

FORORD	5	TV 2 SPORTEN	83
PUBLIC SERVICE-REGNSKAB	11	TV 2 INTERAKTIV	89
TV 2-REGIONERNE	37	TV 2s DIGITALISERING	95
ÅRETS PROGRAMMER	57	REKLAMESALGET	101
TV 2 ZULU	69	REGNSKABET FOR 2001	107
TV 2 NYHEDERNE	75	BILLEDLISTE	111



TV 2 | DANMARK

RUGAARDSVEJ 25 · 5100 ODENSE C

TEL. 65 91 12 44 · FAX 65 91 33 22 · tv2@tv2.dk · www.tv2.dk

DESIGN OG PRODUKTION: REKLAMBUREAUET CLAUSEN & NIELSEN, ODENSE · TRYK: NYBORG SCANTRYK
KORTGENGIVELSE EFTER TILLADELSE AF ©KORT & MATRIKELSTYRELSEN (A. 44-02)

JUNI 2002

TV 2 | DANMARK 2001 PUBLIC SERVICE BERETNING





FORORD ... et begivenhedsrigt år



GODT og begivenhedsrigt

Sådan kan man roligt betegne 2001 - set fra TV 2s synsvinkel.

Konkurrencen var hård. Den bliver kun stærkere i fremtiden. Og netop derfor er det meget tilfredsstillende at kunne konstatere, at TV 2 gik styrket ud af 2001, selv om året begyndte svagt.

Men takket være et godt samarbejde med de uafhængige, danske producenter og en god indsats i vores programproducerende afdelinger oplevede TV 2 i efteråret 2001 sit seermæssigt bedste halvår i fem år.

Det betød, at TV 2 i 2001 samlet set forøgede sin seerandel fra 36,5 til 36,9 procent blandt alle seere over 3 år.

Året sluttede på dramatisk vis med to begivenheder, som TV 2 kastede alle kræfter ind i.

Den ene begivenhed var terrorangrebet mod USA den 11. september. En begivenhed, som TV 2/NYHEDERNE dækkede så tæt, at det var vanskeligt at få øje på en ubelyst vinkel, da chokket havde lagt sig.

Den anden begivenhed var det tredobbelte valg den 20. november, hvor danskerne for første gang gik til kommunal-, amts- og folketingsvalg på samme dag. Over en million danskere fulgte valgdramaet på TV 2.

TV 2/NYHEDERNE fastholdt sin position som landets største nyhedsmedie. Men nyheder gjorde det ikke alene. TV 2 bød også på nye programmer, som samlede danskerne foran skærmen.

Venner for livet er blot et enkelt eksempel, som er værd at fremhæve. Det er nemlig et af de tv-formater, som er





danskudviklet og som er blevet salgsobjekt i udlandet. Et andet format, som blev solgt til udlandet, er **Den Store Klassesfest** - som i øvrigt havde premiere i Kina foran 68 millioner seere.

Og så var der TV 2s bud på et reality-program: **Popstars**. For TV 2 er reality-tv andet end toiletbesøg for åbent kamera. I **Popstars** handlede det om varme og musikalitet. Om talent og drømme, der blev til virkelighed.

TV 2 ville prøve noget nyt - og her kommer Zulu ind i billedet. For Zulu er en væsentlig årsag til, at TV 2 klarede sig godt i den hårde konkurrence. Ikke alene, når det drejer sig om **Popstars**, men i det hele taget.

Zulu har bevist sit værd. Måned for måned har flere og flere tunet ind på kanalen med personlighed, varme og humor. Og Zulu er i løbet af sit første leveår vokset flere af sine ældre konkurrenter over hovedet.

Men træerne vokser som bekendt ikke ind i himlen. Det fik mediebranchen at mærke gennem et presset annoncemarked.

Og netop begivenheden den 11. september var stærkt medvirkende til at lægge en dæmper på det, der for TV 2 er en forudsætning for at sende fjernsyn: Reklameindtægterne.

“2001 blev ganske enkelt Zulus gennembrudsår.”

Som alle andre medier herhjemme og i udlandet måtte vi kigge vores budgetter kritisk efter i kanterne. Det skete med udsigt til en økonomisk afmatning, som også ville slå igennem i Danmark.

Økonomisk såvel som politisk kom der nye vinde. Folketingsvalget førte til en ny, borgerlig regering - og en ny kulturminister, som fjernede det gældende medieforslag. Og snart blev også den særlige aftale - om at begrænse antallet af børnereklamer på TV 2 - ophævet. Et skridt, som kunne hjælpe lidt på økonomien. Men et tabt marked

samles ikke op fra den ene dag til den anden. Det tager tid, inden annoncørerne vender tilbage.

TV 2 kom dog igennem 2001 med en tilfredsstillende indtjening på reklamemarkedet. Det er der også brug for i en tid, hvor kravet om nye investeringer konstant presser sig på.

I 2001 kunne TV 2 indvie et nyt, digitalt nyhedsstudie, som er gearret til fremtidens krav. Og TV 2 flyttede desuden hele sin internetafdeling fra Hellerup til Odense, så den kunne blive en integreret del af det redaktionelle miljø.

Desuden blev 2001 året, hvor TV 2 - og DR - overtog det jordbaserede sendenet, som kan blive en fælles og fremtidssikret platform for alle dansksprogede tv-kanaler, hvis det bliver digitaliseret.

Der er således mange grunde til at glæde sig over 2001. Dansk public service-fjernsyn klarer sig godt og bliver set af omkring 70 procent af danskerne hver dag.

Men det kommer ikke af sig selv. Og derfor er der også mange grunde til at værne om TV 2, som vi har kendt stationen i de seneste snart 14 år.

Cristina Lage
Cristina Lage
Administrerende direktør

Jens Bilgrav-Nielsen
Jens Bilgrav-Nielsen
Bestyrelsesformand





PUBLIC SERVICE-REGNSKAB ... dansk public service-tv klarer sig godt



DANSKERNES

mødested

Dansk public service er konstant til debat. Både hvad angår indhold og udbud. 2001 var ingen undtagelse. Snarere tværtimod. Året begyndte med, at en ny lov trådte i kraft. Og det sluttede med et varsel om, at samme lov ville blive taget af bordet. Debatten er vigtig. For intet er statisk i dagens mediebillede - og slet ikke tv. Tv flytter løbende sine grænser. Tv har sin egen æstetik og sine egne fortælleformer.

For TV 2 var udgangspunktet det samme hele året igennem. Vi producerer public service-fjernsyn med afsæt i seernes hverdag, værdier og holdninger. Og vi sætter en ære i at være danskernes foretrukne mødested.

TV 2 fortolker public service-begrebet bredt. Det er vigtigt at holde sig for øje, at public service-begrebet er knyttet til programvirksomheden som sådan - og ikke til enkeltprogrammer. Der skal være et bredt udsnit af forskellige programgenrer og -typer i programfladen. Det fremgår ikke altid af den offentlige debat, hvor det ind imellem bliver

fremført, at public service udelukkende skal være dét, som de kommercielle aktører ikke har. Det er en misforståelse. Netop det brede programudbud udgør en af de væsentligste forskelle mellem TV 2s programflade og den, som de kommercielle tv-kanaler leverer.

Et andet vigtigt holdepunkt er, at programmerne skal henvende sig til et bredt publikum og som udgangspunkt have så mange seere som muligt. At have kontakt til mange seere er faktisk et krav til en samfundsforpligtet tv-station. Og for TV 2 er det ligefrem en forudsætning, fordi størstedelen af stationens indtægter - cirka 65 procent - kommer fra salg af reklamer.

TV 2 vil give oplevelser - gerne med varme og humor. Og TV 2 vil i sin journalistik være kritisk over for samfundsmagten, men samtidig vise, at den enkelte dansker også har et ansvar. Det sker gennem en alsidig, mangfoldig og kvalitetsbetonet programflade, sådan som loven tilskriver.



Medieudvalget fastslår i sin betænkning (Betænkning nr. 1300 oktober 1995) om de elektroniske medier, at følgende krav er centrale i public service-mediers programvirksomhed:

1. Uafhængighed af økonomiske og politiske særinteresser i programvirksomheden.
2. Alsidighed, kvalitet og mangfoldighed i programudbudet.
3. Relevans, pålidelighed og upartiskhed i nyhedsformidlingen.

I vedtægten for TV 2 hedder det bl.a.:

Par. 4. TV 2 er forpligtet over for hele befolkningen til at sikre et bredt udbud af programmer og tjenester omfattende nyhedsformidling, oplysning, undervisning, kunst og underholdning.

Stk. 2. Der skal i udbuddet tilstræbes kvalitet, alsidighed og mangfoldighed. Ved programlægningen skal der lægges afgørende vægt på hensynet til informations- og ytringsfriheden. Ved informationsformidlingen skal der lægges vægt på saglighed og upartiskhed.

Stk. 3. Udsendelsesvirksomheden skal sikre befolkningen adgang til væsentlig samfundsinformation og debat.

Stk. 4. I udsendelsesvirksomheden skal der lægges særlig vægt på dansk sprog og dansk kultur.

Stk. 5. Udsendelsesvirksomheden skal afspejle bredden i produktionen af kunst og kultur og give programtilbud, som reflekterer mangfoldigheden af kulturinteresser i det danske samfund.

Stk. 6. TV 2 skal lægge særlig vægt på sin rolle som initiativtager til og formidler af dansk kunst og kultur.

Stk. 7. TV 2 skal være med til at udvikle dansk sprog som et levende udtryk for dansk kultur og dens vekselvirkning med andre kulturer.

Stk. 8. TV 2 skal bidrage til at styrke dansk filmproduktion, jævnfør medieaftalen.

Stk. 9. TV 2 skal medvirke til at folkeliggøre den ny informationsteknologi ved at skabe nye programmer og informationstjenester, som kan gøre seere og lyttere bekendt med teknologien og inspirere dem til at bruge den.

4. Sikre befolkningen adgang til væsentlig samfundsinformation og debat.
5. Sikre befolkningen adgang til national kultur og kunst.
6. Programmerne bør kunne modtages af hele befolkningen, som bør sikres de teknisk bedst egnede og billigste modtageforhold.

Stk. 10. TV 2 skal tilbyde programmer og informations-tjenester af høj kvalitet til børn og unge, blandt andet for at gøre dem bevidste om de elektroniske mediers virkemidler og dermed bedre i stand til at skelne mellem fakta og fiktion.

Stk. 11. TV 2 skal sikre et alsidigt udbud af danske og multikulturelle programmer og informationstjenester rettet mod etniske minoriteter med henblik på at fremme integrationen.

Stk. 12. TV 2 skal sørge for at styrke handicappedes adgang til public service-tilbuddene ved at udnytte nye teknologier, herunder til tekstning eller lignende af dansksprogede tv-programmer.

Stk. 13. TV 2 skal styrke programsamarbejdet og -koordineringen med DR, således at programmer inden for samme kategori, for eksempel nyheds- og aktualitetsprogrammer, dansk dramatik, børneprogrammer og store sportsbegivenheder, så vidt muligt ikke sendes på samme tid på de to stationers tv-kanaler.

Stk. 14. TV 2 skal tilstræbe at gøre det muligt for Statens Mediesamling at give publikum adgang til, inden for rammerne af ophavsretslovgivningen, at se eller høre tidligere udsendte nyheds- og aktualitetsudsendelser.

Stk. 15. TV 2 skal offentliggøre retningslinjer for behandlingen af henvendelser fra publikum, herunder klager over programmer og tjenester.

(Kapitel 2, § 4)

Public service-regnskab

Dansk public service klarer sig godt i den stadigt stærkere konkurrence fra de kommercielle aktører. Det viser både meningsmålinger og målingerne af tv-seningen.

I 2001 lagde danskerne op imod 70 procent af deres tv-forbrug på public service-stationer DR og TV 2.

Dette public service-regnskab er det femte fra TV 2. Målet med regnskabet er at vise, hvordan TV 2 opfylder de krav, loven stiller til programvirksomheden samt at bidrage til grundlaget for den offentlige debat om dansk tv og public service.

Som følge af nye lovkrav om indholdet i public service-regnskabet vil regnskabet have en anden form i år. For bedre at kunne sammenligne er en stor del af elementerne fra tidligere års regnskaber medtaget i denne udgave - og er suppleret af ekstra oplysninger. Når det gælder opgørelsen af tidsrummet for "den gode sendetid", er tidsrummet ændret til klokken 17-24 (tidligere klokken 18-23), som er sammenligneligt med det tidsrum, DR benytter i sit program-regnskab.

Ifølge vedtægten for TV 2 skal TV 2s public service-regnskab oplyse,

- hvordan TV 2 opfylder public service-forpligtelserne,
- hvordan TV 2 bidrager til at styrke dansk filmproduktion (inklusive produktion af fiktions- og dokumentarprogrammer af uafhængige filmproducenter, herunder spillefilm, kort- og dokumentarfilm, tv-serier m.v.),
- hvilke danske filmproduktioner TV 2 har støttet og den samlede investering (herunder til forkøb af visningsrettigheder),
- anvendelsen af uafhængige producenter i det danske tv-programudbud,
- fordelingen af programtyper på sendefladen og på kanalerne,
- hvordan disse programudbud blev brugt af seerne, og
- hvordan publikum har vurderet programmerne.

2001 var det første hele år, hvor TV 2 Zulu sendte programmer til danskerne, og kanalen er derfor medtaget i alle seer-opgørelser. I 2000 sendte kanalen kun i to og en halv måned, og derfor er det vanskeligt at foretage en umiddelbar sammenligning af Zulu i 2000 og 2001. I en række tabeller fremgår dog både Zulu-tal for den korte periode af 2000, hvori kanalen sendte, og som gennemsnit for 2001.



Det har siden 1988 været et kendetegn for TV 2s virksomhed at være i dialog med seere, lovgivere og andre interesserede og at stille oplysninger om programvirksomheden til fri rådighed. Det gælder dog ikke økonomiske oplysninger om enkeltprogrammer og udsendelsesrækker, som ikke oplyses af konkurrencehensyn.

Kilden til talmaterialet i dette regnskab er blandt andet tv-meter-systemet, der drives af Gallup for DR, TV 2, TV3 og TvDanmark, og beregninger på baggrund af dette. Alle generelle tal dækker målgruppen 3 år og derover, det vil sige alle danskere på tre år og derover. Tal vedrørende nyhedssening er målt i aldersgruppen 12 år og derover.

Kvalitet, alsidighed og mangfoldighed

TV 2 skal have det hele: Nyheder, aktualitet, dokumentar, danske film og serier, kunst og kultur, underholdning, børneprogrammer, debat og sport samt udenlandske film og serier.

Hertil kommer de regionale programmer, som i høj grad er med til at understrege TV 2s position i det danske mediebillede. De otte regionalstationer, der giver seerne indblik i og viden om regionale og lokale begivenheder, sikrer, at TV 2 er tættere på danskerne end nogen anden tv-station.

TV 2s sendeflade adskiller sig fra de kommercielt finansierede tv-stationer ved at have en stor andel af landsdækkende og regionale nyheder, aktualitet og debat samt oplysning og kultur.

Tabel 1 viser således, hvordan TV 2s - og DR 1s - samlede programudbud har en helt anden karakter end de stationer, som sender tv af rent kommercielle grunde. Som det fremgår, udgjorde alene de landsdækkende og regionale nyhedsudsendelser (eksklusive **SportsNyhederne**) 13 procent af TV 2s sendeflade, mens aktualitet og debat også udgjorde 13 procent af fladen. De tilsvarende tal for TV3 er henholdsvis en procent og en procent og for TvDanmark 2 henholdsvis fire procent og nul procent.

TV 2 sendte fiktion i 45 procent af sendetiden, heraf var fire procentpoint dansk/nordisk fiktion. DR 1s tilsvarende fiktionsandel var 29, hvoraf otte procentpoint var dansk. Underholdning stod for henholdsvis syv og seks procent af programtimerne på TV 2 og DR 1.

TV3 og TvDanmark 2 sendte fiktion og underholdning i henholdsvis 96 og 91 procent af programsendetiden. Sidstnævnte kanaler kategoriserer ikke efter programmerens oprindelsesland, og derfor kan udbuddet af dansk fiktion ikke opgøres, men et dagligt kig på kanalernes programoversigter viser, at mængden af dansk fiktion på kanalerne er yderst beskedent.

Tabel 1

Sendetid i programtyper i 2001 - fordelt på de fire "hovedkanaler" TV 2, DR 1, TV3 og TvDanmark 2 (procent)

	TV 2	DR 1	TV3	TvDk 2
Nyheder (almene)	9	9	1	4
Sportsnyheder	1	1	0	-
Aktualitet og debat	13	14	1	1
Oplysning og kultur	11	29	1	7
Musik	1	2	0	-
Underholdning	7	6	16	35
Dansk/nordisk fiktion	4	8	80	53
Udenlandsk fiktion	41	21		
Sport (ekskl. nyheder)	9	6	2	0
Regional-tv	4	-	-	-
Undervisning	-	4	-	-
Total	100	100	100	100

(Kilde: Gallup TV-meter)

Tabel 2

Sendetid i programtyper i 2001 - fordelt på de fire søsterkanaler TV 2 Zulu, DR 2, 3+ og TvDanmark 1 (procent)

	Zulu	DR 2	3+	TvDk 1
Nyheder (almene)	-	7	-	-
Sportsnyheder	-	-	0	-
Aktualitet og debat	2	11	0	2
Oplysning og kultur	8	36	0	2
Musik	1	4	0	0
Underholdning	15	6	11	21
Dansk/nordisk fiktion	2	5	79	71
Udenlandsk fiktion	48	19		
Sport (ekskl. nyheder)	23	5	8	4
Regional-tv	-	-	-	-
Undervisning	-	7	-	-
Total	100	100	100	100

(Kilde: Gallup TV-meter)

Tabel 3

TV 2s sendetid i programkategorier (ekskl. Zulu)

	Procent	Timer og minutter
Nyheder (almene)	9	490 t 54 min.
Sportsnyheder	1	76 t 19 min.
Aktualitet og debat	13	743 t 43 min.
Oplysning og kultur	11	578 t 51 min.
Musik	1	49 t 24 min.
Underholdning	7	412 t 39 min.
Dansk/nordisk fiktion	4	232 t 51 min.
Udenlandsk fiktion	41	2232 t 04 min.
Sport (ekskl. nyheder)	9	494 t 52 min.
Regional-tv	4	198 t 37 min.
Total	100	5510 t 11 min.

(Kilde: Gallup TV-meter)

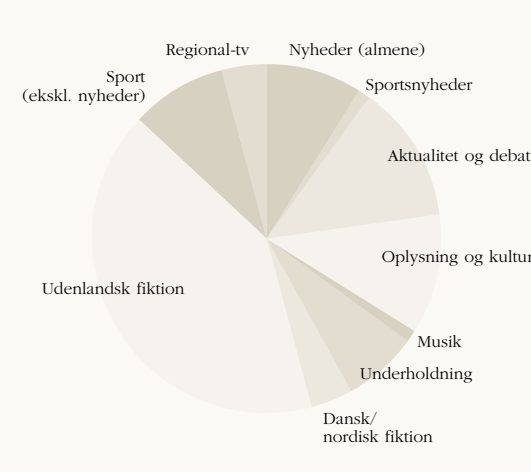
Tabel 4

Seertid fordelt på TV 2s programkategorier (ekskl. Zulu)

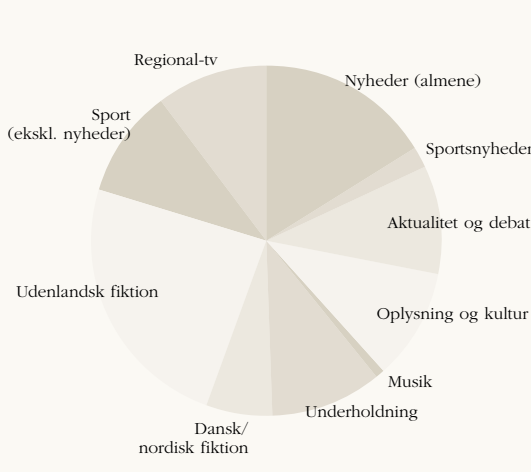
	Procent	Timer og minutter
Nyheder (almene)	16	45 t 43 min.
Sportsnyheder	2	6 t 10 min.
Aktualitet og debat	10	28 t 19 min.
Oplysning og kultur	10	27 t 19 min.
Musik	1	2 t 44 min.
Underholdning	10	27 t 26 min.
Dansk/nordisk fiktion	6	17 t 42 min.
Udenlandsk fiktion	24	66 t 00 min.
Sport (ekskl. nyheder)	10	28 t 49 min.
Regional-tv	10	27 t 32 min.
Total	100	277 t 44 min.

(Kilde: Gallup TV-meter)

Af tabel 3 fremgår, hvordan TV 2s sendetid i hele døgnet var sammensat i 2001 - både i procent (som i tabel 1) og i timer og minutter.



Mens tabel 3 viser de enkelte programtypers andel af TV 2s samlede sendetid, viser tabel 4, hvordan seerne fordelte deres tv-forbrug på TV 2s programtyper. Tabellerne viser således, at nyheder (de almene nyheder og de regionale nyheder - eksklusiv sportsnyheder) udgjorde 13 procent af TV 2s samlede sendetid (tabel 3), men udgjorde 26 procent af seernes samlede sening på TV 2 (tabel 4).



Det skyldes for det første, at NYHEDERNE og de regionale nyhedsprogrammer har mange og trofaste seere og for det andet, at de fleste nyhedsudsendelser vises på tidspunkter, hvor mange danskere ser fjernsyn. Samme konklusion gælder for eksempelvis underholdning.

Tabel 5

TV 2s sendetid kl. 17.00 til 24.00
fordelt på programkategorier

(udsendelser med begyndelsestidspunkt mellem kl. 17.00 og 24.00)

	Procent	Timer og minutter
Nyheder	12	272 t 15 min.
Sportsnyheder	3	61 t 28 min.
Aktualitet og debat	6	134 t 14 min.
Oplysning og kultur	13	288 t 13 min.
Musik	1	20 t 28 min.
Underholdning	11	242 t 29 min.
Dansk/nordisk fiktion	7	157 t 13 min.
Udenlandsk fiktion	29	654 t 15 min.
Sport (ekskl. nyheder)	9	199 t 44 min.
Regional-tv	9	191 t 12 min.
Total	100	2221 t 31 min.

(Kilde: Gallup TV-meter)

Tabel 6

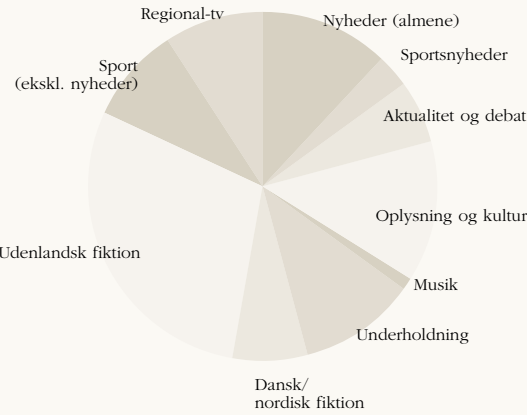
TV 2-seernes tidsforbrug mellem kl. 17.00 til 24.00
fordelt på programkategorier

(udsendelser med begyndelsestidspunkt mellem kl. 17.00 og 24.00)

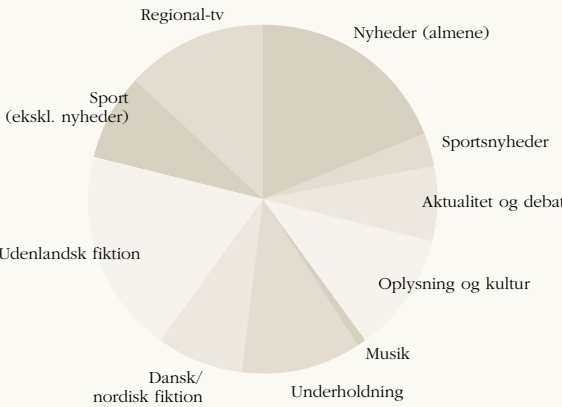
	Procent	Timer og minutter
Nyheder	19	39 t 06 min.
Sportsnyheder	3	5 t 38 min.
Aktualitet og debat	7	14 t 14 min.
Oplysning og kultur	11	23 t 06 min.
Musik	1	2 t 09 min.
Underholdning	11	23 t 31 min.
Dansk/nordisk fiktion	8	16 t 01 min.
Udenlandsk fiktion	19	39 t 52 min.
Sport (ekskl. nyheder)	8	17 t 05 min.
Regional-tv	13	27 t 21 min.
Total	100	208 t 03 min.

(Kilde: Gallup TV-meter)

I tabel 5 og 6 vises også sendetiden og seertiden på programkategorier - her for programmer, der har begyndelsestidspunkt mellem klokken 17.00 og 24.00.



I dette tidsrum udgør nyheder, regional-tv, underholdning og dansk/nordisk fiktion en forholdsvis større andel af sendetiden - det vil sige af TV 2s programudbud - end når opgørelsen dækker hele døgnet. Også *seningen* af disse programtyper i samme tidsrum er forholdsvis større end gennemsnittet for hele døgnet. Det skyldes, at disse programtyper typisk har højere seertal end gennemsnittet.



Dækning af kunst, kultur, etniske emner, integration, kirkestof, handicapspørgsmål o.l. emner i kendte programformater

Når tv-stationer skal dække for eksempel kunst, kultur, etniske emner, integration, kirkestof, handicapspørgsmål og lignende emner, jævnfør TV 2s vedtægt paragraf 4, kan det gøres på to forskellige måder - og ved en kombination af disse to måder.

1. Tv-stationerne kan producere og programsætte for eksempel rene kulturprogrammer og kirkelige magasiner. En sådan fremgangsmåde vil erfaringsmæssigt have til følge, at der kun vil være en beskednen seerinteresse for sådanne programtyper.
2. Tv-stationerne kan integrere omtale og debat om kunst, kultur, integration, etniske spørgsmål og lignende i kendte programformater, som i forvejen har et stort publikum. Dermed bliver disse emner, som ikke umiddelbart kan forventes at interessere et stort antal tv-seere, alligevel set og kendt i en større kreds af danskere.

For TV 2 er det et afgørende mål at komme i kontakt med så mange seere som muligt, og derfor benyttes sidstnævnte dækning oftest. Men der sendes også specifikke programmer om kunst, kultur, etniske spørgsmål og lignende. I den situation, hvor for eksempel kunst, kultur og etniske spørgsmål integreres i kendte programformater, viser programkategoriseringssystemet sig dog at være mangelfuldt. Mens programkategorier er glimrende til at overskue de sto-

re linier i tv-kanalernes programprioritering, yder kategoriseringen ikke altid retfærdighed til for eksempel nyheds- og magasinprogrammer med mange forskellige indslag.

I begyndelsen af 2002 kaldte forfatteren og journalisten Leif Davidsen i en tv-anmeldelse **Go' morgen Danmark** for "tv's største bogprogram". Men det fremgår ikke af kategoriseringen, at **Go' morgen Danmark** indeholder i hundredevis af kulturindslag - herunder mange bogomtaler - hvert år. Programmet er nemlig kategoriseret som "Aktualitet og debat" - og det er der også masser af i **Go' morgen Danmark**. Det fremgår heller ikke af kategoriseringen af **Go' morgen Danmark**, at musik omtales og præsenteres i programmerne. I 2001 havde **Go' morgen Danmark** besøg af 183 orkestre eller solister, som hver gav to numre. 156 af dem var danske musikere/grupper, mens 27 var udenlandske.

Fordelingen af de 156 orkestre/solister på genrer var således:

- Jazz: 24 (for eksempel Hans-Ulrik, Cæcilie Norby, Etta Cameron/Horace Parlan)
- Klassisk: 24 (for eksempel The Tolkien Ensemble, Christina Bjørkøe, Kaare Norge)
- Rock: 40 (for eksempel Gnags, tv-2, Michael Falch, Henning Stærk)
- Pop: 68 (for eksempel Thomas Helmig, Marie Frank, Christian, Birthe Kjær)

Det fremgår heller ikke af kategoriseringen af NYHEDERNE og de regionale udsendelser, at der her sendes mange kulturhistorier hver uge - for NYHEDERNE og regionale pro-

grammer er jo netop kategoriseret som ”nyhedsudsendelser”.

Det fremgår heller ikke af kategoriseringen af børneprogramserien **Snurre Snups Søndagsklub**, at udsendelserne indeholder mange indslag om børnekultur, musik samt for eksempel kirkelige emner i forbindelse med højtider.

Siden den 1. januar 2002 er også **Go’ aften Danmark** kommet til som et magasinprogram, hvori kultur, politik, samfundsdebat, underholdning med videre integreres.

Foruden at integrere for eksempel kultur, kunst, kirkelige og etniske emner i kendte programformater som **Go’ morgen Danmark**, NYHEDERNE og børneprogrammer (se nedenstående og næste side), producerer og indkøber TV 2 også særlige kulturelle programmer. I 2001 sendte TV 2 for eksempel:

- det prisbelønnede kulturprogram **Scenen er sat**, hvor en professionel kunstner introducerer amatører til en kunstart og laver et kunstværk sammen med dem,
- samtaleprogrammerne **Store Klaus og Lille Lars** mellem forfatteren Klaus Rifbjerg og filminstruktøren Lars von Trier,
- **Elia - 386 ton kunst** om tilblivelsen af Ingvar Cronhammers kunstværk ved Herning,
- **Skæbnebilledet** om et særligt kunstværk hos en privat familie, som er en ægte Velazquez eller måske blot et smukt maleri,
- **Kærlighed i Skarnkassen** om tilblivelsen af forestillingen af samme navn i Pantomimeteatret i Tivoli og dronning Margrethes arbejde med scenografien og kostumerne til forestillingen,
- udsendelser om aktuelle biografilm,
- Oscar-programmer og Oscar-uddelingen,
- portrætter af blandt andet filminstruktøren Bille August, designeren Erik Mortensen, skuespilleren Sofie Lassen-Kahlke, musikeren Thomas Helmig og instruktøren og skuespilleren Søren Fauli,
- musikprogrammer og koncerter med blandt andet Erann DD, Helmut Lotti, De Tre Tenorer, klassisk julekoncert fra Wien, koncert med Pavarotti samt Kenter & Sjøgrenshow,
- musikportrætter,
- **Danish Music Awards**, udenlandske prisuddelinger inden for flere typer musik blandt andet pop, country & western og latin samt
- den historiske og kulturhistoriske programserie **De skabte det 20. århundrede**.

TV 2 Zulu sendte også nogle af disse programmer og herudover blandt andet:

- den roste programserie **Raketfart** om populærkultur (63 udsendelser inklusive genudsendelser),
- flere udsendelser om aktuelle biografilm,
- Emmy-programmer,
- koncerter,
- portrætter af musikere og
- portræt af den danske Oscar-vinder, manuskriptforfatteren og instruktøren Anders Thomas Jensen.

At det kulturelle stof også i høj grad blev integreret i andre programmer viser en analyse af en tilfældig uge i 2001. NYHEDERNE og **Go’ morgen Danmark** havde en lang række historier om kunst og kultur i bred forstand - sportsinterviews og sportsindslag er dog ikke medtaget i opgørelsen, ligesom politiske nyhedsindslag fra kulturområdet (for eksempel politisk uenighed om teaterlov, rigsarkiv, bibliotek) heller ikke er medtaget. Hertil kommer talrige indslag fra TV 2s regioner og andre programformater, som ikke kan specificeres i TV 2/DANMARKs registrering.

Opgørelsen ser ud, som følger:

Kultur i Go’ morgen Danmark i uge 3 i 2001:

- Ny forestilling med sange af poeten og sangeren Jan Toftlund. I studiet er de tre personer bag forestillingen, Lasse Helner, Benny Holst og Kell Dalager.
- Ny udstilling: Kvindelig fotograf har fotograferet diskoteksgæster tre gange om ugen i to måneder.
- Med til prøverne på forestillingen ”Joker er trumf”.
- Bandet Mrazem optræder to gange.
- De Danske Brevdueforeninger fylder 100 år. Næstformanden er i studiet.
- Båndet indslag om Roger Whittaker i Danmark.
- Ny bog om svage ældre udkommer - og debatteres i studiet.
- Sangerinden Cæcilie Norby optræder to gange.
- Interview med Cæcilie Norby, som sammen med Lars H.U.G. holder to koncerter i Cirkusbygningen, hvor de synger sange skrevet af George Gershwin.
- Folk fra musikbranchen vil lave Danmarks Rockhistorie og mødes i dag. Formanden for gruppen bag initiativet, Flemming Madsen, og musikeren Johnny Reimar er i studiet.
- Jytte Abildstrøm markerer sit 30-års-jubilæum med forestillingen *På gyngende grund* i Riddersalen. Hun er i studiet med sin søn Peter Mygind, som også står på scenen i forestillingen.

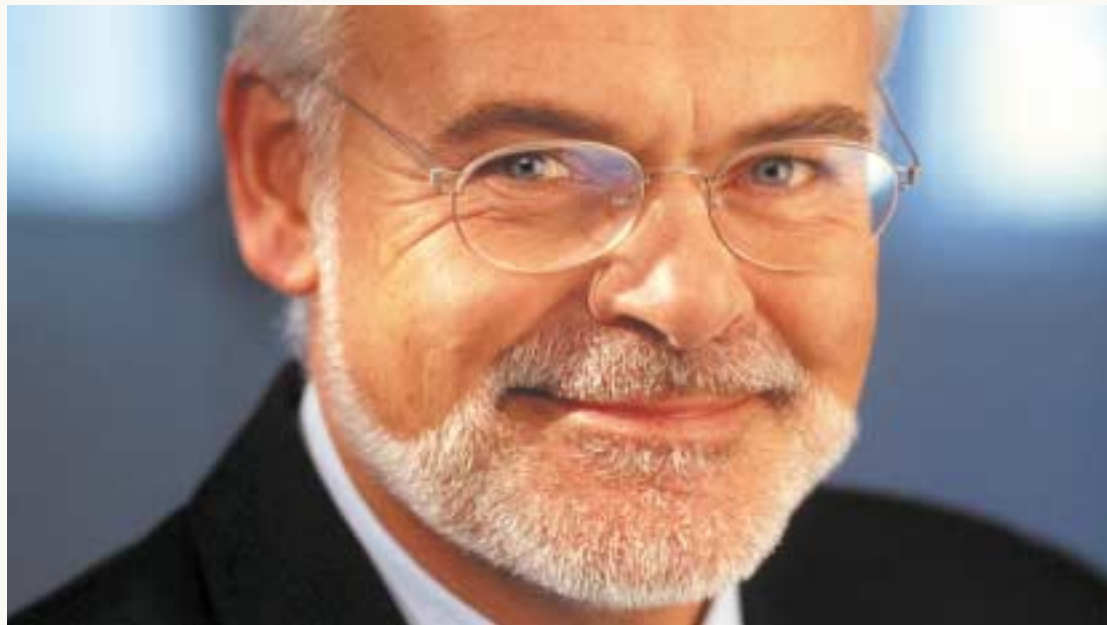
- Operasanger Jens-Christian Wandt og kok Claus Valdemar om at synge og lave mad - nogle gange på samme tid.
- Anette Engell udgiver sin bog ”Utro, håb og kærlighed” om samlivet med tidligere minister Hans Engell. Anette Engell er i studiet.
- Indslag om filmen ”Cast Away”, der har Tom Hanks i hovedrollen - en moderne udgave af ”Robinson Crusoe”.
- **Go’ morgen Danmarks** filmanmelder Niels Frid-Nielsen anmelder filmen ”Cast Away”.

Kultur i NYHEDERNE i uge 3 i 2001:

- Ny udstilling af designerting, der er lavet af affald og andre ting, der for de flestes vedkommende er lige til at smide ud. Interview med direktør Jens Bernsen, Dansk Design Center.
- Dansk kok fra Molskroen vil være verdensmester i madlavning.
- Ballet, boksning og børn. Fordom: De fattiges børn slår på tæven, de riges danser på tæer - og dog. Her er historien om to danske børn fra arbejderklassen, der egentlig skulle bokse, men hellere ville danse ballet. Klip fra den britiske, prisvindende og Oscar-nominerede film ”Billy Elliot”, der handler om samme emne.
- Generationsskifte i dansk pop- og rockmusik. Ud med Anne, Hanne og Sanne og de andre store fra 80’erne. Ind med de unge, for eksempel Karen Rosenberg, Filur og Outlandish.

- Et stykke kulturhistorie om ”den lille mands travhest”, som brevduen er blevet kaldt: De Danske Brevdueforeninger fylder 100 år.
- Besøg i København af en kristen gospelsanger - der er sort og jøde! Ny dokumentarfilm om Joshua Nelson.
- Dansk rock får sin egen historiebog - og måske også et rockmuseum. Rockens koryfæer mødes for at samle materiale til rockhistorien.
- Kunstmuseet Arken viser om kort tid Edward Munchs ”Skriget” - udlånt fra det norske Nasjonalgalleri.
- Et lille dansk firma er slået igennem på et af de hårdeste og udenlandsk-dominerede områder: Markedet for computerspil. Det er firmaet IO Interactive, der har udviklet spillet ”Hitman”.
- Han har sunget, fløjtet og charmet i mange år, men nu er det slut: Sangeren og musikeren Roger Whittaker er på afskedsturné - med billeder fra koncerten i Skive.
- Ny tendens: Medieglade vil opnå berømmelse - hurtigt. De er med i et nyt mediekoncept, **Baren**, på TV3.
- København er centrum for en blodig festival med deltagelse af performancekunstnere: ”Live Art” festivalen.
- Nyt Heerup-museum åbner i Rødovre.
I alt 28 indslag i uge 3 i udgaverne af NYHEDERNE og **Go’ morgen Danmark**.
En tilsvarende opgørelse for uge 3 i 2002 viser i øvrigt, at denne uge indeholdt 34 indslag med kulturelt indhold. En del af stigningen kan tilskrives programmet **Go’ aften Danmark**, der begyndte at sende den 1. januar 2002.





Dansk sprog

Med en programpolitik, der tager udgangspunkt i danskeres hverdag, værdier og holdninger, har det danske sprog pr. automatik været i fokus - det sprog, som tales i alle dele af samfundet (geografisk, i familierne og mellem naboer og bekendte, på arbejdspladser, i det politiske miljø, mellem børn og unge og så videre).

TV 2 har i alle udsendelsestyper arbejdet på at give sproget en professionel behandling. Det gælder såvel hos TV 2s studieværter og reportere som hos de mange skuespillere, der har optrådt i den danske filmproduktion, som TV 2 har engageret sig i - herunder produktioner fra TV 2/Drama og den række biograffilm, som TV 2 har investeret i. Sproglig præcision og omhu har hver eneste dag året rundt været en integreret del af efterkritikken af TV 2s programmer, blandt andet NYHEDERNE.

TV 2 har tilstræbt at bruge sproget korrekt og med respekt for de forandringer, som det undergår. Sproget er levende, og det udvikler sig hele tiden.

Det er vigtigt at holde sig for øje, at tv-sproget er det *talte* sprog. TV 2s reportere og værter kommer fra hele landet, og det kan høres. Selv om dialekterne uddør, er der stadig små forskelle tilbage både i ordvalg og toneart.

Foruden det talte sprog forsøger TV 2 at sikre en høj kvalitet i sine undertekster - både i oversættelserne af udenlandske indslag, programmer, film og serier samt i ttv-tekstningen af danske programmer. Også dette er et vigtigt område at sætte i fokus, idet tv-undertekster er den mest læste

tekst i Danmark. Det viser en afhandling, som universitetslektor Henning Gottlieb har skrevet (*Fyens Stiftstidende* den 13. januar 2002).

Folkeliggørelse af informationsteknologien og bevidstgørelse af børn og unge om elektroniske mediers virkemidler

Det har altid været TV 2s mål med enkle virkemidler at skaffe flest mulige brugere adgang til alle TV 2s platforme - ved for eksempel at henvise fra tv til tv2.dk - og det er TV 2s intention at bruge nettets muligheder for at øge kommunikationen mellem TV 2 og brugerne samt mellem brugerne indbyrdes.

Målet er også at forenkle informationsteknologien, så flest mulige brugere får mulighed for at benytte sig af de nye medier. TV 2 har etableret webskolen.tv2.dk, som kan give nye folk på nettet en introduktion. Her kan brugerne gennemgå lektioner, stille spørgsmål og få svar samt slå de ukendte ord og begreber op i en elektronisk ordbog.

For børnene har TV 2 prioriteret at skabe et interaktivt fristed med aktiviteter, oplevelser, udfordringer, lærdom og underholdning - tilpasset børn i forskellige aldre. Kids.tv2.dk er stedet, hvor børnene kan boltre sig alene eller sammen med forældrene og få gode oplevelser på nettet, som blandt andet relaterer sig til TV 2s børneprogrammer.

Som udgangspunkt behandles de elektroniske mediers virkemidler som en del af den generelle programvirk-

hed for børn, men samtidig har TV 2 produceret programmer, hvor der i det enkelte program specifikt refereres til at "dette er tv". Det gælder animationsserien **Nelly Nut** og dokumentarserien **Hellig Kol**, hvor børn for åben skærm instrueres i, hvordan programmet bliver til osv.

Programmer til børn og unge

TV 2 har med virkning fra januar 2001 sikret børneudsendelserne et fast og bedre sendetidspunkt på hverdage, nemlig klokken 17.30. I dette tidsrum er også de danske børne- og ungdomsprogrammer blevet opprioriteret gennem 2001 - med fuld effekt i foråret 2002.

Tidligere blev børneprogrammerne på hverdage sendt på varierende tidspunkter klokken 16.50, 17.00 og 17.10. Det gav mange reaktioner fra seerne, fordi sendetidspunktet lå for tidligt, og fordi det ændrede sig hele tiden.

Herudover sender TV 2 børne- og ungdomsprogrammer i fire-fem timer både lørdag og søndag formiddag - herunder to timers danskproduceret børne- og ungdomsmagasin i **Snurre Snups Søndagsklub** hver søndag formiddag. I ferieperioder udvides antallet af børne- og ungdomsudsendelser betydeligt.

For så vidt angår de danske børne- og ungdomsprogrammer har TV 2 valgt at lægge mere vægt på dokumentargenren. Det er for eksempel sket i dokumentar- og portrætserien **Wonderkids** om børn med særlige evner og talenter, i udsendelsesrækken **Helligkol**, hvor børn tilrettelægger tv-programmer om emner, som interesserer dem særligt, i **Kære Dagbog**, hvor børn fortæller til kameraet om deres liv, og i **Lort og Lagkage** (med premiere i 2002) om børns oplevelser af for eksempel misundelse, udholdenhed, afvisning, sorg, ensomhed, opmærksomhed og afvisning.

Herudover har TV 2s børne- og ungdomsredaktion blandt andet også programudviklet et nyskabende live-animationsformat **Nelly Nut** samt den interaktive detektivtegnefilm **Steen Strisser** på både tv og internet.

Multikulturelle programmer og handicappedes adgang til public service-tilbud

Når det gælder handicappedes, indvandreres og flygtninges forhold i Danmark, dækker TV 2 bredt. Som udgangspunkt behandles minoritetsgrupper og etniske problemstillinger som en integreret del af programfladen, og initiativer fra "almindelige" danskere og fra personer, der tilhører en minoritetsgruppe, omtales side om side.

Det sker i nyhedsudsendelser, regionale programmer, morgen-tv, dokumentar, oplysnings- og magasinprogram-



mer, sport, underholdningsprogrammer og lignende. Og det sker i programmer til børn.

De danskproducerede børneprogrammer på TV 2 vil fortsat være præget af såvel multikulturer som etniske minoriteter. Men det er en pointe i TV 2s programpolitik på børneområdet, at børn er børn - uanset hudfarve, etnisk herkomst og religion. I programmer gør TV 2 ikke et stort nummer ud af, at der medvirker børn, "som er anderledes", men viser idealet: At integrationen allerede har fundet sted, når børneprogrammer blænder op for børn med alle hudfarver og herkomst.

Eksempler: Når børneprogrammet **Snurre Snups Søndagsklub** hver søndag har børn og unge i studiet, der fortæller om og demonstrerer deres interesser, problemer og hobbies, møder seerne ofte børn af anden etnisk herkomst end dansk. Og præsentationen sker altid uden at gøre særligt opmærksom på, at her er tale om en ung med en anden baggrund end den traditionelle danske.

Når børne- og ungdomsdokumentarserien **Wonderkids** følger børn med særlige evner og talenter, møder seerne også unge med udenlandsk baggrund. Heller ikke her fokuseres der specielt på, at børnene er af ikke-dansk herkomst.

Ud over at integrere disse områder i kendte programformer, hvor de typisk får opmærksomhed fra flere seere end i særlige "etniske programmer", sender TV 2 dog også udsendelser om integration og nydanskere. I 2001 sendte TV 2 blandt andet programmerne

- **Det handler om tryghed**, hvor fire muslimske piger med tørklæder rejste rundt i landet for at være i front mod



myter og fordomme. Programmet var en opfølgning på et tidligere program om de fire, **Pigerne bag tørklædet**,

- **Hjemland?** om børn og unges tilværelse som flygtninge/indvandrere i Danmark,
- programserien **Den anden generation** (udsendelserne **Allahs vilje**, **Drenge med våben** og **Blodbrødre**) med opfølgning og debat samt
- portrætsendelserne **Danmarks smukkeste pige** om den tyrkiskfødte Zahide Bayram, der som den første andengenerationsindvandrer er kåret til Miss Danmark og dermed oplever sig selv som splittet mellem to verdener.

Når det gælder handicappedes adgang til public service-tilbud og handicappedes forhold i Danmark generelt, lægger TV 2 samme holdning for dagen: Også disse grupper behandles som udgangspunkt som en integreret del af programfladen. Og initiativer fra "almindelige" danskere og fra handicappede omtales side om side.

Vurdering

TV 2s programmer vurderes generelt højt. Den gennemsnitlige vurdering af de TV 2-programmer, som er vurderet i 2001, er 3,8 på en skala fra 1 til 5, hvor 5 er det højeste. Også de DR 1-programmer, som er vurderet i 2001, havde et gennemsnit på 3,8.

TV 2 er meget opmærksom på de programvurderinger, som gennemføres i Gallups tv-meter-system, og TV 2 følger nøje med i, hvordan disse vurderinger udvikler sig. En konstant, lav vurdering er ofte et varsel om, at seertallet vil



falde. Også af den grund er det vigtigt at holde øje med vurderingerne. Både TV 2 og Gallup har den erfaring, at det i nogle tilfælde er omsonst at bede om vurderinger. Hvis en fodboldlandskamp vurderes, vil vurderingen typisk afspejle, om Danmark spillede godt og vandt. Selve produktionen og kommentatorerne vil kun i ringe grad ligge til grund for vurderingen.

Man kan ikke altid gennemskue, hvad en vurdering dækker over. Et godt dokumentarprogram kan ind imellem få en lav vurdering. Det kan være, at programmet var dårligt. Men det kan også skyldes, at seerne ikke brød sig om hovedpersonen eller om emnet, der kunne være "ubehageligt".

NYHEDER OG REGIONALE UDSENDELSER

Samme tendens ses også for NYHEDERNE, som får en gennemsnitlig vurdering på 3,7, og det er - ikke overraskende - lidt lavere end gennemsnittet. Nyheder vil ofte blive opfattet som "negative", fordi nyhedsudsendelser tager fat i emner, som er problem- eller konfliktfyldte, og som giver anledning til diskussion og uenighed. Til gengæld er TV 2s seere særdeles interesserede i nyheder og følger typisk disse udsendelser omtrent fra start til slut.

Når TV 2 sender NYHEDERNE om aftenen, følges de af 50 procent af dem, som har tændt for fjernsynet (tabel 7). Set i lyset af den skærpede konkurrence er det særdeles tilfredsstillende. Også TV 2s regionale nyhedsudsendelser har meget trofaste seere og en høj seerandel på 47 procent. Vurderingen af regional-tv i 2001 lå på 3,7.

AKTUALITET OG DEBAT

Aktualitets- og debatprogrammer på TV 2 opnåede i gennemsnit vurderingen 3,8. Dette tal dækker over eksempelvis gennemsnitsvurderingen 4,1 til udsendelserne fra det kongelige, norske bryllup, gennemsnitsvurderingen 4,0 til kriminalmagasinet **Station 2, Reportageholdet** med 3,9, dokumentarprogrammerne **TV 2 dok., Dags Dato** og forbrugerprogrammet **Boomerang** med 3,8. TV 2s valgprogrammer op til folketingsvalget fik i gennemsnit vurderingen 3,8. Blandt årets **TV 2 dok.**-programmer fik udsendelsen **Det lange farvel** om pleje af døende i hjemmet den højeste vurdering (4,3). Lavest var vurderingen til **TV 2 dok.: Porno på vrangen** (3,1) om den industri og den indtjening, som høstes på porno herhjemme - også i store og respekterede virksomheder.

OPLYSNING OG KULTUR

Oplysnings- og kulturprogrammer vurderes til gennemsnitligt 3,8. Denne vurdering trækkes op af blandt andet Nick Horups "**gak gak**"-dokumentarprogrammer (4,3), af **Expedition SIRIUS 2000** (4,2), **Anja & BS - på afveje** (4,2), **Abeskønt** og **Livet er fedt** (begge 4,1) samt **Åndernes Magt**, **Fødegangen** og **Årgang 0** (alle fik 4,0). Omkring gennemsnittet lå **Helt Solgt!**, **Isabellas** og **Kok@live** (3,9), **Airport**, **Kasse 2**, **Far, mor og børn** (3,8) samt dokumentarserien **Hjem, kære hjem** og **Roomservice** (3,7).

Blandt de udsendelsesrækker, som trak gennemsnitsvurderingen for oplysningsprogrammerne ned, var dokumen-



tarserierne **Kærlighed i krise** og **De teenageramte familier** (3,6), **Hotellets køkken** (3,5), **dot dk**-portrætterne af IT-pionerer (3,1) samt det utraditionelle og nyskabende boligmagasin **Mig og min bolig** (3,0).

UNDERHOLDNING

Blandt vurderingerne til underholdningsserier og -programmer - med et gennemsnit på 3,8 i 2001 - finder man blandt andet 4,1 til **Hvem vil være millionær?**, 4,1 til Linie 3-shows, som blev vist i 2001, og 4,0 til **Jeopardy!** Også vurderingerne af **Venner for livet**, **Den Store Klassefest Classic**, **Finn'sk Fjernsyn** og **Den Store Mission i USA** (alle vurderet til 3,9) ligger over gennemsnittet for underholdningsserier.

Stifinder og **Heises Kvarter** blev vurderet til 3,8, mens den britiske dokumentarprægede serie om en familie, der skulle leve som for 100 år siden, **Tilbage til fortiden** (3,6), sommerprogrammerne **Villa Bella** (3,4), **Verdens mest sexede reklamer** (3,4), **Rablende reklamer** (3,3) og **Frisørstolen** (3,0) alle blev vurderet lavere end gennemsnittet.

DANSK/NORDISK FIKTION

Dansk og nordisk fiktion vurderes til 3,9. Danske og nordiske film blev i snit vurderet til 4,0 - et gennemsnit, der dækker over et spænd fra 4,2 til den svenske spændingsfilm **Jægerne** til 3,7 til den danske film **De uanstændige**.

Blandt serier og novellefilm fik **Klinkevals - Juliane** vurderingen 4,2, **Strisser på Samsø** og **Krummernes Jul** blev begge vurderet til 4,1, mens **Hotellet** blev vurderet til 4,0. **The Julekalender** blev vurderet til 3,9, mens **Langt fra Las Vegas** (3,8), **Kongeriget** (3,7) og den satiriske julekalender **CWC/Canal Wild Card** (3,7) fik en vurdering under gennemsnittet for dansk/nordisk fiktion. **CWC**-vurderingen var dog stigende gennem programserien - fra 3,5 i de første vurderinger til 3,9 i slutningen af udsendelsesrækken.

UDENLANDSK FIKTION

De udenlandske film blev i gennemsnit vurderet til 3,8. Et gennemsnit, der dækker over de meget høje vurderinger på 4,5 til **Schindlers liste** og **Titanic** og den meget lave vurdering på 3,2 til **Austin Powers**. Blandt de udenlandske serier var gennemsnitsvurderingen 3,9. Højest var vurderingen af **Venner** (4,1) og **Ally** (4,0), mens **Strengt fortroligt** blev vurderet til 3,9. Både **Amys ret** og **Et umage par** fik vurderingen 3,8, mens **Ally - Ultra** blev vurderet til 3,7.

***Rating** er, hvor stor en del af befolkningen, der har set det pågældende program.*

***Share** udtrykker, hvor stor en del af de, der har åbent for fjernsynet, som i gennemsnit har fulgt det pågældende program.*

***Vurdering** er den karakter på en skala fra 1 til 5, som seerne i tv-meter-panelet afgiver under programmet. Programmerne er udvalgt til vurdering efter tv-stationens ønske.*

SPORT

Sportsudsendelser - eksklusive kampe - er vurderet til 3,7. **Lige På og Sport** fik vurderingen 3,6, mens **På Ski - igen** blev vurderet til 3,8.

MUSIK

Den gennemsnitlige vurdering til årets musikprogrammer blev på 3,7 - i øvrigt samme vurdering, som programserien **Popstars** opnåede.

Årets allerhøjeste vurdering i Danmark var på 4,7 og tilfaldt DR 1s **Nytårskoncert fra Wien** den 1. januar 2001. Årets laveste vurdering var et afsnit af TV 2s udsendelsesrække **Frisørstolen**. Den blev vurderet til 2,9.

Tv-seningen og seerandele

TV 2 er som public service-station forpligtet til at finde et stort publikum til sine udsendelser. Samtidig har TV 2/DANMARK det mål at udsende programmer til seere i alle aldersgrupper. Og derfor ønsker TV 2 at have en seerskare, hvis aldersfordeling er i så god overensstemmelse med befolkningen som muligt.

Det er samtidig en nødvendighed for en virksomhed, der ligesom 64 ud af 70 public service-tv-stationer i Europa skal finansiere sin virksomhed ved hjælp af både reklamer og licens. Dermed er TV 2s andel af den samlede sening over året i sig selv et mål for public service-virksomheden.

Efterspørgsel

Det konkurrencemæssige mål for 2001 var at fortsætte fremgangen fra 2000 i TV 2-kanalernes andel af de 21-50-åriges tv-sening. TV 2s særlige fokus på målgruppen af 21-50-årige blev sat i værk, efter at TV 2 gennem flere år havde tabt seerandele i denne aldersgruppe til de kommercielle konkurrenter med det resultat, at TV 2s seerskare blev ældre og ældre.

Tabel 7

Vurdering af programmer med begyndelsestidspunkt kl. 18.00 til 23.00 - fordelt på programkategorier

	Rating (procent) 2000	2001	Share (procent)	Vurdering
Nyheder (almene)	15	15	50	3,7
Sportsnyheder	9	9	40	-
Aktualitet og debat	11	12	35	3,8
Oplysning og kultur	10	9	33	3,8
Musik	6	14	40	3,7
Underholdning	13	12	38	3,8
Dansk/nordisk fiktion	13	13	37	3,9
Udenlandsk fiktion	9	9	30	3,9
Sport (ekskl. nyheder)	12	10	38	3,7
Regional-tv	14	14	47	3,7

(Kilde: Gallup TV-meter)

Den stærke fokus på de 21-50-årige skal være med til at sikre TV 2 en seerskare, som er i bedre overensstemmelse med befolkningens sammensætning samt være med til at sikre grundlaget for TV 2s fremtidige reklameindtægter.

Fra 2000 til 2001 er TV 2-kanalernes samlede andel af de 21-50-åriges tv-sening steget med to procentpoint - fra gennemsnitligt 35 procent i 2000 til 37 procent i 2001. Det er andet år i træk, at TV 2-kanalerne samlet set har øget deres seerandel med to procentpoints, og det er et tilfredsstillende resultat.

Blandt alle seere (3 år og derover - se tabel 8) nåede TV 2-kanalerne i 2001 en andel af tv-seningen på 36,9 procent - en lille fremgang fra 36,5 procent i 2000. De 36,9 procent er sammensat af 34,7 procent fra TV 2 og 2,2 procent fra TV 2 Zulu.

DR-kanalerne fik en samlet tilbagegang - fra en samlet seerandel på 31,8 procent i 2000 til 30,9 procent i 2001.

De udenlandsk-ejede tv-stationer TV3 og TvDanmark oplevede henholdsvis tilbagegang og fremgang: TV3 gik fra en seerandel på 9,1 procent til 8,0 procent, mens søsterkanalen 3+ øgede sin andel fra 3,3 procent til 3,6 procent. TvDanmark 2 oplevede fremgang fra den lave seerandel i 2000 på 5,1 procent til 6,3 procent, mens TvDanmark 1 øgede sin seerandel fra 1,9 procent til 2,3 procent.

Tabel 8		
Seerandele - hele døgnet (procent)		
	2000	2001
TV 2	36	35
TV 2 Zulu*	0 (1,6)	2
DR 1	29	28
DR 2	3	3
TV3	9	8
3+	3	4
TvDanmark 1	2	2
TvDanmark 2	5	6
Lokal-tv	0	0
Andre	12	12
Total	100	100

(Kilde: Gallup TV-meter)

*) Tallet for TV 2 Zulu er et gennemsnit for hele 2001. Tallet i parentes dækker perioden 15.10.2000 (TV 2 Zulus premieredag) - 31.12.2000.

(Note vedrørende tabellerne: På grund af op- og nedrundinger giver "Total" ikke altid det samme tal som en sammenlægning af tallene i tabellerne.)

I tv's prime time - klokken 17 til klokken 24 - hvor det største tv-forbrug ligger, hvor kanalernes stærkeste programsat-sninger placeres, og hvor konkurrencen mellem tv-stationer-ne følgelig er størst - havde TV 2 en tilbagegang i seeran-dele (tabel 9). Til gengæld vandt TV 2 Zulu seerandele. Samlet stod TV 2-kanalerne for 38 procent af tv-seningen klokken 17-24, og det var en lille fremgang i forhold til 2000. DR-kanalerne gik lidt tilbage (fra 32 til 31 procent i seeran-del), TV3-kanalerne gik lidt tilbage, mens TvDanmark gik frem.

Tabel 9		
Seerandele - kl. 17.00 til 24.00 (procent)		
	2000	2001
TV 2	37	36
TV 2 Zulu*	0 (1,8)	2
DR 1	33	32
DR 2	4	4
TV3	8	7
3+	3	3
TvDanmark 1	2	2
TvDanmark 2	4	5
Lokal-tv	0	0
Andre	8	8
Total	100	100

Tabel 11		
Ugentlig seertid i timer og minutter		
	2000	2001
TV 2	06.18	06.10
TV 2 Zulu	00.03 (0.18)	00.23
DR 1	05.03	04.55
DR 2	00.30	00.35
TV3	01.35	01.25
3+	00.35	00.38
TvDanmark 1	00.20	00.25
TvDanmark 2	00.53	01.07
Lokal-tv	00.03	00.04
Andre	02.04	02.05
Total	17.29	17.47

(Kilde: Gallup TV-meter)

Danskernes samlede daglige tv-sening steg to minutter - fra 2 timer 30 minutter i 2000 - der var året med den laveste tv-sening i syv år - til 2 timer 32 minutter i 2001. Den dagli-ge gennemsnitlige seertid på 2 timer 32 minutter var fordelt således på de væsentligste kanaler/grupper af kanaler (se tabel 10):

Tabel 10		
Daglig seertid i timer og minutter		
	2000	2001
TV 2	00.54	00.53
TV 2 Zulu	00.01 (03)	00.03
DR 1	00.43	00.42
DR 2	00.04	00.05
TV3	00.14	00.12
3+	00.05	00.05
TvDanmark 1	00.03	00.04
TvDanmark 2	00.08	00.10
Lokal-tv	00.01	00.01
Andre	00.18	00.18
Total	02.30	02.32

(Kilde: Gallup TV-meter, Årsrapport 2001 og TV-meterundersøgelsen)

dette tidsrum en daglig dækning på 45 procent og en ugent-lig dækning på 80 procent. Herefter er der langt til de øvri-ge kanaler.

Tabel 12		
Gennemsnitlig daglig dækning (procent)		
Så mange seere brugte TV 2 og de øvrige kanaler mindst fem minutter uafbrudt hver dag.		
	2000	2001
TV 2	54	53
TV 2 Zulu	1 (6)	7
DR 1	50	50
DR 2	9	10
TV3	19	18
3+	9	10
TvDanmark 1	5	6
TvDanmark 2	14	16
Lokal-tv	2	2
Andre	23	23
Total	71	71

(Kilde: Gallup TV-meter)

Tabel 13		
Gennemsnitlig daglig dækning kl. 17.00 til 24.00 (procent)		
Så mange seere brugte TV 2 og de øvrige kanaler mindst fem minutter uafbrudt hver dag.		
	2000	2001
TV 2	48	47
TV 2 Zulu	1 (5)	6
DR 1	46	45
DR 2	9	10
TV3	15	13
3+	7	7
TvDanmark 1	4	4
TvDanmark 2	10	12
Lokal-tv	1	1
Andre	17	16
Total	65	65

(Kilde: Gallup TV-meter)

Tabel 14

Gennemsnitlig ugentlig dækning (procent)

Så mange brugte TV 2 og de øvrige kanaler mindst 15 minutter uafbrudt hver uge.

	2000	2001
TV 2	84	83
TV 2 Zulu	4 (16)	19
DR 1	83	82
DR 2	23	25
TV3	40	38
3+	21	23
TvDanmark 1	13	14
TvDanmark 2	29	33
Lokal-tv	3	3
Andre	42	41
Total	92	91

(Kilde: Gallup TV-meter)

Tabel 15

Gennemsnitlig ugentlig dækning kl. 17.00 til 24.00 (procent)

Så mange brugte TV 2 og de øvrige kanaler mindst 15 minutter uafbrudt om aftenen.

	2000	2001
TV 2	80	79
TV 2 Zulu	3 (15)	17
DR 1	81	80
DR 2	22	24
TV3	35	33
3+	17	19
TvDanmark 1	11	11
TvDanmark 2	23	26
Lokal-tv	2	2
Andre	35	33
Total	91	90

(Kilde: Gallup TV-meter)

Programsamarbejde og -koordinering med DR

TV 2 har er godt og konstruktivt samarbejde med DR TV - både bag skærmen og på skærmen - og har i 2001 fornyet og præciseret en koordineringsaftale med DR.

TV 2 og DR TV koordinerer fortsat nyhedsudsendelserne i prime time, så der ikke sendes nyheder samtidigt. Også sportstransmissioner koordineres, så der kun i særlige tilfælde, hvor væsentlige sportsbegivenheder foregår på samme tid, sendes sport samtidig på DR 1 og TV 2. Når DR og TV 2 samarbejder om store sportsbegivenheder som for eksempel OL, koordineres sendeplanerne, så der ikke sendes sport på samme tid i den gode sendetid. Uden for den gode sendetid kan der godt sendes sport på begge kanaler, men aldrig fra den samme sportsgren.

Omkring dansk dramatik fortsætter aftalen om, at førstegangsvisninger af dansk dramatik ikke sendes over for hinanden.

Trods de overordnede retningslinier kan det ske, at koordineringen må opgives ved særlige begivenheder. Det skete for eksempel i 2001 ved terrorangrebet på World Trade Center den 11. september, som begge stationer dækkede.

Ved andre særlige begivenheder - som for eksempel kongelige bryllupper - sørger DR og TV 2 altid for at samarbejde om selve tv-signalerne fra begivenheden, mens kanalerne hver for sig står for studie, valg af værter, kommentatorer og eksperter. Dermed får seerne mulighed for at vælge den dækning, som de finder bedst.

Andelen af europæiske programmer

Med vedtægten for TV 2 er det slået fast, at det skal tilstræbes at over halvdelen af den sendetid, der ikke består af nyheder, sportsbegivenheder, konkurrencer, reklamer og tekst-tv, er af europæisk oprindelse.

I 2001 udgjorde den europæiske andel 51 procent af denne sendetid - målt for TV 2 og TV 2 Zulu tilsammen. I 2000 var andelen 59 procent. Af disse europæiske programmer i 2001 var 89 procent nyere produktioner, det vil sige højst fem år gamle.

TV 2s samarbejde med uafhængige producenter

TV 2 er etableret som en entreprisestation. Loven foreskriver, at TV 2 skal bringe den del af programproduktionen, der ligger ud over nyheds- og aktualitetsudsendelser, til veje først og fremmest gennem køb hos uafhængige producenter.

Det er et krav, som TV 2 er meget glad for. Samarbejdet mellem TV 2-redaktørerne og et kreativt og fleksibelt pro-

duktionsmiljø har været afgørende for TV 2s succes hos danskerne - og har også været afgørende for, at TV 2 har formået at justere sin programstrategi meget hurtigt, når det har været nødvendigt.

Da TV 2 i sommeren 1999 valgte at opprioritere seergruppen af 21-50-årige for at få en mere ligelig seerfordeling og for at sikre fremtidens reklameindtægter, blev det straks meldt ud til produktionsmiljøet. Udfordringen blev taget professionelt op, og de første resultater kunne ses i efteråret 1999. I forbindelse med Producenternes Dag i foråret 2000 blev grunden lagt til den fremgang, som TV 2 opnåede i 2001. Udmeldingen fra TV 2 om programstrategier, værdier og brand var grundlaget for de programmer, som TV 2 og produktionsmiljøet producerede i de følgende måneder. Og som danskerne tog godt imod på tv-skærmen i efteråret 2000 og i 2001.

Da TV 2 Zulu blev etableret, var det oplagt for enhver, at også TV 2 Zulu skulle arbejde efter entreprisemodellen og dermed gennemføre de bedste ideer med de bedst egnede producenter. Etableringen af TV 2 Zulu har også betydet, at TV 2-kanalerne har fået et samarbejde i gang med en række nye produktionsselskaber samt andre producenter, som TV 2 ikke havde samarbejdet med i årene før 2001.

Foruden det daglige samarbejde med tv- og filmproduktionsmiljøet blev der i 2001 igangsat og gennemført en række specifikke tiltag:

1. Udvikling af danske tv-komedier.

I løbet af 2001 brugte TV 2s dramaredaktion særlige ressourcer på udvikling af danske komedieprojekter/sitcoms - en genre, der er særdeles tv-egnet, men som i relativt få tilfælde er lykkedes på dansk tv. Ét af resultaterne er komedieserien **Hvor svært kan det være**, som er blevet sendt på TV 2 i foråret 2002. Et andet resultat er komedieserien **Angina Pectoris**, som senere vil blive udsendt på TV 2. Flere ideer er under overvejelse og forberedelse.

2. Samarbejde om udvikling af underholdningsformater - også med henblik på internationalt salg.

I de seneste år har TV 2 og samarbejdspartnere i produktionsmiljøet i fællesskab udviklet underholdningsformater - både til brug på TV 2-programfladen og til salg til udenlandske tv-selskaber. Den hidtil største internationale succes er **Den Store Klassefest**, som nu er produceret i 11 lande og på vej i produktion eller optioneret i yderligere ni lande. I de senere år er også formaterne **Venner for livet**, **Stifinder** og **Den Store Mission** udviklet og udsendt samt eksporteret til



udlandet. I april 2002 havde TV 2 premiere på endnu et danskudviklet underholdningsprogram, **Den 6. Sans**.

Af konkurrencehensyn er det naturligvis umuligt at oplyse om kommende underholdningsformater.

3. *Tv-produktion, finansiering og undervisningsmateriale vedrørende Expedition SIRIUS 2000:*

I begyndelsen af 2001 sendte TV 2 programmerne **Expedition SIRIUS 2000** om slædeekspeditionen, der blev gennemført i anledning af Sirius-patruljens 50-års-jubilæum.

I samarbejde med produktionsselskabet Skolemedi@ og Undervisningsministeriet deltog TV 2 i udviklingen af det internetbaserede undervisningsprojekt **Den Digitale Slæderejse**. Undervisningsmaterialet var især tiltænkt elever i 5.-10. klasse i fagene geografi, biologi, natur/teknik, historie, dansk, billedkunst og kristendomskundskab. Materialet, der omfattede både tekst, lyd og filmklip samt et stort billedarkiv, bestod af historier om gamle ekspeditioner, af sagn, myter, skrøner og digte, af facts om Grønlands historie og kultur, geografiske forhold samt dyre- og planteliv.

4. *Børne- og ungdomsvalg.*

Dagen før de voksne danskere gik til folketingsvalg, holdt TV 2 den 19. november 2001 folketingsvalg for børn og unge. I forbindelse med valget udsendte TV 2 i alt 11 udsendelser under titlen **Hallo! Det er dit valg**, med valgdebat og ”partilederrunder” med repræsentanter fra de politiske ungdomsorganisationer. I samarbejde med Undervisningsministeriet og de politiske ungdomsorganisationer blev der udarbejdet

valg- og undervisningsmateriale til folkeskoler, privatskoler og ungdomsuddannelsesinstitutioner.

5. *Samspil mellem produktion af spillefilm og tv-serie.*

Det Danske Filminstitut har tidligere efterlyst samarbejdsprojekter, der involverer både film og tv, og **Klinkevals** blev et eksempel på det. I forbindelse med spillefilmen **Klinkevals** efter Jane Aamunds roman indgik TV 2 og Per Holst Film et særligt samarbejde, så filmproduktionen blev fulgt op af optagelser til en tv-serie i fire dele med titlen **Klinkevals - Juliane** (tv-serien blev udsendt på TV 2 i slutningen af 2001).

6. *Udvikling af manuskripter til spillefilm.*

TV 2 har aldrig investeret så meget i dansk film som i de seneste år. I 2001 afsatte TV 2 som noget nyt seks millioner kroner til udvikling af spillefilmanuskripter i de næste fire år. Ideen er at finansiere begyndelsen på manuskriptudviklingen, som ellers vanskeligt lader sig finansiere via andre kilder.

Der er ikke noget projekt, som er en ”typisk TV 2-film”. TV 2 investerer - fra sag til sag - i film i alle genrer og i projekter, der måske umiddelbart ikke ligner kommercielle kassesucceser, men som TV 2 vurderer har en indholdsmæssig og kunstnerisk værdi.

7. *Nyt filmkoncept: Director’s Cut.*

Med et nyt filmkoncept - **Director’s Cut** - der blev igangsat i sensommeren 2001, forsøger Nordisk Film og TV 2 desuden at bryde mange års dyre vaner og produktionsmetoder i

dansk film. Målet er at skabe flere gode og billigere film. I **Director’s Cut**-filmene er knap halvdelen af finansieringen på forhånd sikret af Nordisk Film og TV 2.

Fire film er foreløbig aftalt mellem TV 2 og Nordisk Film. Hver af filmene får et budget på 8,5 mio. kr. - omkring det halve af prisen på en gennemsnitsfilm. Den første film vil formentlig kunne ses i biograferne sidst i 2002. De øvrige film igangsættes i 2002 og 2003.

Mindst ti procent fra uafhængige producenter

I vedtægten for TV 2 er der krav om, at ti procent af den sendetid, der ikke består af nyheder, sportsbegivenheder, konkurrencer, reklamer og tekst-tv - eller ti procent af selve programbudgettet - afsættes til europæiske programmer fra producenter, der er uafhængige af tv-foretagender. Dette krav har baggrund i et EU-direktiv.

I 2001 udgjorde TV 2s - inklusive TV 2 Zulu - samlede mængde af programmer fra de uafhængige producenter 94 procent af den sendetid, som er defineret ovenfor, mod kravet på mindst ti procent. I 2000 var den tilsvarende mængde 98 procent, i 1999 var andelen 87 procent, mens 1998-tallet var på 84 procent.

Over 1.800 timer fra produktionsmiljøet

I årene 1993-2001 har TV 2 firedoblet antallet af sendetimer (førstegangsudsendelser og genudsendelser) med programmer fra det uafhængige produktionsmiljø. Siden 1998 har TV 2 prioriteret at sende danskproduceret fjernsyn til danskerne i prime time, og også i 2001 bestod hovedparten af prime time på TV 2 af danske programmer.

I 2001 sendte TV 2 - inklusive TV 2 Zulu - 1.861 timers udsendelser (førstegangsudsendelser og genudsendelser) fra det uafhængige produktionsmiljø - en stigning fra 1.026 timer i 2000 og en firedobling i forhold til 1993, hvor antallet var 464 timer. Den kraftige stigning fra 2000 til 2001 skyldes især TV 2 Zulu, som i 2001 sendte programmer til danskerne i hele kalenderåret.

I 2001 var der i alt 99 firmaer, der leverede entrepris- og licensproduktioner til TV 2 og TV 2 Zulu. Også her er der tale om en markant stigning fra 65 i 2000. Det stigende antal leverandører skyldtes især TV 2 Zulu.

Af konkurrencehensyn er samarbejdsvolumen, omsætningstal m.v. fordelt på leverandører et forretningsanliggende og som sådan omfattet af fortrolighed. I 2001 stod 78 firmaer hver for under én procent af TV 2s og Zulus omkostninger til danske programmer. 16 firmaer stod hver for mellem én og fem procent af omkostningerne, mens fem leve-

randører hver stod for over fem procent af TV 2s og Zulus udgifter til danske udsendelsestimer.

Ud over disse indkøb af hele programmer samarbejder TV 2 med en lang række underleverandører i det uafhængige produktionsmiljø i forbindelse med TV 2s løbende egenproduktion af nyheds-, aktualitets- og sportsprogrammer. Produktionsmiljøet får desuden tilført et stort antal produktionsopgaver for virksomheder, der får produceret reklamespots til TV 2s reklameblokke.

Finansiering af dansk film- og dramaproduktion

TV 2 investerede også i 2001 i en række biograffilm, som senere vil blive vist på tv, ligesom TV 2 i samarbejde med Det Danske Filminstitut, DR TV og Kulturministeriet investerede i produktionen af en række danske novellefilm med det mål at udvikle nye danske talenter og fortællemåder.

I opgørelsen nedenfor er udelukkende medtaget drama-projekter, som det traditionelt har været opgjort i TV 2/DANMARKs årsberetninger. Hvis opgørelsen også skulle indeholde for eksempel dokumentarprogrammer og dokumentarfilm, ville beløbet være væsentligt højere.

TV 2 underskrev i 2001 kontrakter og aftaler om deltagelse i finansieringen af følgende titler (investering samt køb af visningsrettigheder, som typisk også er en del af spillefilmfinansieringen):

- **Okay** produceret af Bech Film ApS.
- **Jeg er Dina** produceret af Nordisk Film Production A/S.
- **Olsen Banden Junior** produceret af Nordisk Film Production A/S.
- **Malmros 9** produceret af Nordisk Film Production A/S.
- **Fukssvansen** produceret af Zentropa Productions ApS.
- **Klatretøsen** produceret af Nimbus Film ApS.
- **Små Ulykker** produceret af Zentropa Productions ApS.
- **Min Søsters Børn** produceret af Moonlight Filmproduction ApS.
- **Hvor svært kan det være** af Nordisk Film & TV A/S.
- **Kald mig bare Aksel** af Zentropa Productions ApS.

I alt engagement inklusive visningskøb: 32.620.000 kroner. Hertil kommer TV 2s indskud i 2001 i Dansk Novellefilm samt Nordisk Film & TV-Fond på henholdsvis 4.000.000 kroner og 2.418.000 kroner.

I alt engagement inklusive indskud, men eksklusive dokumentarproduktioner og lignende: 39.038.000 kroner.





TV 2 og kontakten med seerne

Seerne er i fokus i TV 2s virksomhed. Det skal være muligt for seerne at komme i kontakt med TV 2s medarbejdere og aflevere ros og ris og stille spørgsmål om programmerne.

Det er de enkelte TV 2-afdelinger og de enkelte medarbejdere, der er ansvarlige for, at seerhenvendelser besvares så hurtigt og korrekt som muligt.

Denne politik skal sikre, at seeren, som henvender sig, får kompetent og hurtig besked. Samtidig når principielle henvendelser ubureaukratisk og umiddelbart frem til den ansvarlige chef på det pågældende område.

Samtidig betyder denne politik, at TV 2s medarbejdere får henvendelserne i deres ægte og konkrete form - uden mellemliggende bearbejdninger - og med mulighed for en direkte dialog mellem den ansvarlige medarbejder og seeren.

På grund af den decentrale modtagelse og besvarelse af seerhenvendelser er det ikke muligt at lave en opgørelse over, hvor mange henvendelser TV 2 og TV 2 Zulu modtager og besvarer. Men antallet er stort. En tidligere undersøgelse fra 1999 viste, at alene den landsdækkende TV 2-virksomhed på en enkelt uge fik 2.090 henvendelser på telefon, med brev, pr. fax eller via e-mail. Hvilket svarer til mere end 100.000 seerhenvendelser om året.

Det kan med stor sikkerhed fastslås, at antallet af henvendelser er vokset siden. Især stiger antallet af henvendelser via e-mail stærkt i takt med, at flere og flere danskere får adgang til internettet og får egen e-mail-adresse. Lanceringen af TV 2 Zulu den 15. oktober 2000 har også øget ande-

len af seerhenvendelser betydeligt. Derfor har TV 2 også forstærket sin indsats for at sikre hurtig og kvalificeret besvarelse af seerhenvendelser, og TV 2 bruger i dag flere arbejdstimer på seerhenvendelser. TV 2 har således tilknyttet timelønnet medhjælp til besvarelse af visse generelle e-mails samt besvarelser af e-mails vedrørende genudsendelsesønsker og lignende.

I tallet på 2.090 seerhenvendelser pr. uge indgår ikke henvendelser fra myndigheder, samarbejdspartnere eller andre officielle henvendelser vedrørende virksomhedens drift, men alene henvendelser fra seere uden anden tilknytning til TV 2, end at de netop er seere.

Til tallet skal føjes de mange henvendelser, der kommer til TV 2-regionerne og direkte til de produktionsselskaber, der producerer programmer i entreprise for TV 2.

Public service-chatroom

Som et nyt og ekstra initiativ for at skabe debat med seerne åbnede TV 2 i begyndelsen af 2001 på forsøgsbasis et public service-chatroom på internettet, hvor seerne fik mulighed for at gå i direkte dialog med TV 2s administrerende direktør Cristina Lage på tv2.dk. Chatroom'et havde åbnet i en time én gang om ugen. Interessen blandt seerne og internet-brugerne viste sig imidlertid at være begrænset, og TV 2 valgte at lukke chatroom'et efter nogle uger. Muligheden for at henvende sig direkte til TV 2 via telefon, e-mail, brev eller fax samt den løbende debat i dagspressen opfylder tilsyneladende seernes behov for at debattere public service.

Mulighed for svar på tv2.dk

TV 2s satsning på internettet har øget omfanget af seerhenvendelser markant. Samtidig har tv2.dk givet mulighed for, at mange seere selv kan finde svaret på deres spørgsmål i en række Spørgsmål & svar-opslag, som er under stadig udbygning.

Seerhenvendelserne til TV 2 indeholder naturligvis både ris og ros. Blandt de hyppigste emner er oplysninger om sendetidspunkter/genudsendelser, utilfredshed med flytning af især serier fra faste sendetidspunkter, ønske om flere oplysninger fra nyhedsindslag og andre programmer.

TV 2 besvarer naturligvis alle henvendelser, der medieansvarsmæssigt har karakter af klager. Her gælder særlige procedurer, som skal følges, og som er indskærpet alle medarbejdere.

Medieansvarsmæssige klager over TV 2s programmer behandles af TV 2s direktør, som besvarer klagen med oplysning til klageren om, at TV 2s afgørelse kan indbringes for Pressenævnet senest fire uger efter, at afgørelsen er kommet frem til klageren.

Klagere over reklamespots bragt i TV 2 oplyses tilsvarende om, at klagen kan indbringes for Radio- og tv-nævnet senest fire uger efter, at reklamen har været vist.

Tekstning

Tekstning af tv-programmerne er for mange hørehæmmede og døve en forudsætning for at kunne få udbytte af tv.

TV 2 har derfor siden 1995 anvendt betydelige ressourcer

på at tekste alle danske udsendelser, hvor det er muligt. Tekstningen foregår som ttv-tekstning, det vil sige tekstning på tekst-tv, hvor teksten kan tilvælges og altså ikke generer de seere, som ikke ønsker tekster.

TV 2 nåede i 2001 op på 652 ttv-tekstede udsendelsestimer, og det betyder, at alle danske udsendelser blev tekstat, hvor det var muligt. I 2000 var antallet af ttv-tekstede udsendelsestimer på 702. Faldet skyldes blandt andet, at flere programmer blev sendt direkte - eller med færdiggørelse meget tæt på udsendelsestidspunkt - så det ikke var muligt at nå at ttv-tekste førstegangsudsendelserne. Det gjaldt blandt andet **Station 2** og madprogrammet **Kok@live**, som blev sendt direkte.

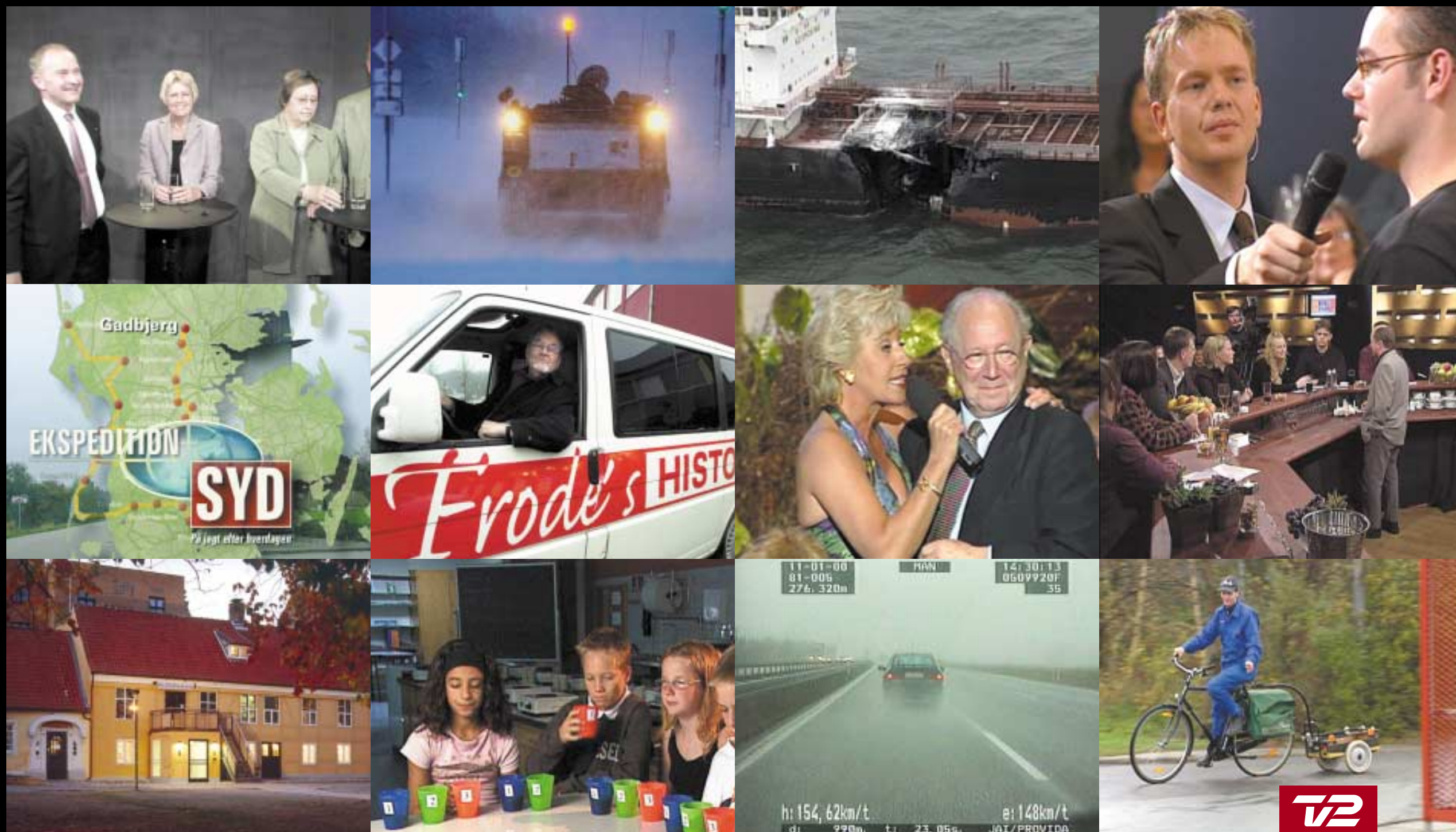
På grund af den automatiske - ikke-manuelle - afvikling af TV 2 Zulus programflade foregår der ikke ttv-tekstning på TV 2 Zulu.

De døves og hørehæmmedes organisationer har med jævne mellemrum udtrykt ønske om, at også de direkte udsendelser, for eksempel NYHEDERNE, tekstes. Det er et ønske, som TV 2 ikke ser sig i stand til at indfri.

Med de nuværende tekniske muligheder vil det betyde en væsentligt tidligere deadline for færdiggørelse af nyhedsstoffet - eller en meget mangelfuld tekstning - og det vil under alle omstændigheder betyde en yderligere betydelig økonomisk udskrivning.

Et behov for øget tekstning kan ikke indfries, før den digitale teknik er introduceret, og der er fundet acceptable og driftssikre metoder til at udnytte de digitale muligheder.





TV 2-regionerne ... dækker hele Danmark



Aabybro



Aakirkeby



Frederiksberg



Holstebro



Kolding



Odense



Vordingborg



Århus

VI DÆKKER

hele Danmark

Med over 7.000 minutters videonyheder til rådighed er regionernes fælles internetside www.tv2regionerne.dk Danmarks største udbud af videonyheder på nettet.

I september blev kvaliteten opgraderet for fjerde gang på de fire år, www.tv2regionerne.dk har eksisteret. Bedre internetforbindelser på arbejdspladser og i hjemmene betyder, at det fortsat er nødvendigt at forbedre kvaliteten, og det sker ved at digitalisere udsendelser til en højere og højere båndbredde.

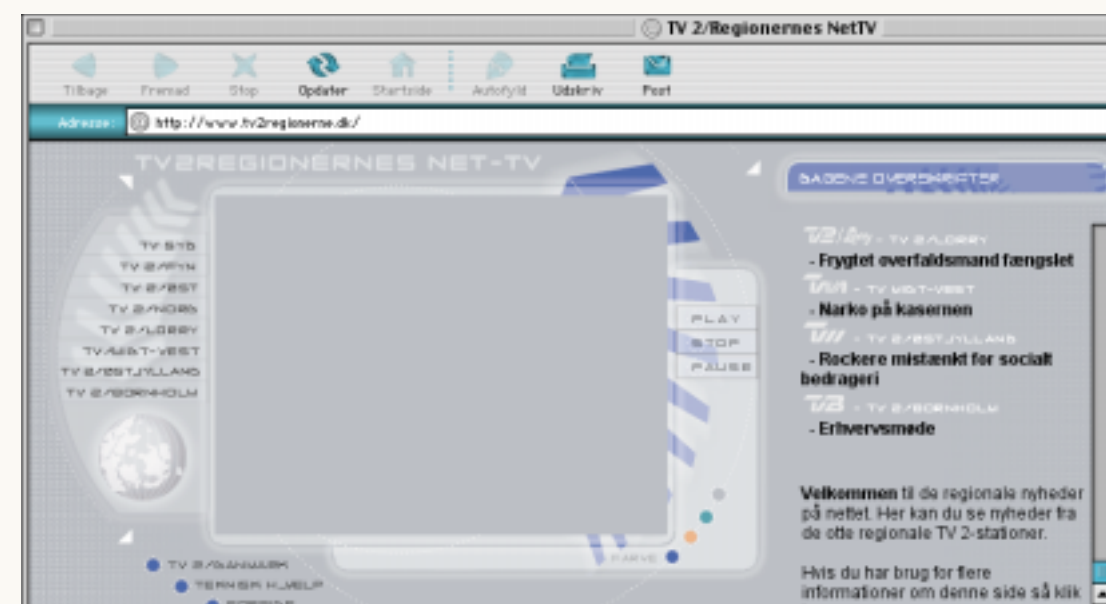
Med den forbedrede kvalitet blev det blandt andet muligt at gøre skærmen større, hvilket medførte et nyt grafisk design. Begge dele havde premiere i september.

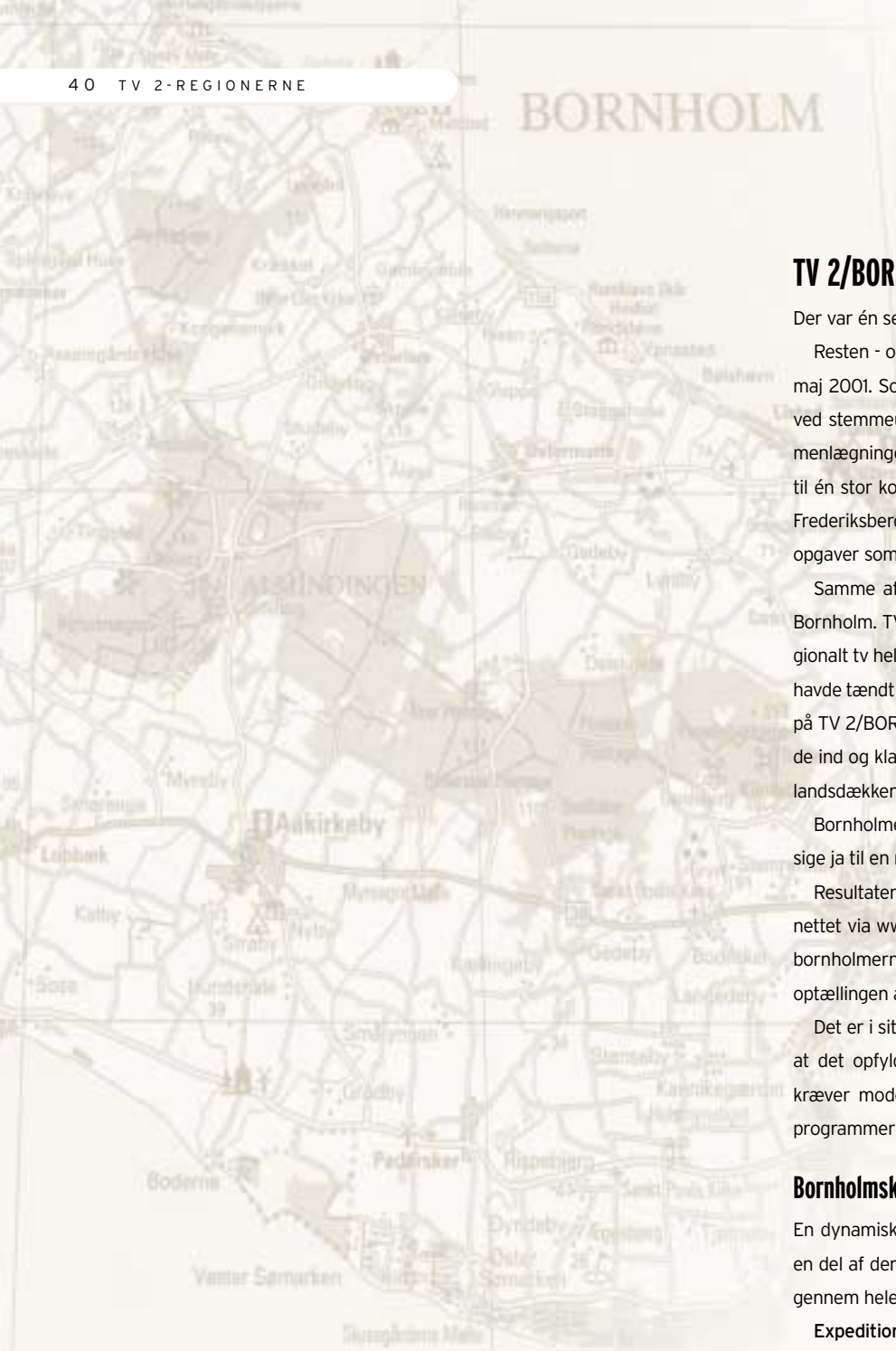
Forbedringen blev straks grebet af brugerne. Antallet af brugere voksede i løbet af efteråret og slog ny rekord i forbindelse med valgene den 20. november.

I samme periode kom der daglige mails fra kommunale IT-ansvarlige, som skulle have gode råd til opsætningen af de kommunale netværk, således at det blev muligt for kommunens politikere og ikke mindst borgmesteren at se, hvordan valgkampen blev dækket på de regionale stationer.

Det er især i dagtimerne, at www.tv2regionerne.dk har mange brugere. Det, man gik glip af aftenen før - eller ønsker at gense - opses dagen efter på nettet.

Samtidig fortsatte det store træk fra udlandet. Via www.tv2regionerne.dk følger udvandrede og udstationerede danskere med i, hvad der sker hjemme i det gamle gadekær. Omkring 15 procent af alle brugere kommer fra udlandet - med Nordamerika som det største område.





TV 2/BORNHOLM

Der var én seer, der ringede ind for at klage. En eneste.

Resten - omtrent - så TV 2/BORNHOLM. Det var den 29. maj 2001. Som det eneste sted i landet var bornholmerne ved stemmeurnerne. Det var en folkeafstemning om sammenlægningen af de fem bornholmske kommuner og amtet til én stor kommune, der - som Københavns Kommune og Frederiksberg Kommune - skulle overtage amtskommunale opgaver som sygehus og gymnasium.

Samme aften fandt en tv-historisk begivenhed sted på Bornholm. TV 2/BORNHOLM havde fået lov til at sende regionalt tv hele aftenen. 80 procent af de bornholmske hjem havde tændt fjernsynet, og 90 procent af disse fulgte valget på TV 2/BORNHOLM. Og så var der lige den ene, der ringede ind og klagede over de manglende programmer fra den landsdækkende flade.

Bornholmerne valgte - med en stemmeprocent på 75 - at sige ja til en ny helt kommunalstruktur.

Resultaterne blev ikke kun formidlet via tv, men også på nettet via www.tv2bornholm.dk, hvilket sikrede, at ikke kun bornholmerne, men hele befolkningen kunne følge med i optællingen af stemmer.

Det er i situationer som denne, at TV 2-systemet beviser, at det opfylder en væsentlig public service-funktion. Det kræver modet at prioritere, at en række landsdækkende programmer ikke skal sendes i en region på sådan en aften.

Bornholmsk kultur og sprog

En dynamisk udvikling af de programformater, som udgør en del af den regionale udsendelse klokken 19.30, fortsatte gennem hele året.

Expedition Bornholm var et af de programmer, der løb over skærmen - en konkurrence for tre hold på hver ti deltagere, der skulle kæmpe sig tværs over Bornholm fra Hammershus til Dueodde. I stedet for at være en konkurrence, hvor deltagerne under forskellige ydmygende situationer blev smidt ud, så var det en konkurrence i sammenhold. **Expedition Bornholm** blev optaget over fire dage i påsken. Fire dage med sol, kulde, regn og sne, der satte sine spor ikke bare hos de 30 deltagere, men også hos stationens medarbejdere.

Den bornholmske kultur og det bornholmske sprog skal udgøre en central rolle i det billede af livet på øen, som afspejles i TV 2/BORNHOLMs udsendelser. Derfor har TV 2/BORNHOLM fastholdt en sprogquiz, som har været et program med mange seerreaktioner. Quizzen er enkel - det handler om at gætte betydningen af bornholmske ord.

Kernen i den regionale udsendelse har endvidere været en konsekvent nyhedsdækning, der informerer bornholmerne om stort og småt på øen.

Tv-nyhederne blev suppleret med en intensiv nyhedsformidling på nettet.

Internet-nyhederne fejrede ét års fødselsdag i løbet af året og blev ved med at sætte nye rekorder i antal brugere. Via nettet er TV 2/BORNHOLM begyndt at udfylde en rolle over for et nyt publikum og på et nyt tidspunkt af døgnet. Det er i dagtimerne, at de fleste brugere følger med i nyhedsformidlingen på nettet. Det er derfor vigtigt, at der fortsat bliver mulighed for, at de regionale nyheder også bliver dækket på nettet. På sigt kræver dette, at der bliver fundet en finansiering af aktiviteterne.

Digitalt Bornholm

Daværende statsminister Poul Nyrup Rasmussens beslutning om at udskrive folketingsvalg på samme dag som amts- og kommunalvalgene medførte trængsel på programfladen både op til valgdagen og på selve valgaftenen. Der var for lidt plads til alle, og den regionale dækning af valgkampen blev derfor ikke 100 procent tilfredsstillende. Det bedste, vi kan sige om situationen, er, at vi er glade for, at vi ikke kommer til at stå i samme situation om fire år, når der igen er valg.

Op til valgdagen kørte TV 2/BORNHOLM på vegne af Digitalt Bornholm et pilotprojekt om demokrati på nettet. Digitalt Bornholm er et tre-årigt projekt, som Bornholms kommuner, Bornholms Amt samt to ministerier er gået sam-

men om. Hensigten med projektet er dels at udvikle den digitale forvaltning gennem bedre information og borgerservices på nettet, dels at skubbe på udviklingen af de lokale IT-firmaer, som er de drivende kræfter på leverandørsiden.

Projektet åbnede mulighed for, at alle de politikere, der måtte ønske det, fik deres egen tv-kanal på nettet samt en debatkasse, hvor vælgerne kunne gå i direkte clinch med de enkelte politikere. Projektet blev evalueret i begyndelsen af 2002 med henblik på at lave et tilsvarende projekt i forbindelse med næste valg på Bornholm - den 29. maj 2002 - hvor det gjaldt valget til den nye ø-dækkende kommunalbestyrelse på 27 medlemmer, der skal overtage styret pr. 1. januar 2003.

TV 2/DANMARK gav lov til, at TV 2/BORNHOLM igen afbryder landsfladen. Denne gang kom der ikke en eneste opringning.





TV 2/FYN

Tv kritiseres ofte for helt at udelukke kulturlivet i programmerne. Hus forbi! I de daglige nyhedsindslag på TV 2/FYN er der ofte omtale af kulturelle begivenheder - fra teaterpremierer og ferniseringer til brede, folkelige kulturarrangementer. Dertil kommer de mere målrettede programmer som serien **Bag Maskerne** om Fyns teaterliv, **Lejligheden** med præsentation af kunstnere og et portræt af billedkunstneren Alfio Bonnano.

Nå, men erhvervsstof er der da ikke meget af, siger man. Hus forbi! TV 2/FYN har indgående beskæftiget sig med erhvervsudviklingen i regionen, både den positive og den negative. I serien **Moderne Tider** blev en lang række driftige erhvervspersonligheder og virksomheder portrætteret - gartnere, IT-folk, iværksættere, reklamefolk etc.

På 2001-paletten fra TV 2/FYN var også **Garagen**, hvor fritidslivet fik tv-tid i stationens garage. De lette sommeranretninger i serien **Solfaktor** med ingredienser som musik, akrobatik, snobrød og en god historie blev serveret i skovbrynet uden for studiet. Odense Zoo ekspanderede i løbet af året, og det gav anledning til en serie om søkøerne. Barnefødt, men nu landflygtige fynboer vendte hjem for en stund i **Fynske Rødder** til sjove og rørende gensyn med barndommens land.

Forbrugerstoffet blev systematisk introduceret med serien **Bedst og Billigst**. På underholdende og informerende vis blev dagligdagens produkter testet af henholdsvis et børnepanel og et voksenpanel. Kaffe, cornflakes og cognac blev blindsmagt - ofte med ganske overraskende resultater.

Desværre blev 2001 også året, hvor store nedskæringer i driftstilskuddene til regionerne medførte regulære afskedigelser på TV 2/FYN. De programmæssige konsekvenser heraf kom så småt til syne i slutningen af året, men slår først for alvor igennem i 2002.

Fire ugers intens valgdækning

I det tredobbelte valgår 2001 med kommunal-, amts- og folketingsvalg den 20. november var TV 2-regionerne igen til eksamen i valgdækning. Ingen andre medier kan som regionerne præsentere vælgerne for de lokalpolitiske kandidater.

Den dag, folketingsvalget blev udskrevet, skabte TV 2/FYN fra middag til aften et helt nyt programformat, der blev startskuddet til fire ugers intens, regional tv-produktion.

Med temadebatter, studiede-batter og masser af nyhedsindslag gav TV 2/FYN vælgerne mulighed for at stille spørgsmål og få et ordentligt valggrundlag. En nyanskaffet satel-

littransmissionsvogn gjorde det muligt at rykke ud i det fynske og stille direkte om til valgmøder eller andre lokaliteter, som havde en særlig relevans til aftenens emne.

Når der er tre valg samme dag, er der så mange kandidater, at ikke alle har mulighed for at komme på tv. Netop den situation affødte programmet **En på Kassen**. En række kandidater - uden særligt gode muligheder for at komme igennem til massemedierne - blev inviteret op på en ølkasse og fik et lille minut på tv til at præsentere deres politiske budskaber. På den måde præsenterede TV 2/FYN en række overraskende - og i visse tilfælde underholdende - profiler.

Desværre blev den regionale valgdækning på selve valgaftenen ikke optimal. Det skyldes naturligvis sammenstødet mellem de lokale valg og folketingsvalget. TV 2-regionerne kom kun i ringe grad på skærmen i løbet af aftenen, idet der i de spændende timer efter klokken 21 kun blev afset ti minutters sendetid til regionalt fjernsyn.



TV 2/ Lorry

Årets tre vigtigste begivenheder fandt sted på samme dag: Folketings- og amts- og kommunalvalgene den 20. november 2001.

I fire år havde vi vidst, at der skulle være kommunal- og amtsvalg - en begivenhed, vi havde glædet os til, fordi den giver anledning til at demonstrere vigtigheden af regional-tv i en demokratisk sammenhæng. Allerede i foråret diskuterede vi valgdækningen med regionens mange borgmestre, og der var som sædvanlig etableret kontakt til de enkelte kommuner og til Københavns Radio, som vi plejer at udarbejde en valgbibel sammen med - et hæfte med faktuelle oplysninger om politikere, kommuner osv. Vi tog også kontakt til professor Poul Erik Mouritzen, der tre gange tidligere har været vores valgexpert, og til et meningsmålingsinstitut. Sammenfaldet mellem folketingsvalget og de to andre valg kom derfor på tværs af stationens planer.

Folketingsvalg er i TV 2/ Lorrys univers en betydningsfuld affære: En tredjedel af folketingets medlemmer er valgt i hovedstadsregionen, og styrken ved vores valgdækning er, at vi kan præsentere de kandidater, seerne kan stemme på. Sammenfaldet betød imidlertid, at dækningen af de tre valg blev stærkt reduceret sammenlignet med, hvordan dækningen ville være forløbet, hvis valgene ikke havde været lagt samme dag.

Dækningen op til valgene blev derfor - tvunget af omstændighederne - mere overfladisk end sædvanligt, og på selve valgaftenen kunne vi desværre først formidle resultaterne af valgaftenen omkring midnatstid.

Alligevel er det med en vis tilfredshed, at vi ser tilbage på valgperioden. Stoffet var både spændende og yderst relevant for os og vores seere. Det er en interessant udfordring for en regionalstation at være så aktivt deltagende i regionens politiske liv.

Tv-samarbejde i Sverige

I sommeren 2001 endte det første forsøg med grænseoverskridende tv. Vort samarbejde med Sveriges Television, Malmø, inden for rammerne af EUs Interreg-II-program blev afsluttet, og vi kaldte vores medarbejder hjem fra Sverige, ligesom svenskerne hjemkaldte deres medarbejder fra København. I tre år har vi haft korrespondenter udstationeret hos hinanden. Vi føler dog ikke, at opgaven er løst via dette ene projekt og søgte derfor allerede i december 2001 om støtte til endnu et projekt om tv i Øresundsregionen. Svaret vil først foreligge i midten af 2002.

TV 2/ Lorry betjener i dag en befolkning på cirka 1,8 millioner danskere. Vores ønske for fremtiden er i endnu højere grad, end det er tilfældet i dag, at betjene vores seere med stof, der måske ikke altid har den bredeste appel, men som er relevant for den enkeltes orientering i samfundet.



TV/MIDT-VEST

Når naturen tager magten

Først på eftermiddagen begyndte det at sne, men ingen tog det alvorligt. Snefaldet havde været varslet i mere end 12 timer, uden at der var sket noget. Men pludselig væltede det ned, og folk i det midtvestjyske fik travlt med at komme hjem fra arbejde. TV/MIDT-VEST rykkede ud med adskillige hold i forskellige retninger for i 19.30-udsendelsen at dække det snekaos, der var optræk til. Samtlige hold blev fanget i køerne. Da udsendelsen begyndte, havde vi kun én live-reportage fra vores SNG-vogn, som vi havde holdt i nærheden af tv-stationen. Derfra fik vi senere også mulighed for at give en situationsrapport til TV 2s sene nyheder.

Et af vores hold var strandet i Skive. Holdet tog toget til Struer i håb om at kunne give et bidrag til TV/MIDT-VESTS sene nyheder. Men det viste sig, at var umuligt at komme de 15 kilometer fra Struer til Holstebro på grund af snedriver og biler, som sad fast i sneen. Ved midnatstid fik holdet køreløjlighed med en pansret mandskabsvogn mod Holstebro. Midtvejs gav soldaterne hjælp til en forfrossen familie. TV/MIDT-VESTs reporter og fotograf stod ud i snestormen og filmede. Pludselig kørte den pansrede mandskabsvogn videre og efterlod holdet i mørket syv kilometer fra Holstebro. Fotografen og reporteren læssede deres udstyr på ryggen og begyndte at gå mod Holstebro. To kilometer længere fremme tilsmilede heldet dem.

TV/MIDT-VESTs planlægningschef var kørt fra arbejde klokken 16, men han nåede kun fem kilometer uden for Holstebro, før han sad ubehjælpeligt fast i virvaret i ni timer. Her fik de to forkomne medarbejdere husly og varme i bilen, og en halv time senere blev de gravet fri, så de kunne vende tilbage til stationen. TV/MIDT-VEST fik ingen snereportage, men TV 2s morgennyheder nød til gengæld gavn af de mange friske snereportager, som TV/MIDT-VEST sendte fra de hold, der nåede frem i løbet af natten og morgenen.

Verdenspremiere

Schaufuss-balletten havde verdenspremiere i Holstebro på balletten "Nattevagten". Verdenspressen og københavnerpresen glimrede ved deres fravær - premierer uden for København sker ikke ustraffet. TV/MIDT-VEST optog hele forestillingen med to kameraer, så Schaufuss-balletten kunne bruge optagelserne, når de skulle skaffe sig engagementer i udenlandske hovedstæder. TV/MIDT-VEST viste udpluk af forestillingen og interviewede de lokale anmeldere

om forestillingen. TV 2/NYHEDERNE viste også et indslag, så der kom et enkelt landsdækkende glimt.

Disse to glimt illustrerer på bedste vis TV/MIDT-VESTs to hovedopgaver: At lave bedst muligt regional fjernsyn - uanset betingelserne - og at afspejle Midt- og Vestjylland mest muligt på TV 2s landsflade, hvad enten det gælder nyheder, sport, kultur eller programserier.

3-i-et-valg

TV/MIDT-VEST havde allerede forberedt amts- og kommunalvalget i november 2001. At dække amts- og kommunalvalget ser vi som regionernes allerstørste public service-opgave. Vi har sammen med de lokale medier overtaget al valgkamp-information, mens vælgermøderne får stadig ringere tilslutning.

Derfor var det intet mindre end et anslag mod det lokale folkestyre, at daværende statsminister Poul Nyrup Rasmussen udskrev folketingsvalg oven i kommunalvalget. Det lokale demokrati får i forvejen ikke for megen opmærksomhed fra befolkningen, og folketingsvalget løb fra den ene dag til den anden med hele opmærksomheden.

TV/MIDT-VEST kom til at mangle sendetid. **Job i 11. time** blev aflyst, og i to uger sendte vi valgdebatter fra klokken 11.00 til 12.30. Politikerne var skeptiske, men da de fandt ud af, at der var mellem 10.000 og 20.000 seere til udsendelserne, lyste de op, for det var flere, end de mødte til alle deres vælgermøder tilsammen.



Valget blev afviklet, og det var selvfølgelig ærgerligt kun at have få udsendelsesminutter til rådighed netop den aften, mens folketingsvalget blev transmitteret på TV 2.

Leverandør til TV 2

TV/MIDT-VEST leverede i foråret 2001 endnu 14 programmer med spareforslag til seernes privatøkonomi i serien **Kasse 2**.

I tre programmer blev der fortalt én erhvervshistorie blandt mange fra Midtjylland.

I **Modens magt** fulgte TV/MIDT-VEST tilblivelsen af en forårskollektion hos modevirksomheden Kello. "Der er langt til 65 millioner kroner", konstaterede direktør Kjeld Jørgensen, da hans to designere slog de første streger til forårskollektion 2001. Det er en branche, hvor forskellen mellem succes og fiasko er meget lille. Vi fulgte hele processen.

Uden for Herning voksede et fantastisk kunstværk op af jorden efter ti års fødselsveer. TV/MIDT-VEST fulgte forløbet og lavede en reportage om ELIAS tilblivelse og kunstneren Ingvar Cronhammers oplevelse af processen.

Endelig producerede TV/MIDT-VEST TV 2s adventsudsendelser og julegudstjenesten med Kathrine Lilleør.



TV2/NORD

Set med public service-briller blev 2001 et vigtigt år for TV2/NORD. Kommunal-, amts- og folketingsvalgene var afgjort årets vigtigste begivenhed, og seerinteressen for de tre valg var stor - både til optaktsudsendelser og på selve valgaftenen.

Ligesom i 2001 så 20 procent af nordjyderne dagligt TV2/NORD i 2001 (rating) - og det til trods for en forstærket konkurrence klokken 19.30 fra ikke mindst DR 1. En nærmere analyse af seertallene viser, at nordjyderne opfatter det regionale program som et familieprogram. Seere i aldersgruppen 21-50 år vejer tungt. Tallene bekræfter endnu en gang, at en ofte fremført påstand om, at regionalt tv kun er for den ældre generation, ikke holder ved nærmere gennemgang.

Flere nyheder - færre magasinprogrammer

TV2/NORD styrkede nyhedsdelen i 2001. Antallet af nyhedsminutter blev forøget, men da antallet af sendeminutter er uændret, gik det desværre lidt ud over magasindelen og ønsket om at sende flere aktuelle debatter.

I 2001 skete der en betydelig udvikling af TV2/NORDs hjemmeside. Nyhedsdækningen af regionen er blevet styrket med nettet, og det er vores opfattelse, at vi gennem nyheder på nettet opfylder det public service-krav, der blev nedfældet i medieloven fra år 2000.

De sene nyheder klokken 22.20 er blevet godt indarbejdet og havde i 2001 en rating på 13 procent.

Tripelvalget: Årets vigtigste begivenhed

Folketings-, amts- og kommunalvalgene var markante begivenheder i 2001.

TV2/NORD vægter den politiske debat højt, og TV2/NORD bruger derfor mange ressourcer og megen sendetid i forbindelse med valgkampe. Regionalt valgte folketingspolitikere konfronteres med regionale emner og afæskes deres holdninger hertil.

Ved triplelvalget i 2001 kombinerede stationen lands-, regional- og lokalpolitik på en måde, der gav meget positiv respons fra seerne. Nordjyllands Amt etablerede hjemmesiden www.nordpol.dk. Vi leverede nyheder til siden og hjalp til i forbindelse med chats mellem politikere og seere.

TV2/NORD ville gerne have været tildelt mere sendetid både til optaktsudsendelser og på selve valgaftenen. Det er vores opfattelse, at de regionale seere ikke blev serviceret tilfredsstillende, når det gjaldt formidling af amtslige og kommunale valgresultater.

Magasinprogrammer

TV2/NORD har gennem årene sammensat hovedudsendelsen klokken 19.30 som et nyhedsprogram efterfulgt af et magasinprogram - med underholdning, håndbogsprogrammer og mere informative programmer. Denne form fastholdt vi også i 2001.

Et nyt tiltag er en programserie med titlen **Dyrejournalen**. Serien tager udgangspunkt i hverdagen på en dyreklinik krydret med besøg i Aalborg Zoo, som i dagligdagen benytter dyrlægerne fra klinikken. Undervejs har der også været optagelser fra Sydamerika, hvor en af Zoo's medarbejdere har været udstationeret. Seerne har overværet alt fra operation af en hest til behandling af silkeaber.

Også Hjørring Revyen fandt vej til TV2/NORDs sendeflade i 2001. Revyen blev sendt i det sene efterår og er blevet vist på TV 2/DANMARK.

Siden forsommeren 2001 har TV2/NORD fulgt et af Danmarks allerstørste træhusprojekter i Aalborg - et helt specielt byggeri bestående af andelsboliger og lejligheder. Programmet hedder **Byggepladsen**. TV2/NORD har fået mulighed for at følge projektet på tæt hold og er - som en flue på væggen - med ved byggemøder og forhandlinger mellem entreprenør og leverandører og følger de familier, der skal flytte ind i drømmeboligen og ud af den nuværende. Serien afsluttes i september 2002.





TV SYD

Bestræbelserne på at forbedre den daglige sendeflade fortsatte i 2001. Det kom blandt andet til udtryk i en opprioritering af nyhedsstoffet. Hvor nyhederne tidligere lagde beslag på omkring en tredjedel af 19.30-udsendelsen, fylder nyhederne i dag ofte mere end halvdelen. Hensigten er, at give TV SYD mulighed for at sætte sit fingeraftryk flest mulige steder.

Opprioriteringen af nyhedsstoffet betød blandt andet, at salget til TV 2/NYHEDERNE og **Dags Dato** gik over forventning.

Amts- og kommunalvalgene - en af årets største begivenheder - er normalt regionernes valg. Udskrivelsen af folketingsvalget samme dag som amts- og kommunalvalgene medførte desværre, at regionerne på valgaftenen reelt først fik sendetid efter midnat. Til gengæld var der den følgende dag så mange regionale udsendelser, at det var en vanskelig logistisk opgave at løse, hvis også nøglemedarbejderne skulle have et par timers søvn.

Alle valgresultater blev imidlertid formidlet, ligesom det i optaktsudsendelserne lykkedes at komme omkring samtlige 53 kommuner i regionen.

I forbindelse med kommunalvalget fik www.tvsyd.dk desuden stor succes med et debatsystem, som i november forøgede antallet af unikke brugere til ca. 20.000. Tallet har efterfølgende fundet et leje cirka 40 procent højere end før valget.

Nye programformater fik succes

TV SYD indførte en række nye programformater i 2001.

Ekspedition Syd begyndte tidligt på året i Nymdegab. Kursen var ikke bestemt - kun målet, som var Hovedgård. Formålet med serien var at opsøge nogle af de små samfund, der kun sjældent bliver til tv-stof, samt at bringe flere almindelige mennesker på skærmen.

En af årets andre store opgaver var produktionen af **Frodes Historier**, som vises i foråret 2002. Interessen for projektet blev så stor, at det lykkedes at tegne sponsorater til programmerne, hvilket er med til at sikre en bedre programkvalitet.

Og hvad så fandt en gammel historie i arkivet og opsøgte hovedpersonen på ny.

I 2 x... mødte seerne kendte, regionale personer og deres far/datter/mor/søn. Programmet medførte desuden en besparelse på kontoen for studiefornylelse, idet store dele af programmets studiedekoration blev genbrugt under valget og efterfølgende i nylanceringen af studiet i februar 2002.

Farvel til Videopolitiet og Technokowskij

Desværre måtte vi også sige farvel enkelte programmer.

Videopolitiet, der i adskillige år har været et fast element i sendefladen, blev sendt for sidste gang. Programmet lukkede ikke på grund af svigtende seerinteresse, men fordi Rigspolitiets Færdselsafdeling besluttede, at betjentene ikke længere må medvirke i tv-programmer.

Også **Technokowskij**, der i et par år har berettet om arrangementer inden for rytmisk musik i Syd- og Sønderjylland, blev nedlagt. Programmet havde et vigende seertal, og en målretning mod unge seere endte med at give programmet katastrofale seertal.

Desuden besluttede TV 2/DANMARK at nedlægge 22-NYHEDERNE fredag aften. Det gik beklageligvis også ud over de regionale nyheder klokken 22.20, hvor TV SYD generelt har haft høje seertal.

TV SYD digitaliserer skridt for skridt

TV SYD kom i 2001 et skridt videre i digitaliseringsprocessen. Et nyt produktionsapparat bestående af videoserver, redigeringscomputere og redaktionelt computersystem blev installeret og forventes endeligt indkørt i løbet af første halvår af 2002. Der blev også installeret en digital lydpu­l­st, og lyd­rum­met fungerer i dag som en kombineret lyd­af­vik­ling og lydefterbearbejdning.

SNG-bilen blev udstyret med en redigeringsen­hed magen til dem på stationen, og det har været med til at give en øget fleksibilitet i produktionen i forbindelse begivenheder, som ligger tæt på udsendelsestidspunktet.

Som en udvidet service over for seerne producerede og solgte TV SYD videoer om Dronning Ingrid og Cutty Sark i Esbjerg.

Desuden blev den daglige kontakt til NDR i Kiel også fastholdt i 2001.

Flere enmandsproduktioner

2001 var et år, som var præget af nedskæringer i driftstilskuddet. Besparelserne medførte rationaliseringer i driften. Ansættelsesstop, naturlig afgang, barsel, orlov, sygdom og interne omrokeringer medførte, at der i 2001 var syv til otte færre medarbejdere i produktionen.

Af samme grund valgte vi i løbet af året at producere et stigende antal énmandsproduktioner - indslag, som journalisten selv tilrettelægger og producerer. En række teknikere blev sendt på kursus, så også de kunne bidrage til énmandsproduktionerne.



TV2 ØST

Med satsningen på et mere udpræget nyhedsprogram klokken 19.30 blev 2001 på mange måder både udfordrende og udviklende for TV2 ØST. Det var vigtigt at finde en fornuftig balance mellem det rene nyhedsstof og de aktuelle nyhedsreportager, der skildrer det folkelige liv i regionen.

Flere væsentlige spørgsmål trængte sig på. Ville der være tilstrækkeligt stofudbud til et rent nyhedsprogram? Hvordan vurderede seerne det nye program? Ville det lykkes at stabilisere seningen?

For at få svar på disse spørgsmål blev der gjort status sidst på året. Nyhedsprogrammet var på det tidspunkt ved at være så indarbejdet, at det var relevant at få seernes vurdering og sammenholde den med de erfaringer, som TV2 ØSTs medarbejdere og ledelse havde gjort sig.

Seerne var tilfredse

Med hjælp fra analyseinstituttet Megafon blev der gennemført en markedsanalyse med repræsentation fra regionens amter, og analysen viste, at seerne generelt var tilfredse med det nye program.

- 69 procent gav udtryk for, at programmerne var gode eller meget gode.
- 65 procent syntes, at programmerne var gode, fordi de beskæftigede med regionale/lokale nyheder.
- 75 procent var tilfredse med nyhedsdækningen.

Men der var også 10 procent, der udtrykte utilfredshed med programmerne og nyhedsdækningen. De 10 procent tager vi som en klar påmindelse om, at vi skal forsøge at gøre vores programmer endnu bedre.

Hos ledelse og medarbejdere blev det nye program løbende evalueret og udviklet. Vi overvejer stadig, om balancen mellem det rene nyhedsstof og de mere bløde nyhedsreportager er rigtig. For at få dette afklaret vil vi i foråret 2002 etablere to fokusgrupper, hvor seere får mulighed for at give en direkte og konkret vurdering af programmernes indhold.

Seertal og kvalitet

Selv om antallet af seere ikke i sig selv er et udtryk for programmets kvalitet, er det ikke desto mindre vigtigt for TV2 ØST at have mange seere. Vi har en målsætning om, at 20 procent af befolkningen i regionen skal se os dagligt (rating), og at mindst halvdelen af de, der ser fjernsyn klokken 19.30 i regionen, skal se TV2 ØST (share).

I 2001 fik vi en gennemsnitlig rating på 16,4 procent og en gennemsnitlig share på lidt over 50 procent.

De officielle seertal fra tv-meter-målingerne står i kontrast til markedsanalysen fra Megafon. Her gav 40 procent udtryk for, at de ser TV2 ØST mindst en gang dagligt. Vi tager dette som udtryk for, at vi programpolitisk er på rette kurs, og at målsætningen er realistisk.

Flere landsdækkende indslag end nogensinde

En af konsekvenserne af vores nye nyhedskoncept er, at vi i 2001 havde den største leverance af nyhedsindslag til TV 2/NYHEDERNE. Vi er indstillede på fortsat at udbygge det gode samarbejde mellem de to nyhedsredaktioner.

Dækningen af amts- og kommunalvalgene blev desværre noget amputeret med beslutningen om at gennemføre et tripelvalg. Amts- og kommunalvalgene hvert fjerde år er en af TV2 ØSTs vigtigste public service-opgaver, og der sættes store ressourcer ind på at løfte opgaven så godt som muligt. De særlige optaktsudsendelser og den løbende nyhedsdækning af valgkampen forløb tilfredsstillende, og vi har kun fået positive reaktioner fra såvel seere som de politiske kandidater.

Men kulminationen på det hele - selve stemmeoptællingen - blev desværre lidt af et antiklimaks. Selv om TV2 ØST havde forståelse og respekt for, at folketingsvalget fik første prioritet, var det vanskeligt at skjule skuffelsen. Den aften, vi havde forberedt os til gennem mere end halvt år, blev i stedet til en midnatsforestilling, hvor det var vanskeligt at fastholde de mange seere, der normalt følger amts- og kommunalvalgene.

Vi sætter vores lid til, at det var første og sidste gang, at vi blev forhindret i at leve fuldt og helt op til vores public service-forpligtelse.



Grænseoverskridende samarbejde

Sidste del af det grænseoverskridende samarbejde med NDR i Kiel blev afsluttet i foråret 2001. Intentionerne i det EU-støttede grænseprojekt blev til fulde indfriet, og begge parter er interesserede i at føre samarbejdet videre.

Vi planlægger nu et programudviklingsprojekt omkring Østersøsamarbejdet sammen med NDR i Kiel og SVT i Malmø.

TV2 ØST har desuden taget aktivt del i et integrationsprojekt i Fuglebjerg Kommune, hvor en gruppe indvandrere som en del af integrationsprocessen skal arbejde med tv. Målet er, at indvandrerne laver et program om dem selv og deres oplevelser af det danske samfund. TV2 ØST stiller - ud over de tekniske faciliteter - en reporter og en fotograf til rådighed.

Nyhedsdækning på nettet

Etableringen af TV2 ØST/Interaktiv som en selvstændig afdeling måtte vi desværre opgive. I løbet af foråret blev det hurtigt klart, at den dramatiske afmatning på hele IT-området gjorde det umuligt at indfri de økonomiske mål for afdelingen.

Målsætningen om en egentlig TV2 ØST-portal blev opretholdt, men aktivitetsniveauet blev tilpasset afmatningen. Nyhedsdækningen er fortsat portalens bærende element, men vi forsøger os i dag også på andre områder: Markedspladsen med køb og salg af alskens varer bliver flittigt brugt, og TV 2 ØST-portalens seneste tilbud er et jobmarked, hvor virksomheder og enkeltpersoner kan søge eller tilbyde arbejdskraft.



TV 2 / ØSTJYLLAND

Det er let at få afklaret, om man spilder sit liv. Hvis dit liv var en film, ville du så gide at gå ind og se den?

Masser af mennesker er bevidste om, at de ikke er en del af evigheden. De stiller krav, også til deres fjernsyn. Heldigvis.

Den tid er slut, hvor nogen bliver benovet over, at der kommer noget ud af kassen, når de tænder for tv-apparatet. For der er fjernsyn overalt, ligegyldigt fjernsyn. Nu er indhold afgørende. For TV 2 / ØSTJYLLAND hedder stempelmærket ”varmt og vedkommende”.

Mange gange har vi på fjernsyn set tårerne, når folk mister deres arbejdsplads gennem mange år. De stærke omfavnelser, når arbejdskammerater siger farvel. For sjældent har vi oplevet det daglige liv på arbejdspladsen, livet før frygt, fyringer og fusioner.

Derfor brugte vi foråret 2001 på at kåre **Østjyllands Bedste Arbejdsplads** - en chef-fri konkurrence, hvor menige medarbejdere kunne indstille deres arbejdsplads til titlen. Vi besøgte arbejdspladserne og fandt de elementer, der skaber en god og glad arbejdsplads. Til inspiration for alle.

Sjældent har en tv-konkurrence haft så stor gennemslagskraft. 125 virksomheder var med, ti virksomheder blev nominerede, og til sidst kårede en dommerkomité - med forhenværende indenrigsminister Thorkild Simonsen i spidsen - vinderen ved en forrygende fest med 700 deltagere i Silkeborg.

Stor tilslutning til offentlige valgmøder

Op til efterårets amts- og kommunalvalg rettede vi søgelyset mod en række fælles problemer i Østjylland, og for første gang var det tv-stationen, der arrangerede de allerstørste, offentlige vælgermøder. Først i Odder, hvor behandlingen af ældre var på dagsordenen, med deltagere fra en række østjyske kommuner - alle med de samme problemer. Senere i Randers med en debat om Socialdemokratiets rolle i de tre store, østjyske byer Århus, Randers og Silkeborg. 400-500 tilhørere var med på Værket i Randers.

TV 2 / ØSTJYLLAND har gjort høringer om de store regionale spørgsmål til et fast element i bestræbelserne på at lave ”public journalism” - for eksempel med heftig debat om en ny stor lufthavn i Østjylland og tidligere om eliteidrættens krise.

Vi sluttede året med at rette opmærksomheden mod de østjyder, der har vist vejen for andre. Seerne kårede klunseren Allan Fisker - der fra sin kælder i Gellerupparken samler ind til et børnehjem i Letland - som ”Årets Østjyde”.

Daglige nyhedsudsendelser er TV 2 / ØSTJYLLANDs livsnerve - men med mindre borgmesterfjernsyn, færre eksperter og færre historier - bygget på den endeløse strøm af undersøgelser af snart sagt hvad som helst.

Vi dokumenterede de triste forhold med overbelægning på områdets børnehjem. Den politiske debat om spørgsmålet udløste en ekstra millionbevilling fra amtet. Vi genrejste sagen om en række husejeres kamp for at få erstatning, fordi deres huse er ødelagte efter etableringen af en naturgasledning. På tiende år fortsætter det bizarre juridiske slagsmål. Vi satte fokus på det såkaldt frie sygehusvalg, der blev sat ud af kraft i Århus, fordi alt for mange kvinder, ifølge politikerne, vælger at føde på Skejby Sygehus.

Året bød også på en ny form for nyhedsjournalistik, **Konfliktpatruljen**, hvor vi ikke bare fortalte om en stribe af de ofte meget voldsomme nabostridigheder, men også forsøgte at løse dem. Et konfliktråd fik til opgave at forsøge at mægle mellem parterne. Vi følger stadig begivenhederne.

Omdrejningspunkt i den regionale debat

TV 2 / ØSTJYLLAND skal være et omdrejningspunkt i den regionale debat - og vi er på vej mod målet. Næsten hver eneste aften besøger nye seere fra amtet TV 2 / ØSTJYLLAND. For at se tv-stationen og for at diskutere medier og journalistik. Åbenhed og debat er afgørende.

Tættere på seerne kom vi også med etableringen af en ny hjemmeside www.tv2oj.dk.

Der er tæt samarbejde mellem TV 2/DANMARK og TV 2 / ØSTJYLLAND. Et samarbejde, der netop er resultatet af den særlige form for public service-tv, der blev etableret med TV 2-modellen - en model, der gør det muligt at rykke regionale begivenheder ind i et nationalt perspektiv. Vi er i daglig kontakt med TV 2/NYHEDERNE og TV 2/SPORTEN og leverer massevis af billeder, interviews og reportager til landssendefladen. Vi er samtidig fast leverandør af indslag til nyhedsmagasinet **Dags Dato**.

Omkring den historiske valgdag i november med folketings- og amts- og kommunalvalg fik samarbejdet ekstra mening. Regionale højdepunkter gled ind i landsprogrammet på selve valgaftenen- og valgnatten - og dagen derpå sendte TV 2 / ØSTJYLLAND næsten fem timers direkte tv, blandt andet med de fulde konsekvenser af jordskredsvalgene i Århus, Randers og Silkeborg, hvor Socialdemokratiet alle tre steder blev sat fra magten.

Tæt samarbejde med TV 2/DANMARK

TV 2 / ØSTJYLLAND Dokumentar - med journalist Lars Høj som leder - er en ny enhed, der skal udvikle ideer til dokumentar-tv i tæt kontakt med TV 2/DANMARK. Mange projekter er undervejs, men også i 2001 producerede TV 2 / ØSTJYLLAND en række programmer til landssendefladen. Heriblandt **Bare jeg ikke var så klog** om problemerne for særligt kloge børn i folkeskolen, **Talenterne** om en gruppe unge fodboldspillere på vej mod topfodbold, **www.kærlighed.com**, en sørgmunter historie om et kærlighedseventyr via internettet. **Gulddrengene fra ghettoen** var historien om nogle af Danmarks største boksehåb, der alle bor i Gellerupparken i Århus, og så var det også TV 2 / ØSTJYLLAND, der producerede **Kongefamilien i Danmark 2001** til TV 2 nytårsaften.

Det store studie på TV 2 / ØSTJYLLAND husede i flere måneder **Villa Bella**, hvor Lars Hjortshøj tog imod gæster i et meget anderledes journalistisk underholdningsprogram. Vi producerede programmet sammen med Deluca Film.

I efteråret var studiet ramme om **CWC/Canal Wild Card**, hvor De Nattergale for første gang i årevis var sammen igen.

Et hæsblæsende år, der bar frugt i forhold til seerne. TV 2 / ØSTJYLLAND fortsatte fremgangen fra i fjor. Alle tre daglige nyhedsudsendelser, klokken 18.10, 19.30 og 22.20 blev de mest sete regionale nyhedsudsendelser i Danmark. I alt ser cirka 260.000 mennesker dagligt TV 2 / ØSTJYLLAND.

Seertal på Regionalprogram kl. 19.30

Region	Tv-rating i procent	Share i procent
TV 2 / ØSTJYLLAND	20,9	62
TV2/NORD	19,9	58
TV/MIDT-VEST	19,8	64
TV 2/FYN	17,8	52
TV SYD	17,7	51
TV2 ØST	16,4	50
TV 2/ Lorry	13,5	41

(Kilde: Gallup TV-meter)

De gennemsnitlige seertal til Regionalprogram 19.30 i de enkelte regioner. TV 2 / ØSTJYLLAND overhalede sidste års nummer ét og to, TV/MIDT-VEST og TV2/NORD. Seertal for TV 2/BORNHOLM måles ikke via Gallup TV-meter, men ved en telefonundersøgelse.



ÅRETS PROGRAMMER ... et knaldhamrende godt tv-år



KNALDHAMRENDE

godt tv-år

2001 blev et knaldhamrende godt år for de nationale og internationale programindkøb på TV 2. Det hører ganske vist med til instruksen, at denne årssomtale af programmerne ikke må blive for selvforherligende. Teksten skal være afbalanceret. Men det er svært/næsten umuligt ikke at afspejle den kommunikationstrang, energi og glæde, der har ligget bag mange af programsucceserne i 2001. Dygtige medarbejdere på begge sider af bordet prægede samarbejdet med det danske produktionsmiljø i 2001. Men fejlskud var der nu også, som der næsten altid er, når der bliver taget chancer.

Underholdning, når det er bedst

CWC/Canal Wild Card med De Nattergale sluttede året af i en satire på tv-mediets egen selvglæde - i 24 afsnit. Efter en lidt tøvende start var seerne og anmelderne i en sjælden

grad enige. Succesen var helt hjemme, da præsterne rundt i landet trak fulde huse og i deres juleprædikener citerede CWCs Finn Nissen og de andre hovedkarakterer. Saks Film & TV var leverandør og samarbejdspartner på serien.

I begyndelsen af året var der premiere på **Venner for Livet** - TV 2s nye danskudviklede underholdningsformat, der skulle afløse **Den Store Klassefest** og **Den Store Mission**. Kunne vi sammen med produktionsselskabet Mastiff Media gøre det igen - slå **Klassefestens** højder? Det kunne vi rent faktisk. God underholdning er baseret på værdier - glæden ved kammeratskabet, glæden ved venskabet - og på tv kan vi så teste de kendte og deres venners viden om hinanden. Alt sammen med det mål, at seerne føler, de er i godt selskab fredag aften.



De 25 mest sete tv-udsendelser

(top 25 - eksklusiv nyheder - i 2001 blandt alle danskere på 3 år og derover)

Nr.	Kanal	Program	Seertal
1.	DR 1	Europæisk Melodi Grand Prix	2.667.000
2.	DR 1	Dansk Melodi Grand Prix	1.998.000
3.	DR 1	Rejseholdet (30.12.)	1.757.000
4.	TV 2	VM-håndbold: Danmark-Rusland	1.740.000
5.	DR 1	Rejseholdet (22.04.)	1.719.000
6.	DR 1	Rejseholdet (18.03.)	1.688.000
7.	TV 2	Olsen-bandens sidste stik	1.663.000
8.	TV 2	Expedition SIRIUS 2000: Forbered.	1.644.000
9.	TV 2	VM-håndbold: Danmark-Østrig	1.617.000
10.	DR 1	Rejseholdet (01.04.)	1.612.000
11.	DR 1	Rejseholdet (11.03.)	1.604.000
12.	DR 1	Rejseholdet (25.03.)	1.561.000
13.	TV 2	VM-fodbold: Danmark-Island	1.552.000
14.	DR 1	Rejseholdet (08.04.)	1.547.000
15.	DR 1	Hit med sangen (05.01.)	1.545.000
16.	DR 1	Hit med sangen (23.02.)	1.499.000
17.	DR 1	Hit med sangen (16.02.)	1.483.000
18.	DR 1	Rejseholdet (15.04.)	1.427.000
19.	TV 2	VM-håndbold: Danmark-Angola	1.426.000
20.	DR 1	VM-fodbold: Danmark-Malta	1.404.000
21.	DR 1	Hit med sangen (26.01.)	1.399.000
22.	TV 2	VM-fodbold: Bulgarien-Danmark	1.397.000
23.	DR 1	Hit med sangen (12.01.)	1.371.000
24.	TV 2	Klinkevals	1.365.000
25.	TV 2	Danmark til VM 2002	1.363.000

Hitlisten blandt alle danskere indeholder ni programmer fra TV 2 og 16 fra DR 1. Listen er domineret af Rejseholdet, Hit med sangen, Melodi Grand Prix samt sport. Herudover er TV 2-programmerne Olsen-bandens sidste stik og Expedition SIRIUS 2000 med på listen.

Et anderledes bud på reality-tv

I efteråret præsenterede TV 2 sit bud på reality-genren. Fænomenet hed **Popstars**, og **Popstars** blev et anderledes bud. Her blev de piger, der var dårligst til at performe, synge og danse hverken hængt ud eller stemt ud. Det var talentet og de bedste stemmer, som vandt.

Seerne fik et indblik i, hvordan et popband kan blive til og hvilke talenter, der lægges vægt på. eyeQ blev resultatet. **Popstars** var samtidig et eksempel på en effektiv to-kanals-strategi: Da hovedkanalen sluttede tirsdag aften med ugens udgave af **Popstars**, tog TV 2 Zulu over med opfølgnings-programmer. Med **Popstars** blev TV 2-kanalernes kontakt med alle målgrupper udbygget, og i konkurrencen med de kommercielle kanaler om de unge seere fik underholdnings-konceptet en afgørende betydning.

Det gik knap så godt for afslutningen på **Den store Mission**, hvor ti danskere blev sendt til astronauteksamen i USA. En vinder blev fundet, og han bliver den første dansker, der kommer ud i rummet. Op at flyve kom **Den store Mission** dog aldrig rigtig for seerne. Der manglede identifikati-on og variation i programmerne. Men chancen blev taget, og ideen er nu solgt til flere lande, der gør brug af de danske erfaringer.

Frisørstolen inden for fakta-light-genren havde også pro-blemer. "Det bli'r mellem os", stod der i overskriften til pres-sematerialet, som vi udsendte på TV 2. Men det blev des-værre mellem frisørerne og deres kunder. Small-talken nåede aldrig ud over skærmen. Seerne blev reduceret til voyeurer på trendy frisørsaloner og kvarte hverdagshisto-rier foran spejlet - uden mulighed for indlevelse. Det er TV 2 og det iderige produktionsselskab Mastiff Media i øvrigt enige om.

Jes Dorph-Petersen afløste Peter Kær som vært på **Hvem vil være Millionær?** - og sammen med **Jeopardy** og **Stifin-der** - var det de klassiske game shows, der prægede TV 2s forårs- og efterårsflade.

En epoke sluttede, da **Lykkehjulet** - dansk fjernsyns længst-levende udsendelsesrække pt. (ud over nyhedsudsendelser) - for sidste gang rullede over skærmen nytårsaften. Davæ-rende kulturminister Elsebeth Gerner Nielsen udnævnte **Lykkehjulet** til public service. Måske var det i virkeligheden senior-service. Lykkehjulet var slidt og på falderebet for ungt i sit udseende til de trofaste tilhængere.

Også mange enkeltstående begivenheder og program-mer prægede underholdningsfronten. Fra **Danish Music Awards**, hvor Casper Christensen præsenterede en stribe vindere inden for alle musikkens genrer, til portrætprogram-mer af danske musikere som Thomas Helmig, Zindy Kuku Boogaloo og Erann DD. Underholdningsåret sluttede nytårs-aften med **Godt Nytår Danmark**, produceret af Skandina-visk Filmkompagni.

På ekspedition med kronprinsen

I begyndelsen af året løb en af TV 2s store satsninger over skærmen: **Expedition SIRIUS 2000** med HKH Kronprins Frederik og hans fem slædekammerater. Den 2.795 km lan-ge ekspedition fra Qaanaaq i Nordvestgrønland til Daneborg i Nordøstgrønland markerede 50-års-jubilæet for Sirius-pa-truljen. 370 timers tv-optagelser blev sendt som fem tv-pro-grammer. Serien, der blev TV 2s mest sete i år 2001 (side 66), gav seerne oplevelser, fascination og indsigt i Grønlands enestående natur, fangerbefolkningen i Qaanaaq, hunde-disciplin og naturligvis de seks slædekammeraters liv og lev-ned. Victoria Film stod bag.

TV 2s ambition i 2001 var at udvide rejsegenren med adventureprogrammer. **Expedition SIRIUS 2000** var et bud. **Under Overfladen**, hvor Timm Vladimir tog seerne med på dykkerferie til seks forskellige destinationer, var et andet. Fjernsynsfabrikken producerede programmet.





Bedst lykkedes det måske med **Anja & BS - på afveje**, hvor bypigen Anja Steensig og jægersoldaten B.S. Christiansen i otte programmer tog seerne med på overlevelsestur i Alaska og USA. Anja Steensig brød sine egne grænser, og B.S. Christiansen videregav en række af de erfaringer, han har lært som jægersoldat og på diverse hemmelige missioner. Anja overlevede, og seerne fik nogle gode oplevelser og blev lidt klogere. Easy Film stod bag.

Gribende og nærværende dokumentar

Med en enkelt undtagelse blev 2001 igen et stort dokumentår på TV 2. Relevante oplevelser var ofte resultatet, når den verden, som også er seernes, blev vist og fortalt i velredigeret form. Hvem husker ikke **Hjem, kære hjem**, hvor vi fulgte seks danske familier på jagt efter deres drømmebolig! Koncern TV & Filmproduktion leverede programmerne.

dot dk-serien om unge mennesker, der satsede på at slå igennem i IT-branchen, gik mindre godt. Luften var allerede gået af IT-ballonen, da programmerne endelig blev sendt. Kvaliteten svigtede for en gangs skyld, og når kvaliteten svigter i prime-time, svigter seerne også.

Til årets store dokumentarserier hørte **De teenageramte familier** - om far og mor i clinch med deres teenagedøtre og -sønner. Det var autentiske og genkendelige oplevelser for - ja, vel alle, der er vokset op.



"Hjerte rimer på Smerte" var arbejdstitlen på en ny dokumentarserie om par, der forsøger at reparere på deres kærlighedsforhold. Den endelige titel blev **Kærlighed i krise**. Gennem seks programmer fik seerne en række historier via optagelser i parrenes hjem og med parterapeutens irriterende spørgsmål fra sidelinjen.

2001 var præget af ordet reality-tv. **Kærlighed i krise** var måske den serie, som i virkeligheden kom den gribende realitet nærmest. Noir Film og Metronome stod bag.

Er huset svært at sælge, var der gode råd at hente i TV 2s nye boligmagasin **Helt Solgt!**, hvor Liselotte Risell for 15.000 kroner plus håndværkerudgifter gjorde det usælgelige salgbart. Med **Helt Solgt!**, som var årets fornyelse inden for boligstoffet, og **Roomservice** fik vi endnu engang bekræftet, at boligstoffet er vigtigt stof for seerne netop i disse år. Metronome og Nordisk Film leverede programmerne.

Kreative og krøllede hjerner

Kulturstoffet kom meget bredt ud som en del af den løbende programvirksomhed. Men 2001 blev også året, hvor TV 2 igen forsøgte sig med en decideret kulturserie under titlen **Scenen er sat**. Seks kreative og krøllede hjerner blev sat sammen med en række amatører for - på tv's betingelser - at lave et kunstværk. Skuespilleren, instruktøren, operasangen, billedhuggeren, portrætfotografen og balletdanseren. Den sidste var Alexander Kølpin - og resultatet her blev fem soldater, der dansede ballet på Vedbæk Station. Programmet vandt prisen for "Best film made for

television" ved kulturfilmfestivalen FiFa (International Festival of Films on Art) i Montreal, Canada. Til lykke til teamet bag og Nordisk Film & TV.

Hverdagskrønike og historisk drama

Med mere end 700.000 seere hver torsdag aften viste TV 2 med serien **Hotellet** sin styrke på dramaområdet i 2001. Serien rammer bredt hos danskerne, og med sit tema - om det er værd at slås for familien - er **Hotellet** også en hverdagskrønike, som er blevet en sikker bastion torsdag aften på TV 2.

2001 var også året, hvor TV 2 gik enegang på novellefilmområdet og engagerede sig i filmen **Trækfugle** med tre store skuespillerinder i hovedrollerne - Helle Virkner, Bodil Udsen og Lily Weiding. Filmen var skrevet og instrueret af Vibeke Muasya.

Også en række danske film, som TV 2 har været medinvestor i, og som tidligere har været vist i biografen og solgt som video, fandt vej til TV 2s skærm. Deriblandt var Lasse Spang Olsens **I Kina spiser de hunde** efter manuskript af Oscar-vinder Anders Thomas Jensen, Carsten Frombergs **Ondt blod** med Jens Okking og Thomas Bo Larsen i hovedrollerne samt **Olsen-bandens sidste stik** - filmen, hvor vi sagde uigenkaldeligt farvel til Egon, Benny og Kjeld.

Filmen og tv-serien **Klinkevals**, baseret på Jane Aamunds bestseller-romaner "Klinkevals" og "Juliane Jensen" - med Mette Lisby som den viljestærke Juliane Jensen - blev flot modtaget af de danske seere. Med **Klinkevals** lykkedes det med stort held - og til manges overraskelse - at

De 25 mest sete tv-udsendelser - blandt de 21-50 årige

(top 25 - eksklusive nyheder - i 2001 blandt alle seere på 21-50 år)

Nr.	Kanal	Program	Seertal
1.	DR 1	Europæisk Melodi Grand Prix	1.374.000
2.	DR 1	Dansk Melodi Grand Prix	883.000
3.	DR 1	Rejseholdet (22.04.)	829.000
4.	DR 1	Rejseholdet (30.12.)	814.000
5.	DR 1	Rejseholdet (11.03.)	791.000
5.	DR 1	Rejseholdet (18.03.)	791.000
7.	DR 1	Rejseholdet (01.04.)	772.000
8.	TV 2	VM-håndbold: Danmark-Rusland	761.000
9.	DR 1	Rejseholdet (08.04.)	752.000
10.	DR 1	Rejseholdet (25.03.)	742.000
11.	TV 2	Olsen-bandens sidste stik	707.000
11.	TV 2	VM-håndbold: Danmark-Østrig	707.000
13.	TV 2	Cop Land	689.000
14.	TV 2	VM-fodbold: Danmark-Island	683.000
15.	DR 1	Rejseholdet (15.04.)	677.000
16.	DR 1	VM-fodbold: Danmark-Malta	676.000
17.	TV 2	Venner for livet - Monrad og Rislund	660.000
18.	TV 2	Exp. SIRIUS 2000: Forberedelser	656.000
19.	TV 2	Klinkevals	639.000
20.	TV 2	VM-håndbold: Danmark-Angola	623.000
21.	TV 2	Speed 2: Cruise Control	620.000
22.	TV 2	Popstars (09.10.)	609.000
22.	TV 2	VM-fodbold: Bulgarien-Danmark	609.000
24.	TV 2	Danmark til VM 2002	607.000
25.	TV 2	Venner for livet - Mette Lisby/René Dif	604.000

Blandt de 21-50-årige er tv-seningen anderledes end blandt alle seere. 14 TV 2-programmer og 11 DR 1-programmer er med på listen. Rejseholdet og Melodi Grand Prix er stadig i top, mens Hit med sangen slet ikke er med på listen. Det er derimod Venner for livet og Popstars.

sende et historisk drama, som fik stor tilslutning hos både yngre og ældre seere. Per Holst Film stod bag.

Denne pointe gjaldt også **Guds børn**, som var et historisk drama om et redningsfartøjs forlis ved den Jyske Vestkyst i 1897. Et enestående projekt, baseret på lokale kræfter med direktør Ivar Brændgaard fra TV/MIDT-VEST som initiativtager.

Guds Børn markerede påsken på TV 2, mens sognepræst Katrine Lilleør markerede julens budskab på TV 2 med fire adventsprogrammer og en juleprædiken den 24. december. Adventsprogrammerne var baseret på genfortællingen af fire eventyr - om liv, død, tro, fortvivelse, fortabelse og kærlighed.

TV 2 satte igen dagsordenen

En række enkeltstående dokumentarprogrammer prægede programfladen. Her skal fremhæves Thomas Heurlins **Dømt til at være far**, som er en meget personlig beretning om instruktørens Thomas Heurlins ukendte datter, Karina, der kom til verden som følge af et engangsknald.

TV 2 dok. var igen varemærket for den investigerende journalistik med blandt andet programmer om konsekvenserne af isolationsfængsling og indblik i pornobranchen. En af **TV 2 dok.s** største bedrifter om Tvind-imperiet, som blev produceret i 2000, satte fortsat dagsordenen i 2001 og 2002.

Alisons Baby - Bente Miltons prisbelønnede dokumentar om en multihandicappet kvinde, forventningerne til moderskabet og livet de første 9 måneder efter fødslen - vil blive husket som en af årets mest gribende beretninger. En dansk produktion med international co-finansiering solgt af TV 2 til 11 lande.

Hot doks blev den samlede titel for en række internationale dokumentarprogrammer, som TV 2 sendte i løbet af sommeren 2001. **Hot doks** præsenterede flere internationale prisvindere som for eksempel **Kærlighedens egne veje** - en dokumentarfilm om det at være anderledes og om kærlighed på trods af store forskelle - og **Millionær på rekordtid** - om at blive millionær på varm luft blandt New Yorks guld-IT-drenge.

Med 220 udsendelser og en daglig opfølgning på begivenheder inden for politik, kultur og musik var **Go' morgen Danmark** fortsat mødestedet for samtalen om døgnets dagsorden i 2001. Mere end en halv million mennesker ser med hver eneste dag. Og så er **Go' morgen Danmark** Danmarks største bogmagasin, som forfatteren Leif Davidsen for nylig skrev det i en tv-anmeldelse. Skandinavisk Film Kompagni og Metronome Studios står bag **Go' morgen Danmark**, som fik et superflot efterår på trods af konkurrence fra DR om morgenens.

Villa Bella hed TV 2s sommertilbud til de danske seere med Lars Hjortshøj - et nyt bud på en anderledes og finurlig vært, der kom længere end de fleste i sine sommersamtaler i jagten på det gode liv. TV 2 / ØSTJYLLAND og produktionsselskabet Deluca co-producerede sommerserien.

Inden for fakta-området skal endelig nævnes de såkaldte håndbogsprogrammer klokken 18.25. I det praktiske talk show **Isabellas** fik seerne tips om mad og have. **Godt begyndt**-huset i Kerteminde tog form i løbet af i alt 40 programmer. Økonomiprogrammet **Kasse 2** gav seerne gode råd om privatøkonomi. Og endelig så vejrværterne Charlotte Autzen og Peter Tanev det danske vejr efter i sømme i det populærvidenskabelige program **Vejrstudiet**. Programmet modtog i foråret 2002 prisen for det bedste feature-program på en festival for tv-meteorologer fra hele verden.

Mere end 80 unge kunstnere

HALLO! det er dit valg var en programrække om folketingsvalg for børn og unge. I 11 valguddsendelser blev de politiske ungdomsorganisationer præsenteret med valgdebat og partilederrunder. TV 2 lavede i samarbejde med Undervisningsministeriet valg- og undervisningsmateriale til folkeskoler, privatskoler og ungdomsskoler, og som opvarmning til det egentlige folketingsvalg var der afstemning på alle landets interesserede skoler dagen før.

Snurre Snups Søndagsklub sendte mere end 80 timers relevante og underholdende oplevelser for børn og unge. Fra tegnefilm til snak om ecstasy, opdragelse, påsken, mob-



De mest sete udsendelsesrækker

(mindst tre udsendelser med samme titel - blandt alle seere på tre år og derover)

Nr.	Kanal	Program	Seertal
1.	DR 1	Rejseholdet (8)	1.613.000
2.	DR 1	Hit med sangen (11)	1.312.000
3.	TV 2	Expedition SIRIUS 2000 (5)	1.230.000
4.	TV 2	Venner for livet (21)	1.087.000
5.	TV 2	Krummernes Jul (24)	1.032.000
6.	TV 2	Hvem vil være millionær? (27)	1.016.000
7.	TV 2	Station 2 (16)	986.000
8.	TV 2	The Julekalender (24)	942.000
9.	TV 2	Finn'sk Fjernsyn (12)	921.000
10.	TV 2	Årgang 0 (3)	914.000
11.	TV 2	Popstars (10)	905.000
12.	DR 1	Hammerslag (16)	892.000
13.	TV 2	Helt Solgt! (8)	876.000
14.	DR 1	Sporløs (17)	851.000
15.	DR 1	Bare det var mig (10)	846.000
16.	DR 1	Stjerne for en aften (13)	834.000
17.	DR 1	Huset på Christianshavn (9)	829.000
18.	TV 2	Hjem, kære hjem (6)	808.000
19.	DR 1	Søndagsmagasinet (37)	778.000
20.	TV 2	Livet er fedt (4)	766.000

ning, korncirkelastronomi, flygtninge, begivenhederne den 11. september, piercing og juleevangeliet. Samtidig præsenterede programmet omkring 80 kunstnere og bands.

Og så var 2001 året, hvor Bubber overrakte Julemærkehjemmet en check på 5,6 millioner kroner - overskuddet fra TV 2s salg af papirjulekalendere og 3D-briller i forbindelse med **Pyrus i alletiders eventyr**, som blev sendt året før.

Kvaliteten var også i højsædet med striben af nye danske titler for de unge. Koncern TV og Filmproduktion realiserede den første danske og prisvindende dokumentarserie for og med børn - **Wonderkids** - hvor unge stjernefrø fik lejlighed til at vise, hvad de er bedst til.

Nelly Nut blev den nye danske animationsserie. Et flabet og frækt børneprogram med den 9-årige Nelly Nut med de rappe replikker, produceret af TV-Animation.

Kærlighed - den danske serie for unge om den første forelskelse og utroskab - var gribende, ægte. Det journalistiske program for unge **Helligko** - forsøgte at engagere unge i løsninger på samfundets problemer. Begge programmer blev produceret af Zentropa.

Ditte Guldbrandsen - handicappet og ramt af muskelsvind - præsenterede lørdag eftermiddag TV 2s programmer for de yngste fra sin kørestol.

Af internationale tegnefilm husker specialisterne i målgruppen især titler som **Gabys fortællinger**, **Krøniker fra Rødsten** og **Simsalagrimm**.

Verdens bedste komedieserier

Det er fortsat TV 2s mål at kunne vise det bedste inden for alle genrer. Identifikation, fascination, humor og varme hører især med til succeskriterierne inden for TV 2s internationale licenskøb.

Ally, **Venner** og **Et umage par** er nogle af verdens måske bedste komedieserier, som overraskede og bevægede og med andre ord reelt levede op til nogle af TV 2s succeskriterier.

Seriesøndag tiltrak næsten halvdelen af alle i målgruppen med ungdomsserierne **Buffy**, **Angel** og **Roswell**. **Titans** var Aaron Spellings nye bud på det glamourøse familiedrama - godt nok vist i **Seriesøndag**, men det voksne publikum så med. **Små og store synder**, **Beverly Hills 90210 Classic**, **Et umage par** og **Kongen af Queens** var nogle af de internationale fiktionsserier, som gjorde sig godt på TV 2 om eftermiddagen.

Overskriften "En god film uden afbrydelser" signalerer internationale kvalitetsspillefilm på TV 2. **Titanic** - verdens kommercielt set mest succesrige film - fik dansk tv-premiere på TV 2 og var - sammen med titler som **Sliding Doors**, den romantiske komedie med Gwyneth Paltrow, **Cop Land** med Sylvester Stallone i karrierens måske mest seriøse og mest succesrige rolle og **Det' bare mænd**, den herlige engelske komedie om mandestrip i et arbejderklasse miljø - blandt de meste markante og mest sete internationale film på tv i Danmark i 2001. Film kan så absolut ses i fjernsynet. I 2001 viste TV 2 mere end 225 internationale film.

Vi glæder os til at lægge skærm til...

TV 2 investerede samtidig i en række danske biografier, som senere vil blive vist på tv. Blandt de film, som har haft biografpremiere i 2001, er **En kort en lang**, Hella Joofs "græske komedie" om parforholdsforviklinger i et bøssemiljø, en på samme tid morsom og menneskeligt bevægende film.

Olsen Banden Jr. - filmen om Egon, Benny, Kjeld som børn - blev en velfortjent succes og følger sig smukt til rækken af voksenfilm om trekløveret. **Fukssvansen** er en "rådden skråtkomedie" af Niels Arden Oplev.

Bille Augusts **En sang for Martin** handler om kærligheden i livets efterår og viser Augusts mesterskab i et mere beskedent format, end han i sine seneste film har udfoldet sig i. **Monas Verden** er Jonas Elmers follow up på den markante spillefilmdebut **Let's get lost**.

Ørkenens Juvel er en børnepower-film med en full size dukke-kamel i en ikke uvæsentlig rolle. **Grev Aksel**, instrueret af dansk films enfant terrible Søren Fauli, er en middelalderpastiche med Peter Frödin i titelrollen. **Jolly Roger** er en familiefilm i sørøvertraditionen, og **Min søsters børn** er en vellykket ajourføring af 60'ernes klassiske, danske familiekomedie.

I 2001 investerede TV 2 i samarbejde med Filminstituttet, DR TV og Kulturministeriet som sædvanligt i produktionen af en række danske novellefilm med det mål at udvikle nye danske talenter og fortællemåder.

Dansk film er inde i en forrygende fornyelsesproces, og med ovennævnte titler er TV 2 en del af denne udvikling.

Det var, hvad vi havde valgt at bringe. Landsdækkende. En perlerække af programmer/film/tv-serier.





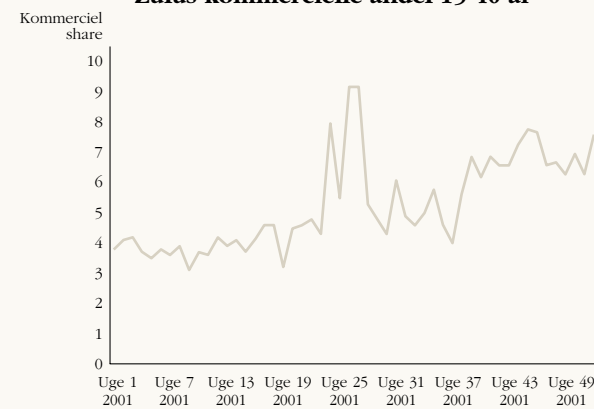
TV 2 ZULU ... fra opkomling til regulær 2'er-kanal



FRA OPKOMLING til regulær 2'er-kanal

2001 blev året, hvor Zulu gik fra at være en lille opkomling til en regulær 2'er-kanal med en bred opbakning fra stationens målgruppe - de 15-40-årige eller *the young at heart*.

Zulus kommercielle andel 15-40 år



Zulus seerandel blandt de 15-40-årige lå i starten af året på 3,8 procent og endte på 7,6. Den gennemsnitlige seerandel i målgruppen 15-40 år blev 5,3 procent.

Zulu lagde ud med en kommerciel seerandel i målgruppen på 3,8 procent. Seerandelen steg i løbet af året og endte på 7,6 procent. Fremgangen skyldtes primært Zulus danskproducerede programmer.

Åndernes Magt II satte igen det åndelige på dagsordenen i Danmark. Der var næppe det middagsbord eller den friserstol, hvor emnet ikke blev vendt og personlige historier udvekslet. Der skrives og debatteres som aldrig før om det åndelige, og andre tv-stationer er siden gået med på ideen.

Langt fra Las Vegas med Casper Christensen blev - i nogens øjne - den første vellykkede sitcom på dansk tv. Sitcom er en genre, der kræver dedikation fra tv-stationen, fordi det traditionelt set er en genre, hvor programmerne bliver bedre sæson for sæson. **Langt fra Las Vegas** fortsætter i minimum fire sæsoner på Zulu.

En tredje programrække med succes var **Politiets Indsatsstyrke (P.I.S.)** - dansk, satirisk komedie, der leger med



De 20 mest sete på TV 2 Zulu

(Zulus højeste seertal i 2001 blandt alle danskere på 3 år og derover)

Nr.	Dato	Program	Seertal
1.	30.10.01	Åndernes Magt II	326.000
2.	06.11.01	Åndernes Magt II	324.000
3.	25.09.01	Åndernes Magt II	318.000
4.	16.10.01	Åndernes Magt II	288.000
5.	02.10.01	Åndernes Magt II	258.000
6.	13.11.01	Åndernes Magt II	257.000
7.	30.10.01	Åndernes Magt Ekstra	246.000
8.	30.10.01	Popstars Ekstra	231.000
9.	04.12.01	Åndernes Magt II	224.000
10.	25.09.01	Popstars Ekstra	219.000
11.	23.10.01	Popstars Ekstra	215.000
12.	23.10.01	Åndernes Magt II	197.000
13.	04.12.01	Åndernes Magt Ekstra	194.000
14.	18.09.01	Popstars Ekstra	191.000
15.	16.10.01	Popstars Ekstra	188.000
16.	25.09.01	Åndernes Magt Ekstra	187.000
17.	09.10.01	Åndernes Magt II	186.000
17.	09.10.01	Popstars Ekstra	186.000
19.	06.11.01	Åndernes Magt Ekstra	182.000
20.	09.11.01	Håndbold: Danmark-Frankrig	182.000

Kilde: Gallup TV-Meter

Åndernes Magt, Åndernes Magt Ekstra og Popstars Ekstra dominerer Zulus top 20 i aldersgruppen 3 år og derover. Hvis man i stedet vælger aldersgruppen 15-40 år, kommer også en række udgaver af Langt fra Las Vegas med på hitlisten.

dokumentargenren. Så meget, at en del seere har taget de bizarre optagelser for gode varer.

Events og kultur

Zulus kendetegn er originalitet, personlighed og lyst på livet. Det kom især til udtryk i de mange events, der udspillede sig i løbet af året.

Der var alt fra de mere traditionelle events som Valentines Dag, Oscar-nat og Halloween til de mere specielle som Prygl i Påsken, Polka i Pinsen, Hjerternes Fest og Store Tude Uge - med henholdsvis karatefilm, flotte damer, kærlighedsfilm og sørgelige film, der var lige til at tude over. Raketfart er titlen på Zulus kulturmagasinet, som havde premiere i 2001. Programmet beskæftiger sig med den hurtige ungdomskultur på et højt journalistisk niveau. Magasinet tror på information og inspiration frem for smagsdommere og giver seerne et bud på, hvordan de kan få gode oplevelser med IT, computerspil, film og musik. Zulu forsøger også at nå sin målgruppe uden for tv-mediet. Som medstifter af arrangementet Videomaratonsøgte Zulu at give plads til uprøvede kræfter, der ønskede at gå i krig med tv-mediet. Deltagerne havde 24 timer til at realisere en lille film om Danmark. Samtlige film blev vist på Zulu.

Zulu laboratoriet

2001 blev et år med masser af eksperimenter på Zulu, både når det gjaldt nye talenter, mindre produktionsselskaber og koncepter med kant.

Ulrik E - mesterdateren fra helvede var en humoristisk udgave af blinddate-fænomenet, produceret af et nyt ungt talent fra Filmskolen. Der var også ny kvinde-comedy med Bostrup & Glahn og et forsøg på den første danske tegneserie for voksne med Stig Römer Live. Foruden comedyserierne Get Ahead, der ser satirisk på selvhjælpskurser, og De Syv Dødsyndere, hvor hovedpersonen gennemlever den samme dag syv gange med hver sin dødsynd, viste Zulu også moderne tv-teater med Peter Bays Løjserne.

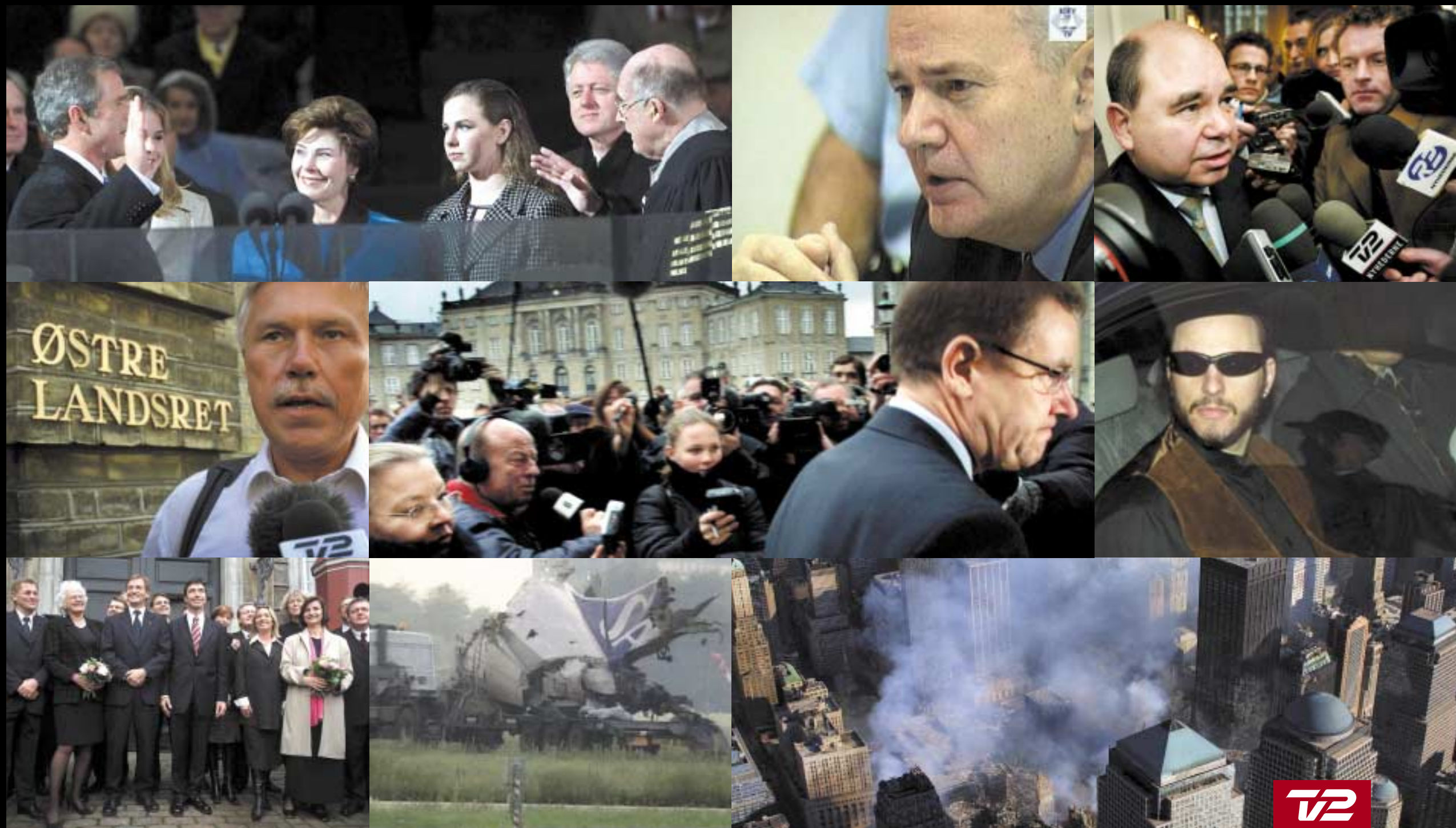
Zulu i Det Digitale Værksted

Zulu er udlærkningssted for indholdsudviklingen på det digitale område. Hensigten med Det Digitale Værksted er at udvikle nye programformater, der udnytter det tekniske potentiale. I 2001 blev der arbejdet på en række pilotprojekter, der bærer endelig frugt i 2002.

Et stærkt sportsalternativ

Med to kanaler kan TV 2-familien yde en endnu bedre dækning af store sportsarrangementer. To kanaler giver seerne en større valgmulighed. I forbindelse med Wimbledon i 2001 havde seerne for eksempel mulighed for at vælge mellem kampen fra Centre Court på TV 2 eller kampen fra Court no. 1 på Zulu. Og da Le Mans løb af stablen, blev de vigtigste timer vist på TV 2, mens Zulu viste resten af løbet til de detail-interesserede. Zulu har desuden sin egen sportsprofil med amerikansk fodbold, ishockey og en masse cykelklassikere.





TV 2 | NYHEDERNE ... nyhedsseningen satte historisk rekord



NYHEDSSENINGEN

satte historisk rekord

Klokken 14.45 ramte det første fly tårnet.

Klokken 15.03 smadrede fly nummer to lige igennem tårn to på verdens mest kendte højhus.

Klokken 15.17 rapporterede TV 2/NYHEDERNE fra denne skelsættende begivenhed. Alle planlagte programmer blev ryddet fra programfladen, og TV 2/NYHEDERNE sendte direkte frem til midnat i den mest krævende dækning, NYHEDERNE hidtil har været udsat for. I en følelse af vantro skulle der rapporteres præcist og dog med forbehold, for oplysningerne blev samlet ind, alt imens de blev sendt ud. Analyser og perspektiv blev leveret, endnu inden vi alle kendte navnet al-Qaeda.

Tv-nyhedsseningen den 11. september satte historisk rekord. En dansker (på 12 år og derover) brugte i gennemsnit 149 minutter - eller næsten 2 1/2 time - på at se nyhedsud-

sendelser på de dansksprogede kanaler. Det var otte gange så meget som på en almindelig dag i september. 76 minutter af tv-seningen foregik på TV 2, 70 minutter på DR TV samt tre minutter på TvDanmark 2. Den hidtidige rekord for tv-nyhedsseningen stammede fra kommunalvalget i 1997, hvor danskerne på selve valgdagen i gennemsnit brugte 97 minutter på at se nyheder.

Også TV 2/NYHEDERNE på nettet rykkede. Tv2.dk ændrede fuldstændigt udseende i løbet af ganske få timer, og NYHEDERNE Interaktiv etablerede en særsektion på nettet om terror krisen med nyheder, analyse, baggrundsartikler, videoklip, fotos og grafik. Tirsdag den 11. september havde tv2.dk 1,7 millioner sidevisninger og 160.000 unikke brugere, og dagen derpå blev der i alt vist 2,7 millioner sider på tv2.dk.





Senere fulgte angrebet på Afghanistan. TV 2/NYHEDERNE sendte igen ekstrasendelser, men denne gang var vi forberedte. Det drejede sig om jagten på Osama bin Laden. Seerne blev guidet igennem fem timer og 23 minutters direkte udsendelse med Jes Dorph-Petersen og Niels Brinch som ankermænd.

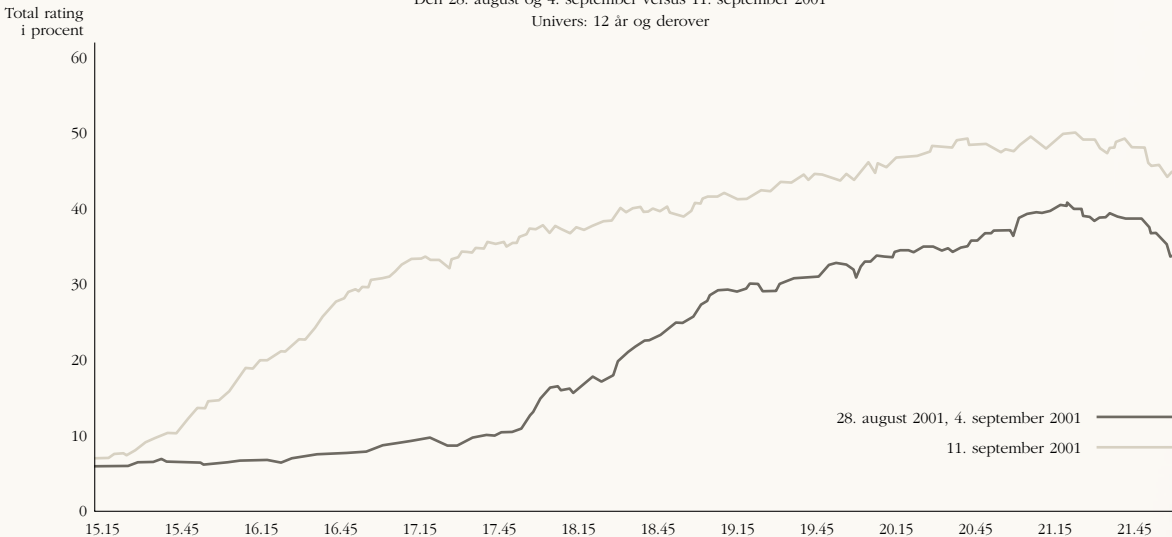
I det hele taget var 2001 et meget ”stort” nyhedsår: SAS-ulykken i Linate lufthavnen i Milano. Milosevic anholdt og

ført til Haag. Fundet af miltbrandbakterier i USA. Kurt Thorsen og Rasmus Trads. En skibskollision, der medførte det største olieudslip i Danmark nogensinde. I Israel vandt Ariel Sharon valget. For blot at nævne nogle af de begivenheder, der står som mindesmærker over et dramatisk 2001.

TV 2/NYHEDERNE sætter en ære i at dække disse nyheder præcist, hurtigt og med eftertanke.

Den samlede tv-sening

Den 28. august og 4. september versus 11. september 2001
Univers: 12 år og derover



Graf over den samlede tv-sening i Danmark kl. 15.15-22.00 tirsdag den 11. september 2001 (den øverste kurve) og gennemsnittet for de to foregående tirsdage (28. august og 4. september - den nederste kurve). Det fremgår af grafen, at tv-seningen den 11. september var langt højere end sædvanligt - især om eftermiddagen og tidligt om aftenen. Ved 17.30-tiden så cirka 35 procent af alle danskere tv mod sædvanligvis knap ti procent på dette tidspunkt.

Kilde: Gallup TV-Meter

Seertal på nyhedsudsendelser i 2000 og 2001

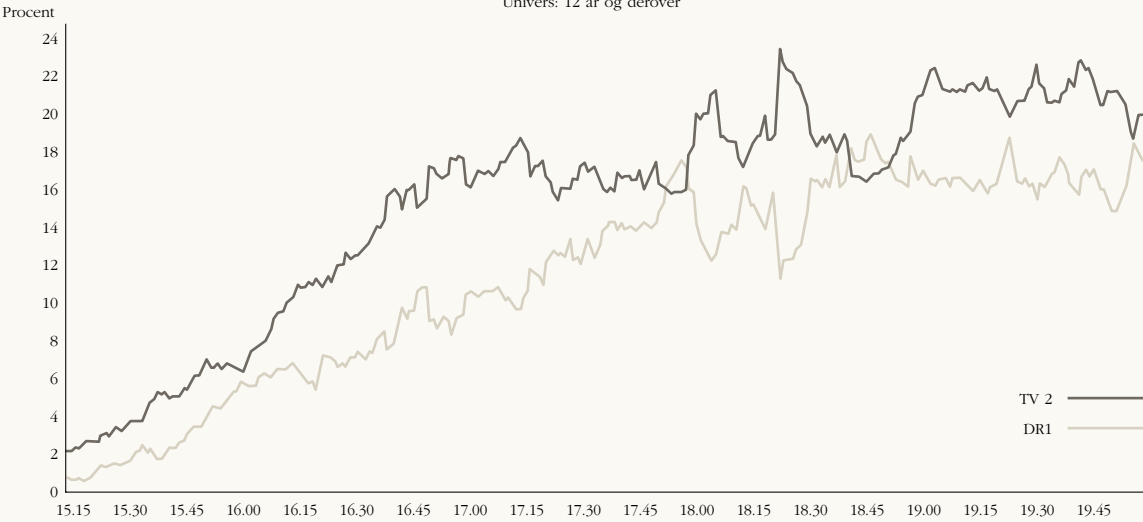
(seertal blandt alle seere på 12 år og derover)

Nr.	Kanal	Program	Seertal i 2001	Share i %	Seertal i 2000
1.	TV 2	NYHEDERNE 19.00	809.000	58	818.000
2.	TV 2	Regionalprogram 19.30	773.000	51	759.000
3.	DR 1	TV-avisen 21.00	721.000	37	728.000
4.	TV 2	NYHEDERNE 22.00 og FINANS	684.000	41	687.000
5.	DR 1	TV-avisen 18.30	598.000	51	576.000
6.	TV 2	Regionale nyheder 22.20	595.000	39	606.000
7.	TV 2	NYHEDERNE 18.00 og FINANS	488.000	57	494.000
8.	TV 2	Regionale nyheder 18.10	486.000	56	482.000
9.	TV 2	NYHEDERNE 06.30-10.00	151.000	71	151.000
9.	TV 2	NYHEDERNE 16.00 og FINANS	151.000	38	88.000
11.	DR 1	TV-avisen 12.00	96.000	40	86.000
12.	DR 2	Deadline 23.00	78.000	8	61.000
13.	TV 2	NYHEDERNE 14.00	77.000	31	69.000
14.	DR 1	DR Morgen 06.30-09.30	36.000	17	ej sendt

Seertal (12 år og derover) på nyhedsudsendelser på TV 2 og DR, hvor stort set al tv-nyhedssening foregår. Der er størst fremgang til NYHEDERNE 16.00, men også TV-avisen 18.30 og Regionalprogram 19.30 har flere seere.

Minutanalyse: 11. september

Tirsdag den 11. september 2001, kl. 15.15-20.00
Univers: 12 år og derover



Af tv-nyhedsseningen den 11. september foregik 40 procent af den samlede tv-sening på TV 2 og 35 procent på DR 1. TV3 og TvDanmark 2 stod tilsammen for fem procent af den samlede tv-sening.

Kilde: Gallup TV-Meter

NYHEDERNE skrev mediehistorie

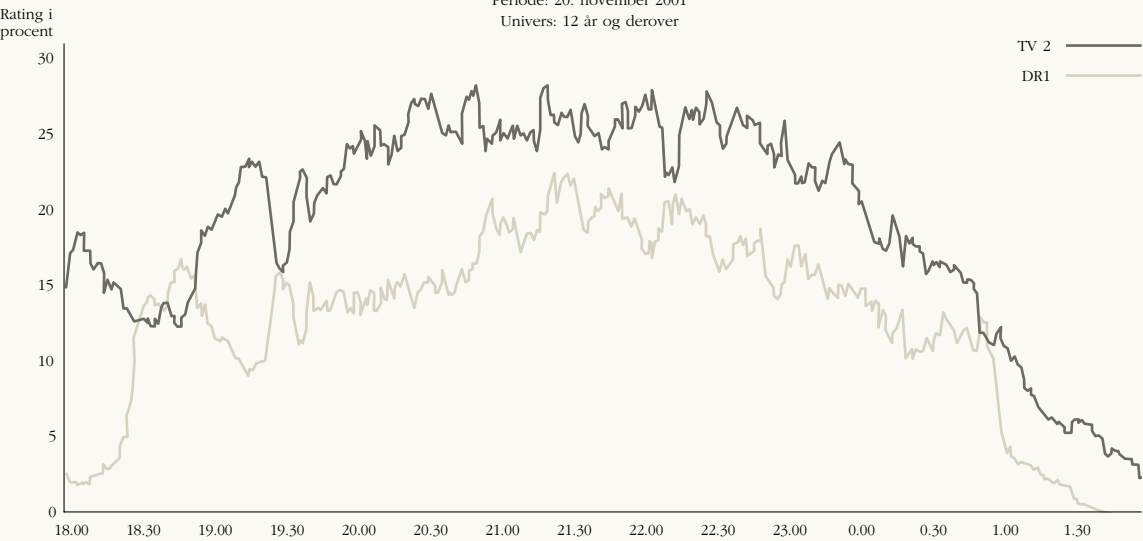
2001 bød også på en nyskabelse på den politiske front - et tredobbelt valg - og her blev nyhedsredaktionen igen udfordret. Dækningen af valg til både kommuner, amter og folketing blev den største tekniske udfordring, som TV 2/NYHEDERNE er blevet budt på. På selve valgaftenen var der over tredive kameraer i gang, og seerne fik dermed den største og flotteste valgdækning, TV 2 har præsteret.

Den tætte valgdækning dagen igennem betød, at knap halvdelen af al tv-sening - 46,9 procent - på valgdagen foregik på TV 2.

Det blev tilmed en valgdækning, der skrev mediehistorie. Seerne kunne følge en meget personlig Mimi Jackobsen gå live-spadseretur med TV 2 gennem Københavns gader på vej til afslutningen på en epoke i dansk politik. Pia Kjærsgaard sad på vej til sin store sejr med et TV 2-kamera i bilen

Minutanalyse: Valget 2001

Periode: 20. november 2001
Univers: 12 år og derover



Valgaftenen på TV 2 blev fulgt af 1.062.000 seere, mens DR 1s valgdækning havde 711.00 seere blandt alle danskere over 3 år. Knap halvdelen af al tv-seningen den 20. november 2001 - 46,9 procent - foregik på TV 2.

Kilde: Gallup TV-Meter

og i telefonisk kontakt med Jes Dorph-Petersen. Og Annette Juhler Kjær bemægtigede sig Anders Fogh Rasmussen på Færgen Sjælland og fik et næsten eksklusivt interview.

Fokus på erhvervslivet

Erhvervslivet fik i 2001 helt speciel bevågenhed. Med tre nye finansudsendelser om dagen, dedikeret til at gå i dybden med dansk og international erhvervsliv, har TV 2/NYHEDERNE taget hul på fremtiden. Her skal en nyhedsorganisation både kunne arbejde i bredden, men også i dybden.

TV 2/NYHEDERNE producerede også **Livet er fedt** - om mennesker med et vægtproblem - som blev andet og mere end et program om blot det at tabe nogle kilo. Det blev et slags samfundsportræt. Serien er foreløbig blevet sendt i 11 udsendelser og havde i 2001 i gennemsnit 766.000 seere. Kriminalmagasinet **Station 2** udvikler sig stadig og formår at afdække kriminaliteten, så det også har samfundsbetydning. Og nyhedsmagasinet **Dags Dato** sætter fortsat ugens begivenheder i perspektiv. Fælles for programmerne er, at de alle appellerer til mange seere.

Tættere på danskerne og begivenheden

2001 blev et anstrengende nyhedsår, og 2002 lever stadig i efterdønningerne af 11. september. Enhver nyhedsmedarbejder blev ved denne begivenhed TV 2/NYHEDERNEs ansvar bevidst. I en verden med internationale konflikter og ukendte trusler er der mere end nogensinde behov for en uafhængig og ambitiøs nyhedsdækning.

TV 2/NYHEDERNE vil i 2002 fortsætte arbejdet fra 2001: At bringe begivenhederne tættere på danskerne og bringe danskerne tættere på begivenheden.





TV 2 | SPORTEN ... tættere på



MERE SPORT

med TV 2 og Zulu

Set med TV 2/SPORTENS briller vil 2001 især blive husket for tre ting:

1. To-kanal-dækningen mellem TV 2 og TV 2 Zulu.
2. Sportsnyheder om morgenen.
3. Bekendtgørelsen om tv-rettighe-der til begivenheder af væsentlig samfundsmæssig interesse blev taget i brug for første gang.

Samspillet mellem TV 2 og Zulu

2001 blev året, hvor TV 2/SPORTEN for alvor fik glæde af to-kanal-muligheden med TV 2 og Zulu. Dels har det betydet en bedre udnyttelse af ofte dyrt indkøbte rettigheder, dels har det givet de særligt sportsinteresserede mulighed for en helt anden fordybelse.

VM i herrehåndbold i Frankrig i januar og februar - uden dansk deltagelse - er et godt eksempel på, hvordan seerne

fik mulighed for at følge specielt Sveriges og Grønlands kampe på Zulu. Uden Zulus eksistens var det nok kun semifinaler og finale samt mindre studieudsendelser, der havde fået en plads på TV 2s sendeflade. I stedet blev VM-begivenheden med Zulus hjælp en sportsbegivenhed, der gav seerne mulighed for at følge verdens bedste mandlige håndboldspillere direkte. Det skabte som bieffekt en endnu større interesse for de afsluttende og afgørende kampe på TV 2.

Sport for feinschmeckere

Cykelløbet Vuelta a España (Spanien rundt), NFL (amerikansk fodbold), den danske ishockeyliga og DTC-serien (dansk motorløbsserie) er eksempler på sportsbegivenheder fra ind- og udland, hvor TV 2/SPORTEN med Zulu har fundet en niche til glæde for færre, men særligt interesse-rede seere.





Markant dækning af store begivenheder

Wimbledon i tennis, motorløbet Le Mans og US Open i golf blev tre gode eksempler på, hvordan væsentlige og traditi-onsrige begivenheder fik et helt andet liv, da TV 2/SPOR-TEN fik de to kanaler til at spille sammen:

For første gang nogensinde kunne seerne på samme tid opleve tennis fra Centre Court på TV 2 og Court no. 1 på Zulu, således at seerne fik et reelt valg.

For første gang dækkede TV 2/SPORTEN samtlige 24 timer fra det legendariske Le Mans motorløb, hvor Tom Kris-tensen i parentes bemærket var så venlig at vinde for tred-je gang.

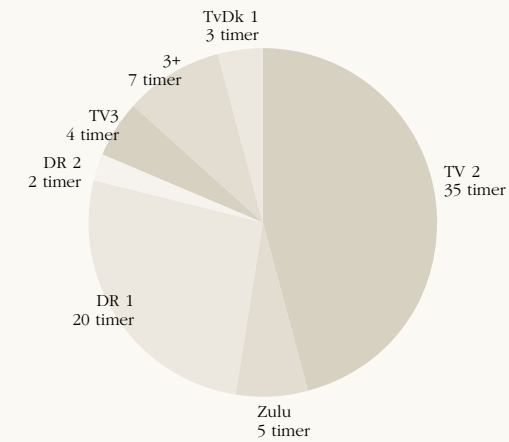
Endelig kunne TV 2/SPORTEN også for første gang tilby-de en markant dækning af en af de store golfturneringer, US Open, ved hjælp af to-kanal-muligheden.

Nye vinduer i morgenfladen

2001 blev også året, hvor SportsNyhederne holdt sit indtog i morgenfladen. Klokkeren 7.00, 8.00, 9.00 og 10.00 er TV 2/SPORTEN nu repræsenteret med eget indhold og vært i morgenfladen.

Med de fire nye morgenvinduer kan TV 2/SPORTEN dels give en bedre service til de sportsinteresserede seere, dels videreudvikle sportsnyhedsjournalistikken, den kritiske jour-nalistik samt resultatformidlingen. Oprustningen betyder, at TV 2/SPORTEN kontinuerligt følger udviklingen inden for idrætten, hvor dopingproblemer, korruptionsskandaler og øget kommerialisering i de seneste år i høj grad har sat dagsordenen.

Danskernes tidsforbrug på sport



52 procent af danskernes samlede tv-forbrug på sport foregik i 2001 på TV 2 og Zulu. De øvrige kanaler - DR 1, DR 2, TV 3, 3+ og TvDanmark-kanalerne - stod tilsammen for de resterende 48 procent. Lagkagen viser fordelingen af de 76 timer, som danskerne i 2001 brugte på at se sport på TV 2-kanalerne, DR, TV3-kanalerne og TvDanmark 1.



Bag om sporten med Lige på og Sport

TV 2/SPORTEN fastholdt prioriteringen af baggrundspro-grammer om sport. Lige på og Sport-redaktionen gik i en række programmer eksempelvis tæt på integrationsproble-matikken og skildrede, hvordan idrætten kan være med til at integrere andengenerationsindvandrere i Danmark.

En tv-historisk dag

Den 5. september 2001 blev en tv-historisk dag. Ikke på grund af selve VM-kvalifikationskampen i fodbold mellem Bulgarien og Danmark, men fordi bekendtgørelsen om tv-rettighe-der til begivenheder af væsentlig samfundsmæssig interesse blev taget i brug for første gang. Bekendtgørelsen

bevirkede, at en landsdækkende kanal, nemlig TV 2, blev til-budt rettighederne til en fodboldlandskamp, hvor rettighe-derne i første omgang var erhvervet af en kommerciel kanal - der ikke kan ses af 90 procent af den danske befolkning. Til gengæld blev det også - stik imod intentionen med bekendt-gørelsen - den hidtil dyreste landskamp. Så dyr, at DR på for-hånd var stået af.

Bekendtgørelsen levede ikke op til intentionerne, men skabte tværtimod problemer for alle aktører på markedet. Derfor har kulturministeren nu fjernet den. Denne beslut-ning bakkes op af TV 2/SPORTEN, der var godt tilfreds med situationen før bekendtgørelsen, og som ikke er nervøs for igen at agere på det fri markeds betingelser.

Sening af sportsnyhedsudsendelser

Seertal til sportsnyhedsudsendelserne på tv blandt seere på 12 år og derover. De store sportsnyhedsudsendelser havde relativt stabil seertilslutning, mens TV 2s nye SportsNyhederne klokken 7.00-10.00 fik en god start med et seertal på 157.000.

Nr.	Kanal	Program	Seertal i 2001	Share i %	Seertal i 2000
1.	DR 1	SportNyt	528.000	33	534.000
2.	TV 2	SportsNyhederne 18.05	512.000	60	513.000
3.	TV 2	SportsNyhederne 22.30	404.000	31	405.000
4.	TV 2	SportsNyhederne 07.00-10.00	157.000	70	ej sendt
5.	3+	Onside.dk	35.000	4	ej sendt
6.	DR 1	Sport i DR Morgen	32.000	14	ej sendt



FREM GANG

på tv2.dk og tekst-tv

To store begivenheder dominerede året: Terrorangrebet mod USA samt det danske folketingsvalg.

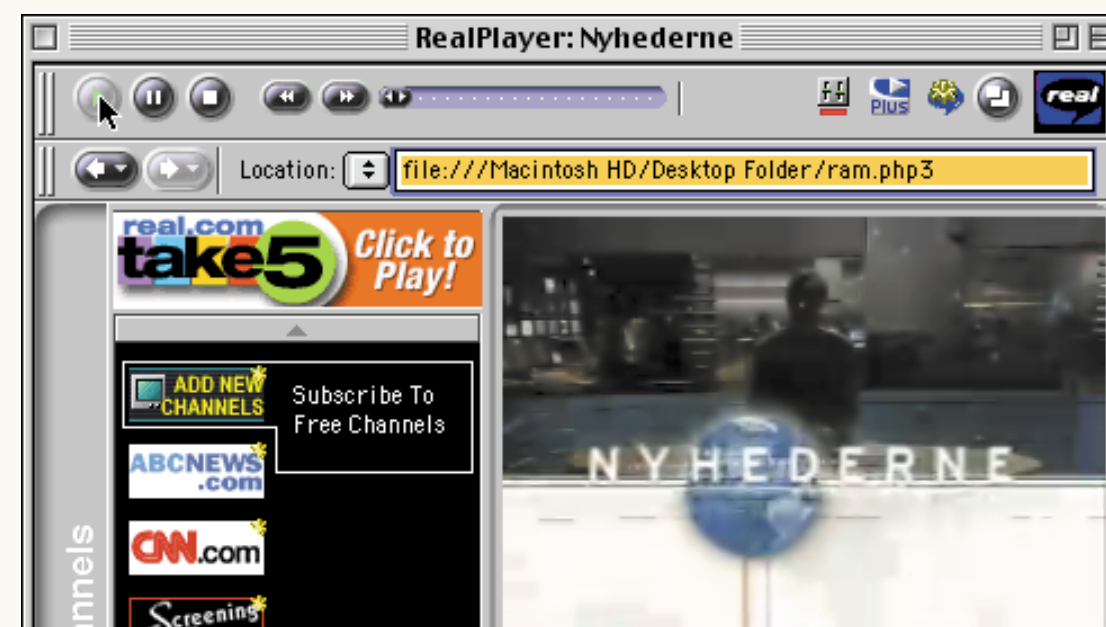
De to begivenheder markerede hver sit højdepunkt i et år, hvor nyhederne.tv2.dk præsterede en stadig stærkere blanding af nyhedsformidling og baggrundsartikler kombineret med en lang række videoklip, som understøttede og supplerede TV 2/NYHEDERNEs øvrige dækning.

Som noget nyt blev samtlige nyhedsudsendelser i 2001 sendt direkte på nettet. I dag kan NYHEDERNE ses eller genses i sitets nye videokonsol, hvor brugerne har mulighed for at se hele udsendelser eller udvælge enkelte indslag.

Sidste nyt - når det sker

Da flyene ramte World Trade Center var nyhederne.tv2.dk på pletten med de første nyheder - og undgik den 11. september som det eneste danske nyhedssite at bryde sammen under det voldsomme pres fra brugerne. nyhederne.tv2.dk var konstant i luften og bragte tæt ved 300 nyheder i de første 12 timer, hvor begivenhederne udviklede sig minut for minut. I de følgende måneder blev dækningen fulgt op af en særsektion om terrorkrisen med nyheder, baggrund, grafik, billeder og video.

Terrorangrebet satte rekord i antallet af brugere, og et stort antal nye brugere blev efterfølgende ved med at vende tilbage til nyhederne.tv2.dk. Det gav bonus under det tredobbelte valg, som blev dækket med særskilte sites, der



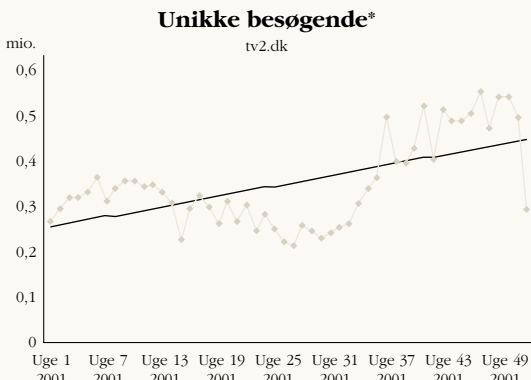
leverede resultater og nyheder. Valget satte endnu en besøgsrekord og understregede [nyhederne.tv2.dk](#)'s position som førende nyhedsformidler på nettet.

Masser af sport på tv2.dk

2001 bød på flere store sportsbegivenheder, der blev dækket intensivt i event-sites på [tv2.dk](#), hvoraf flere efterhånden har opnået klassikerstatus.

Tour de France på [tv2.dk](#) er blevet en fin tradition, men også et godt eksempel på, hvordan tv- og netdækning supplerer hinanden og samlet giver brugerne en større oplevelse. Årets Tour de France bød på live-streamet videodækning af alle løbets etaper, massiv nyhedsdækning og mulighed for at holde sig ajour via lyssavis, SMS og mails. For første gang udsendte TV 2 en net-reporter til Frankrig, som gjorde sit til, at brugerne på [tv2.dk](#) fik en eksklusiv oplevelse på nettet i form af reportager i billede, lyd og tekst - udelukkende skabt til netbrug.

Også TV 2s sportsnyhedstjeneste [sporten.tv2.dk](#) blev væsentligt forbedret. [sporten.tv2.dk](#) inviterede fra marts måned brugerne på en udvidet resultatdækning blandt en bred vifte af nationale og internationale ligaer i en række store sportsgrene.



Aktiviteten på tv2.dk var også stigende i 2001. tv2.dk oplevede især en kraftig stigning i trafikken omkring den 11. september og formåede efterfølgende at fastholde brugernes loyalitet. Fremgangen betyder, at tv2.dk hver måned har mere end 1 million unikke besøgende, og således når ud til mere end halvdelen af de danskere, der har adgang til internettet.

* "Unikke besøgende" er et udtryk for antal besøgende, der kun er registreret én gang i perioden - uanset hvor mange gange de har besøgt sitet.

Kilde: Webmeasure Gallup

Kids.tv2.dk - kultur i børnehøjde

I april blev børneportalen [kids.tv2.dk](#) lanceret. [kids.tv2.dk](#) er med til at understøtte og supplere TV 2s børneprogramflade. Børneportalen indeholder links til en række selvstændige børneprogramsites, som for eksempel [snup.tv2.dk](#), der er Snurre Snups Søndagsklubs hjemmeside, Hugo, Nelly Nut, og Steen Strisser - et helt nyt interaktivt format, der har

succes på både nettet og tv. Med [kids.tv2.dk](#) tilbydes børnene nogle gode oplevelser på nettet bestående af en blanding af udfordringer og underholdning, hvor børnene opfordres til at tage aktivt del i den verden, som de møder på nettet.

[kids.tv2.dk](#) byder også på børnekultur, som ikke direkte er understøttet af programfladen, som for eksempel omtaler af nye børnefilm og bøger.

Websites til store programsatsninger

[tv2.dk](#) introducerede også en række programrelaterede websites i 2001.

Blandt de største bruger-successer er fortsat sitet til **Hvem vil være Millionær?**, [million.tv2.dk](#). Her har brugerne selv mulighed for at tage plads i den varme stol og online teste deres paratviden.

Efterårets store programsatsning, **Popstars**, hørte også til blandt de mest besøgte sites på [tv2.dk](#). Websitet bragte brugerne på tætteste hold af de kommende popstars. Som afslutning på programrækken var der live videochat med de fire piger, hvor alle tidligere rekorder for chatdeltagelse på [tv2.dk](#) blev slået.

Livsstilsprogrammer, som beskæftiger sig med hus, mad, have og fritid, blev også repræsenteret på nettet med selvstændige sites, der bød på uddybende information og endnu flere oplevelser. Det gælder programmer som **Roomservice**, **Helt Solgt!**, **Isabellas** og rejseprogrammet **Under overfladen**.

Livet er fedt og **Far, mor og børn** supplerede programfladen via sites med gode råd om kost og familiesamliv.

I julemåneden fulgte netaktiviteterne TV 2s programflade på tæt hold med de to kalendere, **Krummernes Jul** og **The Julekalender**.

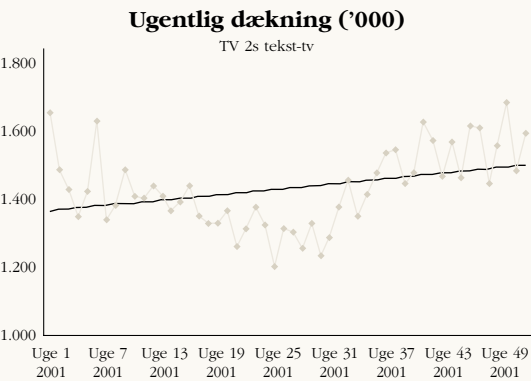
Zulu.dk fortsatte den eksperimenterende linie

[zulu.dk](#), der blev lanceret samtidig med TV 2 Zulu i oktober 2000, fortsatte den eksperimenterende linie i 2001 med nye måder at understøtte tv-programmer.

Et eksempel er P.I.S.-spillet, som knytter sig til TV 2 Zulu-programmet **Politiets IndsatsStyrke**. I et univers ligesom tv-seriens har hovedpersonerne fået liv på nettet. Her kan brugerne for eksempel anvende hovedpersonerne i et actionspil og lære dem bedre at kende via personernes egne hjemmesider. P.I.S.-spillet var et af de mest besøgte TV 2-sites, da interessen var på sit højeste, og viser brugernes interesse for netoplevelser, som knytter sig til tv-programmer.

Fremgang for tekst-tv

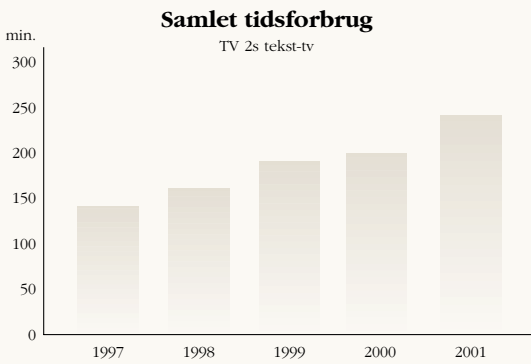
Tekst-tv leverer sider med informationer om programmer som **Hvem vil være millionær?**, **Kasse 2**, **Roomservice**, **Helt Solgt!**, **Go' morgen Danmark** og **Livet er fedt**. Programsiderne giver stor respons fra seerne. Også magasiner, der kun findes på tekst-tv - for eksempel med børne- og familiestof - udarbejdet med eksterne partnere, modtages positivt af seerne. Det samme gør debatsiderne, hvortil seerne kan indsende generelle debatindlæg, ros, ris eller spørgsmål til TV 2s programindhold.



Tekst-tv-seningen på TV 2-kanalerne havde fortsat fremgang i 2001. TV 2 og TV 2 Zulu havde samlet en markedsandel på 38 procent, hvilket svarer til en fremgang på 5 procent i forhold til året før. 1.425.000 unikke brugere fandt ugentlig vej til TV 2s tekst-tv. "Unikke brugere" er et udtryk for antal besøgende, der kun er registreret én gang i perioden - uanset hvor mange gange de har besøgt tekst-tv.

Kilde: Gallup TV-Meter

Det daglige nyheds- og sportsstof har fortsat stor seertilslutning. En markant seertilgang ses herudover ved særlige sportsbegivenheder i årets løb samt ved særlige begivenheder i TV 2/NYHEDERNEs regi. Derudover er der også stor søgning på vej- og vejrtjenesterne, leveret af Vejdirektoratet og DMI. Endelig fastholdt TV 2s tekst-tv det kirkelige stof og leverede hver uge Søndagens Tekst.



Siden TV 2s tekst-tv blev lanceret, har antallet af minutter, som danskerne bruger på TV 2s tekst-tv, været stigende. 2001 var ingen undtagelse. Alle danskere på 12 år og derover brugte i gennemsnit fire timer på at se tekst-tv på TV 2 i 2001. Det svarer til en stigning på 20 procent i forhold til 2000.

Kilde: Gallup TV-Meter





TV 2s DIGITALISERING ... i fuld gang



DIGITALISERINGEN

i fuld gang

Digitalisering af tv-produktionen

I 2001 gennemførte TV 2 første fase af en stor digitaliseringsproces. Seerne fik første gang glæde af den ny teknik i efteråret 2001, da det nye nyhedsstudie fik premiere. I dag fremstår nyhedsstudiet som et topmoderne redaktions- og produktionsmiljø, der leverer indhold til flere platforme - til både tv, tekst-tv og internet.

Første fase af digitaliseringen indbefattede også en udskiftning af Centralt Apparat Rum (CAR), der håndterer alle indgående og udgående signaler, og Continuity, der står for afviklingen af TV 2s og TV 2 Zulus sendeflader. Funktionerne er blevet effektiviserede, rationaliserede og indrettede til flerkanal drift.

Anden fase af digitaliseringen, der omhandler tv-optagelse, redigering, afvikling og arkivering, er udskudt lidt. Den teknologiske udvikling på disse områder går ikke helt så

stærkt som forventet. Det skyldes, at der er tale om meget komplekse systemer, der skal være i drift i døgnets 24 timer, hvilket stiller store krav til driftssikkerheden. Derudover skal prisen naturligvis stå i et rimeligt forhold til de produktionsmæssige forbedringer, som disse nye systemer vil kunne tilføre TV 2s nuværende produktionsmiljø.

Alle større producenter af broadcast- og computerudstyr har gennem de seneste otte år arbejdet på nye løsninger, og resultatet af anstrengelserne begynder så småt at vise sig.

TV 2/DANMARK følger udviklingen på tæt hold, og i det øjeblik, der viser sig en bæredygtig løsning - såvel teknisk, funktionalitetsmæssigt som økonomisk - vil den sidste del af digitaliseringen blive sat i gang.



Den digitale merværdi og fremtiden

Der tales og skrives meget om den digitale merværdi, om interaktivt indhold, om at kunne vælge frit, om at kunne se, hvad man vil, når man vil, om internetadgang og om alle de nye tjenester og muligheder, der vil komme med den digitale udvikling.

Det er ikke en udvikling, der sker fra den ene dag til den anden.

Tv-mediet har tidligere gennemgået store teknologiske fremskridt, og vi har før været vidner til store oplevelsesmæssige forbedringer. Tænk bare på skiftet fra sort/hvid-fjernsyn til farvefjernsyn. Skiftet fra analog til digital teknologi skal imidlertid betragtes i et mere langsigtet perspektiv. Vi vil opleve forbedringer fra dag nummer ét, men alle nye funktionaliteter vil ikke være tilstede fra begyndelsen. Der er tale om et teknologisk skifte, der åbner for en glidende udvikling af tv-mediets indholdsside - og for tjenester, vi endnu ikke kan sætte navn på.

For at disse muligheder i praksis skal kunne opfyldes, stilles der krav til standardisering af modtageudstyret hos den enkelte forbruger. I den sammenhæng har TV 2/DANMARK arbejdet aktivt på nordisk plan i det såkaldte Nordig-samarbejde og på europæisk plan i EBU.

TV 2/DANMARK går helhjertet ind for et reelt horisontalt marked for digitalt tv, hvor den teknologiske platform bygges på internationalt godkendte standarder. Det samme gør vores samarbejdspartnere i Norden og resten af Europa. Vi ønsker en markedssituation - som på mobiltelefonmarkedet

- hvor alle kan kommunikere med hinanden uanset modtageudstyr, men hvor der frit kan konkurreres på tjenester, indhold, betjeningsvenlighed, funktionalitet, design og pris.

Historien bag

I oktober 1995 besluttede EU at gøre tv-fremtiden for Europas indbyggere digital. Det skete ved EU-direktivet om "Avancerede TV-tjenester, 95/47/EF af 24. oktober 1995". Direktivet forpligter blandt andet EUs medlemslande til at "fremme en hurtig indførelse af avanceret tv-transmission, højopløsnings-tv og tv-transmission baseret på 100 procent digitale transmissionssystemer".

EU-direktivet blev indført i dansk lovgivning ved "Lov om standarder for transmission af tv-signaler m.v." i maj 1996.

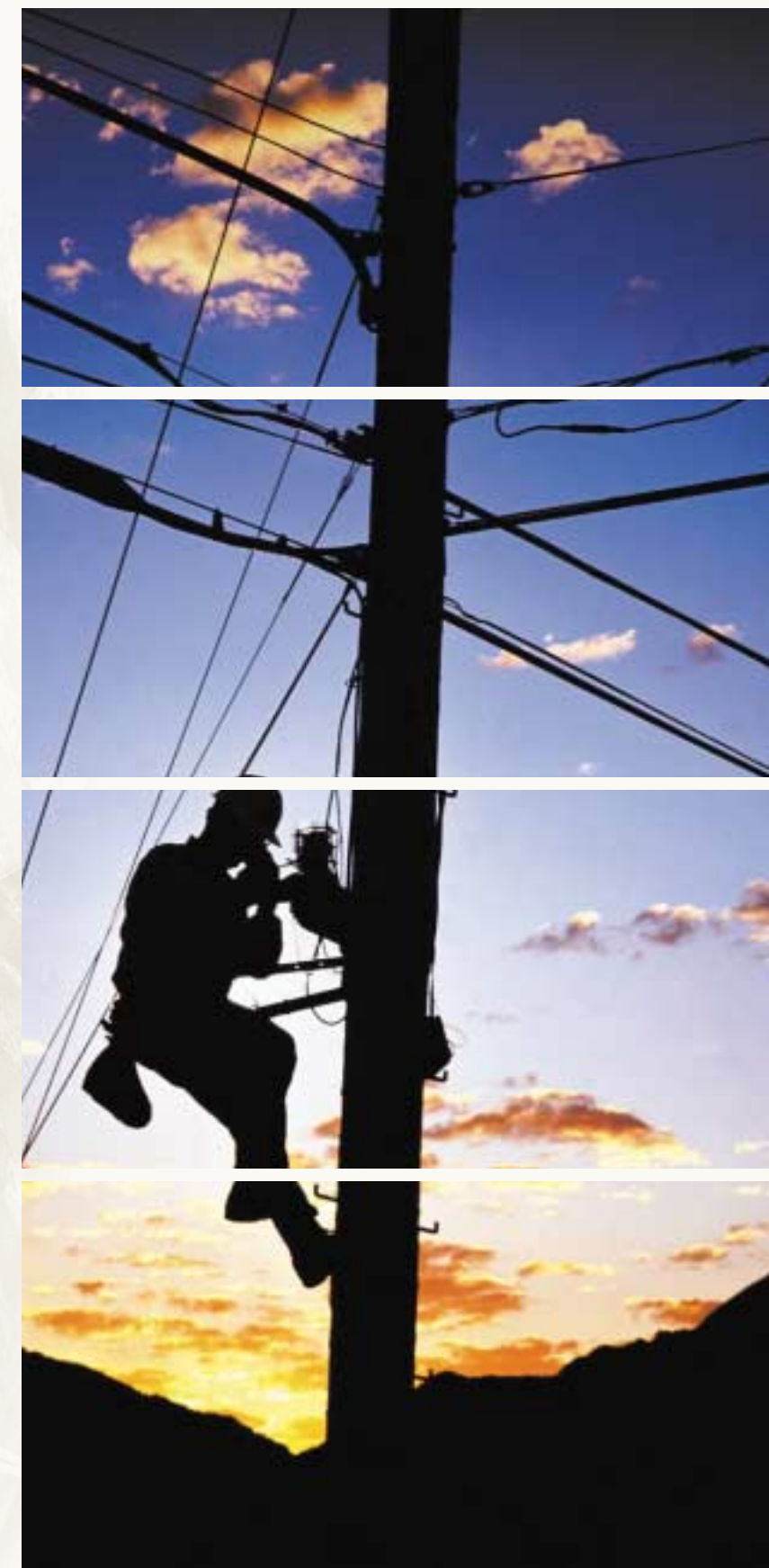
De væsentligste fordele ved digitalisering af tv er muligheden for bedre frekvensøkonomi og dermed flere kanaler, tv i bredformat (16:9), bedre lyd- og billedkvalitet, samt understøttende information til tv-programmer, forbedret tekst-tv m.m.

Selve digitaliseringsprocessen drejer sig især om to områder: For det første hele tv-produktionen og tv-afviklingen og for det andet sendenet.

I forbindelse med medieforliget i 2000 blev det besluttet at indføre et digitalt, jordbaseret tv-sendenet i Danmark. Her blev TV 2 og DR tildelt et såkaldt multiplex til udsendelse af fire programmer med tilhørende digitale services. I forbindelse med regeringsskiftet i november 2001 blev det annonceret, at der ville komme ændringer til det eksisterende medieforlig, og i skrivende stund vides det derfor ikke, om disse ændringer vil påvirke planerne for indførelse af digitalt, jordbaseret tv.

rende medieforlig, og i skrivende stund vides det derfor ikke, om disse ændringer vil påvirke planerne for indførelse af digitalt, jordbaseret tv.

TV 2 og DR har for Kulturministeriet gennemført digitale forsøg fra de sendere, der dækker København og Nordvestsjælland. Forsøgsperioden er nu afsluttet, og sendingerne er i dag permanente.





REKLAMESALGET ... konkurrencen skrappere end nogensinde

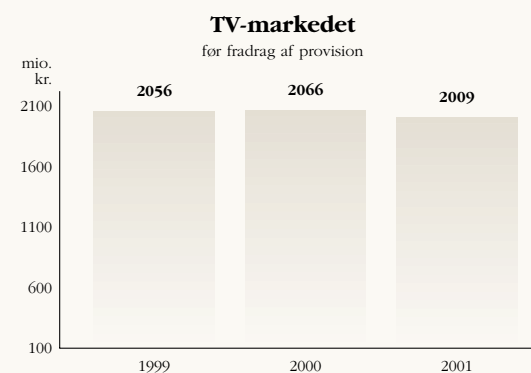


KONKURRENCEN

skrappere end nogensinde

Markedsudviklingen

Der blev i alt omsat for 2.009 mio. kr. på tv-annoncering i 2001 mod 2.066 mio. kr. i 2000. Reklameomsætningen på det kommercielle tv-marked faldt således med 57 mio. kr. fra 2000 til 2001, hvilket svarer til et fald på 2,7 procent. Det er første gang nogensinde, at der er set et fald i omsætningen på det kommercielle tv-marked.

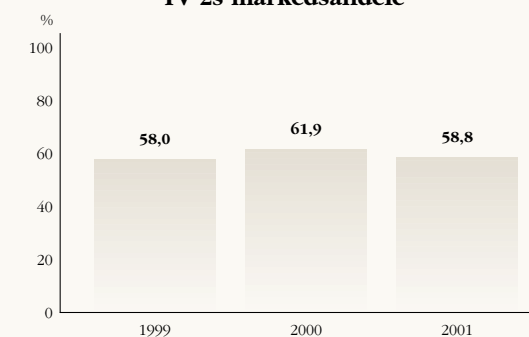


Som det fremgår af ovenstående diagram, steg TV 2s markedsandel fra 1999 til 2000 med 3,9 procentpoint til en markedsandel på 61,9 procent.

I starten af 2001 ændrede billedet sig væsentligt. Konkurrencen på tv-markedet blev intensiveret - hovedsageligt på grund af den øgede satsning på reality-programmer på de kommercielt finansierede tv-stationer. TV 2s seerandele var klart under pres i første halvår af 2001. Programstrategien blev dog hurtigt tilpasset markedssituationen, og TV 2 kom stærkt tilbage i andet halvår af 2001. TV 2s seerandel i den kommercielt største målgruppe, de 21-50-årige, endte i 2001 på samme niveau som i 2000, nemlig på 58,3 procent.

TV 2s samlede andel af tv-annoncemarkedet for 2001 endte på 58,8 procent.

TV 2s markedsandele

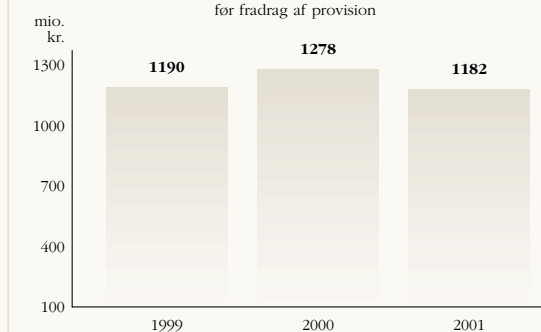


TV 2s reklameomsætning

TV 2s samlede brutto-reklameomsætning blev i 2001 1.182 mio. kr., hvilket er en tilbagegang i forhold til det for TV 2 gode år 2000. Konkurrencen på mediemarkedet er gennem de seneste år blevet hårdere end nogensinde. Samtidig var 2001 året, hvor omsætningen blev begrænset på grund af restriktionerne omkring børnereklamer. Set i dette lys må reklamesalget for 2001 siges at være pænt.

TV 2s reklameomsætning

for fradrag af provision



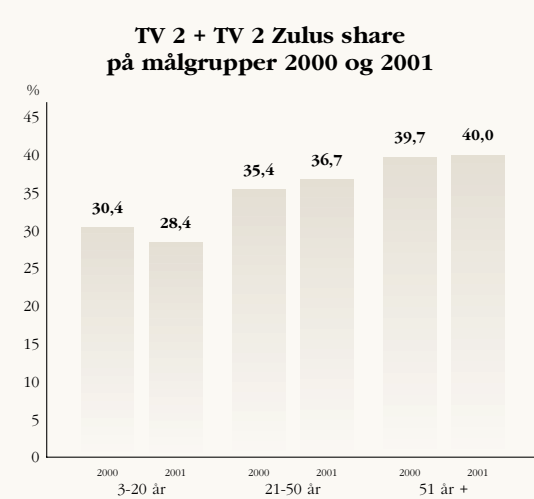
De 15-30-årige ser mere tv

Begyndelsen af året var præget af seertalsforskydninger mellem de kommercielt finansierede kanaler. Den øgede

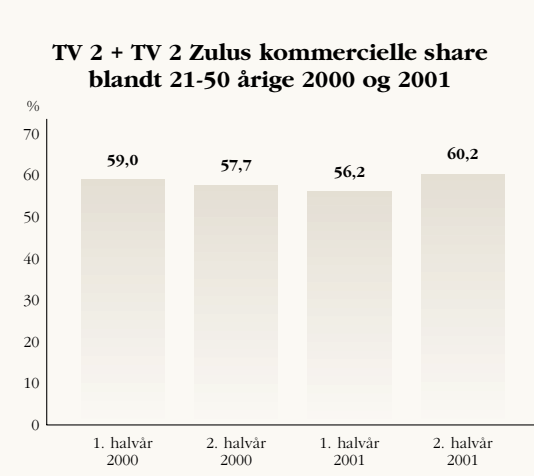
konkurrence på tv-markedet resulterede imidlertid ikke kun i ændringer i styrkeforholdet mellem kanalerne, men også i en interessant stigning i den samlede tv-sening.

Målgruppen, der flyttede sig mest markant, var de 15-30-årige, som øgede deres daglige sening med 10 minutter. Det skyldes hovedsageligt to forhold: For det første introduktionen af TV 2 Zulu og for det andet tv-stationernes satsning på reality-genren i programmer som for eksempel **Popstars** (TV 2), **Big Brother** (TvDanmark 2) og **Baren** (TV3).

TV 2 satsede på en blanding af stærke etablerede programformater og nye formater, hvor **Popstars** var et af dem. Mange programmer havde mere end 500.000 seere blandt de 21-50-årige, og sammenlignet med året før blev det samlede antal programmer med mere end 1 million seere forøget.



I den kommercielt mest interessante målgruppe, de 21-50-årige, øgede TV 2 og TV 2 Zulu sin seerandel og fastholdt sin kommercielle seerandel især på grund af et stærkt andet halvår af 2001.



Zulus gennembrudsår

2001 blev gennembrudsåret for TV 2 Zulu. Seerne fik for alvor øjnene op for kanalen og tog den til sig. Zulu opnåede en seerandel på 3,5 procent i sin kernemålgruppe - de 15-40-årige. Især i efteråret rykkede Zulu seertalsmæssigt fremad med en seerandel på 4,2 procent blandt de 15-40-årige.

Det skyldtes for det første fremgangen i stærke programmer som **Åndernes Magt** og sitcom'en **Langt fra Las Vegas**. For det andet lykkedes to-kanal-dækningen mellem TV 2 og Zulu. Nogle af årets store sportsbegivenheder blev dækket på både TV 2 og Zulu, og i forbindelse med **Popstars** på TV 2 havde seerne også mulighed for at følge med i poppigernes liv i **Popstars Ekstra** på Zulu.

TV 2 Zulu distribueres fortsat via kabelnet og parabol og havde ved udgangen af 2001 øget sin penetration til 65 procent.

Det regionale reklamesalg

Det regionale salg fastholdt i 2001 sin gode stabile kundeskare, og en pæn andel af de regionale kunder øgede deres budgetter. Trods denne positive udvikling lykkedes det ikke helt at matche rekordomsætningen fra 2000 - blandt andet fordi nogle nationale annoncører med tidligere regionale budgetter valgte at koncentrere deres 2001-budgetter nationalt på TV 2 og TV 2 Zulu.

Sponsorater på tværs af platforme

Omsætningen på TV 2s programsponsorater oversteg både årets forventninger og niveauerne fra 1999 og 2000. Tour de France og VM i kvindehåndbold var årets store sportsbegivenheder - med henholdsvis Fujitsu Siemens og if Forsikring som sponsorer.

Et af TV 2/REKLAMEs fokusområder har i det seneste år været kombinationen af program- og interaktivsponsorater, og den satsning blev positivt modtaget hos sponsorerne.

Den Glade Seer

Seernes kåring af månedens bedste reklamefilm på TV 2 fortsatte i 2001.

I 2001 blev reklamebureauet Wibroe, Duckert og Partners den store prisvinder. Ti af årets 12 priser gik til bureauet - primært for reklamefilmene med Polle fra Snave udarbejdet for Sonofon. Polle løb med syv priser i alt. Bureauet hentedes også priser hjem til Sonofons Sussie og Leif (Bondegård / Variant) og animationsfilmen "Multiplan / Freddy Jan". En-

delig vandt Wibroe, Duckert & Partners Den Glade Seer på vegne af Unibank (Krejlo Nixi / Noget for noget).

Reklamebureauet Bates gentog succesen fra sidste år med DSBs Harry & Bahnsen (Dobbelt forbindelse/Harry & Bahnsen under uret), og Robert / Boisen & Like-Minded indledte året med en prisvinder for Topdanmark (Mussetrusse).

Hensigten med Den Glade Seer er at give reklamebranchen et praj om, hvilke reklamer seerne værdsætter. Med prisen ønsker TV 2 at støtte den gode historie og det gode reklamehåndværk, der - ud over at give seeren en god oplevelse og annoncøren en god effekt - kan være med til gøre TV 2s reklameflade mere attraktiv og varieret.

Den Glade Seer præsenteres løbende i branchebladet Markedsføring og i B.T.

Vi ses!

TV 2s reklamekampagne med det selvforklarende slogan - "Vi ses!" - henvender sig til potentielle annoncører såvel som eksisterende annoncører, og meningen med kampagnen er at præsentere TV 2 som det effektfulde medie at investere sine annoncekroner i. Grundstenen i kampagnen er den gode case, hvor en annoncør har haft succes med at annoncere på TV 2. I 2001 præsenterede TV 2 effektfulde resultater for Compaq 24x7x365, Rynkeby / 16 søde appelsiner, NCC og Lotus Toilet papir.

Reklamejura vurderede 5.304 sager

TV 2 skal i henhold til "Lov om radio- og fjernsynsvirksomhed" påse, at de reklamer, der udsendes på stationen, er lovlige. I den forbindelse vurderede TV 2/REKLAME i 2001 lovligheden af i alt 5.304 sager.

FÅ KLAGESAGER

TV 2 udsendte i 2001 4.337 *forskellige* tv-reklamer, og heraf blev der klaget over 12 indslag. Af disse 12 klager gav Radio- og TV-reklamenævnet, der behandler klagerne, seks medhold. Det er et beskedent antal klager set i forhold til det samlede antal reklamer.

FORTSAT MANGE DANSKE TV-REKLAMER

TV 2 udsendte 3.960 *nye* tv-reklamer i 2001. Heraf var 3.586 danskproducerede, 59 udenlandsk producerede, 80 versionerede og 235 af ukendt oprindelse. I alle årene siden TV 2s start i 1988 har danskproducerede tv-reklamer udgjort cirka 70-80 procent af den samlede reklamemængde.

FRIVILLIG AFTALE OM BØRNEREKLAMER

I 2000 indgik Kulturministeriet og TV 2/DANMARK en frivillig aftale om børnemærksføring. Aftalen var oprindeligt gældende for perioden 2001-2004. Kulturminister Brian Mikkelsen ophævede imidlertid aftalen den 13. december 2001 med den bemærkning, at TV 2/DANMARK ikke er forpligtet til at iagttage strengere regler for børnemærksføring end gældende lov.





REGNSKABET FOR 2001

TV 2/DANMARKs hovedtal

	2001		2000		1999		1998		1997	
	mio. kr.	<i>Index</i>	mio. kr.	<i>Index</i>	mio. kr.	<i>Index</i>	mio. kr.	<i>Index</i>	mio. kr.	<i>Index</i>
Reklameindtægter, netto	1.006,8	92	1.089,9	100	1.014,4	99	1.118,4	102	1.091,9	100
Licensindtægter	537,3	164	449,2	137	414,6	126	357,5	109	328,5	100
Andre indtægter	64,3	61	97,9	93	71,2	93	88,0	84	105,3	100
Indtægter i alt	1.608,4	105	1.637,0	107	1.500,2	105	1.563,9	103	1.525,7	100
Overført til TV 2-regionerne	(344,0)	112	(334,9)	109	(346,9)	122	(329,9)	107	(307,7)	100
Driftsomkostninger	(1.144,4)	110	(1.162,7)	111	(1.057,3)	136	(1.105,8)	106	(1.043,9)	100
Resultat før af- og nedskrivninger	120,0	69	139,4	80	96,0	10	128,2	74	174,1	100
Af- og nedskrivninger	(69,4)	121	(56,5)	98	(57,0)	99	(50,3)	88	(57,3)	100
Indtægter af kapitalandele i associerede virksomheder	0,7		0,0		0,0		0,0		0,0	
Finansielle poster, netto	10,4	(165)	10,0	(160)	13,3	(165)	10,7	(171)	(6,3)	100
Resultat før ekstraordinære poster	61,6	56	92,9	84	52,3	47	88,6	80	110,5	100
Ekstraordinær indtægt	0,0		0,0		0,0		0,0		50,0	
Årets resultat	61,6	38	92,9	58	52,3	33	88,6	55	160,5	100
Bruttoinvesteringer, materielle anlægsaktiver	147,1	908	56,5	349	33,6	208	21,1	130	16,2	100
Aktiver i alt	1.378,8		1.423,0		1.311,8		1.363,3		1.244,7	
Fri egenkapital	388,0		270,3		173,3		110,7		22,1	
Egenkapital	484,5		422,9		330,0		277,7		189,1	
Gns. antal ansatte	625		593		596		584		562	
Udsendelsestimer	10.049		7.086		6.111		6.365		6.050	
Nøgletal										
Overskudsgrad	3,1		5,1		2,6		5,0		7,7	
Afkastningsgrad	3,7		5,8		3,0		5,7		9,4	
Likviditetsgrad	310		276		320		335		386	
Egenkapitalandel	35,1		29,7		25,2		20,4		15,2	
Egenkapitalforrentning	13,6		24,7		17,2		38,0		68,6	
Omsætningshastighed programmer	2,2		2,2		2,3		2,9		3,7	

De regnskabsmæssige resultater

For året 2001 kan de regnskabsmæssige resultater for TV 2/DANMARK opsummeres på følgende måde:

- Årets resultat blev 61,6 mio. kr. (92,9 mio. kr. i år 2000).
- Reklameomsætningen blev 1.006,8 mio. kr. (1.089,9 mio. kr. i år 2000).
- Afskrivningerne er forøgede på grund af overtagelsen af ejendomsretten til UHF-sendenettet og radiokædenettet samt gennemførelsen af første fase i digitaliseringen af produktionsudstyret.
- Resultatet anses som tilfredsstillende, fordi det er skabt på trods af et markant faldende reklamemarked samt pålagte restriktioner fra Konkurrencestyrelsen.

Indtægter

De totale indtægter blev i 2001 i alt 1.608,4 mio. kr., hvilket svarer til et fald på 28,6 mio. kr. eller 1,7 procent i forhold til 2000.

Af indtægter i alt udgjorde reklameindtægterne i 2001 62,6 procent mod 66,6 procent i 2000. Den 1. januar 2001 trådte et nyt medieforlig i kraft, og i den forbindelse indgik TV 2/DANMARK en frivillig aftale med Kulturministeriet om begrænsning af børnereklamer. I et markant mindre reklamemarked i 2001 blev TV 2/DANMARK desuden pålagt restriktioner fra Konkurrencestyrelsen i forhold til de øvrige kommercielle konkurrenter.

Reklameomsætningen faldt fra 1.089,9 mio. kr. i 2000 til 1.006,8 mio. kr. i 2001, svarende til et fald på 83,1 mio. kr. eller 7,6 procent.

Medieforliget 2001-2004 medførte, at TV 2s licensindtægter i 2001 blev øget med 88,1 mio. kr. - fra 449,2 mio. kr. i 2000 til 537,3 mio. kr. i 2001. TV 2s andel af det samlede licensprovenu i 2001 udgjorde 17 procent mod 15 procent i 2000.

Andre indtægter faldt med 33,6 mio. kr. - til 64,3 mio. kr. i 2001. Den primære årsag til faldet er, at der i 2000 er indtægtsført 25,0 mio. kr. til hensættelse til engagement i dansk film, jævnfør medieforliget 1997-2000. Hensættelsen til engagement i dansk film blev fuldt indtægtsført i 2000.

Det øvrige fald i andre indtægter skyldtes et fald i kabelvederlag.

Omkostninger

De samlede omkostninger før renter og afskrivninger i 2001 er faldet med 9,3 mio. kr. eller 0,6 procent i forhold til 2000.

Faldet i omkostninger i alt skyldes primært, at TV 2 pr. 1. januar 2001 overtog ejendomsretten til UHF-sendenettet samt radiokædenettet. I forbindelse med overtagelsen op-

rettede TV 2/DANMARK sammen med DR det fælles driftsselskab, Broadcast Service Danmark A/S, der står for drift og vedligeholdelse af både TV 2s UHF-sendenet og radiokædenet samt DRs VHF-sendenet. Resultatet har været en væsentlig besparelse på udsendelsesomkostningerne.

Herudover indgik TV 2/DANMARK i 2001 forlig med KODA (Komponistrettigheder i Danmark) for perioden 1997-2000 samt for perioden 2001-2004. Resultatet af aftalerne med KODA er - ligesom programomkostningerne for TV 2 Zulu - indregnet i de totale programomkostninger. Programomkostningerne er faldet fra 684,8 mio. kr. i 2000 til 664,6 mio. kr. i 2001 - svarende til et fald på 20,2 mio. kr. eller 2,9 procent.

I 2001 sendte TV 2/DANMARK og TV 2 Zulu i alt 9.368 timer (eksklusive reklamer) mod 6.225 timer i 2000 uden at forøge de totale omkostninger. Det svarer til en stigning på 3.143 timer eller 50 procent. Det øgede antal udsendelsestimer har medført, at den gennemsnitlige omkostning pr. udsendelsestime er faldet fra 248 t/kr. i 2000 til 170 t/kr. i 2001.

Første fase i digitaliseringen af produktionsudstyret samt overtagelsen af ejendomsretten til UHF-sendenettet og radiokædenettet har medført, at af- og nedskrivninger er øget fra 56,5 mio. kr. i 2000 til 69,4 mio. kr. 2001 - en stigning på 12,9 mio. kr. eller 22,8 procent.

I forbindelse med overtagelsen af ejendomsretten til UHF-sendenettet er det regnskabsmæssige skøn over aktivernes forventede levetid ændret.

Oprindeligt blev UHF-sendenettet afskrevet over 40 år. Fremover afskrives der ikke på grundværdierne, særlige installationer afskrives over 10 år, og bygninger og master afskrives over 40 år. Ændringen i det regnskabsmæssige skøn har medført, at resultat, aktiver og egenkapital er reduceret med 0,1 mio. kr.

De finansielle poster udgjorde en nettoindtægt på 10,4 mio. kr. i 2001, hvilket er på niveau med 2000, på trods af at TV 2/DANMARKs likvide beholdninger faldt væsentligt i 2001.

Årets resultat

I forhold til udviklingen på reklamemarkedet som helhed, politiske restriktioner og det første hele driftsår for TV 2 Zulu blev årets resultatet for 2001 tilfredsstillende. Årets resultat blev et overskud på 61,6 mio. kr., og det er et væsentligt bedre resultat end budgetteret.

Balancen

Balancesummen pr. 31. december 2001 udgjorde 1.378,8 mio. kr., hvilket svarer til et fald på 44,2 mio. kr. i forhold til

2000. På aktivsiden skyldes dette et fald i de likvide beholdninger på 215,9 mio. kr., en stigning i anlægsaktiverne på 109,0 mio. kr. samt en stigning i øvrige omsætningsaktiver på 62,7 mio. kr. Af stigningen på anlægsaktiverne på 109,0 mio. kr. udgør digitaliseringen af produktionsudstyret cirka den ene halvdel, mens overtagelsen af ejendomsretten til UHF-sendenettet og radiokædenettet udgør den anden. På passivsiden er den kortfristede gæld faldet med 86,9 mio. kr.

Investeringer

Investeringer i materielle anlægsaktiver udgjorde i 2001 147,0 mio. kr., hvilket er en stigning på 90,5 mio. kr. Den kraftige vækst i 2001 skyldes - ud over normale driftsbetingede investeringer - overtagelsen af ejendomsretten til UHF-sendenettet og radiokædenettet samt gennemførelsen af første fase i digitaliseringen af produktionsudstyret. Anden fase i digitaliseringen vil blive gennemført efterhånden som den teknologiske udvikling opnår et tilfredsstillende niveau for TV 2/DANMARK.

Ved udgangen af 2001 var der ikke fastlagt endelige planer for digitalisering af det jordbaserede UHF-sendenet, ligesom der endnu ikke politisk er fastsat en endelig dato for nedlukning af det analoge signal.

Egenkapitalen

TV 2/DANMARKs egenkapital udgjorde pr. 31. dec. 2001 i alt 484,5 mio. kr. - fordelt med 388,0 mio. kr. på den fri egenkapital, 0,6 mio. kr. på nettoopskrivning efter den indre værdis metode samt 95,9 mio. kr. på den bundne reserve.

I henhold til Bekendtgørelse nr. 1346 af 18. december 2000 om vedtægt for TV 2, § 29 , stk. 4, skal den fri egenkapital udgøre mindst 200 mio. kr.

Af årets resultat på 61,6 mio. kr. er 60,9 mio. kr. overført til den fri egenkapital samt 0,7 mio. kr. til nettoopskrivning efter den indre værdis metode. Endvidere er der overført 56,7 mio. kr. fra den bundne reserve til den fri egenkapital. Den bundne reserve er etableret til dækning af digitaliseringen af en del af TV 2/DANMARKs produktionsudstyr. Der overføres midler til den fri egenkapital, efterhånden som digitaliseringsmidlerne forbruges.

Egenkapitalforrentningen var i 2001 13,6 procent mod 24,7 procent i 2000.

Til sikring af TV 2/DANMARKs udviklingsmuligheder for bevarelse af indtægtsgrundlaget i den skærpede konkurrence, vil der i de kommende år blive behov for store investeringer. Der er derfor behov for en større egenkapital samt et bedre finansielt beredskab. Det er vigtigt, at TV 2/DANMARK i de kommende år fortsat realiserer et betydeligt overskud.

Udsendelsestimer

TV 2/DANMARK og TV 2 Zulu har i 2001 i alt udsendt 10.049 timer (inklusive reklamer) mod 7.086 i 2000 - en stigning på 2.963 timer eller 41,8 procent. Stigningen består af et fald på TV 2/DANMARK på 347 timer samt en stigning på TV 2 Zulu på 3.310 timer.

Personale

TV 2/DANMARK har i 2001 i gennemsnit beskæftiget 625 fuldtidsansatte mod 593 fuldtidsansatte i 2000 - en stigning på 5,3 procent. Det forventes ikke, at antallet af gennemsnitligt beskæftigede fuldtidsansatte vil ændres betydeligt i 2002.

Risikofaktorer

En væsentlig risikofaktor er, at TV 2/DANMARK er underlagt den gældende mediepolitik, der kan variere og ændre karakter alt efter den politiske konstellation.

En anden risikofaktor er debitortilgodehavendet, der primært er baseret på meget få, store kunder. Pr. 1. januar 2002 er der indgået aftale med Dansk Reklame- og Relationsbureauers Brancheforening om sikkerhedsstillelse for annoncering.

Programlageret er øget i takt med aktivitetsniveauet, hvilket gennem årene har medført en stabil omsætningshastighed på 2,2.

Programlageret gennemgås kontinuerligt for kurans, hvilket hidtil har medført meget få afskrivninger på programlageret.

Digitaliseringen af produktionsudstyret samt eventuelt det jordbaserede sendenet vil kræve store investeringer, der vil belaste TV 2/DANMARK økonomisk. Samtidig kan det forventes, at der vil forekomme store udgifter, før det jordbaserede, digitale sendenet vil være rentabelt.

Forventninger til 2002

I de godkendte budgetter for 2002 forventes der faldende reklameindtægter i forhold til 2001. Dette skyldes den fortsat skærpede konkurrence på reklamemarkedet samt den generelle afmatning på reklamemarkedet, der blev forstærket med terrorangrebet på World Trade Center den 11. september 2001.

TV 2 s andel af licensindtægter vil i 2001 i henhold til medieforliget, der trådte i kraft pr. 1. januar 2001, udgøre 17 procent i 2002 - ligesom i 2001.

Billedliste

- Side 7 Erann DD synger duet med Zindy Kuku Boogaloo i **Venner for livet**.
- Side 8 Sofie, Louise, Julie og Trine fra Popstars - tilsammen udgør de popgruppen eyeQ.
- Side 9 Lars Hjortshøj i sitcom'en **Langt fra Las Vegas** på Zulu.
- Side 12 Fra dramaserien **Hotellet**. Søren Byder i rollen som Jimmy Larsen.
- Side 13 TV 2s administrerende direktør Cristina Lage.
- Side 15 I 2001 investerede TV 2 blandt andet i filmene **En kort en lang**, **Fukssvansen** og **Min Søsters Børn**. Nederst **Krammeholdet** fra Zulu.
- Side 19 Michael Meyerheim og Mette Lisby, som i en periode vikarierede for Cecilie Frøkjær, fra **Go' morgen Danmark**.
- Side 21 **Go' morgen Danmarks** filmanmelder Niels Frid-Nielsen.
- Side 22 TV 2/NYHEDERNe Per Christiansen.
- Side 23 Børne- og ungdomsprogrammerne **Snurre Snups Søndagsklub**, som fik besøg af eyeQ, **Kære Dagbog**, **Nelly Nut** og **Steen Strisser**.
- Side 24 **Lige på og Sport Special - Blodbrødre**. Dansk dokumentar om det arabiske miljø i Greve/Hundige.
- Side 25 Kirsten Olesen og Baard Owe i dramaserien **Hotellet**.
- Side 26 Billeder fra **Livet er fedt**, **Kok@live**, **Krummernes Jul** og **Kongeriget for børn**?
- Side 31 Fra komedieserierne **Hvor svært kan det være** og **Langt fra Las Vegas**. Det danskproducerede underholdningsformat **Stifinder** og komedieserien **De syv dødssynder**, som blev vist på Zulu.
- Side 32 **Expedition SIRIUS 2000** - om slædeekspeditionen, der blev gennemført i anledning af Sirius-patruljens 50-års-jubilæum.
- Side 35 Kriminalmagasinet **Station 2** med værterne Michèle Bellaïche, Niels Brinch og Astrid-Helene Meister.
- Side 41 TV 2/BORNHOLM sendte som noget ekstraordinært hele aftenen den 29. maj 2001, hvor bornholmerne gik til folkeafstemning om sammenlægningen af de fem bornholmske kommuner og amtet til én stor kommune.
- Side 43 TV 2/FYNs nye tv-hus, som blev indviet i 2000. **Lejligheden** om billedkunstneren Alfio Bonnano. Alfio Bonnano. Børn tester juice i **Bedst og Billigst**.
- Side 45 TV 2/ Lorrys valgstudie den 20. november.
- Side 47 I **Modens Magt** fulgte TV 2/MIDT-VEST modevirksomheden Kello.
- Side 49 Billeder fra en række af TV2/NORDs programmer i 2001: **Dyrejornalen**, valgstudiet den 20. november, **Byggepladsen** og Hjørring Revyen.
- Side 51 Billeder fra TV SYD-programmerne **2 x...**, **Videopolitiet**, **Ekspedition Syd** og valgstudiet den 20. november.
- Side 53 Fra TV2 ØSTs dækning af olie-katastrofen i 2001.
- Side 58 **CWCs** Finn Nissen og de andre natteergale underholdte i 24 afsnit i december 2001.
- Side 59 Peter Mygind er gæst **Venner for livet**.

- Side 61 Søren Laursen skrev historie, da han den 8. oktober 2001 blev Danmarks første tv-millionær i **Hvem vil være millionær?** **Lykkehjulet** sendte for sidste gang nytårsaften og er pt. dansk fjernsyns længstlevende udsendelsesrække. HKH Kronprins Frederik og hans fem slædekammerater markerede 50-års-jubilæet for Sirius-patruljen i **Expedition SIRIUS 2000**. **Under Overfladen**. Timm Vladimir tog seerne med på dykkerferie.
- Side 62 Fra programmerne **Anja & BS - på afveje**, **Kærlighed i krise**, **Helt Solgt!** og den prisbelønnede kulturserie **Scenen er sat**.
- Side 63 Lasse Spang Olsens **I Kina spiser de hunde** efter manuskript af Oscar-vinder Anders Thomas Jensen.
- Side 65 Mette Lisby i rollen som Juliane Jensen i tv-serien **Klinkevals - Juliane**. Lars Hjortshøj var vært i TV 2s sommerprogram **Villa Bella**. Jan-Erik Messmann foran **Godt begyndt**-huset i Kerteminde, som blev forvandlet i løbet af 40 programmer. **Wonderkids**. 11-årige Emilie Schacks store drøm er at danse på Det Kongelige Teater i København.
- Side 67 **Ally** og **Venner** hører til blandt verdens mest populære komedieserier. Nederst Bille Augusts **En sang for Martin** og Thomas Villum Jensens **Min søsters børn**.
- Side 71 I **Åndernes Magt** fortalte Jens om de magter, som han mener, styrer ham.
- Side 73 Kvinde-komedy med **Bostrup & Glahn**. **De syv dødssynder**, hvor hovedpersonen gennemlever den samme dag syv gange med hver sin dødssynd. **Eventyrerne** med Søs Fenger, som sagde ja til at ride 200 kilometer gennem den mongolske slette. **Løjerne**. Tv-satire med Martin Brygmann og Iben Hjejle.
- Side 76 Angreb på World Trade Center den 11. september.
- Side 77 Caroline Boserup og Niels Brinch rapporterede umiddelbart efter terrorangrebet den 11. september.
- Side 78 Milosevic anholdt og ført til Haag.
- Side 81 Nyhedsværterne Annette Juhler Kjær, Caroline Boserup, Mikael Kamber og Dags Dato-vært Poul Erik Skammelsen.
- Side 84 Den tredobbelte Le Mans-vinder Tom Kristensen.
- Side 85 Roberta Herus og Joseba Beloki var blandt topfavoritterne i den 56. udgave af Vuelta'en.
- Side 86 Goran Ivanisevic skrev historie, da han som den første wildcard-spiller vandt Wimbledon i 2001. Le Mans-vinder Tom Kristensen. Den danske golfstjerne Thomas Bjørn gik de indledende runder i US Open med fænomenet Tiger Woods. Den danske badmintonspiller Peter Gade.
- Side 87 De danske håndboldkvinder - her Heidi Astrup, Viborg - fejrede store triumfer i 2001.
- Side 97 Ombygningen til det ny nyhedsstudie er i fuld gang.
- Side 102 Seeren kårede Polle fra Snave som månedens bedste reklamefilm i alt syv gange i 2001 og blev dermed storvinder af prisen Den Glade Seer. Sonofon og reklamebureauet Wibroe, Duckert og Partners stod bag.

TV 2 | DANMARK

RUGAARDSVEJ 25 · 5100 ODENSE C

TEL. 65 91 12 44 · FAX 65 91 33 22 · tv2@tv2.dk · www.tv2.dk

DESIGN OG PRODUKTION: REKLAMEBUREAUET CLAUSEN & NIELSEN, ODENSE · TRYK: NYBORG SCANTRYK
KORTGENGIVELSE EFTER TILLADELSE AF ©KORT & MATRIKELSTYRELSEN (A. 44-02)