

Public service-redegørelse

2025

Generel information

Vejledning:

Nærværende punkt kan udfyldes, hvis det vurderes relevant at redegøre for forhold, der ikke er redegørelsespligtige jf. De regionale TV 2-virksomheders public-service kontrakter. Dette være sig informationer om dækningsområde, seer- og brugertal mm.

I 2025 har TV 2 Fyn haft digital omstilling som sit overordnede strategiske fokus.

Udviklingen på flow-tv betyder, at vi årligt forventer et seerfald på omkring fem procent. Stadigt flere danskere fravælger de traditionelle tv-pakker, og en tilsvarende del flytter ikke deres forbrug over på TV 2 Play. Konsekvensen er, at færre fynboer år for år har adgang til TV 2's hovedkanal – og dermed også til TV 2 Fyns nyhedsudsendelser.

Hvis TV 2 Fyn fortsat skal spille en central rolle i den demokratiske samtale på Fyn, er det afgørende, at vores rækkevidde og gennemslagskraft fastholdes. Med andre ord skal tilbagegangen på flow-tv ikke blot opvejes, men helst overgås af vækst på digitale platforme.

Ser man konkret på tv-udviklingen, tegner 2025 sig således:

- TV 2 Fyns 19:30-udsendelse, der er den klart største målt i både seertal og længde, nåede i 2025 i gennemsnit 45.000 fynboer hver aften (ud af omkring 510.000 fynboer). I 2024 var tallet 49.000. Altså et fald på 8,17 procent. Isoleret set et større fald i gennemslagskraft end de forventede 5 procent.
- Dette opvejes dog i nogen grad, hvis man ser på 19:30-udsendelsens gennemslagskraft hen over en gennemsnitlig uge i 2025. I 2025 så 163.000 fynboer i gennemsnit med på 19:30-udsendelsen minimum én gang i løbet af en uge. Det er et fald fra 169.000 i 2024, hvilket svarer til en tilbagegang på 3,6 procent.
- Ser man på den ugentlige gennemslagskraft på tværs af alle nyhedsudsendelser i 2025 forbedrer tallene sig yderligere. TV 2 Fyn sendte i 2025 nyhedsudsendelser mandag til torsdag klokken 17:14, 18:20, 19:30 og 22:00. Fredag til søndag var der alene udsendelser klokken 18:20 og 19:30. I en gennemsnitlig uge i 2025 nåede TV 2 Fyn i alt 200.000 fynboer med disse udsendelser. Tallet var i 2024 på 205.000. Altså et fald på 2 procent, hvilket er under prognosen på de fem procent.

Selvom flow-tv er strukturelt udfordret – og forventeligt vil være det i de kommende år – har platformen fortsat en væsentlig public service-værdi. Den skal derfor både fastholdes og videreudvikles.

Samtidig er det nødvendigt, at TV 2 Fyn accelererer udviklingen af sine digitale platforme og styrker indholdet målrettet disse. Det skal vel og mærke ske indenfor de eksisterende økonomiske rammer og uden tilførsel af yderligere finansiering.

I 2025 er det lykkedes TV 2 Fyn at løfte denne dobbelte opgave. Mediets digitale platforme – både egne og eksterne – har samlet set oplevet markant vækst. De mest centrale nøgletal i den sammenhæng er:

- Antallet af daglige unikke besøgende steg i 2025 med 22 procent sammenlignet med 2024. Der var således i 2025 i gennemsnit omkring 85.000 unikke brugere forbi TV 2 Fyns nyhedssite og app hver dag.
- Det samlede antal besøg på nyhedssitet og app steg i 2025 med 21 procent sammenlignet med 2024. Det daglige gennemsnit af besøg endte dermed på omkring 100.000.
- Antallet af sidevisninger steg med 48 procent i 2025 sammenlignet med 2024. Brugerne forbrugte altså i gennemsnit omkring 21 procent flere historier i 2025, når de besøgte tv2fyn.dk og app sammenlignet med 2024. Det vidner om, at det digitale værditilbud bliver bedre og bedre på tv2fyn.dk og app. I gennemsnit havde TV 2 Fyn således omkring 450.000 sidevisninger hver dag i 2025. Dertil kommer de artikler, TV 2 Fyn fik publiceret på tv2.dk som en del af samarbejdet de to mediehuse i mellem. Her faldt antallet af sidevisninger med 13 procent sammenlignet med året før og endte med 59.313 daglige sidevisninger i gennemsnit.
- Visningerne på TV 2 Fyns sociale medieprofiler oplevede for andet år i træk en eksplosiv vækst. På Instagram steg antallet af visningerne i 2025 med 611 procent. På TikTok steg visningerne med 39 procent. På Facebook havde TV 2 Fyn 66 procent flere visninger i 2025 end i 2024. Og på YouTube steg tallet med 413 procent. I alt opnåede TV 2 Fyn på disse tre platforme over 109 millioner visninger i 2025, hvilket svarer til omkring 298.000 visninger i gennemsnit alle årets dage.

De ovennævnte resultater er ikke opstået tilfældigt. De er resultatet af en målrettet indsats og en organisation, der i stigende grad mestrer de digitale platformes logik og krav.

Fremgangen bygger desuden på en række konkrete forandringer og prioriteringer i huset. De væsentligste er:

- I oktober måned gennemførte TV 2 Fyn en gennemgribende omorganisering af mediets nyhedsredaktion under nyhedschefens område. Den var forinden opdelt i en TV-afdeling og en digital afdeling. I stedet for at bygge videre på disse to søjler, hvilket ville have betydet, at der skulle overføres ressourcer fra TV til digital produktion, valgte ledelsen på TV 2 Fyn at gentænke organiseringen med henblik på at gøre *hele* nyhedsredaktionen digital. Forandringen skulle booste den samlede digitale indholdsproduktion på dagen med særligt fokus på at sikre mere video på tv2fyn.dk og app. Dette er til fulde opnået. Med tilføjelsen af et højt-kantsvideoreel til hjemmesiden og app'en er antallet af påbegyndte videovisninger på tv2fyn.dk og app steget med 71 procent sammenlignet med 2024, og antallet af sete videominutter ligger i 2025 155 procent højere.
- TV 2 Fyns forproducerende redaktioner blev i april måned omorganiseret. I stedet for to separate redaktioner, blev de slået sammen til én stor samfunds- og aktualitetsredaktion. Dette blev gjort for at sikre en mere digital produktion. Samtidig blev der rekrutteret en ny chef for afdelingen, der med sine kompetencer har været med til at bidrage til denne udvikling.
- TV 2 Fyns adm. direktør valgte i 2025 at ændre i chefstrukturen og dermed også den underliggende organisering af virksomheden. Stillingen som administrationschef blev nedlagt og i stedet blev en ny stilling som teknologi- og udviklingschef oprettet. Dette skete med henblik på at styrke ledelsen af teknologi- og udviklingsområdet, der er af strategisk afgørende betydning for TV 2 Fyns digitale omstilling.

Det korte af det lange er, at digitaliseringen af TV 2 Fyn er i fuld gang. Det er afgørende. Ikke for TV 2 Fyns skyld, men fordi TV 2 Fyn kun lykkes med sin samfundsopgave, hvis vi er i stand til at blive ved med at nå fynboerne med vores kvalitets public service-indhold.

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.

TV 2 Fyn har som sin kerneopgave at producere public service-indhold til og med alle fynboer. Det er fundamentet under hele mediehusets virke. Uanset om indholdet udkommer på tv, web eller sociale medier, er det de klassiske public service-principper, der sætter retningen.

TV 2 Fyn udgør dermed en del af den demokratiske infrastruktur på Fyn. Mediet skal skabe rum for den offentlige samtale og styrke den fælles forståelse af samfundet. Demokrati forstås her i tråd med Hal Kochs tænkning: Ikke blot som en styreform, men som en livsform, der præger alle dele af samfundet – fra vores nære relationer til daginstitutioner, arbejdspladser, uddannelsesmiljøer, kulturliv og foreningsliv. Det er denne brede demokratiforståelse, TV 2 Fyn søger at afspejle.

Derfor er nyheder og aktualitetsstof også det bærende element i TV 2 Fyns indhold. Samfundsforhold i bred forstand er det naturlige omdrejningspunkt for den journalistik, vi prioriterer og udvikler.

Indhold om fritid, hobby og livsstil indgår kun, hvis det har en tydelig samfundsmæssig relevans.

3.2. Dækning af det regionale område

Forpligtelsen:

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

Vejledning:

Dækningen opgøres i antal indslag fordelt på de enkelte kommuner.

TV 2 Fyn skal være et medie for hele Fyn – og for alle fynboer.

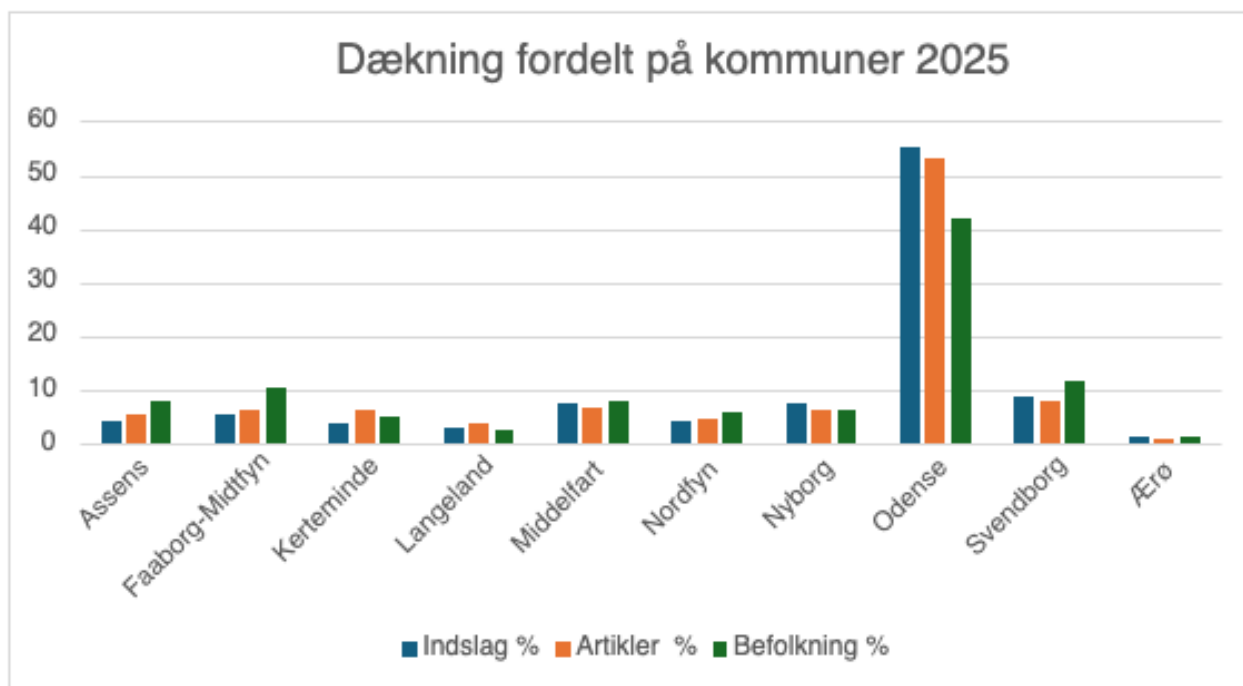
Det forpligter. For at være relevant for hele befolkningen skal vi levere indhold, der afspejler den mangfoldighed, der kendetegner livet på Fyn. Det indebærer både en tydelig geografisk forankring og et vedvarende fokus på de socioøkonomiske og demografiske forskelle, som præger vores landsdel.

Den geografiske balance er samtidig et grundlæggende parameter i vores public service-opgave. På Fyn skal ti byråd, ét regionsråd og 17 folketingsmedlemmer løbende dækkes, så borgerne har et oplyst grundlag for at deltage i demokratiet. I 2025 har dette ansvar været særligt tydeligt i forbindelse med dækningen af kommunal- og regionsrådsvalget. Valget har været en omfattende og central opgave for TV 2 Fyn, hvor vi på tværs af platforme har prioriteret en bred, grundig og balanceret dækning af kandidater, temaer og lokale dagsordener i hele regionen.

Den nedenstående opgørelse viser, hvordan TV 2 Fyn i 2025 har dækket de ti fynske kommuner målt i antal artikler og indslag, der er tagget med en kommunes navn. Odense Kommune har fået en større dækning end de andre fynske kommuner – også når man tager med i beregning, at Odense Kommune er den suverænt største på Fyn målt i befolkningstal. Det bliver derfor også et fokuspunkt for TV 2 Fyn i 2026 at ramme en bedre balance.

Det er dog samtidig væsentligt at understrege, at det ikke er et mål i sig selv, at antallet af artikler og indslag præcist følger befolkningstallet i den enkelte kommune. Journalistikken må nødvendigvis tage afsæt i, hvor de væsentligste historier findes. I nogle perioder kan det betyde en større koncentration af historier i én kommune, mens andre perioder naturligt vil have et andet tyngdepunkt. Den rette journalistiske prioritering kan derfor ikke reduceres til absolutte tal alene – men balancen skal være til stede.

Kommuner	Artikler	Indslag	Befolkning (Danmarks Statistik)
Assens	250	129	40.394
Faaborg-Midtfyn	330	152	52.322
Kerteminde	226	156	24.278
Langeland	166	92	11.857
Middelfart	437	161	40.615
Nordfyn	236	110	29.200
Nyborg	432	151	32.361
Odense	3.294	1.312	213.083
Svendborg	517	194	60.037
Ærø	79	20	5.754
Fyn	2.788	682	
Sammenlagt	5.967		
I alt	8.859	3.159	509.901



3.3. Udvikling af indhold og distributionsformer

Forpligtelsen:

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

TV 2 Fyns ambition om fortsat at være relevant for alle fynboer kræver en dobbelt indsats: Både digital udvikling og målrettet indholdsudvikling. Det er ikke tilstrækkeligt at investere i nye digitale platforme, hvis indholdet ikke er tilpasset deres formater, logik og brugsmønstre – ligesom stærkt public service-indhold ikke når sit publikum, hvis distributionen halter. De to spor er gensidigt afhængige og skal samtænkes, når der udvikles.

I 2025 har TV 2 Fyn taget markante skridt i denne henseende. Særligt er tre indsatser værd at bemærke:

- **En markant og digitalt forankret valgdækning.** I 2025 har dækningen af kommunal- og regionrådsvalget været en af årets mest centrale public service-opgaver. Valget er en grundpille i det lokale og regionale demokrati – og dermed også i TV 2 Fyns virke. For første gang blev vores digitale platforme på forhånd af virksomhedens ledelse defineret som de primære i valgdækningen. Det gjorde valget til det mest digitale i TV 2 Fyns historie målt på antal producerede digitale videoer, artikler og indhold til sociale medier. Denne redegørelse vil løbende redegøre for en række enkeltinitiativer. Men værd at bemærke under dette punkt er et af vores mere markante digitale formater: *"Ølkassen"*. Her mødte vores ungdomsvært i øjenhøjde fynboer til samtaler om politik og lokale mærkesager. Formatet blev distribueret både på egne platforme og på sociale medier og bidrog til at engagere målgrupper, som traditionelt har været sværere at nå via klassisk tv. Derudover havde TV 2 Fyn udvalgte

reportere til at dække alle de fynske kommuner samt Region Syddanmark. Formålet var at sikre, at vores medarbejdere havde de rigtige kildenetværk og en ægte indsigt i de enkelte kommuners lokalforhold.

- **Organisationsændring med fokus på digital videoproduktion.** I oktober 2025 gennemførte TV 2 Fyn en større organisationsændring med det klare formål at styrke vores digitale kapacitet. Ændringen har gjort det muligt markant at øge produktionen af digitale videoer – særligt højkantsvideoer. I næsten fire årtier har TV 2 Fyn opbygget stærke kompetencer inden for levende billeder og lyd på tv. Den erfaring og faglighed skal nu i endnu højere grad omsættes til digitale platforme, hvor brugernes forventninger til tempo, format og tilgængelighed er anderledes. Målet er at sikre, at vores kernekompetencer ikke blot bevares, men udfoldes i nye sammenhænge. Den langt større tilstedeværelse af digital video på tv2fyn.dk og nyhedsapp har givet mere værdi til platformene, hvilket brugerne tydeligvis har taget godt i mod. Antallet af brugere er således steget markant, og ligeledes er deres forbrug på platformene.
- **Lanceringen af vodcasten ”Vendepunkt”.** I 2025 lancerede vi vores første faste vodcast, ”Vendepunkt”, som udkommer ugentligt. Vodcasten er et rent digitalt produkt og markerer en udvidelse af vores indholdsportefølje. ”Vendepunkt” giver plads til fordybelse, perspektiv og nuancer – og kredser om livets store begivenheder og eksistentielle spørgsmål: Kærlighed, sorg, tro og identitet. Formatet har et tydeligt konstruktivt sigte og bidrager med refleksion frem for blot reaktion. ”Vendepunkt” har desuden den afledte effekt, at den i en nedklippet version også sendes i 19:30-udsendelsen. Erfaringerne med vodcast har været så gode, at TV 2 Fyn planlægger at udvide med flere andre formater i 2026.

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 REGION 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 REGIONEN’s budget til kulturministeren og Folketinget. I forbindelse med REGIONEN’s 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.

I 2025 arbejdede TV 2 Fyn fortsat ud fra strategien ”Rammer hjertet gennem øjet”. Strategien hviler på en ambition om at levere journalistik, der er både idealistisk, kritisk og konstruktiv. Den konstruktive tilgang er en naturlig del af den daglige redaktionelle praksis. Det kommer blandt andet til udtryk i nyhedsdækningen, hvor fokus ikke alene er rettet mod konflikter og udfordringer, men også mod mulige løsninger og perspektiver. Samtidig har inddragelse af brugerne været centralt – særligt på sociale medier, hvor dialog og interaktion har gode rammer. Netop brugerinvolvering er et bærende princip i konstruktiv journalistik. Det kunne man også se i de 10 kommunedebatter, TV 2 Fyn sammen med Fyens Stiftstidende og Fyns Amts Avis gennemførte under kommunalvalget. Alle debatter blev

overværet af et publikum fra den relevante kommune, og de havde mulighed for at interagere med politikerne i panelerne.

TV 2 Fyn har desuden som mål i sin strategi at indgå i samarbejder med relevante aktører på Fyn. Et væsentligt omdrejningspunkt i 2025 var engagementet i Media City Odense, hvor TV 2 Fyn er med blandt de fire ejere. Initiativet har til formål at styrke samarbejde og videndeling om de muligheder og udfordringer, som ny teknologi medfører i mediebranchen. De øvrige ejere er Jysk Fynske Medier, Syddansk Universitet og TV 2 Danmark – alle betydningsfulde samarbejdspartnere for TV 2 Fyn og centrale aktører i den fynske offentlighed. Herudover har TV 2 Fyn haft løbende samarbejder med blandt andre Fyens Stiftstidende, Fyns Amts Avis, Constructive Institute samt de øvrige TV 2-regioner. Under kommunalvalget kunne det ses i form af førnævnte fællesdebatter med Fyens Stiftstidende og Fyns Amts Avis, ligesom TV 2 Fyn var en del af Constructive Institutes store valgprojekt ”Dit valg. Vores Danmark”. Her deltog TV 2 Fyn i et stort borgermøde. Et møde med kandidaterne på Fyn, hvor de blev klædt på til at deltage i demokratiet. Danmarkshistoriens største meningsmåling. Og flere andre tiltag.

TV 2 Fyns strategi fremhæver desuden sociale medier som et særligt fokusområde og betoner ønsket om at være kendt for livsbekræftende videofortællinger med kant. I 2025 oplevede TV 2 Fyn markant fremgang på sociale medieplatforme, blandt andet som følge af den dedikerede SoMe-redaktion. Det har styrket kontakten til de yngre målgrupper på Fyn. Samtidig har stationen gennem hele året publiceret engagerende videohistorier på både digitale platforme og TV. Det største projekt var i denne sammenhæng reportageserien med Stefan Jepsen også kendt som Stor Mand, der blev en meget stor succes på blandt andet TV 2 Play.

I strategien er der desuden anført følgende overordnede målsætninger:

- TV 2 Fyn vil være den mest troværdige.
- TV 2 Fyn vil være den største medieaktør på Fyn.
- TV 2 Fyn vil være det nyhedsførende medie på Fyn.
- TV 2 Fyn vil være det mest konstruktive mediehus.

En undersøgelse gennemført af Kantar Media for TV 2 Fyn i slutningen af 2025 viser, at 90 procent af fynboerne kender TV 2 Fyn, hvilket gør stationen til det mest kendte medie på Fyn. 58 procent angiver TV 2 Fyn som deres primære medie, mens 35 procent peger på Fyens Stiftstidende som nummer to. Samlet set er TV 2 Fyn ifølge Kantar-målingen i kontakt med 323.000 fynboer hver måned på tværs af platforme – svarende til 75 procent af regionens befolkning. 68 procent vurderer, at TV 2 Fyn er en troværdig afsender, og 70 procent udtrykker, at de har tillid til TV 2 Fyns indhold. Sammenlignet med andre medier (også nationale) er dette meget høje tillids- og troværdighedstal.

Slutteligt har TV 2 Fyns nuværende strategi en række mere konkrete målsætninger:

- **Mål for TV 2-vinduer:** Share skal fastholdes og tilbagegang i seertal må ikke overstige den strukturelle udvikling på flow-tv.

Resultat: Sharen på 17:14-udsendelsen falder fra 32 procent til 28 procent. 18:20-udsendelsen fastholdes på 39 procent, og det samme gælder for flagskibsudsendelsen 19:30, der ligger på 36 procent. Om end det isoleret ikke er tilfredsstillende, at 17:14-udsendelsen falder i share, er det på tværs af udsendelser et tilfredsstillende resultat al den stund, at 17:14-udsendelsen er den klart mindst sete udsendelse af alle, og dermed har faldet i share ikke den store betydning for TV 2 Fyns gennemslagskraft. Seertallet på 19:30-udsendelsen falder fra 2024 til 2025 fra 49.000 til 45.000 seere

dagligt, hvilket svarer til en tilbagegang på 8,17 procent. Det er hurtigere end prognosen på de 5 procent, men må ikke desto mindre tilskrives den strukturelle tilbagegang på TV generelt. Samlet set falder TV 2 Fyns ugentlige gennemslagskraft fra 205.000 til 200.000. Det svarer til godt 2 procent, hvilket samlet set er tilfredsstillende.

- **Mål for tv2fyn.dk og app:** Antallet af unikke brugere, besøg og sidevisninger skal stige.

Resultat: TV 2 Fyn øger både antallet af unikke brugere på tv2fyn.dk og app med 22 procent, og antallet af brugere med 21 procent i 2025 sammenlignet med 2024. Altså en meget markant vækst. Det er relevant i den sammenhæng at bemærke, at væksten i unikke brugere fra 2023 til 2024 var på 53 procent, og set i den kontekst er det endog meget tilfredsstillende, at væksten i 2025 ender på et så højt niveau. TV 2 Fyn havde i gennemsnit i 2025 omkring 85.000 unikke besøg dagligt på tv2fyn.dk og app. Sidevisningerne stiger med omkring 48 procent og ender på et dagligt gennemsnit på cirka 451.000, hvilket også er tilfredsstillende.

- **Mål for sociale medier:** Markant vækst i reach.

Resultat: Visningerne på TV 2 Fyns sociale medieprofiler vækstede voldsomt i 2025. På Instagram voksede antallet af visningerne med 611 procent i 2025 sammenlignet med 2024 (total: 31 mio. visninger). På TikTok steg visningerne med 39 procent (total: 22 mio. visninger). På Facebook havde TV 2 Fyn 66 procent flere visninger i 2025 end i 2024 (total: 52 mio. visninger). Slutteligt er der YouTube, hvor visningerne steg med 413 procent (total: 4 mio. visninger). I alt opnåede TV 2 Fyn på disse fire platforme en samlet vækst på 108 procent i visninger og endte på samlet set 109 mio. visninger i 2025, hvilket må betegnes som endog meget tilfredsstillende.

Kommende indsatser

I 2026 vil TV 2 Fyn tage yderligere skridt for at styrke den digitale udvikling og sikre, at organisationen i endnu højere grad understøtter de strategiske ambitioner. En central prioritet bliver en omlægning af redaktørstrukturen, så det digitale ansvar ikke længere er samlet hos én redaktør, men forankres hos samtlige redaktører. Målet er at gøre det digitale perspektiv til en integreret del af alle redaktionelle beslutninger og dermed sikre, at indhold, distribution og udvikling tænkes digitalt fra start.

Som led i den digitale transformation planlægges lanceringen af en ny vodcast, der skal udkomme 3–5 gange om ugen. Initiativet bygger videre på de positive erfaringer fra vodcasten "Vendepunkt" og skal være endnu et digitalt produkt, der understøtter TV 2 Fyns strategiske ambition om at være et visuelt medie. Ambitionen er at skabe merværdi for brugerne og sikre, at TV 2 Fyns digitale udkomme giver plads til endnu mere fordybelse, nuancer og perspektiv. Vodcasten skal især samle op på ugens store nyhedshistorier og give seerne og lytterne en dybere forståelse af de emner, der præger dagsordenen på Fyn.

Endelig vil 2026 også blive året, hvor der udarbejdes en ny fireårig strategi for perioden frem til og med 2030. Strategien skal sætte en klar og ambitiøs retning for TV 2 Fyn og sikre, at public service på Fyn udvikles og fremtidssikres i en medieverden præget af hastig digital forandring.

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.

Hovedparten af TV 2 Fyns produktion består af nyheder og aktuelt indhold. Det gælder både i de daglige nyhedsudsendelser og på de mange digitale platforme, hvor mediehuset i dag er til stede.

Den løbende dækning af det fynske kunst- og kulturliv er en naturlig del af denne prioritering. Vi arbejder kontinuerligt med at identificere relevante historier, perspektiver og tendenser inden for kulturområdet og sikrer, at det afspejles som en integreret del af vores samlede nyheds- og aktualitetsdækning.

Af større nyhedstryk kan nævnes sommerens musikfestivaler på Fyn, dækningen af straffesagen mod tidligere leder af øvestedet Kansas City, Odense Filmfestival, Svendfest, filmpræmierer i regi af Film Fyn og meget meget mere.

TV 2 Fyn engagerer sig desuden typisk årligt i 1-2 kulturbegivenheder på Fyn som mediepartner. I 2025 lagde TV 2 Fyn sit fokus på Word Festival i Odense, der samler læsere, forfattere, fortællere og alle med en passion for ord. Festivalen foregår på forskellige scener, biblioteker, caféer og kultursteder i Odense og byder på et bredt program med mere end 150 events, der spænder fra oplæsninger og forfatterinterviews til debatarrangementer, workshops, koncerter og børneaktiviteter. Der deltog dagligt små 15.000 gæster til festivalen, der på den måde var et samlingspunkt for borgere på hele Fyn.

I 2025 har TV 2 Fyns podcast "Vendepunkt" desuden bidraget væsentligt til mediehusets public service-dækning, også af kulturlivet på Fyn. Podcasten er ikke primært en kulturpodcast, men fokuserer på livets store spørgsmål som kærlighed, sorg, tro og eksistens. Dette perspektiv betyder, at samtaler med centrale aktører ofte ender med at berøre kulturelle temaer og kunstnere, som afspejler Fyns mangfoldige kulturliv.

I årets udgaver har "Vendepunkt" blandt andet haft gæster som skuespiller Claus Riis Østergaard, forfatterne Jesper Wung-Sung, Mich Vraa og Josefine Ottesen, museumsleder Sarah Smed, kunstner Jens Galschiøt, direktør for Odense Zoo Bjarne Clausen samt litteraturprofessor Anne-Marie Mai.

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.

TV 2 Fyns indholdsproduktion består primært af nyheder og aktualitetsstof, som produceres internt i mediehuset. I 2025 har TV 2 Fyn indgået to store samarbejder med eksterne producenter.

Det første samarbejde drejer sig om indkøbet af en programserie med Stefan Jepsen fra Odense, bedre kendt som Stor Mand. Serien følger Stefan Jepsens rejse mod et sundere liv – fra da han vejede 350 kg, og de udfordringer, det medførte, til de små og store sejre på vejen tilbage til et aktivt liv. Historien handler ikke kun om vægttab, men i lige så høj grad om viljestyrke, livsmod og glæden ved igen at kunne tage en tur i frisk luft. Serien blev publiceret på tv2fyn.dk og TV 2 Play, og TV 2 Fyn fulgte op med omfattende nyhedsdækning på alle platforme. Alene på TV 2 Play blev programmerne om Stefan Jepsen afspillet næsten 300.000 gange.

Det andet samarbejde vedrører TV 2 Fyns dækning af Odense Boldklub, Fyns eneste superligaklub. I 2024 indgik TV 2 Fyn et partnerskab med Martin Davidsen, indehaver af opstartsmediet Stemmer fra Ådalen, som gennem flere år har leveret specialiseret dækning af Odense Boldklub. Dette samarbejde fortsatte hele 2025.

Samarbejdet er en strategisk satsning, der skal styrke TV 2 Fyn som samlingspunkt for det fynske fællesskab og samtidig udvide mediets appel til unge målgrupper gennem dækning af et stofområde med dokumenteret engagement blandt ungdommen.

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.

TV 2 Fyn deler så at sige kun ”grænse” med én region; nemlig TV Syd. Det forstås på den måde, at borgerne i TV 2 Fyns og TV Syds områder også alle er borgere i Region Syddanmark.

I 2025 gik TV 2 Fyn og TV Syd derfor sammen om en fælles journalistisk satsning i forbindelse med regionrådsvalget, hvor mediehusene producerede en fælles valgdebat til befolkningerne i begge regioner. Udover debatten samarbejdede TV 2 Fyn og TV Syd om flere historier relateret til dækningen af regionrådsvalget i Region Syddanmark. Projektet blev udviklet, planlagt og eksekveret i 2025 og publiceret på tværs af platformene.

Derudover har TV 2 Fyn en aftale med de øvrige syv TV 2-regioner om løbende udveksling af indhold. Andre regioner producerer ofte historier med relevans for fynboerne, og i disse tilfælde bliver indholdet delt. Ligeledes udveksler TV 2 Fyn sit eget indhold med de andre regioner.

Samarbejdet mellem TV 2-regionerne har gennem de seneste ti år udviklet sig betydeligt. På nuværende tidspunkt omfatter det omkring 50 forskellige samarbejdsprojekter, der spænder fra fælles udvikling af digitale platforme til fælles forhandling af overenskomster.

I 2025 blev den fælles udvikling af TV 2-regionernes digitale platforme intensiveret markant. Arbejdet foregår under organisationen Fælles Regional Online Platform (FROP), og indebærer en tættere

integration af platformudviklingen på tværs af regionerne samt en betydelig forøgelse FROP's budget og dermed kapacitet. Ved i endnu højere grad at være fælles om udviklingen af egne digitale platforme, vil TV 2-regionerne høste en række stordriftsfordele – først og fremmest i form af øget kvalitet i udviklingen af egne platforme, men selvfølgelig også økonomisk.

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.

TV 2 Fyn producerer ikke indhold specifikt rettet mod små børn, men børn har stadig mulighed for at tilgå mediehusholdets indhold.

Pornografisk materiale vises derfor hverken i TV 2 Fyns nyhedsudsendelser eller på digitale platforme. I situationer hvor det er nødvendigt at dokumentere en historie med voldsomme billeder eller video, sørger TV 2 Fyn altid for at advare brugeren på forhånd. På TV sker det ved, at værten giver en mundtlig advarsel, mens TV 2 Fyn på tv2fyn.dk og app automatisk slører eksplicit indhold, som kun kan ses, hvis brugeren aktivt vælger at tilgå det.

Med den stigende tilstedeværelse på sociale medier følger desuden et særligt ansvar for at sikre, at debat og kommentarer foregår i en ordentlig tone, især med tanke på yngre brugere. Derfor har TV 2 Fyn ansat moderatører, som griber ind over for krænkende adfærd, og mediehuset anvender desuden AI-baseret software til at understøtte moderationen.

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 fælleskab 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.

TV 2 Fyn har siden 1. oktober 2010 tilbudt seerne mulighed for at få tekstet regionens nyhedsudsendelser på TV, et tilbud målrettet hørehæmmede. Tidligere blev dette gjort ved hjælp af

tale-til-tekst-teknik, hvor en respeaker simultant gentog studieværtens ord, som herefter blev oversat til undertekster.

Dette er en relativ udgiftstung måde at sikre undertekster, og TV 2-regionerne har derfor i fællesskab fået udviklet et AI-program, der kan tekste automatisk. Dette program blev færdigt i 2025 og implementeret i juni måned. Det betyder, at alle TV 2 Fyns nyhedsudsendelser automatisk bliver tekster ved hjælp af kunstig intelligens, og som noget nyt bliver alt indhold på TV 2 Fyns nyhedskanal ligeledes tekster. Resultatet er et væsentligt forbedret tilbud til hørehæmmede - både hvad angår omfang og kvalitet. Og TV 2 Fyn har sparet omkring en kvart million i udgifter til tekstning, der nu i stedet kan bruges på blandt andet indholdsproduktion.

Det øgede digitale udkomme giver desuden nye muligheder for at servicere både hørehæmmede og synshæmmede. Brugere kan få artikler på TV 2 Fyns nyhedssite og app oplæst med et enkelt klik, og alle videoer på platformene udkommer altid med undertekster. Det samme gælder TV 2 Fyns indhold på sociale medier, hvilket sikrer en mere inkluderende adgang til nyheder og aktualitetsstof for alle brugere.

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 REGIONEN's programvirksomhed.

TV 2 Fyn lægger stor vægt på præcision og sproglig korrekthed i alle dele af sit indhold. For mediehuset handler det ikke kun om faktuel nøjagtighed, men også om, at det danske sprog bruges korrekt, levende og tidssvarende.

Som led i dette gennemgår alle artikler og nyhedsindslag en dobbeltkontrol: både i redaktionens daglige efterkritik og via kollegial gennemlæsning, så sproget altid holder et højt niveau.

Samtidig hylder TV 2 Fyn den lokale fynske dialekt. Jo mere autentisk og lokalt farvet sproget kan være, desto bedre – det styrker både identitet og nærhed i formidlingen.

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.

Alle TV 2 Fyns programmer var i 2025 danske – og dermed europæiske.

TV 2 Fyn prioriterer i den sammenhæng en løbende nyhedsdækning af europæiske historier, der er relevante for fynboerne.

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-seerorganisationerne er repræsenterede.

I 2025 har TV 2 Fyn haft en vedvarende og aktiv dialog med fynboerne på en række forskellige platforme. Som regionalt public service-medie er det afgørende ikke blot at kommunikere én vej. TV 2 Fyn eksisterer for fynboerne, og det forpligter til en reel og løbende samtale med publikum. Dialogen er samtidig et centralt element i den konstruktive journalistiske tilgang, hvor inddragelse og perspektiv fra borgerne er en forudsætning for at skabe relevant indhold. Nedenfor er de væsentligste initiativer i 2025, der har understøttet dialogen med fynboerne:

- **Repræsentantskabet.** TV 2 Fyn er forankret i det fynske fællesskab og ledes i sidste ende af fynboerne selv. Repræsentantskabet, som vælger stationens bestyrelse, består af engagerede borgere fra det fynske foreningsliv. Ud over at udpege bestyrelsen fungerer repræsentantskabet som en vigtig sparringspartner for den øverste ledelse og giver direkte feedback på mediehusets arbejde på overordnet plan. For at sikre, at repræsentantskabet fortsat afspejler befolkningen bredt, er der i løbet af 2025 blevet udarbejdet en plan med henblik på rekrutteringen af 14 nye medlemmer af repræsentantskabet. Rekrutteringen vil have fokus på personer under 40 år og gerne med en hovedvægt af bosiddende udenfor Odense Kommune. Repræsentantskabsmøderne er desuden blev konceptualiseret med henblik på at sikre endnu mere inddragende og værdiskabende møder – både for TV 2 Fyn og det enkelte medlem.
- **Live-chat.** I 2025 har TV 2 Fyn videreudviklet brugen af live-chats på de digitale platforme. Formatet giver brugerne mulighed for at stille spørgsmål direkte til relevante kilder, eksperter eller hovedpersoner – og i nogle tilfælde også til stationens egne journalister. Live-chatten er blevet et redaktionelt greb, der styrker nærheden og skaber en mere direkte forbindelse mellem redaktionen og fynboerne.
- **Sociale medier.** Den styrkede tilstedeværelse på sociale platforme har også i 2025 været en vigtig kanal for dialog. Platformenes interaktive natur gør det muligt dagligt at facilitere debat om fynske dagsordener i kommentarsporene. Samtidig modtager redaktionen et stort antal henvendelser, reaktioner og tips fra brugerne, som bidrager aktivt til den journalistiske proces. Som noget nyt er TV 2 Fyn desuden også i 2025 begyndt at sende live på TikTok. De første erfaringer har været en stor succes. Brugerne er klart i den yngre målgruppe, der er mange af dem, og de er meget engagerede.
- **Arrangementer.** TV 2 Fyn prioriterer fortsat at være et åbent mediehus. Der afholdes løbende rundvisninger, og medarbejdere deltager gennem året i en bred vifte af arrangementer rundt om på Fyn. Den fysiske tilstedeværelse i lokalsamfundet er med til at styrke relationen til borgerne og fastholde TV 2 Fyn som et nærværende regionalt medie.
- **Årlig survey.** TV 2 Fyn har de senere år gennemført en årlig survey, hvor godt 500 fynboer svarer på en række spørgsmål om, hvordan de opfatter TV 2 Fyn, hvad de gerne ser TV 2 Fyn bidrage med i samfundet, og hvordan de forbruger TV 2 Fyns indhold. Spørgeskemaundersøgelsen udføres af Kantar Media og udgør en del af det datamæssige fundament for de strategiske beslutninger på TV 2 Fyn ligesom den bruges til at afrapportere i denne rapport.

5. Tilgængeliggørelse af public service-indhold

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, TV2/Fyn.

TV 2 Fyns egen regionale tv-kanal er et spejlbillede af mediehusets samlede indholdsproduktion og er dermed langt overvejende en kanal, der udkommer med nyheds- og aktualitetsindhold. Kanalen tilbyder altså brugerne en kurrateret strøm af nyheds- og aktualitetsprodukter i form af nyhedsudsendelser, længere videoformater, og forskellige karruseller af tekst- og billednyheder.

Den strukturelle udvikling i danskernes medieforbrug betyder dog, at kanalen i dag har en meget ringe gennemslagskraft i befolkningen – hvilket også er tilfældet for de øvrige syv regioner. TV 2 Fyn har af den årsag valgt ikke at have særskilte strategiske måltal for kanalen.

1) Udsendelsesvirksomhed i 2025 – egen kanal

Timer

	Regnskab 2025	Budget 2025	Regnskab 2024	Budget 2024
On-air, inkl. spejling af TV 2-vinduer	2.301	1.436	1311	1.075
Trailer, sponsorer mv.	62	40	44	35
Udsendelser i alt	2.363	1.476	1.355	1.110
On-air 1. gang	253	241	218	222
On-air genudsendelser	2.048	1.195	1.093	853
	2.301	1.436	1.311	1.075

1. gang nyheder og aktualitet	224	228	209	213
1. gang øvrige udsendelser	29	13	9	9
	253	241	218	222

Egenproduktion af udsendelsestimer

Timer

	Regnskab 2025	Budget 2025	Regnskab 2024	Budget 2024
Nyheds- og aktualitetsudsendelser	545	993	527	1.066
Øvrige udsendelser	1.612	443	784	9
Egenproduktion udsendelser i alt	2.157	1.436	1.311	1.075

3) Øvrig egenproduktion med andre medier*)

Timer

Regnskab 2025

On-air 1. gang	10
On-air genudsendelser	134
Ikke-egenproduktion udsendelser i alt	144

*) Samarbejde med Fyens Stiftstidende og Fyens Amts Avis - KV25-debatter

TV 2 Fyns egen kanal	Udsendelsestimer i 2025 (afrundet)	Heraf genudsendelses-timer	Udsendelsestimer i 2024 (afrundet)
Programmer	2.301	2.048	1.311
Trailer, sponsor, fillers, programskilte	62		44
Off. Broadcast (webhjul/webscreen)	6.397		7.426
Sendetimer på egen kanal i alt	8.760	2.048	8.781

5.1.2. "Vinduer" i TV 2-sendefladen

Forpligtelsen:

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

TV 2 Fyns regionale nyhedsudsendelser på TV 2's hovedkanal er fortsat blandt stationens mest centrale udgivelsesplatforme. Særligt 19:30-udsendelsen står stærkt og når i løbet af en gennemsnitlig uge 32 procent af alle fynboer i 2025. Hertil kommer den samlede rækkevidde fra udsendelserne kl. 17:14, 18:20 og 22:00, som yderligere udvider kontakten til befolkningen på Fyn. Samlet set når TV 2 Fyn lige godt 39 procent af alle levende fynboer om ugen via TV i 2025.

Det afspejler sig i ratingniveauet på tværs af alle udsendelser, der alle ligger relativt højt. Ratingen viser, hvor stor en andel af den samlede fynske befolkning, der ser de enkelte nyhedsudsendelser.

Rating %

	2022	2023	2024	2025
17.14	4,4	4,8	4,9	3,9
18.20	9,5	8,5	8,1	7,4
19.30	11,4	10,6	9,8	8,9
22.00	5,8	4,6	3,8	2,8

Sammenlignet med de øvrige regioner markerer TV 2 Fyn sig som den station, der sammen med TV MIDTVEST har bedst fat i sit udgiverområde på TV målt i rating.

Fordeling mellem de syv TV 2-regioner i hovedudsendelsen kl. 19.30 på TV 2 i 2025

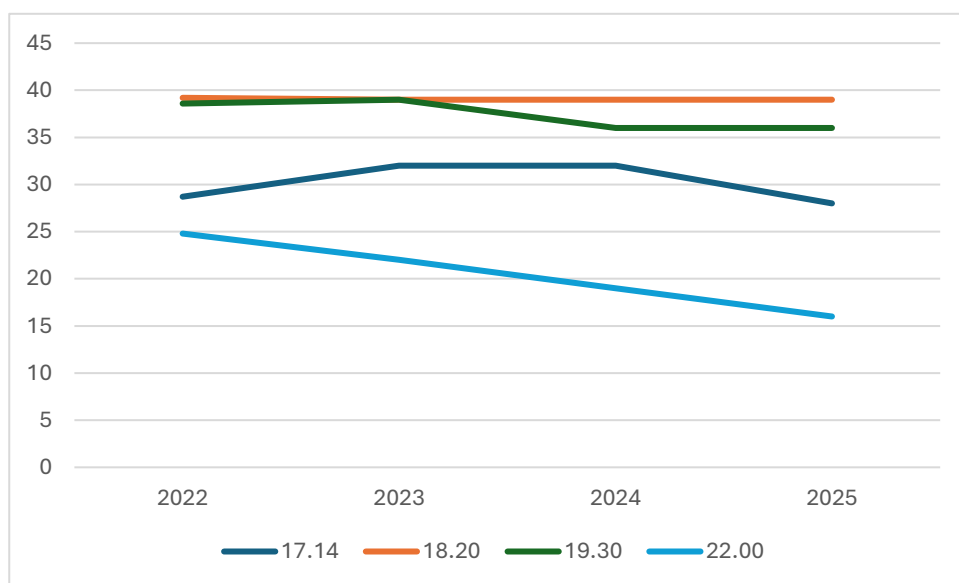
	Faktiske seere	Rating %	Share %
TV 2 NORD	33.000	6,2	38%
TV MIDTVEST	52.000	8,9	50%
TV 2 ØSTJYLLAND	27.000	3,4	28%
TV SYD	47.000	5,5	31%
TV 2 FYN	45.000	8,9	36%
TV 2 ØST	41.000	6,2	28%
TV 2 Kosmopol	86.000	3,9	26%
Danmark (ekskl. Bornholm)	345.000	6	35%

Kigger man på *share*, understreges billedet af nyhedsudsendelsernes dominerende position på TV. Hvis 100 fynboer har tændt for flow-tv, når en 19:30-udsendelse løber over skærmen, måler *share* hvor stor en andel af dem, der ser nyhedsudsendelsen frem for andre flow-kanaler. Det gør omkring en tredjedel af fynboerne klokken 17:14, 18:20 og 19:30. Interessant er det dog at bemærke, at der sker et markant fald i *share* på udsendelsen 22:00. Det matcher meget godt den generelle tendens på TV,

hvor nyhedsseningen virker til at flytte til de tidligere timer på aftenen. Det blev derfor også i dialog med TV 2 Danmark besluttet i december måned 2025 at flytte 22:00-udsendelsen til klokken 21:20 i håb om, at det vil give bedre seertal. Det nye sendetidspunkt gælder fra den 1/1-2026.

Share

	2022	2023	2024	2025
17.14	28,7	32	32	28
18.20	39,2	39	39	39
19.30	38,6	39	36	36
22.00	24,8	22	19	16



På trods af den tydelige styrkeposition er flow-tv strukturelt udfordret, og derfor heller ikke længere *platformen*, hele TV 2 Fyn centrerer sig imod. Det er en vigtig platform, men tv2fyn.dk og app er i dag de platforme, som TV 2 Fyns organisation, workflow og udkomme primært at bygget op omkring.

Strukturelt er forventningen, at hovedkanalens penetration i den danske befolkning vil falde med omkring 5 procent hvert år. TV 2 Fyn oplevede fra 2024 til 2025 et fald i seertal på 19:30-udsendelsen på 8,17 procent fra 49.000 daglige seere til 45.000 daglige seere. Altså et fald der isoleret set overstiger den forventede strukturelle udvikling.

Dette opvejes dog i nogen grad, hvis man ser på 19:30-udsendelsens gennemslagskraft hen over en gennemsnitlig uge i 2025. I 2025 så 163.000 fynboer i gennemsnit med på 19:30-udsendelsen minimum én gang i løbet af en uge. Det er et fald fra 169.000 i 2024, hvilket svarer til en tilbagegang på 3,6 procent.

Ser man på den ugentlige gennemslagskraft på tværs af alle nyhedsudsendelser i 2025 forbedrer tallene sig yderligere. I en gennemsnitlig uge i 2025 nåede TV 2 Fyn i alt 200.000 fynboer med disse

udsendelser. Tallet var i 2024 205.000. Altså et fald på 2 procent, hvilket er under prognosen på de fem procent.

Rating (faktiske tal)

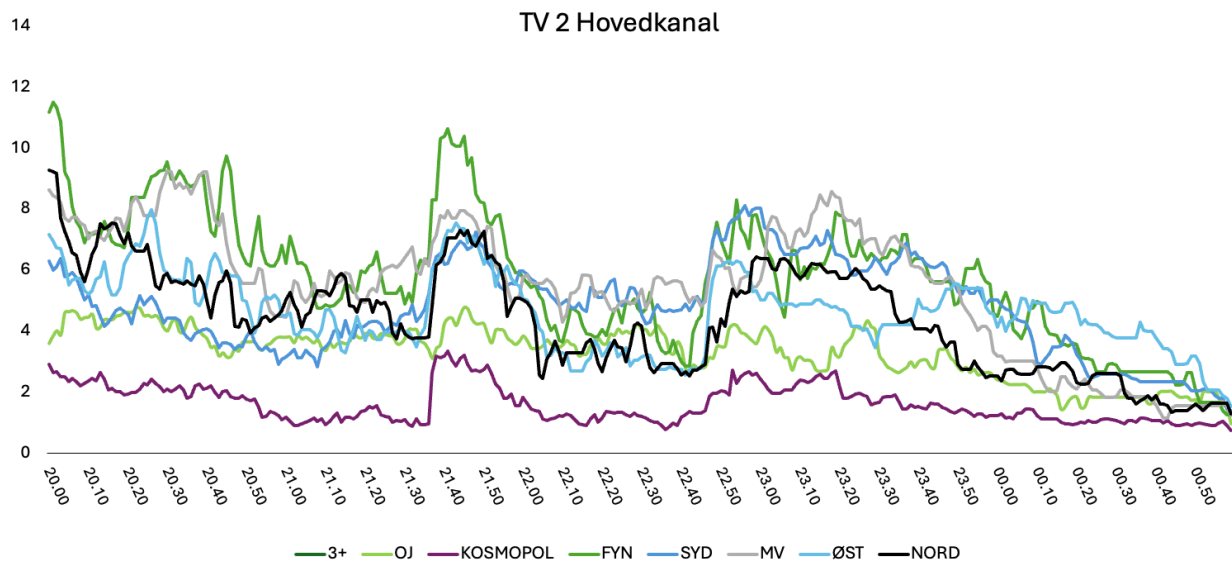
	2022	2023	2024	2025
17.14	22.000	24.000	24.000	20.000
18.20	48.000	42.000	40.000	38.000
19.30	57.000	52.000	49.000	45.000
22.00	29.000	23.000	19.000	15.000

Så selvom TV 2 Fyns nyhedsudsendelser er strukturelt udfordret – ligesom alle andre nyhedsudsendelser på TV er i Danmark - er de stadig vigtige i bestræbelserne på at nå hele den fynske befolkning – og det vil de være i mange år fremover. Udsendelserne skal derfor fortsat udvikles – og TV 2 Fyns mål er, at seertallene ikke falder mere end hvad den strukturelle udfordring tilsiger.

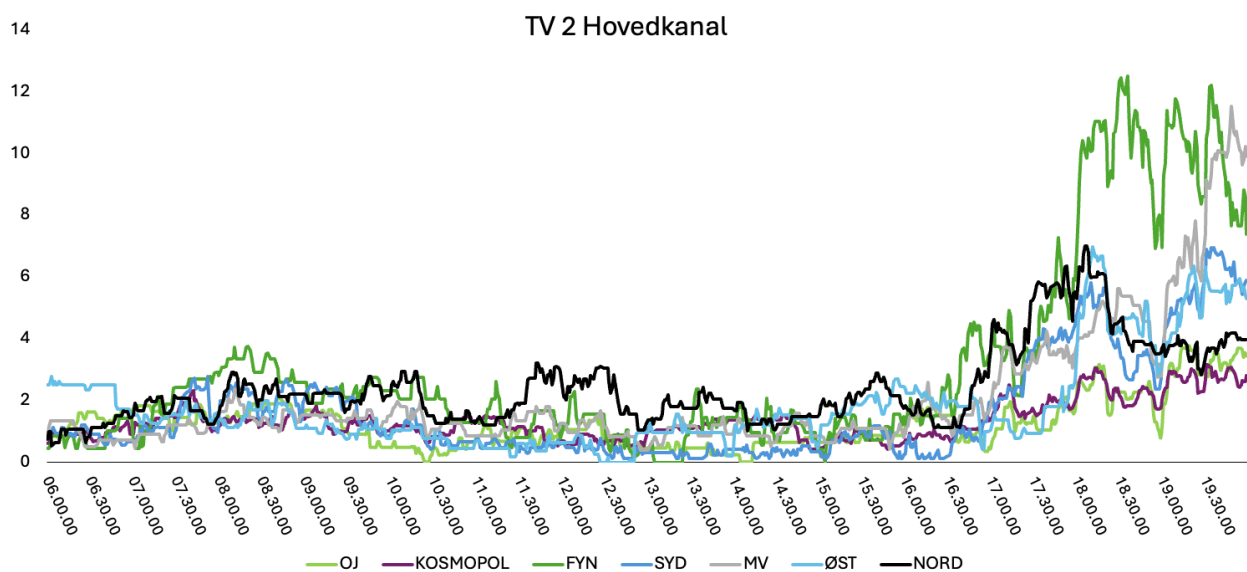
Nedenfor ses et overblik over, hvor mange timers nyhedsudsendelser, TV 2 Fyn producerede i løbet af 2025. Foruden nogle mindre forskydninger på de enkelte udsendelser, hvilket skyldes løbende ændringer i TV 2’s sendeplaner primært grundet visning af sportsrettigheder, er den store forskel på 2025 kontra 2024 kommunalvalget. I alt sendte TV 2 Fyn 9 timers ekstra nyhedsudsendelser på TV 2 Danmarks hovedkanal i 2025 sammenlignet med 2024.

TV 2-vinduer på TV 2:	Programtitel	Udsendelsestimer i 2025 (afrundet)	Heraf genudsendelses-timer	Udsendelsestimer i 2024 (afrundet)
17.14 (man.-fre.)	Regionale nyheder	11		11
18.20	Regionale nyheder	23		24
19.25-19.25.30	Coming-up	1		1
19.30	Regionale nyheder	132		127
22.00 (man.-tors.)	Regionale nyheder	37		35
Ekstra uds. Folketingets åbning	Regionale nyheder	0,3		0,3
Ekstra og udvidet uds. KV25	Regionale nyheder	9		
Regionale reklamer		0		0
Sendetimer TV 2-vinduer i alt		214	0	198

I den sammenhæng bør det fremhæves, at TV 2 Fyn har utrolig godt fat i den fynske befolkning på TV på valgdagen og dagen efter valget, hvor de fleste af de ekstra 9 timers fjernsyn er blevet sendt. Den første graf viser TV 2-regionernes rating i løbet af valgdagen på TV 2’s hovedkanal. Her kan man se, at TV 2 Fyn, der er den mørkegrønne kurve, en stor del af aftenen er den region, der har bedst fat i målgruppen.



Dagen efter valget ser det ligeledes meget flot ud med TV 2 Fyns rating på TV 2's hovedkanal.



5.1.3. Internetbaserede tjenester

Forpligtelsen:

REGIONEN skal drive internetaktiviteter med indhold og tjenester, der bruger internettets formidlingsformer, og som bidrager til REGIONEN's public service-formål, og som er redaktionelt begrundet. REGIONEN's internetsted skal bl.a. indeholde nyheder, programrelateret information, seerservice og produktioner med billede, lyd og tekst. REGIONEN kan på internetstedet bringe tekstbaserede nyheder. REGIONEN skal blandt andet stille indhold til rådighed via internettet som simul-/webcast og on demand. Dette public service-internetsted

skal holdes adskilt fra REGIONEN's eventuelle anden internetvirksomhed, som drives på kommercielle vilkår, dvs. uden anvendelse af offentlige tilskud. REGIONEN skal, så vidt det er teknisk muligt, vælge åbne standarder med henblik på generel tilgængelighed til det indhold, som REGIONEN stiller til rådighed via internettet. 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.

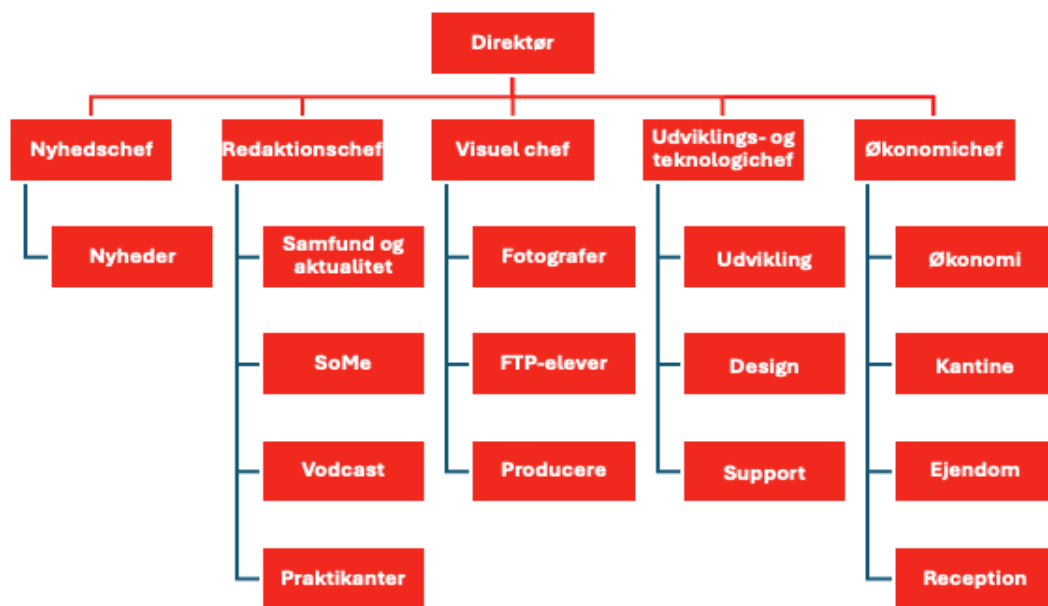
TV 2 Fyns vigtigste strategiske fokus i 2025 har som tidligere nævnt været digital omstilling. Ikke for TV 2 Fyns skyld, men fordi TV 2 Fyn ikke lykkes med sin public service-opgave, hvis mediehusets gennemslagskraft forringes år for år på grund af flow-tv's strukturelle tilbagegang. Et medie kan kun facilitere den demokratiske samtale, hvis den har gennemslagskraft i befolkningen.

Den digitale omstilling har på TV 2 Fyn i 2025 været præget af en række strukturelle ændringer af virksomheden. Alle med henblik på skabe en organisation, der står bedre rustet til at imødekomme en digital virkelighed. Særligt fire forandringer er væsentlige at fremhæve:

- TV 2 Fyn ændrede i 2025 i chefstrukturen og dermed også den underliggende organisering af virksomheden. Stillingen som administrationschef blev nedlagt og i stedet blev en ny stilling som teknologi- og udviklingschef oprettet. Dette skete med henblik på at styrke ledelsen af teknologi- og udviklingsområdet, der er af strategisk afgørende betydning for TV 2 Fyns digitale omstilling. Styrkelsen af ledelsen af teknologiområdet har også haft den effekt, at TV 2 Fyns chefgruppe har fået et medlem af sin kreds, der bærer en digital fagfaglighed ind i de strategiske samtaler, hvilket også var et mål med omrokeringen.
- TV 2 Fyn nedlagde derudover i 2025 den vakante stilling som chefredaktør og ansatte i stedet en ny redaktionschef. Den nye redaktionschef har fået ansvaret for TV 2 Fyns forproducerende redaktioner, som i samme ombæring blev slået sammen til én samlet samfunds- og aktualitetsredaktion. Årsagen til dette var todelt. Dels havde opsætningen af særligt den nu forhenværende videoredaktion vist sig ikke i tilstrækkeligt omfang at understøtte TV 2 Fyns strategiske mål om digital omstilling. Redaktionen producerede primært indslag på omkring ti minutters varighed. Disse blev kun i ringe grad forbrugt digitalt og endte således med primært at understøtte TV-plattformen, hvilket ikke matchede ønsket om digital omstilling.
- Slutteligt gennemførte TV 2 Fyn i oktober måned 2025 en gennemgribende omorganisering af mediets nyhedsredaktion under nyhedschefens område. Den var forinden opdelt i en TV-afdeling og en digital afdeling. I stedet for at bygge videre på disse to søjler, hvilket ville have betydet, at der skulle overføres ressourcer fra TV til digital produktion, valgte ledelsen på TV 2 Fyn at gentænke den samlede organisering med henblik på at gøre hele nyhedsredaktionen digital. Forandringen skulle booste den samlede digitale indholdsproduktion på dagen med særligt fokus på at sikre mere video på tv2fyn.dk og app. Samlet er antallet af påbegyndte visninger af videoer på tv2fyn.dk og app i 2025 steget 71 procent sammenlignet med 2024, og den samlede tid forbrugt på at se video på samme platforme er steget med 155 procent.
- Øget samarbejde TV 2-regionerne i mellem. TV 2 regionerne tog i 2025 beslutning om at intensivere samarbejdet om udviklingen af egne digitale platforme. Dette sker i regi af den

fælles udviklingsafdeling kaldet Fælles Regional Online Platform (FROP). Det er her drift og udvikling af TV 2-regionernes fælles CMS-system samt nyhedsapp foregår. Det øgede samarbejde betyder en øget integration TV 2-regionerne i mellem. Det betyder langt flere fællesløsninger i stedet for decentral udvikling. Det skal gerne give bedre kvalitet i udviklingen samt økonomiske stordriftsfordele. Beslutningen har krævet en markant forøgelse af FROP's budget.

Det nye organisationsdiagram for TV 2 Fyn ser som konsekvens af ovenstående således ud:

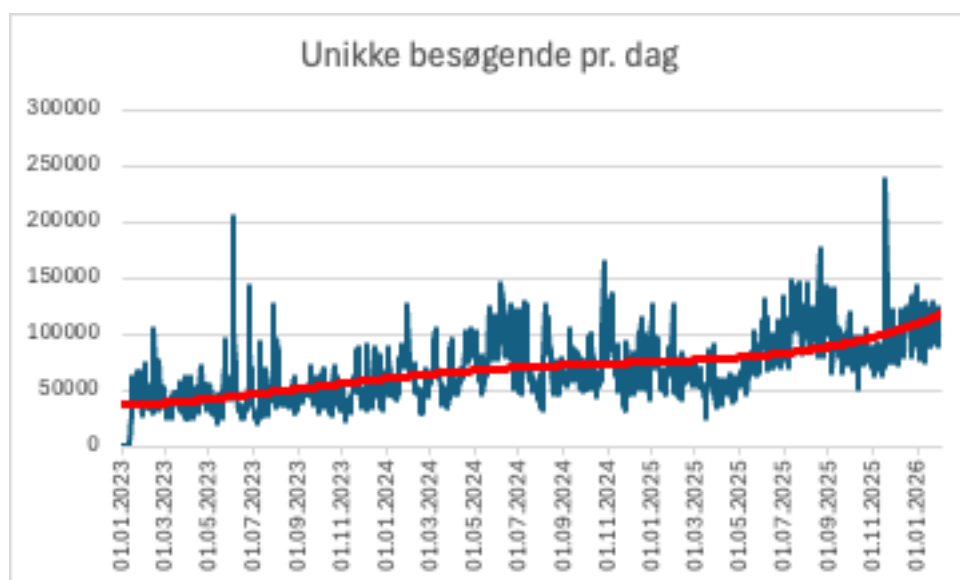


Ovenstående indsatser har kombineret med dygtige medarbejderes bidrag betydet, at TV 2 Fyn i 2025 oplevede en markant vækst i trafikken på mediehusets digitale platforme.

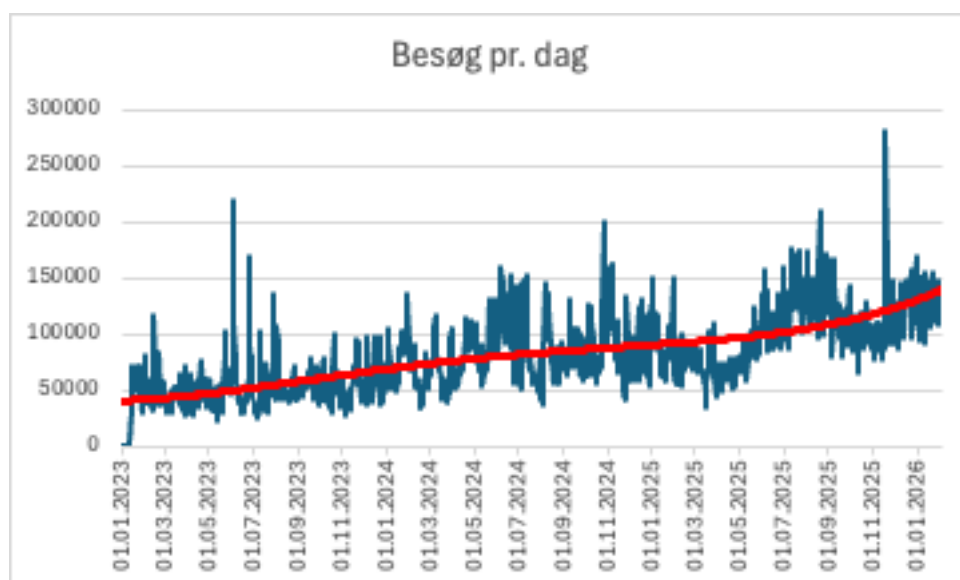
År	2023	2024	2025	Note
Unikke besøgende	45.249	69.581	85.000	
Besøg/brugere	19.314.065	31.130.212	103.310	Ændret til daglig gennemsnit i 2025
Sidevisninger	44.279.811	111.153.800	451.605	Ændret til daglig gennemsnit i 2025
Visninger (tv2.dk) - dagligt gennemsnit	37.873	68.272	59.313	

Antal sete videominutter	3.493.317	5.816.385	15.135.531
Antal videoafspilninger	3.182.015	42.373.622	72.177.408

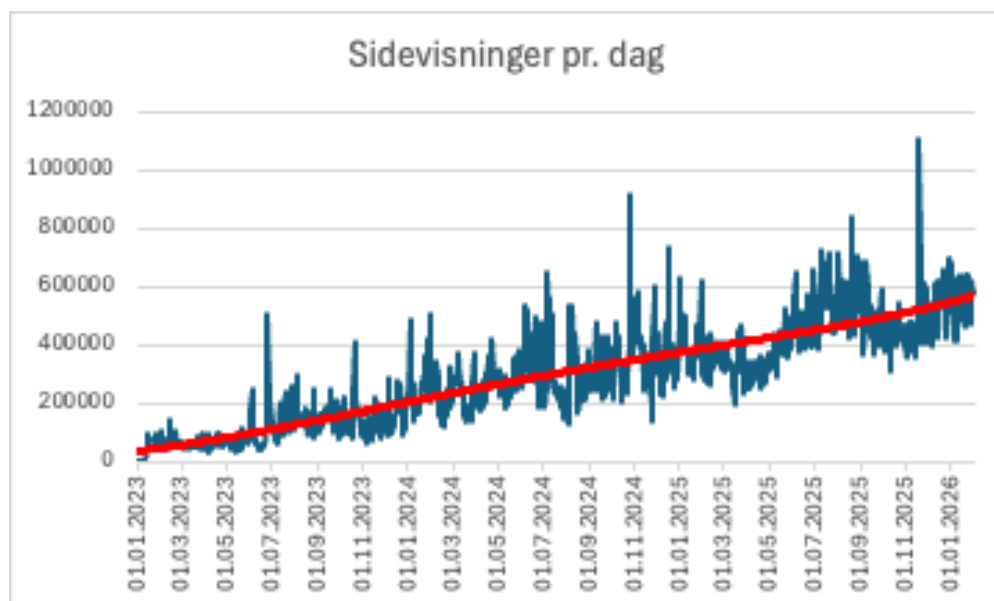
Antallet af daglige unikke besøgende på tv2fyn.dk + app steg i 2025 med 22 procent sammenlignet med 2024. Der var således i 2025 i gennemsnit omkring 85.000 unikke besøg forbi TV 2 Fyns nyhedssite og app hver dag.



Det samlede antal besøg på tv2fyn.dk + app steg i 2025 med 21 procent sammenlignet med 2024. Det daglige gennemsnit af besøg endte dermed på omkring 103.000.



Antallet af sidevisninger på tv2fyn.dk + app steg med 48 procent i 2025 sammenlignet med 2024. I gennemsnit havde TV 2 Fyn således omkring 451.000 sidevisninger hver dag i 2025.



Dertil kommer de artikler, TV 2 Fyn fik publiceret på tv2.dk som en del af samarbejdet de to huset i mellem. Det faldt fra 2024 til 2025 med 13 procent, hvilket betød at der dagligt i gennemsnit var omkring 59.000 sidevisninger via den kanal. Faldet tilskrives justeringer i den redaktionelle linje ved både TV 2 Danmark og TV 2 Fyn.

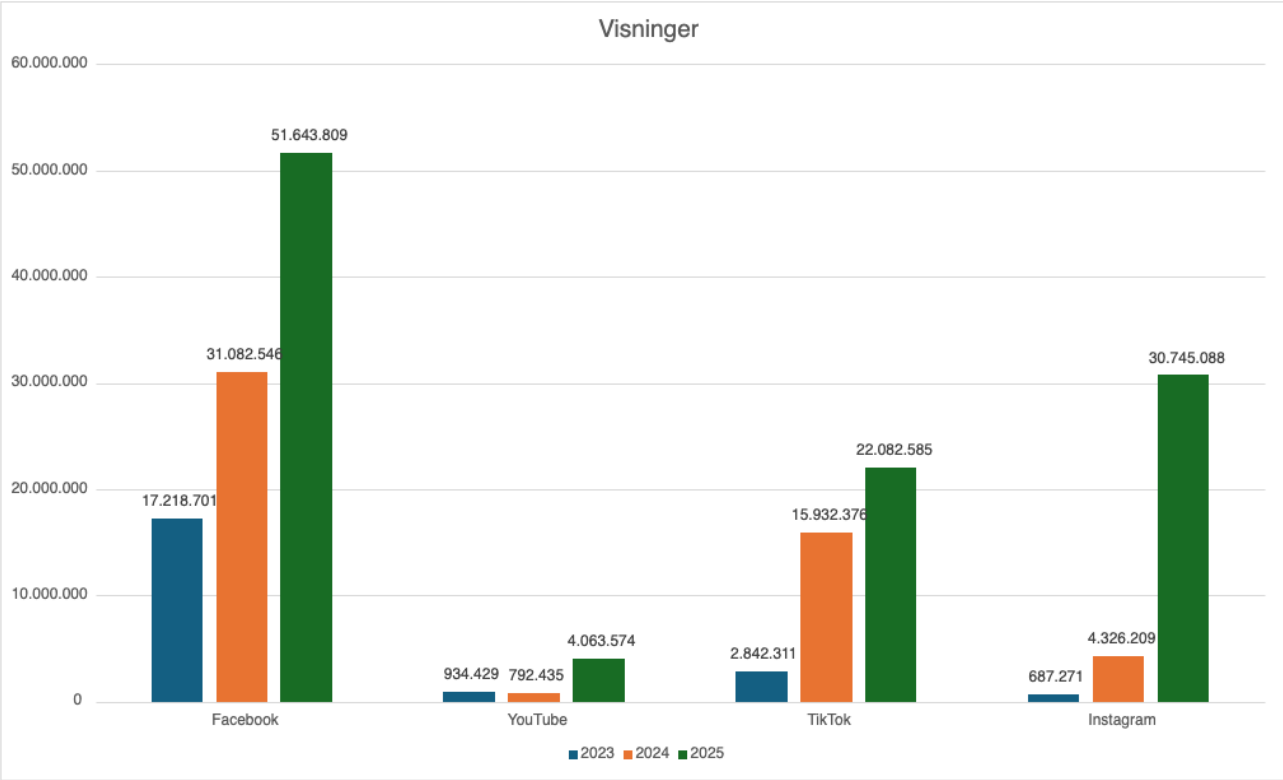
Visningerne på TV 2 Fyns sociale medieprofiler eksploderede i 2025. På Instagram steg antallet af visningerne i 2025 med 611 procent. På TikTok steg visningerne med 39 procent. På Facebook havde TV 2 Fyn 66 procent flere visninger i 2025 end i 2024. Og på YouTube steg tallet med 413 procent. I alt opnåede TV 2 Fyn på disse tre platforme over 109 millioner visninger i 2025, hvilket svarer til omkring 298.000 visninger i gennemsnit alle årets dage.

Instagram			
Årstal	2023	2024	2025
Antal opslag	184	466	869
Antal videovisninger/afspilninger	687.271	4.326.209	30.745.088

TikTok			
Årstal	2023	2024	2025
Antal opslag	49	193	200
Antal videovisninger/afspilninger	2.842.311	15.932.376	22.082.585
[Antal delinger - hvis muligt]	6.596	94.930	103.081

Facebook			
Årstal	2023	2024	2025
Antal opslag	2.153	4.892	7.120
Antal abonnenter/følgere/etc.	75.000	86.000	116.000
Antal videovisninger/afspilninger	17.218.701	31.082.546	51.643.809
[Antal delinger - hvis muligt]	42.369	52550	83.021
[Sete minutter - hvis muligt] (HH:MM:SS)	126525:26:08	208696:16:49	358563182:05:45

YouTube			
Årstal	2023	2024	2025
Antal opslag	116	114	184
Shorts	0	3	108
Følgere		9592	12600
Antal videovisninger/afspilninger	934.429	792.435	4.063.574



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 kulturarvsmæssige 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 REGIONEN programarkiver tilgængelige for befolkningen og forskermiljøerne.

TV 2 Fyn har bevaret samtlige udsendelser siden stationens start i januar 1989.

- Frem til maj 2003 eksisterer udsendelserne på analoge bånd.
- Fra maj 2003 og frem til januar 2013 eksisterer de på digitale bånd.
- Fra januar 2013 og frem til juni 2020 eksisterer de på servere i TV 2 Fyns digitale arkiv.
- Og fra juni 2020 og frem til i dag arkiveres og opbevares på TV 2 Fyns programarkiver i en cloud-løsning.

Hele TV 2 Fyns programarkiv er registeret i interne arkivsystemer.

TV 2 Fyns udsendelser blev indtil 2006 pligtafleveret til Statens Mediesamling på Det Kgl. Bibliotek i Aarhus dagligt. I perioden 2006 til og med 2011 er der udelukkende afleveret én uges programmer årligt. For TV 2 Fyns vedkommende var dette uge 46. Efter 2011 henter Statens Mediesamling på Det Kgl. Bibliotek i Aarhus selv programmerne.

Fra september 2009 og frem er TV 2 Fyns programmer tilgængelige på www.tv2fyn.dk. Her kan man finde programmerne efter dato.

For at sikre den del af TV 2 Fyns programarkiv, som ligger på fysiske bånd, og som desværre ikke kan holde evigt, er der i 2025 igangsat et projekt med at overspille programmerne på disse bånd til en cloudløsning. Det forventes at være et projekt, der kommer til at strække sig over flere år.

6. Finansiering

6.1. Hoved- og nøgletal regnskabsåret 2025

TV 2 Fyn har i regnskabsåret 2025 realiseret et underskud på 330 tkr., hvilket er 66 tkr. bedre end budget. Årets underskud overføres til egenkapitalen. Der har igennem en årrække været budgetteret med et årligt driftsunderskud, da TV 2 Fyns bestyrelse på opfordring fra Rigsrevisionen har ønsket at nedbringe egenkapitalen. Der var i 2025 budgetteret med et forventet driftsunderskud på 396 tkr.

TV 2 Fyns realiserede nettoomkostninger ved public service-virksomheden i 2025
(formålsfordelt) sammenholdt med den offentlige finansiering

Mio. kr., 2025-niveau, ekskl. moms	2025		
	Regnskab	Budget	Afvigelse
Public service-virksomhed:			
<i>Omkostninger:</i>	80,6	79,2	1,3
Produktion, fordelt på			
- nyhedsrelateret indhold på tv og andre platforme	71,6	68,0	3,5
- øvrigt indhold, events mv.	0,0	0,0	0,0
Administration	6,0	7,7	-1,7
Øvrig drift	0,0	0,0	0,0
Finansielle omkostninger	0,0	0,1	0,0
Afskrivninger	3,0	3,5	-0,5
<i>Indtægter:</i>	-3,6	-2,2	-1,4
Andre driftsindtægter	-3,4	-2,0	-1,4
Finansielle indtægter	-0,2	-0,2	0,0
Andel af overskud, anden virksomhed	0,0	0,0	0,0
Nettoomkostninger ved public service-virksomhed	76,9	77,0	-0,1
Overskud af anden virksomhed	0,0	0,0	0,0
Nettoomkostninger ved public service-virksomhed, inkl. overskud af anden virksomhed	77,0	77,0	-0,1
Samlet offentlig finansiering	76,6	76,6	0,0
- Tilskud over finansloven 2025	76,6	76,6	0,0
Difference	-0,3	-0,4	0,1