

PUBLIC SERVICE-REDEGØRELSE 2025



Forord – TV 2 Kosmopol skal udvikle sig til at være hovedstadsregionens uomgængelige medie.

2025 var år tre for TV 2 Kosmopol. Kendskabet til TV 2 Kosmopol og brugen af TV 2 Kosmopols journalistik på tværs af platforme er nu markant over niveauet fra før navneskiftet. Det er især i den yngre del af målgruppen, at de ændringer for alvor er begyndt at slå igennem, hvilket var et selvstændigt formål med forandringen.

Kantar Media har på vegne af TV 2 Regionerne undersøgt kendskab og brug af de regionale medier. I 2025 kan vi konstatere, at TV 2 Kosmopol i løbet af én måned er i kontakt med 938.000 personer over 15 år i dækningsområdet. Det er en fremgang på 200.000 personer sammenlignet med året før. Samme undersøgelse viser, at 28% af befolkningen i hovedstadsregionen anfører TV 2 Kosmopol som det primære medie, hvor de får indhold og nyheder fra lokalområdet. Størst betydning har det måske, at 68% af de adspurgte siger, at de har tillid til indholdet fra TV 2 Kosmopol.

TV 2 Kosmopols virksomhed er tilrettelagt med henblik på at opfylde public service-kontraktens formål om at sikre befolkningen adgang til væsentlig samfundsinformation og debat med afgørende vægt på kvalitet, regional tilknytning, alsidighed samt informations- og ytringsfrihed.

TV 2 Kosmopol har store ambitioner for at nå endnu flere borgere på tværs af regionen med vores journalistik. Selvom de klassiske seertal på hovedudsendelsen kl. 19.30 daler i takt med den strukturelle udvikling, løfter vi andelen af brugere på vores digitale platforme markant. I 2025 steg antallet af brugere på tv2kosmopol.dk med 45%.

Vi tager afsæt i vores public service-forpligtigelser med fokus på de regionale og lokale emner, men forsøger også at binde udviklingen i verden omkring os ind i dækningen. 2025 har været et år, hvor Grønlandskrisen, krigen mod Ukraine og krigen i Gaza har sat sig spor i hovedstadsregionen, og som derfor har fyldt meget i den løbende nyhedsdækning.

Det samme har i endnu højere grad kommunal- og regionsvalget i november 2025. I løbet af året har vi gradvist optrappet dækningen af de emner, der ville præge valgkampen. Boligmarkedet, trængslen, folkeskolen har domineret nyhedsbilledet, men med hvert sit afsæt i de enkelte kommuner. Et kommunalvalg er for TV 2 Kosmopol 34 enkeltstående valg, hvor alle kommuner i dækningsområdet får et selvstændigt fokus i tv-debatter og i den løbende dækning. Dertil producerede vi sammen med kollegaer fra TV 2 Øst og TV 2 Bornholm en fælles tv-debat om valget til den kommende storregion, der favner alle tre TV 2 Regioner fra 2027.

I 2026 lancerer TV 2 Kosmopol en ny strategi, der i endnu højere grad skal rette vores fokus mod nyhedsformidlingen på tværs af digitale platforme

Vi vil øge vores dækning af centrale stofområder som politik og kultur i hele regionen. Vi vil udvikle nye formater til digitale platforme, der fortsat skal sikre, at vi er et attraktivt valg for alle danskere i vores område, når det gælder om at holde sig opdateret, blive inspireret og føle sig oplyst.

Mads Kæmsgaard Eberholst
Bestyrelsesformand

Thomas Falbe
Administrerende direktør

PUBLIC SERVICE-REDEGØRELSE 2025



Generel information

TV 2 Kosmopol er en selvejende institution, der, i henhold til public service-kontrakten indgået med kulturministeriet, har til formål at producere og udsende regionale nyheder og programmer.

TV 2 Kosmopol er en af otte danske regionale public service-stationer.

TV 2 Kosmopol er en økonomisk og juridisk selvstændig institution, hvis bestyrelse er valgt af et folkeligt udpeget repræsentantskab.

Bestyrelsen består af 7 personer:

Bestyrelsesformand Mads Kæmsgaard Eberholst, næstformand Cecilie Ørum Petersen, bestyrelsesmedlemmer Anna Bisp Asghari, Lena Bøgild Willard, Stine Halberg og John Sørensen samt medarbejderrepræsentant Jakob Beck.

TV 2 Kosmopol dækker følgende 34 kommuner: Albertslund, Allerød, Ballerup, Brøndby, Dragør, Egedal, Fredensborg, Frederiksberg, Frederikssund, Furesø, Gentofte, Gladsaxe, Glostrup, Greve, Gribskov, Halsnæs, Helsingør, Herlev, Hillerød, Hvidovre, Høje-Taastrup, Hørsholm, Ishøj, København, Køge, Lejre, Lyngby-Taarbæk, Roskilde, Rudersdal, Rødovre, Solrød, Stevn, Tårnby og Vallensbæk.

Omregnet til hele årsværk var der ved udgangen af 2025 95 fuldtidsansatte på TV 2 Kosmopol:

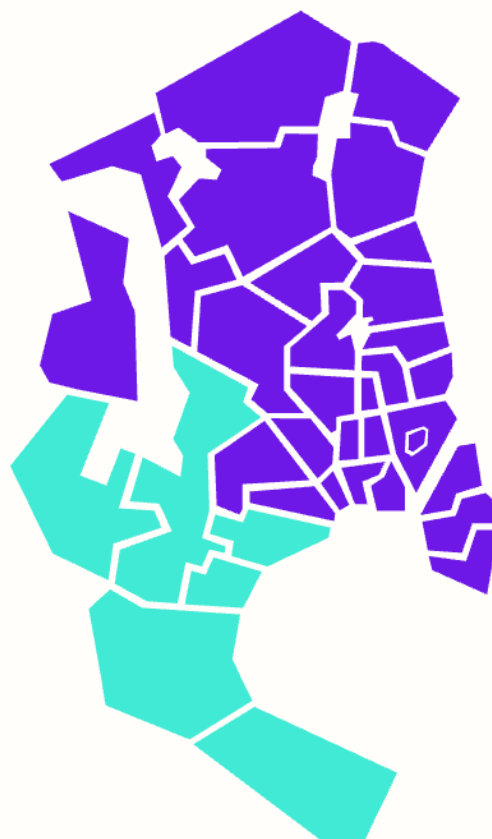
65 programmedarbejdere
7 administrative medarbejdere
10 FTP-elever
4 journalistpraktikanter

Herudover er der ledelsesgruppen, som består af direktøren, tre overordnede chefer og fem redaktionschefer med personaleansvar, i alt 95 fuldtidsansatte.

De regionale nyheder udkommer formateret på følgende platforme: fire daglige nyhedsudsendelser på TV 2's hovedkanal og vores egen kanal, TV 2 PLAY, tv2kosmopol.dk, Facebook, Instagram, YouTube, X, TikTok og Bluesky. Det øvrige programindhold udsendes på vores egen kanal med mulighed for at streame og gense programmerne på tv2kosmopol.dk og via vores nyhedsapp.

TV 2 Kosmopols sendeområde

■ Region Hovedstaden ■ Region Sjælland



3.1 Udvikling i 2025, Nyheds- og aktualitetsprogrammer

I overensstemmelse med kontraktens krav om at sikre befolkningen adgang til væsentlig samfundsinformation og debat producerede og udsendte TV 2 Kosmopol i 2025 daglige nyheds- og aktualitetsprogrammer på tv samt løbende nyheds- og aktualitetstjenester på digitale platforme.

Den samlede nyhedsproduktion – herunder fire daglige tv-udsendelser, omfattende digital breaking-dækning, liveblogs samt valgdækning i alle 34 kommuner – havde til formål at sikre saglig, upartisk og oplysende journalistik med regional relevans. Dækningen af kommunal- og regionsvalget, herunder 35 valgdebatter, særudsendelser og tværregionalt samarbejde, var et centralt eksempel på opfyldelsen af kontraktens krav om at bidrage til demokratisk debat og oplysning.

Ved programlægningen var der lagt afgørende vægt på informations- og ytringsfriheden samt på saglighed og upartiskhed.

TV 2 Kosmopol fokuserede i 2025 på udviklingen af vores primære digitale hovedindgange. En helt særlig indsats blev lagt i at styrke vores formidling af nyheds- og aktualitetshistorier i videoformat. Vi skruede markant op for brugen af højkantsformater, der styrker gennemslagskraft og rækkevidde på sociale medier, og som også finder et stort publikum på tv2kosmopol.dk.

Website:

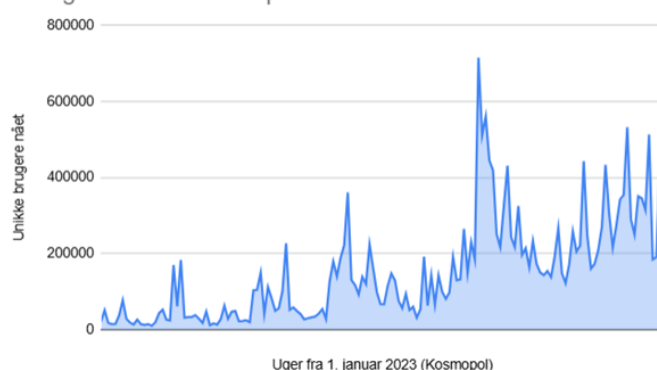
tv2kosmopol.dk	2023	2024	2025
Daglige brugere gn.	84.941	97.855	105.000
Unikke brugere	21,6 mio.	25,4 mio.	38,3 mio.
Sider pr. session	1,8	3,51	3,71

Vi opnåede i én måned i 2025 - juli - målet om 130.000 brugere pr. dag i gennemsnit. Her opnåede vi et gennemsnit på 143.000 daglige brugere, mens vi i august nåede 127.000 brugere i dagligt gennemsnit. Vi havde 64 dage med over 130.000 brugere, men landede på et årgennemsnit på 105.000 daglige brugere. Det repræsenterer stadig en vækst på 45% fra 2024 til 2025. Det er absolut tilfredsstillende.

Instagram:

I løbet af 2025 lavede vi 472 opslag på Instagram (plus en del stories på tv2kosmopol.dk). Også her oplevede vi betydelig vækst. Vi opnåede 25,8 mio. eksponeringer og ramte 2,6 mio. unikke brugere på Instagram. Dertil kom 498.000 interaktioner, hvilket var en stigning på 100% ift. året før.

Instagram - TV 2 Kosmopol



PUBLIC SERVICE-REDEGØRELSE 2025



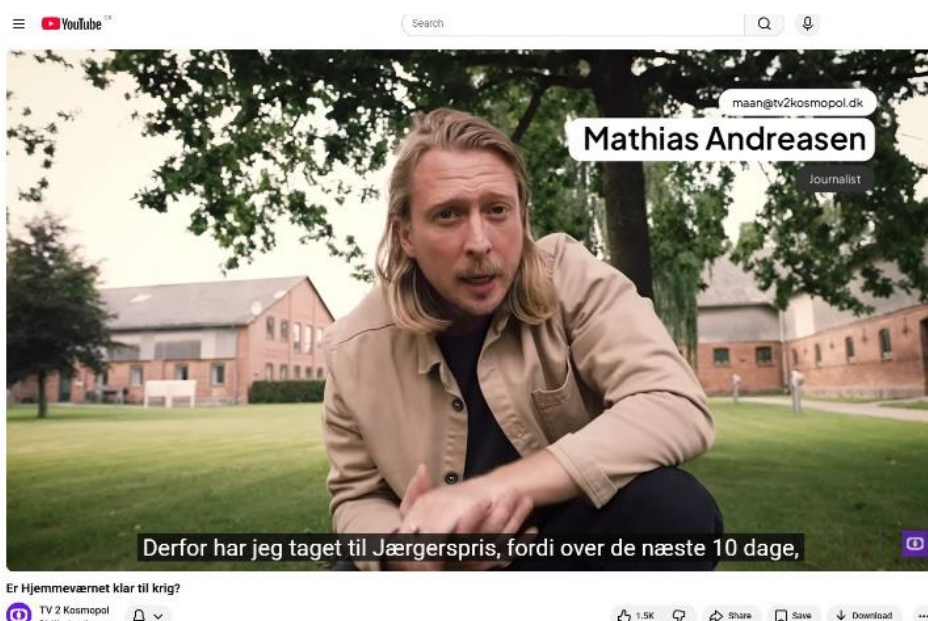
Facebook:

Tilsvarende vækst ser vi også på Facebook, hvor en meget stor del af TV 2 Kosmopols indhold også bliver publiceret

TV 2 Kosmopol FB	2023	2024	2025
Unikke brugere	7,1 mio.	10,4 mio.	17 mio.
Sidevisninger	10,6 mio.	29,4 mio.	47,1 mio.

YouTube:

Vi udgav i løbet af året 28 videoer på TV 2 Kosmopols YouTube-kanal. De lidt færre udgivelser end forventet skyldtes primært, at vi reducerede lidt i antallet af serielle episoder ift. oprindeligt planlagt til fordel for flere enkeltstående videoer, som til gengæld opnåede større gennemslag. På trods af det voksede kanalen i 2025 i antallet af følgere, antallet af visninger og antallet af sete minutter. Færre videoer påvirkede altså ikke kanalen negativt i 2025, men hvis succesen og væksten skal opretholdes, er det ikke ønskværdigt at skrue yderligere ned for udgivelserne.



TV 2 Kosmopol	2023	2024	2025
Abonnenter	28.502	40.086	52.000
Afspilninger	4.433.016	5.114.358	5.891.402

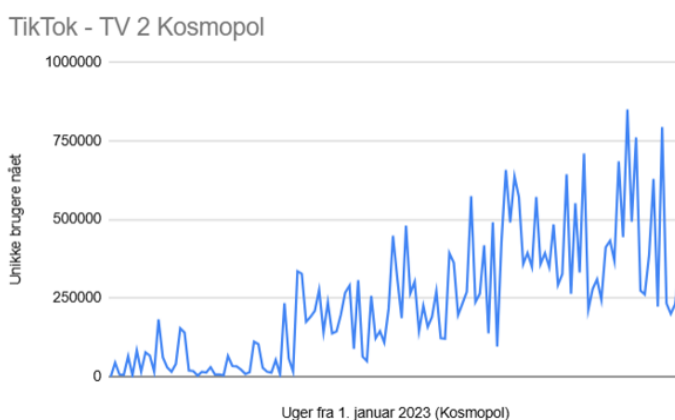
I gennemsnit ramte vi et månedligt publikum på 149.000 brugere. I 2025 fik vi 11.800 nye abonnenter og ramte knap 5,9 mio. visninger i løbet af året.

TikTok:



I 2025 udkom vi med 185 videoer på TikTok. Det affødte 21 mio. visninger, 1,1 mio. likes og 8.700 kommentarer.

TikTok-platformen er et formidlingsmæssigt eksperiment, som TV 2 Kosmopol anvender for komme i kontakt med yngre brugere. Form og tone er markant anderledes end den klassiske journalistiske formidling - mere personlig, men indholdet tager afsæt i Kosmopol indholdsstrategi og værdier.



TV:

TV 2 Kosmopol udkom hver dag året rundt med nyheder på tv2kosmopol.dk, i vores nyhedsapp og på sociale medier.

Vi sendte daglige nyhedsudsendelser i "vinduer" på TV 2 og på egen kanal med følgende sendetidspunkter:

17:16 mandag - fredag
18:20 mandag - søndag
19:30 mandag - søndag
22:00 mandag - torsdag



Aflysninger af udsendelser skete på enkelte dage, men kun ved ekstraordinære begivenheder, typisk ved store sportsbegivenheder. Sendeafvigelser var altid efter aftale med TV2. På de pågældende dage kunne seere og brugere stadig få deres nyhedsopdateringer digitalt på tv2kosmopol.dk.

I forbindelse med kommunalvalget havde vi, efter aftale med TV2, ekstra sendetid i sidste del af valgkampen, på selve valgaften - med fem en halv times live-udsendelse, og en del ekstra sendetid med korte nyhedsudsendelser hver time morgenen igennem, to længere

PUBLIC SERVICE-REDEGØRELSE 2025



udsendelser eftermiddag og to udvidede udsendelser aftenen efter valget. Alle udsendelser med fokus på valg, resultater og konstitueringer i 34 kommuner.

Alle nyhedsudsendelser og aktualitetsprogrammer er tilgængelige på tv2kosmopol.dk og i vores nyhedsapp.

Vores journalistiske fokus er at levere troværdige nyheder hver dag. At bidrage til den aktuelle samfundsdebat og være med til at sikre en oplyst befolkning i et velfungerende demokrati. Vores daglige nyheder, aktualitetsprogrammer og videoer på alle platforme bidrager til netop det.

Med flere platforme og fortællemetoder får vi vores historier ud på tværs af aldersgrupper og samtidig er det et mål for os, at være relevante for flest muligt. Både dem der ønsker hyppige nyhedsopdateringer, dem der vælger nyheder fra, men så alligevel finder vores historier, fordi de er relevante for deres hverdagsliv, og dem der gerne vil vide mere og forstå den aktuelle samfundsdebat og de større historier.

Trækket mod digitale platforme bliver kun vigtigere i fremtiden, eftersom den strukturelle udvikling i forbruget af nyhedsudsendelser på traditionelt TV, taler sit tydelige sprog:

Seertal 19.30 TV 2:

TV 2 Kosmopol	2023	2024	2025
Rating	134.000	107.000	86.000
Share (%)	32%	29%	26%

Public service-nyhedsformidling på traditionelt flow-tv er fortsat en central del af TV 2 Kosmopols public service-forpligtelse og vil vedblive at være det i årene, der kommer. Flow-tv sikrer fortsat bred og lige adgang til regional nyhedsformidling – også for de borgere, der ikke anvender digitale platforme – og er dermed en vigtig del af TV 2 Kosmopols public service-opgave.

Antallet af borgere, der anvender TV 2 Kosmopols nyhedsudsendelser i TV 2's "vinduer" eller på TV 2 Kosmopols egen kanal, udgør fortsat en betydelig del af befolkningen og har krav på et troværdigt nyhedsprodukt i høj kvalitet.

Samtidig fastholder TV 2 Kosmopol ambitionen om at være relevant for et bredt udsnit af befolkningen i en medievirkelighed, hvor en stigende andel alene betjener sig af digitale platforme. Den digitale udvikling skal derfor supplere – ikke erstatte – vores forpligtelse til at levere regional public service på traditionelt tv. Flow-tv spiller fortsat en vigtig rolle i opfyldelsen af kontraktens krav om bred tilgængelighed til regional samfundsinformation, herunder for borgere, der ikke primært orienterer sig via digitale platforme.

For at sikre, at de regionale nyhedsudsendelser fortsat lever op til public service-forpligtelsen om bred tilgængelighed og høj journalistisk kvalitet, har TV 2 Kosmopol i forlængelse af 2025 arbejdet med en relancering af nyhedsudsendelserne på TV. Formålet er ikke alene at fastholde share, men at styrke relevansen, formidlingen og gennemslagskraften i en medievirkelighed præget af ændrede seervaner.

Relanceringen skal sikre, at flow-tv fortsat er et stærkt og vedkommende tilbud til de borgere, der møder os her samtidig med, at det spiller sammen med vores digitale platforme.

Kommunalvalg 2025



Vores journalistiske dækning var i 2025 i høj grad præget af kommunalvalget, hvor vi levede op til forpligtelsen og dækkede valget i 34 kommuner og en storregion. Vi dækkede valget på alle platforme op til valget, under valget og i de afgørende dage og uger efter valget.

At dække kommunalvalg i 34 kommuner hvert fjerde år er ualmindelig ressourcetung, massiv og vigtig opgave. Under valgkampen afdækkede vi kritiske historier om brudte valgløfter, vi dækkede de aktuelle udspil og valgrelaterede nyheder. Valgdækningen blev

tilrettelagt med afgørende vægt på saglighed og upartiskhed i overensstemmelse med public service-kontraktens krav.

Via vores Spørg Os-format lavede vi journalistik baseret på spørgsmål fra brugerne om valget og det kommunale selvstyre. Vi bragte vi i løbet af tre måneder 146 valgrelaterede indslag på tv og mange flere digitalt.

Vi samarbejdede med Constructive Institutes "Dit valg, vores Danmark", hvor vi var med til at give ca. 40 journaliststuderende indsigt i journalistisk valgdækning.

TV 2 Kosmopol brugte på forskellige måder en del ressourcer på at klæde borgerne på til valget. Vi samarbejdede med TV2 og de øvrige TV 2 Regioner om en kandidattest. Vi leverede syv lokalt forankrede spørgsmål til hver af de 34 kommuner i vores dækningsområde - 238 spørgsmål med relevans for borgerne, plus lidt ekstra.

Vi udkom med 34 baggrundsartikler, én pr. kommune, hvor borgerne kunne blive klogere på, hvad de store valgtemaer var i den pågældende kommune, de fik de vigtigste fakta om deres kommune og analyser. Artiklerne udkom under valgkampen, hvor vi samtidig skruede op for den daglige, digitale dækning af politik.

I selve valgdøgnet var vi til stede med digitale reportere i alle 34 kommuner og Region Sjælland. De udsendte journalister livebloggede fra kommunerne Derudover udkom TV 2 Kosmopol med analyser og nyheder og havde stort fokus på resultater og konstitueringer både på valgnatten og i høj grad i dagene efter.

På Facebook delte vi de vigtigste valgrelaterede historier, baggrundsartikler og nyhedsvideoer. Dertil producerede vi under valgkampen valgrelaterede videohistorier blandt andet om kærlighed på tværs af politiske standpunkter.

PUBLIC SERVICE-REDEGØRELSE 2025



På tv afviklede og publicerede vi 34 valgdebatter af en times varighed. Spidskandidaterne fra de siddende partier, lokallister og partier repræsenteret i Folketinget blev inviteret i studiet for at debattere de vigtigste emner i netop deres kommune. I alt fik vi under valgkampen besøg af flere end 350 lokalpolitikere. Debatterne blev sendt på vores egen tv-kanal, var tilgængelige og delbare på tv2kosmopol.dk, og vi viste længere uddrag af debatterne i 19:30-eren og i den forlængede sendetid i nyhedsudsendelsen kl. 22:00.



I samarbejde med TV 2 Øst og TV 2 Bornholm producerede vi dertil halvanden times valgdebat med spidskandidater til den nye Region Sjælland. Debatten blev vist kl. 19.30 i alle tre mediers vindue på TV2.

På valgaften var vi live på TV2's hovedkanal i 5½ time. Ni live-hold transmitterede fra ni udvalgte rådhus, vi holdt seerne opdateret med analyser og resultater i studiet, og vi sendte ekstra nyhedsudsendelser dagen derpå både morgen, eftermiddag og aften på TV2.

Vores valgdækning på tv var stor, men desværre samtidig præget af, at Danmark spillede afgørende landskamp mod Skotland, hvilket fik stor betydning for seertallene.

På Instagram dækkede vi valgkampen og valget med 32 opslag på vores Instagram-profil. Brugerne tog godt imod, og vi så i valgugen en vækst i rækkevidde på 22%. Særligt reels og "memes" om pastasmag ift politisk ståsted opnåede stor reach (424.000 visninger) og mange reaktioner fra brugerne.

På TikTok tilrettelagde vi med "Aburnas valg" en særlig indsats for at få vores yngste brugere til at interessere sig for kommunalvalget. Valgrelaterede reels udkom i mix med andre historier på TikTok både i valgkampen og tiden efter. I valgdøgnet steg vores reach med 52%.

TV 2 Kosmopol's hovedkanal på YouTube udkom i valgkampen med to videoer, der havde til formål at skabe interesse for valget og lokaldemokratiet. Gennem velproducerede videoer fortalte vi historien om partiet "Valgfest med mexicansk tema" (88.000 visninger), hvis opbakning fik Folketinget til at ændre reglerne for partistøtte. I videoen "Fra bykonge til forbryder" (98.000 visninger) brugte vi Brixtofte-sagen i Farum til at undersøge, hvor meget magt en borgmester har, og hvornår den overskrides. Målgruppen på YouTube er for unge til selv at kunne huske sagen.

På alle platforme havde vi som mål at oplyse, undersøge, afdække og klæde folk på til at forstå kommunalvalg, og hvorfor det er vigtigt for vores nærdemokrati.

Aktualitetsprogrammer

TV 2 Kosmopol udkom, bortset fra ferieperioder, hver uge på tv med aktualitetsprogrammer, der er relevante for borgere i hovedstadsområdet (se punkt 3.3). Vi udkom dertil med 15 længere videoer med aktuelle emner målrettet vores følgere på YouTube. Herunder en video med gennemgang af Bandidos-sagen (128.000 visninger), en video, hvor vi undersøgte det kriminelle marked for receptpligtig medicin (229.000 visninger) og en video, hvor tidligere modstandsmand Ejler Borch fortalte om hvorfor og hvordan, han var med til at gøre modstand mod nazisterne under besættelsen (205.000 visninger). Udover YouTube udkom historierne også på tv og udvalgte på TV 2 Play.

3.2 Dækning af det regionale område

I overensstemmelse med kontraktens krav om at dække hele det regionale område og afspejle mangfoldigheden af kultur, livsopfattelse og levevilkår har TV 2 Kosmopol i 2025:

- Dækket alle 34 kommuner systematisk,
- Produceret valgindhold med særsilt fokus på hver enkelt kommune,
- Offentliggjort løbende opgørelser over geografisk fordeling af indslag og artikler,
- Arbejdet med diversitetsanalyse af kilder og medvirkende.

Den redaktionelle prioritering har haft som mål at sikre regional alsidighed og sammenhængskraft i hovedstadsregionen. Den brede geografiske dækning skal sikre, at TV 2 Kosmopol afspejler mangfoldigheden i levevilkår, kultur og livsopfattelse i regionen i overensstemmelse med kontraktens krav.

TV 2 Kosmopol dækker 34 kommuner og 1½ region. Vi tilstræber at komme omkring i hele regionen i vores nyhedsdækning, vi prioriterer den redaktionelle linje efter emner, der er relevante for borgerne på tværs af regionen og udvælger lokale historier, der har relevans, inspirerer eller udfordrer på tværs af kommune- og regionsgrænser.

Kommune	Befolkning	Antal indslag	Antal indslag	Antal artikler	Antal artikler	Antal artikler og indslag	Antal artikler og indslag
	Pr. 1. okt. 25	2024	2025	2024	2025	2024	2025
Albertslund	29.016	12	24	66	62	78	86
Allerød	26.495	10	17	40	56	50	73
Ballerup	53.840	19	16	71	79	90	95

PUBLIC SERVICE-REDEGØRELSE 2025



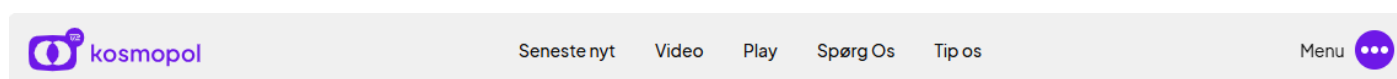
Brøndby	40.663	50	30	326	251	376	281
Dragør	14.390	12	19	44	61	56	80
Egedal	45.968	8	23	46	51	54	74
Fredensborg	42.401	17	18	82	99	99	117
Frederiksberg	106.397	128	135	369	397	497	532
Frederikssund	47.472	31	50	108	141	139	191
Furesø	42.744	30	21	126	114	156	135
Gentofte	75.157	26	49	187	232	213	281
Gladsaxe	71.135	17	45	93	157	110	202
Glostrup	25.820	20	29	149	134	169	163
Greve	53.900	29	23	107	128	136	151
Gribskov	41.918	70	67	183	154	253	221
Halsnæs	31.697	31	45	59	80	90	125
Helsingør	64.233	80	66	267	247	347	313
Herlev	31.856	26	33	97	65	123	98
Hillerød	54.967	52	44	217	210	269	254
Hvidovre	54.155	41	43	150	184	191	227
Høje-Taastrup	60.100	33	21	114	124	147	145
Hørsholm	25.350	12	13	59	76	71	89
Ishøj	24.541	19	41	69	138	88	179
København	672.677	1114	1073	4110	3916	5224	4989
Køge	63.851	56	78	323	350	379	428
Lejre	29.762	12	21	50	64	62	85
Lyngby-Taarbæk	58.674	38	51	189	186	227	237
Roskilde	92.354	65	103	381	491	446	594
Rudersdal	57.810	28	38	75	97	103	135
Rødovre	45.074	19	43	87	113	106	156
Solrød	24.919	15	11	61	62	76	73
Stevns	23.720	12	12	64	70	76	82
Tårnby	44.243	17	46	126	184	143	230

This document has esignatur Agreement-ID: ee0d37j68389222871680

Vallensbæk	18.579	11	12	33	42	44	54
Region Hovedstaden	1.930.703	77	97	412	391	489	488
Region Sjælland	855.000	14	19	85	69	99	88
Region Østdanmark	2.780.000	-	5		30		35
Sverige	1.430.000	23	10	13	6	36	16
I alt (kommuner)	2.195.878	2.274	2.491	9.038	12.186	11.312	14.677

Note: Der har været i alt 10.622 artikler, men nogle har haft mere end én lokation, derfor forskellen.

3.3 Udvikling af indhold og distributionsformer:



Tv2kosmopol.dk er den samlede platform for alt vores indhold. Her udgiver vi artikler, seneste nyt, højkantsvideoer, liveblogs, nyhedsudsendelser, programmer osv.

I overensstemmelse med kontraktens krav om at adressere den øgede digitalisering og udvikle relevante distributionsformer, der er relevante for befolkningens mediebrug og sammensætning, styrkede TV 2 Kosmopol i 2025 blandt andet den digitale formidling gennem nye videoformater, der kan distribueres bredt. Vi udviklede live-blogs og øgede vores breaking-dækning, arbejdede med vores nyhedsapp som en teknologineutral platform for alle brugere og stillede alt tv-indhold gratis til rådighed via tv2kosmopol.dk.

Det indhold, der forbruges mest på tv2kosmopol.dk er artikler og seneste nyt-opslag. Artikler fra vores nyhedsafdeling, LEV-redaktionen, Fagredaktionen og Format-redaktionen udgives i et mix på tv2kosmopol.dk. Derudover udgiver vi de seneste og vigtigste nyheder i vores Seneste Nyt-feed, hvor man kan blive opdateret på, hvad der sker i regionen i et kortere format.

I 2025 havde vi særligt fokus på video, breaking, kommunalvalg, vores app – og senest liveblogs. Vi brugte tid på at styrke vores breaking-beredskab ved at lave en klar breaking-plan med tre niveauer, som hele huset er en del af. Vores brugere forventer af os, at vi er der, når det virkelig brænder på, og det har smittet af på de mange lige nu-situationer, som vores nyhedsafdeling dækker hver uge.

I slutningen af året øgede vi vores arbejde med liveblogs, som vi kunne se, brugerne efterspurgte, med livebloggen fra kommunal- og regionsrådsvalget som højdespringer med 315.000 visninger. Det er et arbejde, der vil fortsætte ind i 2026.

PUBLIC SERVICE-REDEGØRELSE 2025



Tv2kosmopol.dk så en stigning i brugere på 34 % fra 2024 til 2025 og en stigning på 41 % i visninger fra 2024 til 2025.

TV 2 KOSMOPOL

	Tal fra Google Analytics (samlet pr år)				Tal fra Plausible (daglige gennemsnit)		
	2021	2022	2023	2024	2023	2024	2025
Brugere	20.367.370	18.631.453	9.547.718	11.818.988	58.741	72.715	97.417
Besøg	61.136.735	47.845.570	23.871.753	29.979.553	66.301	83.265	114.107
Visninger (click)	91.845.717	69.199.048	31.003.367	35.814.930	84.941	97.855	153.743
Visninger (feed)	Ikke opgjort	Ikke opgjort	13.018.980	67.632.042	35.668	184.787	235.078
Visninger (tv2.dk)	23.503.562	26.486.873	31.179.947	34.708.524	85.425	94.832	107.210
Visninger (samlet men uden app)	115.349.279	95.685.921	75.202.294	138.155.496	206.034	377.474	496.031
Visninger i app	Ikke opgjort	Ikke opgjort	Ikke opgjort	8.636.534	Ikke opgjort	60.592	123.090
Samlet antal daglige visninger på web og app	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	438.066	619.121

Hele TV 2 Kosmopol har arbejdet målrettet med at få mere video til at være en del af brugerens oplevelse på TV 2 Kosmopol. Det gælder både som en del af oplevelsen, når man læser artikler, som dokumentation i Seneste Nyt, eller som små fortællinger i højkantsformatet. Her har vi skruet op med daglige nyheds-højkantsvideoer. Det gav samlet set givet pote i 2025, hvor vi mere end tredoblede de daglige afspilninger:

TV 2 KOSMOPOL

	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Gns. daglige afspilninger, live	350	512	511	282	134	166
Gns. daglige minutter set, live	2.313	2.539	913	2.019	999	580
Gns. daglige afspilninger, VOD	9.616	12.517	9.408	15.632	15.526	50.161
Gns. daglige minutter set, VOD	18.238	20.976	14.893	13.030	14.585	23.911

PUBLIC SERVICE-REDEGØRELSE 2025



Note: Data fra 2025 er hentet fra JWP. Data er sammenlagt fra Kaltura og JWP for 2024. De øvrige år er datakilden alene Kaltura.

Nyhedsapp

Vi har arbejdet målrettet med at få flere til at downloade vores app. Det satser vi på, så vi løbende kan gøre os mere uafhængige af tredjepartsplatform. Vi kørte i 2025 aktive kampagner i vores udsendelser på tv, og når brugerne besøgte vores website. Det har givet pote.

Vores brugere af nyhedsappen blev fordoblet fra 2024 til 2025, og modtagerne af vores push-besked blev over tredoblet. Senest har vi justeret vores push-strategi for at sikre os, at de beskeder, vi udsender, er så relevante for brugerne som muligt.

Nyheds- TV 2 KOSMOPOL app

	Samlet for året			Dagligt gennemsnit	Dagligt gennemsnit
	2021	2022	2023	2024 (kun nyhedsapp)	2025 (kun nyhedsapp)
Besøg	2.265.732	2.190.864	1.673.098	8.735	20.360
Besøgende	40.225	29.024	35.000	6.043	13.302
Visninger (både click og feed)	Ikke opgjort	Ikke opgjort	Ikke opgjort	60.592	123.090
Modtagere af push-besked	Ikke opgjort	Ikke opgjort	Ikke opgjort	6.820	21.979

Note: For 2024 og 2025 er besøg, besøgende og visninger opgjort som daglige gennemsnit med data fra Plausible. For at sikre ensartethed blandt regionerne er data opgjort i december 2024 og 2025. Antallet af modtagere af push er hentet fra OneSignal og er et gennemsnit af antal modtagere af push-beskederne sendt i december 2024 og 2025.

Sociale Medier:

TV 2 Kosmopol er til stede på de mest relevante sociale medieplatforme, og vi udkommer med indhold, som passer til målgruppen på den enkelte platform. Det gør vi for at være til stede med troværdige nyheder, debat og indsigt på de platforme, hvor brugere er, ikke mindst den yngre del af målgruppen, der primært orienterer sig på digitale platforme og sjældent eller aldrig anvender traditionelle medier.

Vi udkommer dagligt med nyheder på Facebook, X og Bluesky. Vi udkommer flere gange ugentligt på TikTok og Instagram og flere gange om måneden på YouTube.

Vi skruede i 2025 op for vores publiceringer på TikTok, hvor det er TV 2 Kosmopols mission at inddrage den yngre målgruppe i den aktuelle dagsorden. Det gjorde vi ved tilstedeværelse, oplysning og relevans. Vi tager målgruppen alvorligt, vi vil give dem viden og indsigt. På platformen deler vi videoer med et miks af relevante nyheder for den unge målgruppe, vi forfølger og tester nye trends, og vi har især succes med vores utraditionelle debatformat "Aburnas Båd", hvor TikTok-vært Aburna Mohanathas inviterer forskellige personligheder til at dele deres "take":

Interviewgæsternes personlige holdninger til tendenser og hvordan vi omgås hinanden i samfundet på godt og ondt.



Eksempler på "takes";
"Jeg synes det er underligt, at jyder og københavnere beeper",
"Man skal ikke hate så meget på Vestegnen",
"Folk skal stoppe med at brokke sig over nye boligbyggerier – der er boligmangel i København."

Målgruppen vil også gerne have afdækkende journalistiske historier. Vores video om en læge, der blev opdaget i at snage uberettiget i flere kvinders journaler, blev set af 166.000

brugere, vores historie om buschauffører, der kritiserede sikkerhedsforholdene i U-Movebusser blev set 204.000 gange, og en nyhed om kvælningsleg på en skole, som nær endte galt, blev set 420.000 gange på TikTok.

I 2025 fortsatte vi væksten på TikTok både i forhold til antal følgere, sete minutter og reach. Vi udkom med 185 videoer. Vi opnåede 21 mio. videovisninger, 1,1 mio. Likes, 8.700 kommentarer og 66.000 delinger på TikTok.

60% af vores brugere på platformen er kvinder. Aldersmæssigt er fordelingen:

18-24-årige: 56,7%
25-34-årige: 32,4%
35-44-årige: 5,5%

Note: Det skal bemærkes, at det ikke har været muligt at trække data fra hele året. Ovenstående data dækker over perioden 23. januar 2025 - 31. december 2025.

PUBLIC SERVICE-REDEGØRELSE 2025



Facebook er stadig den platform, hvor vi når flest og hvorfra, der sendes flest brugere ind på tv2kosmopol.dk.

Vi deler mellem 10 – 20 opslag dagligt. På Facebook deler vi fortsat langt størstedelen af vores artikler.

Som public service-medie ønsker TV 2 Kosmopol at skabe sammenhængskraft i samfundet på tværs af platforme og kanaler, så forskellige aldersgrupper og segmenter ikke ender med at befinde sig i forskellige informationsbobler.



Trafikkilder % (besøgende)	2022	2023	2024	2025
Facebook	50,18	37,3	41,42	48,72
Google	22,8	20,89	31,44	27,70
Direct / None	19,31	32,38	19,00	16,78
tv2.dk	4,56	6,99	5,73	4,04
Øvrige	3,15	2,44	2,41	2,76

Note: Data er hentet fra Plausible og dækker kun web.

Vi opnåede i 2025 flere videovisninger ved at dele langt flere nyhedsreels. Med vores delinger på Facebook når vi ud til vores voksne målgruppe.

Blandt højdespringerne på video var "Hjemmeplejer oplever minuttyranni og omsorgssvigt i ældreplejen" (1,7 mio. visninger), "Fem mennesker på 64 kvadratmeter" (1,1 mio. visninger), "TV 2 Kosmopol tester på egen krop – hvad døde Nanna af?" (1,7 mio. visninger).

I 2025 fik vi 48.100 nye følgere svarende til en stigning på 109%, vi havde tre mio. interaktioner med det publicerede indhold svarende til en stigning på 85%.

På Instagram havde vi 44.000 følgere, og vi delte i 2025 472 opslag plus en del stories.

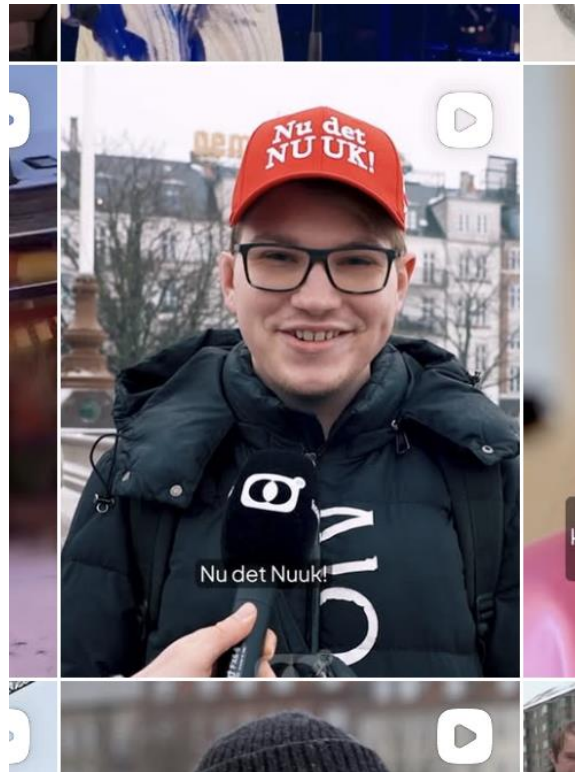
PUBLIC SERVICE-REDEGØRELSE 2025



Vi opnåede fortsat vækst, ikke mindst båret af, at vi med succes delte flere nyhedsreels. Vores profil er et mix af nyheder, kultur, debatskabende historier og memes om relevante emner.

Blandt de mest sete opslag var Peter Mygind-interview i forbindelse med Jytte Abildstrøms død (908.000 visninger), video fra borgermøde om udkældt botilbud i Gladsaxe (746.000 visninger) og en video med et eksperiment, hvor vores journalist på baggrund af rapport om udlændinges opfattelse af danskere testede, hvor svært det er at få nye venner i København (613.000 visninger).

På Instagram nåede vi 2,6 mio. brugere, vi havde 25,8 mio. eksponeringer og 498.000 interaktioner. Målgruppen er ældre end TikTok og yngre end Facebook-brugerne. Den største brugergruppe er kvinder mellem 25 og 34 år.



YouTube er fortsat den eneste platform, hvor TV 2 Kosmopol når flere mænd end kvinder. På vores YouTube-kanal er 63 % af brugerne under 34 år og 85,8 % af alle brugerne er mænd. Vi oplever fortsat vækst på YouTube og nåede i 2025 op over 50.000 abonnenter.

På YouTube deler vi videoer, der klæder brugerne på til at forstå udvalgte emner eller historier. Blandt højdespringerne i 2025 var videoen "Hvad betyder mærkerne på Bandidos veste" (228.000 visninger) "Historien om Danmarks største seriemorder" (276.000 visninger) og "Q&A: Soldat i Fremmedlegionen – Simon svarer på spørgsmål" (227.000 visninger)

Vi publicerede 20 videoer i 2025. YouTube opgør trafik på månedlig basis, og vi havde i 2025 et gennemsnitligt publikum på 149.000. Vi fik i 2025 11.800 nye abonnenter og havde i alt 5,9 mio. visninger på vores indhold.

TV 2 Play

I snart 10 år har TV 2 og regionerne haft en aftale om udgivelse af regionale programmer på TV 2 Play. Aftalen var i begyndelsen omfattet af de regionale nyhedsudsendelser på TV 2's hovedkanal, men i foråret 2022 blev samarbejdet udvidet til også at omfatte udvalgte programmer fra TV 2 Regionernes 24 timers kanaler.

TV 2 Regionerne udvælger med TV 2 som sparringspartner, hvilke regionale programmer, der skal gøres tilgængelige på TV 2 Play. De regionale programmer integreres i programudbuddet på TV 2 Play på samme måde som andet indhold, som TV 2 erhverver licens til fra danske og udenlandske programleverandører.

Det er naturligt at finde de regionale programmer i TV 2's streamingtjeneste, og med udvidelsen i 2022 fik danske brugere flere muligheder for at se regionalt indhold. TV 2 har desuden som et led i samarbejdet forpligtet sig til at dele sin viden om kuratering og performance af det regionale indhold med TV 2 Regionerne.

I løbet af 2025 lancerede vi ni serier og syv enkeltstående programmer på TV 2 Play. I alt udmøntede det sig i 52 episoder og programmer, og de opnåede samlet set 933.000 fulde visninger (En fuld afspilning defineres som 97% akkumuleret afspilning af total varighed), svarende til 18.000 i gennemsnit. Dette svarede til i alt 286.137 timers afspilninger.

I 2025 var vores samlede volumen af udgivet indhold på TV 2 Play på 16 timer. Hertil kommer vores politikerdebatter op til kommunalvalget i november, og de udgjorde 35 debatter med en samlet varighed på 35 timer. Vi kaldte debatserien 'Kampen om krydset', og debatterne havde i alt knap 10.000 fulde on-demand visninger på TV 2 Play.

Eksempler på indhold fra TV 2 Kosmopol på TV 2 Play i 2025:

- **Førstehjælp i skudsikker vest**

TV 2 Kosmopol har fået unik adgang til specialenheden TEMS. Mød paramedicinen Thomas, der som den første rykkede ind ved skyderiet i Fields. Annika og Astrid arbejder hårdt for at blive optaget i TEMS.

- **Din nabos livret**

Bag hver femte dør her i hovedstadsområdet gemmer sig et middagsbord uden sovs og kartofler. Madglade Sascha Yang går i køkkenet med seks hverdagskokke for at lave deres livretter.

- **Bo bedre billigt**

Sofie Riise viser, at man sagtens kan indrette sig fedt som ung i hovedstaden trods høj husleje og stramt budget. Kun med genbrug forvandler hun unges hjem for 2.000 kroner på tre dage.

- **Livet på fødegangen**

Herlev Hospitals fødeafdeling er en af landets travleste med over 5.000 fødsler om året. Kom tæt på de ansatte, der hver dag må tage store beslutninger, når nye liv skal til verden.

- **Udrykning med omsorg**

3. sæson om den særlige Sociolance, der rykker ud, når nogle af samfundets mest sårbare og udsatte har brug for hjælp og pleje.

- **Alle alene i verden**

Det har aldrig været nemmere at passe sig selv. Alt kan klares med et par klik på skærmen, uden man behøver at tale med nogen. Men hvad sker der egentlig med os, når smalltalken og de små, tilfældige møder forsvinder.

- **Havets Helte**

Marinbiolog Sandra Helmark Hansen har altid elsket vand. Derfor rammer historierne om vores pressede hav, fjorde og søer hende hårdt. Nu opsøger hun dem, der kæmper for at redde livet under overfladen.

- **Nyt liv på landet**

Emma har sagt farvel til livet i København for at dyrke grøntsager. Adam og Karen har forladt byen til fordel for et nedslidt landbrug og ambitionen om at blive vinbønder.

- **Smagen af fremtiden**

Tre personer kæmper for at bevise, at deres plantebaserede produkter kan være med til at ændre vores madvaner. Men det er langt fra så nemt at få succes, som de havde drømt om.

- **Pillernes Herre**

Hvor kommer de hundredtusindvis af farlige opioidpiller fra, som sælges på det sorte marked? Vi går tæt på de kriminelle bagmænd og deres forbindelser til den danske medicinalindustri.

- **Danmarks største seriemorder**

Dagmar Overby adopterede og dræbte otte børn. Hun er kendt som Danmarkshistoriens største seriemorder, men hvad var det egentlig, der skete dengang i København tilbage i starten af 1900-tallet.

- **Fra bykonge til forbryder**

Peter Brixtofte var borgmester i Farum og skabte en succes, der kastede hæder og hyldest af sig. Men under overfladen lurede en økonomisk katastrofe, der stadig kan mærkes i 2025.

- **Ejlers kamp mod nazisterne**

Der skulle gå flere årtier, før Ejler Borch skulle fortælle om sine oplevelser under 2. Verdenskrig. Han er en af de sidste nulevende modstandsfolk, der under 2. Verdenskrig deltog i sabotageaktioner mod den tyske besættelse.

- **Velkommen i klubben**

Unge helt ned til 15 år kan gå på natklub her i Hovedstadsområdet og drikke sig lige så fulde, som de har lyst til. Arrangørerne lover at passe på de unge, men det er bestemt ikke altid, at det sker.

- **Prankede valgsystemet**

En studerende fra København udnyttede ad flere omgange valgsystemet med et parti, der skabte overskrifter, og som siden har fået politikerne til at lave valgreglerne om.

I ugerne frem mod kommunalvalget 18. november 2025 producerede TV 2 Kosmopol 35 politikerdebatter med topkandidaterne i kommunerne i vores sendeområde samt debat med kandidaterne til det nye Region Østdanmark (i samarbejde med TV 2 Øst og TV 2 Bornholm).

Debatterne blev også lanceret på TV 2 Play og var tilgængelige på TV 2 Kosmopols indholdsside på TV 2 Play frem til valgdagen.

Vores seermæssige effektivitet på TV 2 Play havde i 2025 en nedgang på 16%. Tallet bygger på forholdet mellem, hvor mange afspillede sekunder hvert produceret, lanceret sekund har udløst. I 2024 lå det på 21.325, i 2025 landede det på 17.866.

Vores nyhedsudsendelser 19:30 tilbydes on-demand på TV 2 Play, og programmerne er tilgængelige på platformen de følgende 14 dage frem. Her ses vores nyhedsudsendelse i snit mere end 300 gange (En fuld afspilning defineres som 97% akkumuleret afspilning af total varighed) hver aften året rundt. Dette er en stigning på 50% fra 2024, og for hele 2025 svarer tallet til 110.280 fulde visninger.

3. 4. Strategi samt mål og målbare succesparametre

TV 2 Kosmopol har i overensstemmelse med public service-kontrakten arbejdet på implementering af en strategi med årlige mål og målbare succesparametre. I redegørelsen dokumenteres hvert enkelt

mål og resultat, graden af målopfyldelse samt en vurdering af fremadrettet indsats. Hvor mål ikke er fuldt indfrie, redegøres der for baggrunden herfor.

TV 2 Kosmopol fortsatte i 2025 omstillingen mod en moderne medievirksomhed, der orienterer sig mod sit publikum på tværs af platforme og målgrupper. Vi styrkede i løbet af året vores indsatser på en række digitale platforme og oplevede markant vækst på eget website og på de vigtigste sociale medier. Uanset tilgang til platforme er målet uforandret, nemlig at levere væsentlig og vedkommende regional journalistik, der holder oplysningsniveauet højt og binder borgere på tværs af hovedstadsregionen sammen.

Vi foretager hvert halvår en spørgeskemaundersøgelse, hvor vi spørger 1.000 borgere i vores sendeområde, om de oplever, vi opfylder målene i vores strategi og budgetmål. Sammenholdt med data fra vores digitale platforme og brugen af Kosmopols indhold på TV 2's platforme, er det blandt andet denne undersøgelse, der ligger til grund for og er dokumentation i gennemgangen af vores budgetmål:

1)

TV 2 Kosmopol vil give metropolen en stemme

Vi dækker hele vores område som et samlet område, der centrerer sig om hovedstaden. Vi har mange dagsordner på tværs af kommunegrænserne, og det er dem, vi vil fokusere på. Vi vil fastholde at lave vores egen originale journalistik og kun citere fra andre medier, når vi selv kan bidrage med nyt - eller i vores nyhedsoverblik på hjemmesiden.

Vi vil citeres 5.000 gange om året af andre medier.

Målet er indfriet. TV 2 Kosmopol er blevet citeret 5.861 gange.

2)

TV 2 Kosmopol vil dække emner, som kan mærkes og er særligt relevante for borgere i og omkring Danmarks eneste metropol.

Vi vil have mennesker i 50% af alle vores historier på TV og SoMe samt i 30% på webben - med undtagelse af live bloggen.

I en tilfældig to ugers optællingsperiode i første halvår havde vi på TV (inklusive kort nyt) mennesker/cases i 56% af historierne.

I en tilfældig to ugers optællingsperiode i andet halvår havde vi på TV (inklusive kort nyt) mennesker/cases i 43% af historierne.

I en tilfældig to ugers optællingsperiode havde vi digitalt mennesker/cases i 58 % af historierne.

I en tilfældig to ugers optællingsperiode på Facebook var der mennesker/case på 66% af videoerne.

I en tilfældig uge på Instagram var der mennesker/case på 50% af opslagene.

PUBLIC SERVICE-REDEGØRELSE 2025



YouTube havde i de første seks måneder haft mennesker/case på 42%.

På TikTok baserer vi en stor del af produktionen på at formidle nyheder og give metropolen en stemme via voxpop med målgruppen. Der er derfor færre videoer med cases som afsender.

Vi betragter målet som indfriet.

3)

TV 2 Kosmopol vil kvalificere kendskabet til vores medie

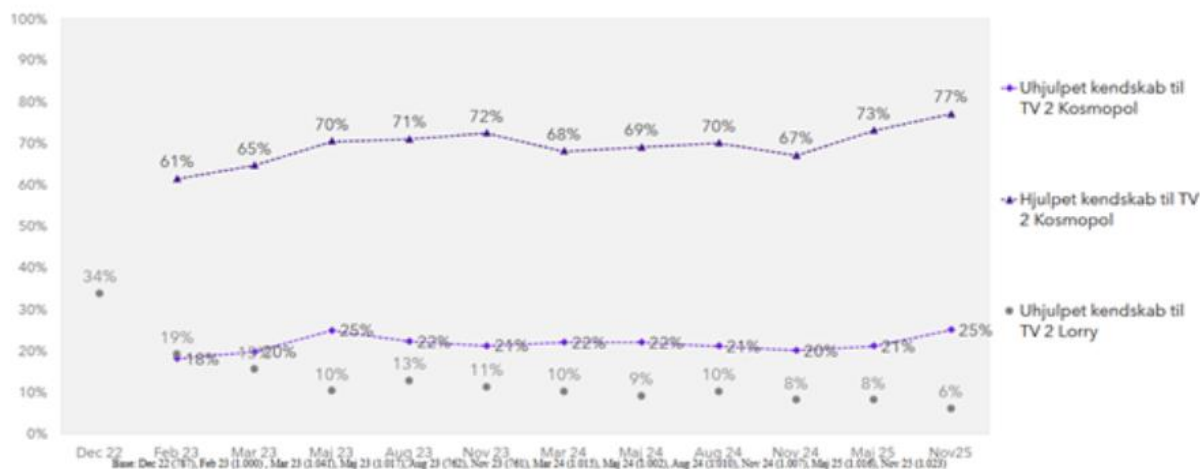
Vi vil gennem halvårsanalyser tracke, at udviklingen i det kvalificerede kendskab til TV 2 Kosmopol og vores produkter stiger.

Vi bad i 2025 Norstat fortsat tracke kendskabsgraden til TV 2 Kosmopol. Vi så fremgang ved begge halvårslige analyser.

Kendskab til TV 2 Kosmopol

Q: Hvilke medier, der dækker hovedstadsområdet, kender du eller har du hørt om?

Q: Kender du eller har du hørt om følgende medier?

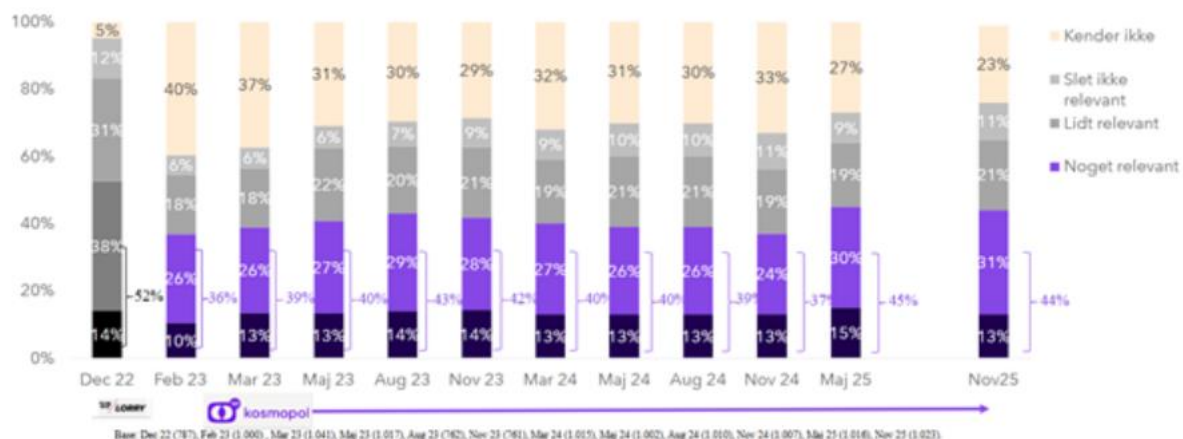


PUBLIC SERVICE-REDEGØRELSE 2025



TV 2 Kosmopols relevans

Q: Hvor relevant er TV 2 Kosmopol – samlet set for dig?



Målet er indfriet.

4)

Vi vil udkomme dagligt på tv, web, Facebook og Instagram. Vi vil udkomme ugentligt (45 uger) på YouTube og TikTok.

Målene er indfriet på Facebook, Instagram og TikTok.

På YouTube er målet ikke indfriet.

Vi udgav i løbet af året ikke 45 videoer, men derimod 28 videoer. Forklaringen ligger i, at vi ikke delte så mange serieepisoder på platformen, som vi havde forventet. Disse delte vi udelukkende på egen hjemmeside og TV 2 Play, fordi vi vurderede, at resultatet af serierne blev mindre relevante for målgruppen på YouTube. Derudover udgav vi i løbet af året nogle længere videoer, som krævede mere arbejdstid. På trods af det voksede kanalen i antallet af følgere, antallet af visninger og antallet af sete minutter. Færre videoer påvirkede altså ikke kanalen negativt i 2025, men hvis succesen og væksten skal opretholdes, er det ikke ønskværdigt at skruer yderligere ned for udgivelserne.

Visninger 5,7 mio. 18 % mere end 19. jan. – 31. dec. 2024	Visningstid (timer) 534,9 t 34 % mere end 19. jan. – 31. dec. 2024	Abonnenter +11,5 t Omtrent det samme som 19. jan. – 31. dec. 2024
--	--	---

5)

Vi vil fortsat udvikle vores nyhedsbrev og øge andelen af abonnenter.

Vi øgede vores modtagere af nyhedsbrevet fra 8.073 i januar til 8.772 i december.

Målet er indfriet.

6)

Vi vil i 2025 fortsat intensivere opmærksomheden om vores nyhedsapp som den egenkontrollerede platform, den er at fokusere på at øge antallet af daglige brugere på appen, fra godt 5000 daglige brugere i november 2024 til 10.000 daglige brugere ved udgangen af 2025.

Vi øgede løbende vores daglige brugere på nyhedsappen, der har haft over 10.000 brugere pr. dag siden april op til 15.265 brugere pr. dag i november.

Målet er indfriet.

7)

Vi skal have flere besøgende. Målet er, at antallet af unikke besøgende skal stige i løbet af 2025, således, at vi i slutningen af året når op på gennemsnitligt 130.000 daglige brugere.

Vi har i én måned, juli, opnået målet med 130.000 brugere pr. Dag i snit. Her opnåede vi et gennemsnit på 143.000 daglige brugere i snit, mens vi i august nåede 127.000 brugere i snit.

Vi havde 64 dage med over 130.000 brugere.

Årsgennemsnittet pr. dag var 105.000 brugere.

Målet er ikke indfriet, men vi oplevede en fremgang af unikke brugere på 45% i 2025.

8)

Vi vil øge antallet af brugere i kommunalvalgsdækningen, med samme niveau som vi gjorde, fra 2017 valget til 2021 valget. Det betyder at vi vil ramme ca. 350.000 brugere på valgdagen, og dagen efter.

Trods rekord i sidevisninger både på valgdag og dagen efter lykkedes det ikke at overgå antallet af unikke brugere i valgdøgnene.

	Valgdag KV17	Valgdag KV21	Valgdag KV25
Brugere	169.000	240.000	224.000
Besøg	233.000	300.000	290.000
Sidevisninger	1.079.420	751.830	1.083.158
	Dagen efter KV17	Dagen efter KV21	Dagen efter KV25
Brugere	208.000	267.919	235.000
Besøg	274.000	338.157	318.000
Sidevisninger	868.962	735.759	1.314.227

Målet er ikke indfriet.

9)

Vi vil lave 35 debatter som optakt til valget, og en valgaften som får flere seere, end vi havde i 2021.

Vi lykkedes med at afvikle 35 valgdebatter.

Grundet landskamp og generelt faldende seertal lykkedes ikke at få flere seere på valgaften.

Målet er ikke indfriet.

10)

På TV vil vi i 2025 på trods af udviklingen i flow-TV, kæmpe for at genoprette en gennemsnitlig share på 32 på 19.30-eren hen over året.

Vi havde i 2025 en gennemsnitlig share på 26 og et gennemsnit på 86.000 seere i 19.30-udsendelsen.

Målet er ikke indfriet.

11)

På Facebook, Instagram og andre relevante sociale medier skal vi ansvarligt dele historier og regionalt indhold med bred relevans for metropolens borgere.

Da det er meget svært for os at forudsige de forskellige platformes algoritmer og handlinger, vil vi løbende gennem året vurdere omfanget af indsatsen og tilpasse den til at nå flest mulige. Som minimum vil vi fastholde niveauet fra 2023 og 2024, på tværs af platforme.

Vi udkom med:

PUBLIC SERVICE-REDEGØRELSE 2025



185 videoer på TikTok, fik 21 mio. visninger, 1,1 mio. likes og 8.700 kommentarer.

20 videoer på YouTube-hovedkanalen, vi havde i snit et månedligt publikum på 149.000, 11.800 nye abonnenter og knap 5,9 mio. visninger i 2025.

472 opslag på Instagram (plus en del stories). Vi fik 25,8 mio. eksponeringer og nåede 2,6 mio. unikke brugere. Dertil 498.000 interaktioner, hvilket er en stigning på 100%.

Dertil en stigning i antallet af unikke brugere på Facebook på 63% fra 2024 til 2025 og en stigning på 62% i antallet af visninger.

Målet er indfriet.

12)

På YouTube vil vi årligt udkomme med 45 videoer, som har en særlig relevans for de yngre og fastholde den positive udvikling i sete minutter og abonnenter. Konkret betyder det, at vi i 2025 vil runde 50.000 abonnenter på den store kanal og 15.000 abonnenter på vores seriekanal.

Målet er indfriet på vores hovedkanal.

Målet er ikke indfriet på TV 2 Kosmopol Play, hvor vi har 12.600 abonnenter.

13)

Mindst fem gange om ugen vil vi publicere inspirerende og kvalificerende historier med udsyn.

I en stikprøve på to tilfældige uger i første halvår udkom vi med i alt 13 historier med udsyn.

I en stikprøve på to tilfældige uger i andet halvår udkom vi med i alt 6 historier med udsyn.

Målet er delvist indfriet.

14)

Vi udkommer mindst 40 gange årligt med Oplev, der hver uge anbefaler 3 specifikke kulturoplevelser inden for klassisk kultur, natur, gastronomi, aktiv og historie. Oplev udkommer på alle platforme, og har sin egen app.

Målet er indfriet.

15)

Besøgende skal bruge flere stykker indhold, når de er på tv2kosmopol.dk. Vi fordoblede antallet af forbrugte enheder pr besøg i 2024

På trods af den store stigning vil vi i 2025 arbejde for at få antallet af forbrugte enheder yderligere op.

PUBLIC SERVICE-REDEGØRELSE 2025



Gennemsnittet for 2024 var 3,51. Årsgennemsnittet for 2025 var 3,71.

Målet er indfriet.

16)

Vi vil igennem 2025 udvikle en plan for at få øget antallet af videovisninger på tv2kosmopol.dk

Vi arbejdede målrettet med video indenfor de nuværende rammer. Vi styrkede nyhedsvideoer, og vi afsatte ressourcer i alle hverdage, der klippede reels på nyhedshistorier. Derudover styrkede Fagredaktionen og Format deres satsninger på video.

Video	Januar	Februar	Marts	April	Maj	Juni	Juli	August	September	Oktober	November	December
Atspilninger/dag	8240	18682	38.644	26.882		25.038	42.745	56.196	65.797	82.454	70.162	83.596
	549.36		872.82	632.13		876.88	793.60	1.517.8		2.656.0	3.530.67	1.728.92
Tid set	8	586348	4	2		6	9	28	1.564.837	88	4	0

Målet er indfriet.

17)

Vi vil ugentligt udkomme med nye afsnit af vores serier, både på kanalen og i 19.30-udsendelsen samt med ledsagende artikler på tv2kosmopol.dk.

Målet er indfriet.

18)

Vi vil i 2025 kortlægge arbejdsgange på alle redaktioner fra ide til udkomme, og undersøge hvordan de optimeres med samarbejde for øje.

Målet er indfriet.

19)

Vi vil i 2025 arbejde målrettet med at forbedre samarbejdet og samspillet i ledelsen igennem fire workshops.

Målet er delvist indfriet.

Vi vil i 2025 analysere vores mødekultur og implementere en struktur, der understøtter færre men bedre møder.

Målet er delvist indfriet.

20)

Vi vil i 2025 analysere vores brug af den tekniske platform, vi bruger, for at udkomme med indhold og implementere tiltag, som øger overblikket og transparens. (Kisasa 2)

Projektets nøglemedarbejder er stoppet og ansat på TV 2, så større ændringer gennemføres ikke i 2025.

Målet er ikke indfriet.

21)

TV 2 Kosmopol skal i perioden udnytte ny teknologi til at forbedre adgangen til vores indhold for hørehæmmede, blinde og døve. Vi vil desuden fortsætte med at digitalisere vores arkiv. Ambitionen er, at vi i 2025 får automatiseret vores tale til tekst funktion, og vi får teksten alt videoindhold på tv2kosmpol.dk

I 2025 indførte vi automatisk undertekstning på vores tv-udsendelser via Tekst-TV, både på vores egen flow-kanal og på vores udsendelser hos TV 2. Underteksterne er automatisk AI-genereret, bortset fra, når vi vælger at lave undertekster manuelt.

Op til kommunalvalget i november undertekstede vi de politiske debatter på vores hjemmeside. Undertekstning af alt vores videoindhold på hjemmesiden afventer en samlet fælleregional løsning. Digitaliseringen af vores arkiv fortsatte i 2025, men i et lavere tempo end oprindeligt forventet.

Målet er delvist indfriet.

22)

TV 2 Kosmopol har idriftsat et system til automatisk undertekstning på TV, hvilket betyder, at alle vores udsendelser på Kosmopols egen TV-kanal er undertekstet via kunstig intelligens på Tekst-TV side 399.

En lignende løsning bliver sat i drift på TV 2, men vi afventer en systemopdatering hos TV 2. Planen er, at nogle af vores undertekstninger tilrettes af dedikerede medarbejdere før udgivelse, mens andre undertekster er 100% lavet af kunstig intelligens.

Vi fortsætter i andet halvår med at opdatere løsningen og vurderer i hvilken grad, løsningen fortsat skal understøttes af dedikerede medarbejdere for undertekstning.

Målet er delvist indfriet.

23)

TV 2 Kosmopol er nysgerrige på borgernes liv.

Vi vil fastholde og udvikle Spørg os, samt Tip os, så borgerne har en åben forbindelse ind til os. Vi vil besvare 80 Spørg os-spørgsmål i 2025, og vi vil øge antallet af besøgende, som stemmer i vores afstemninger.

Vi besvarede 87 spørgsmål baseret på befolkningens undren gennem Spørg Os. 49 var svar på vinderspørgsmål.

Målet er indfriet.

24)

Vi vil også i 2025 lave en diversitetsanalyse af vores indhold, som fremadrettet skal styrke en mangfoldig dækning af hele metropolen.

Diversitetsundersøgelsen blev lavet i december 2025 som en stikprøve i en periode på tre uger. Analysen er et redskab i arbejdet med at fastholde løbende opmærksomhed på kildebredde og diversitet, der skal sikre, at TV 2 Kosmopol afspejler mangfoldighed i kultur, livsopfattelser og levevilkår i regionen.

2025-undersøgelsen viser ingen markante bevægelser ift. foregående år. Kønsmæssigt er balancen i valg af kilder stadig skæv, dog med mindre forskel på tv end på web:

TV	2023	2024	2025		Web	2023	2024	2025
Mænd	56	53	54		Mænd	61	60	61.9
Kvinder	42	46	45		Kvinder	37	38	38
Nonbinær	0.2	0	0		Nonbinær	0	0	0
Etnisk dansk	86	89	82		Etnisk dansk	89	92	88.8
Anden vestlig	6.5	7.7	7.8		Anden vestlig	5.5	0.8	1.9
Ikke vestlig	5.44	8.6	7.8		Ikke vestlig	2.7	5.2	7.6

Målet er indfriet.

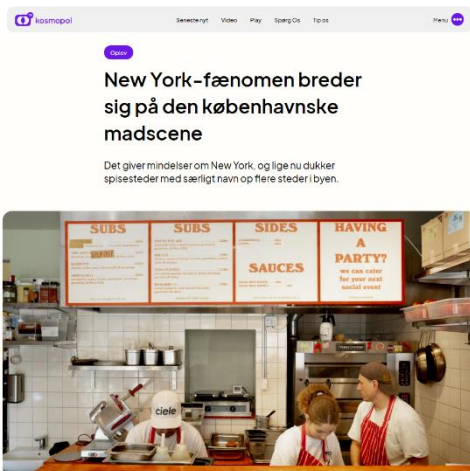
3.5 Dansk kunst og kultur:

Hovedstadsregionen har et rigt kulturliv, og TV 2 Kosmopol dækker kulturen fast på ugentlig basis, på forskellige måder og forskellige platforme. TV 2 Kosmopol havde løbende fokus på formidling af kunst og kultur gennem det faste kulturformat Oplev, løbende kulturnyheder og regionale kulturserier og eksterne produktioner.

Vores faste kulturformat Oplev tænker kultur bredt, så kulturdækningen er relevant for alle typer kulturforbrugere. I 40 uger om året sørger Oplev-redaktion for at inspirere til oplevelser indenfor scenekunst, udstillinger, kreative udfoldelser, naturoplevelser, fællesskabsorienterede muligheder og ikke mindst inspirerende gastronomiske oplevelser. Særligt inspiration til spisesteder er populært hos brugerne.

Oplev har i det forgangne år blandt andet:

PUBLIC SERVICE-REDEGØRELSE 2025



Deltaget i fælles morgendans i Operaen, spist fastelavnsboller i Kildeskovshallen i Gentofte, afprøvet filmbiler hos Haaning Collection, lært om penge hos Bank – og Sparekassemuseet, forsøgt at kvalificere sig til DM i Modeltog hos TrainGamia, besøgt mikrobageri i Hørsholm, sovet i shelter på vandet i Roskilde Fjord, besøgt HuskMitNavn-udstilling i Kastrup, prøvesmagt cocktail med pistacie, hummer og koriander på baren Velour, set kæmpetornado på Tegners Museum i Dronningmølle og udstilling om drukkultur på Kronborg. Holdet har givet sig i kast med “mindful papirkunst”, været med til prøverne på FAME – The Musical, fået god bespisning i biografen Reservoir, hørt musik i mørke i Empire Bio, været på svampejagt, drukket “afternoon tea” i Dronning Louises Tehus,

været på tur med den nye letbane og i den forbindelse besøgt Sjællands største sten, som ligger i Glostrup.

Altså lidt for enhver smag og pengepung.

Udover Oplev dækkede vi på alle platforme kulturnyheder løbende.

På TikTok afdækkede vi løbende nye trends og tendenser: Vi spiste chokolademad til 80kr., besøgte Danmarks største kollektiv og smagte den bedste matcha. Vi dækkede i særlig grad Roskilde Festival blandt andet med populære videoer, hvor vores TikTok-vært oplevede festivalen for første gang og testede egne fordomme.

På Instagram udkom vi månedligt med et inspirationsalbum, der guidede til store og små events i løbet af den kommende måned. På Instagram udkom vi derudover løbende med memes, der med humor satte spot på os, der bor i hovedstadsområdet.

3.6 Indkøb af programmer og samarbejde med producenter

På TV 2 Kosmopol producerer vi primært nyheder og aktualitet, men vi producerer også programmer i kategorien ‘øvrige programmer’, ligesom vi indkøber programmer fra eksterne producenter i denne kategori og indgår i samarbejder med eksterne producenter om produktion og visning af eksternt indhold.

TV 2 Kosmopol indkøbte og samarbejdede i 2025 med en række uafhængige producenter om øvrige programmer i overensstemmelse med kontraktens krav om, at mindst en tredjedel af ikke-nyhedsindhold så vidt muligt tilvejebringes ved køb hos øvrige producenter.

I januar 2025 inviterede vi eksterne producenter til at byde ind med ideer til indholdsproduktion. Invitationen beskriver kort ud fra vores gældende strategi for TV 2 Kosmopol, hvad vi primært vil prioritere af indhold.

Indkomne pitches lander hos indholdschefen, kanalchefen og redaktøren for længere formater, og vi gennemgår alle forslag på et fælles pitchmøde. Ideerne sorteres og viderebearbejdes, og der kigges på muligheder for formatering og justering, inden der sættes et eventuelt møde op med producenterne.

Den endelige økonomi for de produktioner, vi vælger at gå videre med, bliver vurderet ud fra typen af indhold, antal producerede minutter, mængden af research samt ekstra indhold.

Eksterne programmer i 2025, der enten blev fuldt eller delvist finansieret af TV 2 Kosmopol eller som blev købt af producenten som visningsaftaler:

- **Bo bedre billigt**

Sofie Riise viser, at man sagtens kan indrette sig fedt som ung i hovedstaden trods høj husleje og stramt budget. Kun med genbrug forvandler hun unges hjem for 2.000 kr. på tre dage.

Produceret af Flow Production/Oscar Riis-Hansen

- **Havets Helte**

Marinbiolog Sandra Helmark Hansen har altid elsket vand. Derfor rammer historierne om vores pressede hav, fjorde og søer hende hårdt. Nu opsøger hun dem, der kæmper for at redde livet under overfladen.

Produceret af Peekaboo Productions

- **RUC undersøger**

Undersøgende journalistik produceret af journaliststuderende på Roskilde Universitet. *Produceret af Roskilde Universitet*

- **Stukkatørerne**

Det gamle klassiske håndværk stukkatørfaget spiller stadig en afgørende rolle, når vi skal restaurere gamle bygninger, holde dem ved lige og bygge nye.

Produceret af KAD Produktion/Per Henriksen

- **2-0 til de små**

Birgitte Diget er københavnsk klimaaktivist, men har nu besluttet sig for at rejse til Sydafrika for at se, hvordan hendes søsteraktivister i det fjerne afrikanske land har stor succes med deres initiativer.

Produceret af Tom Heinemann Media

- **Dråben i Havet – fra afmagt til handling**

Hver eneste dag året rundt bliver der smidt skrald overalt i vores fælles by. Foreningen 'Dråben i Havet' har taget kampen op mod den voksende forurening.

Produceret af Tiny House Film v/Morten Bo Larsen

- **Kirsten var kæreste med Jimi Hendrix**

Et af de allerstørste rock-ikoner gennem tiderne havde en dansk kæreste. I månederne frem mod sin død i august 1970 var guitaristen Jimi Hendrix kæreste med Kirsten Never fra Frederiksberg.

Produceret af Jakob Willadsen

- **Victor Ash – Kunsten på facaderne**

Victor Ash bor i København, er født i Portugal og opvokset i Paris. Han er en af verdens førende kunstnere inden for gavlmalier og har udsmykket mange af Københavns store husgavle.

Produceret af KAD Produktion/Per Henriksen

- **Søndagsræs**

Reportage fra dansk motorsport med rally og motocross.

Produceret af Race Media

- **KVINFO's Internationale Kampdag**

Transmission af KVINFO's show på Vega i København med musik, taler og debat.

Produceret af Cattenbaum/Cathrine la Cour

- **Møder i Hovedstadsregionen**

Transmission fra de månedlige møder i Region Hovedstaden.

Produceret af Region Hovedstaden/Center for Politik og Kommunikation

I 2025 var vores samlede antal sendetimer af øvrige programmer på vores egen kanal 1.312 timer, og heraf blev de 404 timer produceret af eksterne producenter.

Andelen udgjorde hermed 30,8% hvormed forpligtelsen til så vidt muligt at have en udlægning på 33% er opfyldt. Den lavere andel skyldes primært den samlede sammensætning af programfladen i 2025, hvor flere større egenproduktioner blev prioriteret.

I kontrakter indgået med eksterne producenter lever TV 2 Kosmopol op til gældende regler og lovgivning i forhold til rettigheder og honorering. Eksemplificeret ved nedstående passus fra vores kontrakter:

Producenten bevarer for erhvervede rettigheder og producentrettigheder en ret til vederlag for ophavsretlig brug i henhold til ophavsretslovens §§ 13, 17, 35 samt 50, stk. 2. Vederlagsretten kan kun gøres gældende gennem en kollektiv forvaltningsorganisation, fx Copydan. Vederlæggelse af producenten for eksemplar fremstilling til privat brug i henhold til ophavsretslovens regler herom sker gennem Copydan KulturPlus. Denne bestemmelse om vederlagsforbehold indskrænker i øvrigt ikke TV 2 Kosmopols rettighedserhvervelse og -udnyttelse i henhold til nærværende produktionsaftale.

3.7 Samarbejdet med de øvrige regionale TV2-virksomheder

TV 2 Kosmopol deler Stevns Kommune med TV 2 Øst. Derudover deler vi den tidligere Region Sjælland, nu Region Østdanmark, med TV 2 Øst og TV 2 Bornholm.

Det gav i flere tilfælde i 2025 anledning til udveksling af indhold. Vi deler hver dag en dagsliste med de øvrige regioner, der sikrer et nemmere samarbejde og nemmere adgang til udveksling af materiale.

Ligesom med de øvrige regioner og TV 2 har vi en digital partnerskabsaftale, hvor vi deler artikler med hinanden. Det gælder typisk historier, der dækker Stevns eller Region Østdanmark. Derudover citerer begges medier hinanden i vores Seneste Nyt, der ikke er inkluderet her.

TV 2 Øst lånte otte artikler af TV 2 Kosmopol i 2025.

Kendt politiinspektør vil være borgmester

Læge snagede i journaler - fik sit livs chok

Læge snagede i tusindvis af borgeres oplysninger - her er hans svar

Stevns topper liste: - Det troede jeg ikke, vi havde råd til

Læge har snaget i flere tusinde patientjournaler

Ung kvinde fik uventet fødselsdagshilsen fra journalsnagende læge

PUBLIC SERVICE-REDEGØRELSE 2025



Læge snagede i tusindvis af journaler: Her er hans forklaring

Parti vil lade dig krydse Sjælland for 24 kroner

Overblik: Sådan vil politikerne sikre lige sundhed i ny storregion

Flertallet er væk - nu bliver omdiskuteret energipark droppet

TV 2 Kosmopol lånte ni artikler af TV 2 Øst i 2025.

Region vil give patienter kortere ventetid

Afrikansk prins valgte Stevns frem for kongetronen

Jernbane renoveret for 800 mio. - men flere kan ikke nå toget

Vrede politikere revser ny køreplan: "Det var ikke aftalen"

Sygeplejersker om spareplaner: - De lavthængende frugter er plukket for længst

Mystisk brag og lysglimt vækker undren - politi på bar bund

Museum genopfører kommandocentral

Hotline rødglødende efter besked til tusindvis af kvinder

Overblik: Det skal du vide om den nye megaregion

Materiale TV 2 Kosmopol modtog/købte fra TV 2 Øst i hele 2025

65677	27.11.2025, 15.15.34	Femern-byggeri	Kosmopol	allo	øst	Regionsnyheder	Råmateriale/Indslag - dagsaktuelt: 2.951 kr.	Råmateriale - dagsaktuelt	Ja
65192	6.10.2025, 13.21.05	Indslag om sikkerheden på psykiatrisk afdeling Oringe	Kosmopol	kabl	øst	Regionsnyheder	Arkiv/Link: 590 kr.	Arkiv	Ja
65172	3.10.2025, 14.32.09	Arkiv fra Roskilde Hovedpolitistation	Kosmopol	chbe	øst	Regionsnyheder	Råmateriale/Indslag - dagsaktuelt: 2.951 kr.	Arkiv / ikke brugt, kr. 590	Nej
64464	11.7.2025, 11.05.31	Krokodiller fragtes fra lufthavnen til Falster	Kosmopol	allo (sælger JEPS)	øst	Regionsnyheder	Råmateriale/Indslag - dagsaktuelt: 2.951 kr.	Råmateriale - dagsaktuelt	Ja
64092	26.5.2025, 11.34.47	Retten i Næstved	Kosmopol	meej	øst	Regionsnyheder	Arkiv/Link: 590 kr.	Arkiv	Ja
63761	23.4.2025, 18.20.32	Bøgeskov Havn	Kosmopol	meej	øst	Regionsnyheder	Råmateriale/Indslag - dagsaktuelt: 2.951 kr.	Råmateriale - dagsaktuelt	Ja
63650	8.4.2025, 17.59.38	Plx af slagelse sygehus	Kosmopol	meej	øst	Regionsnyheder	Arkiv/Link: 590 kr.	Arkiv	Ja

Materiale TV 2 Kosmopol solgte til TV 2 Øst i hele 2025

65384	28.10.2025, 11.16.05	Sundhedsvæsenet normaliseret	øst	Mean	Kosmopol	Regionsnyheder	Arkiv/Link: 590 kr.	Arkiv	Ja
65007	18.9.2025, 15.25.41	Retten i Glostrup	øst	wilo/MELY	Kosmopol	Nyheder	Arkiv/Link: 590 kr.	Arkiv	Ja
63657	9.4.2025, 13.56.40	Sundhedspersoner snager i patientjournaler	øst	Jeps	Kosmopol	Regionsnyheder	Råmateriale/Indslag - dagsaktuelt: 2.951 kr.	Råmateriale - dagsaktuelt	Ja

Derudover arbejdede TV 2 Kosmopol, TV 2 Øst og TV 2 Bornholm sammen om en debat ved kommunalvalget om Region Østdanmark.

I 2025 blev disse programmer vist på andre regioners flow-kanal:

- **Palmeolie i orangutangernes land**
- **Stemmer i jazzen**

Regionalt indhold fra de andre regioner, som fandt vej til TV 2 Kosmopol-kanalen:

- **Dyreinternatet**

3.8 Beskyttelse af børn:

Hver dag inviterer vi alle aldersgrupper til at følge med på vores platforme. Vores udsendelser kl. 17.14, 18.13 og 19.30 ligger på tidspunkter, hvor der kan være børn, der ser med, og det giver os et særligt ansvar. Det betyder ikke, at der er nyheder, vi ikke fortæller, men det betyder, at vi er meget bevidste om at advare, hvis der på TV kommer et indslag med voldsomme eller skræmmende billeder.

På de digitale platforme undgår vi at vise billeder, som er for voldsomme, blodige eller seksuelt anstødelige. Hvis en medarbejder er i tvivl, diskuteres sagen med en af stationens ledere, da alle på stationen er opmærksomme på vores særlige public service-ansvar.

Vi slører billeder, der kan være voldsomme eller virke anstødelige, eller hvor anonymitet er påkrævet. Den overvejende del af vores produktion var i 2025 nyheder og aktualitet, som ikke er underlagt kravene til aldersmærkning. Den resterende del af produktionen hørte til i kategorien 'øvrige programmer', og her vurderer vi fra program til program, hvorvidt der er grund til at aldersmærke indholdet. Dette gælder både indhold til flow-TV og indhold, som vi tilbyder på vores digitale platforme.

Følgende programmer blev i 2025 mærket med aldersadvarsel i programtekst og på skærmen de første 5 minutter af programmet:

Frit lejde til aflevering af våben (Tilladt for 11+)

Q&A - Soldat i Fremmedlegionen (Tilladt for 15+)

Bandidos MC i retten (Tilladt for 15+)

Q&A - Thor Møller Seidler (Tilladt for 15+)

Modstandsfolkenes dødbringende våben (Tilladt for 11+)

Serien Bullshit med vild one take-optagelse (Tilladt for 15+)

Rockervestens kodesprog (Tilladt for 15+)

Virkelighedens rejsehold (Tilladt for 15+)

Er Hjemmeværnet klar til krig? (Tilladt for 11+)

Q&A - Bent Isager-Nielsen (Tilladt for 15+)

I overensstemmelse med de vejledende regler for god presseskik samt gældende lovgivning tager TV 2 Kosmopol særligt hensyn til børn, når de optræder eller medvirker i indslag og programmer. Det er vores politik at få tilladelse fra forældre, før vi offentliggør materiale, hvor børn medvirker.

3.9 Betjening af handicappede:

TV 2 Kosmopols forpligtelse overfor handicappede seere – her især hørehæmmede – blev i 2025 opfyldt gennem automatiske undertekster af alle vores programmer på vores egen tv-kanal, samt alle hovednyhedsudsendelser på TV 2. Teksterne kan ses via Tekst-TV side 399. Alle hovednyhedsudsendelser er således nu automatisk tekstet gennem fuld implementering af ny teknologi, der blev gradvist indfaset fra 2024.

Politiske debatter under kommunalvalget 2025 blev desuden undertekstet på en måde, så det var tilgængeligt, når man valgte at se det on-demand på vores hjemmeside.

TV 2 Kosmopols hovednyhedsudsendelse tekstes alle ugens dage, og der arbejdes løbende med at udvide tekstningen af øvrigt indhold gennem automatiserede løsninger og teknologisk udvikling med henblik på at forbedre tilgængeligheden for personer med handicap.

På tv2kosmopol.dk, der rummer TV 2 Kosmopols udgivelser, er det nu muligt at få læst alle artikler højt. Det er en integreret feature, der tilstræber at gøre vores indhold tilgængeligt for svagtseende, ordblinde mv.

3.10 Dansk sprog:

TV 2 Kosmopol sender på dansk og ønsker at værne om det danske sprog. Vi stiler mod et korrekt dansk dog med den anerkendelse, at sproget er levende og hele tiden udvikler sig.

Vi følger som udgangspunkt Dansk Sprognævns retningslinjer og lægger os tæt op ad Ritzaus sprogmanual.

Sprog i tv-indslag er kendetegnet ved at være talesprog. Sætningerne er korte, og der er flere punktummer. Til tider siger man sætninger, der i klassisk forstand ikke er grammatisk korrekte. Men på tv2kosmopol.dk og på de sociale medier har vi som ambition, at sproget skal være godt, levende og grammatisk korrekt.

For at fange fejl bliver alle artikler korrekturlæst af en jourhavende. Vi tilstræber at ramme den rette balance i at være sprogligt korrekte og tale en moderne udgave af det danske sprog. Når brugere gør os opmærksomme på fejl, retter vi dem.

Mange forskellige dialekter er med til at karakterisere borgerne i TV 2 Kosmopols sendeområde. Det høres ofte tydeligt, om en borger er fra f.eks. Rungsted, Brøndby eller Frederikssund, og det høres måske ovenikøbet, hvilken aldersgruppe en borger tilhører. Vi laver indslag fra alle hjørner af TV 2 Kosmopols område med alle aldersgrupper og hilser dermed alle de forskellige dialekter velkommen. På den måde bidrager vi både til bevarelsen og fornyelsen af dialekterne, da sproget kontinuerligt udvikler sig i vores sendeområde.

Vi lavede i 2025 ikke særskilt indhold om dialekter i vores programvirksomhed. Vi giver plads til alle de dialekter, vi møder i dagligdagen hos vores kilder og hos vores medarbejdere, som bliver trænet i at tale tydeligt, men også opfordres til at holde fast i en eventuel dialekt.

Arbejdet med korrekt og forståeligt dansk sker i overensstemmelse med kontraktens krav om at medvirke til at bevare og udvikle det danske sprog.

3.11 Europæiske programmer:

I 2025 var vores samlede sendetid af programmer, der ikke var nyheder, sportsbegivenheder, konkurrencer eller tekst-tv, i alt 1.893 timer. Af de 1.893 timer blev 351 timer produceret af producenter, der er uafhængige af TV-foretagender.

Alle disse programmer var europæiske programmer. Andelen udgjorde hermed 18%, hvormed forpligtelsen til en udlægning af mindst 10% af ovennævnte produktion til producenter, der er uafhængige af TV-foretagender, blev opfyldt.

Alle eksternt producerede programmer er produceret for mindre end 5 år siden.

4 Dialog med befolkningen:

TV 2 Kosmopol havde i 2025 fortsat dialogen med befolkningen via vores inddragende fokus "Spørg Os".



Vi har en redaktionspostkasse, redaktion@tv2kosmopol.dk, og vores [Tip Os formular](#). Her får vi dagligt mellem 300 og 500 henvendelser. Flest fra foreninger, kommuner, kulturinstitutioner og andre, som vil i kontakt med os. Men også fra borgere, der gør os opmærksomme på

udfordringer i deres liv, som vi kan sætte fokus på. Men vi er også interesseret i, hvad folk går og spørger sig selv om i vores område.

[Spørg Os](#) inviterer befolkningen i hovedstadsområdet til at dele deres mere principielle spørgsmål om emner eller forhold, de undrer sig over. Hver uge vælger redaktionen tre spørgsmål ud og lader brugere på vores forskellige platforme stemme om, hvad der er mest relevant for dem, at vi undersøger.

Vi får omkring 40 spørgsmål om ugen, der viser os, hvad befolkningen i vores område tænker over. I gennemsnit stemmer omkring 4.000 hver måned og viser os, hvad af det, de finder mest relevant.

TV 2 Kosmopol forpligter sig til at undersøge ugens vinderspørgsmål og svarer derudover på så mange flere, som vi kan. Vi nåede i løbet af 2025 at undersøge 87 brugerspørgsmål og svarede personligt på 779 spørgsmål, der kom fra spørgeboksen og i mails til redaktøren.

Eksempler på historier, der er publiceret på baggrund af borgeres undren:

“Hvorfor summer Nordhavn af liv, mens Sydhavn står stille?”

“Hvordan kan folkevalgte lokalpolitikere få lov til at trække sig, når det strider mod loven?”

“Hvorfor er der så lidt plads mellem bøjlerne på cykelstativerne?”

“Hvorfor må kommunen tjene på bøderne, når grundejerne skal vedligeholde vejen?”

I kommunalvalgsåret 2025 brugte vi Spørg Os til at efterlyse undren fra befolkningen, der kunne give forståelse for det kommunale selvstyre og de værdier, der ligger bag hver kommunes indretning. På en måde, som skulle være interessant i hele sendeområdet på tværs af vores 34 kommuner.

Det blev til de meget sete og læste historier:

“Håndværker undrer sig: Hvorfor skal jeg betale mere i skat end min makker?”

“København undrer sig: Vi sorterer affald i 10 fraktioner i byen, men ingen i sommerhuset nordpå, hvorfor?”

“Skal jeg virkelig kunne reglerne i 34 kommuner for at parkere min bil?”

Den anden mest læste historie i hele 2025 på TV 2 Kosmopol var Spørg Os' svar på de utallige spørgsmål, der tikkede ind om det kommende Basiskort efter en nyhedsartikel om fænomenet:

”Rejsekortet er på vej ud – her er alt, du skal vide om afløseren”

Ét er det journalistiske indhold, som vi laver på befolkningens undren. Noget andet er den samhørighed, det skaber, når befolkningen mærker, at vi tager deres liv og undren alvorligt.

Som den her feedback fra en spørger, der ikke selv kunne få svar, før TV 2 Kosmopol spurgte for ham:

”Med vores viden og jeres spørgemagt er Spørg Os det tætteste, vi kommer på direkte demokrati”

Repræsentantskabet

TV 2 Kosmopols repræsentantskab består af op til 96 medlemmer fra en lang række organisationer, lytter- og seerorganisationer, en kommunalt ansat fra hver af de 34 kommuner, der er i dækningsområdet samt 10 enkeltpersoner udpeget af bestyrelsen. Ultimo 2025 var 68 af de 96 pladser udfyldte.

Der bliver afholdt 2 møder årligt. Møderne har altid nogle faste dagsordenpunkter, bl.a. orientering fra bestyrelsen og direktøren og en programdebat, hvor medlemmerne giver input, ros og kritik af programmerne. Det er værdifuldt for husets ledelse at få dette input. Medlemmerne modtog inden hvert møde en skriftlig orientering.

Inden marts mødet havde frivillige arbejdsgrupper fra repræsentantskabet arbejdet med udvikling af repræsentantskabet. Resultaterne af gruppearbejdet blev fremlagt og diskuteret på marts mødet til

videreudvikling. Mødet bød også på en grundig gennemgang af TV 2 Kosmopols dækning af det kommende kommunalvalg.

Oktobermødet bar som marts mødet præg af arbejdet med repræsentantskabets udvikling. Der havde igen været frivillige arbejdsgrupper, hvis resultater blev fremlagt og diskuteret.

Formandskabet ville tage arbejdsresultaterne med i en ny strategi for repræsentantskabet.

Den nytiltrådte direktør præsenterede sig og sine visioner og bestyrelsesformanden orienterede grundigt om den mediepolitiske situation.

Rundvisninger

TV 2 Kosmopol har åbent for aftenrundvisninger af grupper af op til 25 personer ad gangen. I 2025 havde vi 16 aftenrundvisninger i alt. Derudover tager vi imod folkeskoleklasser og klasser fra ungdomsuddannelser, som gerne vil på besøg og vises rundt ifm deres undervisning. Vi er altid interesserede i vores gæsters input og meninger.

Folkeskoleelever

På TV 2 Kosmopol har vi erhvervspraktikanter en til to uger om året for mellem 6 og 9 folkeskoleelever pr. gang. To af vores medarbejdere under uddannelse er værter og mentorer for folkeskoleeleverne, som selv beslutter, hvilke emner de ønsker at lave indslag om. Det er et vigtigt input for TV 2 Kosmopol at høre, hvad der optager folkeskolepraktikanterne gennem deres valg af emner. Eleverne får hjælp til at producere indslagene, og ugen kulminerer i en præsentation af ugens arbejde for husets medarbejdere.

5 Tilgængeliggørelse af public service-indhold:

5.1. TV

5.1.1 Den regionale tv-kanal

TV 2 Kosmopols egen tv-kanal var i luften døgnet rundt fra 1. januar til og med 31. december 2025 med en total on-air tid på 8.784 timer. Disse timer bestod af udsendelsesvirksomhed inkl. spots og skilte på i alt 3.012 timer og en passiv udsendelsesdel med visning af aktuelle nyhedsartikler – også kaldet off broadcast-virksomhed, som udgjorde 5.772 timer.

TV 2 Kosmopols egen tv-kanal sender alle nyhedsudsendelser parallelt med TV 2's hovedkanal, både samtidig og genudsendt på flere forskellige senere tidspunkter døgnet igennem, så alle borgere i vores sendeområde – også de, der ikke har adgang til TV 2 – har mulighed for at se de regionale nyheder.

Med vores egen kanal ønsker vi at skabe en tv-kanal, som fortæller de historier fra vores sendeområde, som ikke bliver fortalt af andre. Kanalen skal både levere stærke historier om regionen og være platform for samarbejder med forskellige aktører i vores sendeområde. Alt indhold på kanalen skal være ægte regionalt, det vil sige handle om vores region eller være produceret sammen med institutioner eller aktører i vores område.

Programplanen har sin primære sendetid mellem kl. 17 og kl. 24 alle ugens dage, og hver dag lægger vi indhold her, som består af magasiner og serier, som er produceret til nyhedsudsendelsen kl. 19.30, og som trækkes ud, formateres og lægges særskilt i sendefladen på kanalen. Herudover genererer vi indhold til kanalen gennem forskellige samarbejder med partnere, institutioner og enkeltpersoner. Desuden køber vi indhold fra eksterne producenter, der byder ind med pitch til programmer.

I forsøget på at udnytte vores indhold så godt og effektivt som muligt samtidig med, at sendefladen kan fyldes og fremstå som et reelt flow-TV-tilbud til borgerne i hovedstadsområdet, gør vi brug af en genudsendelsesrate på hvert af vores programmer, sådan at hvert program kan nå ud til så mange seere som muligt. Den sene eftermiddag og aftenen igennem kan vi dermed tilbyde en varieret programflade i forhold til de ressourcer, vi har til rådighed.

Flow-tv bidrager fortsat til at sikre lige og bred adgang til regional samfundsinformation herunder for borgere, der ikke anvender digitale platforme og er dermed en central del af opfyldelsen af kontraktens krav om tilgængelighed og regional dækning.

Den samlede udsendelsesvirksomhed i timer var 2.836. Heraf var de 477 førstegangsudsendelser og de 2.359 genudsendelser.

	Samlet udsendelsesvirksomhed	Heraf førstegangsudsendelser	Heraf genudsendelser
2025	2.836	477	2.359
2024	3.157	455	2.704

Det samlede antal førstegangsudsendelser udgjorde 477 timer, og heraf var 204 nyheder, 99 aktualitet og 174 øvrige programmer.

	Førstegangsudsendelser	Heraf nyheder	Heraf aktualitet	Heraf øvrige programmer
2025	477	204	99	174
2024	455	197	38	219

Den planlagte egenproduktion udgjorde 2.312 timer, hvoraf 794 timer var nyheder, 634 aktualitet og 884 øvrige programmer.

	Planlagt egenproduktion	Heraf nyheder	Heraf aktualitet	Heraf øvrige programmer
2025	2.312	794	634	884
2024	2.523	817	419	1.287

Muligheden for at få leveret seertal på Kosmopol-kanalen stoppede i 2022. Vi har i vores kvartals-analyser derfor spurgt ind til, hvor mange der møder os via vores egen kanal, og her svarer udviklingen i seertal til den generelle udvikling for flow-tv-sening. 23% af borgerne i vores sendeområde svarede i oktober 2025, at de mødte os på den regionale tv-kanal.

5.1.2 Vinduer i TV 2-sendefladen:

I "vinduerne" på TV 2's hovedkanal udsendte TV 2 Kosmopol 215 timers fjernsyn. Alle udsendelser var nyhedsprogrammer eller debatprogrammer frem mod kommunalvalget i november. Der er fratrasket coming up i 19-nyhederne og reklamer fra TV 2.

Af de 215 timers programmer på TV 2 udgjorde debatprogrammer i relation til KV25 18 timer.

Sendetidspunkt	Programtitel	Udsendelsestimer 2025	Udsendelsestimer 2024
17:14 (man-fre)	Regional nyhedsoversigt	11	11
18:13 (man-søn)	Regional nyhedsoversigt	26	23
19:30 (man-søn)	Nyhederne 19:30	131	128
22:00 (man-tors)	Nyhederne 22:00	38	35
Sendetid på TV 2 uden reklamer		206	197

5.1.3 Internetbaserede tjenester:

TV 2 Kosmopol bruger internettet og de internetbaserede tjenester til distribution af alt det indhold, vi laver til TV, og vi producerer indhold specifikt målrettet til de internetbaserede tjenester som beskrevet tidligere i redegørelsen.

Vi stiller alt videoindhold til rådighed dels via livestream af vores regionale tv-kanal, hvor der streames hele døgnet og dels via vores videoarkiv, hvor alle udsendelser kan streames.

Nyhedsudsendelserne 19.30 og 22.00 opdeles i indslag, så det er muligt at se indslag enkeltvist eller hele nyhedsudsendelsen on demand. Indhold, der ikke er en del af nyhedsudsendelserne, kan ligeledes findes og streames on demand.

TV 2 Kosmopol anvender åbne standarder i webformidlingen og vi tilstræber, at TV 2 Kosmopols internettilbud er tilgængeligt for flest mulige modtagere, uanset styresystem og browser.

Vores videoformat i forbindelse med webproduktionen er H.264, da det format kan afspilles på flest mulige platforme.

Vi har ingen anden virksomhed på digitale platforme.

Det fællesregionale samarbejde digitalt:

TV 2 Kosmopol samarbejder stadig med TV 2 Bornholm, TV2 Nord, TV MIDTVEST, TV2 ØSTJYLLAND, TV 2 Fyn, TV2 ØST og TV 2 Syd om digitale løsninger. Det digitale samarbejde styres af en enhed bestående af en digital udviklingschef, en arkitekt, en analysespecialist, samt en frontend-udvikler.

I 2025 besluttede Foreningen af TV 2 Regioner at udvide samarbejdet om udviklingen af fælles digitale platforme. Det arbejde forventes at udmønte sig i løbet af 2026, hvor regionerne puljer flere ressourcer til udvikling, blandt andet om beredskab, driftsstabilitet, videoformater m.v.

5.2 Arkiver:

Vores eget arkiv er intakt siden stationens start 1. januar 1989 og indeholder alle de udsendelser, vi har produceret gennem tiden. En del af programarkivet forefindes stadig kun på bånd eller optiske diske i vores sikrede kælderrum, og vi er i gang med at digitalisere disse programmer. Denne migrering gør det lettere at søge og genbruge materialet og gør det nemmere at lave sikkerhedskopier.

I løbet af 2025 sikkerhedskopierede vi løbende det digitaliserede materiale til vores backsystem, der står i et eksternt datacenter. Ved at have en kopi af vores arkiv på en anden fysisk lokation, er vi

bedre sikret i forbindelse med katastrofer, hvor vores normale sikring ikke er tilstrækkelig. Samme system yder også udvidet beskyttelse af vores arkivmateriale mod ransomware.

Tilgængelighed af programarkiverne for befolkning og forskermiljø

Vores programmer kan ses af alle på tv2kosmopol.dk. Vi har aldrig været ude for, at forskere eller andre ønskede adgang til vores arkiver. Politiet har ønsket en sådan adgang – og fået det (tilsendt materiale). Hvis et sådant ønske skulle opstå, vil det naturligvis være muligt at stille materiale til rådighed for fagligt interesserede personer – på stationen.

Introduktion af et nyt, samlet redigerings- og arkiveringssystem satte digitalisering af arkiver lidt på pause i 2025. I løbet 2026 forventer vi at introducere et nyt workflow, der skal genoptage digitaliseringsprocessen af arkivmateriale. TV 2 Kosmopol arbejder løbende med digitalisering og bevaring af programarkivet og medvirker til, at arkivmateriale kan indgå i den nationale mediearv. Digitaliseringen skal samtidig sikre fremtidig adgang til materialet for forskning og offentlighed.

Ny strategi for TV 2 Kosmopol 2026–2028:

TV 2 Kosmopol lancerede i januar 2026 en ny strategi, der i endnu højere grad skal omstille stationen til et moderne mediehus, der målretter sit udkomme efter borgernes brug af medieplatforme. 2025 markerede året, hvor kurven over den gennemsnitlige daglige brug af tv2kosmopol.dk for første gang oversteg antallet af daglige seere på den traditionelle 19.30-udsendelse.

Vi har kaldt strategien: **Mere for flere.**

TV 2 Kosmopol vil være metropolens vigtigste fællesskab for nyheder, oplevelser og debat. Vi skal skabe journalistik, som borgerne ikke bare får – men bruger. Vores opgave er at gøre det væsentlige nærværende, og at give borgerne i hovedstadsregionen viden, overblik og mod til at handle i hverdagen.

Vi vil øge vores betydning i borgernes hverdag ved at gøre journalistikken nem at finde, let at bruge og værdifuld at dele.

Vi vil måles på, om vores indhold bliver brugt, og om det gør en forskel. I løbet af strategiperioden skal TV 2 Kosmopol komme til at betyde mere for flere. Vi sætter ambitionerne højt, gør målsætningerne konkrete og følger tæt op for at sikre, at vi indfrier vores løfte til brugerne.

Høj journalistisk kvalitet og større gennemslagskraft blandt regionens indbyggere er de vigtigste pejlemærker igennem hele strategiperioden.

Det kræver, at vi udvikler vores formater, fortællinger og platforme med udgangspunkt i brugernes behov. I løbet af strategiperioden vil vi udvikle vores journalistiske kvalitet, så brugerne i endnu højere grad oplever, at TV 2 Kosmopol skaber værdi i deres liv. Samtidig vil vi lancere nye formater, der skal sikre, at journalistikken fra TV2 Kosmopol fremstår moderne, udviklingsorienteret og inkluderende for hele regionen.

PUBLIC SERVICE-REDEGØRELSE 2025



I forlængelse af strategien har vi formuleret en række nye strategiske ambitioner, der udgør budgetmålene for 2026. De er forenklede og fokuserede ift. tidligere budgetmål. Det sker med henblik på at styrke implementering og opnåelse af færre men vigtigere mål:

Antallet af daglige brugere på tv2kosmopol.dk og TV 2 Kosmopols nyhedsapp skal vokse til 150.000. Det svarer til en vækstambition på 25%.

Antallet af abonnenter på TV 2 Kosmopols YouTube-kanal skal stige med 10.000 i løbet af 2026, en stigning på 20% i forhold til 2025.

Vi fastholder en ambition for fortsat vækst på min. 10% i antallet af unikke brugere på Instagram, Facebook.

Antallet af følgere på TikTok skal i løbet af 2026 stige med min. 5.000, 25% flere end i dag.

Kvalificeret kendskab til TV 2 Kosmopol skal fortsat stige (77% i dag).

Relancering af nyhedsudsendelser på tv skal sikre fastholdelse af share (26% i dag).

TV 2 Kosmopol skal fortsat opleves som det vigtigste medie i dækningen af hovedstadsregionen.

TV 2 Kosmopol skal fortsat vurderes som bærer af meget høj journalistisk troværdighed.

Budgetmålene for 2026 skal således understøtte den strategiske ambition om markant vækst på digitale platforme samtidig med, at TV 2 Kosmopol skal øge oplevelsen af relevans og journalistisk troværdighed på tværs af hele regionen.

De konkrete KPI ift. brugere følger TV 2 Kosmopol tæt i den daglige rapportering af brugertal mv. Udviklingen i kendskabsmål og den oplevede troværdighed understøttes gennem halvårlige målinger gennemført af analysebureauet Norstat.

Finansiering:

Siden 2022 har TV 2 Kosmopol, i lighed med de øvrige public service-institutioner, været fuldt finansieret via et tilskud til driften over finansloven. Udviklingen i tilskud har set således ud:

Tusind kr.	2022	2023	2024	2025
Finanslovsmidler	68.038	71.775	75.725	76.637

Hoved- og nøgletal:

PUBLIC SERVICE-REDEGØRELSE 2025



REGNSKABET 2025 I HOVED- OG NØGLETAL

Set over en 5 – årig periode kan virksomhedens udvikling beskrives ved følgende

Beløb i kr. 1.000	2025	2024	2023	2022	2021
Resultatopgørelse:					
Nettoomsætning	82.596	82.300	77.102	73.067	78.882
Bruttoresultat	20.157	22.429	20.007	12.891	14.973
Resultat af ordinær drift	-1.303	4.712	-2.072	-2.627	-281
Resultat af finansielle poster	-2.557	-837	-707	-463	-219
Årets resultat	-3.860	3.875	-2.779	-3.090	-4.638
Balance:					
Balancesum, ultimo	41.357	45.236	43.221	47.296	41.474
Egenkapital, ultimo	8.564	12.424	8.549	11.328	14.418
 Antal fuldtidsbeskæftigede	 95	 96	 92	 93	 98
Nøgletal i %:					
Soliditetsgrad	21	27	20	24	35
 Soliditetsgrad	Egenkapital ultimo x 100 Passiver i alt, ultimo				

Samlet vurderer TV 2 Kosmopol, at stationen i 2025 opfyldte public service-kontraktens krav om at levere troværdig, regionalt forankret journalistik til befolkningen i hovedstadsregionen på tværs af platforme.

Dette dokument er underskrevet af nedenstående parter, der med deres underskrift har bekræftet dokumentets indhold samt alle datoer i dokumentet.

Mads Kæmsgaard Eberholst

Navn returneret af MitID: Mads Kæmsgaard Eberholst
ID: 2c1fbf8f-5fdc-4953-9431-dc57de5f610d
IP-adresse: 104.28.45.5:48550:48550
CPR-match med MitID
Dato for underskrift: 17-04-2026 14:10:58 CEST (+02:00)
Underskrevet med MitID



Thomas Falbe

Navn returneret af MitID: Thomas Falbe-Hansen
ID: c1e13fc2-a965-4e73-9650-5a9faed390ac
IP-adresse: 94.101.217.68:59700:59700
CPR-match med MitID
Dato for underskrift: 21-04-2026 15:23:16 CEST (+02:00)
Underskrevet med MitID



This document is signed with esignatur. Embedded in the document is the original agreement document and a signed data object for each signatory. The signed data object contains a mathematical hash value calculated from the original agreement document, which secures that the signatures is related to precisely this document only. Prove for the originality and validity of signatures can always be lifted as legal evidence.

The document is locked for changes and all cryptographic signature certificates are embedded in this PDF. The signatures therefore comply with all public recommendations and laws for digital signatures. With esignatur's solution, it is ensured that all European laws are respected in relation to sensitive information and valid digital signatures. If you would like more information about digital documents signed with esignatur, please visit our website at www.esignatur.dk.