

tvSyd

**PUBLIC SERVICE
REDEGØRELSE 2025**

Forord

Sammen om hverdagen og de store øjeblikke.

Sådan lyder overskriften på den strategi, som tvSyd lancerede i januar 2025. Strategien fastslår, at tvSyd skal værne om demokratiet, forbinde os på tværs af geografi, demografi og livsvilkår samt formidle nuancerne i nyhederne og insistere på svar fra de ansvarlige.

Strategien landede i et år, der desuden var præget af valgene til kommunalbestyrelser og regionsråd.

Heldigvis blev den nye strategi taget rigtig godt imod af seere og brugere. Antallet af borgere i dækningsområdet, der synes, 'tvSyd er værd at bruge tid på' er steget med 9 procentpoint i forhold til 2024. Nyt er det, at den målgruppe, der synes bedst om tvSyds indhold, er de 15-24-årige – hvilket kan skyldes, at tvSyd er kommet på TikTok som en skarp nyhedsleverandør. Begge oplysninger er hentet i årets image- og kendskabsanalyse, som Kantar Media har udarbejdet for tvSyd.

Valgene til kommunalbestyrelser og regionsråd gav anledning til innovation og nytænkning på alle parametre – lige fra satirefiguren Anders Køft til en helt ny måde at producere debatter på, som både gav indhold til tv og tvsyd.dk. Alle spidskandidater i alle kommuner blev inviteret til at deltage i en debat, men i mindre grupper, så der var bedre tid til at komme i dybden med de enkelte emner. Emner som brugerne i øvrigt havde udvalgt med det formål at skabe sikkerhed for, at det var deres dagsordener og ikke politikernes, der blev debatteret.

Af image- og kendskabsanalysen fremgår det, at 36 procent af borgerne i landsdelen fik deres primære information om valgene fra tvSyd. 24 procent fik informationen fra JyskeVestkysten og 24 procent fra deres gratis ugeavis. P4's distrikter i henholdsvis Vejle og Aabenraa/Esbjerg var primær kilde til nyheder om valgene for henholdsvis 14 og 9 procent af borgerne.

Valgene gav anledning til at arbejde med de enkelte kommuner som udgangspunkt for nyhedsovervågning og dækningen af lokalpolitik. tvSyds 14 kommuner og to regioner blev således fordelt til reportere, som i hele 2025 primært skulle finde historier i deres tildelte kommuner. I opgaven indgik også, at reporterne skulle være fysisk til stede ved byrådsmøderne i deres kommune. Den beslutning kom der rigtig meget god og unik journalistik ud af. Der opstår situationer, også på byrådsmøder, som man ikke kan læse om i dagsordenen eller referatet, men som kræver, at man er der. Ikke mindst i forhold til tilhørerne, som jo altid kommer af en årsag.

Sammen med strategien skiftede tvSyd visuel identitet, dvs. fik nyt logo og nye farver og en visuel pakke, som virker på alle platforme, hvor den gamle var skabt til tv og kun duede der. Om det er de nye farver, den nye strategi eller et spændende år i Syd- og Sønderjylland, der er årsagen, skal vi lade være usagt. Men virkeligheden er, at det i 2025 lykkedes tvSyd at skabe et betragteligt ryk i antallet af brugere, sidevisninger, loyale brugere og videoafspilninger på tvsyd.dk.

Det er derfor med stolthed, vi præsenterer tvSyds Public Service Redegørelse 2025.

Simon Vevest Lindblad-Madsen
Bestyrelsesformand

Betina Bendix
Direktør

tvSyd er et af de otte danske regionale mediehus.

tvSyd er et aktieselskab. Aktiekapitalen har en værdi på i alt 1.125.000 kroner, og aktierne ejes af tvSyds Fond. Fondens bestyrelse på 7 personer udpeges dels af repræsentantskabet (tre medlemmer), dels af Club Syd (tvSyds støtteforening, som udpeger et medlem) og dels af Fondsbestyrelsen selv, som udpeger tre medlemmer. Repræsentantskabet består af op til 100 medlemmer med baggrund i forskellige organisationer og foreninger. Fondsbestyrelsen udpeger seks medlemmer til A/S Bestyrelsen, og medarbejderne på tvSyd vælger et medlem. A/S Bestyrelsen er ansvarlig for tvSyds drift.

Sendeområde

tvSyds dækningsområde udgøres af 14 kommuner: Horsens, Hedensted, Vejle, Kolding, Fredericia, Vejen, Billund, Varde, Esbjerg, Fanø, Tønder, Aabenraa, Haderslev og Sønderborg kommuner samt Nørre Snede i Ikast-Brande kommune med tilsammen ca. 900.000 indbyggere. Derudover har tvSyd jf. sin public service-kontrakt med kulturministeren en særlig forpligtelse til at lægge vægt på forholdene i Sydslesvig, især på det danske mindretals vilkår.

tvSyd udkommer med indholdsproduktion på følgende platforme:

- Hjemmesiden tvsyd.dk
- tvSyds app med både nyheder og programmer til streaming
- Fire daglige vinduer på TV 2 DANMARKS hovedkanal, herunder hovedudsendelsen kl. 19.30
- tvSyds 24-timers kanal TV SYD+
- tvSyds TikTok-profil
- tvSyds Facebookside
- tvSyds Instagram-profil
- tvSyds YouTube-kanal
- tvSyds daglige nyhedsbrev

Finansieringen sker via finanslovstilskud (76,6 mio. kr.). Derudover har tvSyd indtægter via sponsorsalg, donationer fra støtteforeningen ClubSyd og programsalg, hvilket i 2025 gav en samlet omsætning på ca. 80,8 mio. kr.

tvSyds medarbejderstab udgjorde i 2025 86 årsværk, bestående af fastansatte, freelancere, timelønnede, elever og praktikanter. Antallet er opgjort efter ATP-metoden.

tvSyd består af en hovedredaktion i Kolding og to lokalredaktioner fordelt i sendeområdet.

Hovedredaktion:

Media Park 1
6000 Kolding

Lokalredaktion i Esbjerg:

Torvet 21
6700 Esbjerg

Lokalredaktion i Horsens:

'Fængslet'
Fussingvej 8
8700 Horsens

Herunder følger redegørelsen for, hvordan tvSyd i 2025 har opfyldt de specifikke forpligtelser, der ligger i public service-kontrakten med kulturministeren. Nummereringen henviser til forpligtelsen i public service-kontrakten.

3. Specifikke forpligtelser

3.1. Nyheds- og aktualitetsprogrammer

Forpligtelsen:

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

Vejledning:

Nyhedsprogrammer definerer Radio- og tv-nævnet som oversigtsudsendelser i formatet bulletiner omhandlende nyheder af alle emner udvalgt efter journalistisk vurdering, inklusive trafik, vejr og sport. Aktualitetsprogrammer er udsendelser i formaterne bulletiner, magasiner, kommenterede begivenheder eller dokumentarer. Aktualitetsprogrammerne skal indholdsmæssigt omfatte samfundsmæssig information. Indhold omhandlende fritid, hobby og livsstil anses således ikke som aktualitet.

Redegørelse:

tvSyd udkommer med nyheder i de daglige TV 2-vinduer, på 24-timers kanalen TV SYD+, på tvsyd.dk, på tvSyds nyhedsapp, Facebook, Instagram, Tiktok, i nyhedsbreve og på streamingapp'en TV SYD Play. Nyheder er ryggraden i tvSyds produktion og det væsentligste bidrag til at fremme den demokratiske samtale.

På baggrund af den løbende dialog med seerne er det relativt tydeligt, at de foretrækker det hurtige overblik og det grundige indblik gennem velfortalte nyheder med en stærk billedside. De ønsker især, at tvSyd fortæller egne, unikke historier fra landsdelen, at der er plads til nuancer frem for korte overskriftsagtige historier, og at de får en forklaring på, hvad nyheden betyder for dem. Hvorfor skal de overhovedet bruge tid på den? Dette blev efterspurgt meget tydeligt i den brugerinddragende strategiproces, tvSyd gennemførte i 2024, og på baggrund heraf har tvSyd udviklet syv brugerbehov, som alle indholdsprodukter skal leve op til.

En del af nyhederne produceres på dagen, men der er også en stor forproduktion. tvSyd har gennem flere år haft to lokalredaktioner i Esbjerg og Horsens med det formål at komme tættere på borgerne vest på og nord på. Succesen med dem har betydet, at det i strategiprocesen blev besluttet at fordele alle de 14 kommuner og de to regioner samt Sydslesvig til reporterne, så hver reporter kun har en kommune at nyhedsovervåge. Dette blev implementeret i januar 2025, og det har resulteret i journalistik tættere på borgerne og unikke historier, som borgerne har tippet til 'deres' tvSyd-reporter. Journalisterne deltager også i byrådsmøder og taler med politikere, embedsfolk og tilhørere, hvilket ofte giver mange nuancer til dækning udelukkende baseret på referater og snak med borgmester.

Dagsordensættende tvSyd-journalistik i 2025

- 1) Heino kørte gylletransporten, der kolliderede med tog – selv undslap han døden
- 2) Mand åbner colaer på stribes og går uden at betale – nu har butikker fået nok
- 3) Mens Noah lå og sov, mistede han 20.000 kroner i computerspil
- 4) Se alle valgresultaterne her: Sådan gik det i din kommune (og øvrig dækning af regionsråds- og kommunalvalg)
- 5) Udlejningsselskab har opkrævet ulovligt gebyr i årevis
- 6) Vidne hev kameraet frem, da han så motorcykelulykke – og flere skal gøre det samme
- 7) Førtidspensionist forstår ikke, hvorfor tandlægen ikke betales over skatten (og opfølgende historier)
- 8) Familien havde aldrig troet, at høj IQ lå bag problemerne
- 9) Far blev inviteret til datters sommerfest i børnehaven: Fik bøde for at dukke op
- 10) Kvinde dræbt i voldsom togulykke: Togtrafikken er indstillet i en uge på strækningen (og opfølgende historier)
- 11) Sofie købte en ko for konfirmationspengene – derefter stak det helt af
- 12) Iلسes postnummer tilhører en kommune, som hun ikke bor i: - Det er irriterende og skaber nødvendig forvirring (og opfølgende historier)
- 13) Mand politianmeldt efter at have anlagt privat parkeringsplads foran sit hus
- 14) Direktør forsvarer våd frokost – drak i gennemsnit 13 genstande på havnens regning
- 15) Grøn Koncert endte i kaos – læs her hvordan dagen forløb
- 16) Klokker ved flere jernbaneoverskæringer stjålet før (og opfølgende historier)
- 17) Fartbøde koster dansk statsborgerskab efter 24 år i landet
- 18) Jordbæravler måtte springe for livet, da to kvinder flygtede med seks kilo jordbær
- 19) Kommune vil nedlægge 100 år gammel strandsti – borgerne i oprør
- 20) Tre søstre i opråb: - Vi bliver kaldt nazister og skide tyskere
- 21) Bilist sad i bilen og fik p-bøder uden at vide det – nu advarer hun andre (og opfølgende historier)
- 22) Tyske turister bliver advaret før ferien i Danmark
- 23) Handicaphjælper udsat for trusler og vold og tvunget til at overvære sex
- 24) Anne skal fjerne 89 kvadratmeter af sit hus: - Jeg har grædt flere aftener, hvad skal jeg nu gøre?
- 25) Køerne drikker pludselig hinandens urin – landmand kræver erstatning af energigigant
- 26) Norlys slettede Bents dementramte kones telefonnummer og alle mails: - Jeg har det ad helvede til (og opfølgende historier)
- 27) Vand væltede ud under uvidende ungt pars gulv – nu hænger de på kæmperegning (og opfølgende historier)
- 28) Ulve løber rundt i villakvarter (og opfølgende historier)
- 29) Nej tak til LED-lys på kirkegård: - Minder om et diskotek klokken 3 om natten (inkl. opfølgninger)

Alle ovennævnte historier er fulgt op og perspektiveret på de forskellige platforme, og de fleste af dem nåede langt ud over Sydjyllands grænser, fordi de blev samlet op af andre medier.

Særligt i 2025 var lanceringen af et nyt format, Spørg Os. Her kan brugerne foreslå historier, de gerne vil have tvSyd til at gå ombord i. Hver 14. dag sættes tre brugerforslag til afstemning, og det forslag, der opnår flest stemmer, bliver til journalistik på alle tvSyds platforme. Formatet har givet flere indsigter:

1. Vi kan som journalister ikke altid gætte, hvilke historier brugerne tænder mest på
2. Historierne er altid blandt de allermest læste på tvsyd.dk
3. I løbet af et år er formatet blevet langt mere kendt end forventet (se målopfølgning kapitel 3.4.)

Spørg Os er det vigtigste format fra tvSyds nye brugerredaktion, men redaktionen har arbejdet med flere former for brugerinddragelse og brugerdialog. Læs mere herom i Public Service Redegørelsens kapitel 4. 'Dialog med befolkningen'.

Mediebranchen har i de senere år været udfordret af store ændringer i medieforbruget, konkurrence fra amerikanske tech-giganter og generel faldende tillid til medierne. Kunstig intelligens har for alvor gjort sit indtog på redaktionerne, og der blev alle steder brugt kræfter på at undersøge, hvordan kunstig intelligens kan bidrage til journalistikken uden at skabe mistillid.

På tvSyd var det derfor en glæde at konstatere, at troværdigheden stadig er fuldstændig intakt. 71 procent af de adspurgte, der kender tvSyd, giver i 2025-udgaven af den årlige image- og kendskabsanalyse fra Kantar Media udtryk for, at tvSyd er en troværdig afsender. Kun 2 procent er uenig i dette, mens 27 procent er neutrale. Troværdigheden er den vigtigste kapital for et public service-medie, så det er et indsatsområde at fastholde troværdigheden.

For at sikre troværdigheden har de otte TV2 Regioner sammen med TV2 udarbejdet et sæt fælles retningslinjer for brug af kunstig intelligens og mærkningen heraf.

Regionalt indhold er ikke kun nyheder

I 19.30-udsendelserne i weekenden har tvSyd siden 2018 sendt andre public service-programmer end nyheder. Beslutningen om at sadle om i weekenden kom efter en større undersøgelse af den daværende seerskare om muligheden for at udvide seerskaren. Undersøgelsen viste, at seere, særligt mænd over 50 år, er meget glade for at se nyheder, mens alle andre målgrupper gerne vil se regionalt indhold, men ikke nyheder. De vil hellere møde mennesker, få indsigt i miljøer, de ikke kender til, og helt generelt inspireres.

I 2025 sendte tvSyd således en række weekendprogrammer, både egenproducerede og programmer produceret som entreprisproduktion. Alle programmerne er produceret til streaming, så de kan deles på tvsyd.dk/play og en udvalgt mængde deles på TV2 Play. Herunder en kort beskrivelse af programserier i 2025:

Billund Airport

Klassisk reportageserie, hvor vi følger medarbejdere og rejsende på en af de travleste arbejdspladser i landsdelen, Billund Lufthavn. Serien er blandt de mest sete på TV2 Play, og et enkelt afsnit havde over 100.000 visninger på YouTube.

8 episoder – entrepriseproduktion: LAWA Film, Horsens

Politik i virkeligheden

tvSyd inviterer to folketingsmedlemmer ud i den virkelighed, som de lovgiver om. De to møder borgere, der har lovgivningen helt inde på livet og debatterer med dem og hinanden om, hvordan vi bedst indretter vores samfund. Alle valgte medlemmer af folketinget i tvSyds dækningsområdet blev inviteret til at medvirke og de fleste sagde ja tak.

8 episoder – egenproduktion

Hotel Dagmar 2

Vi følger hverdagen og de store øjeblikket på Danmarks ældste hotel, Hotel Dagmar i Ribe.

6 episoder - entrepriseproduktion: O+S, Esbjerg

Ser du humoren, Daniel?

Komikeren Torben Chris var i sin tidlige ungdom spejderleder for Daniel Rye, som senere var fanget som gidsel hos Islamisk Stat i Syrien. Nu lokker han sin gamle elev ud i et vanvittigt projekt: Kan man lære at lave stand up om alt – også om at være gidsel hos Islamisk Stat?

5 episoder - entrepriseproduktion: Respirator

Grænzenlos

tvSyds grænselandsmagasin produceret i samarbejde med tyske NDR. Magasinet sætter fokus på levevilkårene i grænselandet, særligt mindretallenes, samtidig med at seerne får indsigter om nogle af de kulturelle fællesskaber, der findes på tværs af den dansk/tyske grænse.

6 episoder -egenproduktion i samarbejde med NDR.

Ulveland

Debatten om ulve raser, særligt i Vestjylland, Oksbøl og Blåvand, hvor ulven fylder stadig mere.

Befolkningen i den del af landet er splittet – skal ulven være her eller ej. I 'Ulveland' forsøger tvSyd at bygge bro mellem tilhængere og modstandere.

3 episoder - egenproduktion.

Gry og Spøgelsestoget

Historikeren Gry Scavenius fra Frøslev Lejren beslutter sig for at finde sandheden om spøgelsestoget i Padborg – det viser sig at være den utroligste historie. Toget kom fuldstændig uannonceret ind på perronen i Padborg få dage efter tyskernes kapitulation efter anden verdenskrig. Hvem var i toget, og hvor kom det fra?

4 episoder – Entrepriseproduktion: Story Park Media

Et år med Molly

Molly blev kendt som pigen med bulen i panden. Kort tid efter sin fødsel blev hun opereret i hjernen, som voksede ud af hendes kranium. Nu er hun blevet et år, og tvSyd besøger familien igen.

4 episoder – egenproduktion

Nordborg Resort

Make Nordborg great again er planen hos de investorer og rigmænd, der har besluttet at lægge adskillige milliarder til ferieparadiset Nordborg Resort. Alle håber, at det får den engang så blomstrende

by på Nordals til at blomstre igen, når turisterne kommer. tvSyd følger opbygningen af resortet og er med, når turisterne lander i sommeren 2025.

6 episoder – egenproduktion

Kolonisterne

Der er kolonihavekrig i Vejle. Kommunen vil rive de store huse ned, men Brian og foreningens øvrige kolonister nægter. Hvor i alverden skulle de så bo?

1 episode – egenproduktion

Vi er de højtbegavede

På Inge Lehmann Skolen i Taps for højtbegavede børn møder vi Aske, Andrea og Elena. Ud over at have en IQ på mindst 125 har de det til fælles, at de har oplevet mistrivsel i folkeskolen.

4 episoder – entrepriseproduktion: Heidi Godskesen Rasmussen

Æ spritte

Spritbådene var et flydende fællesskab og en legendarisk toldfri sejlroute i Sønderborg. Men hvad der startede som et hyggeligt mødested for ældre medborgere udviklede sig til vilde diskoture, ukontrolleret smugling og vold i byen, der blev kendt som Danmarks Chicago.

3 episoder – Tobias Lindhardt

Rockenroll, hotdogs og Congobajere

Et portræt af manden, der var Esbjergs rockstjerne nummer 1.

1 episode – entrepriseproduktion: O+S, Esbjerg

Trædesten – på kanten af livet

En film om en helt særlig bog til pårørende til patienter på Hospice.

1 episode – entrepriseproduktion O+S, Esbjerg

Ringriderne

Vi kigger ind i fællesskabet bag den sønderjyske nationalsport rindridning. En folkefest med lang og stolt historie, men også med faldende ryttertall. Findes der mon ringridning om 100 år?

4 episoder – entrepriseproduktion: Bossanova Film

Min farmor vil være fri

En rørende dokumentar om en kvinde, der først i en sen alder efter sin mors død, får friheden til at leve sit eget liv. Gennem tilgivelse, mod og nysgerrighed genfinder hun glæden og tager endelig styring over sin egen historie.

1 episode – Anna Schiøler Mortensen

Magten over paradiset

I forbindelse med kommunalvalget i november sendte tvSyd serien Magten over paradiset. Serien beskriver det mikrokosmos, som Fanø kommune med godt 3000 indbyggere er – og hvordan politik og meninger, der brydes, påvirker det lille samfund, hvor alle kender alle.

4 episoder - egenproduktion

Jordemoder mellem liv og død

I over to år har vi fulgt jordemødrene på Aabenraa Fødeafdeling – både når de står midt i forældres største øjeblik, og når de bærer dem igennem de allersværeste.

6 episoder – entrepriseproduktion: Hansen og Pedersen

Politieleverne

tvSyd har fået eksklusiv adgang til en håndfuld politielever fra politiskolen i Vejle. Vi er med, når de skal på gaden for allerførste gang. Er de klar, og har de, hvad der skal til, når virkeligheden rammer dem?

10 episoder – entrepriseproduktion: Wasabi Film

Weekendprogrammer med flere formål

Som det forhåbentligt fremgår af ovenstående, er der mange andre måder at lave relevant, regionalt public service-indhold på end de klassiske nyhedsudsendelser. Samtidig skaber weekendprogrammerne masser af indhold på de andre platforme. For alle weekendprogrammer gælder det, at de skal have et klart public service-formål, at de skal målrettes de 26-49-årige, at de skal produceres med streaming for øje, og at der skal være oplagte muligheder for at producere programrelateret indhold rundt om dem til nyhedsplatformene.

Af den årlige image- og kendskabsanalyse, som TV SYD får lavet hos Kantar Media, fremgår det heldigvis også, at programmerne rammer forskellige målgrupper. Serien 'Vi er de højtbegavede' var topscorer hos familier med børn i alderen 12-18 år – serien opnåede karakteren 4,1 på en skala fra 1-5 hos den målgruppe. Blandt de 15-24-årige var det serien om Nordborg Resort, der opnåede den højeste vurdering, mens serien 'Et år med Molly' var kvindernes foretrukne med vurderingen 4,1.

3.2. Dækning af det regionale område

Forpligtelsen:

REGIONEN skal i sin programvirksomhed dække hele det regionale område - herunder i forbindelse med valg - og afspejle den mangfoldighed af kultur, livsopfattelse og levevilkår, der er i det regionale område.

Vejledning:

Dækningen opgøres i antal indslag fordelt på de enkelte kommuner.

Redegørelse:

tvSyd publicerede i alt 6.040 artikler/videoartikler samt 1.364 indslag fra og om dækningsområdet i 2025.

Herudover publicerede tvSyd 19 tv-indslag med geografi placeret uden for tvSyds dækningsområde.

Tallene bygger på udtræk fra tvSyds interne produktionssystemer SAGA og Statamic.

Geografisk fordeling af tvSyds nyhedsdækning af landsdelen i 2025:

Kommuner/Regioner i sendeområdet	Indslag+artikler=ialt	Indbyggertal	Index
Billund	78+251=329	27.168	164
Esbjerg	188+720=908	115.157	107
Fanø	32+103=135	3.332	548
Fredericia	79+397=476	52.616	122
Haderslev	86+366=452	55.354	110
Hedensted	39+130=169	48.167	47
Horsens	69+362=431	97.921	59
Kolding	206+676=882	95.897	124
Sønderborg	82+333=415	74.096	76
Tønder	62+271=333	36.399	124
Varde	83+287=370	49.410	101
Vejen	61+207=268	42.702	85
Vejle	150+665=815	122.433	90
Aabenraa	86+437=523	58.621	121
I alt	1.301+5.205=6.506	879.273	100

Der er desuden produceret 119 artikler og 15 indslag samt seks programmer med udgangspunkt i Sydslesvig.

Samt to artikler med udgangspunkt i Ikast-Brandeborg kommune, hvoraf tvSyd dækker tidligere Nørre Snede kommune.

Hertil kommer 9 artikler med "Region Midtjylland" som primær lokation, mens antallet af artikler med "Region Syddanmark" som primær lokation er 79. "Syd- og Sønderjylland" var primær lokation for 626 artikler og 48 indslag. Samlet set giver det 714 artikler og 48 indslag.

Indextallet i nedenstående tabel er beregnet således, at den gennemsnitlige dækning er index 100, et lavere tal er underdækning og et højere er overdækning. Kommuner med få indbyggere har en tendens til at blive overdækket. Det er en klar ambition for tvSyd at sikre en jævn geografisk dækning af sendeområdet under hensyntagen til de enkelte kommuners befolkningstal. Dette er lykkedes relativt godt i 2025, dog stikker Horsens og Hedensted kommuner ud med en underdækning, mens især Tønder og Billund har fået rigelig dækning. Fanø stikker ud, fordi der er tale om en meget lille kommune, så datagrundlaget er tilsvarende lille.

Det er vigtigt at understrege, at hele ovenstående redegørelse er vedrørende nyhedsjournalistik. Programmer produceret til streaming og 19.30-vinduet i weekenden er ikke medtaget i opgørelsen. Dels fordi der sjældent er en enkelt primær lokation til en programserie, og dels fordi serierne er produceret ud fra temaer, der favner hele landsdelen og derfor ikke bør medregnes som en specifik dækning af et geografisk område.

Det er ligeledes en vigtig pointe, at det geografiske nyhedskriterium ikke er det afgørende, når det vælges, hvilke historier redaktionen går ombord i. Væsentlighed og relevans står over geografi. Det betyder ikke, at det ikke er vigtigt at holde øje med, om tvSyd opfylder sin forpligtelse til at dække hele landsdelen. Det betyder bare, at der er flere nyhedskriterier.

Lokalredaktioner

For at sikre den jævne geografiske dækning har tvSyd oprettet lokalredaktioner i Horsens og Esbjerg. Dette har haft en positiv effekt, især for Esbjerg, der er kommet over index 100. I Horsens er der som nævnt stadig en vis underdækning, og derfor er det i 2026 besluttet at udvide lokalredaktionen i Horsens med en ekstra journalist.

Sydslesvig

Det er en vigtig del af tvSyds redaktionelle arbejde og en forpligtelse i aftalen med Kulturministeren, at tvSyd dækker det danske mindretal i Sydslesvig. Både for at skabe opmærksomhed omkring mindretallet i de nordligere dele af sendeområdet og for at afdække mindretallets vilkår.

Det er en opgave, tvSyd påtager sig med stor alvor og omtanke. I 2025 udløste nyhedsdækningen 140 artikler, programmer og indslag med fokus på mindretallets vilkår.

Det meste journalistik om Sydslesvig produceres af tvSyds grænselands task force, som består af tre reportere med særligt fokus på de fire sønderjyske kommuner og grænselandet. Som samlet gruppe sørger de for at nyhedsovervåge grænselandet, herunder det danske og det tyske mindretal.

Også i 2025 har tvSyd haft et målrettet samarbejde med den tyske public service-udbyder NDR om magasinet Græenzenlos, der udkom seks gange hen over året. Magasinet præsenteres af to værter, Simone Mischke fra NDR og Anders Køpke Christensen fra tvSyd, og på en halv time kommer programmet godt omkring aktuelle, særligt kulturelle, temaer i grænselandet. Samarbejdet blev indledt i 2022, og de to første år, blev magasinerne sendt på TV SYD+ og TV SYD Play – samt på NDRs platforme. I 2025 blev 'Græenzenlos' publiceret i tvSyds 19.30-vindue to søndage i løbet af året, idet serien har fået en kvalitet og en form, som gør den velegnet til et bredere publikum. På samme vis sendte NDR også magasinerne på flow-tv, efter udelukkende at have udgivet dem online.

'Græenzenlos' har været efterspurgt af såvel det danske mindretal i Sydslesvig som det tyske mindretal i Sønderjylland, og det er en stor glæde for tvSyd, at det nu er blevet en realitet at lave et ægte grænseoverskridende samarbejde med et af Tysklands førende mediehuse. Samarbejdet fortsætter i øvrigt i 2026.

Ud over 'Græenzenlos' og den løbende nyhedsdækning af mindretallene, er disse også fast repræsenteret i tvSyds bagland, herunder repræsentantskabet og bestyrelsen for støtteforeningen, Club Syd. Fra 1. januar 2025 blev det danske mindretal i Sydslesvig desuden repræsenteret i tvSyds bestyrelse v. Anja Muus fra Flensborg. Anja Muus er dog efterfølgende flyttet til Bylderup-Bov, men er stadig aktiv i det danske mindretal.

Valgene til kommunalbestyrelser og regionsråd 2025

2025 var valgår, og når der er valg til by- og regionsråd, er der en stor opgave for tvSyd i at sikre, at borgerne ved, der er valg, og får information nok om valg og kandidater til at kunne træffe et oplyst valg på valgdagen.

Arbejdet med RKV25 (som valgene hedder i huset) begyndte allerede ved årsskiftet, hvor tvSyds 14 kommuner og to regioner blev fordelt til reporterne, så hver af husets journalister kun skulle forholde

sig til en enkelt kommune/region. Det blev en del af opgaven, at journalisterne skulle overvære hvert eneste byrådsmøde frem til valgdagen. Dette for at klæde dem på til opgaven, for at lære de lokale politikere og embedsfolk at kende, og for at møde de tilhørere, der møder op til byrådsmøderne, fordi de har en sag. Det kan jo ofte være lig med en god historie.

Det var en bunden opgave, at der skulle produceres et journalistisk produkt fra hvert byrådsmøde.

Derudover fik hver reporter til opgave at producere syv samtaler med borgere fra hver kommune/region. Det var netop samtaler og ikke interviews, for hensigten var ikke at afhøre borgerne i, om de har styr på forvaltningsloven og styringssløjfen, men snarere på en undersøgende måde at finde ud af, hvilke problemer/sager i kommunen, borgerne var optagede af, at politikerne ville handle på. Det blev til i alt 105 samtaler med borgere. Disse samtaler blev udgangspunkt for debattemaer i de politiske debatter, der blev produceret i hver kommune med spidskandidater.

Selve debatproduktionen blev udviklet og fornyet, så der kom mere fokus på dybde i debatterne. Alle debatterne blev produceret i byrådssalene for at understrege, at demokratiet var i højsædet. Et enkelt sted (på Fanø) var der dog ikke plads, så der blev debatten gennemført på skolen.

Et vigtigt tiltag var kandidattesten, lavet i samarbejde med TV2 og de andre TV2 Regioner. Derudover lavede tvSyd et format på sociale medier, hvor influencere og kendisser talte om kommunalpolitik. Og et rent satireformat, hvor den fiktive politiker Anders Køft fra den fiktive by Plov, sætter sig tungt i borgmesterstolen. Satireformatet gik rent hjem, og Anders Køft fik mindst to stemmer ved det ægte kommunalvalg.

Valgafteften var hele valgets højdepunkt. tvSyd havde 15 udgående reportere og 15 fotografer, som var på plads på rådhusene, klar til at rapportere om valgfester og konstitueringsforhandlinger. I huset sad 5-6 livebloggere og webjournalister og sørgede for, at alle detaljer kom ud. Brugerredaktionen var på arbejde og besvarede spørgsmål om valgene. I tv-studiet sad et panel bestående af en valgvert, en analytiker (tvSyds nyhedschef) og en talvært – og derudover skiftende gæster, som kunne bidrage til fortællingen om det lokale demokrati, dramaerne, aftalerne og alt det taktiske, der udspiller sig på en valgafteften.

tvSyd havde en ambition sammen med TV2 og de andre TV2 Regioner at kalde borgmestrene først, og det lykkedes i langt de fleste tilfælde. Alle borgmestre var på plads i landsdelen på selve aftenen. Dagen efter kunne tvSyd bringe de personlige stemmetal og de endelige konstitueringer.

Der blev sendt 9 timers ekstra tv på TV2 i udvidet sendetid, herunder 4,5 timers valgafteften. På TV SYD+ og tvsyd.dk/play blev der desuden sendt 15 valgdebatter af hver en times varighed.

3.3. Udvikling af indhold og distributionsformer

Forpligtelsen:

REGIONEN skal fokusere på udvikling af indhold og distributionsformer, der ud fra en helhedsbetragtning er relevante i det pågældende regionale område herunder ift. befolkningssammensætningen mv.

Redegørelse:

Med den nye strategi blev der truffet en beslutning om, at tvSyds primære målgruppe er borgere i alderen 26-49 år. Alt indhold skal målrettes denne gruppe. Beslutningen kom på baggrund af brugersamtalerne, som henledte opmærksomheden på, at ældre mennesker er mere interesserede i indhold målrettet yngre end omvendt – simpelthen fordi de ældre har erfaring med at være yngre, mens det omvendte ikke er tilfældet.

Når det er sagt, er det dog vigtigt at understrege, at målgrupper ikke er defineret ved deres alder. Der spiller en lang række andre parametre ind: Uddannelsesniveau, indkomstniveau, urbaniseringsgrad, køn, fritidsliv etc. Derfor undersøges seer- og brugerskaren med jævne mellemrum og inddrages i vurderingen af de enkelte programmer.

Resultaterne af den omfattende brugerinddragende proces, der blev gennemført i 2024, fandt vej til skærmene i 2025 i form af en ny strategi.

Brugerundersøgelsen og en efterfølgende kvantitativ survey gennemført med 1200 brugere fra landsdelen af Kantar Media præciserede, at tvSyds brugere har syv veldefinerede behov:

- Tæt på
- Unikke historier
- Betydning frem for beskrivelse/forklaring
- Inspirerende historier
- Løsningsorienterede historier
- Moderne formidling
- Relevante for unge/yngre

Behovene er omdrejningspunktet for tvSyds redaktionelle linje.

Heldigvis har den nye strategi medført, at tvSyd i 2025 dagligt var i kontakt med 20 procent af befolkningen i dækningsområdet. I 2024 var det 16 procent. De 20 procent svarer til 147.000 borgere.

Af image- og kendskabsanalysen fra Kantar Media fremgår det, at det i 2025 især var kvinder og børnefamilier med børn i alderen 12-18 år, der vurderede weekendprogrammerne højest, og det er jo lige præcis intentionen med at lave noget andet end nyheder i 19.30-vinduet lørdag og søndag. Det er resultatet af en målrettet indsats for at producere indhold, der opleves relevant for netop denne målgruppe, som har mindre interesse for de klassiske nyhedsudsendelser. Det spiller helt sikkert også ind, at distributionen ikke udelukkende er på flow-tv længere, og at programmerne er produceret med streaming for øje. Det betyder, at de fortælleteknisk er skabt til at fange seeren ind i løbet af de allerførste sekunder og til at gøre seeren interesseret i at se næste afsnit med nogle gode cliffhangere til slut. Programredaktionen har arbejdet fokuseret med fortællemodeller til streaming i de seneste år,

og derfor er det meget tilfredsstillende at konstatere, at programmerne får en god vurdering i en målgruppe, der overvejende streamer deres indhold og som tvSyd har haft svært ved at nå.

Seniorene, som også er den største målgruppe, fordi seniorer defineres endog meget bredt (50+), serviceres mest. Nyhedsudsendelserne mandag til fredag er allermest afholdte af seniorerne. Særligt de mandlige seniorer. Dertil kommer opslag på Facebook og artikler på tvsyd.dk, som særligt forbruges af de +50-årige.

På tvsyd.dk er der fire typer af indhold: Kvalitetsartikler, hvor der er arbejdet med fortælle greb og digitale greb, videoartikler eller nyhedsvideoer, hvor nyhederne fortælles i levende billeder, korte nyhedsopdateringer og liveblogs. Især video og liveblogs blev udviklet i løbet af 2025, hvor også de redaktionelle arbejdsgange blev indrettet til at understøtte disse genrer. Det har heldigvis fået brugerne til at søge tvsyd.dk, når der sker store nyheder, og der blev i juli 2025 sat rekord med 700.000 sidevisninger den dag, Grøn Koncert i Esbjerg blev evakueret på grund af enorme regnskyl.

Unge ser ikke flow-tv

Det er en klar ambition for tvSyd også at producere vedkommende indhold til den unge målgruppe. Men ikke på flow tv. Det kan ikke betale sig, for unge ser ikke flow tv.

Når det handler om at henvende sig til unge under 25, er sociale medier helt afgørende. tvSyd prioriterer altid egne platforme, men virkeligheden er bare, at unge mennesker har tillid til, at det, der er vigtigt for dem, finder vej til dem via deres sociale medier.

I erkendelse af det kom tvSyd i 2025 på TikTok. Formålet er at servicere målgruppen med nyhedsindhold formidlet af værter, unge kan relatere til, men stadig selvfølgelig seriøst og med respekt for presseetik og høje standarder. Målet var at få 20.000 følgere i løbet af året, og at udkomme med 100 opslag. Begge mål blev nået.

Om det er tilstedeværelsen på TikTok er ikke til at sige, men for første gang oplever tvSyd, at det er målgruppen 15-24 år, der har den mest positive holdning til tvSyds indhold og har den største tillid til tvSyd som nyhedsformidler. 37 procent af de 15-24-årige angiver tvSyd som primær kilde til lokale nyheder, og det tal overgås kun af de +50-årige, hvor 44 procent angiver det samme. Det viser i hvert fald, at tvSyds publikum er bredt.

Desuden er de 15-24-åriges holdning til tvSyd grundlæggende forbedret siden 2024, og især indholdet på tvsyd.dk vurderer denne målgruppe højt – nemlig til 4,1 på en skala fra 1-5.

Streaming er selvfølgelig også afgørende vigtigt for at nå unge. Desværre har tvSyd pt. ikke mulighed for at tilgå tal for målgrupper på tvsyd.dk/play eller TV 2 Play. Forhåbentligt bliver det muligt senere.

Storke-tv hiter i alle målgrupper

tvSyds mangeårige streamingsucces – Storke-TV – fik også folk til skærmene i 2025. I samarbejde med foreningen Storkene.dk har tvSyd sat først et og siden to kameraer op på storkereden i Smedager i Sønderjylland. Kameraerne kører 24 timer i døgnet i sæsonen, så storkene altid kan følges, og brugerne kan selv skifte mellem nærbillede eller totalbillede. Storkekameraerne har en stor betydning for tvSyds høje tal på livestreaming. Der blev i gennemsnit livestreamet 78.000 minutter på tvsyd.dk i 2025, hvilket

er langt over, hvad vores kolleger på de andre TV2 Regioner oplever på livestream. Her ligger TV2 Nord nummer to med lige under 4.000 streamede minutter. Andre er under 1.000. Det er både børn, unge og ældre, der følger med, og når der sker noget i reden, dækker tvSyd det på tvsyd.dk og i nyhedsudsendelserne. For det er ikke bare pjat. Der er tale om et kæmpe naturgenopretningsprojekt gennemført af frivillige, som efter mange års indsats har fået storkene tilbage som ynglefugl i Danmark.

3.4. Strategi samt mål og målbare succesparametre

Forpligtelsen:

REGIONEN skal opstille en strategi for den femårige aftaleperiode, jf. bilag 1. Strategien kan evt. justeres i løbet af kontraktperioden efter aftale med Kulturministeriet, såfremt REGIONEN fremlægger en særlig begrundelse herfor.

I forlængelse af strategien skal REGIONEN årligt opstille mål og målbare succesparametre ift. at lægge vægt på tilknytningen til regionen og til regional alsidighed samt ift. produktion og kvalitet.

Mål og målbare succesparametre meddeles Kulturministeriet i forbindelse med indsendelsen af REGIONENS budget til kulturministeren og Folketinget.

I forbindelse med REGIONENS udarbejdelse af redegørelsen for, hvordan public service-forpligtelserne mv. er blevet opfyldt i det forudgående kalenderår, jf. afsnit 8, skal REGIONEN redegøre for opfyldelsen af den opstillede strategi i form af de opstillede mål og målbare succesparametre herunder for:

- 1) Resultaterne af de opstillede mål og målbare succesparametre.
- 2) Den kommende indsats ift. de opstillede mål og målbare succesparametre.

Redegørelse:

TV SYDs strategiske mål og opfyldelsen heraf, 2025

Nr.	Mål	Indsatser	Hvordan måler i?	Ansvar lig	Opfølgning
	Kvalitetsmål				
1.	Antallet af respondenter, der svarer ja til, at 'TV SYD er værd at bruge tid på' er stigende i 2025 i forhold til 2024	<p>Fokus på historievalg ud fra brugerbehov</p> <p>Tjekliste formuleret med udgangspunkt brugerundersøgelse</p> <p>Implementering af TV SYD model til dagsordensættende historier (timeglasmodel – eller hvad det bliver)</p> <p>Ansættelse af en brugerredaktør</p>	Kantar Media Image og kendskabsanalyse	JENY	<p>NÅET</p> <p>58 pct er enige i udsagnet i 2025. I 2024 var det 49 pct.</p>
2.	TV SYD har en stor satsning på Regions- og kommunalvalget i 2025. Målet er, at TV SYD er det lokale medie, som flest borgere i landsdelen bruger til at få dækket deres behov for regionale og lokale nyheder omhandlende regions- og kommunalvalg i 2025.	<p>Valgdebatter</p> <p>Valgafsten</p> <p>Journalistik fra valgkampen og dagen derpå</p>	Kantar Media Image og Kendskabsanalyse	JENY	<p>NÅET</p> <p>36 pct af borgerne angiver, at de fik nyheder om valgene fra tvSyd, mens 24 pct angiver JydskeVestkysten.</p>
3.	Seerne skal i 2025 opfatte tvsyd.dk mere positivt end i 2024	Ny strategi	Image og kendskabsanalyse fra Kantar Media	RIBA	<p>NÅET</p> <p>24 pct er positive mod</p>

		<p>Øget fokus på tvsyd.dk</p> <p>Øget indsats vedr. breaking</p> <p>Masterclasses</p>			<p>19 pct i 2024. 47 pct er overvejende positive mod 52 pct i 2024.</p>
4.	<p>TV SYD skal i løbet af 2025 publicere mindst 25 stykker indhold på TV2 Play, som opnår over 30.000 visninger.</p>	<p>Dialog med TV 2 Play om indhold, der forbruges</p> <p>Aftaler med TV2 Play om placering i hero og på forsiden</p> <p>Kompetenceudvikling af medarbejdere med henblik på produktion til streaming</p> <p>Etablering af programredaktion</p>	Forbrugstal fra TV 2 Play	CASE	<p>IKKE NÅET</p> <p>Årsagen er, at tvSyd og de andre TV2 Regioners indhold kun er kommet ud til 2/3 af abonnenterne på TV2 Play. Dette skyldes, at TV2s aftale med Copydan ikke tillader, at indholdet kommer ud til abonnenter, der har købt abonnementet hos en 3. part.</p> <p>tvSyd nåede 30.000 visninger på 20 stykker indhold, hvilket er tilfredsstillende med ovenstående in mente.</p>
5.	<p>Mindst to weekendprogrammer skal opnå vurdering på 4,0 på skala fra 1-5 blandt de 26-49-årige, der kender</p>	<p>Henvisninger til mere indhold på tvsyd.dk</p> <p>Programrelateret indhold på andre platforme</p>	Årlig undersøgelse fra Kantar Media	CASE	<p>IKKE NÅET</p> <p>I modsætning til tidligere år har programmerne i højere grad</p>

	programmerne lidt eller godt	<p>Fokus på programrelateret indhold i købs- og produktionsfase</p> <p>Markedsføring på egne og eksterne platforme</p>			<p>ramt målgruppen 'Børnefamilier med børn i alderen 12-18 år' Her har især serien om højtbegavede børn fået en god modtagelse med en karakter på 4,1.</p> <p>Blandt de 26-49-årige har serierne 'Billund Airport' og 'Kunsten at leve med døden' fået højst karakter, nemlig 3,9 og 3,92.</p>
6.	TV SYD vil i 2025 øge antallet af loyale brugere på tvsyd.dk.	<p>Ny strategi: De rigtige historier på de rigtige tidspunkter</p> <p>Bedre overvågning</p> <p>Publiceringsplaner</p> <p>Mere breaking</p>	Opgøres pba FROP-data	RIBA	<p>NÅET</p> <p>2024: 14.434</p> <p>2025: 36.955</p>
7.	<p>I 2025 vil vi på TV SYD fortsat arbejde strategisk med tvsyd.dk.</p> <p>Målet er, at medianen for sidevisninger, som er</p> <p>2024 er 5.000, stiger i 2025.</p>	<p>Ny organisering med nyhedsredaktører og forsideansvarlige.</p> <p>Arbejde systematisk med rubrikker med udgangspunkt i brugerbehov.</p>	Opgøres pba FROP-data	RIBA	<p>NÅET</p> <p>Medianen = den midterste værdi i datasættet 'sidevisninger'. Når man hæver medianen, hæver man bundniveauet.</p> <p>Median 2024: 5.436</p>

					Media 2025: 9.388
8.	TV SYD har fået nyt logo og nye farver i 2025. Målet er, at brugerne skal finde TV SYD mere tidssvarende.	Ny visuel identitet Nyt studie Masterclasses i formidling på alle platforme Tilstedeværelse på TikTok	Kantar Media analyse	MANA	NÅET Det gør 24 pct af brugerne, mens kun 15 pct er uenige i udsagnet. Resten er neutrale eller ved ikke. Det er særligt de yngre, der finder logo og farver mere tidssvarende.
9.	TV SYD øger produktionen af nyheder til tvsyd.dk i 2025. Med denne ændring har vi et mål om, at borgerne i landsdelen i højere grad opsøger tvsyd.dk, fordi de forventer, at TV SYD er der, når der sker noget.	Implementering af breakeing manual Systematisk overvågning Masterclass i overvågning	Årlig undersøgelse fra Kantar Media		NÅET 37 procent af har tvSyd som sit primære lokale nyhedsmedie. 33 pct nævner jy.dk og hhv 18 og 12 pct svarer P4 Syd og P4 Trekanten.
10.	TV SYD har en vigtig rolle i at bringe historier og nyheder fra Syd- og Sønderjylland frem i lyset og skabe dagsorden. I 2025 vil vi producere 40 historier, der med koordineret fokus og udkomme på platforme sætter en journalistisk dagsorden	Implementering af TV SYD timeglasmodel til ideudvikling og prioritering af historier Øget fokus på egne historier, bl.a. fra kommunereportere Masterclasses	Manuel optælling.	JENY	NÅET Der har været i gennemsnit fem dagsorden sættende historier om måneden.

11.	<p>TV SYD vil i 2025 øge produktionen af videoer til tvsyd.dk. Målet er, at medianen for unikke brugere pr. video er 5.000</p>	<p>Udvikling af nye koncepter for video til nettet</p> <p>Ny strategi med krav om flere levende billeder på tvsyd.dk</p> <p>Ny organisering af arbejde med fokus på tvsyd.dk</p>	FROP	RIBA	<p>IKKE NÅET</p> <p>Median</p> <p>2024: 3.829</p> <p>2025:4.470</p> <p>Målet var lidt for ambitiøst. Fokus på video og levende billeder fortsætter i 2026, hvor der ansættes en ledende fotograf der skal hjælpe med at nå målet.</p>
	Produktionsmål				
12.	<p>TV SYD har en målsætning om at skabe landsdækkende fokus på landsdelens forhold. Dette sker via samarbejdet med TV2. I 2025 har vi en ambition om, at det fører til 200 TV SYD-historier på TV2.dk.</p>	<p>Styrket journalistik</p> <p>Styrket samarbejde mellem TV2 og TV SYD</p>	Manuel optælling af data fra TV2-mails	JENY	<p>NÅET</p> <p>Tallet er 383.</p>
13.	<p>A: TV SYD vil i 2025 producere og udgive mindst 100 videoer på TIK TOK</p> <p>B: TV SYDs mål er at have 20.000 følgere ultimo 2025</p>	<p>Produktion målrettet TikTok</p> <p>Ansættelse af TikTok vært(er)</p> <p>Fokus på TikTok</p> <p>Viden om TikTok i huset</p> <p>Ansættelse af TikTok-værter</p>	<p>Opgøres pba TikTok-data</p> <p>Opgøres pga TikTok-data</p>	<p>MANA</p> <p>MANA</p>	<p>NÅET</p> <p>NÅET</p>

14.	Instagram: Antallet af visninger på hovedparten af vores opslag skal være størst i målgruppen 18-34 år	Kuratering af de rigtige historier Følge med i formidlingsteknik Synergi ifm produktion til Tiktok	Opgøres pba data fra Instagram	MANA	NÅET
15.	Det er vigtigt, at vores kvalitetsindhold fra programredaktionen bliver forbrugt bredt. I 2025 har vi derfor en ambition om, at indhold fra alle vores programserier skal føres ind på en eller flere af vores øvrige platforme.	Etablering af en programredaktion med ansvar for at levere programrelateret indhold til øvrige platforme.	Line sikrer løbende afrapportering om dette	CASE (BEBX)	NÅET Gennem systematisk arbejde og opfølgning er dette mål indfriet på alle programserier.
16.	Vores rating på 19.30-udsendelsen skal i 2025 være på 50.000 seere i gennemsnit.	Udvikling af 1930 Nyt studie Bedre journalistik vha ny strategi	Seertal fra AC Nielsen	JENY	IKKE NÅET tvSyd opnåede 47.000 seere i gennemsnit. Det er indenfor gennemsnittet af fald i flow-sening, og målet for 2026 er derfor sat ned.
	Regional tilknytning				
17.	TV SYD vil udkomme med indhold til hele regionen. Vi vil i 2025 have en jævn geografisk dækning.	Opgørelse hvert kvartal så udviklingen følges Kommuneansvarlig på hver kommune KV25	Nålekort/studentemedhjælper	JENY	NÅET Se tabel herunder.

18.	Vi vil i 2025 producere 50 programmer/indslag/artikler vedr. det dansk-tyske grænseland.	Opgørelse hvert kvartal så udviklingen følges Udvalgt reporter får særligt ansvar for journalistik om grænselandet	Nålekort + manuel optælling	JENY	NÅET Der er produceret 6 programmer, 119 artikler og 15 indslag = 140 elementer om det dansk-tyske grænseland.
19.	TV SYD etablerer i 2025 SPØRG OS koncept, hvor brugere i hele regionen kan stille spørgsmål, som de ønsker, TV SYD skal finde svar på. Efter journalistisk vurdering sættes 3 spørgsmål til afstemning og det spørgsmål med flest stemmer udmøntes journalistisk historie. Målet er at kendskabet blandt dem, der i forvejen bruger TV SYD, til Spørg Os er 10 pct ved udgangen af 2025	Ansættelse af brugerredaktør Eablering af koncept og tekniske systemer Markedsføring af produktet	Kantar Media Image og kendskabsanalyse		NÅET Andelen der kender Spørg Os er 16 procent
	Diversitet og målgrupper				
20.	TV SYD vil i 2025 have et fokus på diversiteten i kildevalget særligt med fokus på alder og køn, når det er muligt	Tjeklistens kriterium om målretning af det meste indhold til 26-49-årige SoMe-strategien Kommunereportere får til opgave at tænke diversitet i kildevalg	Optælling af kilder i uge 9 og 39 (moderatorer)	RIBA	NÅET Optællingen skal primært sikre fokus på diversiteten, og den blev understøttet af et stort redaktørfokus på diversitet med særligt

		Større mangfoldighed af ekspertkilder			fokus på alder og køn.
	Personalemål				
21.	Det er et mål i TV SYDs nye strategi, at arbejdsglæden skal øges.	<p>Større indflydelse på eget arbejde</p> <p>Alle journalister er ansvarlig for overvågning af en kommune, som man kan komme dybere ned i</p> <p>Programredaktion laver selv programrelateret indhold</p> <p>Større fællesskab om at udkomme med bedre journalistik</p> <p>Feed back</p>	MTU i januar 2026	BEBX	<p>IKKE MÅLBAR</p> <p>Det blev i 2025 besluttet at entre med et nyt koncept for trivselsmålinger. Den måling, der ligger for 2025 er derfor en 0-punktsmåling.</p>
22.	Antallet af sygedage skal harmonere med landsgennemsnittet	<p>Opfølgningssamtaler med de sygemeldte tidligere end i dag</p> <p>Sygeforsikring til alle fastansatte og tilbud om tilkøb til freelancere</p> <p>Årligt tilbud om influenzavaccine</p>	Opgøres i årsrapporten	ALOH	<p>IKKE MÅLBAR</p> <p>De nationale sygefraværstal er to år gamle, og det står efter en analyse af udviklingen i sygefravær generelt klart, at der sker store forandringer på to år,</p>

		Sygemeldingspolitik			hvorfor det ikke giver mening at sammenligne med to år gamle tal. tvSyd har stort fokus på sygefravær og de nævnte indsatser er gennemført. I 2025 var det gennemsnitlige sygefravær på tvSyd 3,99 procent.
	Tekniske mål				
23.	Digitalisering af arkivet Målet er, at 40 pct af TV SYDs båndarkiv er arkiveret ved udgangen af 2025	Vagtsætning til opgaven	Opgøres ved årets slutning	MANA	NÅET

Som det fremgår, har tvSyd nået 17 af sine fastsatte mål. Fire mål er ikke nået, og der er i skemaets spalte til højre redegjort for hvorfor, samt beskrevet den fremadrettede indsats i forhold til målet. To mål har ikke været målbare.

3.5. Dansk kunst og kultur

Forpligtelsen:

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

Redegørelse:

Det rige kulturliv i Syd- og Sønderjylland blev som vanligt dækket intensivt i 2025, særligt i nyhederne. Tønder Festival, Jelling Festival, programserier som Ser du humoren, Daniel og serien om Ringriderne er eksempler på dækning af syd- og sønderjysk kulturliv. Samarbejdet med TV2 om dækning af de tre klubber i dækningsområdet, som for tiden spiller i Superligaen, fortsatte i 2025 og gav anledning til mange fortællinger om fankultur og klubbernes betydning for de tre byer, Vejle, Fredericia og Haderslev.

2025 bød på DGIs Landsstævne i Vejle. tvSyd dækkede intensivt, både selve de sportslige præstationer og de folkelige initiativer for frivillige og deltagere. Foreningslivet har stor betydning for borgerne i tvSyds landsdel.

Royal Run i Horsens og Ribe var store kulturelle begivenheder i 2025. tvSyd dækkede sammen med TV2 og satte hen over året endnu engang fokus på motion og fællesskab sammen med kongen.

På TV SYD+ er der i 2025 sendt kulturindhold i 70,05 timer.

3.6. Indkøb af programmer og samarbejde med producenter

Forpligtelsen:

De programmer, der ikke er nyheds- og aktualitetsprogrammer, jf. pkt. 3,1, skal så vidt muligt for mindst en tredjedels vedkommende tilvejebringes ved køb hos øvrige producenter.

Andre regionale TV 2-virksomheder betragtes ikke som øvrige producenter i denne sammenhæng.

De nuværende aktiviteter ift. at fremme dialogen og samarbejdet mellem de uafhængige producenter og REGIONEN videreføres.

Vejledning:

Radio- og tv-nævnet definerer øvrige programmer og tjenester som programmer og tjenester, der ikke består af nyhedsprogrammer inklusive trafik, vejr og sport samt ikke udgør bulletiner, magasiner, kommenterede begivenheder eller dokumentarer, som omhandler samfundsmæssig information. Eksempler på øvrige programmer og tjenester kan være indhold om fritid, hobby og livsstil.

Bemærk at programkategorien til kontraktens punkt "3.6. Indkøb af programmer og samarbejde med producenter" (ikke er nyheds- og aktualitetsprogrammer) adskiller sig fra den af kontraktens punkt "3.11 Europæiske programmer" (ikke består af nyheder, sportsbegivenheder, konkurrencer og tekst-tv).

Danmark bygger på ordnede forhold på arbejdsmarkedet. Når tvSyd 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. Der skal redegøres for, hvordan tvSyd sikrer dette.

Redegørelse:

tvSyd tilvejebragte i 2025 ved køb hos eksterne producenter **53,35 procent** af de programmer, der ikke var nyheds- og aktualitetsprogrammer. Kravet om ekstern produktion anses dermed for at være opfyldt.

Af programserier blev indkøbt:

Billund Airport

8 episoder – LAWA Film, Horsens

Hotel Dagmar 2

6 episoder - O+S, Esbjerg

Ser du humoren, Daniel?

5 episoder - Respirator

Gry og Spøgelsestoget

4 episoder – Story Park Media

Vi er de højtbegavede

4 episoder – Heidi Godskesen Rasmussen

Æ spritte

3 episoder – Tobias Lindhardt

Rockenroll hotdogs og Congobajere

1 episode – O+S, Esbjerg

Trædesten – på kanten af livet

1 episode – O+S, Esbjerg

Ringriderne

4 episoder – Bossanova Film

Min farmor vil være fri

1 episode – Anna Schiøler Mortensen

Jordemoder mellem liv og død

6 episoder – Hansen og Pedersen

Politieleverne

10 episoder – Wasabi Film

Det er en væsentlig del af tvSyds strategi om at nå børnefamilier, kvinder over 50 år og unge, at man sender programformater, som ikke er nyhedsprogrammer, i 19.30-vinduet i weekenden. En del af disse købes hos eksterne producenter.

I 2025 blev Producenternes Dag afviklet den 12. marts, hvor ca. 12 producenter deltog. tvSyd kommunikerede sin nye strategi samt forventningerne til årets indkøb, hvorefter producenterne kunne indsende en one-pager pr. ide, de ønskede at pitche. tvSyd modtog 33 ideer fra 12 producenter. Alle 12 producenter blev herefter inviteret til separate pitchmøder, hvor 13 ideer blev foldet ud. Til slut blev der før sommerferien indgået aftale om køb af syv programserier, der vil blive udgivet i 2026.

Tilbagemeldingerne fra producenterne om samarbejdet med tvSyd bliver rost fra alle sider. Der er stor interesse for at levere programmer, ligesom der er stor forståelse for tvSyds ønsker og behov.

Ordrede forhold

tvSyd har sammen med de øvrige TV2 Regioner overenskomster med Dansk Journalistforbund, HK, Dansk Metal og 3f, 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 tredjemand (jf. vilkår i aftalens protokollat 5).

TV2 Regionerne har i forbindelse med fornyelsen af overenskomsten med Dansk Journalistforbund i 2025 indgået en decideret freelanceaftale, som sikrer honorering, når freelancernes frembragte materiale videreudnyttes. Det sker i form af et tillæg til timelønnen og en årlig rundsum til Ophavsrets-fonden i Dansk Journalistforbund.

Ved indkøb af entreprisproduktioner hos eksterne, uafhængige producenter udformes der altid en kontrakt med et afsnit om rettigheder, der sikrer, at tvSyd overholder ophavsretsloven, og at producenten bevarer for erhvervede rettigheder og producentrettigheder en ret til vederlag via Copydan iht ophavsretslovens §§ 13, 17, 35 og 50 stk.2. Derudover lægger tvSyd ved køb vægt på, at de uafhængige producenter overholder dansk lov, herunder arbejdsmiljøloven og reglerne for god presseskik.

tvSyd har derudover – også sammen med de øvrige TV2 Regioner – aftaler med Koda, Gramex og MPO vedr. musikrettigheder.

3.7. Samarbejdet med de øvrige regionale TV 2-virksomheder

Forpligtelsen:

REGIONEN skal samarbejde med tilstødende regionale TV 2-virksomheder om at dække de grænseområder, der er etableret med kommunalreformen og folketingsvalgkredsinddelingen den 1. januar 2007. Samarbejdet kan bestå i udveksling af indslag, oplysninger mv., der ud fra en helhedsbetragtning er relevante at udsende i det pågældende dækningsområde.

Vejledning:

Hvad gøres konkret for at sikre, at befolkningen i disse områder sikres al relevant information? Samsending, udveksling af programmer og indslag m.v. Omfanget af samarbejdet – f.eks. antal udvekslede indslag/programmer el.lign.

Redegørelse:

tvSyd har et konstruktivt samarbejde med naboregionerne for at sikre, at uanset hvilket regionalt mediehus man følger, vil alle de indslag, der er produceret fra ens by, blive vist. Det sker ved en systematisk udveksling af indslag med TV2 Østjylland, TV2 Fyn og TV MidtVest.

I 2025 udvekslede TV SYD 64 tv-indslag med de tre regioner fordelt således:

- TV 2 Fyn: 10 indslag
- TV MidtVest: 17 indslag
- TV 2 Østjylland: 37 indslag

TV 2 Østjylland og tvSyd samarbejder især om dækningen af Horsens kommune, TV MidtVest og tvSyd samarbejder om dækningen af Nørre Snede i Ikast/Brande kommune og Region Midtjylland, og TV 2 Fyn og tvSyd samarbejder om dækningen af Lillebæltskommunerne (Middelfart og Fredericia) og ikke mindst dækningen af Region Syddanmark.

Derudover sender TV SYD+ dagligt TV 2 Østjyllands 19.30-udsendelse, hvilket er en forpligtelse i Public Service Kontrakten, ligesom seerne i formiddagstimerne på TV SYD+ kan se 19.30-udsendelser fra tvSyd, TV 2 Østjylland, TV 2 Fyn og TV MidtVest. Dette sker for at sikre, at befolkningen i disse områder får tilbudt al relevant information.

TV 2 Regionerne har 52 igangværende samarbejder, der involverer to eller flere regioner og nogle gange TV2. Samarbejderne er organiske og indgås så snart, det giver mening. Det kan være om udveksling af færdigproduceret indhold, råbånd og artikler, om tekniske indkøb, om juridisk bistand, efteruddannelse af medarbejdere og ledere, konferencer, erfagrupper på tværs af fagligheder etc. Derudover deles en lang række administrative og teknologiske samarbejder. Vagtplansystem, økonomisystem, afviklingssystemer til 24-timerskanalerne og ikke mindst FROP – den fællesregionale onlineplatform, hvor der er fire fælles ansatte til at udvikle og drifte hjemmesider, videoplatform og apps.

TV 2 og TV 2 Regionerne samarbejdede som vanligt om fælles dækning af Folketingets åbning i oktober.

Samarbejde med TV 2 DANMARK

Strategisk er samarbejdet med TV 2 vigtigt for tvSyd. Både for at få landsdelens vigtige historier på nationalt tv eller Danmarks største nyhedssite. Og for at få adgang til at distribuere tvSyds indhold til en større målgruppe, så flere kan få glæde af mediehusets public-service indhold. Udvekslingen sker på baggrund af en nyhedscenteraftale, som blev indgået mellem TV 2 NYHEDERNE og tvSyd i 2019. I 2025 leverede tvSyd materiale til 137 indslag på TV 2. Derudover leverede tvSyd 383 artikler til tv2.dk's forside.

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

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

Siden 2017 har der været en aftale om udnyttelse af regionale programmer på TV 2 PLAY. Oprindeligt omfattede samarbejdet kun programmerne fra de regionale vinduer på hovedkanalen, men i foråret 2022 blev der etableret et forsøg, hvor samarbejdet blev udvidet til også at omfatte programmer fra TV 2 Regionernes 24 timers kanaler. I 2024 blev der indgået en aftale mellem TV2 og Copydan, så TV2 betaler for rettighederne til at have programmerne liggende. Det var en årelang forhandling, der førte til aftalen, og der er nu betalt for rettighederne også i 2025.

Samarbejdet med TV2 Play er sådan, at tvSyd udvælger hvilke regionale programmer, der kan lægges på TV 2 PLAY, og som rettighedsmæssigt kan videreoverdrages. Det er TV 2, der beslutter, hvilke af de udvalgte programmer, der bliver tilgængeliggjort på TV 2 PLAY. tvSyds programmer integreres i programudbuddet på TV 2 PLAY på samme måde som andet indhold. Desuden udkommer alt tvSyds tv-indhold selvfølgelig også på tvsyd.dk/play, som er uden login og betaling.

Både tvSyd og TV 2 Danmark ser aftalen som en naturlig forlængelse af det samarbejde, der er på de øvrige platforme. Det er naturligt at finde tvSyds programmer på TV 2's streamingtjeneste, og aftalen giver derudover mulighed for, at tvSyds indhold præsenteres for et større publikum. TV 2 har som et led i samarbejdet forpligtet sig til at dele sin viden om kuratering og performance med tvSyd.

Endelig har tvSyd og TV2 i 2025 samarbejdet om udveksling af en FTP-elev, som kom til tvSyd fra TV2 i tre måneder i forbindelse med kommunalvalget.

3.8. Beskyttelse af børn

Forpligtelsen:

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

Redegørelse:

tvSyds ledelse og de daglige nyhedsredaktører er bevidste om, at mindreårige er særligt sårbare, når det gælder nyhedsindslag eller længere programmer, som kan skade eller påvirke deres udvikling uheldigt. Det gælder fysisk, moralsk og mentalt. Det kan handle om indhold, som har stærk seksuel eller voldelig

karakter, ligesom det kan være videomateriale, som kan udløse voldsomme følelser som synet af dyr, der lider eller er døde på brutal vis.

Såfremt nyhedsdagsordenen indeholder stof af den karakter, reserveres det så vidt muligt til den sene udsendelse kl. 21.20, hvor der forventeligt ikke sidder børn alene foran skærmen. Hvis indholdet alligevel af hensyn til relevans her og nu bringes i tidligere udsendelser, hvor børn formodes at være seere, advarer studieværten forud for indslaget eller programmet om, at ubehagelige scener særligt for børn kan forekomme.

Redaktionen tager tilsvarende hensyn, når det angår billedmateriale, som lægges på tvsyd.dk.

I overensstemmelse med de vejledende regler for god presseskik tages særligt hensyn til børn, når de medvirker eller optræder i indslag. Der indhentes altid tilladelse fra forældre inden offentliggørelsen af et interview eller lignende med børn.

Når børn medvirker i længere programserier, er der en omfattende dialog med både børn og forældre, hvorefter der indgås en medvirkende-kontrakt, som detaljeret beskriver, hvad børnene skal medvirke i.

Direktivet om aldersmærkning af programmer er implementeret, således det fremgår, hvilken aldersmærkning et program – der ikke er omfattet af undtagelseslisten – er forsynet med.

3.9. Betjening af handicappede

Forpligtelsen:

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

REGIONEN skal endvidere over kontraktperioden styrke handicappedes adgang til public service-tilbuddene ved at udnytte nye teknologier på web og mobil og ved generelt at lave forsøg med ny teknologi, der giver bedre tilgængelighed for handicappede.

De regionale TV 2-virksomheder nedsætter i fællesskab en regional arbejdsgruppe. Arbejdsgruppen skal afsøge mulighederne for yderligere tekstning på de regionale tv-kanaler og arbejde på at finde velegnede automatiserede "tale-til-tekst"-løsninger til brug herfor. En repræsentant fra DH (Danske Handicaporganisationer) skal indgå i den nedsatte regionale arbejdsgruppe.

Den regionale arbejdsgruppe skal i 2020 afgive en statusrapport til Kulturministeriet, hvori arbejdsgruppens resultater fremlægges, herunder anbefalinger til udbredelsen af tekstning på de regionale tv-kanaler mhp. eventuel justering af public service-kontrakterne fsva. betjeningen af handicappede.

Når en automatiseret tekstning af de regionale tv-kanaler bliver mulig, skal REGIONEN tekste mindst fire timer dagligt. Tekstning af hovednyhedsudsendelsen indgår ikke i opgørelsen af de fire timer daglig tekstning.

Redegørelse:

Gennem hele 2025 har tvSyd tekstet hovedudsendelsen kl.19.30 alle ugens dage.

Det foregår med en tale-til-tekst løsning, hvor programlyden aflyttes, omformuleres og genfortælles live af en respeaker. Det respeakede lydspor oversættes til tekst via et talegenkendelsessystem. Denne tekst udsendes på tvSyds tekst-tv side 399 som undertekster.

Alle videoer, der er produceret til tvsyd.dk, Instagram og Facebook, er tekstede, ligesom der på alle artikler er mulighed for at slå en højt-læsningsfunktion til, så læsesvage og blinde kan få værdi af artiklerne. Det er en måde at anvende den nye teknologi til at gøre tvSyds indhold tilgængeligt for alle. Også videoer på YouTube forsynes med undertekster.

tvSyd har hvert år mange gæster på besøg, hvoraf nogle kan have særlige behov. Gæstekantinen, der indgår i besøgsarrangementer, er derfor indrettet med både teleslynge-anlæg og med adgang for kørestole.

I TV 2 Regionernes public-service kontrakt er det et krav, at der skulle nedsættes en fælles arbejdsgruppe sammen med en repræsentant fra Danske Handicaporganisationer. Arbejdsgruppen skulle udarbejde en statusrapport om automatiseret tekstning af de regionale TV-udsendelser. Statusrapporten skulle indeholde anbefalinger omkring anvendelsen af automatiseret tekstning på de regionale kanaler, og rapporten skulle afleveres inden udgangen af 2020.

Arbejdsgruppen bestod af medarbejdere fra TV MidtVest, TV 2 Øst, TV 2 Bornholm samt Leon Carlsen, næstformand i Høreforeningen (udpeget af Danske Handicaporganisationer).

Statusrapporten blev afleveret i december 2020.

Konklusionen var, at automatiseret tekstning endnu ikke har et kvalitetsniveau, hvor det kan anbefales at anvende det.

Kulturministeriet har kvitteret for modtagelsen og har taget rapporten til efterretning. Det er fremad pålagt TV 2 Regionerne at overvåge udviklingen og vende tilbage med en tidsplan, hvor der kan forventes en højere kvalitet af den automatiserede tekstning. Dette arbejde pågår, og status er, at flere regioner i 2025 overgik til automatiseret tekstning baseret på kunstig intelligens. tvSyd er i gang med samme øvelse og forventer en automatiseret løsning senest ved udgangen af 2026.

3.10. Dansk sprog

Forpligtelsen:

REGIONEN skal lægge særlig vægt på dansk sprog og aktivt medvirke til at bevare og udvikle det danske sprog, herunder forskellige dialekter, så borgerne oplever et korrekt og forståeligt dansk i REGIONENS programvirksomhed.

Redegørelse:

tvSyd tager sin forpligtelse til at medvirke aktivt til at bevare og udvikle det danske sprog endog meget alvorligt, og alt hvad der udgives, bliver gennemlæst af en sprogligt stærk kollega, primært en redaktør, inden udgivelse. Mediehuset havde også i 2025 et korps af frivillige sprogrøgttere tilknyttet, som læser korrektur på tvsyd.dk og gør opmærksom på fejl.

I en travl hverdag kan det ikke undgås, at der sker fejl, så det vigtigste er at rette dem hurtigst muligt. Ofte sker det efter henvendelse fra brugerne, nogle gange i kommentarspor på sociale medier. I dag er dialogen på den måde vidtfavnende og meget værdifuld.

tvSyd har en stor kærlighed til dialekterne, både den sønderjyske, den vestjyske og den østjyske. Værter og speakere udvælges blandt andet på deres evne til at tale sproget, som det tales i sendeområdet. I forbindelse med valgene til kommunalbestyrelser og regionsråd havde tvSyd stor succes med at udgive en række satirevideoer med den sønderjyske 'borgmester Anders Køft', der stillede op til kommunalbestyrelsen i den fiktive by 'Plov'. Videoerne udkom på tvsyd.dk, Facebook og Instagram, og det var husets sønderjysk-talende vært, der gav liv til de værste fordomme om kommunalpolitik til stor glæde for brugerne.

Generelt understøtter tvSyd kildernes dialekter og opmuntrer dem til at tale, som de plejer, også når de er med i et indslag på tv eller online.

3.11. Europæiske programmer

Forpligtelsen:

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

Vejledning:

10 pct. af den sendetid i tv, der ikke består af nyheder, sportsbegivenheder, konkurrencer og tekst-tv, eller 10 pct. af programbudgettet, afsættes til europæiske programmer fra producenter, der er uafhængige af tv-foretagender. Opgørelsen kan ikke foretages på baggrund af *antallet* af programmer.

Bemærk at programkategorien til kontraktens punkt "3.11 Europæiske programmer" (ikke består af nyheder, sportsbegivenheder, konkurrencer og tekst-tv) adskiller sig fra den af kontraktens punkt "3.6. Indkøb af programmer og samarbejde med producenter" (ikke er nyheds- og aktualitetsprogrammer).

En passende andel skal forbeholdes programmer af ny dato, dvs. programmer, der udsendes senest 5 år efter deres produktion.

Redegørelse:

Den samlede sendetid på TV SYD+ - fraregnet nyheder, sport, sportsbegivenheder, quiz og konkurrencer - udgør i alt 445 timer. Heraf er 407 timer af nyere dato, dvs. produceret fra 2020 og frem. Dertil kommer livestreaming af storkene i reden i Smedager, som udgjorde 3.993 timer.

Af de 407 sendetimer produceret fra 2020 og frem er 238 timer produceret af uafhængige producenter. Det svarer til 53 procent.

Alle tvSyds programmer er europæiske programmer, både de egenproducerede og de indkøbte. Kravet vedrørende indkøb af programmer af uafhængige europæiske producenter er dermed opfyldt.

Kun 38 timer af de 445 sendetimer omfattet af dette punkt er ældre end fem år. Dermed er kravet om et passende antal programmer af nyere dato opfyldt.

4. Dialog med befolkningen

Forpligtelsen:

REGIONEN skal gennemføre dialog med befolkningen i regionen, herunder særligt med lytter- og seerorganisationerne, om sin public service-virksomhed. Denne dialog kan finde sted gennem repræsentantskabet, hvori lytter- og seerorganisationerne er repræsenterede.

Redegørelse:

tvSyds repræsentantskab udgøres af op mod 100 medlemmer, som alle repræsenterer en organisation, forening eller et politisk parti. Af de 100 pladser optages de 36 af Club Syd – tvSyds støtteforening. Desuden har lytter- og seerorganisationerne fast plads i repræsentantskabet. Det gælder både KLF og ARF.

I 2025 blev der jf. vedtægterne gennemført to repræsentantskabsmøder. Det første den 14. maj og det andet den 26. november. På maj-mødet blev repræsentantskabet præsenteret for en række vedtægtsændringer, som Fondsbestyrelsen havde udarbejdet og fået godkendt i Fondstilsynet. Vedtægtsændringerne havde været drøftet i repræsentantskabet i november 2024, så det har været en større proces. Vedtægtsændringerne var en modernisering i henhold til anbefalingerne om god

fondsledelse. Derudover blev repræsentantskabet præsenteret for to af tvSyds nye kommunereportere, ligesom brugerredaktøren var forbi med en tak til repræsentantskabet for dets hjælp til at få det nye koncept 'Spørg os' i luften.

På novembermødet var der tre store punkter på dagsordenen. For det første den rapport, som et udvalg udpeget af kulturministeren vedr. fremtidens TV2 Regioner, var på trapperne til at udgive, dernæst evaluering af tvSyds dækning af valgene til kommunalbestyrelser og regionsråd og endelig et oplæg fra to af tvSyds videospecialister om den transformation også fotograferne er i gang med i forbindelse med husets større fokus på digitale platforme.

tvSyds støtteforening, ClubSyd, var aktiv gennem hele året. Foreningens godt 10.500 medlemshusstande fik som altid nyhedsbreve et par gange om måneden med tilbud på arrangementer etc., og medlemsaktiviteterne var godt besøgt. Medlemsaktiviteterne lægger sig typisk op ad programserier fra tvSyd.

tvSyds støtteforening gennemførte disse medlemsaktiviteter i 2025:

Sønderjyderne og "Den Store Krig" – udstillingsrundvisning, som var koblet til støttet serie Oldefar i krig fra 2024

Med Gestapo i Hælene – dramatiseret rundvisning på Staldgården i Kolding

Rundvisning i Billund Lufthavn – i forbindelse med serie om lufthavnen

Fruer på Farten – udstillingsrundvisning Kulturhistorie Aabenraa

Rosenmageren i Bjerlev – udsendelsesrelateret sommer 2025

Virksomhedsbesøg Agile Automobile, Vamdrup

Fyrsternes kapel, rundvisning Sønderborg Slot

Virksomhedsbesøg Kartoffelmelsfabrikken AKD, Toftlund

Bustur med rundvisning i Folketinget af landspolitiker Annie Matthiesen og Gobelinerne

Vejen Garden, julekoncert (tidligere støttet serie om gardens færd mod et vm for bygarder)

Følgende programserier modtog støtte i 2025 – i alt kroner 500.000:

Et råb om håb, om Blå Kors sociale arbejde, sendes 2026

I september 2025 fyldte Club Syd 40 år, og i den anledning holdt tvSyd og Club Syd et fælles åbent hus, hvor borgerne blev inviteret til rundvisning, kaffe og kage og underholdning fra en scene. Datoen var den 20. september, solen skinnede, og der kom masser af mennesker for at deltage i den hyggelige event.

Endelig havde tvSyd som altid ugentligt rundvisninger med op mod 50 gæster hver gang og hen over året besøg af skoleklasser i alle aldre, højskoler, gymnasieelever og virksomheder, som gerne vil se, hvordan huset ser ud samt møde medarbejderne.

Den fysiske dialog er vigtig og bliver stadig vigtigere i en tid, hvor medieforbruget er flyvsk, og det ofte er svært at huske, hvor man så hvad. tvSyd har ambitionen om at markere sig som syd- og sønderjydernes foretrukne mediehus, som man kan regne med, og som leverer nært indhold og fysisk tilstedeværelse.

I erkendelse af at både repræsentantskab og støtteforening ikke er fuldstændig repræsentativt for alle de målgrupper, tvSyd henvender sig til, besluttede tvSyd i forbindelse med den nye strategi at oprette en brugerredaktion. I første omgang blev den bemandet af en redaktør og en journalist, som fik til opgave at udvikle Spørg Os-formatet, hvor brugerne kan foreslå historier, som alle brugere kan stemme om, og hvor tvSyd så laver journalistik på vinderspørgsmålet. Derudover skulle brugerredaktionen udvikle tvSyds nyhedsbrev, deltage i events, tale med kilder, der har medvirket i tvSyds udsendelser og lære af deres oplevelser og svare på brugernes spørgsmål om valg og andre store begivenheder.

Brugerredaktionen er en kæmpe succes. Indholdet derfra er efterspurgt og forbrugt, og der bliver stille og roligt skabt et community omkring den, som giver indsigter til hele tvSyd om brugernes adfærd, behov og ønsker til tvSyd. Næste skridt er et målrettet nyhedsbrev om Spørg Os og en udvidelse af redaktionen.

Endelig har tvSyd et væld af engagerede brugere på sociale medier. På Facebook debatteres dagens nyheder livligt, og tvSyd sikrer, at debatten foregår i en god tone gennem moderatorer, som dagligt følger kommentarsporene og blander sig, hvis noget stikker af. Moderationen virker. Brugere er blevet så gode, at de efterhånden har forstået, at man skal holde den gode tone, og at det ikke er censur, hvis tvSyd udfordrer en svinsk kommentar, men bare almindelig opdragelse. Moderatorerne er uddannet i at stå fast på, at kommentarsporet er tvSyds. Alle forskellige holdninger er til gengæld velkomne. Det skal være trygt for alle mennesker at færdes i tvSyds kommentarspor, ligesom husets kilder har krav på at få opbakning, når de har stillet sig frem og fortalt deres historie. Det er også moderatorernes opgave.

Facebook er ud over et debatforum også et redskab til at finde kilder, cases og gode historier, ligesom tvSyds seere og brugere er flittige til at sende tip til redaktionen. Det er tydeligt og har været det i nogle år, at den elektroniske kontakt bliver stadig vigtigere og nemmere at forholde sig til for seere og brugere, hvorfor tvSyd løbende prioriterer flere ressourcer til den elektroniske dialog.

Klager

tvSyd svarer alle klager fra seere og brugere hurtigst muligt. En del besvares af dagens redaktør, andre sendes videre til ledelsen. Det er vigtigt for tvSyd at erkende fejl og rette op på dem hurtigst muligt og i tilfælde af, at en klage afvises at forklare hvorfor. Med andre ord vægtes en positiv og konstruktiv dialog med borgerne.

Klagerne til tvSyd går på alle forhold, lige fra studieværternes hår til partiskhed. Det er hjerteblod for tvSyd, at troværdigheden er intakt, og derfor undersøges klagerne til bunds, inden der svares.

Alle klager tages med i den redaktionelle efterkritik og gør redaktionen klogere på, hvordan indholdet opleves af brugerne.

tvSyd har i 2025 ikke fået afgørelser fra Pressenævnet.

5. Tilgængeliggørelse af public service-indholdet

Overordnet forpligtelse:

REGIONEN skal stille sit public service-indhold til rådighed for befolkningen på følgende måder:

5.1. TV

5.1.1. Den regionale tv-kanal

Forpligtelsen:

REGIONEN udsender sine programmer "free-to-air" i regionen på den regionale tv-kanal, TV SYD+.

Redegørelse:

Sendetimer:

I 2025 var der 8.760 mulige sendetimer til rådighed, og tvSyds 24-timers kanal var on air 8.627,38 timer fordelt på programmer, programskilte, trailere og sponsorskilte.

Af økonomiske årsager er der begrænset nyproduktion til TV SYD+, som 24-timers-kanalen hedder, men til gengæld er den værdifuld i forbindelse med større satsninger.

TV SYD+ har selvfølgelig også samsending af tvSyds udsendelser i TV 2-vinduerne, så borgere, der ikke har adgang til TV 2, stadig kan se tvSyds udsendelser. Alle tvSyds programmer og nyhedsudsendelser vises på TV SYD+.

Langt de fleste udsendelsestimer bliver brugt på storkene, nyhedsskilte og nyhedsudsendelser og programmer fra tvSyd, TV MidtVest, TV 2 Østjylland og TV2 Fyn.

I 2025 fordelte sendetimerne på TV SYD+, tvSyds egen tv-kanal, sig således:

Førstegangvisninger	Genudsendelser	Sendetimer I alt
640,59	7.986,79	8.627,38

Førstegangsendelserne fordelte sig således mellem nyheds- og aktualitetsudsendelser og øvrige udsendelser:

Premiere nyheder/aktu	Premiere Øvrige	Premiere i alt
578,79	61,8	640,59

Egenproduktionen af udsendelser fordelt på nyheds- og aktualitetsudsendelser og øvrige udsendelser fordelte sig således:

Egenproduktion Nyheder/aktu	Egenproduktion Øvrige

3.011,25

201,76

5.1.2. "Vinduer" i TV 2-sendebladen

Forpligtelsen:

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

Vejledning:

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

Redegørelse:

I 2025 sendte tvSyd i alt 214 timer ekskl. reklamer på TV 2.



	Varighed Timer - afrundet
TV 2-vinduer	
Nyheder 17.15 (ma-fr)	11
Nyheder 18.20 (ma-sø)	24
Regionalprogram 19.30 (ma-sø)	133
Nyheder 22.00 (ma-to)	37
Ekstra ifm. Folketingets Åbning oktober 2024	20 min.
Ekstra ifm. Kommunalvalget november 2025	9
I alt	214 timer

Der sendes en sponsoreret, regional vejrudsigt som det allerførste i 19.30-udsendelsen og som det allersidste i de øvrige nyhedsudsendelser.

tvSyd har levet op til forpligtelsen til at udsende nyheds- og aktualitetsstof i de afsatte vinduer på TV 2. Dog er 19.30-udsendelsen lørdag og søndag forbeholdt andre public service-programmer omfattende kultur, oplysning og underholdning. Disse er beskrevet nærmere i kapitel 3.1. På ovenstående skema fremgår sendestruktur og omfanget af sendeminutter.

De udsendte nyhedsprogrammer bringes også på mediehusets 24-timers tv-kanal, TV SYD+. Det sker stort set simultant, idet tidsforskydningen højst må være en time.

Oplysning om seertal

I 2025 var der i gennemsnit 47.000 seere til 19.30-udsendelsen på flow-tv på TV 2.

Antal seere	Ratingprocent	Shareprocent
47.000	5,5	31

Seertallet er på et år faldet med 7.000 seere.

5.1.3. Internetbaserede tjenester og streaming

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

REGIONENS 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.

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

REGIONEN skal tilbyde public service-indhold på teknologineutralt grundlag og understøtte danskernes brug af internettet og digitale tjenester. REGIONEN skal således stille public service-indhold til rådighed digitalt og via internettet med henblik på modtagelse ved hjælp af forskelligt forbrugerrelevant modtageudstyr.

Herunder skal REGIONENS internetsted bl.a. indeholde nyheder, programrelateret information, seerservice og produktioner med billede, lyd og tekst. REGIONEN kan på internetstedet bringe tekstbaserede nyheder.

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

REGIONEN kan ikke oprette nye væsentlige internetbaserede tjenester i kontraktperioden end de ovenfor og i bilag 3 anførte, medmindre Radio- og tv-nævnet godkender iværksættelse af sådanne yderligere tjenester efter reglerne i bekendtgørelse om godkendelse af DR's og de regionale TV 2-virksomheders nye tjenester. Tilsvarende gælder væsentlige ændringer af eksisterende tjenester.

Redegørelse:

Som konsekvens af de vigende seertal på flow-tv er det tvSyds ambition at hente de tabte seere over på de digitale platforme. Bestræbelserne har stået på længe og blev yderligere intensiveret med den nye strategi lanceret januar 2025.

Strategien synliggør, at tvSyd er et medie, der primært leverer indhold i levende billeder. Men også at hastighed er et parameter, således at befolkningen på tvsyd.dk får det grundige indblik og det hurtige overblik.

Vigtigst er tvSyds app, hvor brugere både kan hente nyheder og programmer, og hvor der er adgang til alt indhold. Via app'en kan brugerne tilmelde sig pushbeskeder, så man ikke går glip af vigtige lokale nyheder. tvSyd har stor tilslutning til app'en, og får cirka en femtedel af de daglige sidevisninger fra den.

Tvsyd.dk er bemandedt fra kl. 6 til kl. 22, og det er altid muligt at udkomme med beredskabsmeddelelser fra myndighederne.

Streaming

Efter lukningen af TV Syd Play, som blev besluttet i 2024 og effektueret pr. 1.10.2025, har tvSyd arbejdet strategisk med at få husets programmer placeret så gunstigt som muligt på TV 2 Play. Og ikke mindst med at få tvSyds brugere gelejdet ind på www.tvsyd.dk/play og forbruge længere videoer der.

Det er lykkedes, især med serien 'Jordemoder mellem liv og død', som i øvrigt blev nomineret til en Robert i kategorien 'Bedste korte tv-serie'. De seks afsnit i jordemoderserien fra Sygehus Sønderjylland har haft 60.000 afspilninger på tvsyd.dk/play. Serien om Politieleverne har haft 21.000 afspilninger og kommunalvalgsdebatterne 17.000. Nu ligger alt tvSyds indhold i en og samme app, hvilket er en hjælp for brugerne, som ikke skal downloade og forholde sig til to apps.

Det er fortsat vigtigt for tvSyd at have egne platforme, som redaktionen har fuld kontrol over. Og hvor indholdet som udgangspunkt publiceres først. Men det bliver et stadigt stigende behov også at udkomme på andres platforme, idet mediebrugere nødtigt flytter sig mellem platforme, ligesom konkurrencen om mediebrugernes opmærksomhed stiger. Tilgængelighed, nem betjening og indhold der umiddelbart kan afkodes som relevant er helt afgørende for brugernes valg. I fordums tid var det public service-mediers ambition også at give brugerne og seerne noget, de ikke vidste, de ville have. Den øvelse er nærmest uladsiggørlig i dag. Brugere tilvælger simpelthen kun indhold, de kan være helt sikre på, at de gerne vil forbruge, og som har en helt konkret betydning for dem. Hvilket stiller krav til tvSyd om altid at have brugernes forbrugsmønster og opfattelse af relevans for øje i alle beslutninger. Samtidig er streaming ifølge DRs rapport Medieudviklingen 2025 stagneret. Og generelt bruger befolkningen mindre tid på at forbruge medieindhold. Denne udvikling er med til at understrege, at indholdet skal være tilgængeligt flere steder, så publikum støder på det der, hvor det er i forvejen. Derfor er det godt, at tvSyd har et tæt samarbejde med TV2 om at publicere udvalgte programmer og serier på TV2 Play. Det sker på baggrund af en aftale mellem TV2 og Copydan og selvfølgelig mellem TV2 og tvSyd.

Tabellen viser de ti mest afspillede programmer fra tvSyd på TV2 Play i 2025.

PROGRAM	SEERTAL
1. Politieleverne - 1 - 1 - Fra skole til praktik	57767
2. TV SYD: Pigen med bulen i panden - 2 - 1 - Et år med Molly	55001
3. Politieleverne - 1 - 2 - Klar til tjeneste	53178
4. TV SYD: Ser du humoren, Daniel? - 1 - 1 - Tragedie + tid = comedy?	49577
5. TV SYD: Billund Airport - 1 - 1 - Forsinkede passagerer	45976

6. TV SYD: Ser du humoren, Daniel? - 1 - 2 - Ubærligt, men sjovt	43373
7. TV SYD: Pigen med bulen i panden - 2 - 2 - Det forsvundne knoglestykke	42361
8. TV SYD: Billund Airport - 1 - 2 - Skuffede søstre	39629
9. TV SYD: Det' politiet - 1 - 1 - Fuld pedal og strandbøder	38087
11. Politieleverne - 1 - 3 - Første patrulje	37743

Det er selvfølgelig vigtigt at understrege, at ovenstående tabel udelukkende viser antallet af seere på TV2 Play. Til dette tal kommer antallet af seere på flowtv, hvor programmerne har været sendt i weekenden og gennemsnitligt har haft 30-40.000 seere og derudover seningen på tvsyd.dk/play.

Derudover har tvSyd eksperimenteret med at udgive nogle af serierne på YouTube. Her har Det' Politiet og Billund Airport især klaret sig godt med et højt antal afspilninger – første afsnit af Billund Airport har haft 103.000 afspilninger på YouTube - og ikke mindst et stort engagement fra brugerne. Så efterspørgslen på stærke programmer fra tvSyd er ikke faldet – de finder bare deres publikum andre steder.

App og nyhedsbrev

To lidt upåagtede distributionsformer i rivende udvikling er tvSyds app og tvSyds nyhedsbrev. Begge dele prioriteres højt, da det er egne platforme, som ikke er afhængig af algoritmer udviklet i USA eller Kina. Og begge distributionsformer modtages godt af brugerne.

Herunder er tallene for forbrug via app'en i 2024 og 2025.

	Dagligt gennemsnit	Dagligt gennemsnit
	2024 (kun nyhedsapp)	2025 (kun nyhedsapp)
Besøg	8,494	22,378
Besøgende	6,255	14,042
Visninger	32,290	91,669
Modtagere af push	11,622	27,358

Nyhedsbrevet er også i fremgang, og 96 procent af dem, der kender nyhedsbrevet, synes det er godt, viser den årlige image- og kendskabsanalyse.

Forbrug af og produktion til sociale medier

Facebook er fortsat en kanal, hvor tvSyds traditionelle brugere er meget aktive. Desværre er det slet ikke en kanal, hvor et mediehus kan præsentere indhold for nye målgrupper, da platformen i høj grad tiltaler folk, der er over midtvejs i livet. Derfor besluttede tvSyd i efteråret 2024 at gøre Facebook til en artikeldelingskanal, og der bliver ikke længere produceret indhold målrettet til Facebook.

Til gengæld er tvSyd aktiv på Instagram, TikTok og Youtube – altid med indhold, der også produceres til egne platforme.

På sociale medier er forbruget af tvSyd generelt steget:

Facebook afspilninger	2024	2025	Ændring i procent
3 sek. visninger	9.590.090	24.827.981	158,9
60 sek. visninger	1.520.259	2.786.883	83,3

Instagram	2024	2025	Ændring i procent
Totale afspilninger	2.723.594	7.883.599	189

TikTok	2024	2025	Ændring i procent
Opslag	N/A	336	
Følgere	6.708	20.121	+200
Antal videovisninger		+25.000.000	

Tilstedeværelsen på TikTok har vist sig at være en god prioritering i forhold til at nå de unge. Det er i øvrigt interessant at konstatere, at debatten og kommentarsporet på TikTok generelt er mere ordentlig og mindre aggressiv end på Facebook – hvor de ældre mennesker er.

Distribution af indhold er i disse år et afgørende indsatsområde, som kræver en del kærlighed, vedligehold, indsigt og erfaring for at lykkes. Det er ikke længere muligt at samle familierne foran tv-skærmene, hvad enten det gøres med flow tv eller streamingindhold. Det er helt nødvendigt at bruge alle revner og sprækker til at få sit indhold ud, hvis man som regionalt mediehus ønsker at gøre en forskel for borgerne. Folk opsøger ikke længere indholdet selv.

Det er dog stadig en vigtig prioritering at satse langt hovedparten af kræfterne på egne platforme, dvs. tvSyds vinduer på TV 2, TV SYD+, tvSyds app og tvsyd.dk.

Videoproduktion

Da tvSyd er et mediehus båret af levende billeder, arbejdede tvSyd i 2025 målrettet på at få mere video på web og sociale medier. Igen er det afgørende, at indholdet produceres til den platform, det skal sendes på. Og for husets fotografer er det en omvæltning at skulle producere til digitale platforme, som kræver helt anderledes greb end tv. Autenticitet og det perfekt uperfekte, et gribende hook og kort og præcis er kravene til digitale videoer. I løbet af året deltog alle husets fotografer derfor i en eller flere masterclasses om digital video, og appetitten på den udvikling er stor i huset.

Video er et afgørende redskab i formidlingen til især yngre målgrupper, selv om de fleste danskere ifølge Reuters News Report fortsat helst læser deres nyheder på websites. Den tendens er dog udpræget

sjældent internationalt set, så forventningen er, at video tager over som den foretrukne metode til konsumering af nyheder. Det behov er tvSyd klar til at efterkomme.

Konkurrencesituationen har ændret sig fra at være en konkurrence om at være først med nyhederne til at være en konkurrence om folks tid. Det betyder, at et mediehus som tvSyd skal vinde over badminton, havearbejde og Netflix. For at lykkes med det, skal indholdet være 100 procent relevant. Til gengæld er kvalitetsmålet skiftet fra 'perfekt' til 'autentisk'. Især yngre målgrupper er vant til videoer, der med autenticitet vækker følelser og føles nærværende, hvor de mere opstillede tv-indslag kan føles distancerede.

Overblik over streamingforbrug

Forbruget af video fordelte sig sådan her:

Antal gennemsnitligt sete minutter dagligt:

	2023	2024	2025
VOD	17.235	15.478	24.050
Livestream	64.120	68.689	78.601

Gennemsnitligt
antal daglige
afspilninger

	2023	2024	2025
VOD	8.718	115.775	197.798
Livestream	907	487	656

VOD betyder video on demand, altså video som er optaget og produceret, mens livestream er en direkte udsendelse. Det kan være en særlig stream fra en begivenhed, eller det kan være TV SYD +, altså 24-timers kanalen, der bliver streamet live.

Det er glædeligt at konstatere, at forbruget af såvel livestream som video on demand er steget kraftigt fra 2024 til 2025, både når det handler om antal afspilninger og forbrugte minutter.

Årsagen til det store minutforbrug af livestream er som tidligere år en stor interesse for tvSyds direkte transmission fra storkereden i Smedager tæt på grænsen. Der er to webkameraer monteret på reden, de kører 24/7, og der er en temmelig stor skare, der følger med i årets gang i storkereden. Der er mange dramaer i løbet af sådan en storkesæson, og dramaerne formidles også på tvSyds nyhedsplatforme.

Websitet [tvsyd.dk](https://www.tvsyd.dk)

Brugerne af tvsyd.dk kvitterede i den grad for tvSyds nye strategi ved at komme i større antal og se flere historier.

Med næsten 70.000 daglige, unikke brugere i gennemsnit, har tvsyd.dk med afstand overhalet flow-tv som det sted, hvor flest borgere støder på indhold fra tvSyd. Derfor er det også en del af tvSyds strategi, at tvsyd.dk er den primære platform, og derfor arbejder redaktionen nu med historier, der altid udkommer på tvsyd.dk, og hvor de bedste og vigtigste efterfølgende udkommer på tv og sociale medier.

Det har også betydning, at tvSyd i 2025 publicerede 383 artikler på tv2.dk, hvor mange flere danskere får mulighed for at læse vigtige nyheder fra den sydlige del af Jylland. Af den årlige image- og kendskabsanalyse udarbejdet af Kantar Media for tvSyd fremgår det, at andelen af befolkningen i tvSyds dækningsområde, der støder på indhold fra tvSyd på tv2.dk, nu udgør 30 procent.

Der blev publiceret 6.040 artikler og videoartikler på tvsyd.dk i 2025. Tallet er faldet en smule i forhold til 2024, men faldet skyldes primært, at der nu i højere grad arbejdes med liveblogs, som indeholder mange enkeltstående enheder, herunder nyhedsopdateringer og video. Samtidig er redaktionen også blevet mere bevidst om kun at udgive indhold, der må forventes at have en umiddelbar relevans for mennesker i dækningsområdet.

Det er et fokus, der er kommet i forbindelse med strategien og har betydet, at meget generisk indhold fra fx Ritzau er sorteret fra, så tvsyd.dk fremstår langt mere relevant for syd- og sønderjyderne.

	2023	2024	2025	Ændring fra 24 til 25 i procent
Brugere (daglige unikke)	62.036	66.345	69.019	4 pct
Daglige sidevisninger tvsyd.dk	126.575	154.629	191.018	24 pct
Daglige sidevisninger app	Ikke opgjort	32.290	91.669	184 pct
Sidevisninger (TV2) – dagligt	55.970	63.199	81.826	29 pct
Sidevisninger (samlet) Dagligt	(ekskl. app) 182.545	(inkl app) 250.118	(inkl. app) 364.513	46 pct

Alt i alt stiger forbruget af tvSyds digitale produktion både på tvsyd.dk og tv2.dk, og bestræbelserne på at fastholde den udvikling fortsætter i 2026. Især udviklingen på app'en er værd at notere og forsøge at gøre endnu mere ved. Dertil kommer det fortsatte fokus på video på tvsyd.dk, som er tvSyds unikke sellingpoint, og som er afgørende vigtigt i fremtiden.

Åbne standarder

tvSyd bruger internettet og de internetbaserede tjenester til distribution af alt det indhold, huset laver til tv, ligesom der produceres indhold specifikt målrettet til de internetbaserede tjenester, dette er beskrevet i punkt 5.1.3.

Alt videoindhold stilles til rådighed via videoarkivet, hvor alle udsendelser kan streames.

tvSyd anvender åbne standarder i webformidlingen og tilstræber, at tvSyds internettilbud er tilgængeligt for flest mulige modtagere, uanset styresystem og browser.

5.2. Arkiver

Forpligtelsen:

REGIONEN skal medvirke til at gøre det muligt for Det Kongelige Bibliotek at give publikum adgang til, inden for rammerne af ophavsretslovgivningen, at se eller høre tidligere udsendte nyheds- og aktualitetsudsendelser.

REGIONEN skal af kulturarvmæssige hensyn bevare sine programarkiver.

REGIONEN skal fremme digitaliseringen af programarkiverne for bl.a. på denne måde at give borgerne adgang til sine programarkiver, dog med de begrænsninger der følger af lovgivningen mv., herunder ophavsretsloven.

REGIONEN skal aktivt arbejde for i videst muligt omfang at kunne gøre REGIONENS programarkiver tilgængelige for befolkningen og forskermiljøerne.

Redegørelse:

tvSyd arbejder på at få digitaliseret de gamle analoge bånd, så de bevares for eftertiden. Digitaliseringen gennemføres løbende af moderatorerne. Desværre går det langsomt fremad, da det er en krævende opgave at systematisere arkivet og overføre søgefunktioner fra analogt til digitalt. De ældste arkivers søgefunktion er en håndskrevet bog, som det stadig undersøges, hvordan skal digitaliseres.

Alle udsendelser og indslag produceret siden 2012 er dog umiddelbart søgbare på hjemmesiden.

Generelt er næsten alle tv-udsendelser siden mediehusets start i 1983 bevaret, og der ligger guld, som er af national interesse at fastholde for eftertiden. Fra oktober 1983 til maj 2003 blev udsendelserne arkiveret på analoge videobånd, fra maj 2003 til april 2012 på digitale videobånd, og fra april 2012 og frem i et digitalt mediearkiv-system. Dette digitale mediearkiv-system gemmer udsendelserne på databånd, hvoraf der tages en sikkerhedskopi.

Alle, der henvender sig med ønske om at få digitaliseret og tilgængeliggjort særlige programmer, der indtil videre kun findes på analoge bånd, får ønsket opfyldt, uanset om der er tale om borgere eller forskere.

6. Finansiering og ledelse

6.1. Hoved- og nøgletal

Tkr.	2025	2024	2023	2022	2021
Hovedtal					
Nettoomsætning	80.885	80.662	75.953	73.158	74.871
Bruttoresultat	57.591	54.502	51.151	49.693	51.590
Resultat før finansielle poster	524	-398	329	-520	1.010
Resultat af finansielle poster	-74	742	-177	-400	-1.074
Årets resultat	450	344	151	-920	-64
Balancesum					
Balancesum	54.195	54.859	57.641	54.517	56.655
Egenkapital	14.974	14.524	14.180	14.028	14.503
Nøgletal					
Bruttomargin	71,2%	67,6%	67,3%	67,9%	68,9%
Overskudsgrad	0,6%	-0,5%	0,4%	-0,7%	1,3%
Egenkapitalforretning	3,1%	2,4%	0,0%	-2,7%	0,7%
Soliditetsgrad	27,6%	26,5%	24,6%	25,7%	25,6%
Gennemsnitlig antal fuldtidsbeskæftigede					
Gennemsnitlig antal fuldtidsbeskæftigede	86	87	81	78	81

6.2. Bestyrelse

Formand Simon Vevest Lindblad-Madsen, Esbjerg
 Næstformand Mads Sandemann, Haderslev
 Anja Muus, Bylderup-Bov
 Allan Nielsen, Esbjerg
 Anne Bargisen, Kolding
 Lisbeth Sjørup, Vejle
 Jesper Sørensen, Vejle (medarbejderrepræsentant)

6.3. Direktion

Betina Bendix
