



TV2 NORD

Public Service Redegørelse

2025



Indholdsfortegnelse

1. Rammer for public service-kontrakten.....	3
2. Generel information	3
TV2 Nords dækningsområde	3
Seertal	4
3. Specifikke forpligtelser	5
3.1. Nyheds- og aktualitetsprogrammer	5
3.2. Dækning af det regionale område	7
3.3. Udvikling af indhold og distributionsformer	9
3.4. Strategi samt mål og målbare succesparametre.....	10
3.5. Dansk kunst og kultur	18
3.6. Indkøb af programmer og samarbejde med producenter	20
3.7. Samarbejdet med de øvrige regionale TV 2-virksomheder	20
3.8. Beskyttelse af børn.....	23
3.9. Betjening af handicappede.....	23
3.10. Dansk sprog	24
3.11. Europæiske programmer.....	25
4. Dialog med befolkningen.....	25
5. Tilgængeliggørelse af public service-indhold.....	25
5.1. TV	27
5.1.1. Den regionale tv-kanal - SALTO	27
5.1.2. "Vinduer" i TV 2-sendepladsen	28
5.1.3. Internetbaserede tjenester	28
5.2. Arkiver	33
6. Finansiering	34
6.1 Hoved- og nøgletal	34

1. Rammer for public service-kontrakten

Jf. mediepolitisk aftale for 2024-2026 gælder TV2 Nords kontrakt med kulturministeren for perioden 1. april 2024 til 31. december 2026.

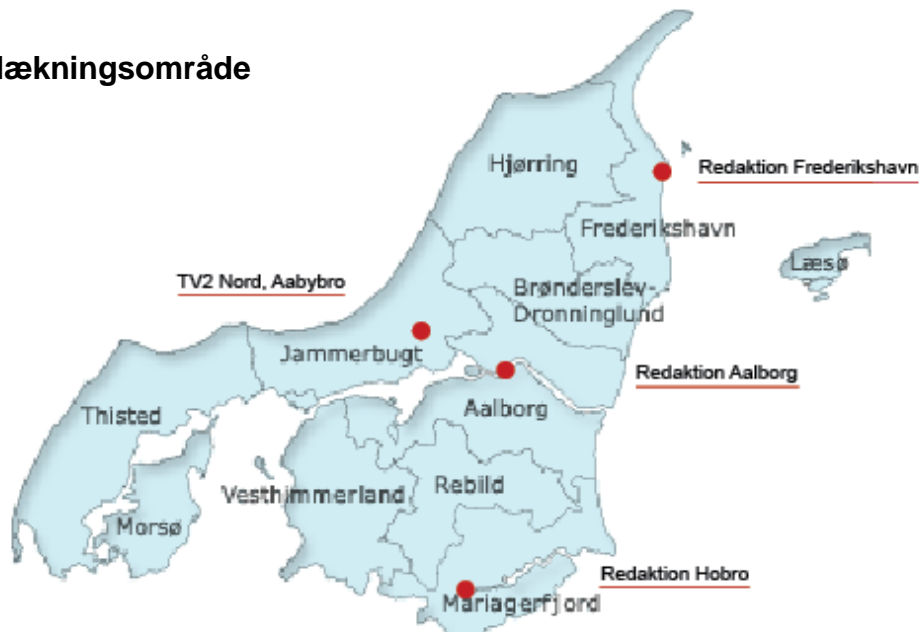
TV2 Nords bestyrelse har det overordnede ansvar for programvirksomheden, jf. de rammer, der er fastlagt i lovgivningen og den indgåede kontrakt med kulturministeren.

Bestyrelsen består pr. 1. januar 2025 af følgende medlemmer:

Forperson Søren Svendsen
Næstperson Christina Madsen Kristiansen
Bo Jeppesen
Birgitte Storgaard Nielsen
Rene Zimmer
Mogens Mathiasen (også forperson for repræsentantskabet)
Lisbet Christensen (medarbejdervalgt)

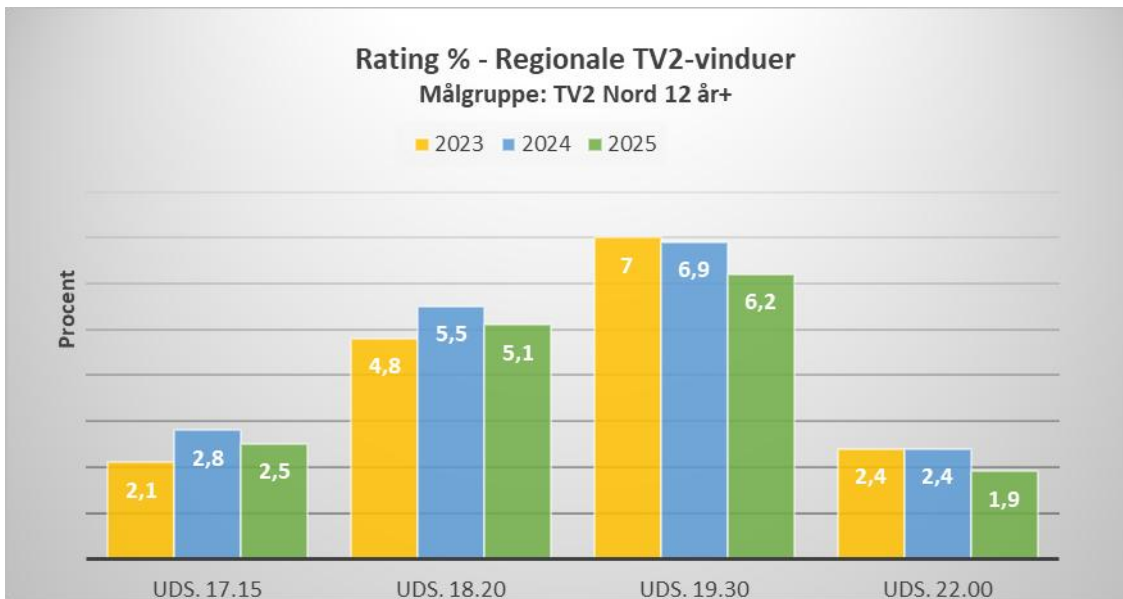
2. Generel information

TV2 Nords dækningsområde



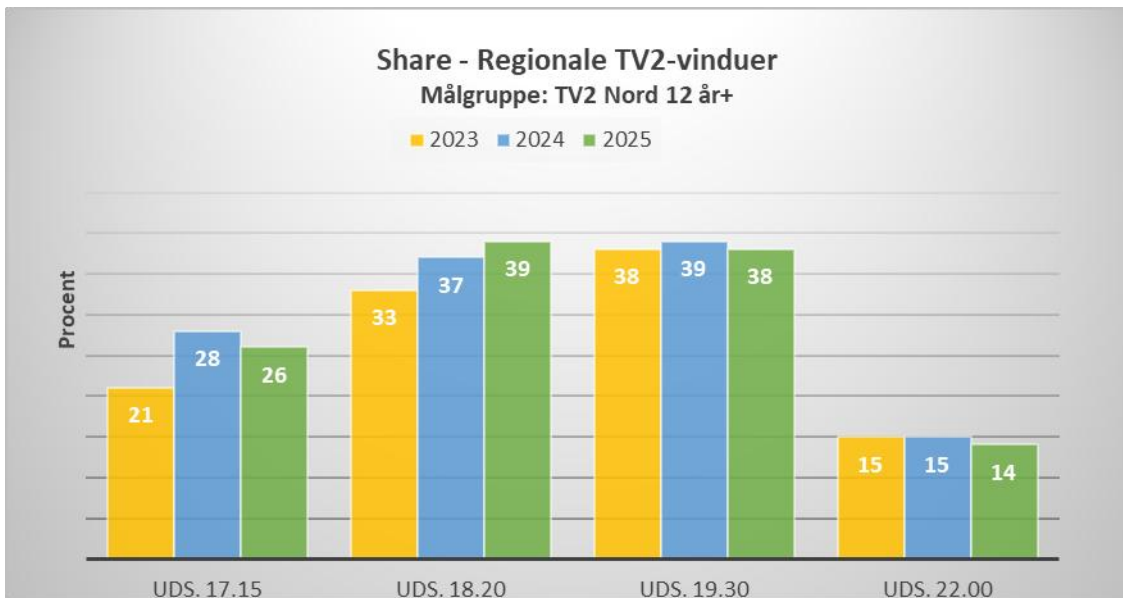
Seertal

Rating % - regionale TV2-vinduer



Kilde: Nielsen

Share - regionale TV2-vinduer



Kilde: Nielsen

De grønne søjler repræsenterer seertallene for 2025 – henholdsvis rating i % og share. Set på sharen er sket fremgang udsendelsen kl. 18.20. De øvrige udsendelsestidspunkter holder niveauet fra tidligere år. Tallene for januar 2026 viser fremgang på alle udsendelserne. Det er en positiv tendens.

3. Specifikke forpligtelser

3.1. Nyheds- og aktualitetsprogrammer

Forpligtelsen:

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

TV2 Nord's nyheds- og aktualitetsdækning har tv2nord.dk, sociale platforme, TV2 Nord Salto og 19.30-udsendelsen på TV2 som omdrejningspunkt.

I 2025 omorganiserede vi nyhedsredaktionen, så vi udover den daglige nyhedsbemanding fik en Samfundsredaktion, der arbejder med mere forproduktion og flere gennemarbejdede historier. TV2 Nord fik også fire fagreportere, der beskæftiger sig med miljø og klima, livsstil, krimistof og politik. Formålet er at skabe mere fokus på de omtalte emner og gradvis opbygge en større viden om emnet hos den enkelte reporter.

Ideen med at dyrke vores egne historier og skabe mere forproduktion giver et langt bedre flow af nyheder for vores brugere. Her kan vores nyhedsplanlæggere lægge langt bedre planer og begynde nyhedsdøgnet med planlagte morgenpakker. Samfundsredaktionen er også en indsatsstyrke, som kan springe til og hjælpe den daglige nyhedsredaktion, når der indtræffer større historier eller begivenheder, som skal håndteres.

I 2025 skruede vi også op for den digitale nyhedsformidling ved hjælp af større brug af live blogs på tv2nord.dk. Her kan nordjyderne følge med fra morgenstunden, hvis der for eksempel er voldsomme vejr-situationer eller store retssager, som har offentlighedens interesse. Vores live-center leverer både hurtige og gennemarbejdede nyheder til nordjyderne og helst som de første, når der er tale om breaking. Vores aktualitetssatsning på kanalen Salto og tv2nord.dk kommer til udtryk i en indholdssløjfe, hvor vi varierer mellem at sende døgnets producerede TV nyheder og magasiner fra ugens løb.

På vores platforme på de sociale medier facebook, instagram og TikTok er vi også til stede med et udvalg af de historier, som vi dagligt producerer. Til TikTok producerer vi især selvstændige aktuelle historier målrettet platformen, ligesom vi også klipper selvstændige videoer til facebook. På TikTok har vi også i højere grad sendt live, når et aktuelt emne har interesse for den yngre generation.

På vores kanal Salto er der på alle hverdage morgengymnastik kl. 9.00, hvilket er til stor glæde for de nordjyske pensionister.

TV2 Nord's strategi er, at vi hurtigt får nyhederne ud gennem vores live-center, og hvis nyheden egner sig til det, følger vi hurtigt op med et hold, der kan fortælle mere om begivenheden eller historien. Via push-besked på mobilen gør vi også nordjyderne opmærksomme på de vigtigste historier.

Når det gælder vores 19.30-udsendelse er vores mål på alle hverdage at sende nyheder i de 24 minutter, som udsendelsen varer både på TV2 og på TV2 Nord Salto. Lørdag sendes der 12 minutters nyheder og søndag 15 minutter. Nyhedsudsendelsen afløses af et nyt magasinprogram, der enten er egenproduceret eller produceret af ekstern producent. I sommerperioden fra uge 27 til uge 32 sendes der dog kun 15 minutters nyheder på hverdage.

Nyhedsudsendelserne og tv2nord.dk består af dagens vigtigste og væsentligste nordjyske nyheder, reportager, features og interview-gæster i studiet. Vi bestræber os på at komme godt rundt i landsdelen, så alle nordjyder føler, at TV2 Nord er vedkommende for dem. Nyhederne byder også på en dækning af nordjysk elitesport indenfor de sportsgrene, hvor nordjyske hold er repræsenteret. I 2025 købte TV2 Nord en autocamper for netop at komme endnu tættere på nordjyderne, når der enten skal produceres nyheder eller vi skal være til stede i forbindelse med større begivenheder.

Et af de helt store projekter i 2025 var Regions- og Kommunalvalget, som involverede stort set alle i huset. Alle kommuner havde en fast reporter tilknyttet, der et par måneder inden valget begyndte af kigge på interessante valghistorier. Vores Samfundsredaktion havde forproduceret aktuelle historier, der koncentrerede sig om valgemner, som skoler, børnepasning, ældre og meget mere. Vores overordnede overskrift på hele vores valgdækning var ordet "Stem". For os var det afgørende, at vi kunne klæde nordjyderne på, så godt som muligt til at sætte krydset på valgdagen. Derfor søsatte vi også en bred palette af journalistiske produktioner og historier, der kunne gøre nordjyderne klogere.

Vi har produceret klassiske valgdebatter for alle kommuner, hvor alle spidskandidater var inviteret til at deltage. Vi nedsatte en "Ungeredaktion", der kunne arbejde med valgstof målrettet unge og de platforme, som de er på. Vi omdøbte vores autocamper til "Valgbussen", der på alle hverdage fire uger inden valget kørte rundt i Nordjylland og lavede historier ud fra de tip, som vi havde modtaget fra nordjyderne. Sammen med reality-stjernerne Dolken og Knaldperlen, der kommer fra Nordjylland, producerede vi serien "Fedt mand – valg". Her er de to nordjyder rundt i landsdelen for at finde ud af alle de opgaver, som kommunerne tager sig af, og for at synliggøre, at det er vigtigt at stemme til kommunalvalget.

Sammen med de øvrige TV2 Regioner og TV2 havde vi en kandidattest på hjemmesiden, så nordjyderne kunne blive klogere på, hvor krydset skulle sættes. I den mere kuriøse ende producerede vi også "Det stærke valg", hvor udvalgte spidskandidater fra region og kommuner fik taletid efter, hvor stærk en chili de spiste.

På selve valgaftenen havde vi live-reportere til stede i alle kommuner for at følge valget helt tæt på. I dagene efter valget blev konstitueringerne også fulgt tæt, og vi var på pletten, da der adskillige dage efter valget udspillede sig et drama i Aalborg Kommune, hvor borgmesterspillet tog en uventet drejning. Efter valget kunne vi også præsentere miniserien "Valgets dramaer", hvor vi havde fulgt to spidskandidater tæt i deres kamp for at blive borgmester.

På nyhedsfronten blev afdækningen og afsløringer i Frederikshavn Havn og Frederikshavn Kommune af et fordækt politisk forløb, en havn på fallittens rand, lemfældig omgang med offentlighedsloven og en milliardregning til skatteborgerne endnu engang hyldet, da journalister på vores lokalredaktion i Frederikshavn modtog Maren-prisen. Prisen er en journalistisk pris, som uddeles af Journalistforbundets Kreds 6.

I årets løb har vi udviklet på vores faste aktualitetsprogrammer, som produceres i studiet. I første halvår af 2025 kørte vi videre med "Holdningsholdet", hvor et fast panel diskuterer aktuelle nordjyske dagsordener, og "Duellen", hvor to politikere enten fra kommune eller folketing diskuterer et vigtigt nordjysk emne. Vores aktuelle samtaleprogram Indblik, hvor en gæst i studiet gør os klogere på et aktuelt emne, blev også produceret i første halvår af 2025. I sidste halvdel af 2025 stoppede de her produktioner i studiet for at give mulighed for en massiv dækning af Regions- og Kommunalvalget, som også betød produktion af valgdebatter i studiet. Desuden vil vi også fremadrettet satse mindre på faste formater i studiet og mere på produktioner, der opstår, når det rigtige emne er der.

Emnerne i vores aktuelle magasiner har været mange. Vi har for eksempel diskuteret minkproduktion, køns- og identitetspolitik, støj fra den 3. Limfjordsforbindelse. Sundhedsreform, private ambulancer, hærværk på offentlige toiletter og ulve.

I forbindelse med Folketingets åbning i oktober var vi på Christiansborg, hvor vi leverede aktuelle historier til tv2nord.dk og sendte en aktuel livedebat med de nordjyske folketingsmedlemmer.

Vi har også i løbet af året produceret formatet "TV2 Nord undersøger", hvor vi sætter fokus på aktuelle emner. Holdet bag serien har blandt andet kastet sig over emner som landsbydød, vores interesse for "true crime" og indkøb af julegaver.

TV2 Nord har også på bedste vis dækket de større begivenheder, som har fundet sted i landsdelen både i nyhederne, men også som livemagasiner. Her kan blandt andet nævnes Nibe-festival, Skagen festival og Karneval i Aalborg.

Mod årets slutning har TV2 Nord også set tilbage på det forgangne år med magasinet "Året ifølge...". Her har kendte nordjyder set tilbage på året, der er gået, og fortalt om deres store øjeblikke, og hvilke begivenheder, der har gjort størst indtryk på dem.

3.2. Dækning af det regionale område

Forpligtelsen:

TV2 Nord skal i deres programvirksomhed dække hele Region Nordjylland - herunder i forbindelse med valg - og afspejle den mangfoldighed af kultur, livsopfattelse og levevilkår, der er i Region Nordjylland.

Antallet af historier på tv2nord.dk i 2025 og 2024 fordeler sig geografisk således:

Kommune	Antal 2025	Antal 2024
Brønderslev	376	285
Frederikshavn	922	963
Hjørring	905	601
Jammerbugt	525	397
Læsø	100	59
Mariagerfjord	507	399
Morsø	316	220
Rebild	295	181
Thisted	672	583
Vesthimmerland	386	310
Aalborg	3.785	2.979
Nordjylland/Region Nordjylland	1.708	2.159
Samlet	10.497	9.136

Samlet udgør summen af artikler fordelt på kommuner mere end 100 procent. Det sker da en artikel kan være tilknyttet flere kommuner på samme tid. Årets samlede produktion er 9.275 unikke artikler.

Både fordelingen af vores historier samt antallet af historier fra de nordjyske kommuner er meget tilfredsstillende og flugter med vores ambition om at udvikle et moderne digitalt mediehus. Vi har således både levet op til vores geografiske ambition og forpligtelse til at dække alle kommuner i vores region og samtidig formået at skrue markant op for dækningen af stort set alle kommuner i vores region.

Totalt ser vi en fremgang i antallet af artikler fra 9.136 i 2024 til samlet 10.497 for 2025.

Der er udkommet flere artikler i alle kommuner med undtagelse af to – og sammenholder man antallet af artikler med befolkningens størrelse ses en jævn dækning af hele regionen.

Særligt kan man ved sammenligning af 2024 og 2025 se at antallet af artikler baseret i Frederikshavn Kommune er faldet – men steget meget mere i Hjørring. Dette skyldes blandt andet en 'overproduktion' af Frederikshavn-stof i 2024 hvor skandalen om Frederikshavn Havn var en meget stor historie samt et strategisk fokus om at øge tilstedeværelsen i Hjørring Kommune. De to kommuner er i 2025 – per capita – dækket næsten identisk.

Dækningen af Region Nordjylland er en stor prioritet for TV2 Nord, og den udspringer hovedsageligt fra vores redaktion på centralredaktionen i Aabybro. Vores tre egnsredaktioner i Hobro, Aalborg og Frederikshavn bidrager naturligvis også til vores dækning af dette brede stofområde – især med cases på sundhedsområdet, hvilket har været nogle af de mest forbrugte historier på vores platforme i 2025. De tre egnsredaktioner er centrale for TV2 Nord's ambition om at skabe endnu flere dagsordenssættende historier. Egsredaktionerne er til stede ude i vores område, møder de mennesker der bor der og samler på den måde de historier, der virkelig betyder noget, op der hvor de sker. De er en meget vigtig brik i arbejdet for at sætte dagsordenen fremfor at følge den fælles dagsorden.

Det samlede antal af artikler for 2025 overgår også langt det strategiske måltal, TV2 Nord havde for året, der lød på 7.000 artikler. Det mål har vi indfriet med mere end 140 procent.

Artiklerne er et udtryk for det samlede antal historier, vi har produceret på TV2 Nord. Ingen historier bliver kun produceret til tv eller programfladen, men bliver også udfoldet på de digitale platforme. Alle historier – uanset hovedplatform – er således repræsenteret blandt de 9.275 unikke artikler.

Tæt samarbejde med TV MIDTVEST

I forhold til den geografiske dækning har TV2 Nord fortsat et godt og tæt samarbejde med TV MIDTVEST, der sikrer, at Morsø og Thisted kommuner også har synlighed via TV2 Nord, såvel i tv som digitalt. Dette fremgår også af oversigten over antallet af artikler publiceret i 2025.

Dette samarbejde, og den fælles udvikling af historier, fra netop de to nordvestjyske kommuner har også båret frugt i 2025, hvor vi trods et lille fald i antallet af artikler fra Thisted Kommune er godt repræsenteret i forhold til indbyggertal i netop den kommune. Derudover er vi lykkedes med at skrue markant op for dækningen af Morsø Kommune, som tidligere har været en smule underrepræsenteret ift. indbyggertal.

3.3. Udvikling af indhold og distributionsformer

Forpligtelsen:

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

TV2 Nord arbejder løbende på at optimere diverse publiceringsplaner, så indhold når ud til så mange som muligt. Udover faste sendetidspunkter har vi i udgangspunktet snigpremiere på programmer og serier på tv2nord.dk og TV2 Play om morgenen samme dag, som de om aftenen har premiere på TV.

Med udviklingen af en ny hjemmeside, designet til mobilen, har vi i 2025 hele tiden forsøgt at optimere siden og gøre brugerrejsen til vores indhold så enkel som muligt. Vi lægger vægt på video og levende billeder på tv2nord.dk og vores dæk med højkants-video forsøger vi hele tiden at udvikle.

2025 var også året, hvor vi for alvor tog det grafiske værktøj canva i brug. Det giver mange gode grafiske effekter, der kan gøre billeder og grafik mere fængende.

I 2025 har vi haft fokus på at udvikle tv2nord.dk's Play-side, så det er endnu nemmere at få overblik og søge programmer og udsendelser frem.

Vi har udviklet et explainerformat, der kan bruges på tværs af platforme. Efter optagelse bliver explaineren lavet i tre forskellige formater 16:9, 9:16 og 4:5. På den måde kan den bruges på TV, på hjemmesiden og på some platforme. Varigheden på explaineren er max tre minutter. Nordjyderne er blevet oplyst om mange emner lige fra iltsvind i Limfjorden til kongehusets tilknytning til Nordjylland.

Vi har også yderligere intensiveret vores brug af live-blogs, så vi hurtigt kan fange nordjyderne digitalt i løbet af dagen. På Facebook og Instagram bliver der lavet opslag og stories, der leder brugerne videre til indholdet på tv2nord.dk. I 2025 har vi fortsat rigtig godt fat i den yngre målgruppe på TikTok. Her laver vi både historier som tager udgangspunkt i mere alvorlige nyheder, og historier, hvor vi taler mere ind i emner eller begivenheder, som er oppe i tiden.

Vi har sat ekstra skub i at publicere alle vores nye serier og magasiner på YouTube, da platformen efterhånden bliver brugt af alle aldre, så derfor er der et stort potentiale for at få endnu flere til at se vores indhold.

Vi laver også webdoks til vores hjemmeside, en del af dem med udgangspunkt i de programmer, som vi producerer til TV. På den måde kan vi med det samme gennemarbejdede indhold henvende os til forskellige målgrupper.

Vores format "Indblik" og "Holdningsholdet" er vlogcast, som vi både bruger som podcast og på TV.

Vi udvikler hele tiden indhold, der enten rammer bredt eller udvalgte målgrupper, og stadig overvejende ud fra begrebet: Ægte nordjysk og digitalt først. Derudover arbejder vi også hele tiden med måden at skrive nyheder, serier og programmer sammen på, så vi fastholder seerne i en digital tid, hvor det er de første sekunder, der er helt afgørende. Udover at klippe mange GIF's til artiklerne, så har vi også udviklet en skabelon til et videoformat, der lægges ind i artikler samtidig med, at der af det samme materiale bliver produceret et ENG-indslag.

I 2025 sprængte vi igen rammerne for, hvor lang tid vi kan sende live. I den første uge i september sendte vi live 24 timer i døgnet i næsten syv dage i træk, da vi fulgte ultraløberen Stine Rex løbe rundt

om den sø, der ligger umiddelbart udenfor TV2 Nords vinduer. Her satte hun verdensrekord, hvor hun løb 1.000 kilometer på 6 dage, 13 timer og 35 minutter. Samtidig blev der samlet 1,8 millioner ind til den nordjyske organisation Gestus Nord, der hjælper sårbare børn og deres familier. Eventen "Nordjylland gør en forskel" blev en kæmpe succes, som nåede vidt omkring digitalt, og som folk i resten af landet og udlandet fulgte med i. Rekordforsøget er også anerkendt af Guinness World Records, eftersom hun er den kvinde i verden, der officielt har løbet længst på seks dage. Udover at eventen blev streamet på tværs af landegrænser, så blev det også et levende samlingspunkt, hvor folk samlede sig om koncerter, madboder og underholdning ved TV2 Nord. Det hele blev sendt på tv2nord.dk og TV2 Salto døgnet rundt.

Programvirksomheden i 2025 bestod af en række forskellige formater og genrer, der er lige så mangfoldige, som public service-kravet til virksomheden er. Når det gælder serier, kan bl.a. nævnes:

- "Skagen Festen i uge 29". Vi er med i Skagen, i den berømte uge, hvor Nordsjælland smelter sammen med Nordjylland i en blanding af lyserøde bobler og dyre biler.
- "Vandborgs vilde boligdrøm". Hvordan er det, når man vil samle tre generationer på samme matrikel. Det ser vi på sammen med Familien Vandborg, der tidligere har været med i Nybyggerne, men nu flytter på landet.
- "Fødegangens Magi". Programmet tager os med helt tæt på de mennesker, som gør familierne trygge i livets store øjeblikke, hvor familier skabes.
- "Sussi uden Leo". Sussi har fået en ny kæreste, og vi er med i tiden efter, at Leo er gået bort, og Steen på respektfuld vis flytter ind.
- "Handy Powergirl" er et program med en pige, der på trods af cerebral parese, spreder glæde og formidler sin historie på SOME.
- "SHIT Jeg flytter hjemmefra". Her følger vi Jonathan med tourettes. Vi er med, når han former sit liv og udlever sine drømme. Ikke mindst er vi med, når han tager skridtet og flytter hjemmefra.
- "Undskyld vi larmer". Unge mennesker finder steder at samles om deres interesser. Her er vi med en gruppe unge, der mødes i en p-kælder i Hjørring. De er fælles om at rode med biler og hygge sig, på trods af, at der kigges skævt til dem blandt mange af de lokale beboere.
- "Frisøren og børstenbinderen". Her kigger vi ind i en tidslomme på to fag gennem et par herlige og principfaste ejere af hver sin butik.
- "Duften af Michelin". Restauranten Alimentum i Aalborg kæmper for at få en Michelin stjerne. Vi er med i processen.
- "Mad med mening". Kokken Emilie Kjærgaard tager os med rundt til lokale råvarer og viser, hvordan vi kan lave både billigt og klimavenligt mad.
- "Kvinder på jagt". Mænd samles for at gå på jagt. Det vil kvinder også. Så vi er med en gruppe kvinder, der tager jagttegn og bygger et nyt fællesskab.
- "Jul på Pigernes Kro". Et særligt sted i Nordjylland kan folk fra nær og fjern mødes for at danse. Vi er med fire skønne mennesker, når der skal festes til årets julefrokost.

3.4. Strategi samt mål og målbare succesparametre

Forpligtelsen:

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

I forlængelse af strategien skal TV2 Nord årligt opstille mål og målbare succesparametre ift. at lægge vægt på tilknytningen til regionen og til regional alsidighed samt ift. produktion og kvalitet.

Mål og målbare succesparametre meddeles Kulturministeriet i forbindelse med indsendelsen af TV2 Nords budget til kulturministeren og Folketinget.

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

TV2 Nords overordnede strategi for den femårige aftaleperiode er som følger:

TV2 Nords overordnede strategiske sigte vil fortsat være at levere nyheder og andet indhold til brugerne på de platforme, de ønsker det, i den form og på det tidspunkt, de ønsker det.

Det betyder, at TV2 Nord i de kommende år vil fortsætte det strategiske skifte fra klassisk linært tv til produktion til, og publicering på, digitale platforme og sociale medier. TV2 Nord anser dernæst tilstedeværelsen på TV2 Play som strategisk afgørende for mediehusets fremtidige publiceringsstrategi. Dernæst kommer den række af tredjeparts-platforme, som TV2 Nord også benytter for at nå brugerne: Facebook, Instagram, YouTube, X og TikTok. Flytter brugerne sig, er det TV2 Nords ambition til enhver tid at flytte med for til stadighed at optimere kontakten til brugerne og dermed også optimere brugen af det indhold, som mediehuset producerer.

I den forbindelse vil TV2 Nord fokusere på fortsat styrkelse og udvikling af nyheder, serier, magasinprogrammer, dokumentarer og andet indhold på tv2nord.dk som den centrale platform for al udgivelse. TV2 Nord vil supplere de forskellige tiltag med strategiske uddannelsesplaner, der sikrer, at de rette kompetencer er tilstede i mediehuset, det gælder ikke mindst de rette digitale kompetencer.

Opfølgning på den overordnede strategi for 2025

TV2 Nord tog i 2025 hul på det første af to år i den nuværende strategiske plan, som dækker årene 2025-2026. Strategien tager fortsat udgangspunkt i den helt overordnede digitale omstilling, men zoomer samtidig ind på overskriften: **Unikt indhold fra en unik landsdel.**

Præambelen for planen er følgende:

Ledestjernen i denne toårige strategiperiode er en kompromisløs og nyskabende satsning på unikt indhold, der er målrettet digitale platforme. Det skal forstås på den måde, at flest mulige af husets ressourcer til enhver tid skal disponeres mod at udvikle egne, unikke historier, som produceres specifikt til de digitale platforme, både hvad angår indhold, det visuelle udtryk, og måden historierne fortælles på.

Satsningen på det unikke skal samtidig forstås på den måde, at TV2 Nord i strategiperioden vil eksekvere fælleshistorier – altså historier, som alle medier har eller potentielt set kan have – med mindst mulig brug af ressourcer. Fælleshistorierne skal laves godt og bidrage til at give huset nyhedspuls, men de skal konsekvent laves smart og effektivt og med fokus på de unikke vinkler. Det kan også formuleres som dogmet, at alle historier, som andre medier også må formodes at have, eksekveres som udgangspunkt i TV2 Nords liveblog eller som hurtige nyhedsformater og levende billeder på tv2nord.dk og i nyhedsudsendelserne.

Det unikke indhold skal holdes op imod de klassiske journalistiske nyhedskriterier, herunder væsentlighed.

TV2 Nord vil fortsat være til stede ved de store, unikke, nordjyske begivenheder, som understøtter fællesskabet og sammenhængskraften i landsdelen.

Med den strategi opnår vi to ting: Vi bruger flest mulige ressourcer på at skabe indhold, som folk kun kan få hos TV2 Nord. Mediehusets bidrag til journalistikken, Nordjylland og til samfundet vil således være meget åbenlys og særlig. Som public service mediehus vil TV2 Nord ligeledes differentiere sig fra andre medier, herunder kommercielle medier.

Vigtige tiltag

Unikt indhold kommer ikke af sig selv, og derfor har flere strategiske tiltag skullet understøtte ambitionen. Det vigtigste enkeltstående tiltag har været etableringen af en Samfundsredaktion, som omfatter lokalredaktionerne, den mere undersøgende redaktion med navnet Nordjydernes Redaktion, samt tre nye fagreportere.

Samfundsredaktionen er forproducerende og er således nyheds-agerende fremfor -reagerende. Redaktionen finder og udvikler unikke egen-historier, som sætter dagsorden. Forproduktionen betyder desuden, at det er langt lettere at optimere den digitale udgivelse, fordi TV2 Nord selv styrer udgivelsen (i modsætning til nyheder, der skal udgives, når de sker). Det betyder blandt andet, at TV2 Nord i langt højere grad har fået mulighed for at udgive slagkraftige historier fra morgenstunden, hvor der er mange brugere, der begynder deres dag med at opdatere sig på nyhedsplatforme og sociale medier.

Redaktionen omfatter også tre stillinger som fagreportere inden for områderne, kriminal- og retsstof, natur/klima/miljø samt livsstil. Skal man lave unikt indhold, er det godt at have viden, oparbejde gode kilder m.m., og det er netop det, der kendetegner fagreporterne. Strategien indeholder naturligvis en lang række andre tiltag, som er beskrevet udførligt i planen "Strategi2027"

Digital omstilling og udvikling i 2025

2025 blev endnu et år, hvor TV2 Nord manifesterer den fortsatte digitale omstilling. Et af de bedste billeder på dette er udviklingen i antallet følgere på sociale medieplatforme:

Antal følgere på SOME pr. ultimo året:

År	Facebook	Instagram	Youtube	TikTok
2025	207.487	38.719	43.683	87.601
2024	180.901	30.684	36.716	60.863
2023	159.813	28.720	32.281	26.672
2022	152.138	27.539	28.638	
2021	140.701	26.278	24.491	
2020	107.124	24.308	19.081	
2019	96.366	17.217	12.433	
2018	84.733	9.453	6.177	

Kilde: FB insights Kilde: Crowdtangle Kilde: YouTube Anc Kilde: TikTok

Som det fremgår, er der fremgang over hele linjen på disse digitale platforme, som alle er meget vigtige i forhold til at skabe opmærksomhed om TV2 Nord's indhold og i forhold til at skabe trafik ind til TV2 Nord's egne platforme, herunder især tv2nord.dk

Især udviklingen og status for TV2 Nord på TikTok er bemærkelsesværdig. Antallet af følgere steg med 44% i 2025, og TV2 Nord var målt på den måde Danmarks fjerde største medie på TikTok overhovedet. I årets løb fejrede TV2 Nord desuden at have rundet otte millioner likes på platformen, hvilket gør TV2 Nord til Danmarks næststørste medie, hvad det angår.

Samtidig er det en platform, hvor den primære målgruppe er unge mænd i alderen 15-25 år, som er den målgruppe der er sværest at nå igennem til. Derfor er dette ikke blot bemærkelsesværdigt i forhold til digital omstilling generelt, men også i forhold til at nå ud til nye målgrupper, som samtidig er fremtidens mediebrugere og samfundsborgere. På TV2 Nord er vi stolte af at have nået disse resultater, som naturligvis er nået med indhold, der er fuldt i overensstemmelse med TV2 Nord værdier og journalistiske integritet.

APP-fremgang

TV2 Nord har konstant opmærksomheden rettet mod at sikre mest mulig brugertrafik direkte til mediehusets egne platforme. Sociale medier er vigtige, men det er samtidig tredjeparts platforme, som TV2 Nord ikke har indflydelse på eller styring med. Derfor er det grundlæggende godt strategisk at arbejde for mere direkte trafik. Det gør TV2 Nord blandt andet via mediehusets app, hvor der i 2025 er noteret fin fremgang:

År	Besøg (sessions)
2025	7.504.023
2024	5.313.910
2023	3.874.097
2022	4.138.126
2021	3.847.289
2020	3.903.661

Kilde: Google Firebase

Antallet af besøg via appen er således steget med 41%, og den udvikling skal meget gerne styrkes yderligere fremadrettet, idet app-brugerne generelt er loyale brugere, ligesom TV2 Nord har mulighed for at pushe nyheder og indhold direkte til brugerne.

Website

Mens vi i 2025 oplevede stor fremgang i vores trafik på vores app, kan vi i samme periode konstatere et fald i direkte visninger (feed og click). Her er det daglige visningstal i 2025 *uden app* på 376.885, mens det i 2024 hed 415.083.

Her er dog vigtigt at understrege, at vi ikke ser et fald i vores samlede sidevisninger i 2025, hvor vi totalt lander på godt 175 millioner for året, hvilket er en pæn fremgang fra 2024. Dette skyldes, at vi blandt andet er lykkedes med netop at generere flere visninger i vores app. Dermed fortsætter vi de positive takter for vores digitale omstilling.

Stor videofremgang

Et andet fokuspunkt i den fortsatte omstilling og digitalisering er, at de levende billeder skal være omdrejningspunktet for alt, vi gør. De levende billeder er TV2 Nord's DNA, og det er også på det område, at mediehuset adskiller sig fra og supplerer andre medier. Derfor giver det al mulig god mening at dyrke dette område endnu mere.

Tallene viser, at det også er sket i 2025, hvor mediehuset kan notere en fremgang i antal videoafspilninger fra 22,8 millioner i 2024 til 25,3 millioner. En fremgang på 11%. Det samlede antal sete minutter er ganske vist gået tilbage, men det skyldes, at udviklingen er gået i retning af flere, men kortere videoer.

Til gengæld har der været fremgang i afspilning af live-video. Dette skyldes dog i høj grad den helt unikke event, Nordjylland Gør En Forskel i september 2025, hvor TV2 Nord streamede live i seks døgn og 13 timer fra et verdensrekordforsøg i 1.000 km ultraløb. Dertil kommer, at brugerne også under kommunalvalget brugte TV2 Nords live-signal ekstra flittigt, hvilket i Public Service sammenhæng også er særdeles vigtigt.

Udviklingen i video-forbrug 2025:

	2025	2024	2023	2022	2021
Afspilninger, VOD	25.297.729	22.782.455	12.383.611	7.665.241	5.437.425
Minutter set, VOD	12.285.004	15.552.638	15.139.777	13.036.452	12.137.817
Gns. Min. Set pr. live-afspilning	3,35	1,35	1,02	0,64	1,17
Gns. Min. Set pr. VOD-afspilning	0,47	0,68	1,22	1,7	2,23

Opfyldelsen af de strategiske målbare parametre for 2025:

- **Mål på hjemmeside www.tv2nord.dk samt www.tv2.dk :**

Hjemmeside	Realiseret	Budget	Afvigelse
Antal artikler på tv2.nord.dk	9.275	7.000	2.275
Heraf udgør artikler på Nyhedsblog	4.103	2.500	1.603
Heraf antal artikler med videoklip	3.297	3.000	297
Heraf %-del artikler med videoklip (ekskl. nyhedsblog)	64%	50%	14%

Kilde: Crowdtangle

Antallet af artikler ligger 2.275 over det budgetterede, hvilket kan forklares ved, at der også blev skuret kraftigt op for den digitale indsats i 2025, samtidig med at vi skrev flere korte artikler til nyhedsbloggen, i alt 4.103. Vi havde rekordmange artikler med video (3.297), hvilket har været et dedikeret indsatsområde jævnfør vores strategi. Videoklip dækker både over reelle indslag, men i stigende grad også over video, som er produceret specifikt til tv2nord.dk.

Antal artikler kan ikke afstemmes over til antal artikler fordelt på kommuner, da en artikel kan tilhøre flere kommuner – og det har blandt andet gjort sig gældende ved Kommunalvalget.

- **Mål på de sociale medier**

SOME	Realiseret	Budget	Afvigelse
Antal publicerede videoer på Facebook	846	400	446
Antal publicerede videoer på TikTok	361	250	111
Antal publicerede videoer på Instagram	506	350	156

Kilde: Crowdtangle

Som det fremgår af oversigten, overgik antallet af publicerede videoer på både Facebook, Instagram og TikTok meget klart de opstillede mål.

Dette afspejler, at mediehuset som tidligere omtalt har et øget fokus på, at husets DNA – de levende billeder – skal dyrkes i endnu højere grad. Det er og bliver de levende billeder, der adskiller TV2 Nord fra andre medier. Jo mere TV2 Nord dyrker dette, bidrager mediehuset således med noget unikt til den samlede pulje af journalistik om Nordjylland.

- **Mål på TV2 Play – antal visninger:**

TV2 Play	Realiseret	Budget	Afvigelse
Antal sidehenvisninger tv2.dk i millioner	29,8 mio.	30 mio.	-0,2
Antal hele visninger på tv2play i millioner	3,1 mio.	3 mio.	0,1

Kilde: TV2 DK

Antallet af visninger på TV2 Play 3,1 mio. landede stort set på det opstillede mål. Måltallet og det opnåede resultat er markant lavere end 2024, hvor antallet af fulde visninger af TV2 Nord-indhold på TV2 Play var på 4,2 millioner. Tilbagegangen skyldes en omlægning omkring TV2 Play, således at brugere, der modtager TV2 Play via en tredjepart ikke har samme adgang som hidtil til TV2-regionernes indhold. Det har gjort et stort indhug i antallet af visninger, som således ikke har noget med TV2 Nord at gøre. Det samlede antal regionale visninger på TV 2 Play fra alle otte regioner var i 2025 på 10,5 millioner. Dermed står TV2 Nord for 29% af alle regionale visninger og indtager der med førstepladsen.

En visning på TV 2 Play opgøres som en fuld gennemspilning af et program. Det kan altså være én kunde, der ser et helt program, eller to kunder, der hver ser et halvt program osv. Visningstallet er altså et reelt kvalitativt udtryk for, hvor mange gange et program er set igennem af brugerne. Samlet set betragter vi visningstallet som tilfredsstillende, ikke mindst i lyset af de udfordringer, rettighedsaftalen har givet. Vi kommer en smule over det budgetterede tal for 2025. Et tal som også havde taget udfordringerne i betragtning.

På Top 20 listen af alle regioner indtager TV2 Nord 9 af pladserne – og endda de første 4 pladser. Det er bl.a. programserier som Skagen – festen i uge 29, Fødegangens Magi og Vandborgs Vilde boligdrømme, der hitter. Men også Jul på Pigernes Kro, Fritrækkerne og Særlige boliger har meget flotte antal visninger.

TV2.dk udgør en væsentlig kilde til forbrug af TV2 Nord's journalistik. TV2 Nord og de øvrige TV 2 Regioner har gennem en årrække haft en aftale om udveksling af stof således at TV2.dk kan versionere indhold fra TV 2 Regionernes på tv2.dk – og omvendt at TV 2 Regionerne kan

drage nytte af for eksempel TV 2's sportsdækning, vejr-dækning, den politiske dækning af landspolitikken med mere.

I 2025 observeres det både at TV2 Nords indhold bliver viderebragt på tv2.dk i lavere grad end tidligere og at antallet af sidevisninger på TV2 Nords indhold på tv2.dk samlet får lidt færre visninger. Årsagen skal – ifølge TV2 selv – primært findes i det faktum at tv2.dk har flyttet en stor del af deres produktionsfokus på liveblogs med løbende opdatering og generelt færre enheder på hjemmesiden hvorfor den klassiske afrundede artikelform bruges mindre.

- **Antal ny-producerede programmer og episodeafsnit – både eksternt og internt:**

Produktiviteten har ikke bare været på niveau, men har klart overgået de opstillede mål:

Nyproducerede programmer	Realiseret	Budget	Afvigelse
Antal nyproducerede programmer og episodeafsnit (ekstern og intern)	258	180	78

TV2 Nord var bekendt med det vigende potentiale på TV2 Play allerede før indgangen til 2025, og derfor blev måltallet omkring antal producerede programmer også nedjusteret til det, der blev vurderet realistisk at nå under de nye vilkår.

Som konsekvens af denne udvikling, hvor udbredelsen af indhold via TV2 Play således har fået sine begrænsninger, har TV2 Nord rettet blikket mod YouTube, hvor en strategi er under udformning for at kompensere. Der er gjort indledende forsøg og tiltag med dette i 2025, men det forventes først for alvor at være i 2026, at dette manifesterer sig.

Der er uploadet 258 ny-producerede programmer / episodeafsnit på TV2 Play i 2025, hvilket er 78 flere programmer end forventet. Programmerne dækker over både egenproducerede og købt af eksterne producenter. Alle programmerne ligger også tilgængelig på www.tv2nord.dk.

- **Antal uddannelses- og efteruddannelsestimer:**

TV2 Nord har også i 2025 investeret massivt i uddannelse. De store omstillinger kræver uddannelses- og kompetenceplaner, der matcher nye funktioner, arbejds gange og færdigheder, og det afspejler regnskabet:

Uddannelse - timer	Realiseret	Budget	Afvigelse
Antal uddannelses- og efteruddannelsestimer	3.450	2.000	1.450

Som det fremgår, har TV2 Nord brugt 3.450 timer på uddannelse, hvilket er over 70% mere end det mål på 2.000 timer, der var opsat som minimum.

Der har været tale om et meget bredt udvalg af relevant uddannelse, herunder et mere omfattende kursusforløb for hele huset Play & Event redaktion med en af landets dygtigste video-journalister. Dele af samme afdeling fik i 2025 også færdiggjort en længere "Stifinder"-forløb, som blev igangsat i 2024.

TV2 Nord etablerede i 2025 nogle fagreporterstillinger som en del af husets nye Samfundsredaktion, og der er også brugt uddannelsestimer i forbindelse med at klæde

fagreportere på til opgaven. Dertil kommer som altid, at TV2 Nord har været en del af fælles regionale kursustilbud, som Sommerworkshop og TV2 Academy for journalistpraktikanter og fotografelever samt interne kurser for at bevare og øge forskellige kompetencer.

- **Etablering af 3-5 fagområder/fagreportere:**

TV2 Nord har i 2025 indfriet målet om en styrkelse af det redaktionelle setup med udpegningen af 3-5 fagreportere.

Tiltaget er et vigtigt led i TV2 Nord's strategi "Unikt indhold fra en unik landsdel". Jo mere unikt indhold, TV2 Nord bruger ressourcerne på, jo flere brugere, fordi de kun kan få dette unikke indhold på TV2 Nord's platforme. Og i jagten på mere unikt indhold er tesen, at det er godt at have flere specialister, der følger områder, oparbejder viden og gode kilder.

Derfor etablerede TV2 Nord til maj 2025 tre nye stillinger som fagreportere inden for følgende specialområder:

- - Kriminal- og retsstof
- - Natur, klima og miljø
- - Livsstilstof

Fagreporterne udgør en del af den samlede Samfundsredaktion, som også blev etableret til maj 2025. Udover fagreporterne, omfatter redaktionen lokalredaktionerne samt Nordjydernes Redaktion, der laver mere undersøgende journalistik. Samlet set er Samfundsredaktionen kommet stærkt fra start i 2025 med et væld af dagsordensættende og unikke historier, og dette er naturligvis i høj grad også fagreporternes fortjeneste. TV2 Nord vil i 2026 evaluere den samlede effekt af de nye tiltag og om muligt effektivisere den journalistiske indsats yderligere. Som det tegner sig nu, har fagreporterne været et eksempel til efterfølgelse, og det kan meget vel blive et tema for den strategi, der skal udvikles i efteråret 2026, om der skal udpeges nye fagområder og fagreportere på TV2 Nord.

- **Ny rullende lokalredaktion skal være på hjul ved KV25:**

TV2 Nord har i Strategi 2027 beskrevet ambitionen om at oprette en fjerde lokalredaktion - udover de tre nuværende i Frederikshavn, Aalborg og Hobro - en rullende lokalredaktion.

Den rullende redaktion blev realiseret efter planen i 2025, hvor den skulle være klar til at prøvekøre i forbindelse med kommunal- og regionsrådsvalget. Fysisk består redaktionen af en specialindrettet autocamper, og tanken er, at den skal kunne slå lejr, hvor som helst de store begivenheder, nyheder eller events udspiller sig i TV2 Nord's dækningsområde.

Under KV25 stod den rullende lokalredaktion prøven som valgbus. Det vil sige, at redaktionen kørte rundt i Nordjylland og opsøgte de spændende mennesker og de gode politiske historier - i mange tilfælde direkte foranlediget af gode tip fra nordjyderne selv.

I begyndelsen af 2026 skal TV2 Nord udvikle en kvalificeret plan for, hvor, hvornår og til hvilke typer af historier, nyheder og begivenheder, den rullende lokalredaktion skal sættes i spil. Den kommer i spil til dækningen af Folketingsvalget på samme vis som ved Kommunalvalgsdækningen.

- **Etablering af Fotoforum til udvikling af unikt visuelt udtryk:**

I 2025 tog vi initiativ til at etablere Fotoforum. Et fagligt og kreativt samlingspunkt for vores fotografer, som arbejder med det visuelle udtryk på TV2 Nord's platforme. Forummet mødes cirka hver anden måned med det formål at styrke, udvikle og kvalificere den måde, vi fortæller historier visuelt på.

Allerede i løbet af det første år har vi afholdt fem møder, og arbejdet har resulteret i en række konkrete og værdifulde tiltag. Der er blevet udviklet idéer til nye indholdsformater. Der er udarbejdet og beskrevet arbejdsgange i vores afviklingssystem, så processerne bliver mere gennemsigtige og effektive. Samtidig har vi skabt en kultur, hvor det visuelle håndværk anerkendes og fejres – blandt andet ved at kåre vindere af særligt flotte og kreative videoproduktioner.

Fotoforum har også haft fokus på kompetenceudvikling. Der er blevet udarbejdet en plan for teknisk uddannelse målrettet kolleger, som arbejder selvstændigt som videojournalister. Formålet er at sikre, at alle, uanset arbejdsform, har de nødvendige redskaber og den faglige trykthed til at levere indhold af høj kvalitet.

Måske vigtigst af alt har Fotoforum skabt et dedikeret rum for refleksion og kreativ udfoldelse. Fotografer og visuelle medarbejdere er ofte ikke dem, der fylder mest i den daglige debat, men gennem forummet har de fået en tydelig stemme og en platform, hvor deres idéer og perspektiver kan få plads.

- **Synlighed gennem deltagelse på minimum 2 messer:**

TV2 Nord deltog i 3 messer i 2025. De tre messer fandt sted i Løgstør, Hjørring og Frederikshavn. Formålet med tilstedeværelse var dels at synliggøre og brande TV2 Nord som nordjydernes regionale mediehus, samt at promovere og skaffe nye medlemmer til TV2 Nord's seerklub; Club Nord. Med de tilbagemeldinger vi får, er der ingen tvivl om at tilstedeværelsen betragtes positivt hos de besøgende. Den direkte dialog giver os et godt indtryk af nordjydernes holdning til TV2 Nord og Club Nord. Indtrykket er klart positivt.

3.5. Dansk kunst og kultur

Forpligtelsen:

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

I den daglige nyhedsdækning og magasinproduktion forsøger vi at skildre det nordjyske kulturliv, både når det gælder, events, arrangementer og enkeltpersoner. 2025 var 80 året for Danmarks befrielse, så her dækkede vi et udpluk af kulturelle arrangementer ligesom vi i samme forbindelse også producerede adskillige magasiner, der fortalte om krigen, så ikke mindst de yngre generationer forstår, hvad der foregik dengang.

I 2025 har TV2 Nord i forbindelse med etableringen af vores samfundsredaktion fået en livsstilsreporter, der også har et blik for, hvilke strømninger der rører sig kulturelt. Det gælder også det royale stof. I forbindelse med kongeparrets sommertogt med kongeskibet Dannebrog fulgte TV2 Nord deres togt tæt i Nordjylland. Kongeparret var blandt andet forbi glaspusteriet i Sæby og så på

enestående tangtage på Læsø. Alt sammen en rundtur, der fortalte om det rige kulturliv, der er i Nordjylland.

I forbindelse med vores event "Nordjylland gør en forskel", der bliver holdt lige udenfor TV2 Nords døre, var der aktiviteter såvel sportslige som kulturelle, som nordjyderne kom for selv at opleve. Eventen blev holdt i samarbejde med den velgørende organisation Gestus Nord. I forbindelse med eventen "Nordjylland gør en forskel" fik TV2 Nord også produceret sangen "Bræt ærmerne op", der er en hyldest til Nordjylland og en opfordring til at gøre en forskel.

Vores dækning af kultur spænder vidt. På nyhedsfronten fulgte vi for eksempel sagen helt til dørs med den omdiskuterede kunstner Jens Haaning, der blev verdenskendt med sit værk "Take the Money and Run", som han udstillede på Kunsten i Aalborg. I 2025 krævede han knap 900.000 kroner i erstatning fra billedbureauet Ritzau Scanpix for krænkelse af ophavsretten. Han fik dog kun en erstatning på 25.000. Og dermed blev der sat punktum i hele den årelange sag.

I den mere kulørte ende kom vi i 2025 også tæt på festmiljøet i Skagen i uge 29. I en miniserie skildrer vi, hvordan turisterne fester på Jyllands top i den omdiskuterede ferieuge, og vi kommer også tæt på enkelte af de skagboer, der lever af turismen, når den er på sit højeste.

I årets løb dækkede vi også tilblivelsen af den såkaldte Midgårdsorm i Hobro. Et gigantisk, 4,5 km langt kunstværk skabt af blomsterkunstneren Johnni Haugaard, bygget af pil og træpinde med hjælp fra frivillige. Installationen sneg sig fra havnen i Hobro til Vikingeborgen Fyrkat. Projektet blev skabt for at forbinde by og historie.

I forbindelse med Kommunalvalget i 2025 var kunst og kultur også på dagsordenen adskillige gange, når politikerne skulle debattere og prioritere de kommunale midler.

I 2025 har vi haft mulighed for at komme ud at dække festivaler og andre større begivenheder igen, ligesom vi også i vores magasinproduktion dækker det nordjyske kulturliv.

- Skagen og Nibe festival blev både dækket i nyhederne og med en større livesending fra Nibe festival.
- Nordeuropas største karneval finder sted i Aalborg, og her sætter TV2 Nord ind med en massiv dækning på dagen.
- "Stennørden og pragtportalen". I programmet følger vi restaureringen af en gammel stenportal på Voergaard Slot.
- I vores serie "Er der nogen?" kommer vi rundt på nordjyske slotte og herregårde i jagten på det overnaturlige, og her bliver der også levende formidlet om den historie, der hører til stedet
- "Humlen ved Nordjylland" er serien, hvor vi besøger små og store bryggerier i Nordjylland. Vi tog på tur med et par øl-eksperter og lærte om de lokale bryggerier og deres særkender.
- "Præsten fra Cabinda", er historien om en mand fra Afrika, der bliver præst i Støvring. Det handler om integration og vision, og om, hvad vi kan lære af hinanden.
- "50 år med sjov i skoven". Fårup Sommerland blev 50 år, og vi kiggede tilbage på årene, der er gået og på de nyeste tiltag, der skal holde stedet relevant.
- "Nazibasen" er et program om, hvor en vigtig Aalborg Lufthavn var for tyskerne under anden verdenskrig.
- "Krigens glemte kvinder". Her satte vi fokus på nogle af de kvinder, der gjorde en forskel under 2. verdenskrig.
- "Befrielsens sidste vidner" er et studeprogram med to af de aller sidste frihedskæmpere i Danmark. De ser tilbage på dengang, hvor de gav deres bidrag til modstandsbevægelsen og hvorfor det er vigtigt at huske.

- KV25 Vagdebatter. I forbindelse med Kommunalvalget blev der sendt 13 debatprogrammer med de lokale politikere, hvor også kunst og kultur var en del af emnerne.
- "Godsk erobrer verden" I serien kommer vi helt tæt på den kendte maler Henrik Godsk, mens han fortæller om alt fra arbejdsmetoder og sin egen baggrund i rejsen ud i verden.

3.6. Indkøb af programmer og samarbejde med producenter

Forpligtelsen:

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

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

De nuværende aktiviteter ift. at fremme dialogen og samarbejdet mellem de uafhængige producenter og TV2 Nord videreføres.

Danmark bygger på ordnede forhold på arbejdsmarkedet. Når TV2 Nord 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.

TV2 Nord har løbende en konstruktiv dialog med producenter, der leverer indhold til vores platforme. Vi involverer dem i vores strategier indenfor programvirksomhed, og vi inviterer også gerne nye producenter indenfor til at bidrage med indhold, der alt sammen kan støtte op om de ægte nordjyske fortællinger og den livsstil, der leves i vores region.

Vi lægger vægt på, at producenterne er tilfredse i samarbejdet, også når det gælder honorering. Vi vil hellere have færre afsnit eller færre minutter, så arbejdet matcher den pris, som vi kan betale. Indhold fra producenter finder vi også lærerigt, da de kan have en anden tilgang til historiefortællingen, end vi selv har i huset, og på den måde er det udviklende for begge parter.

Flere produktionsselskaber har på den ene eller anden måde samarbejdet med TV2 Nord.

Følgende programmer/serier er i 2025 leveret af producenter på entreprisvilkår:

Humlen ved Nordjylland, Præsten fra Cabinda, Fritrækkerne, Slet ikke så tosset, Gestapochefen og Nick og det svære liv.

Programmer, der ikke er nyheds- og aktualitetsprogrammer, tegner sig for 2.550 timer, hvoraf 1.089 timer er købt ved eksterne producenter. Dette svarer til 42%, og således er kravet på 33% opfyldt.

3.7. Samarbejdet med de øvrige regionale TV 2-virksomheder

Forpligtelsen:

TV2 Nord 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.

TV2 Nord samarbejder aktivt med de øvrige TV2-regioner, særligt omkring indhold med TV MidtVest fordi Thisted Kommune, Morsø Kommune og dele af Vesthimmerlands Kommune (Aalestrup) er fælles område. Blandt andet deler vi politiske regioner og storkredse til folketingsvalg med TV MidtVest. Som

udgangspunkt er fordelingen således, at TV MidtVest i det daglige har det primære ansvar for dækningen af Thisted og Morsø Kommuner. Dette indhold bliver tilbudt TV2 Nord, som til gengæld varetager det primære ansvar for dækningen af det politiske arbejde i Region Nordjylland, som naturligvis tilsvarende tilbydes TV MidtVest.

De to regioner har – som det gælder for alle TV2-regionerne – i øvrigt en helt fri udveksling af materiale såvel digitalt som tv-mæssigt.

Ved valg – kommunalvalg såvel som folketingsvalg – dækker TV MidtVest ligeledes i Thisted og Morsø Kommuner, mens TV2 Nord dækker Region Nordjylland. Ved kommunalvalg har begge regioner fra tid til anden efter aftale begge haft bevågenhed på den del af Vesthimmerlands Kommune, som er fælles område.

Omfattende valgsamarbejde

Eftersom 2025 bød på kommunal- og regionsrådsvalg har det været et år med ekstra intensivt samarbejde – ikke blot med TV MidtVest men med alle TV2-regioner og TV2. Alle regioner og TV2 har samarbejdet om det omfattende projekt med "Kandidattesten", der dækker hele landet, men samtidig er versioneret og tilpasset til regionale og helt lokale forhold i de enkelte kommuner. Samarbejdet omfattede også for første gang et ekstraordinært tæt samarbejde på valgaftenen og valgnatten. Her var alle regioner og TV2 i konstant kontakt og dialog med den fælles ambition om, at være den mediefamilie, som først og mest præcist kunne "kalde" landets borgmestre.

På et efterfølgende evalueringsmøde blev samarbejdet omkring KV25 af flere karakteriseret som det tætteste og bedste nogensinde. Den opfattelse deler TV2 Nord.

På valgaftenen og dagen efter valget var samarbejdet mellem TV2 Nord og TV MidtVest også særligt tæt med direkte forbindelse mellem de to mediehuse, således at live-reporterne i de deltagende kommuner og i Region Nordjylland mange gange i løbet af døgnet rapporterede live med seneste nyt. Det fungerede som altid fortrinligt.

TV2 Nord har også et tæt samarbejde med TV2 Østjylland, fordi de to regioner har fælles grænse, men dertil kommer et særligt samarbejde mellem de to regioner, fordi der over årene er opstået en del fælles interesser. De to regioner har blandt andet meget ens tilgang til indholdsproduktionen på særligt det digitale område. Dertil kommer, at TV2 Østjylland også har valgt at indføre samme publiceringssystem som TV2 Nord.

Faste chefmøder

Fundamentet for det brede samarbejde mellem TV2-regionerne bliver i øvrigt lagt på faste chefmøder hver eller hver anden måned online, hvor der bliver udvekslet erfaringer og idéer m.m. En gang årligt er der tale om et mere omfattende fysisk møde. I 2025 var det TV2 Bornholm, der var vært for dette møde.

Dagligt nyhedsmøde

Nyhedssamarbejdet mellem regionerne (samt TV2) er blevet styrket i det daglige i 2025 med indførelsen af et dagligt møde kl. 13. Her udveksler regionerne og TV2 dagens historier til inspiration og gensidig hjælp og udvikling. TV2 Nord oplever stor nytte på dagligt plan af disse møder.

Samarbejde om uddannelse

2025 har budt på samarbejde på en række andre områder – både nogle, der er tradition for og andre nyt tiltag. Blandt de traditionsrige samarbejder var Talent Academy - en årlig begivenhed, hvor alle journalistpraktikanter og fotografelever samt deres vejledere inviteres til et fagligt seminar. Deltagerne

kommer fra alle TV2-regioner, men også fra alle afdelinger af TV2. I 2025 blev Talent Academy afholdt i Aalborg, og det var TV2 Nord som i samarbejde med TV MidtVest stod som arrangør.

Det blev ligeledes til endnu en Sommerworkshop, hvor medarbejdere fra alle regioner og TV2s afdelinger får mulighed for at melde sig til et udbud af faglige workshops, der foregår over nogle dage. De udvalgte workshops afspejler aktuelle faglige emner, udfordringer og nyheder i branchen. Sommerworkshop tilrettelægges af en arbejdsgruppe, som TV2 Nord er repræsenteret i.

Fælles praktikantrekruttering

TV2-regionerne samarbejder også fortsat om rekruttering af journalistpraktikanter. Det sker blandt andet to gange årligt med fælles samtaledag, der foregår centralt hos TV2 i Odense. TV2 og regionerne har desuden samarbejdet en del med forslag til forbedringer af netop praktiksøgningsprocessen, som i mange år har været et ømt punkt for såvel studerende som praktikstederne. TV2 og regionerne har sendt forbedringsforslag til journalistuddannelsernes praktikudvalg og har oplevet at blive hørt, blandt andet så processen bliver noget mere simpel for de studerende. TV2 og regionerne vil fortsætte med at arbejde for udvikling og forbedringer på den front, og TV2 Nord har været meget engageret i dette arbejde.

Folketingets åbning

Folketingets åbning blev traditionen tro også i 2025 en begivenhed, som TV2-regionerne i fællesskab markerede med tilstedeværelse og dækning fra Christiansborg.

Retningslinjer for etik og AI

2025 bød også på fortsat arbejde med at udvikle fælles etiske retningslinjer, der skal gælde for alle TV2-regioner og TV2. Grundet det tætte samarbejde er det afgørende, at journalistikken og indholdet følger de samme etiske retningslinjer og værdier. Blandt andet fordi, der foregår høj grad af udveksling af indhold, hvor det er afgørende, at alle kan stole på, at tingene bliver til på samme etiske grundlag. Det gælder også retningslinjer for brugen af AI (kunstig intelligens) Her kom TV2-regionerne og TV2 faktisk i 2025 i hus med et sæt detaljerede retningslinjer for, hvad vi kan og må bruge AI til. Også her er det blandt andet udveksling af indhold, der gør det vigtigt, at alle kan stole på, at det er blevet til inden for de fælles rammer for AI-brug.

Udvidet FROP-samarbejde

Endelig er det også værd at bemærke at TV2 Nord, sammen med de øvrige regioner, i 2025 påbegyndte et omfattende arbejde med at transformere den fællesregionale enhed FROP.

FROP – Fælles Regional Online Platform – er et udviklings- og driftssamarbejde fokuseret omkring regionernes hjemmesider og dertilhørende teknologi. FROP har indtil nu været en ganske lille enhed bestående af 3-4 årsværk plus konsulenter, men udvides i 2026 betragteligt.

Ambitionen er at gøre FROP til et fælles teknologisk/digitalt udviklingscenter som med flere muskler kan skabe 'best of breed' løsninger til TV 2 Regionerne – løsninger som regionerne hver for sig vil have svært ved at understøtte med mandskab og driftsorganisation. TV2 Nord ser med store forventninger frem til et 2026, hvor vi kan se denne ambition forløse sig.

2025 i FROP-regi var præget af den fortsatte udrulning af Statamic-plattformen til regionerne samt af Kommunal- og regionsvalget. TV2 Nord var blandt de første regioner til at overgå til platformen i sensommeren 2024 og udrulningen til de resterende regioner fulgte derefter – og ind i 2025. Det betød stort fokus på udvikling af både teknisk og redaktionel karakter i løbet af foråret og sommeren hvorefter fokus for alvor skiftede mod kommunal- og regionsvalget.

Teknologisk er et valg – og særligt Kommunal- og regionsrådsvalgene – en opgave uden sidestykke og det er i sådanne situationer den fællesregionale styrke viser sig. Sammen med TV2s udviklingsteam fik regionerne blandt meget andet udviklet en kandidattest samt vores egen digitale resultatformidling så brugere over hele landet kunne følge med i både deres lokale valgresultater samt resultater fra resten af landet.

TV2 Nord og de øvrige TV2-regioner samarbejder ligeledes på mange andre planer og områder end blot det redaktionelle. Samarbejdet afspejler også udveksling af længere programmer. I 2025 har TV2 Nord vist 380 timers indhold, der er produceret af andre TV2-regioner – tallet afspejler både sendinger og genudsendelser.

3.8. Beskyttelse af børn

Forpligtelsen:

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

TV2 Nord følger regler og etiske retningslinjer, som gør sig gældende for landsdækkende nyheder og anden programaktivitet. Det betyder, at studieværten – når det findes nødvendigt – på forhånd advarer mod voldsomme eller stødende billeder, således at seerne (forældrene) kan nå at reagere og tage deres forholdsregler. Selvom TV2 Nord får mange reaktioner fra seerne, så sker det sjældent, at der kommer klager. I 2025 har TV2 Nord ikke modtaget henvendelser vedrørende beskyttelse af børn.

Der foregår fortløbende professionelle vurderinger i mediehuset af de etiske grænser. Alle er særligt opmærksomme på, at der kan være mange børn blandt seerne til udsendelserne i de sene eftermiddagstimer såvel som kl. 19.30. I takt med, at mediehuset i stigende grad udgiver indhold på sociale medier og andre online platforme, har TV2 Nord også her en særlig opmærksomhed på, at disse platforme og medier i højere grad er let tilgængelige for børn.

Opmærksomheden er også blevet ekstra skærpet i takt med, at TV2 Nord med stor succes har opbygget en professionel tilstedeværelse som et af landets absolut førende medier på TikTok. Her er vi bevidste om, at målgruppen også i særlig grad tæller børn. TV2 Nord producerer imidlertid helt generelt ikke indhold, der er problematisk i forhold til børn. Vi betragter tværtimod vores tilstedeværelse på TikTok som noget, der kan bidrage til, at platformen kommer til at rumme mere sagligt indhold og forsøg på ægte nyheds- og indholdsformidling til den yngre målgruppe – selv om TV2 Nord's indhold selvsagt kun udgør en forsvindende lille del på denne globale platform.

TV2 Nord er opmærksom på aldersmærkning af indhold, jfr. vejledningen fra Medierådet for Børn og Unge.

3.9. Betjening af handicappede

Forpligtelsen:

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

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

TV2 Nord skal styrke arbejdet med automatiseret tekstning.

Tale Til Tekst – automatiseret tekstning

TV2 Nords seere har mulighed for at få tekster på skærmen, som gengiver alt, hvad der bliver sagt i 19.30-udsendelsen. Funktionen aktiveres ved at vælge tekst-TV side 399 og er et tilbud specielt til hørehæmmede. Opstarten på TV2 Nord var den 1. oktober 2010, og der tekstes nu på både TV2 og på TV2 Nord Salto. Fra 1. januar 2019 blev livetekstningen udvidet fra at gælde alle hverdage til nu at omfatte alle ugens syv dage.

Tale til tekst” har gjort det muligt at omdanne tale til skrift. En respeaker lytter til udsendelsen kl. 19.30 og gentager indholdet i en mikrofon, som er koblet til en computer. Respeakeren er nødvendig, fordi systemet kun genkender stemmer, den er trænet til at kende. Opgaven er indtil april 2025 blevet varetaget af en mindre gruppe særligt uddannede medarbejdere, som skiftes til vagterne.

Fra 1. april 2025 har vi igangsat AI-baseret live-tekstning af alle programmer på TV2Nord Salto fra kl. 06.00 til 00.00. Det betyder, at vi kan levere et langt højere antal timer med teksten indhold til vores hørehæmmede brugere på Salto. Samtidig er vi begyndt at tilføje undertekster til vores programindhold, som er tilgængeligt via vores hjemmeside, hvilket gør det muligt at vælge, om man ønsker tekster på de programmer, vi stiller til rådighed som VOD på TV2Nord.dk.

Grundet tekniske vanskeligheder har det i en periode af 2025 ikke været muligt at se tekster på 19.30 via TV2 Danmark. Det har dog igennem hele forløbet været muligt at se alt vores indhold live på TV2Nord Salto.

Online

TV2 Nord formidler indhold på sociale medier, herunder Facebook, Instagram, Twitter og TikTok, med tekst, grafik og/eller lyd til gavn for svagtsende og hørehæmmede. På TV2Nord.dk er det muligt at få alle artikler læst op. Derudover kan man slå undertekster til på alt nyheds- og magasinindhold, der stilles til rådighed på TV2Nord.dk. YouTube autogenerer undertekster, som seerne har mulighed for at klikke på.

3.10. Dansk sprog

Forpligtelsen:

TV2 Nord skal lægge særlig vægt på dansk sprog og aktivt medvirke til at bevare og udvikle det danske sprog, herunder forskellige dialekter, så borgerne oplever et korrekt og forståeligt dansk i TV2 Nords programvirksomhed.

TV2 Nord uddanner løbende medarbejderne i sprog. Både studieværter, reportere og praktikanter får speak-træning. TV2 Nords sprogpolitik går ud på, at sproget i udsendelserne skal afspejle sprogtonen i den landsdel, vi er sat til at betjene. Det betyder, at dialekt ikke er bandlyst – men dialekt må ikke stå i vejen for formidlingen og forståelsen.

Eftersom vi i løbet af et år kommer bredt rundt i regionen og interviewer lokale borgere, afspejler vores indholdsproduktion landsdelens mange sprogtoner og nuancer, fra vendelbomål i nord til himmerlandsk i syd og thybomål i vest.

TV2 Nord bestræber sig på at anvende et korrekt og ordentligt dansk sprog i de mange udsendelser og artikler, som hver dag produceres af medarbejderne. Det er den enkelte journalists opgave at anvende et ordentligt sprog, men sproget følges også løbende af de vagthavende medieredaktører på dagen, onlineredaktøren, ledelsen generelt samt i den løbende efterkritik, som finder sted på redaktionen.

TV2 Nord har også indført sidemandslæsning blandt de medarbejdere, der arbejder med skriftlig formidling på mediehusets online-platforme. Det er sket i forsøget på at minimere antallet af fejl mest muligt.

På nogle af de sociale medier er der behov for at tilpasse sprog og stil til det sprog og den stil, der fungerer, og som brugerne forventer på platformen. Det er dog vigtigt for TV2 Nord, at tilpasningen ikke sker på bekostning af korrekt dansk. For TV2 Nord består arbejdet således i at forene korrekt dansk med de nye former og virkemidler.

3.11. Europæiske programmer

Forpligtelsen:

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

TV2 Nord har fastholdt sendingen på Salto ved fortsat at sende en blanding af indholdssløjfe herunder nyheder og magasiner i 2025. Magasinerne kan bestå af enkeltprogrammer eller en programserie – de kan være udarbejdet af enten eksterne producenter, interne medarbejdere eller omkring et samarbejde mellem begge parter. Det har betydet, at der blev sendt 5.955 timers programmer og indslag. Hertil skal lægges de 214 timers TV, som stationen har sendt på TV2 Danmark (tallet er ekskl. reklamer, da reklamerne er TV2 DKs). Der er sendt i alt 6.169 timers indhold.

I sendetiden, der ikke udgjorde reklamer, nyheder, sportsbegivenheder og konkurrencer, er der udelukkende sendt europæiske programmer (eksternt indkøbte programmer) 100%.

Ud over nyheds- og aktualitetsprogrammer samt nyheds- og aktualitetstjenester er der sendt øvrige programmer og tjenester på 2.550 timer, hvoraf 1.089 timer er tilvejebragt hos øvrige producenter.

Premiere og dermed 1. visning af vores europæiske programmer er produceret og sendt i 2025.

4. Dialog med befolkningen

Forpligtelsen:

TV2 Nord skal gennemføre dialog med befolkningen i regionen gennem et bredt sammensat repræsentantskab, der skal inkludere lytter- og seerorganisationer, hvis disse er repræsenteret i regionen.

TV2 Nord's repræsentantskab består af op til 85 medlemmer, repræsenterende forskellige organisationer såsom oplysningsforbund, erhvervsfaglige organisationer bl.a. inden for landbrug og fiskeri, LO (nu FH), lytter- og seerorganisationer (KLF, LOF, FOF, ARF Multimedier), DGI, turismen, Aalborg Universitet, Region Nordjylland, danske handicaporganisationer m.fl. Der afholdes to møder årligt, således også i 2025 – forår og efterår.

De vigtigste fora for TV2 Nord's dialog med befolkningen er via de sociale medier, hvor mediehuset er i daglig dialog med nordjyder og brugere. Der kommer dagligt gode tip, idéer, spørgsmål, ris og ros ud af. TV2 Nord's politik er at besvare alle henvendelser, være lydhør og indgå i konstruktiv dialog med brugerne. TV2 Nord investerer løbende ressourcer på dette område, blandt andet i form af systematisk overvågning af dialogen på mediehusets platforme, ligesom TV2 Nord går mere aktivt ind i dialog, kommentarspor m.m. TV2 Nord har de seneste fire år målrettet opbygget en professionel

tilstedeværelse på TikTok med det formål at nå ud til - og interagere med målgruppen af unge mellem 15 og 25 år. TV2 Nord er Danmarks 3.-4. største medie på denne platform overhovedet, og en af de ting, der kendetegner TikTok er, at brugerne er meget ivrige efter at interagere med indhold, stille spørgsmål og kommentere. TV2 Nord har eksempelvis i 2025 oplevet i forbindelse med en stor velgørenheds-event, Nordjylland Gør En Forskel, at brugerne til denne ene begivenhed kommenterede og spurgte langt over 1000 gange.

Apropos Nordjylland Gør En Forskel-eventen, som fandt sted over knap syv døgn nonstop i begyndelsen af september 2025, så foregik denne event på TV2 Nords område i Aabybro med verdensrekordforsøg, masser af aktivitetstilbud, livekoncerter hver aften m.m. Denne event, som var en slags ekstrem version af åbent hus nonstop over næste syv døgn, skønnes at have tiltrukket et sted mellem 30.000 og 35.000 gæster samlet over dagene.

TV2 Nord har i 2025 slået dørene op til et stort antal rundvisninger, hvor organisationer, foreninger og privatpersoner har besøgt mediehuset, fået et oplæg om TV2 Nord samt en rundvisning i hele huset. TV2 Nord har ansat en freelance-rundviser, som tager sig af dette, samtidig med at ledelsen på TV2 Nord også har intensiveret dialogen med omverdenen ved i højere grad at invitere gæster på besøg til oplæg om TV2 Nord og mediernes rolle i det moderne samfund. Gæsterne har været alt fra folkeskoleklasser og gymnasieklasser, til erhvervsnetværk m.m. I 2025 var der eksempelvis 51 aftenrundvisninger med i alt over 1000 gæster. Dertil kommer et stort antal besøg og rundvisninger i dagtimerne for studerende. Skønsmæssigt er der i gennemsnit to af disse besøg pr. måned.

Mediehuset bruger løbende kræfter på at slå dørene op for studerende, som viser interesse for at komme i kortere og længerevarende, studierelevante praktikforløb.

TV2 Nords redaktion med navnet Nordjydernes Redaktion har en vigtig funktion i dialogen med nordjyderne og den øvrige omverden. Den fornemmeste opgave for redaktionen er således at modtage, gennemgå og vurdere henvendelser og tip fra ganske almindelige borgere med noget på hjerte. I forbindelse med etableringen af redaktionen har TV2 Nord i øvrigt afgivet det stående løfte til nordjyderne og andre brugere, at alle henvendelser bliver besvaret. Alle tip til historier bliver undersøgt i fornødent omfang til at kunne foretage en journalistisk vurdering af, om henvendelsen kan danne grundlag for at gå videre med det. Og endelig har TV2 Nord afgivet det stående løfte, at alle henvendelser af denne art fra befolkningen skal besvares – uanset om mediehuset ser sig i stand til at gå videre med henvendelsen eller ej.

TV2 Nord behandler klager fra befolkningen professionelt. Mediehuset har en klageansvarlig, som hurtigt, effektivt og professionelt varetager dialogen med klagerne – uden undtagelser. Den klageansvarlige varetager også alle væsentlige henvendelser, som indeholder en eller andet form for kritik af TV2 Nords indhold og lignende. Dette sikrer en ensartet sagsbehandling, og at alle henvendelser af den karakter håndteres korrekt. Langt de fleste sager resulterer i mindelige løsninger, men det sker af og til, at klager ender i Pressenævnet trods forsøg på at forklare og forlige. TV2 Nord har i 2025 ikke fået kendelser mod sig.

5. Tilgængeliggørelse af public service-indhold

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

5.1. TV

5.1.1. Den regionale tv-kanal - SALTO

Forpligtelsen:

TV2 Nord udsender sine programmer "free-to-air" i regionen på den regionale tv-kanal, SALTO

Sendetidsopgørelse 2025 – TV2 Nord SALTO

Totalopgørelser:	Bemærkning:	Total i timer
Førstegangsvisning	Kun programmer	619
Genudsendelser	Kun programmer	5.550
Total for alle programmer		6.169
Total on air		6.169
Off Broadcast		0
Ident, trailer, filler, skilt og sponsor		460
Sendetid total		6.629
Programmer fordelt på produktionsform:		
Egen produktion		4.925
Køb		853
Fælles regional produktion		11
Fra anden TV2 region		380
Ukendt / andet		0
Total		6.169

5.1.2. "Vinduer" i TV 2-sendefloden

Forpligtelsen:

TV2 Nord 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 TV2 Nord, 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.

	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
Regional kanal	
SALTO – inkl. trailer, filler mv.	6.169 timer

5.1.3. Internetbaserede tjenester

Forpligtelsen:

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

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

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

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

Dette public service-internetsted skal holdes adskilt fra TV2 Nords eventuelle anden internetvirksomhed, som drives på kommercielle vilkår, dvs. uden anvendelse af offentlige tilskud. TV2 Nord 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 TV2-virksomheders nye tjenester. Tilsvarende gælder væsentlige ændringer af eksisterende tjenester.

2025 blev samlet set et yderst tilfredsstillende år for TV2 Nord, hvor vi lykkes med vores strategiske mål om at få flere direkte brugere. Især væksten i brugere og antallet af sidevisninger i vores nyhedsapp har været imponerende, men også nødvendig for at fastholde vores position og tilgængelighed overfor brugerne. Som forventet er trafikken til tv2nord.dk via sociale platforme – primært Facebook – nemlig faldet markant. Derfor er det glædeligt at store dele af dette tab er genvundet via direkte trafik til tv2nord.dk via både hjemmeside og mobilapp.

På grund af den nedadgående mulighed for *konvertering* fra sociale platforme til tv2nord.dk har TV2 Nord i større omfang end nogensinde haft fokus på at skabe indhold til brugere på SoMe-platforme på de samme platforme - med det mål at udkomme med vores journalistik til flest mulige brugere. Det har betydet en væsentlig vækst i følgere på de sociale medier, hvor vi på for eksempel TikTok er med helt fremme i feltet af samtlige danske medier målt på følgere.

2025 var også det første hele år med vores 'nye' nuværende hjemmeside, hvor brugeroplevelsen udspringer med fokus på mobil og tablet. Hjemmesiden er løbende blevet tilpasset teknisk og udviklet til nye redaktionelle prioriteringer. Som eksempel kan nævnes et nyt liveblog-system, som, udover at være motoren i en løbende intensiveret 'livedækning' af begivenheder og store historier, også fungerer som en backup-løsning, der lader os udkomme på tv2nord.dk selv i tilfælde af større tekniske nedbrud. Det nye liveblog-system fik sin ilddåb i forbindelse med kommunal- og regionsvalget i november 2025. Den for både borgerne og TV2 Nord vigtige begivenhed overgik, både i forhold til brugere, video- og sidevisninger, langt resultaterne fra valget i 2021.

Generelt har vi et stigende fokus på brug af liveblogs og en bedre digital brugeroplevelse som et led i vores rejse mod større synergier mellem Tv-nyhederne og de digitale platforme hvor vi i større grad udkommer med vores journalistik 'mens det sker'.

	Samlet for hele året			Dagligt gennemsnit		
	2025	2024	2023	2025	2024	2023
Brugere (web+app)		21.325.244	19.529.940	103.284	126.948	120.126
Besøg (web+app)	47.932.691	56.149.209	52.808.468	131.322	153.742	144.592
Visninger (click)	59.691.592	64.370.250	66.878.308	163.539	175.875	183.228
Visninger (feed)	47.816.676	55.223.544	16.619.082	131.005	150.884	45.532
Visninger (tv2.dk)	29.796.614	32.326.446	34.298.730	81.635	88.324	93.969
Visninger (samlet uden app)	137.304.882	151.920.240	117.796.120	376.178	415.083	322.729
Visninger i app	38.098.685	12.470.174	Ikke opgjort	104.380	84.374	Ikke opgjort

Samlede visninger for TV2 Nord i 2025: 175.403.567 (visninger samlet uden app og visninger i app)

Det statistiske hovedtal, der dagligt og løbende anvendes til at måle, hvor langt og bredt TV2 Nord kommer ud med vores indhold, er det *daglige gennemsnit af unikke brugere* og her ses fra 2024 til 2025 et fald. Det vurderes dog, at det er svært at sammenholde disse tal direkte, da TV2 Nord lancerede sin nuværende hjemmeside i august 2024.

Som tidligere nævnt har vi dog observeret en nedgang i trafikken fra særligt de sociale platforme – en nedgang, der ikke er unik for TV2 Nord og i øvrigt en trafikkilde, der kan fluktuere alt efter kildernes aktuelle algoritmer.

Med positivt fortegn ser vi i vores data, at vi er lykkedes med at få brugerne til at konsumere mere indhold pr. besøg – særligt de meget trofaste brugere, der benytter TV2 Nord's nyhedsapp, forbruger meget indhold.

Disse resultater understøtter TV2 Nord's strategi hvor vi fortsat ønsker at konvertere 'løst tilknyttede brugere' der primært møder TV2 Nord's indhold på sociale platforme til trofaste brugere, der benytter TV2 Nord's egne produkter og platforme som den direkte indgang til vores indhold.

Det er vi lykkedes med i 2025, og her er vi især godt hjulpet på vej af en flot vækst i visninger fra vores app. Med samlede 175 millioner sidevisninger (web+app) i 2025 slår vi vores egen rekord fra 2024 med hele 11 millioner sidevisninger – knapt en million flere pr. måned.

TV2 Nord's nyhedsapp	Dagligt gennemsnit	
	2025	2024
Besøg	28.317	15.768
Besøgende	11.015	9.857
Visninger (både click og feed)	104.380	84.374

TV2 Nord's app - besøg i hele tal. Lancering af ny app primo dec. 2020:

År	Besøg (sessions)
2025	7.504.023
2024	5.313.910
2023	3.874.097
2022	4.138.126
2021	3.847.289
2020	3.903.661

Kilde: Google Firebase

Trafikken fra sociale medier har de seneste år været dalende. Det er ingen undtagelse for TV2 Nord. I 2025 er antallet af besøgende faldet med en fjerdedel fra godt 24 millioner besøg i 2024 til 17,5 millioner besøg i 2025.

Besøg fra sociale medier:

År	Besøg (sessions)
2025	17.497.577
2024	24.144.114
*2023	29.284.841
2022	15.704.429
2021	8.756.485
2020	10.912.805

Kilde: Google Analytics

* Kilde:Plausible

Det understreger med tydelighed behovet for at fortsætte vores strategiske arbejde med at få mere direkte trafik til tv2nord.dk. Et arbejde der for alvor blev sat turbo under i 2024, hvor vi lancerede en ny hjemmeside og en opdateret app.

Derfor fortsætter vi også vores mål om at producere mere videointhold, som et led i at finde nye og optimere eksisterende veje til at fastholde vores digitale tryk. Vi har målrettet vores koncept for videoer til de digitale brugere med stor succes. Antallet af videoafspilninger er steget fra godt 22 millioner i 2024 til 25 millioner i 2025.

Til gengæld så vores brugere lidt færre minutters video samlet i 2025, men det var forventeligt, da vi har truffet et strategisk valg om at klippe kortere videoer i et 4/5-format til vores artikler i stedet for at lægge lange indslag i dem, så det passer bedre til brugernes digitale behov.

Den gennemsnitlige afspilning af vores livesignaler (minutter pr. afspilning) er steget meget markant fra 2024 til 2025. Årsager, er der flere af, men øget brug af liveblogs i kombination med direkte TV-sending er den primære. Det er særligt begivenheder som for eksempel 'Nordjylland Gør en Forskel' hvor TV2 Nord sendte direkte i godt en uge samt den intensive dækning af kommunal- og regionsvalget, der bør bemærkes her.

	2025	2024	2023	2022	2021
Afspilninger, VOD	25.297.729	22.782.455	12.383.611	7.665.241	5.437.425
Minutter set, VOD	12.285.004	15.552.638	15.139.777	13.036.452	12.137.817
Gns. Min. Set pr. live-afspilning	3,35	1,35	1,02	0,64	1,17
Gns. Min. Set pr. VOD-afspilning	0,47	0,68	1,22	1,7	2,23

Mens trafikken til tv2nord.dk fra de sociale platforme har set en negativ udvikling, ses udbredelsen af TV2 Nord's indhold på de sociale platforme i sund vækst.

Tilstedeværelsen på de sociale platforme understøtter i høj grad det strategiske mål om at øge TV2 Nord's synlighed overfor den yngre målgruppe (de 18-29-årige) og udviklingen i udbredelse, antal følgere med videre viser at det virker.

Særligt TikTok er en stor succes for os, og på denne platform har vi nået et niveau i antallet af følgere, som betyder, at vi bider skeer med de store, landsdækkende medier. I udgangen af 2023 havde vi 26.672 følgere på TikTok, mens vi i slutningen af 2025 kunne notere 87.607 følgere af TV2 Nords profil – mere end en tredobling på to år.

På Facebook har vi også i 2025 for første gang rundet 200.000 følgere, hvilket må siges at være et godt udgangspunkt for at nå ud til sine brugere for et medie som vores, der har knapt 600.000 borgere i sit sendeområde. Særligt Facebook forbliver også vigtig for os, da denne platforme, trods nedgangen, stadig er en stor trafikmotor til vores hjemmeside.

Vi har samtidig i 2025 taget strategiske valg, der sikrer, at vi i 2026 fastholder vores fokus på at levere public service-indhold på de forskellige sociale medie-platforme ved blandt andet at tilføje ressourcer til vores SoMe-redaktion.

Antal følgere på SOME pr. ultimo året:

År	Facebook	Instagram	Youtube	TikTok
2025	207.487	38.719	43.683	87.601
2024	180.901	30.684	36.716	60.863
2023	159.813	28.720	32.281	26.672
2022	152.138	27.539	28.638	
2021	140.701	26.278	24.491	
2020	107.124	24.308	19.081	
2019	96.366	17.217	12.433	
2018	84.733	9.453	6.177	

Kilde: FB insights Kilde: Crowdtangle Kilde: YouTube Anc Kilde: TikTok

Alt i alt blev 2025 et tilfredsstillende år for TV2 Nord, hvor vi fik eksekveret vores strategiske mål om at gøre os mindre afhængige af trafikkloder fra tredjepart samt at konvertere flere brugere over på vores app. Desuden vækstede vi pænt på samtlige sociale medieplatforme.

5.2. Arkiver

Forpligtelsen:

TV2 Nord skal medvirke til at gøre det muligt for Det Kongelige Bibliotek at give publikum adgang til, inden for rammerne af ophavsretslovgivningen, at se eller høre tidligere udsendte nyheds- og aktualitetsudsendelser.

TV2 Nord skal af kulturarvmæssige hensyn bevare sine programarkiver.

TV2 Nord skal fremme digitaliseringen af programarkiverne for bl.a. på denne måde at give borgerne adgang til sine programarkiver, dog med de begrænsninger, der følger af lovgivningen mv., herunder ophavsretsloven.

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

TV2 Nord har tidligere rådet over et omfattende båndarkiv, som indeholder samtlige indslag produceret siden stationens start den 1. april 1989. Arkiveringen er oprindeligt sket på Betacam SP og senere på Betacam SX. Alt materiale er registreret i stationens nyhedssystem, som senest blev udskiftet i 2019.

Ved udgangen af 2023 blev digitaliseringen af det tidligere båndbaserede arkiv afsluttet. Digitaliseringen omfatter indslag og programmer fra perioden 1. april 1989 til 31. marts 2011, som nu lagres digitalt i formatet H.264 med en bitrate på 8 Mbit.

I 2021 blev digitaliseringen af manuskripter og rundowns fra perioden før indførelsen af computerbaserede nyhedssystemer ligeledes færdiggjort.

Siden 2011 har TV2 Nord anvendt et fuldt digitalt videoarkiv, hvor alt materiale lagres på harddiske i formatet DVVPRO 50 (MXF OP-1a). Fra 1. april 2013 produceres og arkiveres alt indhold i HD-kvalitet.

Der foretages daglige snapshots af både medieproduktion og arkiv. Disse lagres på en medieserver placeret i en separat brandcelle samt på en ekstern båndbackup, som ligeledes opdateres dagligt.

Desuden er alle stationens udsendelser gemt på dvd frem til 31/12-2015. Disse udsendelser er arkiveret efter udsendelsesdato.

Ved henvendelse fra forskere eller andre interesserede kan enkeltindslag lokaliseres via emnesøgning, og dato og udleveres på digitalt medie i overensstemmelse med gældende regler.

Nyhedsudsendelser er offentligt tilgængelige på TV2Nord.dk fra 1. november 2010 og frem til dags dato. Den internetbaserede arkivtjeneste markedsføres løbende i TV2 Nord's tv-udsendelser gennem trailere, der gør seerne opmærksomme på adgangen til arkivet.

Indtil 31. december 2005 blev VHS-kopier af TV2 Nord's udsendelser løbende afleveret til Statsbiblioteket. Disse udsendelser kan rekvireres via Det Kongelige Biblioteks tjeneste for radio- og tv-arkiver. Efter 1. januar 2006 har Statsbiblioteket alene foretaget årlige optagelser.

6. Finansiering

6.1 Hoved- og nøgletal

	2025	2024	2023	2022	2021
	t.kr.	t.kr.	t.kr.	t.kr.	t.kr.
5 års hovedtal					
Tilskud	76.638	75.725	71.775	68.038	68.067
Driftsresultat	333	227	150	241	43
Resultat af finansielle poster	-196	-177	-84	-103	-28
Årets resultat	137	50	65	137	15
Egenkapital	13.451	13.314	13.264	13.198	13.061
Balancesum	35.205	34.626	35.711	33.219	36.075
Investeringer i mat. anlægsaktiver	2.260	2.848	4.592	2.512	6.679
Operationelle aktiver	35.205	34.626	35.711	33.219	36.075
Sendetimer	6.169	6.155	6.087	6.202	5.985
Gennemsnitligt antal ansatte	99	100	93	86	84
Nøgletal					
Overskudsgrad (%)	0,4	0,3	0,2	0,4	0,1
Afkastningsgrad (%)	0,9	0,7	0,4	0,7	0,1
Egenkapitalens forrentning (%)	1,0	0,4	0,5	1,0	0,1
Egenkapitalandel (%)	38,2	38,5	37,1	39,7	36,2

Nøgletal er udarbejdet på baggrund af følgende beregningsformler:

Overskudsgrad = $\text{Driftsresultat} \times 100 / \text{licensindtægter}$

Afkastningsgrad = $\text{Driftsresultat} \times 100 / \text{gennemsnitlige operationelle aktiver}$

Egenkapitalens forrentning = $\text{Årets resultat} \times 100 / \text{gennemsnitlig egenkapital}$

Egenkapitalandel = $\text{Egenkapital} \times 100 / \text{balancesum}$