland gennem de seneste 200 år

GLADIATORERNE PÅ MOESGAARD – vi fulgte opbygningen af den spektakulære gladiator-udstilling på Moesgaard Museum

VIL DU SE MIN SMUKKE KIRKE? – NY SÆSON. Vi besøger østjyske kirker, fortæller deres historie og går tæt på arkitektur, funktionalitet og de mange detaljer, som gør hver kirke unik.

MISSION GENTÆNK. Tre gentæknings-agenter vurderer hvordan der historisk er blevet gentænkt i Region Midtjylland indenfor emnerne infrastruktur, erhvervsliv og kultur.

Livsstil (forbrug, have, mad, sundhed)

LIVET + det løse. Kultur- og livsstilsprogram, ment som en 2. sektion til Nyhederne, hvor vi hver torsdag og fredag laver en hovedreportage med mennesker, der har noget på spil og hvor vi er ude og følge dem i deres eget miljø. Desuden er der indslaget Siden Sidst, hvor vi følger op på historier, vi tidligere har bragt og reportagen Mig & min maskine, hvor vi møder østjyder der brænder for særlige tekniske ting. Her har vi øje for den menneskelige vinkel bag nyhedshistorier, konsekvenser og perspektiver.

MIT KÆRESTE EJE – NY SÆSON. Skabe, skuffer og gemmer er hos langt de fleste fyldt med arvestykker, kunst og smykker som betyder noget særligt for ejermanden. I *"Mit Kæreste Eje"* kommer *Anna Louise Tranæs Didriksen* sammen med vurderingsekspert *Peter Tholstrup* rundt i Østjylland og kigger på de medbragte effekter, hører historien bag og giver en vurdering.

HANNER & HULER. *Thera Hoeijmans* møder spændende østjyske mænd, der viser frem i deres særlige hule, som afspejler deres passion og personlighed og som er noget helt særligt.

LÆGEN UDEN GRÆNSER. En miniserie om den hædrede og kontroversielle læge Lars Østergaard fra infektionsmedicinsk afdeling på Aarhus Universitet.

TEMA. Sendes hver weekend med et nyt østjysk tema

Børn og unge

TV-TEEN. Resultatet af en uges erhvervspraktik kommer til udtryk i en særlig nyhedsudsendelse, hvor de unge selv besætter de fleste vigtige poster i produktionen af en nyhedsudsendelse og seerne får mulighed for at se nyhederne med de unges øjne på Østjylland.

SMART-PARAT-SVAR3. Sammen med de øvrige TV2-regioner sendte vi direkte fra landsfinalen i paratvidenquizen for 6.klasses-elever, der er arrangeret af bibliotekerne. Vinderen blev holdet 'The Smilies' fra Morten Børup Skolen i Skanderborg, der kunne tage pokalen med hjem til Østjylland.

Ud over de her beksrevne programmer sendtes naturligvis nyhedsudsendelser, det fællesregionale program Danmark Rundt samt en lang række 'bytte-programmer' fra de andre regioner

Seertal

Hitlisten omfatter kun programmer i primetime fra kl. 19.45 og 21.30.

Opgørelser er målt i share, altså TV 2 i ØSTJYLLANDs andel af dem, der ser tv.

- **Julelys i Hinnerup** (10 min) onsdag den 1. december kl. 19.50: 22.000 seere – 12,9 % share
- **Mit Kæreste Eje**, søndag den 4. december kl. 19.50: 22.000 seere – 10,8 % share
- **Mit Kæreste Eje**, søndag den 2. oktober: 18.600 seere – 9,2 % share
- **LIVET + det løse Migræne**, torsdag den 3. november kl. 19.50: 18.500 seere – share 12,6 %
- **Mit Kæreste Eje**, søndag den 23. oktober: 18.400 seere – 8,9 % share
- **Fodbold med Horup**, tirsdag den 6. december: 18.200 seere – 8,2 % share
- **Mit Kæreste Eje**, søndag den 13. november kl. 19.50: 17.000 seere – 6,9 % share
- **De Gamle Mænd & Havet**, søndag den 10. juli: 16.500 seere – 12,1 % share (genuds fra 2015)
- **Mit Kæreste Eje**, søndag den 18.09. kl. 19.50: 16.400 seere – 10,6 % share
- **Mit Kæreste Eje**, søndag den 25.09. kl. 19.50: 16.400 seere – 7,8 % share

Alle udsendelser på kanalen TV2 ØSTJYLLAND genudsendes på forskellige tidspunkter af døgnet og forskellige tidspunkter på året, samt ses på vores hjemmeside og det enkelte program opnår på den måde endnu højere seertal.

9. Online

I 2016 tog TV2 ØSTJYLLAND for alvor fat på at udkomme på digitale platforme. I foråret 2016 vedtog ledelse og bestyrelse hvilke relevante platforme, der skal i brug, hvis ønsket om at være relevant for flere skal opfyldes.

Det står hævet over enhver tvivl at TV2 ØSTJYLLAND via den traditionelle kanal – nyhedsvinduerne på TV2 DANMARK – er i kontakt med primært den ældre del af befolkningen. Det kan man blandt andet konstatere, hvis man kigger i Gallups TV-Metertal, hvor andelen af 21-50 årige er markant lavere end andelen af 12+ årige seere

(2016 årsgennemsnit rating i % for 12+ på udsendelsen 19.30: **9,7**. 2016 årsgennemsnit rating i % for 21-50 årige på udsendelsen 19.30: for **3,7**)

Medieforbruget er med andre ord rykket væk fra lineært tv.

Website og Facebook prioriteres i den nye strategi, fordi den appellerer bredt i alle aldersgrupper. De er så at sige vores mainstream digitale kanaler.

Youtube, Snapchat og instagram prioriterer vi for at slå hul igennem til særligt de yngre målgrupper.

En undersøgelse af de østjyske 15-29 åriges medievaner, vi selv har fået lavet i forbindelse med strategiarbejdet i 2016 viste, at 32% dagligt bruger instagram, 37% dagligt bruger Snapchat, og 27% dagligt youtube. Kun 32% af målgruppen svarede at de brugte lineær-tv dagligt. Hvis TV2 ØSTJYLLAND skal nå den målgruppe med relevant public serviceindhold bliver vi nødt til blandt andet at nå dem på disse platforme.

Twitter og podcast satser vi på i mindre grad, da begge er platforme der henvender sig til et snævert publikum.

I det følgende kommer vi nærmere ind på, hvordan trafikken har været på de digitale platforme samt hvad vi ønsker at opnå med kontakten til brugerne.

9.27 Beskrivelse af stationens online-aktiviteter

TV 2 | ØSTJYLLAND var i 2016 i kontakt med vores brugere på en række digitale platforme:

- Websitet www.tv2oj.dk
- Smartphone-appen TV2OJ til Android og iOS
- Facebook - www.facebook.com/TV2OJ
- YouTube – TV 2 ØSTJYLLAND
- Instagram – tv2oj
- Snapchat – TV2OJ
- Twitter www.twitter.com/TV2OJ
- Podcast

Derudover har Fodbold med Horup egne konti på Twitter og Facebook, ligesom vi har Facebook-profiler målrettet journalistpraktikanter og erhvervspraktikanter fra folkeskolens ældste klasser.

Web

På vores website www.tv2oj.dk kan brugerne til enhver tid få et aktuelt østjysk nyhedsoverblik, ligesom sitet er omdrejningspunktet for meget af det øvrige indhold, vi laver. I løbet af 2016 lavede vi således flere video-serier, som først og fremmest er tiltænkt et liv på nettet.

Eksempler på videoserier:

Eksperiment: 30 dage i Randers

Vi ønskede at finde alternative løsninger på bolig manglen blandt unge aarhusianere. I en måned inviterede vi en studerende til at bo i en lejlighed i Randers, mens han pendlede til sin uddannelse i Aarhus.

www.tv2oj.dk/tema/eksperiment-30-dage-i-randers

Kom indenfor i Claus Dalbys skønne have

Den kendte havemand, forlægger, fotograf og forfatter Claus Dalby deler ud af sin viden om blomster, planter, buketter og havebrug.

www.tv2oj.dk/series/kom-indenfor-i-claus-dalbys-skonne-have

Fra bold til bar

Et fodboldhold bestående af 16 kammerater har besluttet sig for at udleve en drengedrøm. De vil åbne en bar i Storegade i Randers.

www.tv2oj.dk/series/fra-bold-til-bar

Krigerne

Mod alle odds rykkede amatørerne fra Skanderborg sensationelt op i den bedste række. Efter oprykningen har vi fulgt de østjyske håndboldkvinder.

www.tv2oj.dk/krigerne/krigerne

Derudover er vores nyhedsudsendelser og programmer fra tv tilgængelige både live og on demand på tv2oj.dk.

Vores egne historier - og helst med video

På tv2oj.dk fortæller vi vores historier på nettets præmisser – det vil sige, at vi både anvender video, tekst, billeder, grafik og interaktive elementer i vores artikler. Video er vores råstof, og derfor er især levende billeder vigtige for os i de daglige nyhedsartikler.

En gennemgang af alle vores egenproducerede artikler i uge 48 viser, at flere end 2/3 af artiklerne indeholdt video:

Video i nyhedsartikler, uge 48

134 nyhedsartikler med unikt indhold
91 af disse indeholdt video (67,9 %)

Som public service-medie ønsker vi at supplere de øvrige medier i Østjylland - ikke at konkurrere med dem. Det er derfor vigtigt, at indholdet på vores digitale platforme er vores eget - og at vi i så høj grad som muligt anvender video.

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

For fjerde år i træk har vi gennemgået samtlige nyhedsartikler på tv2oj.dk i uge 48. Vi kunne have valgt en hvilken som helst anden uge, men netop november anses generelt for en almindelig nyhedsmåned. Tidligere er uge 46 blevet anvendt i "nyhedsuge-metoden" (Lund, 1999), men da denne uge i 2013 faldt sammen med kommunalvalget, kunne ugen dengang ikke anses som "en normaluge". Vi valgte derfor i stedet uge 48.

Gennemgangen af de i 2016, i alt 154 nyheder på tv2oj.dk i uge 48 i årene 2013 - 2016 viser, at:

UGE 48, 2016

87,0 % af alle online nyheder var vores egne
13,0 % telegrammer fra Ritzaus Bureau
0,0 % citat-nyheder fra dag-, fag- og ugeblade

UGE 48, 2015

86,6 % af alle online nyheder var vores egne
13,4 % telegrammer fra Ritzaus Bureau
0,0 % citat-nyheder fra dag-, fag- og ugeblade

UGE 48, 2014

89,4 % af alle online nyheder var vores egne
8,8 % telegrammer fra Ritzaus Bureau
1,8 % citat-nyheder fra dag-, fag- og ugeblade

UGE 48, 2013

83,1 % af alle online nyheder var vores egne
5,1 % telegrammer fra Ritzaus Bureau
11,9 % citat-nyheder fra dag-, fag- og ugeblade

Mens vi altså ikke anvender andres nyheder, stiller vi til gengæld gerne vores eget indhold til rådighed for private medier. Hvis private medier ønsker at anvende vores videomateriale på deres websites, siger vi som udgangspunkt ja. Alt videoindhold på www.tv2oj.dk kan i øvrigt indlejres på andre hjemmesider end vores egen.

Samarbejde

For at så mange brugere som muligt får glæde af vores indhold, samarbejder vi med andre TV2-regioner om udveksling af web-indhold. Det vil sige, at indholdet på tv2oj.dk kan være tilgængeligt på andre regioners websites, ligesom deres indhold kan være tilgængeligt på tv2oj.dk. For vores vedkommende gælder det

særligt historier fra Horsens og Silkeborg kommuner, som både dækkes af TV2 ØSTJYLLAND og henholdsvis TV SYD og TV MIDTVEST.

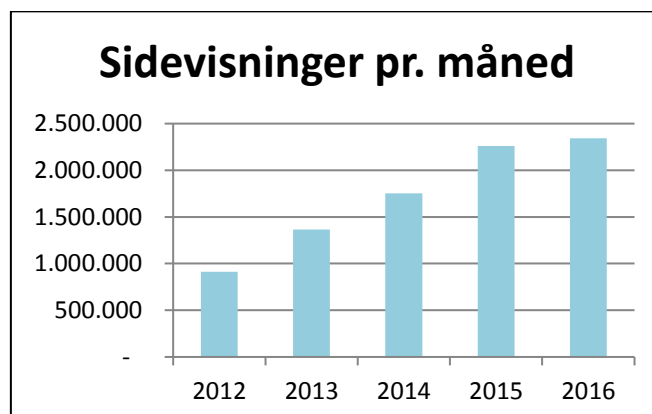
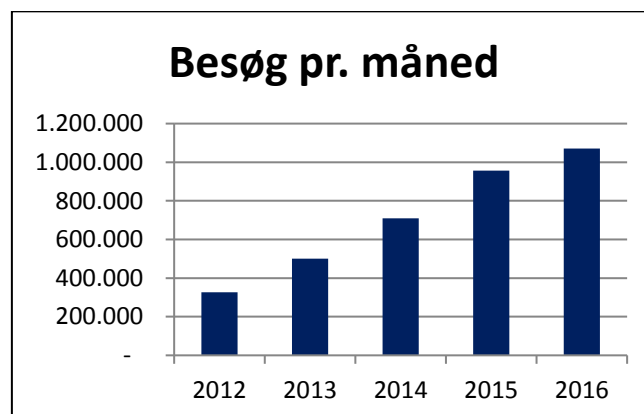
I juni 2016 fik vi ny hjemmeside. Vores nye website er udviklet i samarbejde med seks af de syv øvrige TV2-regioner. Ved at have samme system - CMS - er vi på det tekniske plan i stand til løfte vores sites til et højere niveau, end hvis vi havde valgt hver vores løsning. Samarbejdet er først og fremmest af teknisk karakter, men rummer også bedre muligheder end tidligere for, at vi redaktionelt lader os inspirere af hinanden.

Open Source og standarder

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

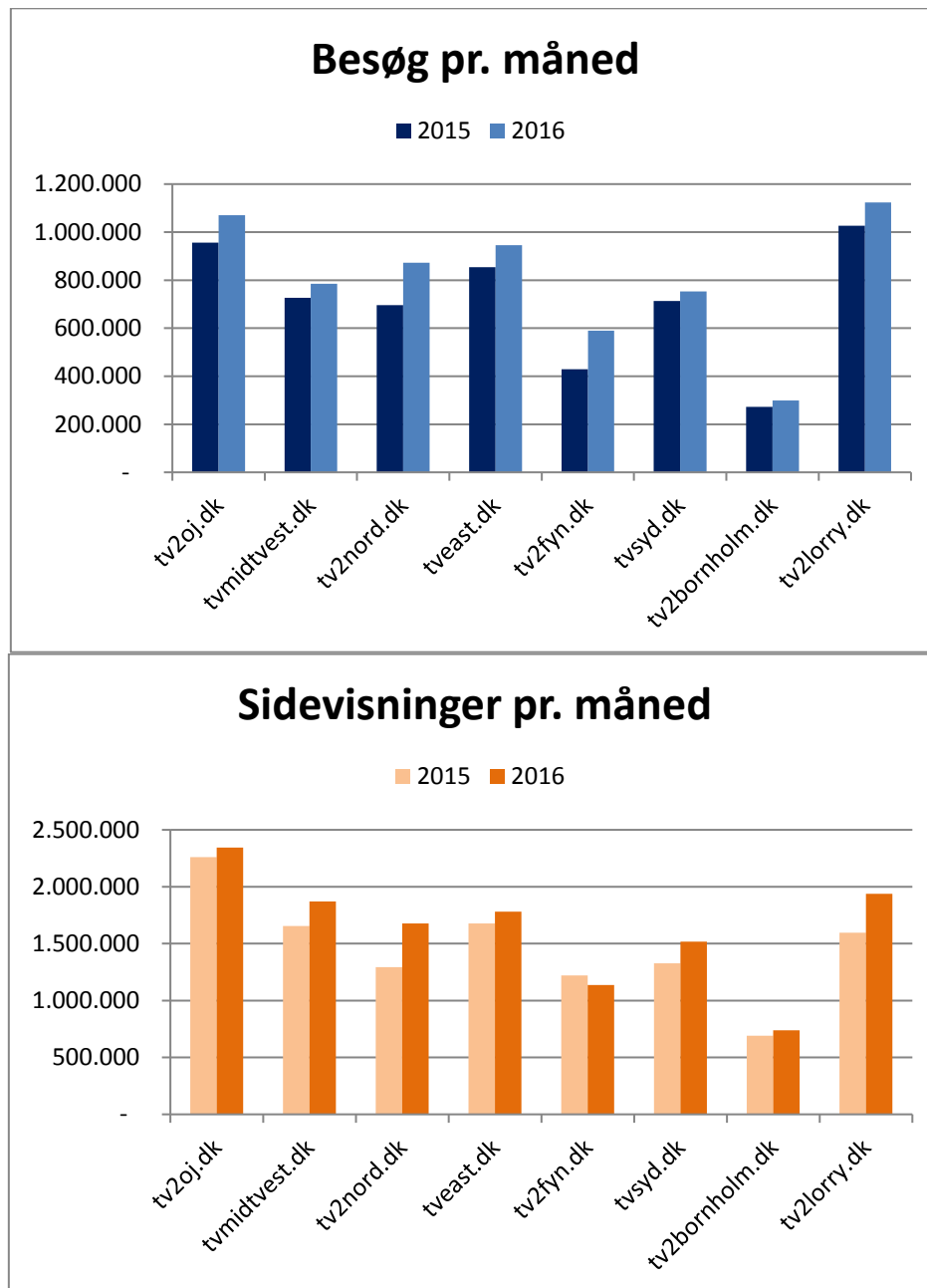
Trafikken på web

I løbet af 2016 steg trafikken på tv2oj.dk i forhold til året før. Dermed fortsætter den positive udvikling fra de foregående år. Udviklingen bekræfter os i, at tilstedeværelsen på nettet er en vigtig forudsætning for at få vores indhold ud til brugerne i nutidens mediebillede.



Kilde: Google Analytics

www.tv2oj.dk er et af de mest populære websites blandt de otte TV2-regioner

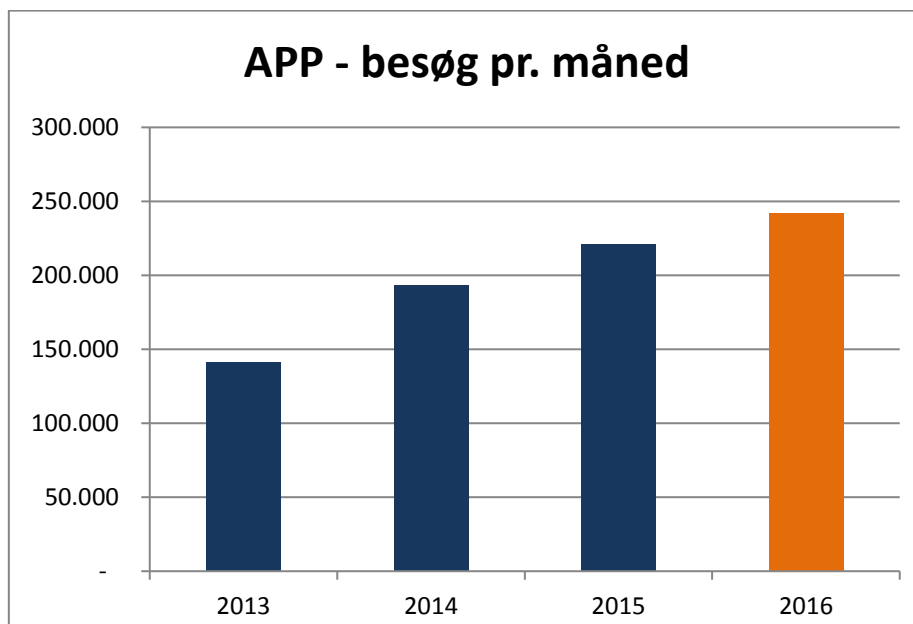


Kilde: Google Analytics

Smartphone-app

Vores smartphone-app er tilgængelig til Android og iOS. I vores app kan brugerne se de samme webartikler, som er publiceret på websitet tv2oj.dk. Derudover er det muligt at se vores seneste nyhedsudsendelser fra tv, ligesom vi anvender appen til at sende push-meddelelser om breaking news ud til vores brugere.

Vores app er udviklet i samarbejde med en række andre TV2-regioner. I løbet af 2017 udkommer vi med en ny og forbedret app.



Kilde: Flurry Analytics

Facebook

Facebook er østjydernes foretrukne sociale medie og benyttes dagligt af 54 pct. af alle over 15 år. Det viser en kendskabsmåling, som vi i august 2016 fik foretaget blandt 1.120 personer.

I målgruppen over 12 år anvendes Facebook dagligt af næsten 2/3 (64 pct.) af danskerne, viser DR Medieforsknings rapport Medieudviklingen 2016. Tallet er stigende.

Facebook er dermed en vigtig platform til at nå mange af de brugere, der ikke nødvendigvis ser vores tv-udsendelser eller aktivt opsøger vores indhold på tv2oj.dk.

På Facebook udnytter vi først og fremmest vores levende billeder. Video er vores råstof, og video er med til at adskille os fra mange af de andre indholdsleverandører på Facebook - fx andre medier i vores område. I uge 48 i 2016 indeholdt mere end halvdelen af vores opslag på Facebook video.

Vores opslag tager oftest afsæt i nyheder, der også bringes på vores andre platforme, men de er formateret i stil og tone, så de passer til Facebook.

En mindre del af indholdet er produceret direkte til Facebook ud fra et ønske om at formidle public service på platformen løsrevet af den øvrige nyhedsproduktion.

Foruden facebookprofilen TV2OJ har også Fodbold med Horup sin egen profil på Facebook, ligesom vi har Facebook-profiler målrettet journalistpraktikanter og erhvervspraktikanter fra folkeskolens ældste klasser.

Spredningen af vores indhold på Facebook er 100 pct. organisk. Vi har aldrig betalt Facebook for at få vores indhold ud til flere brugere via sponsorerede opslag.

Facebook

Ved udgangen af 2016 havde vi godt 45.000 følgere på Facebook.

På ugentlig basis nåede vores indhold i gennemsnit ud til omkring 1 million brugere.

Kilder: Facebook Indblik og TV2 ØSTJYLLANDs rapport for kendskabsmåling august 2016 og DR Medieforsknings rapport Medieudviklingen 2016

YouTube

YouTube er verdens mest populære videoportal. Næsten 2/3 af alle østjyder over 15 år - 63 pct. - benytter platformen mindst én gang hver måned, viser TV2 ØSTJYLLANDs kendskabsmåling fra august 2016.

YouTube er især populær blandt de yngre målgrupper. Hvis man medregner alle danskere på 12 år og derover, anvender næsten halvdelen - 48 pct. - YouTube mindst én gang ugentligt, viser DR Medieforsknings rapport Medieudviklingen 2016. Undersøgelsen viser også, at næsten hver tredje af de 3-6-årige dagligt anvender YouTube.

Ultimo 2016 er TV2 ØSTJYLLAND så småt begyndt at arbejde strategisk med YouTube som distributionsplatform til udvalgte dele af vores videomateriale. Som tv-station er det naturligt at være til stede, hvor brede målgrupper – ikke mindst unge – forbruger video.

I forvejen ligger der et antal af mindeværdige arkivklip fra TV2 ØSTJYLLAND på YouTube, udgivet af privatpersoner. Vi ønsker at tage ejerskab på disse videoer samt være til stede med langt mere videoindhold, der taler ind i specifikke interessefællesskaber – eksempelvis programserier om heste, store maskiner eller måder at bo sammen på tværs af generationer i 2016.

Endnu er antallet af følgere og afspillede videoer på vores YouTube-kanal lavt. Men platformen vil få yderligere fokus i 2017.

YouTube

Ved udgangen af 2016 havde vi cirka 100 følgere på YouTube.

TV2 ØSTJYLLANDs videoer blev i alt afspillet 38.452 gange i 2016.

Kilder: YouTube Analytics, TV2 ØSTJYLLANDs kendskabsmåling fra august 2016 og DR Medieforsknings rapport Medieudviklingen 2016

Instagram

Instagram er en populær social platform primært til deling af billeder og korte videoer. Ifølge TV 2 | ØSTJYLLANDs kendskabsmåling fra august 2016 anvender 1/3 (33 pct.) af alle østjyder over 15 år platformen - dog i varierende grad.

I målgruppen over 12 år anvendes Instagram dagligt af 17 pct. af danskerne, viser DR Medieforsknings rapport Medieudviklingen 2016. Tallet er stigende.

På Instagram poster vi især billeder og grafiker med udgangspunkt i østjyske nyheder – gerne fortalt på en uhøjtidelig og humoristisk måde. Derudover poster vi indhold af høj æstetisk kvalitet – fx af den østjyske natur eller fra aktuelle begivenheder.

TV2 ØSTJYLLANDs tilstedeværelse på Instagram blev i 2016 løftet strategisk med henblik på at tiltrække nye målgrupper og understøtte eksisterende målgrupper på flere platforme.

Instagram

Vi i havde ved årets begyndelse under 1.000 følgere på Instagram. I slutningen af året var tallet omkring 4.000.

På ugentlig basis bliver vores indhold vist omkring 40.000 gange til en målgruppe, der primært er under 35 år.

Kilder: Iconosquare, TV2 ØSTJYLLANDs kendskabsmåling fra august 2016 og DR Medieforsknings rapport Medieudviklingen 2016

Snapchat

Snapchat er et socialt medie, hvor brugerne sender videoer og billeder til hinanden – ofte suppleret med tekst og tegninger. Snapchat er især populært blandt unge.

Ifølge TV2 ØSTJYLLANDs kendskabsmåling fra august 2016 anvender næsten 1/3 (31 pct.) af alle østjyder over 15 år platformen - dog i varierende grad.

I målgruppen over 12 år anvendes Snapchat dagligt af 19 pct. af danskerne, viser DR Medieforsknings rapport Medieudviklingen 2016. Tallet er stigende.

Snapchat er den eneste af vores platforme, hvor vores målgruppe er aldersbestemt. Med vores tilstedeværelse på Snapchat ønsker vi eksplicit at ramme helt unge medieforbrugere, der ikke stifter bekendtskab med TV2 ØSTJYLLAND andre steder.

Vi har som udgangspunkt én ny *story* på Snapchat på alle hverdage. Her kan den ses i 24 timer, inden den slettes for brugerne.

Indholdet bliver produceret specifikt til platformen og er vinklet, så det er relevant for den unge målgruppe.

Snapchat

Vi tog platformen i brug i begyndelsen af august 2016 og havde ved årets udgang knap 1.000 følgere.

I gennemsnit åbnede omkring halvdelen af følgerne vores indhold. Af disse så 80 pct. historierne til ende.

Kilder: Snaplytics, TV2 ØSTJYLLANDs kendskabsmåling fra august 2016 og DR Medieforsknings rapport Medieudviklingen 2016

Twitter

Twitter er et socialt medie, der giver brugerne mulighed for at sende korte statusbeskeder – tweets – til hinanden.

Ifølge TV2 ØSTJYLLANDs kendskabsmåling fra august 2016 anvender 23 pct. af alle østjyder over 15 år platformen - dog i varierende grad.

I målgruppen over 12 år anvendes Twitter dagligt af 5 pct., viser DR Medieforsknings rapport Medieudviklingen 2016. Tallet er svagt stigende.

For TV2 ØSTJYLLAND er Twitter først og fremmest en kanal til at gøre andre medier, politikere, erhvervsliv, meningsdannere, organisationer m.v. opmærksomme på vores indhold. Twitter er derimod i mindre grad en kanal til at nå den brede befolkning. Dertil er målgruppen for lille.

Blandt de fodbold-interesserede står Twitter stærkere. Fodbold med Horup har derfor sin egen profil, hvor vi distribuerer vores fodbold-indhold og er i kontakt med vores følgere.

Twitter

Ved udgangen af 2016 havde vi alt cirka 4.300 følgere på Twitter.

Vores primære Twitter-profil havde 3.000 følgere, mens 1.300 fulgte Fodbold med Horup.

Kilder: Twitter, TV2 ØSTJYLLANDs kendskabsmåling fra august 2016 og DR Medieforsknings rapport Medieudviklingen 2016

Podcast

Podcasts giver brugerne mulighed for at hente lyd- og videofiler via nettet.

I målgruppen over 12 år lyttede 9 pct. af danskerne hver uge til podcast i 2015, viser DR Medieforsknings rapport Medieudviklingen 2016. Tallet er ikke steget i 2016.

I DR-regi er især radioprogrammet Mads & Monopolet populært. Programmerne blev i 2016 hørt som podcast i alt næsten 8,3 mio. gange.

TV2 ØSTJYLLAND begyndte i august 2016 at udsende fodboldmagasinet Fodbold med Horup som podcast via tjenesterne Soundcloud og iTunes. Programmerne er i første omgang lavet som video, men via podcast er det muligt for brugerne at hente lydsiden af udsendelserne.

Fodbold med Horup er et samtaleprogram, og derfor giver det netop i dette tilfælde mening at stille lydsiden til rådighed - uden video.

Podcast

Vi begyndte at podcaste i august 2016.

På Soundcloud bliver de ugentlige Fodbold med Horup-udsendelser typisk afspillet mellem 400 og 700 gange. Tallene for iTunes er ikke tilgængelige.

Kilder: Soundcloud og DR Medieforsknings rapport Medieudviklingen 2016

10. Arkiver

10.28 Bevarelse af programarkiver

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

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

10.29 Digitalisering af programarkiver

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

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

Vi ser gerne, at befolkningen får lettere adgang til vores gamle udsendelser, men det forudsætter en digitalisering af arkivet. Derfor har TV2-regionerne fremsat ønske om en licensbevilling til digitalisering af arkiverne.

10.30 Arkivernes tilgængelighed

Der er fri adgang online til udsendelser og indslag på tv2oj.dk. Man kan vælge at se indslag eller udsendelser. Søgefunktionen gør det nemt at målrette sin søgning.

Statens Mediesamling giver adgang til alle udsendelser.

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

-oOo-