

TV2

Østjylland

Budget 2023

Indholdsfortegnelse

	<u>Side</u>
Virksomhedsoplysninger	1
Væsentlige budgetforudsætninger	2
Øvrige budgetforudsætninger og produktion	4
Driftsbudget for 2023	7
Bilag - Strategiske mål/Budgetmål, herunder forventet produktion til internettet	8

Virksomhedsoplysninger

Virksomhed

Selvejende Institution TV2 ØSTJYLLAND
Skejbyparken 1
8200 Aarhus N

CVR-nr.: 12 38 37 03

Telefon: 87 42 42 42

Internet: www.tv2ostjylland.dk

Bestyrelse

Lasse Langfeldt, formand

Lars Brunsø

Anne Thorø Nielsen

Mads Otte, medarbejdervalgt

Nina Hansen

Hanne Baltzer

Sara Schøler Lass

Direktion

Inga Vind

Revision

Rigsrevisionen

Pengeinstitut

Nykredit Bank

Budget for året 2023

Budgettet er udarbejdet efter samme regnskabsprincipper som årsregnskab og tidligere års udarbejdede budgetter. Budgettet er i øvrigt udarbejdet ud fra budgetmålene samt planer for indholdssammensætningen i 2022, som er tilrettelagt med nyheder, reportager og øvrigt indhold fra regionen på alle relevante platforme.

I budgettet for 2023 er indarbejdet produktion og udsendelse af TV2 Vinduerne kl. 19:30 på alle ugens dage. Mandag-torsdag sendes der nyheder kl. 22:00 og mandag-fredag sendes der tillige nyheder kl. 17:15 og kl. 18:20. Alle programmer sendes hele året på nær helligdage og andre særlige begivenheder, hvortil der kan forekomme programændringer.

På TV2 ØSTJYLLANDS egen kanal sendes der alle dage nyheder (parallelt med TV2 Vinduerne).

Væsentlige budgetforudsætninger

Resultatbudget

Budgettet 2023 er inddelt efter samme opstillingsform som tidligere.

Indtægter

Tilskuddet er indregnet ud fra det i public service-kontrakten fastsatte offentlige tilskud for 2023 med en forventet regulering på 5,4% i forhold til 2022.

Øvrige indtægter er budgetteret ud fra historiske tal og forventninger til 2023 herunder salg af nyhedsindslag, produktionstilskud og sponsorater.

Omkostninger

Omkostningsbudgettet er udarbejdet på baggrund af strategien samt de opstillede budgetmål for 2023 af planer for programsammensætningen samt indhold for 2023 herunder events. Der er ligeledes taget hensyn til erfaring fra tidligere år.

Personaleudgifter er budgetteret ud fra den faste bemanning samt forventede honorarer til freelancere.

Afskrivninger er budgetteret ud fra de allerede foretagne investeringer samt de i 2023 forventede investeringer.

Væsentlige investeringer

Der er endnu ikke fastlagt konkrete større investeringer i 2023.

I budgettet for 2023 forventes der investeringer i størrelsesordenen 1,5 - 2,0 mio. kr.

Resultat

Der forventes p.t. et mindre driftsmæssigt underskud i størrelsesordenen 0,5- 1,0 mio. kr. i 2022 – og en forventet egenkapital ved udgangen af 2022 på ca. 12-13 mio. kr.

Det vil på den baggrund være forsvarligt i 2023, at budgettere med et underskud på 0,9 mio. og samtidigt opretholde en egenkapital på mere end 10 mio. kr.

Nødvendigheden af en stor egenkapital er blevet mindre, idet lånefinansieringen nu er med en fast lav rente uden renterisiko og der ikke ses større investeringer i de førstkomende år.

Øvrige forudsætninger - produktion

I henhold til bekendtgørelsen §24 stk2, skal der oplyses omkring forventede sendetimer. Forudsætningen for opgørelsen af forventede sendetimer er opgjort på baggrund af historiske tal.

§24, stk. 2

1) og 2)

Planlagt udsendelsesvirksomhed og egenproduktion opgjort i timer

TV2 ØSTJYLLAND Budget sendetid 2022 <i>timer</i>	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
Egenproduktion	50	210	260	1.000	1.260
Køb hos uafhængige producenter	25	-	25	500	525
Fælles regional produktion	5	5	10	100	110
Fra anden TV 2-region	15	5	20	600	620
Skilte og off-broadcast	-	-	-	-	120
Total	95	220	315	2.200	2.635

3)

Planlagt produktion til nettet

Jf. bilag med budgetmål for 2023

4)

Den forventede omsætning for Anden virksomhed er betydeligt under 3 mio. kr.

5)

Tablet over budgetterede omkostninger ved PS fordelt på formål

Mio. kr., 2019-niveau, ekskl. moms - (overslag for årene 2020-2023)	2019	2020	2021	2022	2023	2019-2023 I alt
<i>Omkostninger:</i>						
Produktion, fordelt på						
- nyhedsrelateret indhold på tv og andre platforme	45,3	43,8	42,3	40,8	39,3	211,6
- øvrigt indhold, events mv.	13,4	14,9	16,4	17,9	19,4	81,9
Administration	4,5	4,5	4,5	4,5	4,5	22,5
Øvrig drift - Kommunal- og Regionsrådsvalg 2021			1,0			1,0
Finansielle omkostninger	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	5,5
Afskrivninger	4,8	4,8	4,8	4,8	4,8	24,0
<i>Indtægter</i>						-
Andre driftsindtægter	-2,9	-2,9	-2,9	-2,9	-2,9	-14,5
Finansielle indtægter	-	-	-	-	-	-
Andel af overskud, anden virksomhed 2)	-	-	-	-	-	-
Resultat af public service-virksomhed	66,2	66,2	67,2	66,2	66,2	332,0
Overskud af anden virksomhed (delregnskab for anden virksomhed)	-	-	-	-	-	-
Nettoomkostninger ved public service-virksomhed, inkl. overskud af anden virksomhed.	66,2	66,2	67,2	66,2	66,2	332,0

Strategiske mål, herunder forventet produktion til internettet - samt væsentlige planlagte initiativer

De målbare strategiske mål (Budgetmål) er angivet i vedhæftede bilag.

DRIFTSBUDGET 2023

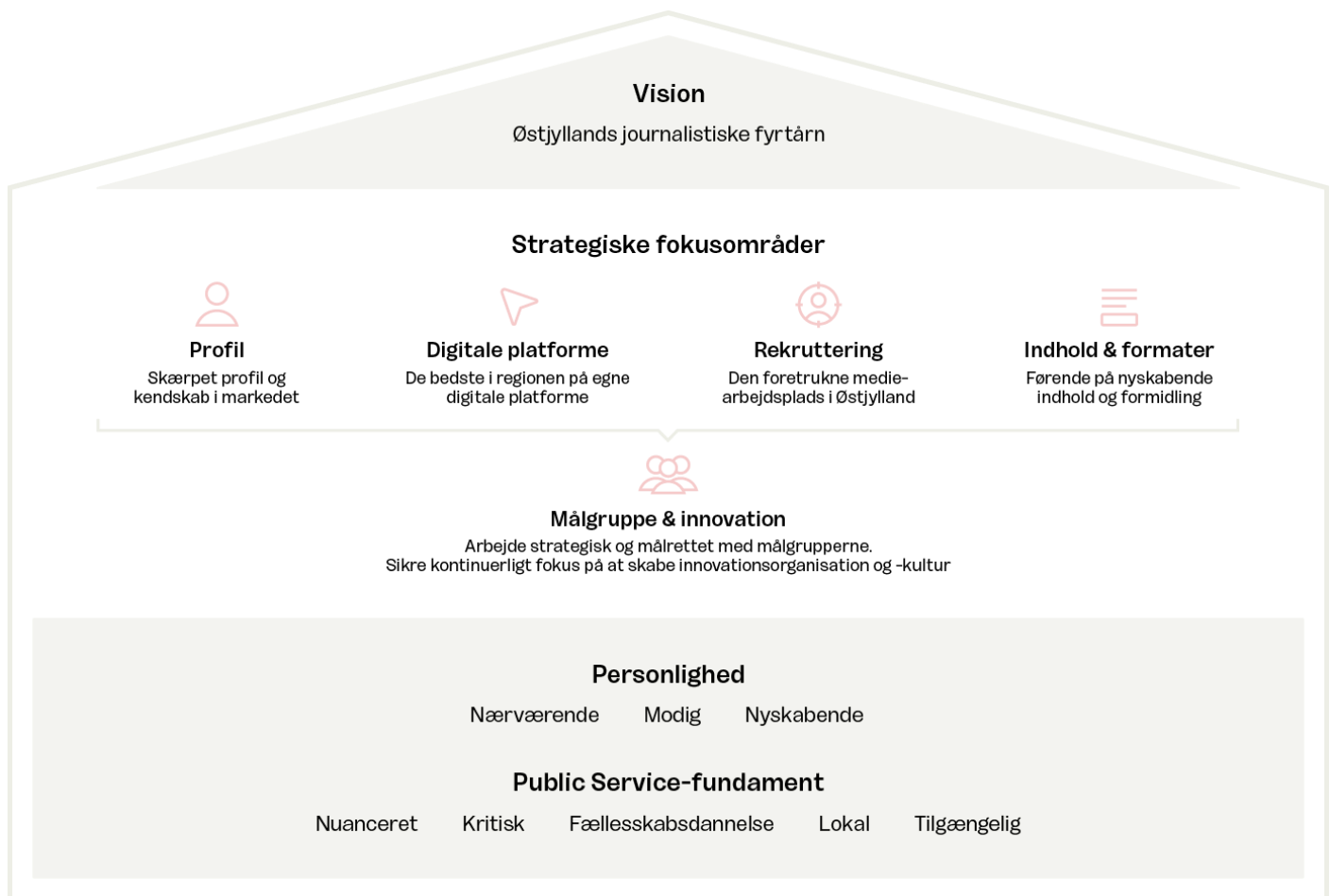
1.000 KR.	Budget 2023	Budget 2022	Regnskab 2021
RESULTATOPGØRELSE			
Indtægter			
Licens	71.800	68.050	68.067
Andre indtægter	2.700	2.500	3.493
Indtægter i alt	74.500	70.550	71.560
Omkostninger			
Eksterne omkostninger	7.350	6.700	7.725
Personaleomkostninger	52.300	50.000	46.416
Lokaleomkostninger	2.400	2.000	2.080
Udsendelsesomkostninger	5.400	6.100	6.230
Andre eksterne omkostninger	3.450	2.600	2.430
Afskrivninger	4.100	4.200	4.606
Omkostninger i alt	75.000	71.600	69.487
Driftsresultat	-500	-1.050	2.073
Finansieringsomkostninger	400	450	-3.000
Resultat	-900	-1.500	-927

Budgetmål 2023

Budgetmålene for 2023 tager udgangspunkt i TV2 Østjyllands fem strategiske kerneprincipper, som taler ind i den overordnede vision om at være Østjyllands journalistiske fyrtårn.



TV2 Østjyllands strategihus



Profil

TV2 Østjylland vil styrke mediehusets profil og kendskab i markedet.

Ved at arbejde med vores profil og kendskab vil vi styrke mulighederne for at nå ud med vores indhold og styrke relationen til vores målgrupper.

- TV2 Østjylland vil i 2023 arbejde strategisk med kampagner og markedsføring.

TV2 Østjylland skal, uanset hvor man bor i landsdelen, opleves som borgernær.

- Ved årets udgang vil vi sikre, at vores indhold i tv samt artikler afspejler vores sendeområde geografisk forholdsmæssigt befolkningstallet i de forskellige kommuner.
- I 2023 vil de østjyske kommuner fortsat have en lokalreporter tilknyttet. Lokalreporterne vil dække de enkelte kommuner, orientere sig i dagsordner og opbygge kildenetværk i kommunerne.
- De 5 lokalreportere vil i 2023 i gennemsnit over et år producere 4 egen-historier pr. uge.

TV2 Østjylland skal styrke sit brand, som værende et mediehus, der laver fyrtårnsjournalistik. Vi har en ambition om at lave indhold, der skaber debat og sætter de østjyske kommuner på danmarkskortet.

- I 2023 vil TV2 Østjylland lave mellem 20-25 større journalistiske "fyrtårns-satsninger". Historierne skal formidles på flere platforme og gøre en konkret forskel for den enkelte borger, for samfundet eller sætte en større dagsorden i andre medier.
- TV2 Østjylland vil i 2023 sende mindst 500-600 historier til Ritzaus citat-tjeneste, og ved årets udgang har vi en ambition om, at det vil føre til, at andre medier har citeret os mindst 3.500-4.500 gange.

Rekruttering og kompetenceudvikling

TV2 Østjylland vil være den foretrukne mediearbejdsplads i Østjylland for den kritiske gravende journalist og for nye kreative kræfter.

TV2 Østjylland ønsker at udvikle medarbejdere for at sikre fastholdelse og bedst mulige kompetencer.

- I 2023 vil Østjylland designe et uddannelsesforløb for ledertalenter internt i organisationen. 3-5 medarbejdere skal i 2023 påbegynde talentforløbet
- TV2 Østjylland vil i 2023 afholde møder i faggrupperne i fast frekvens for at sikre videndeling og kompetenceudvikling.

TV2 Østjylland vil fastholde høj trivsel

- I 2023 vil TV2 Østjylland fastholde "høj/meget høj" trivsel i den årlige trivselsmåling.
- I ovennævnte trivselsmåling vil TV2 Østjylland have et særligt fokus på personlig- og fagligudvikling og vi vil arbejde for at hæve scoren.

TV2 Østjylland vil øge synligheden i branchen og tiltrække kvalificerede medarbejdere og kompetencer.

- 5-10 gange årligt vil TV2 Østjylland holde branche-relevante oplæg, så vi bliver synlige over for potentielle medarbejdere og styrker vores brand.

På TV2 Østjylland skal nye medarbejdere hurtigt føle, at de hører til.

- På TV2 Østjylland vil vi implementere et system for on- og off-boarding af medarbejdere.
- TV2 Østjylland vil følge tilfredsheden med on-boarding blandt nye medarbejdere gennem interviews og undersøgelser.

Digitale platforme

TV2 Østjylland vil være de bedste i regionen på egne digitale platforme.

TV2 Østjylland vil have et opdateret og moderne visuelt udtryk på hjemmesiden.

- I 2023 vil TV2 Østjylland implementere et redesign af vores nyhedssite, som understøtter nyhedsstrategien på web.

TV2 Østjylland vil styrke vores website særligt med fokus på forsiden og unikt udviklet indhold til platformen.

- TV2 Østjylland vil i 2023 uddanne nøglemedarbejdere til at producere fængede webvideoer.
- I 2023 vil TV2 Østjylland producere 8-10 webvideoer i ugen til vores website.
- TV2 Østjylland vil i 2023 udgive 15-20 liveblogs på vores website.
- På vores website vil vi dagligt lave 2-4 rubriktests, for at vi sikrer, at vi får de mest relevante rubrikker på vores artikler.

På TV2 Østjylland vil vi arbejde med SEO på hjemmesiden.

- På TV2 Østjylland vil vi i 2023 sikre, at vores hjemmeside er opdateret i forhold til SEO.
- I 2023 vil vi udvikle nøglemedarbejdere til at arbejde med SEO i det daglige.

TV2 Østjylland vil styrke indholdet på TV2 PLAY

- I 2022 vil TV2 Østjylland lave 30 nyudviklede og unikke videoer fra Østjylland til TV2 PLAY.

Indhold og formater

TV2 Østjylland vil være det førende regionalmedie på innovative og nyskabende indholdskoncepter og formidlingsformer.

For at sikre, at TV2 Østjylland fortsat skal opleves som et moderne mediehus for de yngre målgrupper vil vi eksperimentere med at producere indhold til TikTok.

- Vi vil på baggrund af et udviklingsprint afklare de strategiske muligheder på TikTok i første kvartal i 2023.

TV2 Østjylland er et visuelt mediehus, hvorfor vi vil være innovative og udvikle nye visuelle fortællegreb.

- I 2023 vil vores fotografer, producere og grafikere udvikle og afprøve 4-6 visuelle fortællegreb, vi aldrig før har brugt

For at skærpe vores position i markedet som et moderne mediehus, vil vi udkomme på podcast til de målgrupper, der er podcast first-brugere.

- Vi vil i 2023 lave 5 podcasts/serier med afsæt i grundige journalistiske fortællinger, som understøtter vores ambition om at skabe fyrtårnsjournalistik med afsæt i det østjyske.

TV2 Østjylland fortsætter udviklingen og implementeringen af mere komplekse nyhedshistorier på Instagram.

- 3-5 gange ugentlig skal den journalistik, der er dagsordensættende på tværs af platforme, også udgives på Instagram gennem de koncepter, der i 2022 er udviklet til formålet.

TV2 Østjylland ønsker at lave brand-forlængende initiativer og events ude blandt befolkningen.

- I 2023 skal TV2 Østjylland 3-5 gange ud i regionen og lave public outreach.

Målgrupper og innovation

TV2 Østjylland vil arbejde strategisk og målrettet med målgrupper og innovation.

TV2 Østjylland vil sikre, at der produceres regionalt public service-indhold til alle generationer, for at sikre at det regionale public service-tilbud opleves relevant både nu og i fremtiden.

- I 2023 vil vi afklare, hvordan vi vil bruge segmenteringsværktøjet Conzoom til at blive klogere på, hvem vi når med vores indhold og hvem vi ikke når i Østjylland.

Vi vil skabe større bevidsthed om nødvendigheden af diversitet i kildesammensætningen.

- På TV2 Østjylland vil vi arbejde med repræsentativitet i vores kilder, hvad angår køn og etnicitet.

På TV2 Østjylland vil vi sikre et kontinuerligt fokus på at skabe en innovationsorganisation og -kultur.

- I 2023 vil vi afholde mindst to innovationsforløb til udvikling af indhold, der involverer et bredt udsnit af medarbejdere i huset.

Vi vil styrke vores indhold målrettet unge med anden etnisk baggrund end dansk, så de oplever at kunne deltage i de demokratiske samtaler i samfundet.

- I 2023 vil vi relancere formatet Gellerup Live og afsøge muligheder for samarbejde med fonde og andre aktører.