ANSVARLIGHEDSRAPPORT

2021

TV 2 DANMARK A/S
RUGAARDSVEJ 25
5100 ODENSE C

19. REGNSKABSÅR
CVR 10 41 34 94

ANSVARLIGHEDSRAPPORT 2021

Denne rapport beskriver TV 2-koncernens etiske, sociale og miljømæssige indsats. Rapporten omfatter TV DANMARK A/S og underliggende datterselskaber (herefter TV 2).

- Redegørelse for samfundsansvar, jf. årsregnskabslovens § 99a
- Redegørelse for den kønsmæssige sammensætning af ledelsen, jf. årsregnskabslovens § 99b
- Redegørelse for politik for dataetik, jf. årsregnskabslovens § 99d
- Redegørelse for mangfoldighedspolitik, jf. årsregnskabslovens § 107d.

Målet med TV 2s Ansvarlighedsrapport 2021 er at formidle transparente og relevante oplysninger om TV 2s strategier og mål og sætte fokus på, hvordan TV 2s aktiviteter påvirker mennesker, miljø og samfund.

TV 2s finansielle årsrapport offentliggøres samtidigt og giver et detaljeret overblik over TV 2s forretning og omsætning.

TRANSPARENT RAPPORTERING

Rapporten indeholder desuden TV 2s lovpligtige redegørelse for samfundsansvar i henhold til § 99a, 99b, 99d og 107d i årsregnskabsloven og den årlige status for TV 2s fremskridt i forhold til vores strategi og ansvarlighedsmålsætninger.

I nærværende rapport præsenteres TV 2s ansvarlighedsstrategi, Ansvarlighed 2025, og hovedtrækkene af TV 2s koncernstrategi samt de væsentlige udfordringer og forandringer, som disse strategier reflekterer. Nogle af de udfordringer, som TV 2 og mediebranchen står over for vedrørende bæredygtighedsindsatsen, diskuteres i sammenhæng med, at ambitionerne og sigtelinjerne for TV 2s bæredygtighedsindsatser fremlægges for 2021.

RISIKO OG VÆSENTLIGHEDSANALYSE

Samfundsansvar er en integreret del af TV 2s aktiviteter og forretningsstrategi. TV 2 følger dansk lovgivning (f.eks. medieansvarsloven og reklamelovgivning) og arbejder redaktionelt inden for de rammer, som Pressenævnet udstikker.

Principperne om menneskerettigheder, arbejdstagerrettigheder, miljø og antikorruption er en del af gældende dansk ret. TV 2 tilslutter sig principperne om virksomheders sociale ansvar og forfølger en række initiativer og målsætninger, der understøtter virksomhedens samfundsansvar og miljøhensyn.

TV 2s bestyrelse besluttede i 2020, at TV 2 skulle udarbejde en ansvarlighedsstrategi i lyset af TV 2s samfundsansvar og risici. For at udarbejde denne strategi har TV 2 i 2021 udført en intern overordnet risiko- og væsentlighedsanalyse med udgangspunkt i retningslinjerne GRI i (Global Reporting Initiative) og begrebet om dobbelt væsentlighed som erstatning for en egentlig proces for nødvendig omhu.

TV 2s bestyrelse har godkendt analysen som afsæt for TV 2s arbejde med risikostyring, ansvarlighed og bæredygtighed, der er særligt fokuseret på tre indsatser:

- TV 2s rolle og ansvar i forhold til seere og brugere og det omgivende samfund – dette behandles i afsnittet Programvirksomhed. Dette afsnit omfatter også TV 2s rolle og ansvar i forhold til menneskerettigheder, herunder adgang til væsentlig information og debat, persondatabeskyttelse samt klageadgang og TV 2s whisteblowerordning.
- TV 2s rolle og ansvar i forhold til medarbejdere og TV 2 som arbejdsplads. Dette behandles i afsnittet Arbejdsplads.
- TV 2s rolle og ansvar i forhold til miljø og klima, herunder særligt energiforbrug og miljømæssig belastning. Dette behandles i afsnittet Miljø & Klima.

Nærværende ansvarlighedsrapport (jf. Årsregnskabsloven § 99a) beskriver TV 2s væsentligste initiativer, herunder politikker, retningslinjer og målsætninger, som kan knyttes til CSR (Corporate Social Responsibility).

Denne ansvarlighedsrapport offentliggøres på TV 2s hjemmeside, hvilket er oplyst i ledelsesberetningen i TV 2s Årsrapport 2021. Ansvarlighedsrapporten kan findes på TV2.DK:

INGEN I DANMARK HAR STØRRE GENNEMSLAGSKRAFT

7
Tv-kanaler

TV 2
TV 2 NEWS
TV 2 FRI
TV 2 CHARLIE
TV 2 SPORT
TV 2 ØJEN
TV 2 SPORT

1
streamingtjeneste
(TV 2 PLAY)

3+1
3 apps + 1 nyhedssite
(Nyheder, Sport, Vejret, TV2.DK)

76%
Andel af dansk indhold på hoved-kanalen TV 2

85%
Andel af danskere, som TV 2 hver uge er i kontakt med på tværs af platforme

47,7%
TV 2s andel af danskernes traditionelle tv-sening

900.000
Abonnementer på TV 2 PLAY ultimo 2021

1,3 mio.
Daglige brugere på TV2.DK og TV 2 apps

60 min
Gennemsnitlig daglig seertid for TV 2-familien*

3,6 mia. kr.
Omsætning i 2021

1.441
Ansatte i gennemsnit i 2021
(omregnet til fuldtidsansatte)

*TV 2-familien er TV 2s 7 kanaler.

INDHOLDSFORTEGNELSE

06 I FORORD

06 Bestyrelsesformandens forord
09 Den administrerende direktørs forord

11 I TV 2s FORRETNINGSMODEL OG STRATEGI

12 TV 2s rolle i samfundet
13 TV 2s værdikæde
14 Tendenser i markedet: En dag i en medieforbrugers liv
15 Tendenser i markedet: Ændringer i seeradfærd, teknologi og mediemarked
16 Strategi 2025 – TV 2 PLAY til alle
17 Ansvarlighed 2025

18 I 1.0 PROGRAMVIRKSOMHED

22 1.1 Gennemslagskraft
24 1.2 Dansk kvalitetsindhold
25 1.3 Publicistisk ansvar

35 I 2.0 ARBEJDSPLADS

39 2.1 Fair vilkår
42 2.2 Meningsfyldt arbejde
45 2.3 Ligestilling og mangfoldighed

47 I 3.0 MILJØ & KLIMA

52 3.1 Overgang til vedvarende energi
53 3.2 Klimabevidst rejsepolitik og kost
54 3.3 Skærpede krav til leverandører og producenter

57 I RAPPORTERINGSGRUNDLAG 2021

58 1.0 Programvirksomhed
64 2.0 Arbejdsplads
70 3.0 Miljø & Klima

73 I SELSKABSLEDELSE

74 TV 2s governance for ansvarlighed 2025

75 I REGNSKABSPRAKSIS

Jimmy Maymann, bestyrelsesformand

DET ER ET PRIVILEGIUM AT HAVE PUBLIC SERVICE PÅ HØJT NIVEAU

TV 2s ansvarlighedsstrategi skal understøtte TV 2s rolle som en handlekraftig og ansvarlig medieaktør i Danmark med tre centrale prioriteter: Vi skal sikre danskerne public service på højt niveau, vi vil være den bedste mediearbejdsplads i Danmark, og vi vil tage initiativ til den grønne digitale omstilling i branchen.

TV 2s vigtigste opgave er at levere public service til danskerne. Dermed løfter vi en stor del af samfundsopgaven med at sikre befolkningen troværdig og uafhængig oplysning. Vi samler danskerne om fælles oplevelser og engagerer dem i udviklingen af det danske demokrati.

TV 2 har høje ambitioner om at nå danskerne og levere dansk public service på højt niveau. Når danskerne overgår til streaming, skal TV 2 følge med.

Samtidig har TV 2 en ambition om at bidrage positivt til den brede ansvarlighedsdagsorden i Danmark. Den ambition forløser vi med strategien Ansvarlighed 2025, der definerer tre bæredygtige dagsordener i mediesektoren: Programvirksomhed, Arbejdsplads og Miljø & Klima.

Ansvarlighed 2025 beskriver de værdier og ambitioner, der driver TV 2. Strategien definerer bl.a. TV 2s holdninger til programsammensætning samt de principper og retningslinjer, der gælder for TV 2s produktioner. Men strategien beskriver først og fremmest værdien af at bo i et land, der har public service på højt niveau.

Den danske public service-model er helt unik. Den har til formål at samle borgerne om demokratiske principper og strukturer i en brydningstid, hvor flere og flere søger ud på forskellige platforme, hvilket gør det stadigt sværere at samle mange mennesker om de væsentligste agendaer.

Det er vigtigt, at vi værner om public servicemodellen: Hvis vi først mister den, bliver den svær at genskabe.

Netop derfor er TV 2s igangværende transformation fra broadcast til streaming ganske afgørende. Over de sidste 6-7 år har 700.000 husstande forladt broadcastmarkedet. Hvis ikke TV 2 PLAY vokser tilsvarende, vil TV 2 ikke kunne nå ud til hele Danmarks befolkning.

DEN BEDSTE MEDIEARBEJDSPLADS

TV 2 er en stor spiller i produktionsmiljøet. Sammen med både de store produktionsselskaber og en underskov af små kreative produktionsvirksomheder er vi med til at skabe et levende og innovativt produktionsmiljø i Danmark.

For TV 2 er det er afgørende, at alle de eksterne samarbejdspartnere til stadighed har lyst til i fællesskab med os at udvikle nye idéer og tænke nye tanker. For at dette skal lykkes, kræver det, at vi også selv på de interne linjer hele tiden udvikler os.

TV 2 vil være den bedste mediearbejdsplads i Danmark. Vi vil være en virksomhed, der udvikler sine ansatte, og hvor man glæder sig til at komme på arbejde. Vi vil være et sted, hvor man definerer nye måder at udkomme på, og som tiltrækker og fastholder dygtige medarbejdere og samarbejdspartnere.

Et mediehus skal være et kreativt sted med højt til loftet, plads til nye idéer og til at fejle. Det kræver imidlertid tryghed og tillid at dele sine ideer, anskuelser og holdninger.

TV 2 står midt i sin hidtil vigtigste omstilling. Det har aldrig været vigtigere at styrke tilliden til os som arbejdsplads og samarbejdspartner. Det er helt afgørende, at ledere af indholdsproduktioner og kreative processer har den rette forståelse og indstilling til at få interne og eksterne kolleger til at yde deres bedste. Kun derved kan vi skabe stærke danske produktioner.

Efter et år, hvor #MeToo-debatten har slidt på TV 2s image og omdømme, skal vi i 2022 være tydelige om TV 2s kulturelle værdier. Hvad forventer vi af hinanden, og hvad kan andre forvente af os?

EN SKÆRPET KLIMABEVIDSTHED

TV 2 skal gå forrest. Også når det gælder den grønne og digitale omstilling. Vi har et ansvar for at løfte barren i branchen og motivere andre til at gå med. Derfor startede vi vores ansvarlighedsrejse med at regne på TV 2s CO_2-udslip.

Det næste og svære punkt på dagsorden er scope 3. Det betyder, at vi fremover skal reducere vores CO_2-emissioner i partnerskab med vores leverandører, producenter og samarbejdspartnere, når det gælder cloud, streamingteknologi og produktionsleddet.

Hele vejen rundt skal vi i branchen stå sammen om alt det, vi deler – også de store fælles udfordringer med klimaet. Derfor er TV 2s ansvarlighedsstrategi også en invitation til ligestillede, herunder konkurrenter og samarbejdspartnere. For bæredygtighed er en holdsport, og vi kan kun understøtte Parisaftalen og FN's 17 verdensmål, hvis vi handler i partnerskaber.

På TV 2 kan vi lære meget af best practice og af virksomheder i ind- og udland, der er længere fremme end os. Vi må ikke være bange for at dele, når det handler om at løfte ansvaret. Vi kan kun rykke noget på brancheniveau, hvis vi lærer af hinanden.

Jimmy Maymann, bestyrelsesformand

HVAD VAR DE VIGTIGSTE BEGIVENHEDER I TV 2 I 2021?

01

MED STRATEGIEN FOR 2025 "TV 2 PLAY TIL ALLE" TOG TV 2 ENDNU ET SPRING I TRANSFORMATIONEN FRA BROADCASTING TIL STREAMING. Det er afgørende, at TV 2 holder momentum og fokus, så vi sikrer, at de, der ikke har lyst til at se TV 2 på traditionelt tv, rykker over på TV 2 PLAY. Det er alfa og omega, at gøre flowseere til TV 2 PLAY-kunder; ellers mister TV 2 rækkevidde og relevans.

02

TV 2 HAR LEVERET DET BEDSTE RESULTAT NOGENSINDE I TV 2s HISTORIE PÅ BEGGE BUNDLINJER. Både når det gælder seerandel og indtjening i kroner og ører, har TV 2 leveret det bedste resultat nogensinde. Når begge tal er gode, lykkes vi med at nå bredt ud, og vi har mulighed for at gennemføre den digitale udvikling samt at købe og skabe godt indhold, der samler danskerne.

03

#METOO PÅ GODT OG ONDT. #MeToo-debatten bragte en masse uacceptable forhold frem, som ikke var blevet påtalt hverken på TV 2 eller i resten af det danske samfund. På TV 2 har debatten åbnet vores øjne og medført, at vi nu rykker hurtigt for at gøre op med disse misforhold.

HVAD BLIVER DE VIGTIGSTE INITIATIVER I TV 2 I 2022?

01

GENNEMSLAGSKRAFTEN SKAL FASTHOLDES. Med næste skridt i strategien for 2025 "TV 2 PLAY til alle" styrkes TV 2 PLAY og de øvrige digitale platforme yderligere. Nyhedsdækningen udvikles, og TV 2 øger investeringer i fiktion og sportsrettigheder, bl.a. landsholdsfodbold. Det giver alle danskere endnu flere anledninger til at vælge TV 2.

02

KLAR RETNING FOR BÆREDYGTIGE AMBITIONER OG FREMDRIFT. Som en del af strategien Ansvarlighed 2025 har TV 2 klare ambitioner på bæredygtighedsdagsordenen, der supplerer de publicistiske og økonomiske bundlinjer. Ambitionerne udfoldes i nærværende rapport.

03

DANMARKS BEDSTE MEDIEARBEJDSPLADS FOR MEDARBEJDERE, LEDERE OG SAMARBEJDSPARTNERE. TV 2 skal fortsat arbejde lige så målrettet på at styrke TV 2 som arbejdsplads, som vi gør på at skabe en succesfuld forretning. TV 2 har et klart mål om at blive opfattet som Danmarks bedste mediearbejdsplads. Det er en forudsætning for vores digitale transformation, at TV 2 kan fastholde og tiltrække de rigtige medarbejdere og samarbejdspartnere.

Anne Engdal Stig Christensen, administrerende direktør

EN GOD ARBEJDSPLADS ER FORUDSÆTNINGEN FOR VÆKST OG FORANDRING

Der er mindst to aktuelle agendaer, man skal være tydelig på, hvis man vil kalde sig ansvarlig. Den ene handler om klima, den anden handler om ligestilling. TV 2 skal have en klar stemme på dem begge.

TV 2 har den største gennemslagskraft i Danmark. Danskerne bruger i gennemsnit over 60 minutter om dagen sammen med TV 2 kanalfamilien, og vi har rekordhøj andel af dansksprogede programmer på vores hovedkanal. Den udbredelse forpligter os både på virksomhedsniveau, brancheniveau og samfundsniveau.

TV 2s størrelse og gennemslagskraft betyder, at vi sætter et betydeligt fodaftryk på naturen og på samfundet. Det er miljø- og klimamæssigt udfordrende at være Danmarks største producent af indhold. Samtidig er vi også bærere af indflydelse og dannelse, for ingen har større gennemslagskraft i Danmark.

2021 vil på TV 2 og i Danmark blive husket som året, hvor vi blev synonyme med #MeToo-debatten. Langt færre husker, at det også var os, der gav Sofie Linde en platform for hendes budskab. Efterfølgende var det TV 2-medarbejdere, som tog initiativ til det støttebrev til Sofie Linde, som medvirkede til, at TV 2 igangsatte et omfattende kulturarbejde, og at den vigtige og nødvendige diskussion om sexisme fik fart i Danmark.

TV 2 har en særlig forpligtelse til at holde #MeToo-debatten i live. Vi er midt i en læringsproces. Ikke kun på TV 2, men i hele Danmark.

Jeg er stolt af, at vi bidrog til at starte den diskussion, selvom den undervejs slog tilbage på os selv. De konkrete sager er behandlet, og de, der ikke ville TV 2-fællesskabet, arbejder ikke på TV 2 mere. Tilbage står et dybere og mere udbredt problem, som vi skal tackle i årene, der kommer:

Den strukturelle sexisme og den tavshedskultur, der har muliggjort, at den kunne finde sted. For sexisme er ikke alene krænkelser og overgreb. Sexisme er at behandle personer forskelligt på baggrund af køn. Og det skal vi have gjort op med. Samtidig skal vi have mod til at bryde tavshedskulturen.

Med lanceringen af en proaktiv ansvarlighedsstrategi ønsker vi i TV 2 at løfte vores ansvar dér, hvor vi har størst indflydelse. **På arbejdspladsen**, hvor vi skal sikre den psykologiske tryghed for medarbejderne, styrke mangfoldighed og ligestilling og bekæmpe forskelsbehandling på baggrund af køn. **I programfladen**, hvor vi skal samle endnu flere danskere om fælles oplevelser og motivere dem til at være aktive og engagerede samfundsborgere. **I branchen**, hvor vi skal stå sammen om alle de udfordringer, vi deler: CO_2-udledninger, overgangen til vedvarende energi, krav til leverandører og producenter og ordentlige arbejdsforhold for alle.

Frem mod 2025 vil vi have en klar profil på ansvarlighedsområdet og drive forandring både i kulturen, branchen og samfundet til gavn for mennesker og klima.

Som den største medieaktør i Danmark skal vi gå forrest.

At danskerne i gennemsnit bruger over en time med os hver dag, giver os et ansvar for at klæde dem på til at deltage i udviklingen af samfundet og deres eget liv. Vi løfter det ansvar ved at fokusere på kvalitetsjournalistik. I en tid med ekkokamre og fake news er det vigtigt, at vi holder de journalistiske principper højt. Vi har også et ansvar for at skabe så meget dansk kvalitetsindhold som muligt. Indhold, der skal oplyse og engagere, sætte dagsordener og etablere fællesskaber.

Vi har taget på os, at vi vil fortælle danskerne om alt det, vi har til fælles, i stedet for alt det, der skiller os ad. Det er afgørende at afsøge fællesskaberne i en tid med stadig mere polarisering, og vi står med en ekstra stor opgave på bagkant af corona. Men det er noget af det, vi kan som public service-aktør: Binde danskerne sammen ved at give dem indhold, de kan diskutere med hinanden, blive forarget over eller glædes over.

EN SAMLET PLAN

På TV 2 har vi altid været optaget af samfundsansvar. Men vi har ikke før haft en samlet plan og strategi for, hvordan vi udøver ansvarligheden og sætter den på agendaen på alle niveauer. Det ændrede vi i 2021 med lanceringen af en centralt forankret ansvarlighedsstrategi, der vil løfte barren for TV 2 som arbejdsgiver, public service-aktør og producent. Det er en af de positive fortællinger om TV 2 i året, der gik.

I et hårdt år med corona, nedlukning og #MeToo var TV 2 fortsat den mest markante og mest succesfulde public service-virksomhed i Danmark i 2021. At opretholde den position kræver, at vi kan fastholde og tiltrække den rigtige arbejdskraft. Derfor er det vores mål at være den bedste mediearbejdsplads i Danmark. Det bliver vi kun, hvis vi gør os umage. Hvis vi sætter en høj ambition, lægger en klar plan og handler på den.

TV 2 er en ekstremt handlekraftig virksomhed. Der er enormt meget virkelyst og kraft internt.

Historisk har vi været dygtige til at finansiere vores produktion af public service på kommercielt grundlag. For god public service og forretning er ikke modsætninger. Vi har altid været relevante for danskerne, og fortsat relevans er helt afgørende for den videre udvikling af TV 2. Opgaven er den samme, men konteksten er nu digital.
Vi skal stadig være attraktive og relevante for kunder og medarbejdere, hvis vi skal bevare gennemslagskraften.

Vi skal arbejde lige så målrettet for at sikre en tryg og god arbejdsplads, som vi gør for at skabe en succesfuld forretning. I 2022 skal de to for første gang i TV 2s historie sidestilles. Vi skal prioritere ansvarligheden og genskabe tilliden. Det er vores vigtigste udfordring i 2022, og jeg ser med stor optimisme på de forandringer, vi har igangsat. De er vigtige for os og for Danmark.

Anne Engdal Stig Christensen,
administrerende direktør

TV 2 SKAL SAMLE DANSKERNE

TV 2s Strategi 2025 skal reflektere bevægelser i mediemarked, teknologi og seeradfærd. Når mediebilledet og forbruget af medier forandrer sig, skal TV 2 forandre sig.

TV 2s ROLLE I SAMFUNDET

TV 2 har et medansvar for at udvikle mediebranchen bæredygtigt og etisk. Og som virksomhed har vi et ansvar for at skabe en tryg og rummelig arbejdsplads.

TV 2 er et nationalt samlingspunkt i en globaliseret verden. Født til at tage ansvar ved at understøtte demokratiet og vedligeholde den særlige danske public servicemodel, der gør medieforbrugere til samfundsborgere. Forpligtet til at dække hele Danmark og være relevant for alle danskere.

TV 2 sætter de vigtigste dagsordener og samler danskerne om alt det, vi deler. Det er TV 2s rolle at binde Danmark sammen ved at oplyse, underholde, samle og engagere. Oplyse om det, der sker i verden omkring os. Samle og underholde gennem fælles oplevelser og engagere de mange i demokratiske samtaler.

TV 2s VÆRDIKÆDE

TV 2s værdikæde illustrerer, hvordan TV 2 skaber, producerer og distribuerer indhold til seere på tv-kanaler, streaming og andre digitale medier og danner grundlag for TV 2s abonnements- og reklameforretning.

- TV 2s interne funktioner
- Eksterne partnere
- Seere/brugere

Tendenser i markedet

EN DAG I EN MEDIEFORBRUGERS LIV

Danskerne bruger medier og digitale tjenester døgnet rundt i forskellige brugssituationer og med forskellige devices og apparater. Konkurrencen om danskernes opmærksomhed er intensiveret.

Søvn
Måling via sundheds- eller søvn-apps. Applikationer drives af internationale tjenester.

Underholdning, oplysning og fritid om aftenen og før sengetid.
Musik, film, spil, læsning

tv2.dk · TV2 PLAY · TV2 · TV2 NEWS · TV2 CHARLIE · TV2 ØSTJYD · TV2 FRI · TV2 SPORT · TV2 SPXRT

Andre danske og internationale medietilbud

Morgenmad
Forberedelse af dagen og opdatering på nyheder og SoMe

tv2.dk · TV2 PLAY · TV2 · TV2 NEWS · TV2 CHARLIE · TV2 ØSTJYD · TV2 FRI · TV2 SPORT · TV2 SPXRT

Andre danske og internationale medietilbud

Leg og fritid, underholdning og afslapning
Fitness, biograf, koncert, teater, podcasts mv.

Pauser
Frihed fra arbejde, opdatering på nyheder og adspredelse på SoMe

tv2.dk · TV2 PLAY

Andre danske og internationale medietilbud

Arbejde
Tjek af mails og arbejds-relaterede beskeder

tv2.dk · TV2 PLAY

Andre danske og internationale medietilbud

Pendling og check-in
Underholdning i løbet af arbejdsdagen

tv2.dk · TV2 PLAY

Andre danske og internationale medietilbud

Tendenser i markedet

ÆNDRINGER I SEERADFÆRD, TEKNOLOGI OG MEDIEMARKED

Øget international konkurrence fra streamingtjenester og seernes forandrede medievaner har bidraget til TV 2s Strategi 2025.

SEERNES FORANDREDE ADFÆRD

- MEDIEFORBRUGET ER STIGENDE
- MEDIEFORBRUGET FOREGÅR DØGNET RUNDT OG ALLE STEDER
- MEDIER ER IKKE LÆNGERE GATEKEEPERE FOR NYHEDER OG INFORMATION
- MEDIER SKAL GØRE SIG FORTJENT TIL ROLLEN SOM KURATOR AF NYHEDER, INFORMATION OG UNDERHOLDNING

ET MEDIEMARKED I FORANDRING

- KONKURRENCEN FRA INTERNATIONALE STREAMINGTJENESTER ØGES
- VÆRDIKÆDEN I BRANCHEN ER I OPBRUD
- NY TEKNOLOGI BRYDER DE NATURLIGE MONOPOLER OG ØGER KLIMAAFTRYKKET
- KAMPEN OM TALENT ØGES

STRATEGI 2025 TV 2 PLAY TIL ALLE OG ANSVARLIGHED 2025

STRATEGI 2025 – TV 2 PLAY TIL ALLE

TV 2s Strategi 2025 er baseret på en dobbelt bundlinje, der omfatter mål og strategiske ambitioner for såvel økonomi som public service.

KOMMERCIEL PUBLIC SERVICE

Afkastkrav
- Langsigtet gennemsnitlig Earnings Before Interest and Tax (EBIT)
- Langsigtet gennemsnitligt afkast af investeret kapital (ROIC)

DOBBELT BUNDLINJE

Public service
- Gennemslagskraft baseret på bredt udbud af programmer omfattende nyhedsformidling, sport, oplysning, kunst, kultur og underholdning, som sikrer befolkningen adgang til væsentlig samfundsinformation og debat

Kommercielt
- Øge omsætningen drevet af digital vækst

STRATEGI 2025

Public service
- Førende udbyder af public service og dansk indhold
- Unik på puls og aktualitet – også på TV 2 PLAY

Virksomhed i vækst

Flere TV 2 PLAY-abonnementer

Stærk og konkurrencedygtig position for at TV 2 kan bevare sin gennemslagskraft

STRATEGISKE AMBITIONER 2025

Fastholde netto-penetration (betalt adgang)

Fastholde ugentlig koncerndækning

ANSVARLIGHED 2025

TV 2s ansvarlighedsstrategi omfatter tre indsatsområder, som forgrener sig i ni undertemaer, der understøttes af otte målsætninger, der hver har fået et ikon. Der går en rød tråd fra strategihjulet på denne side ned gennem de næste tre kapitler, der alle rapporterer på de otte målsætninger og definerer indsatser i 2022. Det hele samles op i afsnittet Ambitioner og fremdrift.

VISION
TV 2 skal samle danskerne om 'alt det vi deler'.

MISSION
TV 2 driver public service-virksomhed på kommercielt grundlag og tjener penge for at producere dansk kvalitetsindhold.

Programvirksomhed, side 18

MÅL 2025

- **GENNEMSLAGSKRAFT**
- **VOLUMEN**
- **KVALITET**
- **TROVÆRDIGHED**

Arbejdsplads, side 35

MÅL 2025

- **ARBEJDSGLÆDE**
- **MEDARBEJDER-OMSÆTNING**
- **KØNSDIVERSITET**

Miljø & Klima, side 47

MÅL 2030

- **CO2 REDUKTION**

DET HAR ALDRIG VÆRET VIGTIGERE AT TAGE PUBLICISTISK ANSVAR

"Det er TV 2s opgave at sikre sammenhængskraft, bl.a. ved at give danskerne noget at tale med hinanden om. At skabe en fælles forståelse af det samfund, vi alle er en del af, er en helt central del af vores public service-opgave."

Lotte Lindegaard, indholdsdirektør TV 2

TV 2 dokumentar, Nødråb fra børnehjemmet, medvirkende: Søren Emil Gerner.

TV 2 skal tilbyde et mangfoldigt indholds-udbud med særligt fokus på dansk kvalitets-indhold, der skal sikre oplysning og sætte dagsordener, som engagerer danskerne. TV 2 skal opleves som troværdig og har som ambition at være relevant for alle danskere.

MÅL 2025

GENNEMSLAGSKRAFT

VOLUMEN

KVALITET

TROVÆRDIGHED

FN's VERDENSMÅL

VERDENSMÅL 16

TV 2 er en uafhængig og selvstændig medievirksomhed, der arbejder ud fra et publicistisk udgangspunkt, og som i sin journalistik er fri af partipolitiske, organisatoriske og kommercielle bindinger. Den uafhængige rolle skal sammen med etiske retningslinjer og høj journalistisk standard bidrage til, at TV 2 er en ansvarlig, troværdig og åben institution, som engagerer danskerne i udvikling af demokratiet.

"Vi tror på, at vi danskere har meget mere til fælles end det, der skiller os ad, og vi ser det som vores opgave at minde danskerne om det."

Lotte Lindegaard, indholdsdirektør TV 2

At blive opfattet som et troværdigt mediehus er et af de mest centrale punkter for at kunne levere på TV 2s public serviceopgave, der i sin essens handler om at oplyse, samle og engagere danskerne. Som det største mediehus i Danmark er det en opgave, vi værner om, og derfor spiller den også en betydelig rolle i TV 2s ansvarlighedsstrategi.

Opgaven er at styrke sammenhængskraft og fællesskab blandt danskerne. Fundamentet for TV 2s virke er derfor dansk kvalitetsindhold, der engagerer og samler danskerne om alt det, vi deler. Det er dansk fiktion, nyheder, dagsordensættende dokumentarer, samlende underholdningsshows og store events, som sikrer en massiv tilslutning til TV 2s programindhold – både blandt seere, der foretrækker traditionel tv-modtagelse, og blandt brugere af streamingtjenesten TV 2 PLAY.

TV 2 skal tilbyde et mangfoldigt indholdsudbud med særligt fokus på dansk kvalitetsindhold, der skal sikre oplysning og sætte dagsordener, som engagerer danskerne. TV 2 skal opleves som troværdig og har som ambition at række ud til og være relevant for alle danskere.

Vi er en uafhængig og selvstændig medievirksomhed, der arbejder ud fra et publicistisk udgangspunkt, og som i sin journalistik er fri af partipolitiske, organisatoriske og kommercielle bindinger. Den rolle bidrager til, at TV 2 fremstår som en ansvarlig, troværdig og åben institution, som engagerer danskerne i udvikling af demokratiet.

TV-vært Melvin Kakooza, indsamlingsshow, Alle Vores Børn.

> "Alle programmer er vigtige, men en stor samfundsevent og en vigtig samfundsdagsorden er noget særligt. Der er altid en unik stemning og et ekstra engagement at spore, når arbejdet med 'Knæk Cancer', 'Alle vores børn', 'Flere end du tror' og andre TV 2-events går i gang."
>
> **Nicolai Nybo Hansson, tv-producent Nordisk Film TV**

PUBLIC SERVICE ER UNDER PRES

Den danske public service-model, der betyder, at mediebilledet i høj grad dækkes af neutrale publicistiske medier, så mange får neutral information fra mange kilder og kan diskutere det åbent, er under pres. Forbrugerne vælger i stigende grad amerikanske streamingtjenester, og de publicistiske standarder i nyhedsdækning er generelt udfordret. Vi tror på, at danskernes traditionelt høje nyhedsforbrug fra publicistiske medier har været en afgørende faktor i at skabe et oplyst samfund. Det, som adskiller publicistiske medier fra andre medier, er afsenderansvaret og de publicistiske standarder, som skal efterleves. Publicistiske medier har en dialog med brugere, som har mulighed for at klage enten til det publicistiske medie eller et uafhængigt organ.

TV 2s mål for public service indebærer, at vi skal fastholde den eksisterende dækning, og det er ikke nogen nem opgave. Hvis vi ikke lykkes med at flytte danskerne fra traditionel tv-modtagelse til streaming på TV 2 PLAY, mister TV 2 sin gennemslagskraft og kan ikke længere udfylde sin væsentlige samfundsrolle.

TV 2 ER DANSKERNES "HØJSKOLE"

TV 2 værner om sin rolle som danskernes "højskole". Hvis danskerne fordeler sig i forskellige ekkokamre, er samfundets sammenhængskraft i fare.

At TV 2 er en kommercielt finansieret virksomhed, er ikke i modstrid med dette formål, tværtimod. Fordi vi er kommercielt finansieret, har vi fokus på at være til stede, hvor vores brugere er og følge deres vaner.

Vi mener, at danskerne bliver bedre samfundsborgere i mødet med TV 2. Vi ønsker at spille en aktiv rolle i den samfundsmæssige og demokratiske dannelse på en generøs og imødekommende måde. TV 2 vil have alle med på denne udviklingsrejse, og vi omtaler ofte os selv som en slags højskole. Højskolerne har bevist, at kombinationen af læring og samvær skaber et vedvarende og engagerende resultat.

At belyse danskernes kollektive fortrængninger er et vigtigt element i den engagerende og demokratiske debat i det danske samfund, men også i dannelsen af danskerne.

TV 2 vil i 2022 blive mere eksplicit om hvilke dagsordener, vi prioriterer at sætte fokus på.

TV 2 vil i denne proces, hvor den langsigtede og strategiske planlægning får en større rolle, blive modnet som organisation. I den proces er det vigtigt, at den journalistiske kreativitet og 'finger på pulsen' ikke går tabt, da det er rygraden i den opsøgende journalistik og engagerende, relevante historier. Vi skal finde en balance mellem det spontane og organiske og det mere strategiske og dannende, som kan opnås ved at eje tydelige dagsordener.

"Vi er ikke bange for at starte offentlige debatter om svære emner, heller ikke hvis det handler om en #MeToo-bølge, som også rammer os selv."

Lotte Lindegaard, indholdsdirektør TV 2

Strategiseminar for TV 2 ledere.
Fra venstre: Stig Møller Christensen, kommerciel direktør, Lotte Lindegaard, indholdsdirektør, Carsten Topholt, finansdirektør og Anne Engdal Stig Christensen, administrerende direktør.

INITIATIVER OG MÆRKESAGER

1.1. GENNEMSLAGSKRAFT

Alle indsatser skal bidrage til TV 2s fortsatte gennemslagskraft og relevans. I 2022 vil TV 2 sikre øget gennemslagskraft ved hjælp af en accelerationsstrategi, der skal styrke væksten af TV 2 PLAY, nå unge målgrupper, styrke den regionale tilstedeværelse og styrke adgang til information og oplysning for særlige målgrupper.

TV 2 opgør gennemslagskraft ved hjælp af dækning. For den generelle dækning har TV 2 sat som mål at fastholde dækningen. Det er lykkedes i 2021. TV 2 har endvidere opgjort dækningen vedr. aldersgruppen R25* samt TV 2s dækning i de enkelte regioner.

REGIONAL TILSTEDEVÆRELSE

TV 2 Regionerne er en del af TV 2s DNA, og med TV 2 PLAY som centrum for Strategi 2025 rykker TV 2 Regionerne som en selvfølge nu ind på TV 2 PLAY med en fuldbyrdet integration. TV 2 Regionerne er hele Danmarks stemme og TV 2s anker i de lokale miljøer. Deres fulde tilstedeværelse på TV 2 PLAY bidrager til den nære og vedkommende demokratiske samtale, og med TV 2 Regionerne på TV 2 PLAY samles både de lokale og de store, nationale dagsordener. Helt tæt på danskerne.

GENNEMSLAGSKRAFT	2019*	2020*	2021	MÅL 2025
Høj dækning total	82 %	82 %	85 %	Fastholde høj dækning
Høj dækning R25 (20-30 år)*	80 %	78 %	83 %	Fastholde høj dækning
Høj dækning regioner				Fastholde høj dækning
Hovedstaden	82 %	79 %	84 %	
Midtjylland	82 %	82 %	86 %	
Syddanmark	83 %	85 %	86 %	
Sjælland	83 %	84 %	86 %	
Nordjylland	86 %	82 %	86 %	

Kilde: Spørgeskemaundersøgelse foretaget af Bilendi

*2019 og 2020 er opgjort af et andet analysebureau end 2021, se Rapporteringsmetode

TV 2 indledte i 2021 arbejdet med at udbygge TV 2 PLAY-samarbejdet med TV 2 Regionerne i forbindelse med kommunal- og regionrådsvalget, hvor mere end 100 produktioner fra TV 2 Regionerne lå prioriteret og tilgængeligt for alle TV 2 PLAYs abonnenter (og med et tilbud om gratis syv dagesabonnement til alle programmer for ikke-abonnenter). Dette indhold og livedækning på valgaftenen og dagene derefter gennemsyrede TV 2 PLAY både i forhold til prioritering og forbrug.

ADGANG TIL TV 2s INDHOLD FOR SÆRLIGE MÅLGRUPPER

TV 2 har en vision om at samle danskerne om 'alt det, vi deler'. Derfor er det for TV 2 afgørende og en del af TV 2s public service-forpligtelse, at TV 2s indhold dækker den danske befolkning bredest muligt og bliver tilgængelig for flest mulige. Det gælder de brede brugergrupper såvel som de smalle.

TV 2s TILGÆNGELIGHEDSTJENESTER

TV 2 styrker handicappedes adgang til public service-tilbuddene f.eks. ved brug af tekstning og tegnsprogstolkning, som opfylder forskellige brugerbehov. F.eks. gengiver en undertekst det, der bliver sagt på skærmen, og er derfor en støtte for svagthørende og brugere, der forstyrres af støj. Undertekster kan også være til gavn for brugere, som blot ønsker at se programmer uden lyd eller ønsker at få udenlandsk tale oversat til dansk.

Derimod er et tegnsprogstolket program, hvor en tegnsprogstolk gengiver det, der bliver sagt, nyttig for døve brugere, som der er ca. 4.000 af i Danmark.

TV 2s BRUGERRÅD FOR TILGÆNGELIGHED

Halvårligt mødes TV 2 med repræsentanter fra handicaporganisationer til brugerrådsmøder. Her præsenterer TV 2 seneste tilgængelighedsindsatser og får sparring på den fremadrettede prioritering på området. Repræsentanternes input er i sammenspil med TV 2s strategi udgangspunkt for fokuseringen af de tilgængelighedstjenester, TV 2 servicerer brugerne med. I Brugerrådet er TV 2 i dialog med repræsentanter for Høreforeningen, Foreningen af Danske Døvblinde, Danske Døves Landsforbund, Dansk Blindesamfund og Danske Handicaporganisationer.

ET DIGITALT UDVIKLINGSFOKUS

Flere og flere brugere bevæger sig fra den traditionelle tv-distribution og over på digitale platforme. Derfor fokuserer TV 2 og Brugerrådet først og fremmest udviklingsindsatsen på tilgængelighedsområdet på TV 2 PLAY, som skal være for alle. Det betyder samtidig, at TV 2s handlerum for at styrke tilgængelighedstjenesterne øges, da brugerfladen i det digitale univers i langt højere grad kan brugertilpasses, end det er tilfældet i det traditionelle, lineære univers.

Det gør det muligt for TV 2 kontinuerligt at forbedre tilgængelighedsindsatsen og tilpasse den brugernes behov.

For yderligere uddybning af TV 2s konkrete brug af tekstning, talegenkendelsesteknologi, tegnsprogstolkning mv. henvises til TV 2s public service-redegørelse på TV2. DK:

INITIATIVER I 2022

01 Etablere TV 2 Regionernes egne undersider på TV 2 PLAY.

02 Afsøge muligheder og behovet for integration af TV 2 Regionernes livekanaler.

03 Igangsætte et nyetableret indholdssamarbejde på tværs af TV 2 Regionerne og TV 2, der sikrer, at vi går sammen om at løfte de vigtigste fælles dagsordener i vores demokrati.

1.2 DANSK KVALITETSINDHOLD

TV 2 skal gøre sig umage for at være noget, man vælger til. Det betyder blandt andet, at vi skal sætte en højere barre for at sikre, at når man har brugt TV 2s platforme, har man hørt, set eller lært noget, man ikke vidste før.

TV 2 opgør dansk kvalitetsindhold fra to sider: Andelen af dansk indhold og kvaliteten af programmerne.

For andelen af dansk indhold har TV 2 sat som mål at fastholde andelen. I 2021 har TV 2 nået dette mål. For kvaliteten har TV 2 sat som mål, at TV 2 skal være blandt top 2 – både for hovedkanalen og for TV 2 PLAY. Disse mål er også nået i 2021.

STYRKE DANSK KVALITETSINDHOLD

TV 2 er den medieaktør i Danmark, der leverer mest dansk indhold. På TV 2s hovedkanal er mere end 75 pct. af indholdet dansksproget i 2021, og den andel ligger langt over det, som konkurrerende kanaler sender.

De yngre generationer er langt mindre optaget af indholdets oprindelse. Derfor er det vigtigt for TV 2 at vise og minde om, at vi kan blive ved med at levere kvalitet, der matcher det niveau, de er vant til fra udenlandske aktører, der opererer med langt større budgetter, end vi har.

FREMME DANSK PRODUKTIONSBRANCHE

TV 2 bidrager til kapacitetsopbygningen og talentudviklingen i den danske produktionsbranche, så branchen fortsat kan udvikle og producere dansk kvalitetsindhold. Med den stigende efterspørgsel på dansk fiktionsindhold er der opstået en akut mangel på arbejdskraft i film- og tv-branchen. Som den største indkøber af fiktion spiller TV 2 en central rolle i at løse både udfordringerne med mangel på arbejdskraft og med at skabe en bæredygtig fiktionsbranche.

Derudover er det TV 2s klare overbevisning, at en tryg og tillidsfuld arbejdsplads er løftestang for dansk kvalitetsindhold. TV 2 har i kraft af sin entreprisemodel et tæt samarbejde med produktionsmiljøet i Danmark og vil på den baggrund også i 2022 styrke samarbejdet med produktionsselskaberne om ligestilling og forebyggelse og håndtering af krænkende handlinger på arbejdspladser.

DANSK KVALITETSINDHOLD	2019	2020	2021	MÅL 2025
Høj volumen af dansk indhold				
TV 2 hovedkanalen	73 %	75 %	76 %	Fastholde høj volumen
TV 2 PLAY	74 %	72 %	83 %	Fastholde høj volumen
God kvalitet – danske programmer				
TV 2 hovedkanalen	**Top 2**	**Top 2**	**Top 2**	**Top 2**
Indhold af høj kvalitet	55 %	51 %	51 %	
TV 2 PLAY	**Top 2**	**Top 2**	**Top 2**	**Top 2**
Indhold af høj kvalitet	31 %	36 %	43 %	

Kilde: Spørgeskemaundersøgelse foretaget af MarketMinds

INITIATIVER I 2022

01 TV 2s ledelse vil i 2022 øge produktionsselskabernes kendskab til TV 2s politik om forebyggelse og håndtering af krænkende handlinger, blandt andet via et branchetræf under overskriften Sund Arbejdskultur.

02 TV 2 vil i 2022 udarbejde en strategi for, hvordan TV 2 bedst kan bidrage til at løse fiktionsbranchens udfordringer. Der skal skabes uddannelser og nye talenter, der passer til branchens behov.

1.3 PUBLICISTISK ANSVAR

TV 2 brænder for den store public service-opgave, som vi har løftet i mere end 30 år. I TV 2s kontakt med danskerne vil vi tænke nyt, når vi søger at samle alle danskere om vigtige dagsordener og bidrage positivt til udvikling af mennesker, miljø og samfund. Vi kommer tæt på en mangfoldighed af synspunkter og sikrer, at mange forskellige stemmer bliver hørt.

I en kompleks og foranderlig tid hjælper vi danskerne med at forstå nyhederne, mens de sker.

TV 2 opgør målet for publicistisk ansvar for både TV 2 hovedkanalen, TV 2 NEWS, TV 2 PLAY og TV2.DK. Publicistisk ansvar er vanskeligt at opgøre direkte, så det opgøres indirekte via seernes vurdering af publicistiske aktører i mediebranchen. Det er målsætningen for alle, at TV 2 er top 2 i denne vurdering. TV 2 har nået dette mål i 2021 for TV 2 hovedkanalen, TV 2 PLAY og TV2.DK, men ikke for TV 2 NEWS. For at understøtte disse mål ønsker TV 2 at blive forbundet med specifikke dagsordener. I 2021 blev TV 2 forbundet med en ud af ti dagsordener.

PUBLICISTISK ANSVAR	2019	2020	2021	MÅL 2025
Troværdighed				
TV 2 hovedkanalen	2/4	2/4	2/4	Top 2
TV 2 er en troværdig tv-kanal	50 %	57 %	52 %	
TV 2 NEWS	-	4/4	4/4	Top 2
TV 2 NEWS er en troværdig tv-kanal	54 %	48 %	46 %	
TV 2 PLAY	3/5	3/6	2/6*	Top 2
TV 2 PLAY er en troværdig streamingtjeneste	31 %	36 %	44 %	
TV2.DK	2/4	2/4	2/4	Top 2
TV2.DK er en troværdig nyhedskilde	53 %	45 %	43 %	
Dagsordener	3/10	2/10	1/10	Eje dagsordener

Kilde: Spørgeskemaundersøgelse foretaget af MarketMinds

ETISKE OG JOURNALISTISKE STANDARDER

TV 2 arbejder efter et sæt etiske retningslinjer, som gælder for såvel virksomhedens egne medarbejdere som eksterne samarbejdspartnere og producenter af programmer til TV 2.

Retningslinjerne er beskrevet på TV2.DK: https://omtv2.tv2.dk/fakta/oekonomi-og-selskabsledelse/selskabsledelse-og-etik/

SEERNES REDAKTØR

TV 2 har ansat seernes redaktør som TV 2s uafhængige klageinstans. Seernes redaktør har som opgave at overvåge behandlingen af henvendelser og klager fra brugere og seere. Seernes redaktør kan som led i sit arbejde fremsætte kritik, afgive henstillinger og i øvrigt fremsætte sin vurdering af konkrete sager og redaktionel praksis, ligesom redaktøren har til opgave at fremme en åben dialog med TV 2s seere og brugere, blandt andet via websitet sr.tv2.dk. TV 2s seere og brugere kan indbringe deres sag for seernes redaktør med anmodning om en uafhængig vurdering af sagen. Seernes redaktør kan også af egen drift tage sager op og evt. efterfølgende udfærdige en indstilling til TV 2s administrerende direktør om ændring af praksis.

Knap 7.200 seere henvendte sig i 2021 direkte til seernes redaktør via den offentlige mailadresse sr@tv2.dk med kritik, klager, spørgsmål og kommentarer til udsendelser og indslag på tv samt artikler på TV2.DK. Dertil kommer direkte mails og tilbagemeldinger til redaktørens personlige TV 2-mailadresse, ligesom en del seere henvendte sig pr. telefon eller brev.

Seernes redaktør aflægger årligt beretning til TV 2s bestyrelse. Beretningerne fra 2008 til 2021 kan læses på TV2.DK:

7.200

seere (cirka) henvendte sig i 2021 direkte til seernes redaktør via den offentlige mailadresse med kritik, klager, spørgsmål og kommentarer til udsendelser og indslag.

Oversvømmelser i det østlige Tyskland, sommeren 2021.

MEDIEANSVARSKLAGER

Når det gælder henvendelser om klager efter medieansvarsloven, gælder særlige procedurer for de TV 2-medarbejdere, der modtager sådanne henvendelser.

Medieansvarsklager over TV 2s programmer behandles af TV 2s administrerende direktør, som besvarer klagen og udleverer oplysning til klageren om, at TV 2s afgørelse kan indbringes for Pressenævnet senest 12 uger efter, at afgørelsen er kommet frem til klageren, hvis klageren ikke er tilfreds med afgørelsen/svaret.

Pressenævnet traf i 2021 afgørelse i otte sager mod TV 2. I én sag udtalte nævnet kritik af TV 2, mens de resterende syv sager endte uden kritik. Derudover afviste Pressenævnet at behandle to sager, den ene på grund af for sen indgivelse af klage, den anden på grund af manglende retlig interesse.

En oversigt over de i alt ti pressenævnssager fra 2021 kan ses i TV 2s public service-redegørelse:

GDPR

TV 2 arbejder aktivt med beskyttelse og ansvarlig brug af personoplysninger med henblik på at sikre overholdelse af lovgivningen på persondataområdet. TV 2 håndterer og opbevarer henvendelser i henhold til reglerne i EU's persondataforordning General Data Protection Regulation (GDPR), som trådte i kraft i 2018.

Alle medarbejdere i virksomheden gennemfører en obligatorisk e-læring om GDPR som en del af deres onboardingforløb. Der er desuden etableret tværgående samarbejder i form af persondatafora til koordinering af sager og nye initiativer med bl.a. juridisk og it-teknisk ekspertise, herunder fokus på etisk håndtering af personoplysninger.

Via disse interne fora arbejder TV 2 ligeledes på løbende at forbedre gennemsigtigheden i behandling af personoplysninger over for kunder, medarbejdere og samarbejdspartnere. Arbejdet med databeskyttelse er forankret i ledelsen gennem TV 2s Informationssikkerheds- og Databeskyttelsesudvalg.

MENNESKERETTIGHEDER, BESTIKKELSE OG BESKYTTELSE

Det er TV 2s politik kontinuerligt at efterleve internationale menneskerettigheder, sådan som de er formuleret i Den Europæiske Menneskerettighedskonvention, (EMRK). I publicistisk sammenhæng rettes fokus særligt på konventionens artikel 10 om ytringsfrihed. Vi arbejder ud fra et publicistisk udgangspunkt for på den måde at leve op til public service-tilladelsens krav om at sikre informations- og ytringsfriheden og tilstræbe kvalitet, alsidighed og mangfoldighed i det samlede programudbud.

TV 2 er bekendt med og respekterer såvel den danske lovgivning som Europarådets korruptionskonvention og OECD's konvention om bekæmpelse af bestikkelse af tjenestemænd.

TV 2 tilslutter sig den internationale kamp mod korruption, og virksomhedens medarbejdere instrueres i ikke at give eller modtage uberettigede fordele af danske eller udenlandske embedsmænd eller ansatte i det private erhvervsliv, ligesom virksomhedens gavepolitik såvel internt som i forhold til forretningsforbindelser og samarbejdspartnere fremgår af TV 2s retningslinjer for medarbejdere.

TV 2 har desuden faste retningslinjer for lønnet såvel som ulønnet bibeskæftigelse.

I overensstemmelse med bekendtgørelse om TV 2s programvirksomhed sikrer vi, at

TV 2s kontor, Teglholmen, København.

INITIATIVER I 2022

01 I 2022 vil TV 2 indarbejde nyhedsstrategien, 'Mere for hele Danmark', i TV 2 Nyhedernes workflow ved at udvikle fire delstrategier for TV 2s udgivelsesplatforme; TV 2 NEWS, TV 2 hovedkanalen, TV 2 PLAY og TV2.DK.

02 TV 2 vil i 2022 indgå i et strategisk samarbejde med Syddansk Universitet (SDU) under overskriften 'Artificial intelligence in the Newsroom'. Projektet handler om, hvordan kunstig intelligens påvirker nyhedsdækningen og sætter nye rammer for troværdig journalistik. TV 2 deltager i projektet frem til 2024.

der ikke sendes programmer, som kan skade mindreåriges fysiske, psykiske eller moralske udvikling.

TV 2 har nøje fokus på programplanlægningen, når en udsendelse med stærke eller på anden måde udfordrende scener programsættes, og vi placerer som hovedregel ikke et sådant program i forlængelse af et børne- eller familieprogram eller på et tidspunkt, hvor TV 2 normalt sender programmer til børn. I nyheds- og dokumentarprogrammer advarer vi som hovedregel mod voldelige eller direkte stødende scener.

WHISTLEBLOWERORDNING

Som del af en etisk og ansvarlig virksomhedsdrift har TV 2 en whistleblowerordning, som har til formål at sikre, at vi via et elektronisk og anonymiseret informationssystem – uden om TV 2s ledelsessystem – kan tage imod information om eventuelle uregelmæssigheder, herunder korruption og brud på menneskerettigheder.

Whistleblowerordningen er alene tiltænkt de situationer, hvor forholdet ikke kan håndteres inden for den eksisterende organisation. Whistleblowerordningen omfatter ikke forhold, der kan indbringes for seernes redaktør. Der er i 2021 modtaget fire indberetninger. Heraf er en færdigbehandlet, mens tre var redaktionelle tips til TV 2 Nyhederne, som vurderes ikke at falde under ordningen, men behandles af TV 2 Nyhederne.

TV 2s NYHEDSSTRATEGI – MERE FOR HELE DANMARK

TV 2 har i 2021 arbejdet på en ny nyhedsstrategi under overskriften 'Mere for

hele Danmark.' Visionen er, at alle i Danmark skal kunne deltage i samtalen om vores demokrati. Det søger TV 2 at imødekomme ved at levere troværdig, nær, men også udfordrende journalistik, der giver danskerne indsigt og udsyn, så de kan navigere sikkert i vores fælles demokrati og det samfund, vi deler.

TV 2 har respekt for dem, vores historier handler om. Vi giver alle mulighed for at fremsætte deres synspunkter og argumenter. Vi har respekt for hinanden som kolleger, og vi ved, at vi kun lykkes i et samarbejde. Vi hylder den gode tone, både i kommentarsporet og blandt os selv.

TV 2 viser respekt for den publicistiske opgave gennem redelig, kritisk og troværdig journalistik. Vi er ordentlige og åbne, også når vi begår fejl.

SAMARBEJDE OM MÆRKESAGER MED FOKUS PÅ BÆREDYGTIG UDVIKLING AF DANMARK

TV 2 vil levere indhold, der engagerer danskerne i den demokratiske samtale. Og TV 2 ønsker gennem samarbejde med forskellige partnere at spille en aktiv rolle i den samfundsmæssige og demokratiske dannelse af danskerne på en generøs og imødekommende måde.

TV 2 vil have alle med på denne dannelsesrejse, og vi ser innovative partnerskaber som et centralt værktøj til, at rejsen bliver inspirerende og fyldt med oplevelser.

I 2021 satte TV 2 igen fokus på mærkesager, der optager danskerne og skaber fælles referencer og engagerer, motiverer og inspirerer danskerne til samfundsansvar og til at bidrage til den bæredygtige udvikling af Danmark.

På de efterfølgende sider beskrives fire eksempler på initiativer, der gør en forskel:

- Mere tv-fokus på klima og biodiversitet.
- Kræft er en fælles sag, som kræver en fælles indsats for sundhed og trivsel.
- TV 2 understøtter den gode tone på de sociale medier.
- Dagsordensættende dokumentarer, der skaber folkelig og politisk debat i hele danmark.

FN'S VERDENSMÅL
for bæredygtig udvikling

TV-værterne Puk Elgård og Mikkel Kryger, indsamlingsshow, Danmark Redder Jord.

Case 2021

MERE TV-FOKUS PÅ KLIMA OG BIODIVERSITET

"Da TV 2 og Den Danske Naturfond i 2021 indgik samarbejde om en indsamlingsevent for at styrke biodiversiteten i Danmark, var det nye naturstier, vi betrådte. Men der var hverken usikkerhed eller vaklen at spore hos TV 2, da projektet skulle sættes i omdrejninger. Fra TV 2s side mødte vi udelukkende respekt, smittende engagement og stor vilje for at komme i mål med en succes – og det lykkedes flot. Tak for kampen – på naturens vegne!"

Flemming Nielsen, direktør Den Danske Naturfond

I de senere år har TV 2 styrket dækningen af bæredygtig udvikling, klima, miljø og biodiversitet ved – i samarbejde med blandt andre Danmarks Naturfredningsforening – at samle ind til at plante over én million træer i hele Danmark. I 2021 etablerede TV 2 en ny tv-indsamling, 'Danmark redder jord' – denne gang til gavn for biodiversitet og den vilde natur rundt omkring i Danmark.

Parallelt med tv-indsamlingen 'Danmark redder jord' satte TV 2 i nye programmer samt i 'Go' morgen Danmark' og 'Go' aften LIVE' fokus på at genoprette, beskytte og forbedre forholdene for insekter, planter, svampe, fugle, pattedyr og fisk.

Indsamlingen 'Danmark redder jord' blev udviklet i samarbejde med Den Danske Naturfond, og pengene går til at opkøbe nye landområder, hvor naturen får førsteprioritet og kan passe sig selv.

Og det er der hårdt brug for, viser både de officielle tal og en tur rundt i landet. Danmark har i 2019 indberettet til EU, at 57 procent af de arter, Danmark har særligt ansvar for, er i "ugunstig" tilstand. I 2013 var tallet 29 procent i den tilsvarende indberetning.

Omkring 2.400 arter af dyr, planter og svampe er i fare for at forsvinde i Danmark. På den såkaldte 'rødliste' over truede og sjældne arter er blandt andre mange arter af sommerfugle, fugle og pattedyr.

'Danmark redder jord'-indsamlingen blev i 2021 støttet af 90.000 danskere og en række virksomheder, og der blev i alt indsamlet 24 millioner kroner. De første 14 millioner kroner er ved at blive omsat af Den Danske Naturfond til mere vild natur og nye hjem i skov, eng og mose – blandt andet Store Åmose på Vestsjælland, Hals Mose i Nordjylland, Villestrup Enge i Himmerland, Lerbjerg Skov på Midtsjælland og Gjellerup Enge i Vestjylland.

De sidste 10 millioner kroner er klar til at bruge brugt, når flere naturområder er opkøbt og klar til offentliggørelse.

Case 2021

KRÆFT ER EN FÆLLES SAG, SOM KRÆVER EN FÆLLES INDSATS FOR SUNDHED OG TRIVSEL

Iværksætter og TV-vært Andrea Elisabeth Rudolph, nyhedsvært Natasja Crone og TV-vært Louise Wolff, indsamlingsshow, Knæk Cancer.

TV 2 har siden 2012 hvert år gennemført 'Knæk Cancer' i uge 43, og i 2021 var det således tiende gang, 'Knæk Cancer' løb af stablen.

'Knæk Cancer' er en ambitiøs overskrift. Men det er ikke desto mindre det mål, TV 2 og Kræftens Bekæmpelse har sat sig. Ikke alene, men sammen med danskerne, for kræft er en fælles sag, som kræver en fælles indsats. Vi kan ikke udrette mirakler – men vi vil prøve.

I dag rammer kræft hver tredje dansker under 75 år og gør alle andre til pårørende. Den gode historie er, at flertallet overlever kræften, men vi vil gerne sætte barren lidt højere. Færre skal få kræft, og flere skal overleve.

Derfor handler TV 2s 'Knæk Cancer'-uge om to ting: Oplysning og indsamling. Oplysning om sygdom, forebyggelse og helbredelse, om forskning og patienter, om død og ikke mindst om håb og liv.

På flere kanaler og i en lang række programmer som 'Go' morgen Danmark' og 'Vild med dans' sættes der fokus på kræft, og undervejs bliver der samlet penge ind til forskning, forebyggelse og patientstøtte. I 2021 skete det endda med en rekordstor indsamling på knap 170 millioner kroner.

Foreløbig har 411 projekter fået støtte fra 'Knæk Cancer'-midlerne siden 2012, herunder vigtig forskning, som ikke var sat i gang uden 'Knæk Cancer'. Blandt andet er der med støtte fra 'Knæk Cancer' oprettet 11 nationale forskningscentre, som har fokus på vigtige områder inden for kræftforskningen, heriblandt immunterapi, stråleterapi, senfølger, lungekræft og børnekræft.

INDSAMLING I 2019, 2020 OG 2021

Læs mere om de p.t. 411
'Knæk Cancer'-støttede projekter
på www.detgårpengenetil.dk

2019:
145
mio. kr.

2020:
139
mio. kr.

2021:
170
mio. kr.

"Samarbejdet med TV 2 om 'Knæk Cancer' er et af årets højdepunkter for os, og jeg kan simpelthen ikke rose TV 2 nok. TV 2 løfter opgaven med at oplyse befolkningen om kræft på forbilledlig vis med empati, professionalisme og masser af kreativitet og engagement. Mennesker ramt af kræft befinder sig i en sårbar situation, og det har TV 2 respekt for. Det mærker man tydeligt."

Jesper Fisker, administrerende direktør Kræftens Bekæmpelse

Case 2021

TV 2 UNDERSTØTTER DEN GODE TONE PÅ DE SOCIALE MEDIER

Nyhedsvært, Charlotte Vestergaard.

Tonen på de sociale medier er blevet hårdere det seneste år, og den grove tone kan have store konsekvenser for modtagerne og for samtalen mellem danskerne.

TV 2 ønsker at sætte fokus på alt det, vi deler, frem for alt det, der skiller os ad. Under temaet 'Stop hadbeskeder' satte TV 2 derfor sammen med TV 2 Regionerne i 2021 fokus på, hvad vi skal gøre for at komme den hadefulde tone til livs. Det skete i forbindelse med 'X Factor', med en særlig 'Alt det vi deler'-kampagne, med nyhedsdækning på tværs af TV 2s platforme og med tematisering på tværs af programfladen.

TV 2 betragter den direkte kontakt med danskerne på sociale medier som væsentlig. Via vores tilstedeværelse på sociale medier har danskerne mulighed for at engagere sig i debatten og give input og feedback med udgangspunkt i deres behov og forventninger.

De sociale medier er samtidig et vigtigt element for at understøtte engagementet i vores programmer og digitale indhold. Debatten bliver monitoreret af TV 2s social media desk.

TV 2 er desuden i tæt kontakt med seere og brugere – både i kraft af den uformelle dialog, hvor seere og brugere kontakter TV 2 via telefon, mail, sociale medier og rundvisninger, og i kraft af den mere formaliserede dialog med de organisationer og foreninger, som repræsenterer seerne og brugerne.

TV 2 dokumentar,
Nødråb fra børnehjemmet,
medvirkende: Søren Emil Gerner.

Case 2021

DAGSORDENSÆTTENDE DOKUMENTARER, DER SKABER FOLKELIG OG POLITISK DEBAT I HELE DANMARK

TV 2 ønsker med sine dokumentarer at sætte fokus på alt det, vi deler. Især de dele af vores samfund, der ikke fungerer så godt, som man som borger kan ønske sig det. Og derfor er det også et vigtigt mål for TV 2s dokumentarer, at de fører til både folkelig og politisk debat.

Dokumentartitler fra 2021 som 'Det er ikke slut endnu', 'Opråb fra sygehuset' og 'Smertensbørn' er kendt af mange danskere, og de har givet omfattende politisk debat, og flere af dokumentarerne har vundet priser.

Ældreplejen giver dog ikke alene anledning til kritik. Det viste TV 2 i 2021 i den meget roste dokumentar 'Det er ikke slut endnu' fra det lille plejehjem Dagmarsminde. Her blev det vist, hvordan fællesskab, omsorg, nærvær og berøring gør en forskel for stedets demensramte beboere.

Også det øvrige sundhedsvæsen har TV 2s store opmærksomhed. Det gjaldt i høj grad i 2021, hvor der var valg til de fem regionsråd, som har det primære ansvar for sygehusene. Her har travlhed og mangel på personale i længere tid været så stort et problem, at der bliver begået fejl, som går ud over patienterne og i værste fald koster liv. TV 2 Dokumentar talte i forbindelse med programmerne 'Opråb fra sygehuset' med 45 læger og sygeplejersker.

Et andet stort TV 2-fokus i 2021 har handlet om børn og unge, der mistrives. Det skete blandt andet i dokumentarserien 'Nødråb fra børnehjemmet' og i dokumentarprogrammet 'Mit barn er spærret inde' om ungdomskriminalitet.

Og det skete i særdeleshed i de debatskabende dokumentarprogrammer 'Smertensbørn' om danske børns mentale helbred og om konsekvenserne for børnene og for den folkeskole, hvor mange børn ikke passer ind.

I programmerne fulgte TV 2 blandt andet hverdagen i en helt almindelig folkeskoleklasse. Gennem 6.a på Høng Skole på Vestsjælland fik seerne et tankevækkende indblik i den dagligdag, som mange børn møder i folkeskolen i dag. En hverdag, der ofte er præget af larm, kaos, uforudsigelighed, afbrydelser og stress.

Når TV 2 skaber dokumentarer med forskellige temaer – og foruden børn, sundhed og ældre handlede de i 2021 også om blandt andet klima, miljø og biodiversitet – bliver programmerne typisk fulgt op med nyhedsdækning på tv og web. Både landsdækkende og regionalt, når det er relevant.

INITIATIVER I 2022

I 2022 fortsætter TV 2 dialogen om strategiske partnerskaber om mærkesager og initiativer i sendefladen.

EN FANTASTISK ARBEJDSPLADS

"Vi skal fortsat arbejde lige så målrettet på at styrke TV 2 som arbejdsplads, som vi gør på at skabe en succesfuld forretning."

Anne Engdal Stig Christensen, administrerende direktør TV 2

TV 2 er funderet på fair og ordnede ansættelsesforhold og -vilkår. Vi tilbyder den enkelte et menings-fyldt arbejde med et klart formål. Og TV 2 insisterer på tolerance for individet og plads til forskellighed.

MÅL 2025

ARBEJDSGLÆDE

MEDARBEJDEROMSÆTNING

KØNSDIVERSITET

FN's VERDENSMÅL

VERDENSMÅL

VERDENSMÅL

TV 2 arbejder for ligestilling mellem kønnene og for at sikre lige rettig-heder og muligheder.

TV 2 tager ansvar for ordentlige vilkår og bidrager med anstændige arbejds-pladser og værditilvækst.

TV 2 har et klart mål om at blive opfattet som Danmarks bedste mediearbejdsplads. Det er en forudsætning for vores fremtidige succes, at TV 2 kan fastholde og tiltrække de rigtige medarbejdere og samarbejdspartnere. Derfor er TV 2 ved indgangen til 2022 optaget af at styrke TV 2 som arbejdsplads.

Sofie Lindes tale ved 'ZULU Comedy Galla 2020' satte TV 2 i en situation, der på samme tid udfordrede og motiverede til at skabe en sundere arbejdskultur. Og omtalen af TV 2 i dokumentaren 'MeToo: Sexisme bag skærmen' gav yderligere vilje til at styrke arbejdskulturen. Kulturarbejdet blev internt et fagligt fyrtårnsprojekt, som udfoldes yderligere i årene, der kommer. Hvis TV 2 skal blive Danmarks foretrukne mediearbejdsplads, kræver det blandt andet, at god ledelse kommer i fokus. Som et led i denne indsats har alle ledere deltaget i et kursus om forebyggelse og håndtering af krænkende handlinger; hvordan de identificeres og tages hånd om.

TV-vært, Sofie Linde, De Største Øjeblikke.

GOD LEDELSE OG ATTRAKTIV ARBEJDSPLADS

Den forandring, TV 2 gennemgår forretningsmæssigt, skal i samme grad afspejles i TV 2 som arbejdsplads. TV 2 skal arbejde målrettet med ledelse, fordi vi står over for to store udfordringer, for at TV 2 kan bevare sin gennemslagskraft:

- TV 2 skal skabe en kulturændring, der understøtter den samarbejdskultur og arbejdspladsprofil, vi ønsker
- TV 2 skal via et stærkt samarbejde sikre gennemførelse af vores koncernstrategi, der sigter mod at skabe en stærk position på streaming

Ledere i TV 2 skal fokusere på den enkeltes udvikling og på fællesskabet, og de skal være i stand til at tage modige beslutninger.

Mod er en vigtig ledelseskompetence, for det kræver mod at kigge på sig selv på nye måder og skabe nye adfærdsmønstre.
TV 2 bliver kun den bedste mediearbejdsplads, hvis vi har en arbejdsplads præget af psykologisk tryghed og en tillidsfuld dialog.

TV 2 skal kunne fastholde og tiltrække de medarbejdere, som kan sikre vores digitale transformation. TV 2 skal have medarbejdere og ledere, der tør udfordre og gå foran, hvis vi skal i mål med vores ambitioner og udvikling. Alle medarbejdere på TV 2 skal være stolte af at være på TV 2. De skal føle, at de er en del af noget større og af en virksomhed, der både gør en forskel for danskerne og tager ansvar for at skabe en sund arbejdsplads for den enkelte.

> Mod er en vigtig ledelseskompetence. Som leder kræver det mod at kigge på sig selv på nye måder og skabe nye adfærdsmønstre.

Ambitionen for TV 2 er at blive blandt de mest attraktive arbejdspladser. Det er en vigtig rejse, og når vi er kommet succesfuldt igennem den, er det vores ønske at være et forbillede for andre. #MeToo har bragt os et bedre sted hen, og vi er stolte af at have bidraget til at starte debatten og sat fokus på krænkelse og sexisme på arbejdspladsen, selvom det har gjort ondt på os selv.

LIGESTILLING OG MANGFOLDIGHED

#MeToo-debatten bragte konkrete krænkelsessager frem i lyset på TV 2 og medførte et omfattende internt oprydnings- og dialogarbejde. Gennem en intern kvalitativ undersøgelse samt en advokatundersøgelse bestilt af TV 2 blev de konkrete sager behandlet i 2020 og 2021. Herefter har TV 2 bevæget sig videre til næste skridt i kulturtransformationen – at fremme ligestilling og mangfoldighed yderligere på TV 2. Det er vores ansvar som arbejdsplads at sikre, at alle kan få taletid på redaktionsmøder, at der ikke er usaglige barrierer for at blive chef, og at barsel aldrig er en hindring for at gøre karriere.

Kulturarbejdet er en central del af vores ansvarlighedsstrategi. Advokatundersøgelsen sikrede, at alt kunne komme frem i lyset. De helt uacceptable oplevelser, som nogle har haft som TV 2-medarbejdere, bliver anvendt i arbejdet med at sikre en bedre TV 2-kultur i fremtiden. Et opgør med, hvad man kunne kalde tavshedskulturen er en forudsætning for dette. På TV 2 skal man kunne tale om de svære ting, og ledere og medarbejdere skal uddannes til at skabe psykologisk tryghed på arbejdspladsen. Vi skal alle vide, hvad der skaber dårlig kultur, og vi skal kunne handle med det samme på mobning og krænkelser, når de opstår.

Ambitionen for TV 2 er at blive blandt de mest attraktive arbejdspladser.

INITIATIVER OG MÆRKESAGER

I 2022 har TV 2 igangsat et særdeles vigtigt initiativ – et omfattende lederuddannelsesforløb for alle ledere og chefer i TV 2. For hvordan kan en god arbejdsplads skabes uden at styrke ledelseskompetencerne? I forbindelse med det fortsatte kulturarbejde ønsker TV 2 at følge udviklingen, og TV 2 vil derfor i 2022 arbejde på at udvikle måleredskaber, så vi kan følge, om medarbejderne oplever forandring.

2.1 FAIR VILKÅR

TV 2 har et ansvar for, at vores arbejdsplads lever op til, hvad man kan forvente af en moderne virksomhed. Initiativerne under 'Fair vilkår' handler om at styrke den psykologiske tryghed og om, hvordan vi omgås hinanden på arbejdspladsen. Alle på TV 2 skal opleve en god tone og have tryghed til at eksempelvis sige fra. TV 2s medarbejdertilfredshedsundersøgelse (MTU-måling) er et vigtigt redskab i den forbindelse.

Arbejdsglæden på TV 2 skal fortsat være 'Top In Class'.

I 2021 har TV 2 defineret en ny arbejdspladsvision, udarbejdet en ny plan for onboarding af nye medarbejdere og formuleret et nyt fælles ledelsesgrundlag. Det er målsætningen, at der i 2022 også igangsættes initiativer inden for mangfoldighed.

ARBEJDSPLADSVISION OG TV 2-FÆLLESSKABET

For at evaluere effekten af det forgangne års kulturarbejde og for at undersøge medarbejdernes aktuelle oplevelse af kulturen valgte TV 2 i 2021 at udvide medarbejdertilfredshedsundersøgelsen med et modul vedrørende kulturen på TV 2.

Resultaterne viste samlet set en høj score, hvor medarbejderne oplever en sund arbejdskultur, en god omgangstone og en arbejdskultur kendetegnet af åbenhed og tillid. Resultatet er desuden kendetegnet ved at være konsekvent på tværs af TV 2. Der blev dog også i undersøgelsen rapporteret om krænkende handlinger.

FAIR VILKÅR OG MENINGSFYLDT ARBEJDE	2018	2019 mini	2020	2021	MÅL 2025 Top In Class
Arbejdsglæde	78	79	n/a	75	77

Kilde: Medarbejdertilfredshedsundersøgelse foretaget af Ennova

TV 2 opgør målet om arbejdsglæde ud fra medarbejdernes vurdering i medarbejdertilfredsundersøgelsen, der gennemføres hvert andet år. TV 2s målsætning er at være i gruppen af virksomheder, der er 'Top In Class' jvf. side 63 i det benchmark af andre virksomheder, som TV 2s medarbejdertilfredshedsmåling sammenlignes med via leverandøren. I 2021 var TV 2 lige under denne gruppe.

VISION FOR TV 2 SOM ARBEJDSPLADS

TV 2 er en arbejdsplads med ambitioner om at gøre en forskel for den danske befolkning. TV 2 er også ambitiøs med vores måde at arbejde sammen på. Det er vigtigt for TV 2, at samarbejdet er baseret på en tillidsfuld dialog og en grundfæstet tryghed. Mangfoldighed er en styrke, og TV 2 bliver allerbedst når køn, alder og baggrund er afbalanceret. I de rammer kan medarbejderne udfordre hinanden og udvikle sig sammen. Det er fundamentet for TV 2-fællesskabet.

INITIATIVER I 2022

01 I 2022 afholdes kurser vedrørende forebyggelse af krænkende handlinger med tillidsrepræsentanter/arbejdsmiljørepræsentanter, praktikantvejledere/vejledere i film- og tv-produktionsuddannelsen samt "ledere på dagen". Derudover arbejdes der med særskilte initiativer i enkelte afdelinger.

02 I 2022 skal alle TV 2s ledere have afviklet et dialogmøde med medarbejderne i de respektive afdelinger om forebyggelse af krænkende handlinger. Dialogmøderne gentages herefter årligt eller efter behov.

03 Alle nuværende medarbejdere skal i 2022 gennemføre digitale e-læringskurser vedrørende forebyggelse og håndtering af krænkende handlinger.

04 To digitale e-læringskurser (ét til nyansatte medarbejdere og ét til ledere) vedrørende forebyggelse og håndtering af krænkende handlinger færdigudvikles og implementeres.

05 I 2022 afholdes et opsamlingskursus for de nuværende ledere, som ikke har deltaget på e-læringskurset i 2021.

06 TV 2s politik for parforhold og nære relationer revideres.

POLITIK FOR OG TRÆNING I HÅNDTERING OG FOREBYGGELSE AF KRÆNKENDE HANDLINGER, HERUNDER MOBNING OG SEKSUEL CHIKANE

I 2021 blev der igangsat flere forskellige initiativer for at forebygge krænkende handlinger mv. Målet er at styrke TV 2 som en arbejdsplads kendtegnet af tryghed og en tillidsfuld dialog.

UDARBEJDELSE AF NY POLITIK

TV 2 har i årevis haft en politik for mobning og chikane, men den er i 2021 blevet revideret til fordel for en nutidig og mere anvisende version. Formålet med politikken er at forebygge og beskytte TV 2-ansatte mod krænkende handlinger. TV 2 har desuden produceret en film om emnet i samarbejde med Mille Mortensen, cand.mag. i psykologi, forsker og lektor, Københavns Universitet.

LEDERTRÆNING I HÅNDTERING OG FOREBYGGELSE AF KRÆNKENDE HANDLINGER

Der er i 2021 udviklet et éndagskursus målrettet ledere. Nuværende ledere har været igennem kurset. Formålet med kurset er, at lederne klædes på til at understøtte et trygt og tillidsfuldt arbejdsmiljø, samt at de opnår kendskab til at håndtere og forebygge situationer med krænkende handlinger, herunder kendskab til arbejdspladskultur og sammenhængen mellem kultur og krænkende handlinger.

TV 2s CORONAINDSATS HAR I 2021 BLANDT ANDET VÆRET KONCENTRERET OM:

- In-house testcenter på TV 2s lokationer samt implementering af selvtest uden for testcentrenes åbningstider.
- Periodevis hjemsendelse med hjemmearbejde i videst muligt omfang – og herefter spredning af de tilbageværende medarbejdere over større arealer.
- Udarbejdelse af retningslinjer, der følger myndighedernes regler, og som passer til TV 2 – eksempelvis om nære kontakter, mundbind, kantiner, hygiejne, mødelokaler, rejser samt digitale og virtuelle værktøjer.

HÅNDTERING OG FOREBYGGENDE INDSATS MOD CORONA

TV 2s indsats mod corona beror på følgende overordnede hensyn: Medarbejdernes tryghed på arbejdspladsen, TV 2s public serviceudkomme, herunder nyhedsdækning, og virksomhedens drift. TV 2s coronahåndtering fastlægges af en covid-19-styregruppe og er i 2021 i hverdagen blevet gennemført via TV 2s coronasekretariat.

I 2021 har sekretariatet haft særligt fokus på systematisk smitteopsporing, overvågning af virksomhedens smitteniveau og udkommeberedskab, ligesom der har været stort fokus på at sikre et højt niveau for information og vejledning til ledere og medarbejdere.

INITIATIVER I 2022

01 I forventning om, at corona vil fylde mindre i TV 2s hverdag, og at de sidste restriktioner løbende udfases, overgår coronasekretariatet til at være en rådgivende funktion for især TV 2s ledere.

02 Fortsat fokus på smitteforebyggelse og -håndtering i takt med udviklingen i samfundet samt myndighedernes håndtering og anbefalinger.

03 Evaluering af medarbejdernes oplevelse af TV 2s evne til at håndtere og forebygge smitte. Evalueringen gennemføres i mindre medarbejdertilfredshedsundersøgelser (mini-MTU).

2.2 MENINGSFYLDT ARBEJDE

Det er afgørende for TV 2s fremtidige succes at tiltrække, udvikle og fastholde vores talenter, både fordi TV 2 gør en forskel for danskerne ved at samle folk i et fællesskab, og fordi TV 2 som arbejdsplads er et værdifuldt fællesskab.

TV 2 tilgår målet om meningsfyldt arbejde bl.a. ved løbende at følge medarbejderomsætningen på TV 2. Det er vanskeligt at sætte en specifik målsætning for medarbejderomsætningen, da den faktiske omsætning dels påvirkes af en række eksterne faktorer, dels er den overordnede personaleomsætning i sagens natur blot et gennemsnit af den specifikke omsætning i de enkelte afdelinger, som har stor variation.

FAIR VILKÅR OG MENINGSFYLDT ARBEJDE	2019	2020	2021	MÅL 2025
Medarbejderomsætning i alt	7,4 %	7,1 %	10,0 %	10 - 15 %

TV 2 har indledningsvist sat et mål om en overordnet medarbejderomsætning på mellem 10-15 pct. Og dette mål er opfyldt i 2021. Det er forventningen, at dette mål vil blive kalibreret i de kommende år i lyset af nævnte udfordringer.

INITIATIVER I 2022

01 I starten af 2022 afholdes der kickoff ledelsesseminar for TV 2s ledergruppe.

02 Ledelsesgrundlaget implementeres via en række workshops i 2022.

LEDELSE TIL ALLE

Ledelsesvision

TV 2 vil have fagligt dygtige ledere med mod og evne til forandring og lyst til at udvikle fællesskabet – og sig selv.

LEDELSESAMBITIONER

Vi vil have ledere, der...

SÆTTER DET BEDSTE HOLD

SKABER TRYGGE RAMMER

TEGNER DET STORE BILLEDE

TÆNKER NYT

NYT LEDELSESGRUNDLAG OG LEDERPROGRAM

Med lederopgaven på TV 2 følger et stort ansvar. TV 2 har derfor fokus på at sikre et fælles og ensartet ledelsesgrundlag på tværs af koncernen, herunder fælles forståelsesramme og sprog om god ledelse på TV 2.

TV 2 har i 2021 arbejdet med at udvikle og implementere et ledelsesgrundlag og et program, der understøtter udrulningen heraf i organisationen. Ledelsesgrundlaget definerer, hvad der er god ledelse på TV 2 og tydeliggør, hvilken adfærd der forventes af ledere på TV 2. Målet er at understøtte, at TV 2 lykkes med den femårige vækststrategi "TV 2 PLAY til alle" og den igangsatte kulturændring samt sikre, at TV 2 fortsat er en attraktiv arbejdsplads. Ledelsesgrundlaget vil endvidere danne afsæt for alle interne udviklingsaktiviteter til ledere.

Implementering af ledelsesgrundlaget sker via et længere forløb, som alle ledere på TV 2 skal igennem. Lederne skal arbejde med at omsætte ledelsesgrundlaget i forhold til ledelse i deres egen hverdag. Der vil være fokus på konkrete værktøjer og træning.

Det nye ledelsesgrundlag og ledelsesprogram udrulles i 2022.

NYT PRE- OG ONBOARDINGFORLØB

TV 2 ønsker, at alle nye ansatte skal have en god og tryg start på TV 2. I 2021 påbegyndtes arbejdet med et nyt pre- og onboardingforløb for nye medarbejdere, hvor målet er implementering af et professionaliseret og delvist digitaliseret program, der matcher TV 2 som en moderne medievirksomhed. Forløbet er fokuseret på centralt definerede krav og koncernaktiviteter kombineret med lokale indsatser og ansvarsplacering hos lederne, ligesom løbende evaluering og feedback fra de nyansatte vægtes højt.

I 2021 har udviklingsarbejdet været koncentreret om strategi, storyboard for indholdselementer samt en lederguide.

NYT PRE- OG ONBOARDINGFORLØB

Skal sikre, at nye medarbejdere får den bedst mulige start på TV 2

- Ensartet tilgang til pre- og onboarding
- Professionaliseret og digitaliseret forløb
- Skræddersyet til udvalgte medarbejdergrupper
- Guide til ledere

INITIATIVER I 2022

01 I 2022 tilføres ekstra ressourcer til udvikling af onboardingforløbet.

02 Pre- og onboardingforløbet forventes implementeret i slutningen af 2022.

INITIATIVER I 2022

01 Udarbejdelse af ny politik for den hybride arbejdsplads på TV 2 på baggrund af evaluering af testperioden i 2021 og starten af 2022.

MULIGHED FOR HYBRID ARBEJDSFORM

Skal tilbyde øget fleksiblitet

- Mulighed for hybrid arbejdsform på ad hoc-basis, når det er foreneligt med virksomhedens drift og den enkeltes opgaveløsning.
- Aftales med nærmeste leder.

HYBRID ARBEJDSPLADS PÅ TV 2

I forbindelse med covid-19-pandemien er medarbejdernes behov for og ønske om fleksibilitet i forhold til hybrid arbejdsplads blevet tydeliggjort.

I 2021 søsatte TV 2 et arbejde med at definere, hvordan virksomheden fremover skal arbejde med en øget grad af fleksibilitet omkring arbejdssted, arbejdsstation og måder at mødes på.

Målet med arbejdet er at høste en række erfaringer for derefter at finde modellen for, hvordan TV 2 bedst skaber en hybrid arbejdsplads, hvor der samtidig er fokus på det kreative og tværgående samarbejde, fortsat høj produktivitet og to levende lokationer i Odense og København.

I 2022 gennemføres en evaluering for at afgøre, hvordan den hybride arbejdsplads fremover skal tage sig ud pa TV 2, og en ny politik udarbejdes.

STYRKELSE AF HR OG CORPORATE COMMUNICATION

I takt med at vores ambitionsniveau for TV 2 som arbejdsplads er steget, er der behov for en styrket og mere strategisk forankret HR-organisation til at løfte opgaven fremadrettet.

TV 2 har i 2021 besluttet at reorganisere HR og opbygge en nyoprettet People & Culture-afdeling. Der er udarbejdet en ny HR-strategi. Antallet af medarbejdere i HR øges, så det modsvarer de opgaver, der ligger nu og i fremtiden. Også TV 2s corporate communication styrkes, blandt andet med henblik på øget lederkommunikation og intern kommunikation.

2.3 LIGESTILLING OG MANGFOLDIGHED

TV 2 har et ansvar for både at repræsentere den diversitet, der er i vores programmer, og behandle alle vores egne medarbejdere lige. I 2021 har TV 2 igangsat en lang række initiativer, men vi er langt fra færdige, og dette fokus vil i høj grad følge med ind i 2022 og de kommende år.

I forhold til Erhvervsstyrelsens vejledning om, at kvinder skal udgøre to ud af seks generalforsamlingsvalgte medlemmer, er kønsdiversiteten i TV 2s generalforsamlingsvalgte bestyrelse således tilfredsstillende men lever ikke op til TV 2s egen målsætning om 40 pct. repræsentation af det underrepræsenterede køn.

TV 2 har en politik for bestyrelseskompetencer, som anvendes ved udvælgelse af nye bestyrelsesmedlemmer. Denne er beskrevet i afsnittet Ambitioner og Fremdrift. I TV 2s årsrapport fremgår bestyrelsesmedlemmernes ledelseshverv og deres særlige kompetencer.

Kønsfordelingen i direktionen er – ligesom i 2020 – 50 pct. kvinder og 50 pct. mænd på trods af, at der har været udskiftning i direktionen i 2021.

Direktionen i TV 2 er sammensat ud fra forskellige fagområder.

Som følge af øget tilgang af nye ledere, især inden for det tekniske og digitale område, er sammensætningen blandt lederne ændret, således at andelen af kvinder i 2021 er 38 pct., mens andelen af mænd er 62 pct. I 2020 var andelen i ledergruppen 42 pct. kvinder og 58 pct. mænd.

LIGESTILLING OG MANGFOLDIGHED	2019	2020	2021	MÅL 2025
Kønsdiversitet – andel af det underrepræsenterede køn				
Bestyrelse	33 %	44 %	33 %	40 %
Bestyrelse generalforsamlingsvalgt	50 %	50 %	33 %	40 %
Direktion	33 %	50 %	50 %	40 %
Ledere	38 %	42 %	38 %	40 %
Øvrige medarbejdere	n/a	n/a	43 %	40 %
Samlet for TV 2	**n/a**	**n/a**	**42 %**	**40 %**

TV 2 tilgår målet om ligestilling og mangfoldighed ud fra et mål om andelen af det underrepræsenterede køn. TV 2 har sat som mål, at andelen af det underrepræsenterede køn skal udgøre minimum 40 pct. – baseret på en opgørelse af alle ansatte. I 2021 udgjorde andelen af det underrepræsenterede køn 42 pct., og TV 2 har dermed opfyldt målet. For at understøtte det overordnede mål opgør TV 2 også andelen af det underrepræsenterede køn for henholdsvis bestyrelsen, direktionen, ledelsen og de øvrige medarbejdere.

TV-vært. Melvin Kakooza, indsamlingsshow, Alle Vores Børn.

Blandt alle TV 2s medarbejdere er fordelingen 42 pct. kvinder og 58 pct. mænd, hvilket opfylder TV 2s målsætning.

TV 2s indsats for mangfoldighed har bl.a. fokus på at skabe en arbejdsplads, hvor der rekrutteres bredt i forhold til medarbejdernes kompetencer og uddannelsesbaggrund, og det er forventningen, at TV 2 fremadrettet fortsætter denne udvikling.

Det er også centralt, at medarbejdere på TV 2 kan blive og udvikle sig over mange år.

TV 2 er i fuld gang med at videreudvikle tilgangen til mangfoldighed og afsøger initiativer både internt og eksternt. Med henblik på at undersøge udgangspunktet for det videre arbejde med ligestilling og mangfoldighed i organisationen valgte TV 2 at udvide medarbejdertilfredshedsundersøgelsen, der blev gennemført i oktober 2021, med et modul vedrørende ligestilling og mangfoldighed. Koncernresultaterne viste en høj score og gav et billede af en arbejdsplads, hvor der er plads til alle, men hvor der er også er forskel mellem mænds og kvinders oplevelse af lige muligheder for karriere på TV 2.

Desuden har TV 2 blandt andet samarbejdet med Journalisthøjskolen om at få flere med anden etnisk baggrund til at søge ind på uddannelserne og igangsat en undersøgelse med SDU for at undersøge, hvordan TV 2s nuværende mangfoldighed bliver set udefra. Det er ambitionen, at mangfoldighed i 2022 vil få en klarere retning og formål hos TV 2.

INITIATIVER I 2022

01 Rekruttering af ny direktør for People & Culture i 2022.

02 Opbygning af ny, ressourcestærk HR-afdeling i 2022.

03 Nyansættelser og styrkelse af TV 2s corporate communication i 2022.

LANDETS STØRSTE PRODUCENT AF DANSK KVALITETSINDHOLD VIL VÆRE AMBITIØS PÅ KLIMA OG MILJØ

"TV 2 ønsker at være retningssættende for branchens klimadagsorden. TV 2 ser det som et naturligt ansvar grundet vores størrelse."

Carsten Topholt, finansdirektør TV 2

TV-værterne Puk Elgård og Mikkel Kryger, indsamlingsshow, Danmark Redder Jord.

TV 2 vil bidrage til at beskytte miljøet og mindske den negative påvirkning på klimaet via optimering og nye politikker samt skærpede krav til leverandører, producenter, cloud- og streamingleverandører.

TV 2 ønsker at gøre en reel forskel i det danske samfund. TV 2 spiller en central rolle i klimaindsatsen i den danske mediebranche – både som udleder af CO_2 og som agendasætter i mediebilledet.

Det er TV 2s klare mål at agere ansvarligt på klima- og miljøområdet. TV 2 ønsker at fremme de grønne ambitioner og indsatser i hele den danske mediebranche.

MÅL 2030

-70%

Det er TV 2s ambition at reducere 70 % af TV 2s CO_2-udledning i 2030.

REDUKTION I CO_2-EMISSIONER IFT. 2019
14 % i 2021
30 % relativt til omsætning

MÅL 2025
60 % reduktion sammenlignet med 2019

MÅL 2030
70 % reduktion sammenlignet med 2019

INDEKSERET REDUKTIONSKRAV

Målsætningen på 70 %-reduktion i 2030 er relativt justeret ifht. omsætning

SCOPE 1

omfatter de direkte udledninger, som ejes eller kontrolleres af TV 2.

SCOPE 2

omfatter de indirekte udledninger, som opstår som konsekvens af den elektricitet og fjernvarme, som købes og forbruges af TV 2.

SCOPE 3

omfatter de indirekte udledninger, der repræsenterer alle andre end de nævnte udledninger, som er omfattet af scope 1 og scope 2.

“TV 2 er afhængig af samarbejde med eksterne interessenter for at efterleve vores ambitioner for scope 3-udledninger. Heldigvis er vi alle i samme båd. Alle er løsningsorienterede.”

Carsten Topholt, finansdirektør TV 2

TV 2 tilgår målet om miljø og klima ud fra en opgørelse af TV 2s CO_2-emmissioner. TV 2s baseline er fastsat som regnskabsåret 2019. Målsætningerne for TV 2s reduktion af CO_2-emissioner er sat i henholdsvis 2025 som resten af TV 2s ansvarlighedsstrategi og 2030 som resten af det danske samfund. Opgørelsen af baseline, fastsættelsen af målene samt TV 2s resultater for 2021 er uddybet nedenfor. Til at understøtte opgørelsen og målsætningerne vedrørende CO_2-emission opgør TV 2 også forbruget af vand samt produktionen af affald.

TV 2 har en målsætning om at reducere 70 pct. af sine CO_2-emissioner i 2030 i forhold til en 2019-baseline og 60 pct. i 2025 som delmål.

STREAMING ER EN UDFORDRING FOR GRØNNE AMBITIONER

Den største udfordring i forhold til TV 2s klimaambitioner ligger i højere grad end tidligere i scope 3, fordi vi som virksomhed bliver mere og mere afhængige af eksterne leverandører og producenter.

Stigningen i danskernes streamingforbrug og den teknologiske udvikling generelt gør det ekstra udfordrende at indfri TV 2s klimaambitioner, da flere enheder per husstand, højere videokvalitet og større skærme bidrager til et højere CO_2-aftryk, som TV 2 ikke kan kontrollere.

Derudover bliver TV 2 i stigende grad afhængig af eksterne leverandører af infrastruktur samtidig med, at vi i høj grad benytter eksterne produktionsselskaber til en stor del af vores tv-produktioner, bl.a. TV 2s fiktionsserier og underholdningsformater.

De aktiviteter, TV 2 har direkte indflydelse på som f.eks. vores interne energiforbrug, har vi lagt en klar plan for at få gjort grønne hurtigst muligt og frem mod 2025. Hvad angår de aktiviteter i værdikæden, som vi kun har indirekte indflydelse på, vil vi forvalte vores ansvar og indflydelse mere proaktivt end tidligere.

FN’s VERDENSMÅL

TV 2 bidrager til klimaforandringerne ved at arbejde målrettet på at reducere energiforbrug og CO_2-udledning, og TV 2 vil have et ansvarligt forbrug og produktion.

07

BÆREDYGTIG ENERGI

13

KLIMAINDSATS

12

ANSVARLIGT FORBRUG OG PRODUKTION

Oversvømmelser i det østlige Tyskland, sommeren 2021.

PARTNERSKABER FOR HANDLING ER LØSNINGEN I DET DANSKE PRODUKTIONSMILJØ

Som en af de største indkøbere af produktioner af indhold i Danmark har TV 2 et særligt ansvar for at bidrage til den grønne omstilling. Det forventes, at TV 2 er retningssættende på branchens klimadagsorden. TV 2 ønsker at leve op til forventningen og løfte branchen, og vi ser det som et naturligt ansvar grundet vores størrelse.

TV 2 vil i 2022 skærpe sine krav til både leverandører og producenter og inspirere til partnerskaber i værdikæden, så vi i fællesskab i den danske mediebranche kan løse de udfordringer, vi deler.

TV 2 kan ikke løfte opgaven alene. En stor del af reduktionen i CO_2-emmisioner i danske tv-produktioner vil være drevet af produktionsselskabernes egen adfærd, og mange danske produktionsselskaber har principielt samme muligheder og udfordringer som TV 2 for at reducere deres klimaaftryk på samfundet.

TV 2 ønsker dog at finde de rigtige løsninger i fællesskab, så leverandørerne er i stand til at producere det ønskede indhold. Mange aktører i det danske produktionsmiljø er afhængige af TV 2 som indkøber. Omvendt er TV 2 afhængig af økosystemets forsyningssikkerhed. Gennem styrket samarbejde og vejledning er vi overbevist om, at hele produktionsmiljøet vil lykkes med klimadagsordenen.

VI VIL ENGAGERE DANSKERNE I KLIMAET

TV 2 ser det også som vores ansvar at oplyse og engagere danskerne på klimadagsordenen. TV 2 har derfor et særligt fokus på at formidle viden om klima og miljø igennem TV 2s kanaler og platforme. Det er vores klare mål at blive danskernes foretrukne udbyder af indhold relateret til klima. I 2021 har TV 2 formidlet klimadagsordenen i forskellige formater, bl.a. gennem dokumentarer og indsamlingsshows.

TV 2 ser det som en vigtig opgave at formidle viden om samfundsudfordringer og mærkesager til alle danskere.

OM TV 2s BASELINE

TV 2 har valgt at bruge 2019 som baseline -år frem for 1990, som store dele af samfundets målsætninger er baseret på, hvilket i sig selv løfter ambitionsniveauet for målsætningen. Vedrørende scope 3 udestår et fælles arbejde i branchen med at få defineret scope 3 konsistent og solidt. TV 2 vil deltage aktivt i dette arbejde som et nødvendigt skridt for at reducere branchens samlede aftryk.

TV 2 har opgjort sin samlede CO_2-baseline for 2019 i henhold til retningslinjerne i Greenhouse Gas Protocol (GHG). For en uddybning af dette henvises til afsnittet Rapporteringsmetode side 78.

TV 2s klimaaftryk kendetegner en medievirksomhed, der både har intern produktion, i stort omfang indkøber eksterne produktioner og er i gang med en omfattende digital omstilling.

Det er TV 2s aktuelle vurdering, at det er reduktion af klimaaftrykket fra transport, rejser og hoteller mv., der bliver TV 2s store udfordring. Men bevidstheden om udfordringen er første skridt mod løsningen.

Det klimaaftryk, der finder sted hos eksterne leverandører og producenter, cloud-services og hos medieforbrugerne, vil TV 2 indgå et samarbejde med andre udbydere i mediebranchen om at reducere i samarbejde med sektoren – foruden fokus på reduktion af scope 1 og 2, som TV 2 selv kan påvirke direkte.

TV 2 BASELINE 2019

6.009 t. CO_2e

TV 2s SAMLEDE CO_2e-UDLEDNING 2019-21

● Samlet udledning CO_2e i ton

● Samlet udledning pr. omsætningskrone

INDEKSERET CO_2-BASELINE

INITIATIVER OG MÆRKESAGER

I samarbejde med rådgivere har TV 2 udarbejdet en bruttoliste af tiltag, der kan bidrage til CO_2-reduktionen i forhold til effekt og forventninger.

Dette arbejde har ledt til tre overordnede indsatsområder:

- Overgang til vedvarende energi.
- En mere klimapolitisk rejsepolitik og kost.
- Skærpede krav til leverandører og producenter.

Overgang til vedvarende energi

En mere klimabevidst rejsepolitik og kost

INTERN OPTIMERING OG INTERNE POLITIKKER

- Grøn el
- Energioptimering
- Bilpolitik: Firma- og produktionsbiler
- Etablering af ladestandere
- Rejsepolitik: Hoteller, fly- og togrejser
- Klimavenlig mad i kantinerne

Skærpede krav til leverandører og producenter

CLOUD OG STREAMING

Dataforbrug, leverandørudledning (pct. af device-forbrug).

PRODUKTIONSINDKØB

Branchestandarder, guidelines og krav til klimabevidst produktion.

3.1 OVERGANG TIL VEDVARENDE ENERGI

Overgangen til grøn el forventes at bidrage til langt over halvdelen af TV 2s reduktionsmål. Den resterende reduktion vil primært komme fra mere klimavenlig transport med bil og fly.

Vedrørende el har TV 2 i 2021 forhandlet en ny el-aftale, som er baseret på 100 pct. grøn el. I 2022 køber vi danske grønne certifikater, som dækker TV 2s energibehov 100 pct.. Derudover vil vi i 2022 accelerere arbejdet om indgåelse af såkaldte Power Purchase Agreement (PPA) aftaler.

Området er fortsat umodent, men idéen er, at TV 2 via PPA-aftaler aktivt tilfører ny vedvarende energi til samfundet. Via et samarbejde med f.eks. EnergiFyn arbejder TV 2 på at blive medejer af en solcellepark eller lignende.

Det er målet, at TV 2 i 2023 har indgået PPA-aftaler, som dækker 50 pct. af det samlede elforbrug. Den resterende halvdel dækkes via grønne danske certifikater.

INITIATIVER I 2022

01 TV 2 igangsætter i 2022 analysearbejdet omkring kommende PPA-aftaler. Det er ambitionen, at PPA-aftaler skal dække 50 pct. af TV 2s el-behov i 2023.

50%

3.2 KLIMABEVIDST REJSEPOLITIK OG KOST

STYRKET REJSEPOLITIK

TV 2 styrkede i 2021 sin rejsepolitik for at sikre fælles retningslinjer for alle rejsende og rejsebestillere og minimere de totale rejseomkostninger. Generelt ønsker TV 2, at der i forbindelse med rejser tages klimabevidste valg ved bestilling af fly, hotel og billeje under hensyntagen til, at medarbejdere skal kunne udføre deres arbejdsopgaver på professionel vis.

STRØM PÅ DEN FØRSTE PRODUKTIONSBIL – OG STARTEN HAR VÆRET FLYVENDE

TV 2 har i 2021 lanceret sin første el-produktionsbil. Det er sket efter et grundigt forarbejde med at finde de mest velegnede produktionsbiler, der kan løse TV 2s transportbehov, og som kan levere tilfredsstillende rækkevidde, ladetid, lasteevne mv.

TV 2s første el-produktionsbil kom efter ombygning og nyindretning i drift i de københavnske gader i december 2021. Starten er på mange måder gået godt, og bilen skal herefter løbende stresstestes med længere ture og mere krævende opgaver. Sigtet er at indsamle værdifulde erfaringer forud for kommende investeringer i produktionsbiler.

Parallelt med, at TV 2 sigter mod løbende at udskifte flåden af produktionsbiler til el-biler, arbejder vi på at etablere flere ladestandere både på TV 2s faciliteter på Kvægtorvet og Teglholmen samt hos TV 2s væsentligste produktionssteder, når vi er i marken – f.eks. sportsanlæg mv.

TV 2s KLIMABEVIDSTE KANTINER

TV 2 har igennem samarbejde med leverandøren til TV 2s kantiner igangsat en plan for ændringer i kantinerne, hvor der tilstræbes 15 pct. reduktion af CO_2-aftryk i 2022. Reduktionen vil primært komme fra et reduceret kødforbrug i TV 2s kantiner.

TV 2 har i 2021 besluttet, at kantiner på Kvægtorvet og på Teglholmen skal gå fra én kødfri dag om ugen i 2022 til 1,5 kødfri dag om ugen. Arbejdet med implementering af kostplaner er i gang, og det forventes, at ordningen er udrullet i midten af 2022.

TV 2s første el-produktionsbil.

INITIATIVER I 2022

01 TV 2 igangsætter i 2022 forankring af TV 2s rejsepolitik i intern produktion, herunder TV 2 Nyhederne og TV 2 Sport.

02 TV 2 har den første produktionsbil på el i drift. Projektet karakteriseres fortsat som en testcase. I 2022 evalueres projektet, og der lægges en strategi for den videre overgang til produktionsbil på el og ladestandere.

03 TV 2 har i 2021 besluttet, at kantinerne på Kvægtorvet og på Teglholmen skal gå fra 1 kødfri dag om ugen til 1,5 kødfri dag om ugen. Arbejdet med implementering af kostplaner er i gang, og det forventes, at ordningen er udrullet i midten af 2022.

3.3 SKÆRPEDE KRAV TIL LEVERANDØRER OG PRODUCENTER

STREAMING OG CLOUD

Internationale cloud-løsninger står i dag for meget af den data- og serverkapacitet, som TV 2 selv havde internt tidligere. På dette punkt er hele branchen i samme båd. TV 2 har en størrelse, som gør det muligt at påvirke nogle af leverandørerne. Det er vores indtryk, at leverandørerne også oftest er ambitiøse i deres egne klimaambitioner. Mediebranchen er dog en forholdsvis lille branche i stor udvikling, og TV 2 har derfor begrænsede alternativer og derved også begrænset forhandlingskraft. Den tekniske kvalitet afspejler den kvalitet, TV 2 kan tilbyde kunderne. Derfor vil TV 2 fortsat samarbejde med markedets bedste leverandører om mere klimavenlige løsninger.

TV 2s teknologi kan opdeles i tre grupper:

1. Teknologien, der understøtter distribution af indhold til brugerne: TV 2 PLAY, TV2.DK og apps.

2. Teknologien, der understøtter TV 2s medieproduktion: studier med kameraer og lyd, sendevogne, kameraer og lyd i marken osv.

3. TV 2s generelle forretningssystemer: fra administrativt standard-software til specialiseret software, der understøtter planlægning, arkiv, redigering, publicering osv.

For alle tre grupper gælder, at TV 2 – ligesom andre medieselskaber – i vidt omfang er i færd med at udskifte interne løsninger, der er placeret på TV 2s matrikel, til eksterne service- og cloud-løsninger. Dette indebærer, at en væsentlig andel af det el-forbrug, som TV 2 har indirekte indflydelse på, forbruges hos TV 2s leverandører.

TV 2 har mange leverandører. De største og mest forretningskritiske er internationale leverandører. Dette betyder, at når TV 2 vokser i omsætning, antal brugere og

INITIATIVER I 2022

I 2022 igangsættes handlingsplan for udvikling og forankring af ansvarlig indkøbspolitik, herunder TV 2s forventninger til eksterne leverandører og producenter om CO2-reduktion med videre.

Instruktør Lone Scherfig og skuespiller Sofie Gråbøl, optagelse af fiktionsserien Ellas Vagt. GREEN FILM-certificeret.

tidsforbrug på TV 2 PLAY, medfører det et øget forbrug af data hos TV 2s eksterne leverandører. På grund af teknologiforspring, driftssikkerhed og det faktum, at medieteknologi udgør mindre markeder, har TV 2 ligesom andre medieaktører ikke realistiske alternativer til leverandørerne.

At afbryde leverandørsamarbejder er en kortsigtet udvej og ikke altid det mest bæredygtige. I stedet for skal TV 2 indlede en konstruktiv og langsigtet dialog med sine leverandører og producenter.

I forbindelse med væksten i streamingstjenesten TV 2 PLAY har TV 2 i de seneste år i stigende grad outsourcet. Dette gælder for både video og indhold, data (inkl. marketing-tech), reklame og kundehåndtering. Outsourcingen gør de eksterne leverandørers rolle endnu vigtigere, og det vil

fortsætte fremover. Det betyder, at TV 2 vil have mange eksterne kilder, hvorfra der skal hentes og behandles CO_2-data i scope 3. Indsamling af data er en udfordring, da data ikke nødvendigvis er sammenlignelig.

I 2021 har TV 2 kontaktet de største leverandører og indsamlet data. I 2022 vil TV 2 fortsætte med at kortlægge muligheder for samarbejder med leverandører og forbedre processerne for dataindsamling og behandling. I første omgang er det en prioritet at kunne modtage sammenlignelig data fra leverandører.

PARTNER I BÆREDYGTIG FILM OG TV-PRODUKTION (BFTP)

TV 2 har i 2021 været aktiv partner i branchesamarbejdet Bæredygtig Film og TV-Produktion (BFTP), der er initieret af Vision Danmark. Samarbejdet handler i første omgang om at skabe enighed om målsætningen om, at branchen kan leve op til målene i Parisaftalen.

Derudover kan de samarbejdende aktører udveksle erfaringer om, hvad de væsentligste barrierer og udfordringer er for at nå disse mål.

Med Bæredygtig Film og TV-Produktion har branchen organiseret sig med det fælles formål at gøre dansk film- og tv-produktion grøn. I 2021 udgav alliancen en rapport og en håndbog om klimaudfordringerne i produktionsmiljøet samt Green Film – en international certificeringsordning udviklet af Trentino Film kommissionen i Italien.

Green Film er et gennemprøvet og simpelt certificeringssystem med klare retningslinjer og dokumentationskrav. Certificeringen sikrer stor troværdighed igennem ekstern audit hos veletablerede certificeringsvirksomheder som f.eks. Bureau Veritas, der allerede opererer i Danmark.

På baggrund heraf har TV 2 som ambition, at branchen i 2022 udarbejder en fælles plan for at blive klimaneutral, og at alle producenter bliver bekendt med Green Film-certificeringen.

"TV 2 har været en vigtig medspiller i udarbejdelsen af den rapport og håndbog – Green Film – som er blandt de første initiativer til at understøtte en ambitiøs grøn omstilling, hvor det ikke alene er op til den enkelte producent at finde hoved og hale i, hvad det vil sige at producere bæredygtigt.

I vores arbejde går hensynet til dansk indhold, arbejdspladser og konkurrenceevne hånd i hånd med hensynet til miljø og klima, og TV 2 har allerede taget et af de første grønne skridt i forbindelse med produktionen af Lone Scherfigs kommende fiktionsserie til kanalen."

Caroline Gjerulff, projektleder på BFTP i Vision Denmark

AMBITIONER OG FREMDRIFT

"Med denne ansvarlighedsrapport har TV 2 taget endnu et skridt på rejsen i forhold til at belyse og dokumentere TV 2s aftryk på og relationer til omgivelserne. Parallelt med at initiativerne udfoldes, og dilemmaerne bliver mere oplyste, vil TV 2 bestræbe sig på en mere udførlig proces for nødvendig omhu og kvalificering af data. Og gerne i samarbejde med resten af mediebranchen."

Carsten Topholt, finansdirektør TV 2

1.0 PROGRAMVIRKSOMHED

TEMA	GENNEMSLAGSKRAFT • Se side 22	DANSK KVALITETSINDHOLD • Se side 24	PUBLICISTISK ANSVAR • Se side 25
FN's Verdensmål	16	16	16
ESG	Governance	Governance	Governance
TV 2s ambition	TV 2 vil opleves som troværdig og har som ambition at nå – og være relevant for – alle danskere.	TV 2 skal fortsat tilbyde et mangfoldigt indholdsudbud med særligt fokus på dansk kvalitetsindhold, der skal sikre oplysning og sætte dagsordener, som engagerer danskerne.	TV 2 er en uafhængig og selvstændig medievirksomhed, der arbejder ud fra et publicistisk udgangspunkt, og som i sin journalistik er fri af partipolitiske, organisatoriske og kommercielle bindinger. Den uafhængige rolle skal sammen med etiske retningslinjer og høje journalistike standarder bidrage til, at TV 2 er en ansvarlig, troværdig og åben institution, som engagerer danskerne i udvikling af demokratiet.
TV 2s målsætninger Måltal 2025	Fastholde høj gennemslagskraft	**Fastholde høj volumen** (Danske programmer) **God kvalitet danske programmer** Top 2	Troværdighed: Top 3 (blandt danske medier) Eje dagsordener: > 50 %
Resultat 2021	Gennemslagskraft: 85% (på tværs af tjenester foruden SoMe)	**Høj volumen** TV 2s hovedkanal: 76 % TV 2 PLAY: 83 % **God kvalitet** TV 2s hovedkanal: 51 % – Top 2 TV 2 PLAY: 43 % – Top 2	Troværdighed: 52 % (tjenester med nyhedsindhold) Eje dagsordener: 1/10
Baseline 2019	Gennemslagskraft: 82 % (på tværs af tjenester foruden SoMe)	**Høj volumen** TV 2s hovedkanal: 73 % TV 2 PLAY: 74 % **God kvalitet** TV 2s hovedkanal: 55 % – Top 2 TV 2 PLAY: 31 %– Top 2	Troværdighed: 50 % (tjenester med nyhedsindhold) Eje dagsordener: 3/10

TEMA	GENNEMSLAGSKRAFT • Se side 22	DANSK KVALITETSINDHOLD • Se side 24	PUBLICISTISK ANSVAR • Se side 25
Aktiviteter 2021	TV 2 skal nå alle danskere i alle dele af landet for at øge sin gennemslagskraft. TV 2 Regionerne rykker derfor ind på TV 2 PLAY med en fuldbyrdet integration. I 2021 blev samarbejdet igangsat med 'Kommunalvalget 21', hvor mere end 100 udsendelser fra TV 2 Regionerne lå tilgængeligt for alle TV 2 PLAYs brugere.	TV 2 bidrager til kapacitetsopbygning og talentudvikling af den danske produktionsbranche, så branchen fortsat kan udvikle og producere dansk kvalitetsindhold. TV 2 har i kraft af sin entreprisemodel et tæt samarbejde med produktionsmiljøet i Danmark og vil på den baggrund styrke samarbejdet med produktionsselskaberne om forebyggelse og håndtering af krænkende handlinger.	TV 2s bestyrelse og direktion har vedtaget etiske retningslinjer for hele koncernen, der er udmøntet i journalistisk etiske regler for TV 2. Der er endvidere udarbejdet detaljerede retningslinjer for produktion af dokumentarudsendelser. TV 2 indledte i 2021 arbejdet med en ny nyhedsstrategi.
Initiativer 2022	TV 2 vil i 2022 styrke sin regionale gennemslagskraft ved at 1. Etablere TV 2 Regionernes egne undersider på TV 2 PLAY. 2. Afsøge mulighederne og behovet for integration af TV 2 Regionernes livekanaler. 3. Igangsætte et nyetableret indholdssamarbejde på tværs af TV 2 Regionerne og TV 2, der sikrer, at vi går sammen om at løfte de vigtigste fælles dagsordener i vores demokrati.	TV 2 vil i 2022 styrke dansk kvalitetsindhold ved at 1. Øge produktionsselskabernes kendskab til TV 2s politik om forebyggelse og håndtering af krænkende handlinger, bl.a. via et branchetræf under overskriften Sund Arbejdskultur. 2. Udarbejde en strategi for, hvordan TV 2 bedst kan bidrage til at løse fiktionsbranchens udfordringer. Der skal skabes uddannelser, der passer til branchens behov.	TV 2 vil i 2022 styrke sit publicistiske ansvar ved at 1. Færdiggøre og implementere TV 2s nyhedsstrategi. 2. Indgå i et strategisk samarbejde med Syddansk Universitet (SDU) under overskriften 'Artificial intelligence in the Newsroom'. Projektet handler om, hvordan kunstig intelligens påvirker nyhedsdækningen og sætter nye rammer for troværdig journalistik. TV 2 deltager i projektet frem til 2024. 3. Fortsætte dialogen om strategiske partnerskaber om mærkesager og initiativer i sendefladen.

TEMA	GENNEMSLAGSKRAFT • Se side 22	DANSK KVALITETSINDHOLD • Se side 24	PUBLICISTISK ANSVAR • Se side 25
Politikker Tilhørsforhold i årsregnskabslovens § 99a, § 99b, § 99d og § 107d. Tilhørende politikker, retningslinjer mv.	Etik **Koncernstrategi: TV 2 PLAY til alle (2025)** **1) Formål** For at fremtidssikre sin public service-position skal TV 2 som ambition have en nettoudbredelse på mellem 75-80 pct., ligesom TV 2 skal kunne levere en årlig vækst i den samlede omsætning. **2) Udmøntning** Hvis TV 2 skal have den nødvendige nettoudbredelse på mellem 75-80 pct. i 2025, skal TV 2 PLAY have ca. 1,3 millioner abonnementer i 2025. **3) Opfølgning** Målet om 1,3 millioner abonnementer i 2025 er en forudsætning for, at TV 2 kan fortsætte med at producere kvalitetsindhold og samtidig investere i TV 2 PLAY. I løbet af de næste år vil det være svært for TV 2 at fastholde den høje gennemslagskraft og sin public service-position, hvis ikke TV 2 formår at få en højere markedsandel på streaming. Sanktioner forefindes ikke direkte. Fortsættes på næste side.	Etik **Koncernstrategi: TV 2 PLAY til alle (2025)** **1) Formål** Strategien 2025 “TV 2 PLAY til alle” har to nye, overordnede forudsætninger: Målgruppen ændres til 3 år+, og TV 2 PLAY har ambition om at oplyse, samle og engagere danskerne gennem TV 2s indhold. Tjenesten er med sit danske kvalitetsindhold mere public service end de nationale og internationale kommercielle konkurrenter og samtidig mere kommerciel end DRTV og skal udnytte det kommercielle spillerum, bl.a. gennem strategiske indholdspartnerskaber. **2) Udmøntning** TV 2 PLAYs styrkepositioner skal udbygges i den kommende periode. Ambitionen for dansk fiktion er en fordobling frem mod 2025. Der vil være et særligt blik på den unge målguppe, de 20-30-årige (R25). Den indholdsstrategiske retning ændres fra mindre, lav budgetproduktioner og korte formater til markante indholdstilbud. TV 2 PLAY-produktioner opjusteres til cirka syv årlige titler inden for reality og reportage. **3) Opfølgning** Der findes ikke en direkte form for sanktion, hvis TV 2 ikke når de i strategien fastsatte mål. Fortsættes på næste side.	Arbejdstagerrettigheder og menneskerettigheder Etik og antikorruption **Politik for dataetik (2022) § 99 d** **1) Formål** I takt med den generelt stigende digitalisering af samfundet bliver personoplysninger og data i stigende grad behandlet og opbevaret digitalt, hvilket stiller store krav til virksomheder og deres ansattes evne til at håndtere data. TV 2s politik for dataetik skal ses som et supplement til den til enhver tid gældende lovgivning indenfor arbejdet med data, herunder også EU’s persondataforordning GDPR (General Data Protection Regulation), som trådte i kraft i 2018. I udarbejdelsen af politik for dataetik tager TV 2 afsat i Dataetisk Råds definition af dataetik: “Dataetik forstås overordnet som den etiske dimension af forholdet mellem på den ene side teknologi og på den anden side borgernes grundlæggende rettigheder, retssikkerhed og grundlæggende samfundsmæssige værdier, som den teknologiske udvikling giver anledning til at overveje. Begrebet omfatter etiske problemstillinger ved anvendelsen af data.” TV 2s politik for dataetik har til formål at tydeliggøre, hvordan TV 2 arbejder med dataetik og dataanvendelse samt satte en ramme for den dataetiske adfærd, som TV 2 tilstræber ved yderligere digitalisering. Politikken indeholder TV 2s overordnede mål og principper for dataetik samt metoder og processer til opnåelse af målene. Ligeledes er der i politik for dataetik fastlagt roller og ansvar. Politikken om dataetik finder anvendelse i hele koncernen og forpligter samtlige ansatte, ligesom den gælder i samtlige aspekter, hvor TV 2 behandler data. Fortsættes på næste side.

TEMA	GENNEMSLAGSKRAFT • Se side 22	DANSK KVALITETSINDHOLD • Se side 24	PUBLICISTISK ANSVAR • Se side 25
Politikker	**Public service-forpligtelser (2019-2023)** **1) Formål** Ifølge TV 2s public service-tilladelse skal TV 2s hovedkanal have et bredt udbud af programmer omfattende nyhedsformidling, sport, oplysning, kunst og underholdning. Der skal i udbuddet tilstræbes kvalitet, alsidighed og mangfoldighed. **2) Udmøntning** TV 2 udarbejder på årlig basis en public servicerede-gørelse, som skal godkendes af Kulturministeriet. Denne redegørelse gennemgår, hvorvidt TV 2 opfyl-der aftalen. **3) Opfølgning** I public service-aftalen mellem TV 2 og Kulturministe-riet (bilag 2) fastsætter parterne retningslinjerne for, hvilke vilkår i tilladelsen til TV 2 DANMARK A/S der i tilfælde af tilsidesættelse kan udløse en økonomisk bod.	**Public service-forpligtelser (2019-2023)** **1) Formål** TV 2 skal tilbyde en bred samfundsmæssig dækning af Danmark og afspejle den mangfoldighed af kultur, livsopfattelse og levevilkår, der er i de forskellige dele af landet. Udsendelsesvirksomheden skal sikre befolk-ningen adgang til væsentlig samfundsinformation og debat. I udsendelsesvirksomheden skal der lægges særlig vægt på dansk sprog og dansk kultur. **2) Udmøntning** TV 2 udarbejder på årlig basis en public servicerede-gørelse, som skal godkendes af Kulturministeriet. Denne redegørelse gennemgår, hvorvidt TV 2 har levet op til aftalens rammer. Der skal årligt som mini-mum sendes 42 timers dansk dramatik på TV 2. **3) Opfølgning** I public service-aftalen mellem TV 2 og Kulturministe-riet (bilag 2) fastsætter parterne retningslinjerne for, hvilke vilkår i tilladelsen til TV 2 DANMARK A/S der i tilfælde af tilsidesættelse kan udløse en økonomisk bod.	**2) Udmøntning** TV 2s politik for dataetik indeholder beskrivelse af den konkrete tilgang til god dataetik og de gældende principper for, hvordan TV 2 etisk korrekt, ansvarligt og gennemsigtigt indsamler, behandler, bruger, deler og sletter data. Politikken for dataetik understøtter selskabets forretningsmodel, værdigrundlag og vision. TV 2 har 4 grundlæggende dataetiske principper; • Rimelighed. Behandling af data skal ske med udgangspunkt i de grundlæggende hensyn til samfund og demokrati og TV 2s rolle heri. Formålet med behandlingen af data skal være rimeligt. • Gennemsigtighed. Behandling af data skal ske ud fra et princip om størst mulig transparens f.eks. for brugeren af TV 2s medieplatforme. • Selvbestemmelse. TV 2 prioriterer, at f.eks. brugerne af TV 2s medieplatforme opnår størst mulig kontrol med egne data. • Ansvarlighed. TV 2s behandling af data skal ske med respekt for grundlæggende frihedsrettigheder i et demokratisk samfund. TV 2s politik for dataetik for programområdet er operationaliseret gennem interne retningslinjer og forretningsgange. Specifikt for dataetik i forbindelse med programproduktion og journalistik på TV 2 hen-vises til afsnittet nedenfor "TV 2s etiske retningslinjer – Programetiske værdier og journalistisk etik". **3) Opfølgning** TV 2s politik for dataetik udarbejdes og ajourføres mindst en gang årligt og godkendes af direktion og bestyrelse. Det daglige arbejde med dataetik foregår i de relevante afdelinger. Fortsættes på næste side.

TEMA	GENNEMSLAGSKRAFT • Se side 22	DANSK KVALITETSINDHOLD • Se side 24	PUBLICISTISK ANSVAR • Se side 25
Politikker			**TV 2s etiske retningslinjer – Programetiske værdier og journalistisk etik (2021)** **1) Formål** TV 2 er en uafhængig og selvstændig medievirksomhed, som arbejder ud fra et publicistisk udgangspunkt. TV 2s programmer og artikler skal være troværdige, fair og redelige. TV 2 er i sin journalistik fri af partipolitiske, organisatoriske og kommercielle bindinger. Det gælder også i sager, hvor TV 2 er rettighedshaver. TV 2s programmer og artikler må ikke tilskynde til had. TV 2 tager særlige hensyn til børn. **2) Udmøntning** TV 2s bestyrelse og direktion har vedtaget etiske retningslinjer for hele koncernen, der er udmøntet i journalistisk etiske regler for TV 2. Der er endvidere udarbejdet detaljerede retningslinjer for produktion af dokumentarudsendelser. **3) Opfølgning** TV 2 følger dansk lovgivning og holder sig inden for de rammer, som medieansvarsloven, Pressenævnet og reklamelovgivningen udstikker. Det er alle medarbejderes og eksterne producenters pligt at kende TV 2s etik – og efterleve den i alle produktioner. Politik om etiske retningslinjer – Programetiske værdier og journalistisk etik opdateres årligt og godkendes af bestyrelsen. Politikken offentliggøres på TV 2s hjemmeside **Whistleblowerordning (2020) § 99 a** **1) Formål** TV 2 har en whistleblowerordning for TV 2s medarbejdere, ledelsesmedlemmer, samarbejdspartnere og andre personer med tilknytning til TV 2. Whistleblowerordningen har til formål at sikre, at en uvildig og uafhængig part modtager og håndterer information om evt. uregelmæssigheder og lovovertrædelser udenom TV 2s sædvanlige systemer og kanaler. Fortsættes på næste side.

TEMA	GENNEMSLAGSKRAFT • Se side 22	DANSK KVALITETSINDHOLD • Se side 24	PUBLICISTISK ANSVAR • Se side 25
Politikker			**2) Udmøntning** Medarbejdere og ledelsesmedlemmer i TV 2 samt samarbejdspartnere og øvrige personer med tilknytning til TV 2 kan foretage indberetninger til TV 2s whistleblowerordning. Der kan indberettes oplysninger om: a) Alvorlige lovovertrædelser eller øvrige alvorlige forhold, herunder: Strafbare forhold, f.eks. misbrug af økonomiske midler, tyveri, bedrageri og bestikkelse mv., krænkende adfærd, alvorlige overtrædelser af lovbestemmelser, sexchikane, vold, grove overtrædelser af tavshedspligt, interne regler og manglende efterlevelse af juridiske forpligtelser. b) Overtrædelser af EU-regler, som oplistet i artikel 2 i EUs whistleblowerdirektiv. **3) Opfølgning** Indberetninger behandles af HR.

2.0 ARBEJDSPLADS

TEMA	FAIR VILKÅR • Se side 39	MENINGSFYLDT ARBEJDE • Se side 42	LIGESTILLING OG MANGFOLDIGHED • Se side 45
FN's Verdensmål	5, 8	5, 8	5
ESG	Social	Social	Social
TV 2s ambition	TV 2 vil have fair og ordnede ansættelsesforhold og -vilkår. TV 2 tager ansvar for ordentlige vilkår og bidrager med anstændige arbejdspladser og værditilvækst.	TV 2 vil kunne tilbyde den enkelte et meningsfyldt arbejde med et klart formål.	TV 2 vil sikre tolerance for individet og plads til forskellighed. TV 2 arbejder desuden for ligestilling mellem kønnene og for at sikre lige rettigheder og muligheder.
TV 2s målsætninger Måltal 2025	Arbejdsglæde blandt TV 2s medarbejdere. Top In Class mål: 77 Medarbejderomsætning mellem 10-15 %		Mål om minimum 40 % af det underrepræsenterede køn frem mod 2025 på alle niveauer i organisationen.
Resultat 2021	Arbejdsglæde: 75 Medarbejderomsætning: 10 %		Bestyrelse: 33 % Direktion 50 % Ledere 38 % Øvrige medarbejdere 43 % TV 2 total 42 %
Baseline 2019	Arbejdsglæde: 79 Medarbejderomsætning: 7,4 %		Bestyrelse: 33 % Direktion 33 % Ledere 38 % Øvrige medarbejdere n/a TV 2 total n/a
Aktiviteter 2021	TV 2 har iværksat en række initiativer, bl.a. en ny politik for forebyggelse og håndtering af krænkende handlinger og et kursus i håndtering og forebyggelse af krænkende handlinger målrettet alle ledere. TV 2 påbegyndte desuden udviklingen af to digitale e-læringkurser til henholdsvis medarbejdere og ledere vedrørende forebyggelse og håndtering af krænkende handlinger. Fortsættes på næste side.	TV 2 ønsker, at alle nye ansatte skal have en god og tryg start på TV 2. I 2021 påbegyndtes arbejdet med udviklingen af et nyt onboardingforløb. Fortsættes på næste side.	TV 2 har konsekvent lønregulering ved barsel. Fortsættes på næste side.

TEMA	FAIR VILKÅR • Se side 39	MENINGSFYLDT ARBEJDE • Se side 42	LIGESTILLING OG MANGFOLDIGHED • Se side 45
Initiativer 2022	TV 2 vil i 2022 styrke arbejdsglæden og sænke medarbejderomsætningen ved at 1. Afholde kurser med tillidsrepræsentanter og medarbejderrepræsentanter, praktikantvejledere/FTP-vejledere samt 'ledere på dagen'. Derudover arbejdes der med særskilte initiativer i enkelte afdelinger. 2. Sikre, at alle TV 2s ledere afvikler et dialogmøde vedrørende politik for krænkende handlinger med medarbejderne i de respektive teams. Dialogmøderne gentages herefter årligt eller efter behov. 3. Gennemføre digitale e-læringskurser for alle nuværende medarbejdere vedrørende forebyggelse og håndtering af krænkende handlinger for alle nuværende medarbejdere. 4. Færdigudvikle og implementere to digitale e-læringskurser (ét til nyansatte medarbejdere og ét til ledere) vedrørende forebyggelse og håndtering af krænkende handlinger i organisationen. 5. Afholde et opsamlingskursus i forebyggelse af krænkende handlinger for nuværende ledere, som ikke har deltaget på kurset (udskudt fra 2021 pga. corona). 6. Revidere TV 2s politik for parforhold og nære relationer. 7. Lade coronasekretariatet overgå til at være en rådgivende funktion for især TV 2s ledere i forventning om, at corona vil fylde mindre i TV 2s hverdag, og at de sidste restriktioner løbende udfases. 8. Holde fortsat fokus på smitteforebyggelse og -håndtering af corona i takt med udviklingen i samfundet samt myndighedernes håndtering og anbefalinger. 9. Evaluere medarbejdernes oplevelse af TV 2s evne til at håndtere og forebygge coronasmitte i mini-MTU 2022.	TV 2 vil i 2022 styrke arbejdsglæden og sænke medarbejderomsætningen ved at 1. Færdigudvikle ledelsesgrundlag og afholde kickoff af ledelsesseminar for TV 2s ledergruppe. 2. Implementere ledelsesgrundlaget via tre workshops. 3. Tilføre ekstra ressourcer til udvikling af onboardingforløbet. 4. Færdigudvikle og implementere onboardingforløbet. 5. Udarbejde en ny politik for den hybride arbejdsplads på TV 2 på baggrund af indsamling af erfaringer med de i testperioden opsatte rammer, regler og muligheder samt evalueringen heraf.	TV 2 vil i 2022: 1. Rekruttere en ny direktør for People & Culture. 2. Opbygge en ny, ressourcestærk HR-afdeling. 3. Styrke TV 2s corporate communication via nyansættelser.

TEMA	FAIR VILKÅR • Se side 39	MENINGSFYLDT ARBEJDE • Se side 42	LIGESTILLING OG MANGFOLDIGHED • Se side 45
Politikker Tilhørsforhold i årsregnskabslovens § 99a, § 99b, § 99d og § 107d. Tilhørende politikker, retningslinjer mv.	Arbejdstagerrettigheder og menneskerettigheder Etik **Personalehåndbog (2021)** **1) Formål** TV 2s personalehåndbog samler virksomhedens personalepolitik, interne procedurer, retningslinjer og forskellige tilbud til medarbejderne. Personalehåndbogen beskriver den adfærd, som medarbejdere skal følge i hverdagen på TV 2, og indeholder råd og vejledning til, hvordan forskellige situationer kan håndteres. **2) Udmøntning** Personalehåndbogen skal ses i sammenhæng med og som supplement til gældende lovgivning og overenskomster samt evt. særlige aftaler i de enkelte afdelinger. TV 2s personalehåndbog er et dynamisk værktøj, der løbende opdateres af TV 2 HR, efterhånden som nye forhold og behov opstår. Personalepolitikken afspejler og understøtter TV 2s strategiske mål, vision og mission. Den gælder for alle ansatte i TV 2-koncernen. Personalepolitikken har tre holdepunkter: 1. Kommunikation, kultur og samarbejde 2. Faglig og personlig udvikling 3. Arbejdsmiljø og trivsel **3) Opfølgning** Alle medarbejdere har en forpligtelse til at efterleve samtlige regler og retningslinjer i TV 2s personalehåndbog. Overtrædelse kan, afhængig af omfang, grovhed og eventuelle gentagelser, medføre påtale, advarsel, opsigelse eller bortvisning. Fortsættes på næste side.	Arbejdstagerrettigheder og menneskerettigheder **TV 2s principper for god ledelse (2021) § 99 a** **1) Formål** TV 2 lægger vægt på at skabe et sundt, sjovt og resultatorienteret arbejdsmiljø, hvor medarbejdere og ledere kan tale frit om, hvordan de trives i arbejdslivet og om såvel fysiske som psykiske vilkår i hverdagen. Jobbet på TV 2 er kun en del af livet, og vi finder det naturligt, at der er balance mellem arbejdsliv og privatliv. **2) Udmøntning** TV 2 udbyder løbende et lederprogram målrettet nye ledere med personaleansvar. Lederprogrammet udfordrer og udvikler TV 2s ledere og har fokus på, at lederne opnår øget indsigt i egne styrker, potentialer og udviklingsområder. Programmet strækker sig over cirka otte måneder. Foruden ledelsesprogrammet tilbydes også træning i forebyggelse og håndtering af krænkende handlinger og feedback som læringsværktøj. **3) Opfølgning** Sanktioner indebærer, at brud på god ledelse kan føre til advarsler, henstillinger og i sidste instans afskedigelse grundet brud på principper for god ledelse.	Kønsdiversitet og mangfoldighed **Retningslinjer for mangfoldighed (2021) § 99 b og § 107 d** **1) Formål** TV 2 ønsker mangfoldighed blandt alle medarbejdere, herunder en balanceret kønsfordeling i bestyrelsen, direktionen, ledergruppen og blandt medarbejderne. **2) Udmøntning** Det er TV 2s målsætning, at andelen af det underrepræsenterede køn skal udgøre minimum 40 pct. opgjort på det enkelte niveau. For at sikre mangfoldighed og fremme en balanceret kønsfordeling har TV 2 bl.a. følgende initiativer: a. Tiltrækning og rekruttering: TV 2 er en kompetencedrevet virksomhed og lægger til enhver tid vægt på at sikre de bedst egnede kandidater i forhold til kravene til stillingen, når positioner skal besættes. Der skal som udgangspunkt gøres brug af offentlig annoncering af ledige stillinger, medmindre særlige hensyn taler herimod. I tilfælde, hvor der identificeres flere lige kvalificerede ansøgere af forskelligt køn, skal en person af det køn, som er underrepræsenteret i selskabet, vælges. Fortsættes på næste side.

TEMA	FAIR VILKÅR • Se side 39	MENINGSFYLDT ARBEJDE • Se side 42	LIGESTILLING OG MANGFOLDIGHED • Se side 45
Politikker	**Politik for og træning i håndtering og forebyggelse af krænkende handlinger, herunder mobning og seksuel chikane (2021)** **1) Formål** Formålet med denne politik er at forebygge og beskytte den enkelte TV 2-ansatte mod krænkende handlinger, herunder mobning og seksuel chikane, på arbejdspladsen og i sammenhænge, der har relation til arbejdet. **2) Udmøntning** For at sikre løbende opmærksomhed på at skabe et attraktivt og sundt arbejdsmiljø, hvor krænkende handlinger ikke tolereres og i videst muligt omfang forhindres, men håndteres korrekt, hvis de måtte forekomme, har TV 2 iværksat følgende indsatser: • Formulering af vision for samarbejdskulturen og for, hvad der skal definere TV 2 som arbejdsplads. Der er samtidig iværksat et kulturarbejde på tværs af koncernen, der har til formål at skabe en kulturændring, der kan understøtte den ønskede samarbejdskultur og arbejdspladsprofil på TV 2. Desuden har udvalgte afdelinger som led i kulturændringen tilknyttet ekstern ekspertbistand. • Etablering af kurser for ledere, tillidsrepræsentanter, arbejdsmiljørepræsentanter og praktikantansvarlige, så det sikres, at de er klædt på med viden om krænkende handlinger, TV 2s politik og retningslinjer, arbejdspladskultur samt forebyggelse og håndtering af krænkende adfærd, herunder særligt opbygning af psykologisk tryghed. Dette sker i samarbejde med en ekspert i arbejdspladskultur og -miljø. • Udvikling og implementering af nyt ledelsesgrundlag, der definerer, hvad det indebærer at være leder på TV 2, herunder ledelsens ansvar i forbindelse med krænkende handlinger. Fortsættes på næste side.		b. Fastholdelse og udvikling: For at styrke ledelseskraften og ledernes karrieremuligheder og for at sikre TV 2 den nødvendige tilgang ved intern rekruttering til øvre ledelsesniveauer, tilbydes alle ledere, uanset køn, adgang til målrettede udviklingsaktiviteter, bl.a. i form af et internt lederudviklingsprogram. c. Talentudvikling: Med henblik på at udvikle og udnytte talentmassen i TV 2 gennemføres Talentprogrammer, der forbereder og styrker talenterne til at varetage et udvidet (ledelses-)ansvar på sigt. Udvælgelseskriterierne til Talentprogrammet beror blandt andet på, at begge køn er godt repræsenteret. **3) Opfølgning** Initiativerne vil løbende blive evalueret og justeret efter behov. Nærværende politik ajourføres ved væsentlige ændringer heri. Status på kønsfordelingen i selskabet offentliggøres hvert år i nærværende rapport og vil være tilgængelig på TV 2s koncernsite omtv2.tv2.dk. **Politik om Bestyrelseskompetencer (2021) § 107d** **1) Formål** TV 2s politik for bestyrelseskompetencer har til formål at tydeliggøre, hvordan TV 2 arbejder med bestyrelsessammensætning. Politikken skal sikre, at bestyrelsen kollektivt har den rette kompetenceprofil for at sikre hensynet til langsigtet værdiskabelse og evt. øvrige målsætninger, som TV 2 måtte have. Bestyrelsen vil være mere kompetent, hvis repræsentation af forskelligheder i blandt andet køn, alder, faglige kompetencer, branchekendskab, ledelses- og bestyrelseserfaring mm. er til stede. Den danske stat er eneaktionær i TV 2 og repræsenteret ved Kulturministeriet, som udpeger TV 2s bestyrelsesmedlemmer. Fortsættes på næste side.

TEMA	FAIR VILKÅR • Se side 39	MENINGSFYLDT ARBEJDE • Se side 42	LIGESTILLING OG MANGFOLDIGHED • Se side 45
Politikker	• Udvikling og implementering af digitalt onboarding-program, som ved ansættelsesstart skal introducere nye medarbejdere og ledere til bl.a. TV 2s kultur, politik og retningslinjer for krænkende handlinger. I denne forbindelse er der ekstra fokus på tiltag for praktikanter, elever og løst ansatte, da de kan være særligt udsatte for krænkelser. • Integration af krænkende handlinger som særskilt tema i arbejdet med Medarbejdertilfredshedsundersøgelse (MTU) og Arbejdspladsvurdering (APV), hvorefter der evt. kan iværksættes konkrete tiltag, hvis der er ansatte, der tilkendegiver, at de oplever en uhensigtsmæssig arbejdspladskultur eller krænkende adfærd – eksempelvis i form af mobning, seksuel chikane eller anden form krænkende handlinger. **3) Opfølgning** Krænkende handlinger er uacceptabel adfærd og i strid med TV 2s politik. Hvis det vurderes, at der har fundet en krænkelse sted, kan sanktionen – afhængig af omstændighederne – udgøre en ansættelsesretlig konsekvens i form af påtale, advarsel, opsigelse eller bortvisning. Sanktionen vil altid afhænge af en konkret vurdering og udmåles proportionelt i forhold til krænkelsen. Falske anklager om krænkelser er også uacceptabel adfærd. Der gælder samme regler for sanktioner over for personer, som har indgivet falske indberetninger om krænkende handlinger, som for personer, der har udøvet krænkende handlinger. Fortsættes på næste side.		**2) Udmøntning** Med henblik på at sikre bedst muligt grundlag for rekruttering og valg af bestyrelsesmedlemmer er der i TV 2s politik for bestyrelseskompetencer udarbejdet en oversigt over, hvilke kompetencer bestyrelsen kollektivt set bør råde over. Denne oversigt er udarbejdet med udgangspunkt i TV 2s økonomiske og strategiske situation, herunder brancheudvikling og kommende udfordringer og indeholder både generelle kompetencer samt sektorspecifikke kompetencer. Kompetenceoversigten og bestyrelsens selvevaluering skal fungere som internt arbejdsredskab for kulturministeren og bestyrelsesformanden i forbindelse med drøftelse om bestyrelsens sammensætning. Valg af bestyrelsesmedlemmer skal ske på grundlag af dokumenterede kvalifikationer, kompetencer og erfaringer, der vurderes at kunne bidrage til ledelsen af TV 2. Ved vurderingen af bestyrelsessammensætningen skal der tages hensyn til behovet for fornyelse og mangfoldighed i relation til bl.a. international erfaring, køn og alder. Det tilstræbes, at hvert køn er repræsenteret med minimum 40 pct. af bestyrelsens medlemmer. I indstilling af nye bestyrelseskandidater til generalforsamling oplyses kandidaternes kompetencer og andre ledelseserhverv. **3) Opfølgning** Kulturministeren og TV 2s bestyrelsesformand drøfter én gang årligt bestyrelsens sammensætning med udgangspunkt i oversigten over, hvilke kompetencer den samlede bestyrelse bør råde over. På baggrund heraf udpeger kulturministeren de generalforsamlingsvalgte medlemmer. I TV 2s årsrapport fremgår bestyrelsesmedlemmernes ledelseshverv og deres særlige kompetencer.

TEMA	FAIR VILKÅR • Se side 39	MENINGSFYLDT ARBEJDE • Se side 42	LIGESTILLING OG MANGFOLDIGHED • Se side 45
	TV 2s retningslinjer for parforhold og nære relationer (2021) **1) Formål** TV 2 har retningslinjer, der præciserer regler for parforhold og nære relationer på arbejdspladsen. **2) Udmøntning** To medarbejdere på TV 2 kan godt indgå i et parforhold eller have nære relationer. Nære relationer mellem to medarbejdere kan eksempelvis være forældre, børn og søskende. De skal orientere deres leder(e), hvorefter der vil blive foretaget en konkret vurdering af, hvorvidt der kan opstå unødig tvivl om diskretions- og tavshedspligt, nepotisme og interessekonflikter. **3) Opfølgning** En leder på TV 2 må ikke være i et parforhold eller have nære relationer med en anden leder i TV 2 eller en medarbejder, der er ansat i egen afdeling. Den konkrete situation vil dog altid blive vurderet og medarbejdernes leder(e) vil sammen med TV 2 HR foretage et afbalanceret skøn mellem de forskellige hensyn, herunder de konkrete arbejdsmæssige relationer og eventuelle problemstillinger, der kan opstå herved. Hvis det skønnes nødvendigt, kan der i den forbindelse tages beslutning om en mulig omplacering i TV 2.		

3.0 MILJØ & KLIMA

TEMA	OVERGANG TIL VEDVARENDE ENERGI • Se side 52	KLIMABEVIDST REJSEPOLITIK OG KOST • Se side 53	SKÆRPEDE KRAV TIL LEVERANDØRER OG PRODUCENTER • Se side 54
FN's Verdensmål	7, 13	12, 13	7, 12, 13
ESG	Environment	Environment	Environment
TV 2s ambition	TV 2 vil via intern optimering bidrage til at beskytte miljøet og mindske den negative påvirkning på klimaet. Derudover er det TV 2s ambition at bidrage til klimaforandringerne ved at arbejde målrettet på at reducere energiforbrug og CO_2-udledning.	TV 2 vil via intern optimering og nye interne politikker bidrage til at beskytte miljøet og mindske den negative påvirkning på klimaet, og TV 2 vil have et ansvarligt forbrug og en ansvarlig produktion.	TV 2 vil via skærpede krav til producentindkøb, cloud og streaming bidrage til at beskytte miljøet og mindske den negative påvirkning på klimaet.
TV 2s målsætninger Måltal 2030	Overordnet 70 % reduktion i CO_2-emissioner i 2030 (relativ) samt delmål på 60 % reduktion af CO_2-emissioner i 2025.		
Resultat 2021	Udledning på 5.158 t.CO_2. CO_2 pr. omsætningskrone er 1,4.		
Baseline 2019	Udledning på 6.009 t.CO_2. CO_2 pr. omsætningskrone er 2,0.		
Aktiviteter 2021		TV 2 fik sin første produktionsbil på el i drift. TV 2 har besluttet, at kantiner på Kvægtorvet og på Teglholmen skal gå fra 1 kødfri dag om ugen til 1,5 kødfri dag om ugen.	TV 2 var en aktiv partner i det danske branchesamarbejde Bæredygtig Film og TV-Produktion (BFTP) initieret af Vision Danmark. TV 2 var med til at udgive rapport og håndbog om klimaudfordringerne og den internationale certificering, Green Film.

TEMA	OVERGANG TIL VEDVARENDE ENERGI • Se side 52	KLIMABEVIDST REJSEPOLITIK OG KOST • Se side 53	SKÆRPEDE KRAV TIL LEVERANDØRER OG PRODUCENTER • Se side 54
Initiativer 2022	TV 2 vil styrke indsatsen inden for vedvarende energi ved at 1. Igangsætte analysearbejde omkring kommende PPA-aftaler. Det er hensigten, at PPA-aftaler skal dække 50 pct. af TV 2s el-behov i 2023.	TV 2 vil styrke indsatsen inden for rejser og kost ved at 1. Fortsætte forankring af TV 2s rejsepolitik i intern produktion. 2. Evaluere effekten af den første produktionsbil på el i drift og lægge en strategi for den videre overgang til produktionsbiler på el og ladestandere. 3. Lade kantiner på Kvægtorvet og Teglholmen overgå fra 1 kødfri dag om ugen til 1,5 kødfri dag om ugen. Arbejdet med implementering af kostplaner er i gang.	TV 2 vil styrke indsatsen inden for leverandør og producent-området ved at 1. Igangsætte en handlingsplan for udvikling og forankring af ansvarlig indkøbspolitik, herunder TV 2s forventninger til leverandører og producenter om CO_2-reduktion.

TEMA	OVERGANG TIL VEDVARENDE ENERGI • Se side 52	KLIMABEVIDST REJSEPOLITIK OG KOST • Se side 53	SKÆRPEDE KRAV TIL LEVERANDØRER OG PRODUCENTER • Se side 54
Politikker Tilhørsforhold i årsregnskabslovens § 99a, § 99b, § 99d og § 107d. Tilhørende politikker, retningslinjer mv.	Miljø- og klimamæssige forhold	Miljø- og klimamæssige forhold **Rejsepolitik (2021)** **1) Formål** Rejsepolitikken skal sikre, at der er fælles retningslinjer for alle rejsende og rejsebestillere. Ved bestilling af fly, hotel og billeje skal der tages klimabevidste valg. Der skal tages hensyn til, at medarbejderne skal kunne udføre deres arbejdsopgaver på professionel vis, og at den rejsendes effektivitet ikke reduceres væsentligt kombineret med det mest miljøvenlige valg af fly, hotel osv. **2) Udmøntning** TV 2 har indgået en rammeaftale med sit rejsebureau, som skal benyttes ved bestilling af rejser, som omfatter booking af fly, hotel, billeje i udlandet samt togrejser i udlandet. Rejsebureauet skal minimere rejseomkostningerne samt angive klimavenlige valg i reservationsprocessen og sørge for, at rejsepolitikken overholdes. Når rejser er booket ved rejsebureauet, har TV 2 overblik over, hvilke medarbejdere som er på rejse, og hvor de befinder sig. **3) Opfølgning** Rejsepolitikken revideres løbende for at sikre, at den tager højde for ændrede behov samt muligheder i markedet. Revision af rejsepolitikken foretages og godkendes af direktionen.	Miljø- og klimamæssige forhold **Green Film certificering (2021)** **1) Formål** Branchesamarbejdet Bæredygtig Film og TV-Produktion har udarbejdet en vejledning til at producere med reduceret klimaaftryk. **2) Udmøntning** Green Films pointsystem er en praktisk håndbog, der skal hjælpe film- og tv-producenter med at producere mere bæredygtigt i Danmark. Green Film indeholder en række råd og anvisninger til, hvad der kan gøre en forskel på produktionen og hvilke grønne alternativer, man bør vælge. TV 2 har opnået certificering og lever derfor op til en række krav omhandlende: Planlægning af bæredygtige tiltag, energibesparelse, transport og logi, forplejning, materialer, affaldshåndtering, kommunikation. **3) Opfølgning** Håndbogen kan bruges til at opnå en Green Film-certificering. Certificeringen er et fælles europæisk redskab udviklet i Italien, som filminstitutter, broadcastere og regionalfonde kan bruge til at understøtte og motivere europæiske producenter til at producere mere klimavenligt.

GOVERNANCE

TV 2s governance for udformning, målsætninger, implementering og opfølgning på ansvarligheds-strategien og de tilhørende initiativer er forankret i en styregruppe med bred deltagelse af relevante TV 2-afdelinger og direkte reference til direktionen.

TV 2s GOVERNANCE FOR ANSVARLIGHED 2025

BESTYRELSE

- Godkender TV 2s ansvarlighedsstrategi 2025.
- Tilser, at målsætningerne efterleves.
- Har dialog med TV 2s ejer(e) om ansvarlighedsstrategien og målsætningerne.

Jimmy Maymann
Bestyrelsesformand

DIREKTION

- Udformer TV 2s ansvarlighedsstrategi 2025.
- Er ansvarlig for, at målsætninger efterleves.
- Kommunikerer strategi og aktiviteter til interne og eksterne interessenter.

Anne Engdal Stig Christensen
Administrerende direktør

ANSVARLIGHEDSSTYREGRUPPE

- Udmønter TV 2s ansvarlighedsstrategi 2025.
- Træffer beslutninger og vejleder vedrørende konkrete bæredygtigheds-initiativer.
- Kommunikerer strategi og aktiviteter til TV 2s medarbejdere på Teglholmen og Kvægtorvet.

Carsten Topholt
Finansdirektør

TILSYN OG REVISION

- Fører tilsyn med data.
- Fører tilsyn med data. Gennemgår og reviderer TV 2s årlige redegørelse for samfundsansvar.

Carsten Topholt
Finansdirektør

Indsatsområde

PROGRAMVIRKSOMHED

Lotte Lindegaard
Indholdsdirektør

Indsatsområde

ARBEJDSPLADS

Anne Engdal Stig Christensen
Administrerende direktør

Indsatsområde

MILJØ & KLIMA

Carsten Topholt
Finansdirektør

RAPPORTERINGS-METODE

TV 2 har baseret rapporteringsmetoden på rammerne fra Global Reporting Initiativ (GRI) vedrørende de risici og indsatsområder, der er relevante for medievirksomheder.

ANVENDTE RAMMER FOR RAPPORTERINGEN

RAPPORTERING, VÆSENTLIGHED OG OMFANG

Ansvarlighedsrapporten dækker relevante og væsentlige miljømæssige, sociale og programmæssige emner for perioden 1. januar– 31. december 2021. Ved udarbejdelsen af ansvarlighedsrapporten fokuserer ledelsen på at præsentere oplysninger, der anses for væsentlige for TV 2s interessenter.

SELSKABER

Selskaber, der er indeholdt i ansvarlighedsrapporteringen, er ud over moderselskabet underliggende datterselskaber, der ejes og kontrolleres af TV 2 DANMARK A/S.

SAMMENLIGNINGSTAL

Der er taget udgangspunkt i 2019-tallene, som er TV 2s baseline, da 2019 var et almindeligt år for TV 2, hvor corona ikke påvirkede tallene i positiv eller negativ retning.

TV 2s kontor, Teglholmen, København.

1.0 PROGRAMVIRKSOMHED

GENNEMSLAGSKRAFT

Gennemslagskraft i den danske befolkning måles ved den gennemsnitlige ugentlige dækning, der er et udtryk for, hvor mange personer, der forbruger indhold fra en eller flere af TV 2s tjenester.

Målingen er baseret på spørgeskema-data indsamlet af leverandøren Bilendi.

Data beror på et 3 måneders glidende gennemsnit per ultimo 2021, og stikprøvestørrelsen er 3000. Den gennemsnitlige ugentlige dækning opgøres blandt de 15-74 årige (Total), blandt de 21-30 årige (Relation 25) samt for hver region.

Det skal bemærkes, at TV 2 i 2021 overgik til ny leverandør af målingen. I benchmarkperioden (2019-2020) kommer data fra leverandøren Mediavision. På grund af metodeskiftet kan 2021 ikke sammenlignes med 2019-2020.

DANSK KVALITETSINDHOLD

Data er indsamlet i efteråret 2021 og i benchmark-perioderne efteråret 2019 og efteråret 2020.

Dansk kvalitetsindhold måles på to parametre: 'høj volumen af dansk indhold' samt 'god kvalitet af danske programmer'.

Høj volumen af dansk indhold måles både på hovedkanalens lineære programtilbud samt på det samlede programtilbud på TV 2 PLAY. Høj volumen er målt ved en høj andel af dansk indhold versus udenlandsk indhold.

For hovedkanalen opgøres programtimer (ikke programpræsentation, reklamer o.l.). Udenlandsk produceret sport regnes som dansk efter aftale med Radio- og tv-nævnet, da sportsprogrammer på hovedkanalen altid er dansksprogede. Der er aldrig udenlandsk kommentering eller udenlandsk speak på hovedkanalens sport.

For TV 2 PLAY indgår live- og on demand-indhold i opgørelsen. 2021 er det første år, hvor det har været muligt at opgøre både live- og on demand-indhold, hvorfor sammenligning med 2019-2020 ikke giver mening for TV 2 PLAY. Paramount+ indgår ikke, da det kun er en lille andel af TV 2 PLAY-basen, som har tilgang til indholdet. Alt sport (uagtet produktionsland) tæller som dansk indhold, da det i langt de fleste tilfælde er dansk kommenteret. Opgørelsen beror på optælling af antal titler. Flere episoder er lig med flere titler. Eksempelvis tæller en julekalender med 24 episoder for 24 titler. Relevant for liveindhold: Genudsendelser af et program har samme produktionsnummer som førstegangsudsendelsen. Derfor differentieres der mellem udgivelsesdag (publish flow) i liveopgørelsen, således at de fleste genudsendelser fanges. Der er en række undtagelser, hvor programmerne genudsendes samme dag (f.eks. 'Go' morgen Danmark' og nyhedsudsendelser på TV 2 NEWS). Regionale programmer tæller med i opgørelsen modsat i Public serviceredegørelsen.

God kvalitet af danske programmer er baseret på spørgeskema-data indsamlet af leverandøren MarketMinds. Stikprøvestørrelsen er 1000, og målgruppen er 16-70 år (defineret som 'alle danskere'). Andelen er et udtryk for den andel, der har givet scoren 5-7 på en 7-punktsskala. Der måles på hovedkanalen og TV 2 PLAY.

PUBLICISTISK ANSVAR

Målingerne er baseret på spørgeskemadata og er foretaget af leverandøren MarketMinds i efteråret 2021 og i benchmarkperioden efteråret 2019 og efteråret 2020.

Publicistisk ansvar måles på troværdighed.

Andelen er et udtryk for den andel, der har givet scoren 5-7 på en 7-punktsskala. Der måles på TV 2s medier med nyheder: Hovedkanalen, TV 2 NEWS, TV 2 PLAY og TV2.DK. Stikprøvestørrelsen er 1000 for hovedkanalen, TV 2 PLAY og TV2.DK og 700 for TV 2 NEWS. Målgruppen er 16-70 år.

Ejer TV 2 nyhedsdagsordener måles på, om TV 2 vurderes at eje nyhedsdagsordener. Der spørges ind til en udvalgt række nyhedsdagsordener, og en nyhedsdagsorden ejes, hvis signifikant flere oplever et givent medie til at være synlig i forbindelse med dækningen af dagsordenen.

Optællingen refererer til de dagsordener, som TV 2 alene ejer. Hvilke nyhedsdagsordener, der skal indgå i undersøgelsen, vurderes af indholdsdirektøren og nyhedsdirektøren. Stikprøvestørrelsen er 1000, og målgruppen er 16-70 år.

2.0 ARBEJDSPLADS

ARBEJDSGLÆDE

Arbejdsglæde måles ved den årlige medarbejdertilfredshedsundersøgelse (MTU), som foretages af en ekstern leverandør; Ennova. Ennova beregner et benchmark 'Top In Class' som er cutoff-grænsen til de øverste 25 pct. med de bedste resultater blandt mellemstore virksomheder (300 – 2.000 ansatte). Alle medarbejdere deltager i undersøgelsen, undtaget medarbejdere der har været ansat mindre end tre måneder, eller timelønnede der har haft mindre end 250 timer i månederne april, maj og juni. I undersøgelsen for 2021 deltog 1.236 medarbejdere ud af 1.313 mulige.

MEDARBEJDEROMSÆTNINGS-HASTIGHED

Medarbejderomsætningshastigheden beregnes for de fastansatte medarbejdere. Timelønnede medarbejdere, honorarmodtagere, praktikanter, elever, ansatte på tidsbegrænsede kontrakter mv. indgår således ikke i beregningen.

Fuldtidsarbejdsstyrken (Full Time Employee FTE) er opgjort svarende til en fuldtidskontrakt på 160,33 timer om måneden.

En FTE svarer dermed til en fuldtidsstilling på 160,33 timer pr. måned. Medarbejdere på deltid indgår forholdsmæssigt i beregningen. Fastansatte medarbejdere på orlov, barsel mm. indgår i beregningen.

Medarbejderomsætningshastigheden beregnes som forholdet mellem antal gennemsnitlige fratrådte FTE'er og antal ansatte FTE'ere i samme periode.

Under fratrædelser indgår fratrådte medarbejdere, pensionerede medarbejdere samt medarbejdere, der overgår fra en fastansættelse til en timelønskontrakt.

KØNSDIVERSITET

Kønsdiversitet defineres som andelen af kvindelige ansatte ud af den samlede medarbejderstab. Kønsdiversiteten dækker både over fastansatte og timelønnede medarbejdere ansat pr. 31. december 2021.

Det skal bemærkes, at bestyrelsen er eksklusiv de medarbejdervalgte bestyrelsesmedlemmer.

Ledergruppen består af alle ledere med et personaleansvar.

Claudia Rex og Freja Kirk, Vild med dans.

3.0 MILJØ & KLIMA

UDLEDNING AF CO2e

Udledningen af drivhusgasser måles i CO2e og er inddelt i tre scopes, alt efter hvor i værdikæden de forekommer, samt hvilken kontrol TV 2 har over udledningen.

SCOPE 1 DIREKTE EMISSIONER

Scope 1 dækker over alle de direkte emissioner, der kommer fra aktiviteter, som TV 2 enten ejer eller kontrollerer, hvilket omfatter brændstof til transport i ejede og leasede biler, herunder produktionsbiler og firmabiler.

Brændstof opgøres i liter og omregnes til CO2e efter metoden i Greenhouse Gas Protocols Corporate Standard ved anvendelse af emissionsfaktorer for 2021, der er udstedt af DEFRA (Department for Environment, Food & Rural Affairs).

SCOPE 2 INDIREKTE EMISSIONER

Scope 2 dækker over alle de indirekte emissioner, der består af fjernvarme og el, som er købt af TV 2.

Fjernvarme er opgjort i GJ og el i kWh. Både fjernvarme og el er opgjort pr. 31. december 2021 og omregnet efter metoden i Greenhouse Gas Protocols Corporate Standard ved anvendelse af emissionsfaktorer, der er oplyst i forsyningsselskabers miljø- og eldeklarationer for 2020.

Det skal bemærkes, at der anvendes deklarationer for 2020, da deklarationerne for 2021 endnu ikke er udstedte ved udarbejdelse af nærværende rapport.

TV 2 anvender den markedsbestemte fordelingsmetode i rapporteringen, idet denne afspejler emissioner fra de specifikke energikilder, som TV 2 køber.

SCOPE 3 ØVRIGE INDIREKTE EMISSIONER

Scope 3 dækker over emissioner, som TV 2 hverken ejer eller kontrollerer. De enkelte emissioner er gennemgået i nedenstående.

Energiemissioner består af tab af el i distributionsnettet (målt i kWh), hvor emissionsfaktor med 125 pct.-metoden til fordeling af miljøpåvirkning mellem varme og el fra miljødeklarering 2020 er anvendt i lighed med scope 2.

Det er antaget, at der i gennemsnit bliver tabt 5 pct. i distributionsnettet.

Brændstofemissioner består af emissioner, der udledes ved produktion af brændstof, både diesel og benzin (målt i liter), der er forbrændt i TV 2s ejede og lejede biler.

Der anvendes DEFRA i lighed med scope 1.

Forbrug af pap og papir, batterier og elektronik opgøres ved hjælp af indkøbsdata, der er indhentet fra leverandører, for så vidt angår batterier. For elektronik samt pap og papir er forbruget opgjort ud fra affaldssorteringen (målt i tons).

Emissionsfaktorer fra DEFRA er anvendt i opgørelsen af udledningen.

Vandforbrugemissioner måles i m3 og multipliceres med emissionsfaktorer fra DEFRA.

Kødforbrug (målt i kg) samt deraf afledt udledning af CO2e opgøres af TV 2s kantineleverandør.

Transportemissioner udledt ved kørsel i medarbejdernes egne biler, taxa, tog og fly (målt i km) opgøres ved anvendelse af emissionsfaktorer fra DEFRA.

Udledningen af emissionerne fra fly, taxa og tog opgøres på grundlag af leverandørernes oplyste antal rejste kilometer. Herudover er der medtaget rejseaktivitet, der ikke er registreret ved leverandøren. Emissioner fra rejseaktivitet, der ikke er købt af leverandøren, er estimeret på baggrund af omkostningsvolumen

Udledningen af emissionerne ved kørsel i medarbejdernes egne biler er opgjort ud fra registreret kørselsgodtgørelse.

Emissioner ved hotelophold (målt i antal overnatninger) opgøres ved anvendelse af emissionsfaktorer fra DEFRA. Opgørelsen foretages af TV 2s rejsebureau. For hotelophold, som ikke bestilles gennem leverandøren, er emissionerne estimeret på baggrund af omkostningsvolumen

Affald. I kategorien indgår 'småt brændbart'. Udledningen af emissioner fra affald er beregnet ved anvendelse af DEFRA.

TV 2 DANMARK A/S
RUGAARDSVEJ 25
5100 ODENSE C

19. REGNSKABSÅR
CVR 10 41 34 94