



Sveriges Televisions
public service-redovisning
2018

svt

Sveriges Televisions
public service-redovisning
2018

© Sveriges Television AB 2019

Kontakt: SVT Strategi, 105 10 Stockholm

Redaktör: Jocke Norberg

Redaktion: Jimmy Ahlstrand, Ulrika von Celsing, Johan Hartman,
Annaelisa Hedman, Anna Kåstedt, Johan Lindén, Tomas Lindhé,
Sara Ohlsson och Catarina Wilson

Layout: Anna Markevärn

Omslagsfoto: Bonusfamiljen, Ulrika Malm/SVT och Sommarlov,
Mattias Ankrah/SVT

Inlagebilder s. 62 och 86: Foap. Övriga bilder SVT.

SVT äger rätt till bilder i dokumentet.

Tryck: Tryckservice i Ängelholm AB, 2019

Innehåll

1. Inledning	5
1.1 VD har ordet	5
1.2 SVT i ett föränderligt medielandskap	6
1.3 Årets redovisning	6
2. Det här vill SVT	8
2.1 Oberoende	8
2.2 Värde	9
2.3 Genomslag	10
2.4 Framtida målbete	10
3. Detta har SVT bidragit med	11
3.1 Värde	11
3.2 Genomslag	17
4. Kvalitet och utveckling	21
4.1 Uppdragsprocess	21
4.2 Externa produktionsbolag	21
4.3 Publicistisk kontroll	21
4.4 Nya tjänster	23
4.5 Svenska språket	23
4.6 Decentraliserad organisation	23
4.7 Teknisk eller annan utveckling	26
4.8 Beredskap och sändningskvalitet	26
5. Här finns SVT	28
5.1 Kanaler	28
5.2 Mottagningsplattformar	30
5.3 Kärnverksamhet och kompletterande verksamhet	31
6. Bredden i utbudet	35
6.1 Programkategorier	35
7. Särskilda uppdrag och målgrupper	37
7.1 Jämställdhet, mångfald och spegling	37
7.2 Nyheter och samhällsbevakning	40
7.3 Kulturuppdraget	44
7.4 Barn och unga	46
7.5 Tillgänglighet	50
7.6 Minoritetsspråk	54
7.7 Variation i produktionsformer	56
7.8 Folkbildning	57
7.9 SVT:s samlande roll	58
7.10 Möten och dialoger	60
8. Publiken – användarna	63
8.1 Publikrörelsen från broadcast till online	63
8.2 Medieanvändning vid kriser	64
8.3 Värdering av kanaler tjänster	64
9. Resursanvändning	66
9.1 Intäkter	66
9.2 Kostnader	71
9.3 Produktivitetsökning och verksamhetsutveckling	72
9.4 Sidoverksamhet	75
10. Planer för framtiden	78
Bilaga 1 Sammanfattning	80
Bilaga 2 Bolagsgemensamt index för minoritetsspråk	82
Bilaga 3 Tabeller	83

Inledning

1.1 VD HAR ORDET

För SVT är valår alltid extra speciella. 2018 var inget undantag. Detta valår präglades av en intensiv diskussion om desinformation, påverkanskampanjer och traditionella och sociala mediers betydelse för hur svenskarna skulle ta till sig information inför valet. Det fanns också en oro att medierna, så som skett vid presidentvalet i USA och Brexit-omröstningen i Storbritannien, skulle missa viktiga strömningar i landet. Ett tydligt råd som SVT fick av våra kollegor på BBC var: ”Lyssna på era lokalredaktioner”.

Rådet tog vi på största allvar. För första gången gjorde SVT lokala valkompasser, 290 stycken för alla kommuner och landsting, som även var fria för privata medieföretag att använda. Vi ökade rejält antal inslag från de lokala nyhetsredaktionerna i våra rikssändningar som Rapport och Aktuellt. Valprogram som tidigare sänts från Stockholm lämnade huvudstaden och 21 lokala utfrågningar sändes online. Även inom programutbudet skedde en stor förnyelse genom program som *Sommarlov* från Malmö som hade demokratitema, vass politisk satir med *Svenska Nyheter*, dokumentärserien *Länge leve demokratin* och partiledarnas visioner tog plats i *Tal till nationen*.

Eftervalsanalysen, gjord av opinionsinstitutet Novus, visade att SVT var svenska folkets viktigaste källa till information inför valet och visade även en starkt positiv utveckling för SVT Nyheter online både vad gäller förtroende och räckvidd. Förtroendet hos förstagångsväljare för SVT:s nyheter online ökade till exempel med 20 procentenheter jämfört med förra valet.

Under sommaren sattes samhället på prov när stora skogsbränder rasade i landet. SVT blev en primär informationskälla till de många drabbade. Även här visar en undersökning att de boende i de drabbade områdena hade störst förtroende för nyhetsbevakningen i SVT.

2018 var också ett starkt dramaår. Serien *Vår tid är nu*, en familjekrönika som utspelar sig från fredsdagen 1945 och framåt, sände sin andra säsong och blev Sveriges publikmässigt mest framgångsrika dramaserie på 13 år. Även julkalendern

Storm på Lugna gatan slog rekord. *Bonusfamiljen* skildrade modernt svenskt familjeliv med värme och humor och *Klassen*, en dramaserie om och för unga, hittade en stor och engagerad publik.

Program som *Lerins lärlingar*, *Madame Deemas underbara resa*, *36 dagar på gatan* och *Idas skilda världar* bidrog med nya perspektiv och väckte nyfikenhet och engagemang. Sverige höll andan tillsammans under sommarens *Fotbolls-VM*, och utmanade varandra genom Duo-appen i *På Spåret*. Tittarna engagerade sig i sin egen och andras historia genom *Arvinge okänd* och SVT väckte efterlängtat diskussion med *Klimakteriet – det ska hända dig med*.

Under 2018 diskuterades förutsättningarna för framtidens public service och riksdagen fattade beslut om en ny finansieringsform. Eftersom den förändrade finansieringen har inslag som ska bevara och förstärka public services oberoende och eftersom radio- och tv-avgiften behövde moderniseras i takt med medievanornas utveckling har jag ställt mig positiv till förändringen.

En parlamentarisk utredning om den kommande tillståndperioden för SVT genomfördes under 2018. Vi är positiva till delar av den men ser också faror, bland annat kring en hård förhandsprövning av tjänster. Utredningen beskriver public service som en kollektiv demokratisk nytta som är till nytta för alla i Sverige – något som väl beskriver SVT:s roll i samhället.

Det var också ett år när tonläget i debatten var livlig och stundtals hård och SVT, med ledorden transparens och öppenhet, var i mycket nära kontakt med publiken. Jag är upprätt glad för alla de över 200 000 synpunkter och frågor som kom in från publiken under året. Det tyder på en rättmätigt hög förväntan på SVT och ett osvikligt engagemang från SVT:s verkliga ägare – svenska folket.

Hanna Stjärne
Verkställande direktör, Sveriges Television AB

1.2 SVT I ETT FÖRÄNDERLIGT MEDIELANDSKAP

I en föränderlig medievärld är det viktigt för SVT att försöka förstå och anpassa verksamheten till hur människors och samhällets behov utvecklas. Många behov är bestående och opåverkade av teknikutveckling och omvärld, exempelvis de grundläggande behoven av information och förströelse. Andra behov utvecklas successivt. SVT följer och analyserar publikens beteenden för att kunna tillhandahålla kanaler och tjänster så att så många som möjligt ska hitta till och ta del av dem. Detta är en naturlig och integrerad del av företagets verksamhet.

Idag har över 80 procent av svenskar en telefon som de använder för att se på tv, surfa och kommunicera med. Fler människor nås av internet än av traditionell tv. Sverige räknas till en av världens mest internetuppkopplade länder. Den svenska mediemarknaden ligger också i digitaliseringens framkant där de historiska medieslagen samlas på internet.

Under flera år har medielandskapet blivit allt mer internationellt. Amerikanska plattformar som Google och Facebook tar den absolut största delen av internetreklamen från svenska medier och Netflix har kommit att bli en stark tv-aktör över internet. Majoriteten av de svenska tv-produktionsbolagen har blivit uppköpta av globala koncerner med följderna att programformaten internationaliseras. I relation till det blir SVT:s roll som leverantör av innehåll på svenska, inte minst på nyhetsområdet runt om i landet, allt viktigare.

De amerikanska plattformarna och sociala medier har under 2018 utsatts för hård kritik. Delvis beror det på att EU ställt högre krav på plattformarna när det gäller att betala skatt, hanteringen av hat och hot och hantering och kommersialiseringen av användardata. Avslöjanden om hur Facebook delat och sålt användardata till företag som Cambridge

Analytica för att användas i det amerikanska valet samt i folkomröstningen av Brexit har lett till skarp internationell kritik.

Medier har också blivit allt mer skeptiska till att använda sociala medier för att nå sin publik. Redan tidigt 2018 skedde en förändring av den digitala konsumtionen då Facebook utan förvarning förändrade sina algoritmer för hur innehåll presenteras. År 2016 kom 25 procent av trafiken till SVT:s sportsajt från sociala medier men då algoritmerna ändrades av Facebook, sjönk andelen till 11 procent. Denna förändring visar på vikten av Sveriges Televisions strategi att primärt publicera material på egna plattformar.

Public service runt om i Europa har under 2018 mött många politiska utmaningar. I mars 2018 hölls en schweizisk folkomröstning om att avskaffa licensfinansieringen av public service. Den resulterade i att schweizarna röstade för att behålla public service. Danmarks Radio har fått ett nytt avtal som ökar detaljregleringen av bolaget. I Polen, Ungern, Slovakien, Tjeckien, Slovenien och Kroatien har de regerande partierna knutit public service-bolagen så tätt till statsapparaten att de idag är att betrakta som statstelevision snarare än fria och oberoende medier. Det är viktigare än någonsin att säkerställa ett starkt och oberoende public service i Sverige.

1.3 ÅRETS REDOVISNING

Årets public service-redovisning innehåller ett antal mindre förändringar jämfört med 2017 års version. Detta för att tydligare visa hur SVT lever upp till de olika villkor som regleras i sändningstillstånd och anslagsvillkor samt för att ta hänsyn till Granskningsnämndens bedömning av PSR 2017. Däremot kvarstår struktur, mätmetoder och indikatorer. De kommer att behållas under resten av tillståndspanoraden.

För att särskilja de olika tjänsterna

har SVT valt att definiera ett antal begrepp. Med broadcast menas de sändningar som sker linjärt i marknätet, via satellit och de simultansändningar av SVT:s fem programtjänster som sker över öppet internet. Med online menas övriga tjänster som sker över internet så som linjära sändningar i SVT:s särskilda live-kanaler och on demand-tjänster, så kallad beställ-tv. De kallas också sändningar och tjänster på internet eller webben.

Alla timmar som redovisas i texter och tabeller gäller broadcast om inte annat tydligt anges. SVT tolkar att sändningarna av SVT1 och SVT2 i hd-kvalitet endast är rena parallellsändningar av de ordinarie kanalerna varför dessa aldrig räknas dubbelt i sändningsstatistiken. Det gäller såväl redovisningen av minoritetsspråk som redovisningen av tillgänglighetstjänsterna.

Villkoren kan uppfyllas på många olika sätt. I vissa fall utgörs redovisningen av kvantitativa indikatorer med jämförelser mellan åren. För andra villkor är det själva utbudet eller arbetsrutinerna som bäst beskriver hur SVT agerar för att leva upp till villkoren. Det är också viktigt att skilja på krav som innebär en förändring och krav som enbart ska nå ett tillstånd, exempelvis kravet på decentraliserad organisation.

Upplägg och disposition för årets redovisning är till stora delar samordnad med Sveriges Radio och Utbildningsradion. Det bör dock påpekas att företagen har både skilda uppdrag och tolkningar av uppdragen varför det fortfarande finns olikheter i redovisningarna. Det är skälet till att alla begrepp inte har exakt samma definition. Bolagen eftersträvar likartade definitioner där så är möjligt.

I kapitel 2 och 3 redovisas hur SVT tolkar begreppet effektivitet, det vill säga med vilka värden SVT bidrar till samhälle och individ samt med vilken kvalitet och med vilket genomslag.

Kapitel 4 beskriver hur företaget



Lerins lärlingar Foto: Ulrika Malm/SVT

arbetar med sina kärnprocesser och hur den publicistiska kontrollen utförs. Kapitel 5 beskriver också organisation och utveckling inom ett antal områden.

Kapitel 6 redovisar det totala utbudet fördelat på kanaler och tjänster på olika plattformar. I kapitel 7 redovisas bredden i utbudet fördelat på programkategorier.

I kapitel 8 redovisas uppföljningen av ett antal särskilda uppdrag för SVT och kapitel 9 beskriver hur publiken tar emot SVT:s samlade utbud.

Kapitel 10 redovisar intäkter, kostna-

der och sidoverksamhet samt hur företaget arbetar med ständiga produktivitetsförbättringar.

Slutligen kommer i kapitel 11 en redovisning av de prioriterade planerna för framtiden.

SVT har valt att beskriva verksamheten för de olika områdena i den löpande texten. För att tydligare redovisa hur SVT uppfyllt villkoren redovisas i bilaga 1 resultatet av alla villkor i sändningstillståndet och anslagsvillkoren. Det sker dels genom en tydlig hänvisning till kapitlet där man kan utläsa

resultatet och dels genom att resultatet presenteras direkt i bilagan.

I bilaga 2 redovisas det sammanvägda indexet gällande minoritetsspråk för samtliga public service-bolag och i bilaga 3 finns ett antal tabeller som kompletterar de grafer som visas i den löpande texten. En del tabeller innehåller även historiska data.

På SVT:s hemsida finns mer statistik i form av grafer och tabeller som beskriver SVT:s verksamhet: siffror.svt.se.

Det här vill SVT

SVT:s ambitioner utgår från public service-uppdraget som vilar på tre grundpelare: oberoende, värde och genomslag. Oberoendet baserar sig på public service-uppdraget i sig. För värde och genomslag har SVT sex övergripande mål som fastslagits av SVT:s styrelse. Det är med hjälp av indikatorer för dessa mål företaget strävar för att uppnå effektivitet.

Oberoende	Värde	Genomslag
Institutionen	Samhällsvärde	Kännedom
Regleringen	Individuellt värde	Räckvidd
Finansieringen	Professionell kvalitet	Användning

2.1 OBEROENDE

Oberoende säkras genom de barriärer som finns för politiskt och kommersiellt inflytande. Barriärerna är institutionella, finansiella och regleringsmässiga. Oberoendet manifesteras också dagligen i SVT:s publicistiska verksamhet.

Institutionen

Institutionen public service är förankrad i det svenska samhället och den representativa demokratin. Den finns till för att säkerställa mediepluralism och att alla medborgare i alla delar av landet ska nås av väsentlig journalistik och ett kvalitativt medieinnehåll. Riksdagens och regeringens beslut om sändningstillstånd och anslagsvillkor garanterar institutionen och dess funktion i samhället. Under 2018 pågick en utredning inom ramen för en parlamentarisk kommitté som bland annat utredde om public service oberoende bör

förstärkas genom ytterligare skydd på grundlagsnivå.

Regleringen

Innehållet i public service-uppdraget regleras i allt väsentligt i SVT:s sändningstillstånd och även här slås oberoendet fast redan i dess första stycke:

”Verksamheten ska präglas av oberoende och stark integritet och bedrivs självständigt i förhållande till såväl staten som olika ekonomiska, politiska och andra intressen och maktsfärer i samhället.”

Sändningstillståndet är giltigt för ett antal år. Detta ger verksamheten en långsiktighet som förstärker oberoendet. Oberoendet är även reglerat genom det direkta innehållet i tillståndet. Till skillnad från kommersiella medier har SVT ett krav på opartiskhet inskrivet i tillståndet. SVT:s sändningstillstånd löper

ut under 2019 och ett nytt väntas efter riksdagsbeslut träda i kraft 1 januari 2020. Redan under 2018 fattades beslut i riksdagen att oberoendet ytterligare ska stärkas genom på sikt förlängda tillståndsperioder och genom att aktiva riksdagsledamöter inte längre ska ingå i förvaltningsstiftelsens styrelse.

Finansieringen

Vid årsskiftet 2018–19 avskaffades den tidigare radio- och tv-avgiften. Som tidigare finansieras public service vid sidan om statsbudgeten genom en särskild avgift, men nu som en individuell avgift över skattsedeln, i stället för en hushållsavgift baserad på innehav av tv-apparat. En viktig aspekt av finansieringen är att den är frikopplad från de politiska budgetdiskussionerna. De övergripande besluten om nivåerna av finansieringen av public service tas i



Alla hästar hemma Foto: Ulrika Malm/SVT

särskild ordning i samband med beslutet om riktlinjerna för verksamheten, fortsättningsvis i form av ett flerårigt beslut. I samband med införandet av den nya modellen slås det fast att medlen endast får användas för public service och att tilldelningen av medel beslutas för hela tillståndsperioden, vilket ytterligare förstärker verksamhetens oberoende.

2.2 VÄRDE

SVT har delat in det värde vi vill tillföra publiken i tre områden: samhällsvärde, individuellt värde och professionell kvalitet. Alla nyckeltal utgår från publikens uppfattning om SVT eftersom det ytterst är publiken som ska bedöma verksamheten. Vår ambition är att det upplevda värdet av SVT ska öka.

Till de huvudsakliga målen finns stödjande indikatorer som hjälper oss

analysera hur väl vi lyckas. För nyckeltal kring produktivitet, se kapitel 9.

Samhällsvärde

Public service kan bara motivera sin existens om utbudet har en mening. SVT delar in det värde vi tillför samhället i fem områden: demokrati, kultur, kunskap, social sammanhållning och innovation. Dessa utvecklas utförligare i de kommande kapitlen. SVT:s övergripande mål är att minst 3 av 4 tillfrågade ska anse att vi har ett mycket högt eller ganska högt värde för samhället. Detta är ett strävansmål.

Individuellt värde

Public service ska inte bara vara bra för någon annan. Alla har rätt att förvänta sig ett utbyte av det vi gör. Utbudet som helhet måste därför upplevas angeläget, underhållande och intressant för just

mig. Utbudet ska upplevas som tillgängligt och public service-avgiften ska upplevas som prisvärd. SVT:s mål för det individuella värdet är att minst 2 av 3 tillfrågade ska anse att SVT har ett mycket eller ganska stort värde för mig. Även detta är ett strävansmål, det vill säga satt högre än SVT:s tidigare resultat.

Professionell kvalitet

Med professionell kvalitet avses yrkesskicklighet. SVT:s utbud skapas av journalister, kreatörer, tekniker samt andra professionella medarbetare och samarbetspartners. Kreatörerna ska vara modiga, kreativa och de bästa berättarna. SVT ska fortsätta tillhandahålla de tjänster som får högst betyg av publiken och vinna erkännande av andra yrkesverksamma i Sverige och internationellt. Produktionen ska hålla



Kalle och Britas sex liv Foto: Tomma tunnor/SVT

en hög och jämn kvalitet. Hela produktionskedjan, från idéarbete och insamling till bearbetning och distribution ska präglas av leveranssäkerhet. En hög professionell kvalitet bör leda till ett högt förtroende hos allmänheten. SVT:s centrala mål för detta område är att minst 4 av 5 tillfrågade ska ha ett högt förtroende för företaget i den årliga SOM-undersökningen.

2.3 GENOMSLAG

SVT är till för alla. Genom ett stort genomslag kan SVT behålla sin ställning som ett demokratiskt verktyg. Att behålla genomslaget under de stora omvälvningarna på mediemarknaden är därför en av de största utmaningarna för oss.

Kännedom

Kännedom har varit ett område som SVT inte behövt ägna så mycket uppmärksamhet åt tidigare. Idag, med det stora utbudet av innehållsleverantörer, har det blivit allt viktigare att arbeta med bland annat sociala medier och andra sätt att diskutera med och göra ut-

budet känt för publiken. Det är viktigt för att publiken ska kunna bedöma om de får valuta för pengarna.

Ett av målen är därför att SVT:s verksamhet ska vara känd av allmänheten. Målet är att minst 9 av 10 ska känna till SVT:s etablerade tjänster och 4 av 10 tillfrågade ska känna till SVT:s nya tjänster efter ett år. För detta mål har SVT reviderat indikatorn så att de numera omfattar SVT1, SVT2 och SVT Play. Detta mot bakgrund av att SVT, sedan målet formulerades, valt en strategi som fokuserar på befintliga huvudtjänster inklusive tjänster online.

Räckvidd

Räckvidd handlar om att nå ut till så många som möjligt, inte hela tiden men åtminstone då och då. Det anses internationellt vara ett av de viktigaste målen för public service. Det är också en av de viktigaste legitimitetsgrunderna för public service som helhet. SVT:s räckviddsutmaningar framöver har flera dimensioner. SVT ska vara till för alla oavsett ålder, geografisk hemvist, bakgrund, kön eller funktionsvariation.

För området gäller målsättningen att minst 9 av 10 tillfrågade fortsatt ska använda utbudet en genomsnittlig vecka. Valet av plattform spelar ingen roll. SVT:s online-tjänster är lika mycket värda som de traditionella tv-kanalerna.

Användning

Vad gäller användning så är det rimligt att anta att tittandet i broadcast kommer att fortsätta minska. Det kommer självklart även gälla SVT och då är det viktigt att SVT lyckas öka värdet av programmen för tittarna. Användningen kan dock inte sjunka alltför kraftigt om SVT:s program ska kunna behålla sitt genomslag och värde i samhället.

Mot bakgrund av detta har SVT slagit fast ett mål som innebär att totalvolymen tittande kan minska, men till en viss gräns. SVT:s mål är att fram till 2020 användas i genomsnitt minst 50

minuter om dagen. Även detta mål är, precis som kännedom och räckvidd, helt plattformsoberoende och ambitiöst satt mot bakgrund av den snabba förändringen i medieanvändning.

2.4 FRAMTIDA MÅLARBETE

I samband med den målrevision som aviserades i förra årets public service-redovisning slog SVT:s styrelse fast att målen ska kvarstå även för 2019. De ska kompletteras med indikatorer som mäter publikens uppfattning om olika aspekter på uppdraget. Särskilt fokus ska läggas på sådana indikatorer som svarar mot SVT:s vision: Vi bidrar till ett Sverige där alla är mer nyfikna och insatta. Under 2019 sker en större utvärdering av strategierna i och med ingången i en ny tillståndperiod.

Granskningsnämnden har efterfrågat en tydligare redovisning av målen i förhållande till kostnaderna. Självfallet ska public service-verksamheten bedömas i förhållande till sin kostnad (vilket sker i den pågående tillståndsprcessen), men det betyder inte nödvändigtvis att den form av mål som SVT med grund i public service-uppdraget valt är av ett sådant slag att de går att sätta som en funktion av ekonomin. Exempelvis är det inte relevant att mäta andel med högt förtroende per krona. Den ekonomiska effektiviteten bör därför bedömas i två led. Det första ledet är att målen för genomslag och värde sätts i relation till det utbud som SVT tillhandahåller och som beskrivs utförligt i kapitel 3 där resultaten sätts i relation till den verksamhet bolaget bedrivit. Den ekonomiska effektiviteten bedöms därefter genom utbudet i förhållande till ekonomi. Det görs i kapitel 9 som beskriver produktivitetens mått och rationaliseringar.

Detta har SVT bidragit med

I förra kapitlet redovisades vad SVT vill och i detta redovisas hur SVT lyckats. Det är uppfyllelsen av målen för värde och genomslag som beskriver SVT:s effektivitet. Kapitlet redovisar resultatet samt ger en bild av utvecklingen över tid och vilka satsningar som gjorts under året.

3.1 VÄRDE

Samhällsvärde

Måluppfyllelse: SVT:s långsiktiga ambition är att öka samhällsvärdet av programmen och att minst 3 av 4 medborgare ska anse att utbudet har ett stort värde för samhället. Attitydundersökningen för 2018 visar att 69 procent av 16–79-åringarna anser att SVT har ett ganska stort eller mycket stort värde för samhället, vilket är ett bra resultat men inte tillräckligt i förhållande till målen. SVT arbetar som ovan nämnts med kompletterande indikatorer som ställer frågor om uppdraget i mer konkret form (se tabell 3.1). Svaren ger en mer utvecklad bild av vilka delar som ingår i att skapa värde för samhället. Resultaten på de nedbrutna och mer konkreta frågorna ger var för sig ett högre värde än den enskilda frågan om värde för samhället. Det samma gäller när publiken tillfrågas utifrån särskilda nyckelord. Andelen av publiken som anser att SVT:s program är informerande är 87 procent, andelen som anser att SVT:s

program är trovärdiga är 84 procent, andelen som anser att SVT:s program är professionella är 85 procent och så vidare.

Utvecklingen över tid: Som nämndes i föregående redovisning är sannolikt de höga nivåerna för 2014 att betrakta som ett särfall. Mellan 2015 och 2017 var förändringarna negativa men små. 2018 förbättras resultaten något, trots ett negativt utfall när det gäller använd tid och räckvidd. En möjlig förklaring är att uppgången, likt 2014, är en effekt av SVT:s omfattande valbevakning. SVT:s ambition är att det upplevda samhällsvärdet ska öka. Det kan dock konstateras att de senaste årens omfattande diskussion och kritik av medier, särskilt i kombination med en snabb förändring av användningsmönstren, har påverkat värde och förtroende för samtliga medier. Detta syns i andra undersökningar, till exempel SOM-undersökningen, som visar på en minst lika stor utmaning för andra medieföretag och för samhällsinstitutioner.

Skillnader mellan grupper: SVT har under året arbetat vidare utifrån 2016 års antagna strategier som bland annat pekar ut SVT:s informations- och bildningsuppdrag. SVT ska bidra till att alla i Sverige blir mer nyfikna och insatta. Detta gäller inom alla program- och tjänsteområden.

Exempel på satsningar under året: SVT har under året arbetat vidare utifrån 2016 års antagna strategier som bland annat pekar ut SVT:s informations- och bildningsuppdrag. SVT ska bidra till att alla i Sverige blir mer nyfikna och insatta. Detta gäller inom alla program- och tjänsteområden.

Demokrati: Få saker i SVT:s utbud är av så central demokratisk betydelse som utbudet av politisk information under ett valår. SVT lade betydande resurser på valutbudet under året, både i traditionell tv och i de digitala tjänsterna. Inför valet genomfördes ett stort antal interna utbildningar i syfte att säkra en god kvalitet i nyhetsbevakningen, inte minst vad gäller opartiskhet och saklighet.



Den döende detektiven Foto: Peter Cederling/SVT

SVT Nyheter online har haft stora framgångar under året och innehållet användes mer än någonsin under 2018. Ett större projekt har bedrivits i syfte att utveckla den lokala nyhetsverksamheten innehållsligt. Under skogsbränderna sommaren 2018 spelade SVT återigen en central roll som den, enligt undersökningar, viktigaste källan till information.

Medial verksamhet utsätts i ökad grad för olika former av påtryckningar, såväl av enskilda som av statsaktörer. Under året har arbetet med att säkra att SVT fungerar väl i tider av ökade säkerhetshot intensifierats. IT-säkerheten har stärkts och flera nya distributionslösningar finns på plats, både för traditionell tv och online-verksamheten. Den fysiska säkerheten har skärpts. Undersökningar av hur medievänorna ser ut i kris har systematiserats, strukturer för hur information delas med andra medier

och myndigheter har utvecklats. Flera utbildningar har också genomförts, framför allt för publicistiska medarbetare, kring hur påverkansförsök kan gå till och hur man skyddar data och känsliga uppgifter. Långsiktigt är ambitionen att öka tittarens egen källkritiska kunskap. Därför har en redaktionell ambition varit att lyfta medie- och informationskunnighet för barn och unga via *Lilla Aktuellt* och *Mixat*.

Kunskap: SVT fortsätter med en fokuserad strategi för att sätta ljuset på angelägena frågor med ämnesorienterade samhällsprogram som *Klimakteriet – det ska hända dig med*, *Kropphets*, *Matraddarna* och *36 dagar på gatan*. Inom natur, historia och vetenskap sändes program som *I rovdjurens spår*, *Mitt liv med älgen* och *30-åriga kriget*. Inom kunskapsområdet kan även program som *Arvinge okänd* och *Fråga Lund* nämnas.

Kultur: Som kulturskapare låg SVT

bakom dramaproduktioner som *Systrar 1968* och *Vår tid är nu II*, vilka visade styrkan i SVT:s dramaproduktion och bidrar till en ny beskrivning av Sveriges utveckling. I andra dramagenrer producerade SVT bland annat *Andra åket* och *Springfloden*.

SVT sände ett stort antal föreställningar från Sverige och världen inom ramen för *Kulturstudion*. Bland annat den internationellt kände koreografen Alexander Ekmans uppsättning *Play* på Opera national de Paris. Mästercellisten Jakob Koranyi spelade Bach, Rickard Söderberg sjöng operett i Ystad och Meta Velander och Yvonne Lombard framträdde i Kristina Lugns Nattorienterna. Sändningarna i Kulturstudion når mångdubbelt fler än summan av antalet besök på Sveriges nationalscener under ett år.

2018 var det andra året SVT axlade ett ökat ansvarstagande för svensk film, som bland annat innebär ökade avsatta medel för utveckling och produktion av dokumentär-, kort-, barn- och långfilm.

Sammanhållning. Public service är till för alla i Sverige – och bidrar till gemensamma upplevelser. För att det ska åstadkommas krävs att innehållet är intressant nog för tillräckligt många, att det speglar hela Sverige och att det når ut till alla. Tillgängligheten förbättrades genom utökad syn- och teckenspråkstolkning. En kraftig utökning av textningen av nyhetsinslag online initierades. Satsningen, som är en av de insatser SVT inte kan tillgodoräkna sig i utvärderingen av verksamheten, är nu fullt ut genomförd. Regleringen får, för publikens skull, härvidlag inte bli ett hinder för en nödvändig utveckling. För att bistå i språkinläringen för bland annat nyanlända fortsatte SVT utvecklingen av Språkplay som ger möjlighet till språkinläring genom översatta undertexter till 18 olika språk.

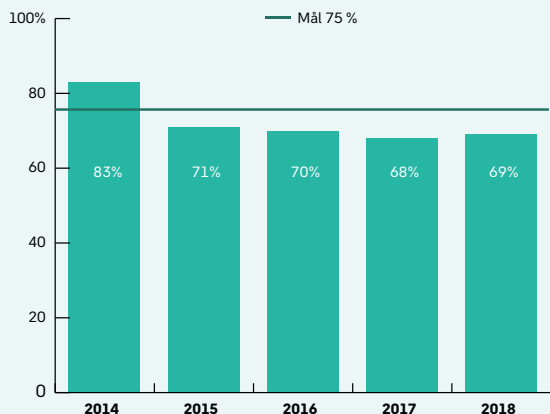
Bland program som särskilt bidrog till en ökad sverigespegling kan nämnas *Idas skilda världar*, där Ida Ovmar ut-

3.1 Kompletterande frågor om värde

	2015	2016	2017	2018
SVT har bra kvalitet i ljud och bild	91%	91%	91%	91%
Jag har goda möjligheter att ta del av SVT:s kanaler och tjänster	93%	94%	94%	93%
SVT har pålitliga och trovärdiga nyheter	88%	91%	86%	84%
SVT har program som hjälper mig att förstå vad som händer i omvärlden	87%	87%	86%	86%
SVT gör viktiga upptäckter och avslöjanden i sina nyhets- och samhällsprogram	82%	86%	83%	81%
SVT har en mångsidigt utbud av kulturprogram och svenska tv-serier	79%	80%	80%	81%
SVT har program som ger mig kunskaper och insikter	81%	82%	81%	82%

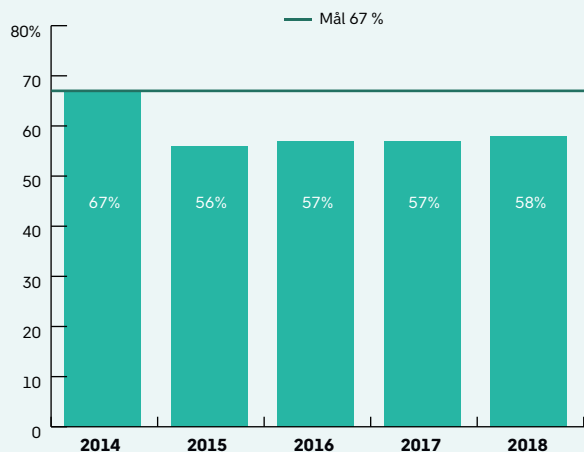
Källa: Norstat Attitydundersökningen 2018

3.1.1 Värde för samhället



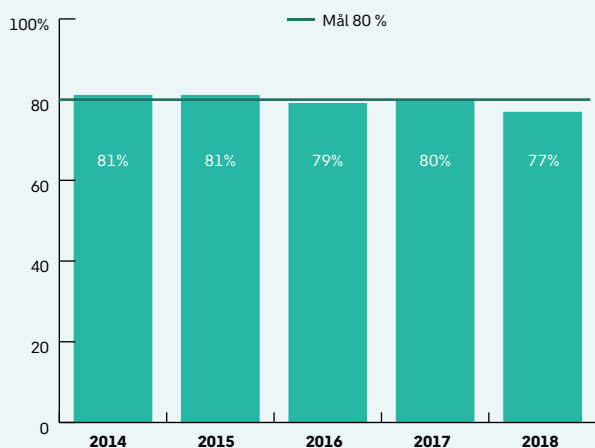
Källa: Norstat Attitydundersökningen 2018

3.1.2 Värde för individen



Källa: Norstat Attitydundersökningen 2018

3.1.3 Professionell kvalitet



Källa: SOM-undersökningen 2018

forskar sitt samiska arv. Bland program som genom ett brett genomslag och engagemang bidrog till att samla Sverige kan nämnas det omfattande valutbudet, *Melodifestivalen* och *Fotbolls-VM*.

Innovation och samarbete. SVT lever i symbios med kommersiella aktörer på mediemarknaden. Av SVT:s budget går cirka tre miljarder kronor till externa leverantörer inom olika områden.

De externt producerade programmen har en viktig roll i SVT:s utbud och bidrar till att skapa variation och mångfald. En del i den professionella kvaliteten består därför i en god samverkan med externa aktörer. Det är SVT som är kravställare men samarbetet sker med lyhördhet för produktionsbolagens idéer och behov.

Vid sidan om arbetet med produktionsarbeten sker varje år tusentals olika samarbeten med enskilda svenska kreatörer: fotografer, konstnärer, manusförfattare, skådespelare,

regissörer, frilansjournalister och många fler. Den totala ersättningen för utomstående medverkan inklusive ersättningar till produktionsbolag uppgick 2018 till knappt en miljard kronor.

Samverkan sker även med andra aktörer på mediemarknaden, däribland lokala medieföretag. Under året har olika samverkansprojekt genomförts med ett stort antal tidningar runt om i Sverige. De lokala valkompasserna var det enskilt största samarbetsprojektet. Samtalen har också lett till bland annat en ökad prioritering av video på SVT:s online-tjänster och striktare regelverk för citering.

Individuellt värde

Måluppfyllelse: Det ligger i sakens natur att allmänhetens bedömning av den personliga nyttan är lägre än bedömningen av SVT:s samhällsvärde. SVT:s långsiktiga mål för individuellt värde är därför att två av tre personer ska uppleva att SVT:s utbud har ett stort värde för dem personligen. I årets mätning uppger 58 procent att SVT:s utbud har ett stort personligt värde för dem.

Utvecklingen över tid: Andelen som uppger att SVT har ett stort personligt värde ökade med en procentenhet. Den sammantagna bedömningen av utvecklingen för samhälleligt och individuellt värde är att resultaten överlag är stabila mellan 2015 och 2018, vilket måste ses som positivt med tanke på den enorma konkurrens som utbudet utsätts för.

Skillnad mellan olika grupper: Det individuella värdet följer i än högre grad än samhällsvärde användningsmönstren vilket innebär att äldre generellt sett tillmäter SVT ett högre individuellt värde än yngre. Det finns även tydliga, om än något svagare, samband med utbildningsnivå. Högutbildade tillmäter SVT ett högre individuellt värde än personer med lägre utbildningsnivå. Personer med utomnordiska språk som modersmål tillmäter SVT ett lägre individuellt värde än personer med svenska som modersmål vilket är naturligt med tanke på att en stor andel av programutbudet är på svenska.

Exempel på satsningar under året: SVT:s satsningar på tillgänglighet i vid bemärkelse på alla plattformar bedöms ha stor och ökande påverkan på det upplevda individuella värdet. Under året har ansträngningar gjorts för att särskilt förbättra användarupplevelsen av SVT:s viktigaste online-tjänster som SVT Nyheter och SVT Play. Inom ramen för SVT Play har ett omfattande arbete bedrivits för att öka tillgängligheten via tv-skärmen. Användandet har som en följd av detta arbete ökat kraftigt under året. Inte minst viktig är utvecklingen av SVT:s rekommendationsmotor. Medan kommersiella aktörer i hög grad bygger rekommendationer för att åstadkomma så stor konsumtion som möjligt är SVT:s ambition att hjälpa individen att navigera i utbudet. Tanken är att användarna ska hitta både det de söker men också det de inte

visste att de ville ha. Syftet är att bidra till att alla i Sverige blir mer nyfikna och insatta.

Publikundersökningar har under året visat att de nya tjänsterna har en stor betydelse för uppfattningen av såväl SVT:s samhällsvärde som individuella värde. Inte minst webbtjänsterna (SVT Play, SVT Nyheter, svt.se och bolibom-pa.se) tillmätts högre värden än företaget får i genomsnitt. En tidigare undersökning visar att av dem som uppger ett värde är det 63 procent som anser att SVT:s webbtjänster och appar har ett stort individuellt värde. 82 procent anser att SVT:s webbtjänster och appar fyller en viktig samhällsfunktion. Detta är en särskilt viktig insikt med tanke på variationen i bedömningar av värdet mellan olika grupper. SVT:s onlinetjänster tillmätts ett högt värde av yngre, som generellt sett ger SVT ett lägre individuellt värde än äldre gör.

Det är tydligt att det finns ett stort samband mellan det upplevda individuella värdet och användning. Att upprätthålla både bredd och kvalitet i en mångfald av genrer är därför centralt för att uppfylla uppdraget. I SVT:s utbudsstrategi ingår fortsatt att tillhandahålla program som omfattar allt från det breda anslaget till mer särpräglade programtyper.

Professionell kvalitet

Måluppfyllelse: Målet för området professionell kvalitet utgår från förtroendet. I den senaste SOM-undersökning uppger 77 procent att de har mycket eller ganska stort förtroende för SVT. Resultatet är i det närmaste inom felmarginalen från målet. Mätningarna visar tydligt att public service-bolagen sticker ut i förhållande till kommersiella medier. Detta gäller även public service-bolagens webbsidor som av publiken anses ha högre trovärdighet än kommersiella medier. SVT och Sveriges Radio intar en särställning. Valundersökningarna bekräftar bilden av ett mycket högt förtroende för SVT:s verksamhet. Mot bakgrund av debatten om förtroendet för medier i allmänhet och public service i synnerhet har SVT haft ett särskilt fokus på att utreda frågan under året. Ett antal slutsatser publicerades på svt.se den 19 juni 2018. Här presenteras de övergripande slutsatserna.

Utvecklingen över tid: Det går att se att förtroendet under de senaste åren sjunker något, men det sker långsamt och från höga nivåer. SVT har i SOM-undersökningarna ett högre förtroende än vad företaget hade för ungefär tio år sedan och är fortfarande på en högre nivå än för något annat medieföretag.

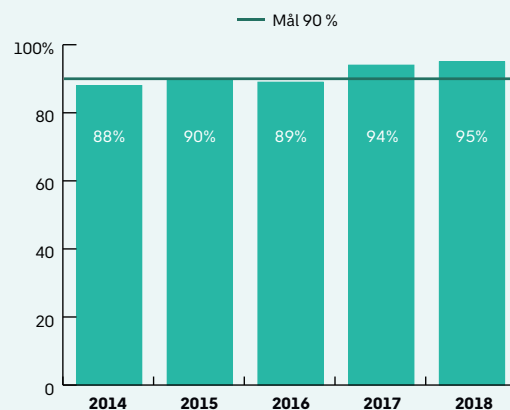
Skillnader mellan grupper: SVT har enligt SOM-undersökningen ett högt förtroende i så gott som alla demografiska grupper. I alla undersökningens indelningar efter kön, ålder, utbildningsnivå, boendeort eller inkomst är det betydligt fler som har ett ganska eller mycket stort förtroende för verksamheten än som har ett ganska eller mycket litet förtroende. An-

delen som har ett ganska eller mycket litet förtroende för SVT utgör totalt sett endast 7 procent av befolkningen.

Förtroendet för SVT är fortsatt högt vid en internationell jämförelse, bland det högsta i Europa, och högre än för andra medier i Sverige. Detta gäller också för grupper som är mer kritiska mot nyhetsmedier än andra, exempelvis de som av forskningen klassas som populist. Personer med så kallade populistiska värderingar har i Sverige en betydligt högre tillit till SVT än deras åsiktsfränder i andra länder har till sina respektive public service-bolag. Det hindrar inte att det finns en signifikant skillnad i förtroende baserat på politiska sympatier. Det är framför allt SD-sympatisörer som sticker ut med ett lägre förtroende för SVT. Samma grupp har dock ett lägre förtroende för medier generellt, liksom för institutioner i stort. Det bör också nämnas att bland denna grupp är det fortfarande dubbelt så många som har ett högt förtroende för SVT än som har ett lågt. Det finns inte i SOM-undersökningen stöd för att det skulle vara någon större skillnad mellan borgliga väljare och vänsterväljare. Exempelvis har 79 procent av Moderaternas sympatisörer ett högt förtroende för SVT, vilket är exakt samma procentsats som Miljöpartiets sympatisörer.

Förändringarna i förtroende kan alltså bara till del förklaras med politiska faktorer. Av SOM framgår att det finns helt andra, i vissa grupper viktigare förklaringar än politiska till skillnader i förtroende. En viktig förklaring är kopplad till användningen av SVT. Det här är sannolikt den huvudsakliga förklaringen till att förtroendet skiljer sig mellan yngre och äldre. Inom förtroendeforskningen har man konstaterat att det finns samband mellan närhet/användning av en institution och förtroende för den. De som använder SVT har med andra ord ett högre förtroende för SVT. Undersökningarna

3.2.1 Kännedom



Källa: MMS, från 2017 Norstat attitydundersökning, 2017 års värde är justerat



Sarah's sound of musicals Foto: SVT

visar att för att behålla det höga förtroendet så måste SVT säkra att nå ut till alla med ett högkvalitativt innehåll.

Exempel på insatser under året: Arbetet pågår även med att utveckla olika åtgärder för att säkra ett högt förtroende framöver. I stora drag handlar det om utbildning, ökad transparens och att säkerställa att vi kan spegla hela landet i våra program.

Utbildningar: SVT har arbetat för att säkra den professionella kvaliteten genom interna utbildningar av personalen i frågor som opartiskhet, saklighet och skydd av privatliv. Dessa utökades ytterligare inför valåret 2018.

Transparens: Flera initiativ har tagits kring transparens i journalistiken. Det handlar exempelvis om ökad tydlighet kring vilka öppna källor som använts och vilka gäster som bjuds in till pro-

grammen. SVT utvecklar även informationen på svt.se för att tydliggöra hur man kan anmäla program, synliggöra resultatet av Granskningsnämndens prövningar samt utveckla beskrivningarna av hur SVT agerar inom områden där det ofta finns frågor, exempelvis hur arbetet med opartiskhet och saklighet bedrivs.

Sverigespegling: Ett arbete har inletts för att utforska nya sätt att följa upp sverigespeglingsen i SVT:s program. En större omarbetning av SVT:s lokala verksamhet pågår och implementeringen är beräknad till 2019.

Målet professionell kvalitet mäts med indikatorn förtroende. I sig är dock målet vidare och omfattar även andra aspekter på kvalitet. Som ovan nämnts anser 86 procent av befolkningen att SVT:s utbud kan beskrivas som professionellt.

Priser: Priser vid nationella och internationella tävlingar kan vara ett mått på professionell kvalitet. Ett pris är en indikator på att SVT:s produktioner står sig i konkurrens och därmed håller hög verkshöjd såväl nationellt som internationellt. Nedan några exempel på årets prisskörd.

I konkurrens med 1 700 sport-tv-kanaler i 116 länder prisades SVT Sport som världens bästa sportkanal av Federation Internationale Cinema Television Sportifs. Juryns motivering var "SVT har stimulerat framför allt unga tittare intellektuellt genom att lyfta fram idrotten med fokus på viktiga värderingar ur ett mänskligt- och samhällsperspektiv". Serien *Regnbågshjältar* utsågs också till årets bästa sportprogram vid Venice TV Award.

Andra internationella priser var SVT



Storuman forever Foto: Janne Danielsson/SVT

Nyheters granskning av fallet med autistiske Liam. Det prisades för årets bästa program om minoriteter i samhället vid Prix Circom. Dansföreställningen *Play på Garnier* som prisades vid Avant Premiere i Berlin och San Francisco Dance film festival samt humorprogrammet *Grotesco* som vann i stort sett alla tävlingar som programmet deltog i, bland annat Rose d'Or i Berlin, svenska Kristallen för årets humorprogram, det svenska humorpriset samt TV-akademien Club 100:s pris för årets bästa tv-program. I den årliga Kristallen-tävlingen gick åtta av arton priser till SVT-produktioner, bland annat dramat *Vår tid är nu*.

När det gäller den journalistiska granskningen och bevakningen prisades ett reportage om FN-soldaters övergrepp på minderåriga i Afrika med British

journalism Award och SVT:s granskande journalistik prisades av Grävande Journalister med Guldspadar för en granskning av skönhetskliniker och dokumentärserien *Fallet Kevin*. SVT vann också pris för årets bästa applikation vid datajournalistikkonferensen Noda med applikationen *Vilka är de 1200 svenskar-na i paradisdokumententen?*

3.2 GENOMSLAG

Kännedom

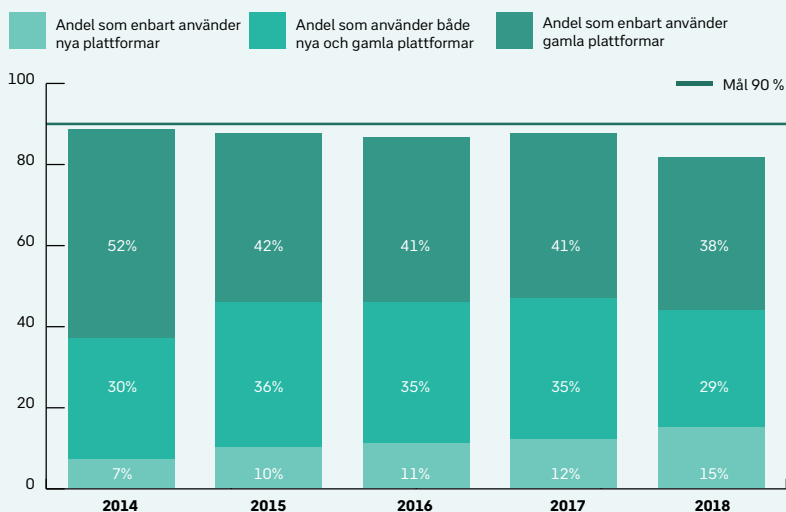
Måluppfyllelse: Kännedom om SVT:s kanaler och tjänster är generellt god och målen uppfylls. SVT införde förra året ett nytt sätt att mäta resultatet för att kunna inkludera även online-tjänster. Den tidigare metoden medgav endast mätningar av traditionella tv-kanaler. Metoden innebär att kännedomsfrågor

inkluderats i SVT:s återkommande plattformsundersökning. Huvudtjänsterna SVT1, SVT2 och SVT Play mäts och mätningarna visar på en genomsnittlig kännedom/användning på 95 procent hos befolkningen. I PSR 2017 uppgavs felaktigt kännedomen till 98 procent i stället för den korrekta siffran 94 procent. Felaktigheten ändrar inte resonemangen.

Utvecklingen över tid: Jämfört med förra året ökar kännedomen marginellt, från 94 till 95 procent. Skillnaden är så liten att den ryms inom felmarginalen.

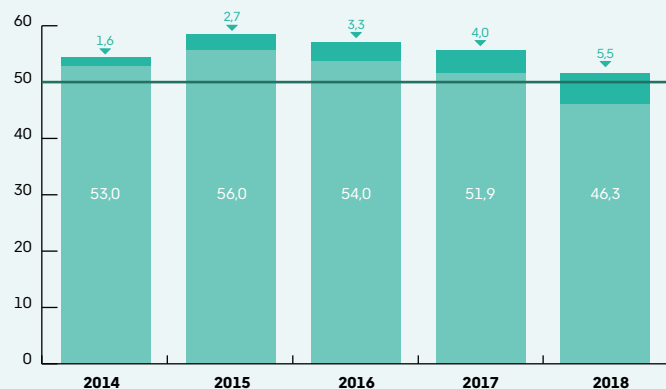
Skillnaden mellan grupper: Eftersom kännedomen/användningen är hög, finns av naturliga skäl endast små skillnader mellan olika grupper. SVT:s kanaler är kända i alla åldersgrupper. I vissa fall är SVT:s online-tjänster inte helt kända i till exempel äldre ålderssegment.

3.2.2 Räckvidd



Källa: Norstat Plattformsundersökning 2018

3.2.3 Användning i minuter, per dag



Källa: MMS 2018

Äldre känner också sämre till tjänster som riktar sig till barn.

Exempel på satsningar under året:

SVT:s etablerade tjänster är väl kända av befolkningen. För de nya tjänsterna har SVT goda möjligheter att öka kännedomen genom information i SVT:s traditionella kanaler. Det går att se ett tydligt samband mellan information i broadcast och ökad användning av online-tjänsterna. Utmaningarna är dock större på programtitelnivå och inte oväntat bland de grupper som tittar lite på SVT:s program. Dessa nås inte genom information i tv-kanalerna, utan via externa plattfor-

mar så som sociala medier. SVT når varje vecka cirka 30 procent av befolkningen i ålderns 20–39 år. SVT använder sociala medier i första hand som dialogverktyg med publiken samt för marknadsföring av egna program och tjänster. Det finns starka skäl att anta att vissa delar av publiken skulle ha mindre kunskap om SVT:s utbud och SVT:s verksamhet utan information och dialog via sociala medier.

Det material som publiceras för marknadsföring i sociala medier publiceras även på svt.se och/eller SVT Play, vilket innebär att ingen behöver vara

närvarande på sociala medier för att ta del av innehåll från SVT. Närvaron utformas för att i så hög grad som möjligt lotsa användarna till SVT:s innehåll i de egna fria plattformarna.

Cirka 80 procent av besöken på SVT Play och SVT Nyheter online utgörs av direkttrafik medan 20 procent består av inkommande besök från sociala medier och/eller sökpattformar. Därför har strategin varit att fokusera på utveckling av starka egna plattformar kompletterat med marknadsföring på sociala medier riktad mot grupper som är svårare att nå.

Under 2019 infördes en ny finansieringsform av public service vilket leder till ökat informationsbehov, i synnerhet kommunikation riktad till den minoritet av befolkningen som inte återkommande tar del av SVT:s kanaler och tjänster.

Räckvidd

Måluppfyllelse: SVT:s veckoräckvidd för andra halvåret 2018 var 82 procent enligt SVT:s plattformsmätning. Räckvidden varierar kraftigt mellan olika plattformar och grupper. Fortfarande bidrar det traditionella tv-tittandet med den största delen av användningen, även om räckvidden vuxit kraftigt för de olika internetbaserade plattformarna. Under året har andelen som använder SVT enbart via broadcast minskat, liksom andelen som använder både nya och gamla plattformar. Andelen som endast använder SVT över de nya plattformarna ökar dock med 3 procentenheter och uppgår idag till 15 procent.

Utvecklingen över tid: SVT:s totala räckvidd minskar kraftigt från 88 till 82 procent mellan åren 2017–18, en minskning med 6 procentenheter. SVT har trots offensiva satsningar online inte lyckats kompensera för räckviddstappet i broadcast.

Skilnader mellan olika grupper: I alla åldersgrupper är veckoräckvidden 64 procent eller högre. Bland svenskar i

åldern över 60 år är det 96 procent som uppger att de använder SVT en genomsnittlig vecka. Ett fokuserat arbete behöver bedrivas för att säkerställa att SVT även fortsatt har ett utbud som också tilltalar de grupper där räckvidden är lägre än målet, främst de yngre målgrupperna.

Exempel på satsningar under året:

För varje år ökar andelen som endast tar del av SVT via andra plattformar än broadcast. Under året har flera av tjänsterna online omarbetats och uppdaterats, framför allt SVT Nyheter, SVT Play samt de olika interaktiva tjänsterna riktade till barn. Satsningar har bland annat gjorts för att utveckla SVT:s nyhetserbjudande i mobilen. Medan tv fortsatt är den viktigaste plattformen för nyheter bland äldre så är idag mobilen den viktigaste plattformen för nyheter bland unga. SVT:s nyhetstjänst svarar mot behoven genom att erbjuda en integrerad tjänst med rörlig bild, ljud, data och text. Ett särskilt fokus läggs på att utveckla nyhetsvideon. Målet är att tillhandahålla ett nyhetsutbud som snabbt ger hela bilden oavsett var i landet användaren befinner sig.

Bredden i utbudet är helt avgörande för möjligheterna att upprätthålla en hög räckvidd. SVT har därför under året fortsatt att tillämpa en strategi som bygger på att tillhandahålla ett utbud som spänner från det breda till det smala. Det är helheten i programutbudet, från sport och underhållning till dokumentärer och teaterföreläsningar, som gör att så stor del av befolkningen regelbundet använder SVT och att SVT:s innehåll i så hög grad blir en gemensam angelägenhet.

Användning

Måluppfyllelse: Användning av rörlig bild på olika plattformar går att fånga genom MMS mätningar. Resultatet är 52 minuter per person och dag och överträffar målet.

Utvecklingen över tid: Tittandet på

SVT i broadcast år 2018 var 46,3 minuter per dag. Därtill kommer användningen av SVT via internet om 5,5 minuter. Sammantaget alltså 51,8 tittade minuter per dag. 2014 var motsvarande siffra 54,6 minuter.

I enlighet med den bedömning som låg till grund för strategierna så minskar broadcast-tittandet i volym snabbare än online-tittandet ökar. Ökningstakten för online-tittande är dock god och i takt med utvecklingen för motsvarande tjänster. Inte minst ökar tittandet på tv-skärmar, bland annat som en följd av att fler och fler användare skaffar sig utrustning i form av exempelvis smart-tv med HbbTV-funktionalitet, Apple TV eller Chromecast. I takt med att on demand-tittandet ökar på stora skärmar ökar också den tittade tiden per tittare. Tittande på små skärmar består oftare av kortare klipp. Tittandet på stora skärmar är längre och består oftare av hela episoder.

Skillnader mellan grupper: Användarmönstren skiljer sig mycket kraftigt mellan olika grupper, i synnerhet mellan yngre och äldre, där yngre har en betydligt större andel av tittandet förlagt online. Detta återspeglar sig även i användningen av SVT. Det genomsnittliga tittandet online utgör bland äldre endast 7 procent av det totala tittandet. Detta beror på att de äldre målgrupperna tittar på mycket stora volymer traditionell tv. I yngre åldersgrupper, där det totala tittandet är lägre, är i flera grupper användningen av SVT online lika stor som användningen av SVT i broadcast.

Exempel på satsningar under året:

Bland programmen som genererar en stor sammanlagd tittartid finns det anledning att lyfta fram särskilda satsningar som epokdramat Vår tid är nu. Programmet genererade både ett högt tittande i traditionell tv och online. Inte minst barnprogram som Sommarskuggan, Sommarlov och Mysteriet på Barnkanalen bidrar med en proportionellt sett större del av tittandet online. Detta gäl-

ler även klassiker som Den Vita Stenen och Pippi Långstrump. I broadcast är det i hög grad återkommande titlar som Rapport, Lokala Nyheter, Aktuellt, Go'kväll, Fråga Doktorn, Mästarnas mästare, Vinterstudion, Skavlan och På spåret som bidrar med en stor del av tittandet.

Online-tittandets betydelse ökar för varje år. Ett särskilt fokus lades under året på utveckling av SVT Play för att öka användningen. Att utveckla tjänsterna online är särskilt viktigt med tanke på konkurrensen från amerikanska aktörer. Medan svenska aktörer har cirka två tredjedelar av tittandet i broadcast så har de tre amerikanska aktörerna Youtube, Facebook och Netflix cirka två tredjedelar av tittandet online. I det sammanhanget är det viktigt att betona den roll som SVT Play spelar i egenskap av att vara den klart största svenska innehållstjänsten på svenska.



Världens sämsta indier Foto: Ulrika Malm/SVT

Kvalitet och utveckling

Inom SVT:s organisation finns ett antal kärnprocesser. Det gäller bland annat hur programuppdragsprocessen genomförs, relationen med externa produktionsbolag och hur den publicistiska kontrollen fungerar. I detta avsnitt redovisas även anmälan av nya tjänster, den decentraliserade organisationen och program på svenska språket.

4.1 UPPDRAGSPROCESS

SVT använder en beställar-/utförarmodell i utbudsarbetet som leds av två programdirektörer. De fattar alla programbeslut med vd som yttersta instans. Till sin hjälp har de fyra programbeställare med ansvar för olika genrer.

Utgångspunkten för programbeslut är en utbudsstrategi som fastställs årligen. Alla programförslag, såväl interna som externa, bedöms av företagets programchefer och programbeställare. I detta arbete vägs programförslagen mot utbudsstrategi, målbild, programbudget, publikinsikter samt de krav på verksamheten som fastslås i sändningstillstånd, anslagsvillkor och interna policyer och regler. Det stora flertalet av programbesluten fattas under tidig höst året innan de sänds. Detta för att skapa goda förutsättningar för planering av produktionerna såväl internt som bland externa produktionsbolag. Därefter fattas kontinuerligt nya beslut för att skapa så stor flexibilitet i utbudet som möjligt.

4.2 EXTERNA PRODUKTIONSBOLAG

Externa producenter kan löpande vända sig till någon av SVT:s programchefer eller beställare för att presentera nya programförslag. Alla SVT:s programuppdrag är organiserade hos någon av programcheferna. SVT använder sig av produktionsbolag som finns i hela landet och har en särskild sajt för affärsrelationer: svtb2b.se. Där samlas allt material som är till nytta för produktionsbolag och andra externa intressenter.

För att kontrollera säkerheten och informationsflödet vid externa produktioner har SVT skapat tjänsten SVT Pitch. Den möjliggör digital hantering av både interna och externa programförslag och fungerar som en samarbetsplattform där det tydligt anges vilka personer i SVT:s organisation som har tillgång till respektive programförslag. Tjänsten samlar all dokumentation kring programförslaget på en och samma plats och skickar också påminnelser

om programförslag har blivit liggande utan åtgärd. På detta sätt eftersträvar vi att vara transparenta, tydliga, pedagogiska och snabba i hanteringen av programförslag. Interna och externa programförslag ska behandlas lika.

4.3 PUBLICISTISK KONTROLL

Alla program som produceras eller köps in blir föremål för en publicistisk bedömning innan de sänds. Förutom yttrandefrihetsgrundlagen grundas SVT:s interna publiceringsregler på sändningstillståndet, radio- och tv-lagen och interna riktlinjer. Publiceringsreglerna omfattar bland annat frågor om demokratiska värden, oberoende, opartiskhet och saklighet, reklamförbud, sponsring, indirekt sponsring, otillbörligt gynnande, produktplacering, respekt för privatlivet och förtal.

SVT har antagit en policy som innebär att samma publicistiska principer ska gälla för publiceringar på webben



Maxat hela maskinen Foto: Janne Danielsson/SVT

och i sociala medier som i tv-sändningarna. Detta trots att verksamheten inte granskas av Granskningsnämnden.

För samtliga sändningar i SVT förordnar vd utgivare. Som regel har programcheferna för allmän-tv och redaktionscheferna för nyheter detta ansvar. Utgivare har enligt yttrandefrihetsgrundlagen befogenhet att utöva tillsyn över offentliggörande av program och att bestämma över dess innehåll så att ingenting får införas i programmen mot utgivarens vilja, den så kallade suveräna negativa bestämmanderätten. Utgivaren är ensam straffrättsligt ansvarig för eventuella yttrandefrihetsbrott i eller genom sändning av tv-program eller en webbsida.

En avdelning inom företaget, SVT Programetik, har i uppdrag att löpande följa tillämpningen av de centrala innehållsbestämmelserna i sändningstillståndet och radio- och tv-lagen samt att förvalta SVT:s egna publicistiska riktlin-

jer. Avdelningens arbete bedrivs i form av utbildning, rådgivning om program- och tablåfrågor samt yttranden till Granskningsnämnden.

Utbildning

SVT genomför kontinuerligt utbildningar i syfte att öka kunskapen och kompetensen när det gäller den praktiska och publicistiska tillämpningen av regelverken och de egna riktlinjerna. Under 2018 bedrevs en mycket omfattande utbildning med både breda utbildningar för olika redaktioner och yrkesgrupper och mer skraddarsydda kurser för delar av programverksamheten, speciella projekt, nya medarbetare med flera. Totalt har utbildningarna haft drygt 1 000 deltagare under 2018.

Kontroll av indirekt sponsring

Sedan flera år tillbaka genomförs kontinuerlig utbildning och rådgivning kring

regelverket och vad som krävs för att säkra SVT:s oberoende i samband med indirekt sponsring och vilken finansiering som inte är tillåten. Liksom tidigare är genomförs så kallade Grönt kortutbildningar för externa produktionsbolag som producerar program på uppdrag åt SVT. Genom föreläsningar och diskussioner utifrån konkreta programexempel har produktionsbolagen fått ökad kunskap om de regler och principer som är grundläggande för SVT:s programverksamhet. Under 2018 deltog 40 representanter från 15 olika produktionsbolag i Grönt kortutbildningen och ytterligare 18 representanter från produktionsbolag i andra typer av utbildningar.

Granskningsärenden

Anmälningar mot SVT till Granskningsnämnden tillsänds berörda programansvariga som snarast möjligt ska kontrollera de aktuella sakuppgifterna.

Om det visar sig att ett program eller inslag innehåller felaktiga, missvisande eller ofullständiga uppgifter görs ett beriktigande i en relevant tv-sändning.

På motsvarande sätt görs en snabb bedömning om någon, även utan en formell anmälan till Granskningsnämnden, gör anspråk på att få bemöta ett påstående som framförs i en sändning. Om begäran bedöms vara motiverad sänds ett genmäle på lämplig tid i så nära anknytning till ursprungsinslaget som möjligt. I de fall en skriftlig begäran om genmäle avslås informerar SVT den berörda parten om orsaken till avslaget och om möjligheterna att få saken prövad i Granskningsnämnden.

De ärenden som Granskningsnämnden väljer ut för särskild granskning skickas till SVT med begäran om yttrande inom en viss föreskriven tid. Vid en fällning görs snarast en så kallad pliktsändning där fällningen redovisas på en plats i tablån och programmet som ligger så nära det ursprungliga inslaget som möjligt. Därefter genomförs ett uppföljande samtal med berörd redaktion/programprojekt. Där diskuteras och analyseras nämndens beslut i syfte att förebygga framtida fällningar, till exempel genom förändringar i arbetsätt och rutiner.

Nämnden samlar de enskilda anmälningarna ämnesvis. Statistiken visar att det var 929 beslutade samlingsärenden under 2018 mot 801 beslutade ärenden under 2017. SVT fick yttra sig i 77 ärenden under 2018 mot 70 året innan. Av dessa ärenden ledde 24 till fällande beslut mot 13 under föregående år.

Grunderna för de 24 fällningarna 2018 fördelades på följande sätt (ett inslag fälldes på två grunder): saklighet 6, genomslagskraften 6, opartiskhet 4, privatliv 4, gynnande 2, sponsring 1, beriktigande 1, offentlighetsförhållande 1.

SVT analyserar årligen i detalj yttrandet och fällningar och justerar utbildningsverksamheten och rådgivningen utifrån analysen. Flest fällningar 2018

gällde genomslagskraften (6 stycken) och saklighet (6 stycken). Det var det högsta antalet fällningar gällande genomslagskraften under den senaste 10-årsperioden. Två fällningar för gynnande var väsentligt lägre än de två föregående åren. Under 2018 har utbildningsverksamheten haft extra fokus på opartiskhet, saklighet, genomslagskraften och demokratibestämmelsen samt på medarbetarpolicyn och policyn för publiceringar på webben och i sociala medier.

SVT har, vare sig före eller efter regleringen i sändningstillståndet (2014–19), sänt program med produktplacering enligt definitionen i radio- och tv-lagen.

SVT har heller inte sänt reklam enligt § 17 i sändningstillståndet.

4.4 NYA TJÄNSTER

SVT utvärderar löpande om nya utvecklingsprojekt ska genomgå förhandsprövning. Under 2018 har SVT inte lanserat några nya permanenta programtjänster eller tjänster av större betydelse inom ramen för kärnverksamheten eller den kompletterande verksamheten. SVT:s strategi koncentrerar på utveckling av befintliga tjänster.

Ingen annan försöksverksamhet har startats under året enligt kriterierna i anslagsvillkoren.

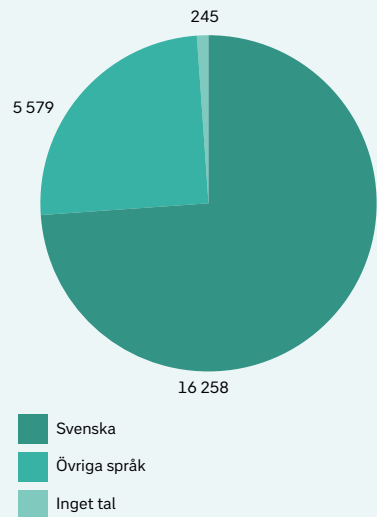
4.5 SVENSKA SPRÅKET

SVT är det tv-bolag i Sverige som sänder störst andel program på svenska. Under 2018 var 74 procent av de 22 082 sända timmarna på svenska.

Sveriges Radio bistår SVT och UR i språkvårdsfrågor. På SR finns en särskild avdelning som har till uppgift att vara rådgivande och agendasättande i språkfrågor och som alla medarbetare från de tre bolagen kan vända sig till för att få hjälp och stöd. De anordnar också utbildningar.

4.5 Svenska, andel och timmar 2018

Totalt: 22 082 timmar



4.6 DECENTRALISERAD ORGANISATION

För att skapa goda förutsättningar att spegla hela landet har SVT en organisatorisk strategi som bygger på fem centrala delar:

- Delegerad beslutsmyndighet över innehåll
- Fast närvaro på 34 orter
- Hög andel anställda i den decentraliserade organisationen
- Stor möjlighet till närvaro genom flexibilitet i programplaneringen
- Säkerställande av tillräckliga resurser för speglingsuppdraget

Sammantaget anser SVT att dessa fem grundpelare i verksamheten uppfyller kravet på en decentraliserad organisation.

Delegerad beslutsmyndighet över innehåll

SVT ska enligt anslagsvillkoren ha en decentraliserad organisation som skapar goda förutsättningar för självständigt beslutsfattande på lokal nivå. SVT har som ett led i detta delegerat det ansvariga utgivarskapet till SVT:s programchefer och lokala redaktionschefer. Utgivarna verkar på SVT:s produktions- och

redaktionsorter och fattar självständiga beslut. De enda undantagen görs för SVT:s riksnyheter och SVT Sport som har ansvariga utgivare med ansvar för flera redaktioner.

Det är också, utöver det som faller inom ramen för det ansvariga utgivarskapet, programchefen respektive redaktionschefen som har ansvar för programmets innehåll och utformning. Exempelvis är det den lokala redaktionschefen som avgör nyhetsprioriteringen i de lokala nyhetssändningarna. Det är viktigt att påpeka att verksamheten i Stockholm är en självständig region för såväl allmän-tv-produktionen som den lokala nyhetsverksamheten. På samma sätt som den lokala redaktionschefen för SVT Blekinge fattar beslut för den redaktionen fattar SVT:s redaktionschef för SVT Stockholm beslut för sin redaktion. Den decentraliserade organisationen i Stockholm ska alltså inte ses som en del av den centrala organisationen. På motsvarande sätt som verksamhet i Stockholm kan vara en del av en decentraliserad organisation, kan centrala funktioner förläggas utanför Stockholm. SVT:s grafikproduktion är exempelvis huvudsakligen förlagd till Växjö.

Därutöver är SVT:s programutvecklingsprocess utformad för att säkerställa att den decentraliserade programorganisationen har inflytande även på övergripande beslut (se nedan).

Fast närvaro på 34 orter

SVT har de senaste åren ökat sin närvaro på olika orter i landet och hade under 2018 fast närvaro på 34 orter. Därmed har SVT:s förmåga att effektivt kunna spegla respektive områdes särprägel och egenart förstärkts i landet som helhet.

Valet av antalet orter innebär alltid en avvägning mellan olika intressen. Fler orter kan tyckas positivt, men innebär samtidigt färre medarbetare och utmaningar att upprätthålla en redaktionell kvalitet och effektivitet i bevakningen. SVT har bedömt att den nuvarande or-

ganisationen rimligt balanserar de olika avvägandena och att kraven är uppfyllda.

Hög andel anställda inom den decentraliserade organisationen

Totalt är mer än hälften, 1 330 medarbetare, anställda inom ramen för vad som ovan definierats som den decentraliserade programorganisationen. Inom det som benämns som den centraliserade verksamheten var 487 anställda i företagsövergripande programverksamhet (SVTi, SVT:s riksnyheter och sport). Resterande 552 anställda arbetar inom verksamheter som är gemensamma. De kan inte definieras som vare sig centraliserade eller decentraliserade verksamheter och består till exempel av undertext, grafikproduktion, arkiv med mera. I den gruppen finns också en stor del av företagets ledningsfunktioner. Att SVT har över 1 300 (56 procent) medarbetare anställda i den decentraliserade organisationen visar en hög närvaro i hela Sverige med kunskap om och förankring i de olika regionerna. Alla siffror beskriver antal anställda inom samtliga anställningsformer, även kortare anställningar.

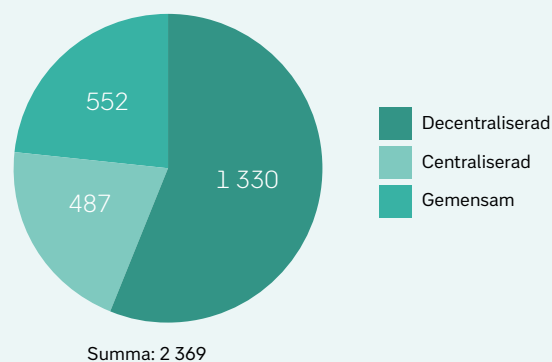
4.6.1 Antal anställda per ort

Samtliga anställningsformer

Ort	Antal
Borås	2
Eskilstuna	13
Falun	50
Gävle	7
Göteborg, inkl. Angered	191
Halmstad	11
Helsingborg	9
Hudiksvall	5
Jönköping	13
Kalmar	4
Karlskrona	11
Karlstad	22
Kiruna	20
Linköping	1
Luleå	24
Malmö	152
Norrköping	32
Skellefteå	4
Stockholm, inkl. Rinkeby	1 503
Sundsvall	23
Sälen	1
Södertälje	7
Uddevalla	3
Umeå	134
Uppsala	14
Visby	1
Västerås	14
Växjö	59
Örebro	24
Örnsköldsvik	2
Östersund	12
Övertorneå	1
Antal anställda	2 369

4.6.2 Antal anställda per organisationsform

Samtliga anställningsformer





Springfloden Foto: Niklas Maupoix/SVT

Stor möjlighet till närvaro genom flexibilitet i programplaneringen

Antalet orter och andelen anställda i den decentraliserade organisation är relevanta delar av beskrivningen av SVT:s organisation. Tolkningen av kravet att organisationen ska utformas med syfte att ha hög närvaro av medarbetare med kunskap om och förankring i de olika regionerna innebär också att organisationen kan ta in och använda den kompetens som finns hos medarbetare och experter på andra platser än SVT:s 34 orter. För att det ska kunna ske bör det i organisationen finnas ett betydande utrymme för externa medverkande. Detta är särskilt relevant inom områden som

dokumentärfilm där SVT strävar efter att ge utrymme till en mångfald av röster från olika delar av Sverige. Nästan en miljard kronor användes till externa medverkande samt till svenska produktionsutläggningar, samproduktioner och förvärv 2018.

Säkerställande av tillräckliga resurser för speglingsuppdraget

Att den decentraliserade delen av SVT:s organisation har tillräckliga resurser säkerställs inte minst genom en hög närvaro av medarbetare med kunskap om och förankring i de olika regionerna, vilket beskrivits ovan. Personalfördelningen återspeglar att en betydande

ekonomisk resurs läggs på decentraliserad verksamhet och att kravet redan med detta uppfylls.

Det mest relevanta kriteriet för uppfyllelsen är dock om de beslutade programbudgetarna är så stora att SVT förmår att uppfylla sitt uppdrag, i synnerhet speglingsuppdraget (se kap 7.1). Det åligger SVT:s programledning att kontinuerligt säkerställa att den decentraliserade organisationen har tillräckligt med resurser för att kunna svara mot uppdraget. Detta säkras i flera led inom ramen för SVT:s programplaneringsprocess, bland annat ur resurshänseende genom att övergripande beslut remitteras till divisionerna. Uppdragsprocessen

avslutas med en gemensam överenskomelse där SVT:s divisioner, som innefattar den decentraliserade organisationen, och programledning ömsesidigt godkänner uppdragen.

Sett som andel av resursen utgör den lokala verksamheten cirka hälften av kostnaderna inom nyhetsverksamheten vilket medger goda resurser för att effektivt spegla respektive områdes särprägel och egenart. Inom den allmänna tv-produktionen är andelen av budget inte relevant eftersom all programproduktion sker i den decentraliserade organisationen. Verksamheten inom allmän-tv i Stockholm är som ovan nämnts lika decentraliserad som verksamheten i Umeå, Malmö och Göteborg. Kravet på en decentraliserad organisation ska alltså inte förväxlas med kravet på produktion utanför Stockholm enligt anslagsvillkorens krav och som beskrivs i kapitel 7.1.

Att sätta den decentraliserade organisationens andel av programbudgeten som nyckeltal för graden av decentralisering leder fel. Det är inte en eventuell variation i programmedel eller olika tunga sportår som är avgörande för hur speglingen sker, vilket skulle bli resultatet om resurserna mättes på detta sätt.

4.7 TEKNISK ELLER ANNAN UTVECKLING

För att SVT ska vara relevant för publiken krävs ständig utveckling av teknik, såväl den som möjliggör programskapande som sändning och tillgänglighet av programmen. Nedan beskrivs vilken utveckling som skett på dessa områden. Teknisk utveckling som bidragit till rationaliseringar beskrivs utförligare under kapitel 9.3.

SVT har under året byggt en studio för direktsänd teckenspråkstolkning av nyhetsprogram. Uppdraget är att teckenspråkstolka nyhetsprogrammen på vardagar klockan 18-18:30 (Rapport, Kulturnyheter och SVT Sport). Det har också skapat bättre förutsättningar

för att teckenspråkstolka extrasändningar vid större nyhetshändelser. Test-sändningar inleddes i december 2018 och officiell premiär är satt till januari 2019.

För att stärka leveransen av undertexttjänster har antalet utsändningssystem för undertext konsoliderats och SVT arbetar nu med endast ett utsändningssystem. SVT bygger även nästa generations undertextsystem, vilket ska öka kapaciteten och flexibiliteten.

Under 2018 har utvecklingen fortsatt av såväl produktionstekniska lösningar som av arbetssätt för att kunna producera stora evenemang med distansteknik från tv-husen. Remote-teknik användes bland annat under Almedalsveckan och under Nobelbanketten. Det ger bättre redundans och flexibilitet, är mer kostnadseffektivt och är också mer miljövänligt.

SVT har introducerat augmented reality-grafik (förstärkt verklighet) som gör det möjligt att i direktsändning presentera virtuella grafiska element som är integrerade med scenografin. Grafiken har med framgång använts i Fotbolls-VM, valprogrammen och i Vinterstudion.

Under året har HbbTV-plattformen lanserats hos flera tv-tillverkare och finns nu i den absoluta majoriteten av sålda tv-apparater i Sverige. Det har även gjorts flera releaser av SVT Play till AppleTV, AndroidTV, Chromecast och kabel-tv-operatörers boxar. SVT:s mål är att nå ut till så många som möjligt med SVT Play på den stora skärmen. För att förbättra tjänsten har insatser för hantering av interna metadata gjorts, vilket förbättrar sökbarheten i SVT Play.

Publikförflyttningen online fortsätter i oförminskad takt och SVT har därför investerat avsevärt under året för att kunna möta publikens efterfrågan på strömmad video. SVT har upphandlat ett nytt ramavtal med flera ledande aktörer kring CDN-tjänster samt fortsatt utbyggnaden av SVT:s egen kapacitet

som innebär att SVT har direktkoppling till flera av Sveriges ledande teleoperatörer.

För att öka tillgängligheten till och stabiliteten i de digitala tjänsterna har flera initiativ tagits. Detta gäller bland annat fler redundanta system, migrering till molnplattform och ett nytt system för livesändningar. SVT stärker också IT-säkerheten genom att skapa en helt ny infrastrukturplattform.

Duo-appen är ett uppskattat inslag som möjliggör att publiken kan interagera med några av SVT:s största program som *Mästarnas Mästare* och *På Spåret*. Appen har utvecklats ytterligare under året och har nu nått en miljon nedladdningar.

4.8 BEREDSKAP OCH SÄNDNINGSKVALITET

Försöken att hota medieverksamhet, i synnerhet nyhetsförmedling har blivit allt mer sofistikerade. Orkestrerade desinformationskampanjer har blivit ett allt större problem. Hot och trakasserier mot journalister och mediehus ökar för varje år. SVT hanterar dagligen i snitt cirka 35 säkerhetsincidenter i form av hatmejl, ofredanden, våldshandlingar och olaga hot. En betydande andel bedöms som så allvarliga att de polisanmäls. Nätet är den primära arenan för aktörer som systematiskt arbetar för att störa ut seriös nyhetsförmedling och som vill kringskära vårt öppna samhälle.

Säkerhetsläget runt omkring Sverige har försämrats och allt fler försök till påverkan sker även från stater och statsunderstödda aktörer redan i fredstid. SVT genomförde bland annat utbildningsinsatser riktade till medarbetare inför valet för att minska riskerna av detta slag. Under 2018 har även ett omfattande arbete bedrivits som syftat till att definiera och utveckla SVT:s roll i kris och beredskap. SVT:s roll kan i sådana lägen sägas vara tredelad. SVT ska informera, förmedla nyheter och samla.



Mästarnas mästare Foto: Janne Danielsson/SVT

Innehållet måste, så långt möjligt, komma ut både i tv-kanaler och online. Den nya beredskapsstrategin understryker även vikten av att SVT prioriterar de egna plattformarna som, till skillnad från exempelvis publiceringar i sociala medier kan, kontrolleras.

Långsiktigt handlar det också om att öka tittarnas egna källkritiska förmåga. Där har SVT en central betydelse, givetvis i skolan via program som *Lilla Aktuellt*, men också för vuxna. Ett betydande utrymme har givits i nyhetsbevakningen åt frågor som rör exempelvis hur sociala medier verkar eller hur internationell påverkan på olika val kunnat fastslås.

SVT:s tv-kanaler sänds ut från ett gemensamt kontrollrum (programkontrollen) i Stockholm. Utsändningen styrs till stora delar automatiskt utifrån

förplanerade körscheman med detaljerade programuppgifter från SVT:s planerings- och mediehanteringssystem. Den höga graden av automation ställer stora krav på en systematisk arbetsprocess med tydliga regler för hur kanalerna planeras och hur programmen levereras och kontrolleras före själva utsändningen.

2018 sände programkontrollen ut totalt 108 897 program i kanalerna SVT1, SVT2, Barnkanalen, Kunskapskanalen och SVT24. Statistiken över antalet sända program inkluderar såväl förstasändningar som reprisar, förproducerade program och direktsändningar. Om en sändning av ett program drabbats av ett fel rapporteras detta i en daglig sändningsrapport. Alla avbrott eller störningar som omöjliggör för publiken att ta del av innehållet och som inte kan

åtgärdas inom 60 sekunder betraktas som allvarliga och följs löpande upp.

2018 rapporterade programkontrollen att 59 program (66 program 2017) drabbats av någon form av allvarlig störning eller avbrott som varade längre än 60 sekunder. Den vanligaste orsaken till avbrott och längre störningar är olika problem vid direktsändningar, till exempel överföringsproblem från produktionsplatsen till programkontrollen eller andra tekniska problem vid produktionsplatsen.

Från programkontrollen styrs även utläggning av viktigt meddelande till allmänheten (VMA). Sådan information har enligt sändningsrapporterna lämnats vid 58 tillfällen under 2018 (44 2017).

Här finns SVT

5.1 KANALER

SVT sänder fem programtjänster: SVT1, SVT2, Barnkanalen, SVT24 och Kunskapskanalen som sänds i samarbete med UR. Barnkanalen och SVT24 delar kanalplats i marknätet.

Totalt sändes 22 082 timmar varav 8 302 timmar var förstasändning. Efter omläggningen av de regionala nyheter-na sänds 21 lokala sändningar. Det medför att det tillkommer 165 timmar lokala sändningar i SVT1 och SVT2. Eftersom SVT sänder i 21 lokala fönster så medför det att det producerades och sändes hela 3 465 timmar från de lokala redaktionerna.

Under 2018 slutade SVT sända rullande text-tv-sidor, så kallad text-tv in vision. Under de senaste åren har den totala sändningstiden minskat vilket beror på färre sändningar nattetid.

Från SVT:s fyra kanalplatser i marknätet sänds minst 50 timmar i veckan i genomsnitt. SVT sänder också text-tv.

Under 2015 förnyades avtalet mellan SVT och UR som bland annat reglerar överenskommelser om sändningstid och rutiner samt kostnader kring sändning-

arna. Det avtalet har fortsatt att gälla under 2018.

SVT1 är kanalen med Sveriges största mångfald. Breda program som skapar förutsättningar för gemensamma upplevelser – genom att titta tillsammans eller prata om efter. Den samlar hela landet med populära program i alla genrer. Det är inte bara Sveriges största kanal utan också den kanal som har den största andelen av samhällsfakta och fiktion riktad till en vuxenpublik.

SVT2 har stor bredd med fokus på fakta, kultur och samhälle. Den har ämnen berörs från flera infallsvinklar och innehåll som uppmuntrar till nya intressen och viljan att lära sig mer. Kanalen sänder SVT Forum på dagtid.

Barnkanalen är Sveriges enda reklamfria kanal för barn i olika åldrar. Den har en omfattande svensk originalproduktion. Barnkanalen sänder mellan klockan 05:00 och 20:00 (fram till 21:00 till och med augusti 2018). I kanalen erbjuds barnen flera möjligheter att se programmen på olika tider, därav reprise-ringar under dagtid. Här ges också möjlighet att återutsända program som tidigare barngenerationer uppskattat. De

utländska programmen bearbetas för att passa barnen, främst genom dubbning och textning.

Kunskapskanalen, den bildande kanalen, som erbjuder kunskap om vår historia och samtid. Kanalen delas med UR.

SVT24, som delar plats med Barnkanalen, återutsänder allmän-tv-program från SVT1 och SVT2. Kanalen används numera ofta till både parallell- och efterhandssändningar för syn- och teckenspråkstolkning. Möjligheten till detta har ökat då SVT24 startar redan klockan 20:00.

SVT1 HD och SVT2 HD är SVT:s två hd-kanaler, som används av fler än en miljon hushåll i Sverige. Eftersom kanalerna utgörs av parallellsändningar särskiljs de inte i denna rapports sändningsstatistik och de räknas alltså inte dubbelt i någon sändningsstatistik.

Numera sker inga särskilda sändningar till utlandet förutom program som tillgängliggörs via internet. Eftersom SVT endast tillgängliggör program utomlands för vilka SVT redan har rättigheterna så tillkommer för användningen av utbudet endast i samman-

hanget mycket små kostnader (under 100 000 kronor). Detta innebär att SVT inte haft några särskilda kostnader för sändningar till utlandet.

Tjänster på internet

SVT ställer samma krav på webbutbudet som på det tv-utsända utbudet beträffande exempelvis opartiskhet och saklighet, variation och mångfald, hög kvalitet och nyskapande form.

Sedan 2014 redovisas hur många timmar som sänts över internet och hur många tillgängliga timmar som fanns per den 31 december. I begreppet sända timmar ingår inte simulcast-sändningarna (parallelsändningar av ordinarie kanaler över internet av alla SVT:s kanaler) utan de timmar som sänts i övrigt på webben. Med tillgängliggjorda timmar menas de timmar som finns on demand, så kallad beställ-tv.

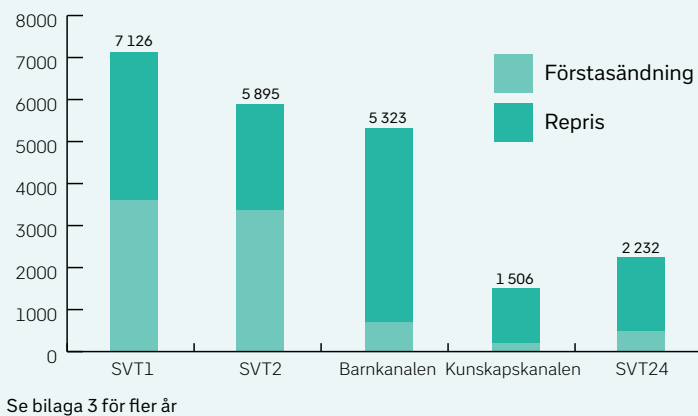
SVT Play

Huvuddelen av innehållet i SVT Play består av program som också sänds i broadcast. Därutöver finns också ett antal webbunika program och livesändningar. De flesta egenproducerade och svenska program publiceras ofta före ut-sändningen i tv och är tillgängliga under 30 dagar från sändningen av den sista episoden. En del program är tillgängliga under ännu längre tid, i vissa fall upp till ett år. Tillgängligheten i tid när det gäller inköpta program ökar och börjar i en del fall närma sig de egen-producerade programmens. Programmen speglar genrebredden som sänds i broadcast. Att antalet klipp minskat de senaste åren beror på att SVT i betydligt högre utsträckning ren-sar gamla klipp som helt förlorat sin relevans.

Samtliga SVT:s kanaler live-streamas i SVT Play parallellt med de ordinarie sändningarna.

Innehållet i SVT Play skall vara lätt att spela upp samt hålla en hög teknisk kvalitetsnivå på alla typer av skärmar.

5.1.1 Sändningstid per kanal 2018, timmar



Under året gjordes flera uppdateringar för att underlätta användandet av SVT Play på stora skärmar via till exempel Apple TV och Chromecast, vilket är en viktig tillgänglighetsaspekt.

Satsningen på HbbTV (Hybrid Broadcast Broadband TV) fortsatte. Användaren kan via en knapptryckning på fjärrkontrollen komma åt SVT Play som är förinstallerat i tv:n eller boxen. Under året tillkom möjligheten att se SVT:s kanaler live.

Utöver parallelsändningarna sändes webbunikt material. Det är framför allt extrasändningar från stora nyhetshändelser och från sportevenemang där SVT äger rättigheter som inte ryms eller passar broadcast-sändningarna. Andra exempel på sändningar är för- och efter-snack för program inom underhållning, nyheter och sport.

En mer personifierad förstasida på SVT Play lanserades vilket ger besökaren bättre möjligheter att ha koll på vad hen tidigare har sett samt få tips om liknande program.

Mycket arbete har lagts ned på att publicera en högre videokvalitet men med samma eller lägre bitrate, vilket leder till en bättre tittarupplevelse. Arbetet med att öka tillgängligheten i SVT Play fortsatte. Möjligheten till undertexter i livekanalerna förbättrades. SVT är generellt beroende av att operatörer och

apparatillverkare väljer att inkludera funktionaliteter för tillgänglighetstjänster vilket inte alltid sker.

Öppet arkiv

Tjänsten erbjuder publiken en möjlighet att återse äldre program från SVT:s stora arkiv. Öppet arkiv är en skattkista fylld med nostalgi, dramaserier, barn- och underhållningsprogram. Det går att återse hyllade dokumentärer och program inom fakta, nyheter, sport och kultur. Användaren kan gå direkt till källorna och fördjupa sig i till exempel valvaker, dokumentärer, KU-förhör och intervjuer med makthavare. Förhoppningen är att publiken ska kunna återuppleva gamla program de tidigare sett men också upptäcka spännande, underhållande och intressanta program som är helt nya för dem.

Programmen som publiceras representerar hela SVT:s utbud från starten i slutet av 50-talet fram till den 30 juni 2005, det datum som sätter ramen i lag och avtal. Redaktionen lägger ner stort arbete på att publicera brett, från alla epoker och i alla genrer. Redaktionen arbetar också med en ambition att koppla publiceringar till aktuella händelser och årstider.

En annan viktig del i utbudet är program om och med våra svenska minoriteter, program på teckenspråk samt

5.1.2 Utbudet på internet, timmar

	2014	2015	2016	2017	2018
Antal sända timmar	2 239	1 871	2 180	1 948	2 197

Antal tillgängliga timmar per den 31 december

	2014	2015	2016	2017	2018
Program	3 535	6 250	5 962	5 753	5 038
Klipp	3 435	5 000	3 790	2 185	1 404
Öppet Arkiv	3 890	5 322	1 896	2 502	3 479
Summa	10 860	16 572	11 648	11 440	9 921

gudstjänster och högmässor med olika trosinriktningar.

Under 2018 omfattade Öppet arkiv cirka 3 500 timmar.

Delar av utbudet på Öppet arkiv publiceras även i SVT Play. Syftet är att göra utbudet mer relevant, lätt att hitta och därmed öka tittningen på innehåll. Titlar så som *Rederiet*, *Den goda viljan*, *Staden i mitt hjärta*, *Albert och Herbert*, *Den tatuerade änkan*, *Estrad* och *Skärgårdsdoktorn* har publicerats i SVT Play.

svt.se med undertjänster

svt.se har ett basutbud av nyheter, sport och barnutbud och dessutom ett antal satsningar kopplade till programtitlar eller ämnesområden.

Förstasidan på svt.se har nyhetsfokus. Detta genom att SVT Nyheter lyfts fram tydligare. På SVT Nyheter finns utrymme för fler nyheter, även mer fördjupning, än vad som ryms i sändningarna i broadcast. Man kan också nå materialet genom en app. Även sporten har en samlad sajt med extramaterial och resultatidor som också kan nås via en app.

Inför valet lanserades Valkompassen på riksdagsnivå och lokala valkompasser. För första gången skickades ett stort antal frågor ut till över 2 500 företrädare för partier som ställde upp i valet i 290 kommuner och 20 landsting. Runt 50 lokala nyhetsmedier och Sveriges Radios

lokala redaktioner erbjöds att publicera de lokala valkompasserna (se vidare kapitel 7.2).

Via DUO-appen har användarna spelat med i program som *Duellen*, *På spåret* och *Så ska det låta*. Appen har laddats ned cirka en miljon gånger och andelen av publiken som spelar med ökar stadigt.

Melodifestivalen engagerar också publiken med hjälp av Mello-appen. Sedan lanseringen har svenska folket "hjärtröstat" mer än 2,5 miljarder gånger, vilket gör att programmet är världens mest interaktiva tv-program.

För de allra yngsta finns Bolibompa.se och för de lite äldre barnen finns Barnkanalen.se som är utformade för att förenkla navigationen, särskilt för de ännu inte läskunniga barnen. De har egna platser, avgränsade från övrigt utbud för att minska risken att barn ser program med olämpligt innehåll. Både Bolibompa och Barnkanalen finns som appar, och Barnkanalen-appen har laddats ned över två miljoner gånger.

SVT i sociala medier

SVT:s närvaro i sociala medier syftar till publikdialog och marknadsföring. Publikdialogen är central. Den bidrar till en utveckling av SVT:s tjänster och program och utgör grund för en stor andel nyhetstips.

Marknadsföringen fyller en viktig

funktion för att få tittare att intressera sig för SVT:s program och tjänster. I dagsläget utgörs cirka 80 procent av besöken till SVT Play och SVT Nyheter av direkttrafik, medan cirka 20 procent kommer från sök och sociala medier. Det visar att SVT:s plattformar har en stark egen ställning, samtidigt som strategin med marknadsföring fungerar. Ett stort antal tittare/användare tar sig till SVT via plattformar som Google, YouTube, Twitter, Instagram och Facebook.

SVT har en decentraliserad modell för att hantera sociala medier. Flera redaktioner har egna kanaler i sociala medier, bland annat SVT Sport, SVT Nyheter samt de programredaktioner som sänder större delar av året. En samlad policy finns fastslagen som reglerar exempelvis att SVT:s publiceringar ska följa samma regler om bland annat opartiskhet och saklighet som tillämpas i den ordinarie publicistiska verksamheten samt hur moderering av kommentarer ska ske.

Vid sidan om SVT:s egen aktivitet förekommer en betydande spridning av SVT:s artiklar och klipp i sociala medier.

5.2 MOTTAGNINGSPLOTTFORMAR

Utgångspunkten för SVT:s distribution är att det samlade utbudet ska vara så tillgängligt som möjligt. SVT:s ambition är därför att tillhandahålla utbudet på de distributionsplattformar den svenska publiken väljer att använda.

Alla SVT-kanaler sänds okrypterat och utan krav på betalning via det digitala marknätet, som täcker 99,8 procent av den fast bosatta befolkningen i landet. Kanalerna är även tillgängliga via kabel-tv, satellit, IPTV genom fiber samt det öppna internet. Vid utgången av 2018 fick uppskattningsvis en knapp femtedel av befolkningen sin tv-signal enbart via marknätet. Kabel-tv användes av närmare hälften av befolkningen. Drygt en tiondel av befolkningen tog emot sin



Kroppshets Foto: Ola Kjelby/SVT

tv-signal via satellit och en femtedel av befolkningen fick sin tv via bredbandsnät, så kallad IPTV. Trenden är att marknätet och satellit minskar och att fiber ökar. Allt fler hushåll har tillgång till flera olika mottagningsformer samtidigt.

Grunden för SVT:s online-tjänster är öppna tjänster på internet på SVT:s egna webbplatser och i SVT:s egna applikationer, fritt tillgängliga och anpassade för de huvudsakliga skärmarna för tv-program. Utöver dessa online-tjänster finns SVT i tjänster utanför det öppna internet via distributörers och operatörers egna plattformar.

SVT:s programutbud finns inte, med några få undantag, tillgängligt på sociala medieplattformar utan SVT prioriterar utvecklingen av de egna tjänsterna. SVT:s närvaro i sociala medier syftar som ovan nämnts till marknadsföring och publikdialog.

5.3 KÄRNVERKSAMHET OCH KOMPLETTERANDE VERKSAMHET

Sveriges Televisions kärnverksamhet är att producera och sända tv-program till allmänheten. Därutöver har SVT rätt att bedriva kompletterande verksamhet som syftar till att utveckla och stödja kärnverksamheten och förbättra möjligheterna för allmänheten att tillgodogöra sig denna.

Den kompletterande verksamheten ska utgå från och ha en tydlig koppling till kärnverksamheten. Medieutvecklingen har medfört en utveckling av begreppet kärnverksamhet jämfört med när det infördes år 2002 i anslagsvillkoren. Detta återspeglas i flera utredningar och propositioner. SVT:s kärnverksamhet inkluderar därmed:

- Sändning av hela kanaler på webben, antingen simultant med sändning i

marknät eller i webbexklusiva kanaler.

- Play-tjänster eller liknande där tidigare sända program finns tillgängliga för on demand-konsumtion.
- Exklusiva program som ligger tillgängliga on demand.
- Direktsändning över internet av enskilda evenemang.

Verksamhet som har en koppling till och stödjer programmen är att betrakta som kompletterande verksamhet. All verksamhet som inte är kärnverksamhet eller sidoverksamhet är kompletterande verksamhet.

I anslagsvillkoren, punkt 10, står det beskrivet att SVT ska upprätthålla en god balans i omfattningen mellan kärnverksamhet och kompletterande verksamhet. I det följande redogörs för hur SVT förhåller sig till balansen mellan dessa.

En utgångspunkt är att samma verksamhet i många situationer kan utgöra både kärn- och kompletterande verksamhet, beroende på hur det används. Om *Uppdrag granskning* publicerar bortredigerat material på webben är detta att betrakta som kompletterande verksamhet. Men samma inspelade och bortredigerade material är att betrakta som kärnverksamhet om det inte publiceras på webben. Det går inte att följa upp och särskilja kostnader eller resurser för det bortklippta materialet för att kunna hänföra till kärn- eller kompletterande verksamhet.

En rimlig utgångspunkt, mot bakgrund av ovanstående, är att beskriva och särskilja den kompletterande verksamheten utifrån hur den möter publiken och sortera den utifrån de huvudsakliga publiceringsytorna. SVT:s kompletterande material på internet samlas på svt.se. Att redogöra för varje enskild undersida bär för långt, på samma sätt som det skulle bli ogörligt att beskriva varje enskild sida som publiceras i text-tv under ett år, eller om varje inslag eller bildruta inom ramen för ett program skulle motiveras i public service-redovisningen. På samma sätt som för text-tv-sidorna kan en internetsida uppdateras flera gånger per dag. Som helhet syftar samtliga verksamheter inom ramen för svt.se till att utveckla och stödja kärnverksamheten.

svt.se har nära kopplingar till den kompletterande verksamhet som bedrivs inom ramen för publiceringsytan SVT Text. Innehållet i SVT Text har beskrivits ovan.

En annan grupp utgörs av SVT:s tillgänglighetstjänster, som har till uppgift att underlätta för allmänheten att ta del av kärnverksamheten.

Ytterligare en publiceringsyta utgörs av sociala medier. SVT har två syften med sin närvaro i sociala medier. För det första att marknadsföra, informera och i och med detta synliggöra SVT:s innehåll gentemot målgrupper som är

svåra att nå via de traditionella broadcast-kanalerna. Det andra syftet är att föra dialog med publiken och därigenom utveckla programverksamheten.

Slutligen finns en mycket liten verksamhet på andra plattformar som också tjänar till att förstärka programupplevelsen eller marknadsföra programmen. Det handlar om produkter som SVT:s tryckta Julkalender och Allsångshäftet.

Med Granskningsnämndens tidigare tolkning av begreppet kärnverksamhet är även rörlig bild tillhandahållen över internet att beteckna som kompletterande verksamhet. Utifrån denna definition är SVT Play att beteckna som kompletterande tjänst. SVT menar att det torde vara uppenbart att SVT Play och tillgängliggörande av program och inslag syftar till att öka tillgängligheten för allmänheten till kärnverksamheten. SVT Play innehåller även program som ännu inte sänts i broadcast, men kommer att sändas där. Denna sändningsstruktur syftar till att väcka intresse för programmen. Det unika material i form av rörlig bild som tillgängliggörs via svt.se och SVT Play utgörs huvudsakligen av utökade sändningar från händelser för vilka utrymme saknas inom ramen för traditionell broadcast, samt i ett fåtal fall, program som är särskilt utformade för en online-kontext och som bidrar till att utveckla bland annat SVT:s kulturuppdag.

All kompletterande verksamhet är direkt kopplad till en programtitel så som det ovan nämnda allsångshäftet till *Allsång på Skansen*. Även programsidor på webben är kopplade till program, exempelvis de skrivna nyheterna på SVT Nyheter eller spel på Bolibompa-sajten.

Balans

SVT skiljer i planeringen av verksamheten mellan *mål* som sätts upp, som verksamheten ska sträva mot, och *krav* som utgör planeringsförutsättningar för verksamheter och som alltid ska vara uppfyllda. Att det ska råda balans mel-

lan kärn- och kompletterande verksamhet är ett krav, inte ett mål och det är en förutsättning för resonemangen i det följande. Verksamheten ska därmed hålla sig inom en ram, det vill säga att det inte ska råda obalans, och inte uppnå ett exakt siffervärde.

Kravet på balans innebär inte ett krav att särredovisa kostnaderna mellan kärn- och kompletterande verksamhet. Någon sådan skyldighet föreligger inte i SVT:s anslagsvillkor, till skillnad från kravet på att särskilja sidoverksamheten. En sådan separation låter sig inte heller göras, vilket framgår av exemplet med det inspelade materialet från *Uppdrag granskning*, beskrivet ovan.

Balans råder, enligt SVT:s mening, om en verksamhet inte tillåts bli alltför dominerande. Kravet på balans ska ses mot de resonemang som förts inför att kravet infördes och som till stor del handlar om att upprätthålla förtroendet för verksamheten. I relation till detta kan obalans uppstå på flera sätt.

Obalans i relation till frågan om publikens tillgång

Av propositioner och utredningar i samband med att begreppen infördes framgår att den huvudsakliga reservationen som kopplas till balans eller tillväxt av den kompletterande verksamheten handlar om frågan om hur alla medborgare har haft tillgång till den kompletterande verksamheten. Oron var att om avgiftsmedel i växande grad går till tjänster som inte alla har tillgång till skulle förtroendet för public service-verksamheten sjunka.

I samband med att kravet infördes hade cirka en fjärdedel av hushållen teoretisk täckning av bredband (PTS bredbandskartläggning 2003). Cirka två tredjedelar av hushållen hade tillgång till internet i hemmet. Utvecklingen har sedan kravet infördes gått fort. Idag är det fler som har både teoretisk och faktisk tillgång till SVT:s kompletterande tjänster än till kärnverksamheten, då



Livet på Dramaten Foto: SVT

dessa i allt väsentligt tillhandahålls över internet som har både en högre teknisk tillgänglighet och en högre faktisk tillgänglighet. Idag är det endast ett drygt 100-tal hushåll som inte har teknisk tillgång till bredband, vilket kan jämföras med 10 000-tals för marknätet. I flera åldersgrupper är det dessutom fler som har faktisk tillgång till videotjänster över internet än som har tillgång till traditionell tv. I de senaste mätningarna är det idag mindre än 90 procent av hushållen som har tillgång till en traditionell tv-apparat.

Eftersom SVT tillgängliggör i princip all avgiftsfinansierad verksamhet på det öppna internet så finns i dagsläget inget balansproblem ur detta hänseende. Balansproblemet är snarast det omvända: Användningen av traditionell tv sjunker, medan användningen online ökar. Om SVT inte satsar på en kompletterande verksamhet riskerar det att urholka förtroendet för public service hos den breda allmänheten.

Obalans i relation till kärnverksamhetens kvalitet

Obalans kan även uppstå om den kompletterande verksamheten blir så omfattande att den förfelar sitt syfte, det vill säga att utveckla och stödja verksamheten. En situation utan balans skulle exempelvis innebära att verksamheterna ges en så stor omfattning att den inskränker och sänker kvaliteten i kärnverksamheten.

Det är omöjligt att tolka detta i ekonomiska termer. Den kompletterande verksamheten i den mån den finansieras av tv-avgiftsmedlen måste inskränka på kärnverksamheten. Det kan därför omöjligen ha varit uppdragsgivarens avsikt att kravet ska tolkas som att den kompletterande verksamheten inte får inskränka på kärnverksamheten. Det relevanta måttet är därmed publikens upplevelse av kärnverksamhetens kvalitet. Avgörande är alltså att SVT:s kärnverksamhet inte uppfattas ha en låg och sjunkande kvalitet på grund av att ökande resurser tillförs kompletterande verksamhet. Utvecklingen visar att bedömningen av SVT:s kanaler som kvalitetsledande håller i sig. Någon obalans

råder alltså inte heller ur detta innehållsliga perspektiv.

Obalans i relation till publikens förtroende

Syftet med villkoret är i hög grad att bevara förtroendet för radio och tv i allmänhetens tjänst. Om det fanns ett kraftigt negativt publikt uttryck i samband med SVT:s kompletterande verksamhet, skulle detta kunna utgöra en risk för förtroendet. Enligt SVT:s mätningar anser en klar majoritet att det är rimligt att en ökande del av tv-avgiften går till att finansiera tjänster över internet. I en undersökning som genomfördes av Norstat för SVT:s räkning i december 2018 ansåg 74 procent av de tillfrågade att det är bra eller mycket bra att SVT vidareutvecklar tjänster för webben. Om SVT befann sig utanför det spann inom vilket balans råder, borde en tydlig majoritet av publiken anse att en mindre del av tv-avgiften bör gå till att utveckla dessa tjänster. Observera att frågeställningen är gjord utifrån Granskningsnämndens snävare definition av kärnverksamhet.



Julkalendern: Storm på Lugna gatan Foto: Johan Paulin/SVT

Bredden i utbudet

SVT ska erbjuda ett mångsidigt programutbud som omfattar allt från det breda anslaget till mer särpräglade programtyper. Vissa program ska samla en stor och bred publik medan andra program vänder sig till specifika och specialintresserade målgrupper. SVT har inte som mål att publikmaximera utan att säkerställa att det finns program som både är av allmänt intresse och som vänder sig direkt till den enskilde tittaren.

6.1 PROGRAMKATEGORIER

SVT sände 22 082 timmar 2018. Dessa timmar klassificeras på en mängd olika sätt. Ett sätt att visa på bredden i utbudet är att dela upp det i olika programkategorier. I redovisningen visas utbudet för barn och unga separat i kapitel 7.4 och nedanstående redovisning visar hur vuxenutbudet, 16 463 timmar, fördelar sig i olika programkategorier. Fördelningen kan och ska variera mellan åren. Det kan bero på stora sportevenemang eller fler inköp av utländsk fiktion.

Jämfört med 2017 så har det endast skett marginella förändringar rent andelsmässigt. Det totala utbudet har som tidigare nämnts minskat till följd av minskade nattsändningar. Diagrammet visar på en mycket jämn fördelning mellan de olika utbudstyperna med små rörelser de senaste åren. Produktionen av lokala nyheter är fortsatt hög och omfattar nu 3 465 timmar, en ökning med näs-

tan 900 timmar jämfört med 2014. Den ökningen syns inte i ovanstående statistik som helt exkluderar dessa 21 parallella sändningar. Från varje lokal redaktion sänds 165 timmar per år i broadcast. Att riksnyheter har minskat sedan 2014 förklaras i kapitel 7.2.

Oberoende publika, jämförande studier av innehållet i olika tv-kanaler saknas i dagsläget för den svenska marknaden. För 2017 så tog Myndigheten för press, radio och tv tillsammans med Nordicom fram rapporten *Medieutbud 2017*. Rapporten drog då slutsatsen att: ”nyheter och fakta upptar en större andel av sändningstiden i SVT än i TV4. Över hälften av Sveriges Televisions utbud i de fyra kanaler som ingått i studien består av nyheter och fakta, medan motsvarande för TV4 är ungefär en tredjedel. Andelen blandprogram är något större i TV4 än i SVT. Sammantaget står kommersiella TV4 för ett mer underhåll-

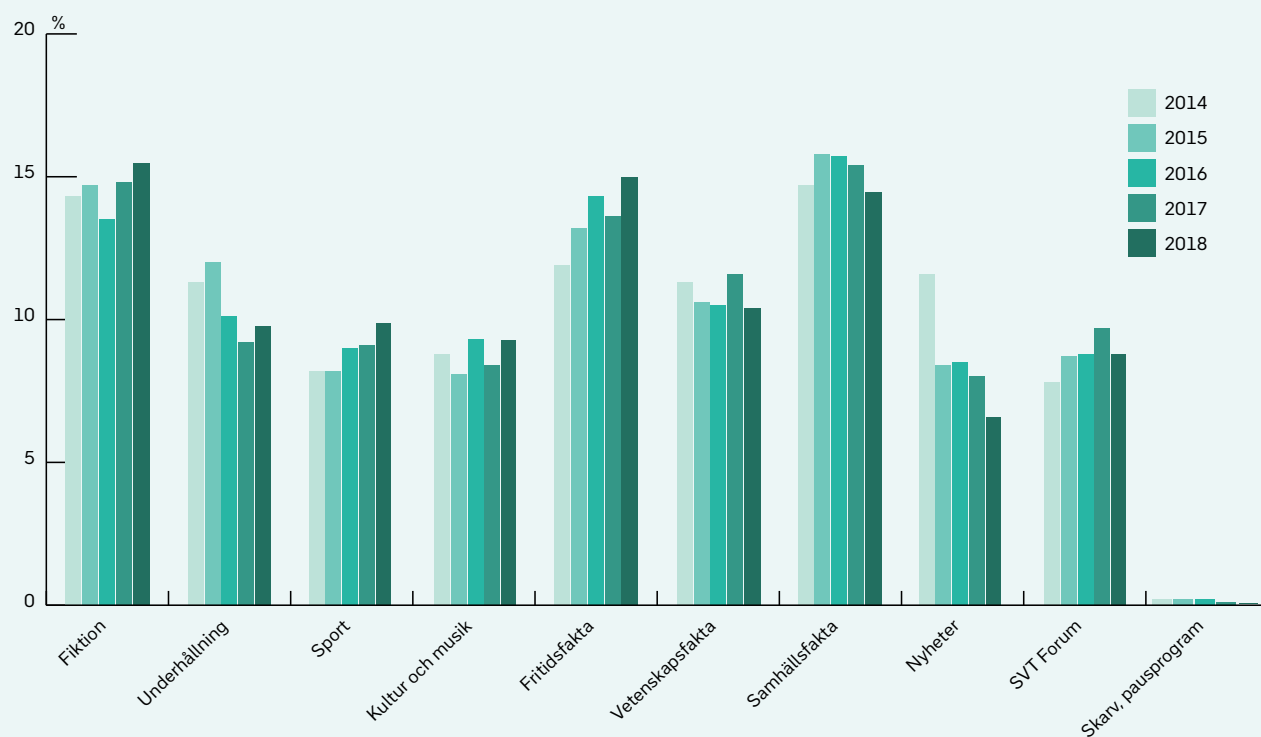
ningsinriktat innehåll än public service-bolaget Sveriges Television. Det är de profiler som kanalerna alltid haft”.

Allt tyder på att SVT fortfarande är det bolag som står för det bredaste utbudet, vilket också var resultatet efter den sista undersökningen om bredden i svenskt medieutbud av professor Kent Asp.

Internet

SVT:s målsättning är att det online-baserade utbudet ska spegla utbudet i broadcast. De program som sänds i de särskilda live-kanalerna är koncentrerade till nyheter och sport, medan play-tjänstens programarkiv i högre grad består av program som har ett stort värde även över tid. Nyheter utgörs av extrasändningar som genomförs i samband med större nyhetshändelser i världen, i Sverige och lokalt. Sportsändningarna består i första hand av rättigheter som inte kan

6.1 Andel av utbudet per programkategori exklusive barn och unga



utnyttjas i de ordinarie sändningarna på grund av att det inte finns några tillgängliga kanaler. Det förekommer också enstaka unika webbsändningar före och efter underhållningsprogram som exempelvis Melodifestivalen, Allsång på Skansen och debattprogrammet Opinion live. Under året sändes också ett flertal valprogram.

Program som kan ses on demand på SVT Play, Öppet arkiv och Barnkanalen inkluderar samtliga programkategorier och är i hög grad en ren spegling av utbudet i broadcast. Från oktober 2017 så är principen att alla icke direktsända program (eller program som har karaktären av direktsända) publiceras först på SVT Play, redan klockan 02:00, samma dag som sändningen i broadcast sker.



Sveriges bästa arbetsförmedling Foto: Janne Danielsson/SVT

Särskilda uppdrag och målgrupper

Kapitlet redovisar uppföljningen av ett antal särskilda uppdrag som SVT har. Exempelvis att bedriva nyhetsverksamhet, erbjuda ett mångsidigt kulturutbud och göra program för barn och unga. Här beskrivs också utbudet på de nationella minoritetsspråken samt vad SVT gör för att öka tillgängligheten av programmen för personer med funktionsvariationer.

7.1 JÄMSTÄLLDHET, MÅNGFALD OCH SPEGLING

Arbetet med att spegla hela Sverige är ett av SVT:s övergripande prioriterade mål. Arbetet är mångfasetterat och bedrivs i all verksamhet, såväl i programarbetet som genom exempelvis rekrytering, utbildning och andra HR-frågor. För att vara relevant medieaktör för en majoritet av befolkningen så är det väsentligt att människor med olika bakgrund och livsförhållanden medverkar både i programutbudet och i arbetet med att producera dem. I sin bok Public Service-TV – vårt offentliga rum beskriver medieprofessorn Kent Asp mångfald som ett grundläggande public service-värde. Eftersom public service vänder sig till alla befolkningsgrupper bör också utbudet vara allsidigt. I sändningstillståndet betonas bland annat att SVT ska:

- Spegla den mångfald som finns i ett samhälle, förhållanden i landet och den variation som finns i befolkningen.
- Ge plats för den mångfald av åsikter och meningsyttringar som finns i befolkningen.
- Bidra till mångfalden genom ett varierat programutbud, från det breda till mer särpräglade programtyper.

Mångfalden kommer till uttryck i det egna utbudet, men ska också ses i hur public service innehåll bidrar till mångfalden i tv-systemet som helhet, enligt Asp.

SVT har, som en del i arbetet med att svara mot detta uppdrag antagit en policy för sverigespeglings och likabehandling som lyder:

- SVT är till för alla. Alla människor är lika mycket värda. Sveriges befolkning

ska avspeglas i såväl utbud som i sammansättning av vår personal. SVT:s program ska spegla befolkningens olika behov, intressen, perspektiv och åsikter. Alla ska känna igen sig i SVT:s utbud.

- När vi anställer personal ska vi alltid tänka på att ha ett brett spektrum av kompetenser och erfarenheter.
- Alla ska känna sig trygga på SVT, diskriminering i alla former ska motverkas.
- SVT välkomnar olikheter med hänsyn till ålder, kön, könsidentitet eller annat uttryck, etnicitet, religion eller andra övertygelser, sexuell orientering, funktionsvariation och behov av tillgänglighet. Hänsyn ska också tas till sociala och regionala aspekter.

Samtliga mångfaldsaspekter enligt ovan inbegrips i mångfaldsbegreppet vilket



Madame Deemas underbara resa Foto: Nils Toftenow/Tally-ho/SVT

också inkluderar arbetet för jämställdhet mellan kvinnor och män.

SVT:s övergripande mål gällande mångfald och spegling är att andelen av befolkningen som anser att SVT speglar hela Sverige ska öka. SVT har ställt mycket höga mål. Senast 2019 ska minst 7 av 10 av befolkningen anse att SVT:

- Speglar mångfalden av människor i det svenska samhället: 62 procent (61 procent 2017).
- Har en jämställd fördelning mellan kvinnor och män: 62 procent (64 procent 2017).
- Har nyheter, innehåll och medverkande från alla delar av landet: 66 procent (63 procent 2017).
- Speglar åsikter och perspektiv som du känner igen dig i: 52 procent (48 procent 2017).
- Ger utrymme för många olika åsikter och perspektiv: 58 procent (57 procent 2017).

Resultatet för 2018 är en liten förbättring för de flesta av ovanstående påståenden.

Att mäta mångfald i programutbudet är en komplex uppgift som om det skulle göras på SVT:s hela programutbud skulle kräva omfattande resurser. Enskilda redaktioner gör mätningar i första hand för den egna uppföljningen. SVT betraktar dessa mätningar som redaktionellt material och att de enbart ska användas för internt bruk. Mätningarna syftar till att blottlägga brister och blir då bra förändringsverktyg.

Mätningen av utländsk bakgrund för hela SVT:s personal genomfördes åter igen 2018. SVT har genomfört mätningen sedan 2014 då andelen var 19 procent. Mätningen visade att knappt 23 procent av SVT:s personal har minst en förälder med utländsk bakgrund. Målsättningen är att siffran ska öka över tid. SVT gör årligen motsvarande mätningar och analyser kring könsfördelning i olika grupper och befattningar.

Måluppfyllnaden och efterlevnaden av policyn för sverigespeglings är ett delegerat ansvar inom SVT. Det innebär att programdirektörer ansvarar för att programutbudet på ett övergripande plan svarar mot policyn. Program- och redaktionschefer ansvarar för att utbudet i enskilda program svarar mot policyn. Chefer ansvarar för att ta hänsyn till behovet av ett brett spektrum av kompetenser och erfarenheter vid rekrytering. Varje enskild medarbetare ansvarar för att aktivt verka för en arbetsplats där olikheter välkomnas.

Under året har ett tvärgående projekt bedrivits i syfte att utveckla formerna för arbetet med spegling inom ramen för en mångfalds- och speglingsstrategi. Strategin innehåller tre projekt. Ett med fokus på utbud och innehåll, ett som ska förbättra vår förmåga att rekrytera och inkludera och ett som ska definiera gemensamma sätt att utvärdera våra ambitioner.

I strategin lyfts förbättrad kunskap

och rutiner kring rekrytering som en nyckelfaktor för att förbättra mångfalden både bakom och framför kameran. Till strategin kopplas en ny handlingsplan för förbättrad samordning i frågor om mångfald och inkludering för hela SVT. I fokus står utbildning/kompetensutveckling, rekrytering, nätverk och uppföljning kopplat till sverigespegling. Målet med personalstrategin är att organisationen ska inkludera olikheter och kompetenser som ger nya insikter. Företagets samlade kunskaper, erfarenheter och nätverk skapar nytta för verksamheten och publikens förtroende.

Särskilda aktiviteter bedrivs även på SVT:s två programproducerande divisioner. Detta är särskilt viktigt då arbetsmetoder och frågeställningar skiljer kraftigt mellan olika programområden. Nyhetsverksamhetens arbete handlar bland annat om vilka frågor som tas upp och vilka som kommer till tals, medan mångfaldsarbete inom drama i hög grad handlar om vilka som rekryteras till olika nyckelroller i produktionen och vilka roller och händelser som skrivs in i manus.

Mångfaldsarbetet inom *Nyhetsdivisionen* bedrivs både lokalt och i den riktäckande programverksamheten. Enligt divisionens mångfaldsplan ska arbetet integreras i hela verksamhetens programbeställning, rekrytering och i dagliga beslut. Målet för detta återkommande mångfaldsarbete är att fortsätta att utveckla och förändra invanda, oftast omedvetna värderingar. Som ett led i detta arbete har SVT Nyheter tagit fram språkråd med förslag på formuleringar kring mångfaldsbegrepp. Dokumentet revideras återkommande och finns som stöd i det journalistiska arbetet. SVT:s nyhetsredaktioner strävar efter att ha en så omfattande balans som möjligt. Ett verktyg har utvecklats för att föra kontinuerlig statistik över representationen av exempelvis män respektive kvinnor. Det strategiska arbetet att ha en jämn könsfördelning har gett resultat. Till exempel

har SVT Nyheter Västerbotten, tack vare statistik och medvetet arbete, intervjuat lika många män som kvinnor i tv-sändningarna. Sportredaktionen har under flera år framgångsrikt använt ett digitalt mätverktyg för att säkerställa en jämn könsfördelning i sportutbudet. Detta arbete uppmärksammades då SVT Sport utsågs till världens bästa sportkanal 2018 i konkurrens med 1 700 sport-tv-kanaler i 116 länder. Juryns motivering tog fasta på att: SVT stimulerat framför allt unga tittare intellektuellt genom att lyfta fram idrotten med fokus på viktiga värderingar ur ett mänskligt- och samhällsperspektiv.

En viktig målsättning för Sveriges Televisions nyhetsverksamhet är att spegla hela landet i rikssändningarna. Målet är bland annat att *Rapport* respektive *Aktuellt* ska innehålla minst två inslag eller större segment som producerats av de lokala redaktionerna. Program som *Morgonstudion* och *Sportnytt* har också högt ställda krav på sverigespegling.

Allmän-tv-divisionen har i sitt arbete haft som fokusområde: SVT för ALLA generationer och nya målgrupper – hela Sveriges television. Målet har varit att i utbudet nå alla generationer och bygga relationer till nya målgrupper för att ständigt:

- Vara en angelägenhet för alla i Sverige idag.
- Öka relevansen och kvaliteten i innehållet.
- Öka förtroendet.
- Hitta och ta vara på ny kompetens.
- Spegla och skildra Sverige genom utbudet och de som arbetar på och för SVT.

Aktiviteter kopplade till fokusområdet har bland annat varit att analysera och kartlägga behov, stöd till projektledare i innehållsfrågor, rekryteringsfrågor och kring beslut där sverigespegling spelat en viktig roll. Programverksamheten i hela landet har haft ett flertal möten med publikgrupper som har resulterat i

större förståelse och breddade kontakter. Allmän-tv-divisionen har också hållit interna seminarier med syfte att stärka kompetensen inom mångfald och sverigespegling.

Mångfaldsaspekten är också en naturlig del i produktionen av ungdomsprogram. Under året gjordes en målgruppsresearch, genom intervjuer med unga mellan 12–19 år, i hela Sverige med syftet att stärka relationen med vår publik. Syftet var också att stärka speglingen av unga personer så att de kan relatera till utbudet och känna igen sig. Mångfaldsperspektivet i castingen gäller generellt för alla barnprogram, men inte minst gällande ungdomsdrama som är väsentligt när det gäller ungas identifikation och representation. Testvisningar har genomförts av ungdomsdramat *Festen* där produktionen aktivt sökte upp olika grupper för att kunna se att de träffar rätt. Men också för att bygga relationer till publiken och involvera dem i vårt material. SVT Drama för statistik gällande jämställdhet avseende hur stor andel kvinnor som exempelvis är huvudregissör, huvudförfattare eller producent. SVT fattade under året 29 olika slags produktionsbeslut för långfilm (samproduktioner och visningsrätter). Av dessa beslut gick 49 procent till filmer med en kvinna som regissör. Andel kvinnor som haft huvudroller i SVT:s dramaproduktioner var 55 procent.

Allmänproduktion – 55-procentskravet

För att säkerställa att SVT speglar hela landet har SVT en omfattande produktion på andra orter än Stockholm. Genom att sprida produktionen över landet kan många producenter och medverkande aktivt bidra till att olika yttringar och värderingar synliggörs i utbudet. Allmänproduktionen är förlagd till främst fyra orter, Malmö, Göteborg, Stockholm och Umeå. Utöver de fyra produktionsorterna produceras även allmän-tv i Kiruna, Luleå och Fa-

lun. Dokumentärer produceras i hela landet. I många uppdragskontrakt finns en särskild skrivning om att hela landet ska speglas och att man ska ta hänsyn till de olikheter som finns i landet. Det kan ta sig uttryck i att produktionen spelas in på olika orter.

SVT och SR har olika definitioner på 55-procentskravet. I möjligaste mån strävar bolagen efter gemensamma definitioner. Det finns inget uttryckligt krav på att samtliga definitioner ska vara gemensamma vilket också skulle vara ett orealistiskt krav. I detta fall skiljer sig verksamheterna åt i form av både produktion och planering. Även styrningen av programproduktionen skiljer sig åt mellan bolagen.

Utgångspunkten för SVT:s definition av 55-procentskravet är placeringen av den aktuella produktionens ansvarige utgivare enligt SVT:s delegationsordning, i praktiken SVT:s programchefer. I Malmö och Göteborg finns vardera två programchefer, i Stockholm finns fem programchefer och i Umeå finns en programchef. Programcheferna ansvarar för produktion och programutveckling vid egenproduktion, produktionsutläggning, samproduktion och inköp av program (där SVT varit involverade i produktionen). Det är också programchefen som har ansvar för programmets utformning, exempelvis vad gäller gäster, inspelningsplatser och medverkande. Det finns ingen garanti för att hela innehållet från exempelvis ett Malmö-program inte till någon del produceras i Stockholm men å andra sidan så produceras en mängd Stockholms-program, särskilt drama, utanför Stockholm. För att få en kontinuitet i begreppet och uppföljningen så har SVT konstaterat att metoden med programchefernas placering och ansvar bäst svarar mot kravet.

I begreppet allmänproduktion ingår programkategorierna fiktion, underhållning, kultur och musik, fritidsfakta, vetenskapsfakta, samhällsfakta, nyhetsmagasin riktade till barn och ungdom,

sportdokumentärer och korta pausprogram. Eftersom kravet tar sikte på produktion och inte sändning av program omfattar kvoten de förstagångssända programmen.

SVT:s andel produktion utanför Stockholm var 63 procent under 2018 (58 procent 2017) vilket innebär att SVT levt upp till villkoret. Den största förklaringen till ökningen 2018 beror på att barnprogram har flyttats från Stockholm till Umeå och att ett ungdomsprogram, *Mixat* som producerades i Stockholm, numera endast sänds över webben.

7.2 NYHETER OCH SAMHÄLLSBEVAKNING

2018 var ett år som i mångt och mycket kom att präglas av valrörelse, val och försök att bilda regering. SVT:s valbevakning har varit omfattande i så väl särskilda program som i den dagliga nyhetsrapporteringen. I SVT:s uppdrag, som det kommer till uttryck i sändningstillståndets paragrafer 6, 7, 8 och 11, ska SVT:s nyhets- och samhällsbevakning ha olika perspektiv och återge händelser med olika geografiska och sociala utgångspunkter samt tillgodose skiftande förutsättningar och intresse hos befolkning, variera sina produktionsformer och öka tillgängligheten i utbudet.

Året präglades också av sommarens värmebölja och de bränder som kom att följa, vilket försatte SVT i högsta nyhetsberedskap för att hålla människor uppdaterade om utvecklingen och riskerna. 2018 var året då Svenska Akademien skakades i grundvalarna då medierapporteringen visade på många års oförmåga att hantera sexuella trakasserier och jävssituationer. I USA har den pågående rysslandsutredningen som lett till flera rådgivares fall, fredsförhandlingarna med Nordkorea, ett konstant flöde av angrepp och utspel i sociala medier, mellanårsval och en amerikansk helomsvängning i väsentliga utrikespoli-

tiska frågor lett till att den amerikanske presidenten Donald Trump kom att prägla utrikesbevakningen. Brexit påverkade debatten om EU, såväl inom som utanför Storbritannien.

Nyhets- och samhällsprogrammen utgör en central del av SVT:s verksamhet. Verksamheten strävar efter att vara en av Sveriges mest trovärdiga nyhetsleverantörer. Målsättningen är att via ett brett spektrum av nationella, regionala, lokala, minoritets-, barn- och ämnesspecifika nyhetsprogram skapa en mångfald av urval, analyser, kommentarer och granskning. Vardagar och söndagar erbjuder SVT 21 lokala nyhetssändningar runt om i landet.

Nyheter

Nyhetsprogrammen har skilda identiteter, format och variationen är stor. Riksenheterna levererar korta bulletiner, ett längre sammanfattande format som *Rapport*, ett fördjupande magasin som *Aktuellt* samt kontinuerlig uppdatering och direktsändningar i online-servicen *SVT Nyheter*. Utbudet spänner över skilda titlar som *Sportnytt*, *Lilla Aktuellt*, *Oddasat*, *Sverige idag* och lokala nyhetssändningar. Samtliga nyhetsredaktioner har självständiga redaktörer som präglar respektive sändnings innehåll och tilltal.

Såväl inom ramen för nyhetsprogrammen som särskilda debatt- och diskussionsprogram, exempelvis *Agenda* och *Opinion Live*, stimulerar SVT till debatt och belyser skeenden ur olika perspektiv. En av journalistikens viktigaste funktioner, granskningen, återfinns i hela nyhetsutbudet, men också i särskilda program som *Uppdrag granskning* och *Dokument inifrån*.

Totalt omfattar nyhetsdivisionen cirka 850 medarbetare och har verksamhet på 34 orter. Sveriges Televisions uppdelning av nyhets- och samhällsutbudet i ett stort antal program med olika målgrupper, tilltal och uppdrag är en garant för en bredd i urval och analyser och



Foto: Mikael Eriksson/SVT

säkerställer att en mångfald av röster kommer till tals. Att samtliga redaktioner har egna ansvariga utgivare är även det en garanti för mångfald. Lokalt finns 19 utgivare, medan det på riksedaktionerna i Stockholm och Umeå finns fyra (sport, aktualitetsprogram, riksenheter samt Sverige idag) samt tre för minoritetsspråken finska, samiska och teckenspråk. Samtliga nyhetssändningar har självständiga redaktörer som präglar respektive sändnings innehåll och tilltal.

Sammantaget sände SVT 1 093 timmar nyheter för en rikspublik. Över tid har antalet sända timmar nyheter minskat vilket förklaras med förre natt- och kortsändningar, förändringar av kanalen SVT24 och morgonsändningarna i SVT1 samt ökade ambitioner för lokala nyheter och ökade ambitioner för nyhetsservicen *SVT Nyheter* i takt med att publiken i allt större ut-

sträckning tar del av nyheter över internet.

De lokala redaktionerna producerade 3 465 timmar, en ökning jämfört med 2017 och under en sexårs-period har de ökat med närmare 1 000 timmar. Antalet sända timmar ökade med 5 timmar till 165. Eftersom de lokala nyhetsredaktionerna sänder vid samma tidpunkt skiljer sig antalet producerade timmar från antalet sända timmar.

Under 2018 fick lokala nyheter en ny direktkanal till publiken via lokala push-notiser till telefoner och läsplattor. Tillammans med en avsevärt förbättrad lokal navigering i SVT:s mobilapplikation och på SVT:s webb bidrog push-notiserna till att fler hittar till de lokala nyheterna.

För att öka tillgängligheten erbjuder SVT även *Nyheter på lätt svenska*.

Samhällsprogram

SVT strävar efter att vara Sveriges ledande leverantör av kvalitetsjournalistik. SVT:s samhällsutbud tar sin utgångspunkt i uppdraget att lyfta fram olika perspektiv, återge händelser med olika geografiska och sociala utgångspunkter samt tillgodose skiftande förutsättningar och intresse hos befolkning. SVT strävar också efter att variera produktionsformer och öka tillgängligheten i utbudet. Ambitionen är att SVT:s samhällsutbud ska vara inkluderande och ge en mångfald av perspektiv. Programmen ska vara undersökande och gå på djupet. En väsentlig målsättning är att det svenska folket ska ha ett starkt förtroende för samhällsjournalistiken. Samhällsuppdraget förvaltades under 2018 bland annat med återkommande granskande, debatterande och bevakan-

de program som *Uppdrag granskning*,

Opinion Live, *SVT Forum*, utrikesmagasinet *Korrespondenterna*, intervju- och samtalsprogrammen *Min sanning* och *Idévärlden* samt *Veckans brott* och *Sverige idag*. Landet runt speglar kontinuerligt skeenden i hela Sverige.

Sedan några år tillbaka sänder SVT tematiska samhällsserier för att lyfta angelägna frågor. Under 2018 sändes *Världens sämsta indier* där korrespondenten Malin Mendel och komikern David Batra reste i och belyste det indiska samhället. I *Kroppshets* utforskade skådespelaren Mia Skäringer vår syn på våra kroppar, *Sveriges Bästa arbetsförmedling* följde fyra arbetssökande och verksamheten på arbetsförmedlingen i Örn-sköldsvik.

Inom samhällsutbudet intar samhällsdokumentärer en särskild ställning när det gäller att följa ett skeende och gå på djupet i enskilda frågor. SVT sänder dokumentärer inom ramen för *DOX* och *Dokument Utifrån* samtidigt som en ny form av dokumentär utvecklats där den dokumentära berättelsen får ta längre tid på sig över flera episoder. Kriminalserierna *Arbogafallet* och *Operation Playa* samt *Branden* om en av Sveriges värsta brandkatastrofer i Göteborg 1998 är exempel på denna nya form.

Val 2018

Utgångspunkten för SVT:s utbud av valprogram är sändningstillståndets paragraf 6 och 7. SVT har under 2018 kontinuerligt haft en omfattande nyhetsbevakning av valrelaterade ämnen i de ordinarie nyhetsprogrammen på lokal och nationell nivå.

SVT:s planering av valbevakningen inleddes i augusti 2017. Då beslutades att nära journalistik, fler perspektiv och sammanhang skulle vara ledande för arbetet. Ambitionen var att utgå från frågor och berättelser som låg nära publiken, att säkerställa att alla frågor skildrades ur olika perspektiv och sattes in i ett sammanhang. Målsättningen var också att valbevakning skulle starta lo-



Foto: Mikael Eriksson/SVT

kalt och sedan vidgas till rikspolitik, genom riksprogram, riks-webben samt med online-verktyg och tjänster. Särskild vikt fästes vid att säkerställa balansen mellan de politiska partierna. Balansen mättes och följdes upp dagligen från den 1 april till den 9 september.

Likaså har etablerade program som *Agenda* och *Opinion live* givit utrymme för debatt och diskussion om väljarnas prioriterade frågor. Utöver detta har särskilda valprogram och tjänster producerats för att orientera väljare och skapa ett kunskapsunderlag för att ta ställning inför riksdagsval, landstingsval och lokala val.

Sedan 2016 träffar SVT:s medarbetare regelbundet människor i olika delar av landet och samhället och lyssnar på deras berättelser om sin vardag, sina mediebehov och vilka frågor de tycker är de väsentligaste att bevaka. 2018 hölls möten av fokusgruppskaraktär med nästan 400 personer över hela Sverige och samtalen handlade om de kommande valen. Insikterna från dessa möten har varit en viktig komponent i planeringen av SVT:s valutbud. I februari 2018 inleddes en satsning att bevaka ämnen som publiken lyft fram som centrala för de

olika valen: vård, skola, klimat, jobb, integration samt brott och straff.

Den lokala journalistiken var i fokus och en delmålsättning under 2018 var att ge utrymme för en omfattande sverigespeglning i de nationellt sända programmen. SVT:s lokala nyhetsredaktioner genomförde redaktionell bevakning i 267 av landets 290 kommuner under perioden februari-september. Redaktionerna hade också organiserade samarbeten med andra medieföretag, lokala valdebatter, opinionsundersökningar, temaveckor och specialgranskningar.

Debatter om bristen på behöriga lärare i det svenska skolsystemet och gängkriminalitet sändes från fryshuset i Borlänge respektive Malmö. I programmet *Duellen*, som sändes från Norrköping, ställde väljare frågor till statsministern och statsministerutmanaren. *Opinion live* flyttade ut sina sändningar två veckor före valet för att programmet skulle präglas av mötet mellan stad och land och ge röster och åsikter från hela Sverige. I *Länge Leve demokratin* gav sig publicisten Jan Scherman ut på en dokumentärresa i tre avsnitt för att undersöka hur det stod till med den svenska demokratin. *Sverige idag valspecial*

spelades in bland valstugorna i Umeå och fokuserade på otrygghet och det övergripande perspektivet stad/land.

I *Tal till Nationen* formulerade var och en av riksdagens åtta partiledare sin vision om Sverige om tio år. Partiledarna fick möjlighet att adressera väljarna direkt och utan avbrott. I *Partiledarutfrågningarna* lyfte partiledarna sina bästa argument i de frågor som redaktionen bedömde som de viktigaste och mest centrala för väljarna. Före utfrågningarna sändes *Uppsnacket* för att ge en bra grund för tittarna inför utfrågningarna och det efterföljande *Nedsnacket* analyserade utfrågningen. I dokumentären *Jag vill bli statsminister* porträtterades de tre största riksdagspartiernas partiledare under valrörelsen. Publiken fick följa partiledarna i deras arbete från officiella möten till arbetet bakom kulisserna. Målsättningen med programmet var att ge publiken en ökad insikt om Sveriges potentiella statsministrar.

Under valdagen följde *Sverige röstar* skeenden och människor inför valvakan och valets slutresultat. Programmet sändes mellan 07:55-17:55. Målsättningen var att manifesteras demokratis viktigaste dag och att alla skulle känna sig delaktiga i att Sverige röstar. *Sverige röstar* följdes av *Valvakan* i SVT1 som i fokuserade på riksdagsvalet och sände långt in på måndagsmorgonen. Resultaten i kommun- respektive landstingsval bevakades i SVT 2 i programmet *Sverige idag – Valvaka*. Från 20 orter i landet rapporterade reportrar direkt om de väsentligaste lokala valfrågorna och fördjupningar gjordes i Malmö, Göteborg och Stockholm. I *Agenda Valspecial* summerades valresultatet dagen efter valdagen. Under de mer än 130 dagar Sverige väntade på regeringsbildningen bevakades den politiska utvecklingen utförligt i SVT:s ordinarie nyhets- och samhällsutbud.

SVT:s datajournalistik och digitala tjänster befinner sig i den absoluta framkanten i ett internationellt perspektiv.

SVT utvecklade en rad digitala verktyg som breddade det journalistiska tilltalet och gav en unik service till publiken. Verktyg som gjorde det möjligt för väljare att jämföra kommunal service i hela Sverige, hur många behöriga lärare som fanns i kommunens skolor jämfört med andra kommuner, kompassverktygen som guidade väljare i en stor mängd politiska frågor och partier, interaktiv grafik och analys av stora datamängder under och efter valnatten.

SVT:s tjänst *Valkompassen* var den mest omfattande valkompassen som gjorts i Sverige. SVT tillhandahöll 311 unika kompasser för riksdagsvalet, landstingsvalen och 290 kommunkompasser. Hela 2 366 partiföreträdare svarade på valrelaterade frågor under utvecklingen av kompasserna. Totalt sett genomförde publiken 5,4 miljoner valkompasser. Valkompasserna erbjöds också till andra medieföretag som kunde inkludera dessa i sin egen valbevakning, vilket ett 50-tal tidningar valde att göra.

Under 2018 drev SVT tillsammans med Sveriges Radio, Dagens Nyheter, Svenska Dagbladet och Kit projektet *faktiskt.se* som faktakontrollerade påståenden inom samhällsdebatten och det offentliga samtalet i Sverige. Avsikten var att bidra till en öppen, inkluderande och faktabaserad offentlig debatt. De faktakontrollerade påståendena publicerades på den gemensamma sajten *faktiskt.se*. I dialogverktyget *#dinröst* kommunicerade nyhetsredaktionerna direkt med publiken via tusentals mejlkorrespondenser, över 500 videoklipp som publiken bidragit med publicerades och i verktyget svarade också politiker på frågor från publiken. Till skillnad från tidigare år prioriterades SVT:s egna plattformar och inte externa sociala plattformar. Ytterligare ett digitalt inslag var granskningen av småföretagares villkor i utsatta områden. Hundra företagare intervjuades av SVT:s lokala redaktioner, svaren bearbetades av datajournalisterna och

blev till skarpa nyheter, hela tiden med utgångspunkt i den enskilda personens erfarenhet.

I *Toves Resa* porträtterades åtta väljare som redogjorde för vilka som var de viktigaste politiska frågorna inför valet och varför. Det online-specifika projektet *Valsmart* hade målet att göra lättillgängliga och humoristiska vinklar på valrelaterade ämnen. Satsningen riktade sig till yngre personer som ville hålla sig uppdaterade. *Jag röstar* var en samproduktion mellan SVT och produktionsbolaget Fanzingo som riktade sig till förstagångsväljare. Syftet var att stärka medvetenheten om hur det demokratiska systemet fungerar i grupper och områden där valdeltagandet är lågt. Under valdagen gjordes över 1 300 inlägg på sociala medier under *#jagröstar* relaterade till projektet. På SVT:s Instagram-konto *@enligt dig* diskuterade redaktionen i Göteborg samhällsfrågor med ungdomar mellan 16 och 19 år.

I *Kold* och *Millenniekidsen* träffade reportern Tomas Kold ungdomar födda runt millennieskiftet för att prata politik inför riksdagsvalet. De flesta var förstagångsväljare och programmet gjordes på teckenspråk. *Ämnesdebatterna*, *Partiledarutfrågningarna*, *Duellen*, *Slutdebatten*, *Sveriges röstar*, *Valvakan* och *Agenda special* tolkades samtliga på teckenspråk.

Analysföretaget Novus har undersökt hur allmänheten tog till sig medias rapportering inför valet 2018. En genomsnittlig person i Sverige tittade på fem timmar av SVT:s valutbud. SVT:s tv-kanaler var den mest använda informationskällan när svenska folket informerade sig inför valet och även den informationskälla som flest hade förtroende för. SVT:s online-utbud ökade kraftigt i användning jämfört med valet 2014, särskilt hos förstagångsväljarna. I målgruppen 18–21 år uppgav över hälften att man informerat sig via SVT online mycket eller ganska mycket. I denna målgrupp mer än dubblerades också användning-



Babel Foto: Janne Danielsson/SVT

en jämfört med valet 2014. Förstagångsväljarna hade även högst förtroende för SVT:s tv-kanaler (74 procent) och SVT online ligger på nästan samma nivå (73 procent). Därefter kommer partier- nas hemsidor, som 70 procent av första- gångsväljarna känner mycket eller gan- ska stort förtroende för.

7.3 KULTURUPPDRAGET

SVT erbjuder ett mångsidigt kulturutbud genom att uppmärksamma en lång rad kulturyttringar i Sverige och resten av världen. SVT har under året visat program om till exempel lyrik, arkitektur, dans, musik, litteratur, konst och film. SVT ger utrymme för både amatörer och professionella och bjuder på stor variation: från Händel till Avicii, från *Höstsonaten* till *Morran och Tobias*.

SVT ska fördjupa, utveckla och vidga kulturutbudet under tillståndsperioden.

Det har under år 2018 gjorts genom att bland annat uppmärksamma nya och unga kulturformer och djupdyka i mer bekanta som disco, punk och musikal inom musikgenren.

Bevaka, spegla och kritiskt granska
SVT bevakar, speglar och granskar det som händer i kultursverige genom nyheter, debatter, dokumentärer och magasinprogram. Vissa program tilltalar en bred publik och andra en smalare. Det sker daglig bevakning, spegling och kritisk granskning genom *Kulturnyheter* som visas både morgon och kväll. I program som *Babel*, *Sverige!* och *Gokväll* diskuteras och recenseras bland annat böcker och filmer.

Under året hade det nya programmet *Kulturveckan* premiär. Det är ett vecko- aktuellt program om kultur och samhällsfrågor där SVT:s kulturredaktion tillsammans med gäster lyssnar, läser,

tittar på och diskuterar de mest intressanta händelserna.

Kulturutbudet har i mångt och mycket präglats av Bergmanåret. SVT har återutsänt program och visat nya, som sex kortfilmer i Bergmans anda kallade *Bergman revisited* och den prisade dokumentären *Bergman – ett liv i fyra akter*. Långfilmsinköpen har förstås spelat en stor roll och året avslutades med att visa den långa versionen av *Fanny och Alexander*.

Detta år gjorde *Kulturfrågan Kontrapunkt* comeback och bjöd på frågesport för den breda publiken med avstamp i kulturens värld. Kända svenskar tävlade i frågor om musik, konst och litteratur.

Året har bjudit på flera nya program som *Livet på Dramaten* där tittarna, i sex halvtimmesavsnitt, fick följa med bakom kulisserna på en av Sveriges mest omtalade arbetsplatser. I den uppskattade serien *Hemma hos arkitekten* gavs en

inblick i sex tongivande arkitekters hem och också i deras arbete.

I serien *Madame Deemas underbara resa* sökte den syrisk filmstjärnan Deema Baya och hennes man sommarhus i Sverige. Programmet bjöd på ett utifrån-perspektiv på svensk kultur i vid mening: från folkdans till pridefestival, samisk kultur, raggarträff och raveparty. Det blev även en resa genom Sverige: från Blekinge till Lappland, från Bohuslän till Hälsingland.

En mycket uppskattad serie var *Lerins lärlingar*, där en av Sveriges mest kända konstnärer ordnade konstskola för personer med olika funktionsnedsättningar. Programmet visade människors skaparkraft och uttrycksbehov.

Inom musikgenren har året bjudit på djupdykningar i bland annat musikaler, punk och disco. Sångaren Andreas Lundstedt reste till New York för att söka discons rötter och dess sociala och kulturella betydelse i serien *I will survive*. Tittarna fick lära sig om musikalens framväxt och historia när Sarah Dawn Finer besökte både Broadway, East End och Stockholms scener för att möta skådespelare, koreografer och kompositörer. I dokumentären *Eran – punk i tre delar* intervjuas några av Sveriges främsta punkartister om när punken kom till Sverige för 40 år sedan. Filmen *Avicii: True Stories* fick en tragisk aktualitet och ett stort publikt genomslag.

Inom ramen för *Kulturstudion* och *K Special* har ett stort utbud av föreställningar, konserter och dokumentärer om många olika kulturyttringar visats. Här finns förstås rikligt med kultur från Sverige, men även från andra delar av världen. Bland annat har SVT visat *Dirigenten utan hämningar*, som handlar om den grekiske dirigenten Teodor Currentzis och hans ryska symfoniorkester, och För sista gången om den afrikansk-amerikanske sångaren Jimmy Scott. Den världskände svenske koreografen Alexander Ekmans föreställning *Play* på Parisoperan visades, liksom en dokumen-

tär om skapandet av föreställningen.

Från våra nordiska grannländer har SVT bland annat sänt en minneskonsert med dokumentära inslag om den danska artisten och nationalikonen Kim Larsen, den folkbildande serien *Antikduellen* från Danmark, och *B-Boy Helsingfors* som porträtterar unga finska dansare i street dance-genren. Från Norge kom bland annat den norsk-samiska serien *Muitte mu* där folkkära norska artister tillsammans med en samisk mentor tog sig an konsten att jojka. SVT har även varit samproducent till programmet *Bjarke Ingels – arkitekt och rebell* om den danska designstjärnan Ingels.

Egenproduktion och samarbeten

SVT ska på egen hand och i samarbete med utomstående producenter svara för en omfattande produktion av kulturprogram i vid mening och särskild vikt ska läggas vid dramaproduktion.

Den tuffa konkurrensen för drama fortsätter. De globala aktörerna Netflix, HBO och nu senast Amazon fortsätter att locka publiken och det gäller även nordiska aktörer som Viaplay och Cmore. När publiken har ständig tillgång till detta enorma utbud gäller det att leverera rätt serier för att fortsatt vara relevant för publiken. En av SVT:s styrkor är avstampet i det svenska samhället. SVT:s serier ska underhålla och tilltala många tittare, men också spegla vår samtid och vår historia, berätta historier ur många olika perspektiv och ge andra avtryck.

Under året har den andra säsongen av *Vår tid är nu* visats. Serien om familjen Löwander och deras restaurang Djurgårdskällaren har nått fram till åren mellan 1955 och 1962 och har fokus på den samhälleliga utvecklingen och de personliga relationerna. Serien tar upp arbetarrörelsens framväxt, olika klassperspektiv, jämställdhet och arbetskraftsinvandring till Sverige.

SVT har även visat den andra säsongen av *Springfloden* och fortsättningen på dramakomedin *Bonusfamiljen*.

Året har också bjudit på nya dramaserier som *Andra Åket*. Där träffar vi Madde, född och uppvuxen i Björkfjället, en liten skidort allra längst upp i norr där hennes mamma driver ett mindre hotell. Nu ska Madde och hennes man ta över hotellet och tillsammans med sin dotter packar de in sig i bilen från storstan och flyttar norrut.

På juldagen hade miniserien *Systrar 1968* premiär som gjorde ett nedslag i Sverige för 50 år sedan.

Från de andra nordiska länderna kom bland annat dramaserierna *Liberty* (DR), *Herrens vägar* (DR) och *Hemmaplan* (NRK). 2018 lanserade de fem nordiska public service-bolagen det nya dramasarbetet ”Nordic 12”. Nordiskt drama har haft stora framgångar internationellt. Sex av de senaste 15 Emmypriserna har gått till nordiskt drama. Det nordiska dramat har en mycket stark position globalt med sitt fokus på nordisk kultur och verklighet och att man lyfter fram kontroversiella ämnen som tro, krig, politik, moderna familjereationer och tonårsliv. Nordic 12-samarbetet syftar till att ytterligare stärka det nordiska dramat genom fler samarbeten och bättre tillgång för den nordiska publiken. Som ett första steg innehåller samarbetet tolv dramaserier, producerade av DR, YLE, SVT, NRK och RUV som kommer att vara tillgängliga för publik över hela Norden.

SVT visar också programinköp från andra länder med stor samtidsförankring. I den fjärde säsongen av den franska dramaserien *Falsk Identitet* avhandlas geopolitik och cyberkrigsföring och den nya skådeplatsen är Ryssland. Serier som *The Handmaid's Tale* och *Fallande Legend* har på olika sätt anknytning till den samtida debatten kring #metoo.

Under året har 4 912 programepisoder utväxlats och samproducerats inom Nordvisionen. Antalet samproducerade programepisoder var 1 664 stycken.

Samarbete med kulturinstitutioner

Varje år samarbetar SVT med en lång rad kulturinstitutioner och fria producenter som skapar föreställningar, konserter och andra kulturhändelser. Genom att filma och visa dessa evenemang i SVT:s kanaler och tjänster tillgängliggörs de för fler. Samarbetena sker med såväl statliga kulturinstitutioner som privatteatrar och kulturföreningar. Under 2018 hade SVT 49 samarbeten med kulturinstitutioner inom teater, musik och dans inom Sverige. Totalt har 152 timmar sänts fördelat på 191 sändningar.

Under året har SVT samarbetat i och sänt så vitt skilda föreställningar som den nyskrivna och omskrivna operan *Dracula* från Stockholmsoperan och en rapmusikonsert inspelad på slottet Elghammar. SVT speglade Birgit Nilssons 100-årsjubileum med en stor jubileums-konsert på Göteborgsoperan och sände *Inferno* i samarbete med Strindbergs Intima Teater. Malmö Opera representerades av dansföreställningen *The Feeling of Going*. Publiken fick se Meta Velander och Yvonne Lombard i *Nattorienterarna* från Kulturhuset Stadsteatern och SVT gjorde nedslag i dokumentärens form i svenska sommaroperor, från Läckö slott via Vadstena-Akademien till Ystad Teater.

Bidrag till svensk filmproduktion

SVT har förbundit sig att under perioden 2017–2019 bidra med 300 miljoner kronor till svensk filmproduktion. Under året har SVT ingått avtal för 96 miljoner kronor. Bland annat för långfilmerna *Charter*, *Sune i Solne*, *En komikers uppväxt* och *Ring Mamma!* SVT har även ingått avtal för bland annat dokumentärerna *Hello sunshine* och *Parningsmarknaden*, kortfilmen *Dansa för henne* och kulturdokumentären *Josef Frank*. SVT har fattat beslut om samproduktion eller förköp av visningsrätt av 29 långfilmer. Den totala summan som beslutats är fördelad jämnt mellan långfilmer med kvinnlig respektive manlig regissör.

SVT är även part i Moving Sweden, som är ett samarbete med Svenska Film-institutet. Det är en satsning med högt kreativt tak och lägre ekonomisk risk med syfte att utveckla upphovspersoner och den svenska filmen. Filmer som sedan får produktionsstöd får distribution via visningsrättsavtal med SVT. Satsningen innehåller också stöd i form av coachning, nätverkande och möten med experter inom festival-, distribution- och finansieringsområdet. Moving Sweden riktar sig till upphovspersoner som, oavsett ålder, är i början av sin filmkarriär. SVT har under året sänt filmer som företaget samproducerat eller förköpt visningsrätt till, bland annat *Det vita folket* (regi Lisa Aschan), *Yarden* (regi Måns Månsson), *Flickan mamman och demonerna* (regi Suzanne Osten), *Pojkarna* (regi Alexandra Therese Keining), *Morran och Tobias – som en skänk från ovan* (regi Mats Lindberg) samt *Upp i det blå* (regi Petter Lennstrand).

7.4 BARN OCH UNGA

Grundpelaren i SVT:s utbud för barn och unga är ambitionen att göra dem mer insatta och nyfikna – på sig själva, sin närhet och sin omvärld. SVT lägger också stor vikt vid att producera och publicera innehåll som är relevant och viktigt för barn och unga i Sverige idag.

Barnkanalen är Sveriges största tv-kanal för barn och sände under 2018 sammanlagt 5 323 timmar program som vänder sig till barn upp till 15 år. Barn och unga tillhör de grupper som snabbast och allra tydligast förändrat sitt tittar-beteende de senaste åren, från tv-kanaler till plattformar där de själva kan välja och ofta interagera. Två viktiga delar av verksamheten 2018 har därför varit vidareutvecklingen av Barnkanalens relaterade tjänster *Barnplay*, där publiken kan se sina favoritprogram när, var och hur ofta de vill, och *Mixat*, där publiken både får dagliga nyheter och möjlighet att påverka SVT:s program. SVT:s mål är aldrig

att maximera barnens skärmtid, utan att inspirera till lek och nyfikenhet.

Barn

Barn definieras i SVT:s verksamhet som tittare i åldern 3–11 år. SVT gör olika program för barn i olika åldrar och utvecklingsfaser för att utmana barnen på den nivå de befinner sig just nu, alla barn ska kunna växa och utvecklas med Barnkanalen. Därför spänner Barnkanalens utbud hela vägen från *Drakdans* i Bolibompa, som inte bara är rolig att dansa och sjunga utan också framtägen för att stötta barns motoriska och språkliga utveckling, till *Pirrigt* där experter svarar på tittarnas frågor om puberteten. Alla barn i Sverige ska också kunna se någon som liknar dem själva i Barnkanalen. Därför kommer barn som medverkar i programmen från olika delar av landet. De ger utbudet en mångfald av dialekter, bakgrund och erfarenheter.

Barnkanalen är den säkra källan både i vardagen och vid stora händelser. I programmet *Lilla Aktuellt* och appen *Mixat* finns dagligen, året om, nyheter för barn i Sverige. Nyhetsvärderingen utgår alltid från barnen och deras behov, kunskaper, upplevelser och funderingar. Faktaprogram och dokumentärer, som *Vi i femman* och *Fixa rummet*, synliggör barn i aktiva roller och som medskapare. Samma sak gäller för äventyrsserierna *Wild kids*, *Agenterna* och *Zombie*, som alla tre är exempel på reality-serier där barnen är huvudpersoner. Att få kunskap ger självkänsla och skapar trygghet, att känna igen sig är att känna sig sedd och värdefull. Världen blir både större och lättare att förstå genom SVT:s barnprogram.

Att se samma tv-program skapar gemenskap över generationsgränser och ibland med människor man aldrig tidigare har träffat. Det är en av ambitionerna med SVT:s årliga julkalender. 2018 hette den *Storm på Lugna gatan* och handlade om storstadsfamiljen Storm som flyttade till den fiktiva byn Järnkro-



Sommarlov Foto: Mattias Ankras/SVT

ken. Det var en klassisk dramaproduktion som samlade många familjer under december. Aldrig tidigare har en julkalender setts av så många, sammanräknat för både broadcast och online.

SVT har en lång tradition av att stå upp för alla barns lika värde. Både barnens rätt att själva bli respekterade och vikten av att respektera andra är central i hela utbudet. Barnkanalen visar sin publik att de är viktiga genom att ge dem rätten att få information och möjligheten att göra sina röster hörda. Det var därför naturligt för Barnkanalen att under vårlåret 2018 ha särskilt fokus på demokrati i sitt utbud för målgruppen 7–11 år.

Ett exempel på detta var att *Sommarlov*, som sände varje dag under tio veckor, fokuserade på barns demokratiska rättigheter. Målet var att alla som sett programmet skulle veta att alla människor, och varje enskilt barn, har

rätt att uttrycka sin åsikt och att den åsikten förtjänar att bli hörd. Barns rätt att bli lyssnade på stod också i centrum för nyhetsprogrammet *Lilla Aktuellt*s valårssatsning. Ett viktigt verktyg i deras arbete var SVT:s app *Mixat*, där redaktionen samlade in frågor från barn. Frågorna ställdes sedan till politiker från olika riksdagspartier, vilket blev grunden för en serie inslag som sändes i *Lilla Aktuellt*s ordinarie program. *Lilla Aktuellt* hade också, förutom denna typ av interaktiva satsningar och löpande valrapportering i ordinarie nyhetsbevakning, en särskild Demokratiskola som i återkommande inslag förklarade grunderna i Sveriges statsskick. Inslagen hade teman som "Vad är egentligen politik?" och "Så går det till att rösta". Materialet samlades också på en webbsida, som en extra service för skolarbete och särskilt nyfikna barn.

För de yngsta barnen, 3–6 år, har *Bolibompa* stått i fokus även under 2018 med bland annat nya avsnitt av *Drakens hotell*, där Bolibompa-draken hjälper sina gäster som är väldigt speciella – precis som alla andra människor. En nyhet har varit formatet *Bolibompa Baby* som riktar sig till de allra yngsta tv-tittarna. Innehållet är korta, enkla sånger och lekar med Bolibompa-draken. Bland de återkommande programmen för förskolebarn sändes också nya säsonger av exempelvis fritids- och faktaprogrammet *Hasses trädgård*, dramaserien *Sommarskuggan*, tävlingsprogrammet *Labyrint* och humorprogrammet *Bon. Morgonshowen* har sänts varje morgon under skolverterminerna. *Nattens hjältar*, som är ett reality-drama med den spontana leken i centrum, återkom efter ett par års uppehåll. Exempel på nya titlar för förskolebarn var dokumentärserien

Kerstins kanin, om att ha ett husdjur, och faktaprogrammet *Doktorerna*, om allt som kan hända när man besöker ett sjukhus.

SVT förmedlade kulturella upplevelser med stor genbredd för barn även genom inköpta program från hela världen. Bland årets nya titlar för målgruppen 3–6 år fanns bland annat den animerade serien *Viktor och Josefine* från Frankrike som bygger på en klassisk bilderboksserie om två björnbästisars vardag där musiken står i centrum. Ett annat exempel är australiensiska *Ballonggården* som handlar om livet på en bondgård. Bland titlarna för barn i åldern 7–11 år fanns den ryska serien *Magiska fyran*, där fyra goda väktare beskyddar den magiska staden Myshkin från ondskans krafter. Andra exempel är humorserien *Oddbods* från Singapore och den franska serien *Grizzly och lämlarna*, om en björn som råkar flytta ihop med en stor lämlingsfamilj. Den brasilianska dramaserien *Familjen Valentin*, om hur barnen Valentin letar efter sina föräldrar som försvunnit under mystiska omständigheter i samband med en presentation av sin superhemliga uppfinning, sändes för första gången under 2018.

Unga

Unga definieras i SVT:s verksamhet som tittare i åldern 12–19 år. Under Barnkanalens sista timme, klockan 20:00–21:00, sändes under våren och sommaren program för åldern 12–15 år. Utbud för äldre åldersgrupper sänds oftast i SVT:s övriga kanaler. Större delen av titlandet sker i SVT Play.

Ett av SVT:s allra populäraste program under 2018 var dramaserien *Klassen*, som handlar om alla dilemman och situationer som kan uppstå i en vanlig klass på högstadiet: Vem hänger med vem? Vilka är på väg att bli ihop? Vem sprider rykten? Vågar man vara sig själv? När första säsongen slutade i maj blev nya avsnitt ett ständigt återkommande

7.4 Barn och unga förstasändningar

Totalt barn (3–11 år) 2018	Svenskt	Utländskt	Summa
Fakta och nyheter	214	0	214
Kultur och konstnärliga upplevelser	136	306	442
Totalt	350	306	656

Totalt unga (12–19 år) 2018	Svenskt	Utländskt	Summa
Fakta och nyheter	108	0	108
Kultur och konstnärliga upplevelser	82	24	106
Totalt	190	24	214

Totalt barn och unga (3–19 år) 2018	540	330	870
--	------------	------------	------------

Se bilaga 3 för fler år

önskemål från publiken. Andra säsongen av *Klassen* började sändas i slutet av december och kommer avslutas under våren 2019. *Klassen* är också ett exempel på det nya berättandet. Här låter man varje ämne ta den tid det behöver varvid avsnitten blir olika långa och passar dåligt i den relativt fyrkantiga tv-tablån.

Musikhjälpen sände från Lund för att under en vecka 2018 där temat Alla har rätt att funka olika och handlade om människor med funktionsnedsättning som är en av världens mest diskriminerade grupper. Programmet engagerade människor över hela landet som på olika sätt bidrog till att över 50 miljoner kronor samlades in till Radiohjälpen.

Flera dokumentärer, både svenska och utländska, har haft ungas perspektiv. Dokumentärserien *Familjen Hammarström* följde syskonen Klara, Selma och Ingemar som alla elitsatsar inom ridporten. *Jag ringer pappa* var en serie korta dokumentärer om de stora och små ögonblicken när man ringer hem. *Röst* var en annan serie dokumentära kortfilmer, som lyfte fram samhällsintrasserade unga och deras liv i Sverige under valåret 2018. I serien *Jag röstar* träffade Dusan och Heidi 100 personer som skulle rösta för första gången.

Lilla Aktuellt hade en särskild nyhets-sändning anpassad för målgruppen 12–15 år. Exempel på andra program för unga som återkom med nya säsonger under 2018 var egenproducerade 100% vaken samt humorserien *Leif och Billy* och den inköpta dramaserien *Backstage*.

SVT har också, som en del av att förmedla kulturella upplevelser, visat ett flertal musikedokumentärer med hög relevans för unga. Några exempel är *Avicii: True stories* som var ett porträtt av världsartisten Tim Bergling, *Silvana - Väck mig när ni vaknat* som följer artisten Silvana Imam bakom offentligheten under resan från underground till guld-baggevännare och *Cherrie – ut ur mörkret* som var en serie om R&B-artisten Cherrie och hennes erfarenheter kopplat till uppväxten i Rinkeby. Inom musikgenren sände SVT även *P3 Guldgalan* och *Eurovision young musicians*.

Utveckling för äldre barn och unga

SVT har i uppdrag att särskilt utveckla utbudet för de äldre barnen, 7–11 år, samt för unga, 12–19 år. SVT tolkar uppdraget som att årligen skapa nya program och former samt att ständigt utveckla befintliga titlar och tjänster. Här nedan redovisas hur SVT arbetar med

att särskilt utveckla programmen för äldre barn och unga.

SVT:s utveckling av program för barn och unga utgår alltid från publiken. Programredaktionerna träffar varje år tusentals barn, unga och föräldrar. Vid dessa möten ställs frågor för att redaktionerna ska lära sig om behov och längtan i deras vardagsliv samt för att säkerställa att SVT:s innehåll är relevant och viktigt för barn och unga i Sverige idag. I de mötena har det blivit allt tydligare att publikens förväntningar på tv-program har förändrats mycket under de senaste åren, vilket ställer allt högre krav på SVT:s förändringsförmåga och snabb rörlighet. Detta har under 2018 särskilt märkts i utbudet för barn.

Ett exempel på hur SVT försöker svara på publikens förändrade tittarvanor är en minskad produktion av så kallade ramprogram, vars syfte i stor utsträckning är att skapa en helhetsupplevelse av programflödet i en tv-kanal. Programmet *Superlördag* är ett exempel där programledaren både påannonserat olika program och själv byggt upp en äventyrsberättelse som gått som en röd tråd genom kvällen. Under 2018 har SVT pausat *Superlördag* och istället utvecklat *Supermysteriet*, som är ett fristående fantasyprogram för de yngsta skolbarnen.

Ett annat tydligt exempel på hur SVT svarar på förändringarna är *Random Mix*, som under 2017 var ett direktsänt studioprogram med programledare som på olika sätt interagerade med publiken. Under 2018 ställdes produktionen om för att, utifrån nya kunskaper om publikens vanor och drivkrafter, utöka möjligheterna för tittarna att påverka innehållet. Arbetet resulterade i flera egenutvecklade och förproducerade programserier såsom *Jobbigt*, *Pirrigt*, *Peppigt*, *Freddies fobier* och *Linus Lyder* som alla riktar sig till barn i åldern 9–12 år. Interaktionen är, precis som i *Random Mix*, central. Det är exempelvis publiken som styr vilka utmaningar Linus tar sig an i *Linus Lyder* och faktaprogrammet *Pir-*

rigt bygger på publikens frågor om kropp och pubertet. Vidare är *Jobbigt* en dramaserie som gestaltar dilemman i 12-åringars vardag och bygger på publikens historier utifrån frågan vad barnen tycker är jobbigt. Serien tar upp ämnen som att prata inför publik, att ha dyslexi, att leva med en alkoholiserad förälder, att kyssas för första gången, att inte ha pengar, att få mens, att bli underkänd i skolan och att ha kroppsångest. Omställningen från direktsänt programformat till förproduktion har framför allt utökat SVT:s möjligheter att behandla svåra och viktiga ämnen på ett tryggt sätt, utan att för den skull göra avkall på delaktighet och dialog. Engagemanget från barn har ökat i takt med omställningen och en avgörande skillnad för publiken är att de inte längre behöver passa en tid för att delta i programmen. Dramaformen öppnar också för möjligheter att prata om brännande ämnen utan att tvingas bli personlig vilket visat sig vara mycket uppskattat och viktigt för publiken.

Det är också viktigt för SVT att möta publiken på ställen och sätt där vi kan göra skillnad. SVT arbetade därför under 2018 vidare med appen *Mixat*, som riktar sig till barn i åldern 9–12 år. Utvecklingen av *Mixat* sker tillsammans med redaktionerna för *Lilla Aktuellt* samt ovan nämnda titlar och syftar till att utöka målgruppens möjlighet att både ta del av och påverka Barnkanalens innehåll, med särskilt fokus på nyheter. *Mixat* är ett av få ställen där barn i Sverige får chans att interagera och göra sina röster hörda i en trygg miljö.

Utöver ovanstående har SVT under 2018 lanserat flera nya programserier för både stora barn och unga, med stort fokus på dramaproduktioner. I komedin *Svensen i kläm*, som handlade om en kängurufamilj som flyttade in i ett vanligt villakvarter, serien tog på ett lätt-samt sätt upp utanförskap och hur det kan kännas att pekas ut som annorlunda. I äventyret *Saibo* fastnade en pro-

gramledare i ett dataspel, *Önskans hjärta* var ytterligare en dramaserie med fantasytema. *Dilan och Moa* var en komediserie om livet som ung i en delad lägenhet. Exempel på nyutvecklade program inom andra genrer var exempelvis reality-serien *Lilla polisskolan* där en grupp barn fick prova på olika i moment i polisutbildningen. *Dansskolan* var en serie där barn lärde ut sina favoritdanser. Det egenutvecklade formatet *Quiz* var en serie där barnen kunde testa sina kunskaper inom ämnen som musik eller olika högtider.

Produktionstyper för utbudet för barn och unga

Programmen som riktar sig till barn och unga ska förmedla nyheter och fakta samt kulturella och konstnärliga upplevelser från olika delar av Sverige och världen och samtidigt ha en omfattande nyproduktion och egen produktion av program. I tabell 7.4 visas hur de nyproducerade programmen (förstasändningar) fördelar sig i de två definierade kategorierna. Denna uppdelning ger en bättre beskrivning av utbudet än att fördela det enligt samma kriterier och programkategorier som främst är anpassat för vuxenutbudet. Detta är också vanligt internationellt där barn och unga är en särskild programkategori. SVT tolkar sändningstillståndet för barn och unga så att med egen produktion menas att företaget ska ha kontroll och kunna påverka utbudet. Därför delas utbudet upp i det som är svenskt (där SVT producerat, samproducerat eller beställt programmen) och utländskt (där SVT inte påverkar innehållet utan bara om programmen ska visas eller inte). Exempelvis är Musikhjälpen samproducerad med Sveriges Radio och det måste ha varit tillståndsgivarens mening att det programmet ingår i kravet om egen produktion.

Av det totala förstasända utbudet för barn och unga utgjordes knappt två



Idas skilda världar Foto: Ola Stark/SVT

tredjedelar av ett svenskproducerat utbud (se tabellerna ovan). Resultatet blev att 540 timmar av totalt 870 timmar för barn och unga nyproducerades av SVT eller var sådana program där SVT haft ett stort inflytande.

Andelen nyproducerade program har minskat under 2018 jämfört med tidigare år. Detta beror främst på att SVT under året ställt om från flera produktioner av studioprogram till drama, vilket är en mer kostsam produktionstyp, som leder till färre producerade timmar. Fördelen är att dessa timmar har en betydligt längre hållbarhet. Omställningen har varit en viktig del i att möta barn och ungas efterfrågan och behov.

Med ovanstående beskrivningar menar SVT att företaget har levt upp till de villkor som ställs i sändningstillståndet om barn och unga. Beskrivning av minoritetsutbudet för målgruppen återfinns i kapitel 7.6.

7.5 TILLGÄNGLIGHET

I sändningstillståndet finns tydliga krav på att SVT:s uppdrag ska omfatta alla människor i Sverige, särskilt betonas barn och unga samt personer med minoritetsbakgrund eller funktionsvariation. Tillgänglighet är en högt prioriterad fråga för SVT. Företaget eftersträvar att ta hänsyn till att varje individ har olika förutsättningar att ta till sig utbudet. Anpassningar av utbudet görs för att tillgängliggöra programmen för personer med funktionsnedsättningar.

Enligt det krav som avser tillgänglighet till tv-sändningar för personer med funktionsvariation har SVT kvoter för de olika tillgänglighetstjänsterna.

Ett särskilt tillgänglighetsbeslut gäller fram till och med 2019. SVT uppfattar att intentionen med tillgänglighetsbeslutet är att skapa tydligare förutsättningar för hur tillgänglighetstjänsterna ska bedömas. Bedömning ska göras utifrån

omfattning av SVT:s samlade programutbud i samtliga programtjänster som sänds i marknätet, via satellit och genom tråd. Fördelningen av tillgängliggörandet mellan olika programtjänster får avgöras av SVT efter diskussion med berörda brukarorganisationer.

Det nya beslutet öppnar för hur ny teknik ska beaktas och i förlängningen öppna för innovation med nya möjligheter för publiken att ta del av tillgänglighetstjänsterna.

Teckenspråkstolkning och syntolkning som tillhandahålls genom sändning över internet samtidigt som ett tv-program sänds linjärt i en programtjänst får tillgodoräknas. Program som syn- och teckenspråkstolkas och som finns tillgängliga i beställ-tv får tillgodoräknas upp till 30 procent av det totala kravet. Syntolkning eller uppläst text som tillhandahålls genom ett ljudspår i en separat enhet såsom mobiltelefon el-

ler läsplatta samtidigt som ett tv-program sänds linjärt i en programtjänst får också tillgodoräknas som ett tillgängliggörande. SVT har sänt 16 258 timmar på svenska varav 4 598 timmar var direktsända. Sändningarna är identiska på alla de tre plattformarna: marknät, satellit och tråd.

För 2018 års utbud anser SVT att kverterna som anges i beslutet är uppfyllda.

Kraven på tillgänglighet ska svara mot:

1. *Vad är det som ska tillgängliggöras?*
Det är program på svenska som sänds i SVT:s programtjänster samt uppläst text för översatta textade program.
2. *Hur ska det tillgängliggöras?* Genom textning av icke direktsända program (100 procent), textning av direktsända program (65 procent), syntolkning (3,5 procent), teckenspråkstolkning (3,5 procent), samt uppläst text för alla program med översättningstext.
3. *Var ska det tillgängliggöras?* SVT tolkar beslutet som att det kan ske i broadcast-kanalerna, i de särskilda livekanalerna online samt även som en on demand-tjänst på webben.

Sändningar i broadcast definieras som de sändningar som sker i marknät, satellit och över internet (simultansändningarna). Med sändningar över internet avses tillgängliggörande av tolkningar som sänts i de särskilda Play-kanalerna, parallellt med sändningen i broadcast. Med on demand-tjänsterna, så kallad beställ-tv, menas att tillgängliggörandet ligger på SVT Play och kan ses på begäran. Tolkningarna har varit identiska på alla plattformar.

Utifrån intentionen med det nya tillgänglighetsbeslutet, det vill säga att förtydliga och förenkla tolkningen av tillgänglighetsuppdraget, så anser SVT att det inte ska göras skillnad mellan sändningarna över marknätet, satellit eller simultansändningarna över internet. Dessa är identiska eftersom de utgår från samma sändning vilket innebär att

de varken skiljer sig innehållsmässigt eller i hur tillgänglighetstjänsterna visas. För att program som har tillgängliggjorts i beställ-tv under 2018 ska få tillgodoräknas måste samma program också ha sänts, med eller utan tillgänglighetsteknik, i marknätet, via satellit eller genom tråd i programtjänster under 2018.

För att utöka textningen krävs nya tekniska lösningar och metoder för textproduktion vid direktsända program. Det handlar om såväl taligenkänning, automations- och semiautomationslösningar samt systemutveckling. SVT arbetar i interna projekt med att ta fram sådana lösningar.

SVT har kontakt med brukare av samtliga tillgänglighetstjänster dels genom intressentdialoger med de olika organisationerna, dels genom mindre möten som fokuserar på specifika tillgänglighetstjänster. Vid dessa brukarmöten, som hålls regelbundet, uppmärksammas tillgänglighetstjänsternas kvalitet och användbarhet utifrån ett brukarperspektiv. Syftet är bland annat att identifiera förbättringsområden så att utvecklingen kan göras utifrån användarnas perspektiv. Vid dessa sammankomster diskuteras därför kvalitetsfrågan för samtliga tillgänglighetstjänster men också urvalet av program som tillgängliggörs. Utifrån denna diskussion avgörs fördelningen av tillgängliggörandet mellan olika programtjänster. Program som är händelsedrivna syntolkas ofta vilket svarar mot målgruppens önskan. Det finns också en tydlig önskan hos de berörda grupperna att särskilt program med ett brett genomslag tillgängliggörs med syn- och teckenspråkstolkning. Särskilt fokus läggs på målgrupperna barn och unga och deras behov. SVT säkerställer att representanter för barn- och ungdomsorganisationerna bjuds in och närvarar vid dessa möten. Om tablåmässiga förutsättningar finns så kan en tillgänglighetstjänst sändas parallellt i en av broadcast-kan-

lerna. Annars väljer SVT att tillgängliggöra tjänsterna på de särskilda Playkanalerna. SVT alternerar vilken typ av tolkning som tillgängliggörs i broadcast. Utvecklingen av tillgänglighetstjänsterna online är också ett viktigt diskussionsämne vid brukarmötena. Utvecklingsarbetet kräver en dialog eftersom arbetet ofta sker iterativt, det vill säga att de ständigt förbättras. Många brukare använder appar där det finns inbyggda hjälpmedel i de olika operativsystemen. För att utveckla appar på bästa sätt måste SVT ha kunskap hur dessa hjälpmedel fungerar, vilka som används och om det påverkar utvecklingsarbetet. Ny teknik skapar nya möjligheter när det gäller webbaserade tillgänglighetstjänster.

T Textning

I sin mest självklara form innebär tillgängliggörandet att allt tal på andra språk än svenska förses med översättningstext. Även svenska program textas på svenska, en text som tillgängliggörs via text-tv-sidan 199. För program som tillgängliggörs genom SVT Play, väljs textningen genom ett tillval i videospelaren.

Det särskilda tillgänglighetsbeslutet slår fast att SVT under 2018 ska texta samtliga förproducerade och 65 procent av de direktsända programmen. I vissa repriser återutsänds textningen som den var i förstasändning medan andra bearbetas i efterhand.

Textningsgraden år 2018 var 100 procent av de förproducerade programmen i alla kanaler i broadcast.

Detta inbegriper också sändningarna på alla tre plattformar (marknät, satellit och tråd) vilket gör att alla titlare, oavsett hur de tar emot tv-sändningarna, kan använda sig av tekniken textning av förinspelade program.

Det har sänts 11 652 timmar förproducerade program. I ett fåtal fall har textningen fallit bort på grund av tekniska problem. Det rör sig om 8 timmar. SVT anser att kraven angående textning

trots detta uppfyllts eftersom det aldrig går att helt undvika tekniska problem i en tjänst med så komplicerade tekniska samband som textningen. 2018 sändes sammantaget 16 258 timmar på svenska.

Under året direkttextades 67 procent (krav 65 procent) av de direktsända programmen i broadcast vilket innebär att 3 097 timmar av 4 598 timmar direkttextades. Det som är direkttextat i broadcast går att se simultant i SVT Play.

Alla riksnyhetssändningar inklusive extrasändningar direkttextas, liksom galor och andra direktsändningar som *Nobeldagen*, *Musikhjälpen* och *Allsång på Skansen*. Det gällde även många direktsända sportevenemang samt en stor del av det som sänds inom ramen för *SVT Forum*.

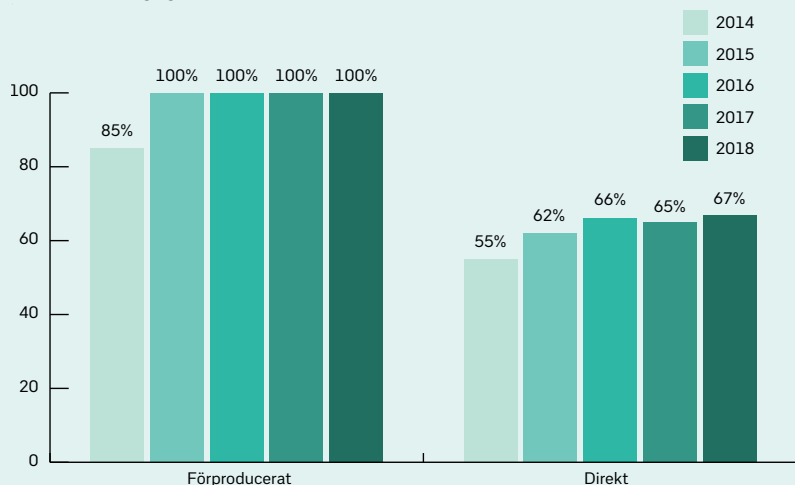
För att öka kvaliteten i direkttextningen har avdelningen Språk och tillgänglighet, som bland annat ansvarar för all textning, en språkvårdare som arbetar med intergranskning och utbildning av nya direkttextare. Språkvårdaren utformar riktlinjerna för direkttextningen. Nya direkttextare tränas och utbildas av mera rutinerade kolleger. En kontinuerlig utvärdering görs i arbetsgruppen genom att man i efterhand tittar igenom och granskar direkttextade program.

Syntolkning

Syntolkning, eller talad beskrivning, handlar om att förmedla bildinformation för den som inte ser. En röst beskriver vad som syns i bild och vad som sker. SVT:s syntolkningar strävar efter att fånga upplevelsen som förmedlas i bild. Tolkningen ska inte bara registrera och rapportera, utan även i viss mån återge känsla och stämning. Språket ska vara konkret, levande och rikt, men inte stjälja uppmärksamhet från programmet.

Det får inte förekomma någon tolkning där det finns viktiga ljud som måste höras. Svårbegripliga ljud förklaras, medan uppenbara ljud kan ingå som en

7.5.1 Textningsgrad



7.5.2 Syn- och teckenspråkstolkning i timmar

Syntolkning	2014	2015	2016	2017	2018
Sänt broadcast	39	76	121	388	562
Sänt internet	24	21	30	36	11
Tillgängligt on demand	56	77	143	299	318
Totalt	119	174	294	723	891
Max tillgänglig on demand 30 %	-	-	-	147	171
Ny total	-	-	-	571	744
Krav (andel av svenskt)	88	170	248	488	569

Teckenspråkstolkning	2014	2015	2016	2017	2018
Sänt broadcast	36	43	115	366	434
Sänt internet	20	54	47	76	77
Tillgängligt on demand	51	120	143	254	300
Totalt	107	217	305	696	811
Max tillgänglig on demand 30 %	-	-	-	147	171
Ny total	-	-	-	589	682
Krav (andel av svenskt)	88	170	248	488	569

självklar del i berättandet. Man kan även sänka ljudet på dialog som inte är central och i stället lägga in en tolkning om det behövs av tydlighetsskäl. Syntolkningen ska smälta in i programmet på ett naturligt sätt och den har visat sig fungera som ett extra stöd även för andra tittargrupper som behöver hjälp att tolka programmet.

Målsättningen med årets utbud av syntolkning har varit att tillgängliggöra visuellt berättade program för användar-

na. Programmen ska vara av stort publikt intresse eller vara särskilt lämpade för syntolkning, det vill säga att bilden är en viktig del av berättandet. Exempel på program som syntolkats är *Vår tid är nu*, *Lerins lärlingar*, *Melodifestivalen*, *Mästarnas mästare*, *Allsång på Skansen* och *Kroppshets*.

SVT har i sitt urval av syntolkade program valt att prioritera syntolkning av vissa barn- och ungdomsprogram före syntolkning av program för vuxna.

Särskild hänsyn har tagits till program som bedöms ha stor betydelse för målgruppen såsom exempelvis *Julkalendern*, *Maxat* och dramaserien *Familjen Rysberg*.

Kraven på syntolkning har ökat vilket har resulterat i en ökning av både egenproduktion och inköp av tjänsten. SVT har sändt 16 258 timmar program på svenska under 2018. Det kvantitativa kravet för 2018 var att 3,5 procent av programmen på svenska ska syntolkas vilket motsvarar 569 timmar. SVT har mött kravet genom att erbjuda ett antal programtitlar med syntolkning, i vissa fall både i SVT 24 och SVT Play, medan några av titlarna har sänds/publicerats enbart på SVT Play.

Syntolkningarna finns dessutom tillgängliga on demand i SVT Play.

Målsättningen har varit att åstadkomma en god genrebredd i urvalet av program. SVT har totalt tillgängliggjort 891 timmar syntolkning 2018, men eftersom det endast är 30 procent av kravet på syntolkning (171 timmar av 569 timmar) som får tillgodoräknas för on demand, så blir summan 744 timmar.



Teckenspråkstolkning

Teckenspråkstolkning innebär att en teckenspråkstolk översätter det talade språket till teckenspråk, antingen i förväg eller simultant i direktsändning. Tjänsten tillgängliggörs som en bild-i-bild-lösning: en bild med teckenspråkstolken och en där programmet ligger infälld bakom tolken. En utveckling av teckenspråkstolkningen är att några program också har tillgängliggjorts med två tolkar i bild för att bättre kunna tillgängliggöra snabba dialoger, i exempelvis politiska debatter. Detta har fått positiv respons i brukargrupperna.

Urvalet görs brett så att publiken kan ta del av den mångfald av program som SVT erbjuder. Tolkningen görs i första hand av produktioner som drivs av dialog och tal, till exempel partiledardebatter, *Almedalen* och *Agenda*.

Men SVT väljer också att teckenspråkstolka populära produktioner som *Vår tid är nu*, *Melodifestivalen* och *Mästarernas mästare*. Särskild hänsyn har tagits till program som bedöms ha stor betydelse för målgruppen barn och unga. Som exempel kan nämnas *Julkalendern*, *Familjen Hammarström*, *Agenterna* och *Labyrint*. 2018 tolkades också en stor del av programmen inför riksdagsvalet, totalt 35 timmar.

SVT tillgängliggör teckenspråkstolkningen genom parallellsändning i antingen broadcast eller online. Programmen görs även tillgängliga on demand i SVT Play. SVT sände 16 258 timmar program på svenska under 2018. Kravet för 2018 är att 3,5 procent ska teckenspråkstolkas vilket motsvarar 569 timmar. SVT har totalt tillgängliggjort 811 timmar teckenspråkstolkning, men eftersom det endast är 30 procent av kravet på tolkning (171 timmar av 569 timmar) som får tillgodoräknas on demand, så blir summan 682 timmar.

Hörbarhet

SVT arbetar aktivt med att bevaka och främja ljud- och hörbarhetsfrågorna i programarbetet.

Hörbarhetspolicyn, som uppdaterades 2017, säger att SVT ska ha ett genomtänkt ljud med god hörbarhet. Hörbarhetsarbetet är grundläggande för att utbudet skall vara tillgängligt för alla och att publiken, oavsett förutsättningar, skall kunna ta del av vårt utbud.

Hörbarhetsarbetet består av tre viktiga punkter som tillsammans utgör en helhet:

- Information om SVT:s policys och tekniska specifikationer till ljudtekniker och ljudmixare (såväl interna som externa). Utbildning av projektledare.
- Teknisk kontroll i både Mediecenter och Leveranscenter.
- Återkoppling av information till programansvariga om tittarna och deras uppfattning av programmen.

Uppläst texttremsa

Uppläst texttremsa är en teknisk tjänst där en syntetisk röst läser upp översättningstexten. Tjänsten har funnits för 100 procent av alla icke direktsända program med översättningstext i SVT:s samtliga programtjänster.

Tjänsten är främst ett hjälpmedel för synskadade som har svårt att läsa texttremsan på utländska program. Uppläsningen sker simultant med textningen i SVT:s samtliga kanaler som sänds över marknätet. Från och med 2017 fungerar uppläst text även i simultansändningarna över internet. Sedan 2018 fungerar denna tjänst också för sändningarna över satellit.

Webb

I SVT Play genomförs ett kontinuerligt utvecklingsarbete. Nu finns textning och uppläst text tillgänglig i de sända kanalerna på SVT Play. Den upplästa texten läses med syntetisk röst och finns tillgänglig på webb och i appar. Textningen finns tillgänglig i efterhand. En stor andel av de webbunika videoklipp som publiceras är numera textade. Tillgänglighetstjänsterna är taggade och därmed sökbara, oavsett plattform. Sökbarheten har förbättrats när det gäller möjligheterna att hitta det syntolkade och teckenspråkiga innehållet på alla plattformar där SVT Play finns.

Barnkanalen har stöd i Barnplay för minoritetsspråk, syntolkade och teckenspråkstolkade program. Dessa program samlas under egna kategorier. Användaren kan enkelt se en lista över de program som man senast tittade på och även få rekommendationer för program i samma kategori, till exempel syntolkade program för den som sett syntolkat material.

Ett stort utvecklingsarbete gjordes för att göra SVT:s valkompass så tillgänglig som möjligt. Den byggdes om från grunden och tidigt i processen beaktades tillgänglighetsperspektivet och inkluderades i design, språk och interaktion.

Utvecklingsarbetet med SVT Play sker i samråd med experter och användare med egen funktionsvariation. Två brukarråd har hållits under året. SVT har fortsatt samarbetet med Funka för att ytterligare höja kunskapen om tillgänglighet och göra tjänsterna bättre.

Särskilda målgrupper

Enligt den möjlighet som public service-bolagen har att fördela olika insatser gällande program om och för personer med funktionsvariationer har SVT ett utbud som riktar sig till en döv publik, det vill säga personer födda döva eller som blivit döva tidigt i livet.

Under 2018 har SVT sänt en särskild nyhetssändning på lätt svenska som varje vardag vänder sig till dem som av olika anledningar har svårt att följa med i vanliga nyhetssändningars språk och tempo. Sveriges Radio har sänt programserien *Klartext*, ett nyhetsprogram på lätt svenska. UR har sänt serien *Läsa med* som bland annat riktar sig till grundsärskolan.

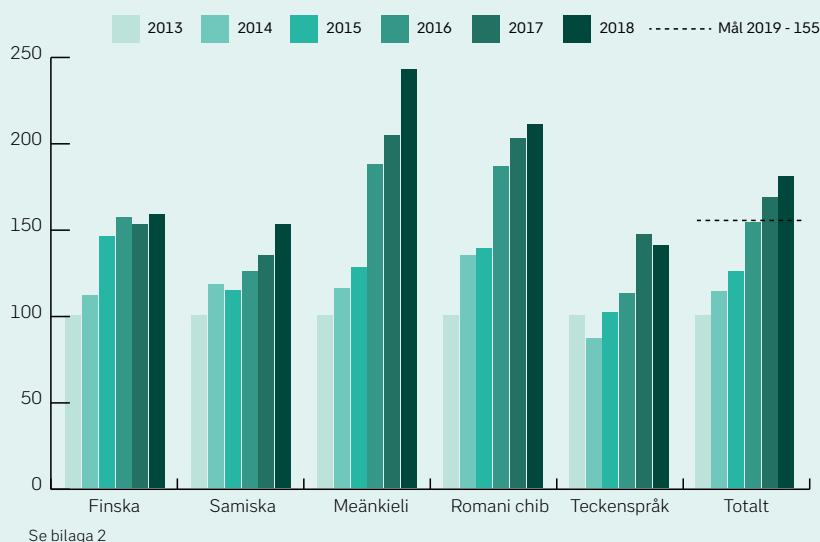
7.6 MINORITETSSPRÅK

Sedan slutet av 1970-talet har SVT:s sändningstillstånd innehållit formuleringar som reglerar utbudet för språkliga minoriteter. Enligt nuvarande sändningstillstånd ska programföretagens insatser på detta område öka. SVT:s övergripande mål är att, med utgångspunkt i den överenskommelse som finns mellan public service-bolagen, stärka minoritetsspråksutbudet sett till både kvantitet och kvalitet. SVT har en viktig roll för teckenspråket och de nationella minoritetsspråkens utveckling och kultur.

Program på finska, samiska, meänkieli, romani chib, svenskt teckenspråk och jiddisch

Skrivningarna i sändningstillståndet slår fast att det totala utbudet för alla minoritetsspråk sammantaget alla programbolagen ska öka betydligt under

7.6.1 Utveckling av minoritetsspråk, sammantaget alla bolag, index



tillståndperioden. Eftersom det är både felaktigt och ogörligt att jämföra en radiotimme från Sveriges Radio med en tv-timme från SVT eller en från UR har bolagen valt att skapa ett gemensamt index för att beskriva utvecklingen. Sända timmar per språk och programbolag 2013 utgör basen index 100. Därefter görs en genomsnittlig sammanräkning som utgår från respektive programbolags förändring av utbudet och som redovisas nedan (se vidare bilaga 2). Den gemensamma målsättningen för bolagen är att den sammantagna ökningen till 2019 ska uppgå till index 155 vilket också bolagen anser vara en betydande ökning. Det kommer att förekomma variationer mellan åren men målet är tydligt. Indexet för 2018 uppgick till 181. Motsvarande index för 2017 var 169.

Utöver denna sammantagna redovisning så redovisar respektive bolag utvecklingen var för sig. Övergripande inriktning för SVT inom minoritetsspråksutbudet 2018 har präglats av ambitionen att kvalitetsförbättra utbudet med målsättningen att nå majoritetsbefolkningen med minoritetsspråksutbudet och att minoritetsspråksprogrammen ska vara en del av det allmänna samtalet om SVT:s utbud. De nationella minoriteter-

na och deras språk ska vara en självklar del i det svenska samhället.

Samerna är den enda etniska gruppen inom Europeiska unionens område som betraktas som ursprungsbefolkning och har i egenskap av detta en särställning (prop. 1976/77:80). SVT har ett stort ansvar när det gäller den samiska kulturens överlevnad och har en viktig roll när det gäller att vårda och utveckla det samiska språket. Det samiska programutbudet har två huvudmål. Dels att realisera ett rikstäckande och brett samiskt utbud för alla samiska målgrupper. Dels att vara den ledande leverantören och förmedlare av samiskt och urfolksrelaterat programinnehåll.

SVT har ökat sitt minoritetsspråksutbud inom samiska, finska, romani chib, meänkieli samt det teckenspråkiga utbudet. Sammantaget har de totala sändningarna på minoritetsspråk ökat från 559 timmar 2013 till 854 timmar 2018. Enligt överenskommelsen med övriga public servicebolag, sänder SVT nyheter på finska, samiska och teckenspråk på vardagar. Sveriges Radio sänder nyhetsprogram på romani chib och meänkieli. SVT har versionerat aktualitetsprogrammet *Sverige idag* på meänkieli och romani chib.

7.6.2 Minoritetsspråk i SVT, timmar

2018

	Finska		Samiska		Meänkieli		Romani chib		Teckenspråk		Summa
Målgrupp	Första	Totalt	Första	Totalt	Första	Totalt	Första	Totalt	Första	Totalt	
Vuxna	103	310	73	128	10	33	21	42	56	135	648
Barn 3–11	15	33	12	23	10	19	5	10	15	42	128
Unga 12–19	5	16	3	13	5	18	3	12	5	19	77
Totalt	123	359	88	164	24	70	30	65	76	196	854

2013

	Finska		Samiska		Meänkieli		Romani chib		Teckenspråk		Summa
Målgrupp	Första	Totalt	Första	Totalt	Första	Totalt	Första	Totalt	Första	Totalt	
Vuxna	98	278	52	57	1	7	4	20	51	69	431
Barn 3–11	9	36	9	27	2	10	1	3	11	43	119
Unga 12–19	-	-	-	-	-	-	-	-	3	9	9
Totalt	107	314	61	84	3	17	5	23	65	121	559

SVT *Uutiset* och *Sisuradio* samarbetade genom att sända en gemensam sverigefinsk valdebatt två veckor före valet. Representer för de olika riksdagspartierna diskuterade frågor som rörde de nationella minoritetsspråken.

I september bevakade *Uutiset*, *Nyhetstecken* och SVT *Sápmi* händelserna under valkvällen.

Med målgrupp i en bred publik ville SVT uppmärksamma personer med rötter i den samiska kulturen som söker efter identitet och kunskap. I programmet *Idas skilda världar* försöker exempelvis Ida Ovmar, före detta Miss Universum, hitta ett sätt att lära sig samiska och få mer kunskap om sin släkthistoria.

I den finska dokumentärserien *Hårt arbete* mötte publiken några av dem som en gång lämnade Finland i hopp om ett bättre liv i Sverige. De var första generationens finska invandrare som kom till Sverige för att jobba ett par år men som sen stannade.

Trajosko Drom är en romsk kvinnoförening i Göteborg som drivs av fem kvinnor. Föreningen betyder mycket för medlemmarna och i serien *Fem kvinnor* berättar de hur det är att leva som romsk kvinna och dagligen kämpa mot fördomar.

Programmet *Konsten att fånga en dröm*, som samproducerades med Film-pool Nord, skildrade entreprenören Gunhild Stensmyrs arbete med att bygga en konsthall av internationellt snitt, ett Tornedalens Louisiana mitt i glesbygden. Ett annat byggprojekt i Tornedalen beskrevs i dokumentären *Kyrkbyggarna i Särkilax*. En grupp eldsjälär bestämmer sig för att bygga en timrad kyrka efter förlagan som försvann i Tornedalsälven i samband med vårflo-den år 1617.

Minoritetsspråksnyheter sänds samtliga vardagar. *Oððasats* reportage om renar på Svalbard som anpassar sig till klimatförändringarna var en del av den större bevakningen om klimatet som SVT gjorde i samband med valet. Som-marens skogsbränder bevakades av *Nyhetstecken* som sände extrasändningar om brandläget både på webben och i tv.

Sveriges Radio och Utbildningsradi-on har sänt program på jiddisch.

Barn och unga

Minoritetsspråksprogrammen för barn och unga har dels bestått av nya säsonger av befintliga titlar, dels helt nya programserier. Exempel på det senare är *Unnoraččat* som följer tre samiska barn.

Barnfamiljerna har själva filmat sin vardag som bland annat innebar att mata och flytta renar, åka 100 mil till mormor och morfar, plocka stortrutägg och åka skoter upp till fjälls. De romska barnen fick en ny bekantskap i serien *Magisko Nonó*. Titeln är synonym med namnet på den medverkande nallen som har magiska krafter. Han reser i hela världen, dyker upp där han behövs som mest och hjälper barnen att klara sig genom vardagliga utmaningar.

För de lite äldre teckenspråkiga barnen sändes serien *Alla älskar fotboll* som följer ett fotbollslag som deltar i St: Eriks-cupen. Medlemmarna i laget är döva, hörselskadade, hörande, nysvenska, tjejer och killar. Serien *Challenge Club* riktade sig till samma åldersgrupp fast på meänkieli. Barn utmanade programledaren Paulina på en mängd olika saker, exempelvis att åka hundsläde, spela innebandy och leta Pokémoms. Programmen är inspelade i ett stort geografiskt område, från Haparanda till Karesuando.

I samband med valet sändes serien *Kolds* och *Millenniekidsen* på teckenspråk. I programmen förmedlade förstagångsväljare sin syn på valet, om man tänkte rösta och förtroendet för politikerna och demokratin. I serien



Dox: Du fyller mitt liv med glädje Foto: Sonamn Pictures/SVT

Sápmi Teens fick publiken följa Niklas, 14, och Jon-Mattias, 13, från Gällivare. De filmade sin vardag med bland annat sarvslakt, fotboll, tv-spel, badhusbesök och tävlingar. I serien *Poddilainen* medverkade tre olika grupper unga människor: kick-sökare, karriärkvinnor och unga föräldrar i Tornedalen. I programmen träffas de och talar om hur det är att bli förälder i 20-års åldern, karriären och sin egen hemlängtan. Program med målgrupp bland unga var också serien *Min Squad* där unga medverkade och talade finska, meänkieli, samiska och finska i de olika avsnitten.

Program på andra minoritetsspråk
SR har ett större ansvar gällande specialanpassat utbud på minoritetsspråk som inte är nationella minoritetsspråk. Utöver detta har SVT sänt program på 40 olika språk under 2018.

SVT har utifrån sändningstillståndet fokuserat på ett antal övergripande mål som operationaliserats på ett sätt som beskrivits ovan. Därmed anser SVT att kraven i sändningstillståndet uppfyllts.

7.7 VARIATION I PRODUKTIONSFORMER

Produktion

SVT arbetar med fyra huvudgrupperingar av utbudet: egenproduktion, produktionsutläggning, samproduktion och inköpta program (förvärv av visningsrätter). Volymmässigt utgörs den största delen av SVT:s förstasända utbud av egenproduktion, främst nyheter och SVT Forum som produceras inom företaget. Under 2018 var 55 procent av SVT:s förstasända utbud egenproducerat. Utländska inköp stod för ytterligare 33 procent. Produktionsutläggningar och samproduktioner och svenska för-

värv svarade för drygt 12 procent av utbudet i SVT. Detta är relativt små skillnader jämfört med 2017. Det bör återigen påpekas att de 3 465 timmarna lokala nyheter (165 timmar per 21 stycken lokalredaktioner) som producerades under 2018 inte ingår i dessa siffror (se kapitel 5.1).

Analys av utläggningsgrader görs i linje med EU-regleringen på området normalt, utifrån den del av produktionen där alternativ till egenproduktion regelmässigt förekommer, den så kallade allmänproduktionen (se definition kapitel 7.1). Sammanlagt 1 601 timmar av det totala utbudet räknas som allmänproduktion och av dessa producerades 37 procent i samarbete med eller inköpt av utomstående svensk producent, en ökning med 4 procentenheter andelsmässigt jämfört med 2017. Inom fiktion och drama, underhållning och fritidsfakta svarar utomstående produktions-

bolag för en mycket stor del av produktionen. Även dokumentärer i olika genrer produceras i de flesta fall av externa producenter.

Utomstående medverkan och andra samarbeten

Sedan flera år tillbaka har SVT ökat antalet utläggningar och samproduktioner. Det svenska dramat får allt större uppmärksamhet i världen och intresset för den svenska produktionen blir allt större. Det har medfört att dessa samarbeten ökar samtidigt som en något högre andel av SVT:s produktion, inom många programkategorier, läggs ut på produktionsbolag.

Tabellen ovan visar på SVT:s kostnader som går direkt till utomstående enskilda personer eller produktionsbolag. Under de senaste åren har denna del konsekvent ökat vilket också har varit ett av SVT:s mål. Under 2018 har kostnaden minskat något jämfört 2017. Minskningen gäller främst produktionsutläggningar men också ersättningen till STIM beroende på att SVT minskat sändningarna under nattetid. Sett över en längre period ser man en tydlig ökning men variationer mellan åren kan och får förekomma. Målet är att samarbetena på sikt ska öka.

7.8 FOLKBILDNING

SVT når det stora flertalet medborgare med program som berikar och inspirerar till ny kunskap. Utifrån uppdraget att oberoende sprida kunskap och vara en referenspunkt i en föränderlig värld, producerar SVT ett stort antal program med kunskapsrelaterat material. Public service ger publiken tillfälle att orientera sig i samhället och möjliggör nya insikter och kunskaper. Ämnesområden som religion, historia, natur och kultur återfinns kontinuerligt i SVT:s utbud. Här finns program som omfattar långa historiska tidslinjer men också andra program som skildrar vår samtid. SVT

7.7 Utomståendes medverkan och andra samarbeten, mkr

Medverkande och programanställda

Mkr	2014	2015	2016	2017	2018
Arvoden	189,8	206,3	228,5	165,3	159,4
Programanställda	52,8	63,6	72,6	63,6	64,7
Summa	242,6	269,9	301,1	228,9	224,1

Andra slags produktionssamarbeten

Svenska	2014	2015	2016	2017	2018
Produktionsutläggningar	322,8	328,2	382,7	441,1	357,6
Samproduktioner	279,7	249,8	180,0	187,9	229,5
Förvärv	111,4	154,3	120,7	149,0	137,6
Summa	713,9	732,3	683,4	778,0	724,7

Utländska	2014	2015	2016	2017	2018
Produktionsutläggningar	2,3	7,0	6,9	3,7	0,6
Samproduktioner	12,7	4,3	7,3	1,7	4,8
Förvärv	230,5	234,4	239,1	234,7	236,6
Summa	245,5	245,7	253,3	240,1	242,0

	2014	2015	2016	2017	2018
SFI	43,3	44,2	44,8	0,0	0,0
STIM, IFPI/Sami, NCB	91,7	98,0	95,2	87,3	73,2
Summa	135,0	142,2	140,0	87,3	73,2

Totalt	1 337,0	1 390,1	1 377,8	1 334,3	1 264,0
---------------	----------------	----------------	----------------	----------------	----------------

tillhandahåller ett brett programutbud inom många olika genrer. SVT är en del av den pågående medieutvecklingen och vi menar att folkbildning och demokratiuppdraget i framtiden inte kan vara knutet till ett visst distributionssätt. Public service fyller ett viktigt folkbildningsuppdrag på internet.

Demokratin behöver informerade medborgare. Traditionella medier har spelat en viktig roll för att människor ska kunna ta del av politiken och göra viktiga val. Samtidigt blir internet en allt viktigare informationskälla. I en digitaliserad och fragmentiserad informationsvärld är kunskapsklyftor en reell utmaning då informationen som presenteras i större utsträckning är filtrerad. Det finns också en ökad risk att människor väljer ett fåtal nyhetskällor som passar just deras åsikter. Många olika faktorer spelar roll i valet av informationskälla. Det är belagt i forskning att public service bidrar till en ökad kun-

skapsnivå i samhället. Som en av flera aktörer när det gäller att upprätthålla det demokratiska samtalet, behöver public service utveckla folkbildningsuppdraget för att möta framtida behov och fortsatt vara en relevant förmedlare av kunskap, insikter och åsiktsbrytningar. Ny teknik är inte ett självändamål utan möjliggör att public service uppstår i nya former, på nya platser. Innehåll blir sökbart och tillgängligt, samtidigt som envägskommunikation i allt högre grad kan ersättas med flervägskommunikation. Public service folkbildande uppdrag ges nya möjligheter och SVT ser vikten av att fortsatt utveckla det demokratiska uppdraget i denna nya kontext. Rollen för public service aktualiseras av det ökande informationsöverflödet och desinformationen på nätet. Propaganda och falsk information sprids i digitala och sociala medier och det blir svårare för medborgarna att sälla i vad som faktiskt är sant och falskt.

Medier bidrar till stor del då vi ska ta del och förstå information. Därför finns det idag ett allt större behov att kunna värdera olika digitala medier. Allt fler krav kommer att ställas på människor om att de har tillräcklig kunskap för att kunna orientera sig och förstå digitaliserings effekter. Detta är ett allt mer aktuellt ämnesområde och benämns medie- och informationskunnighet. I takt med digitaliseringen och medieutvecklingen så finns ett stort behov av kunskap om detta område, både för barn och vuxna.

Barnprogram som exempelvis *Lilla Aktuellt* tar löpande upp frågor om hur barn ska förstå både hur de bör uppföra sig online, vad de har för rättigheter, vad som är ett brott, hur algoritmer fungerar och så vidare. *Lilla Aktuellt Kollen* är en app där användarna dagligen svarar på frågor kring nyheter och annat målgruppsriktat innehåll. Genom appen får användarna dela kunskaper, åsikter och känslor både med varandra och med redaktionen. Resultaten redovisas dagligen i tv-programmet i någon form och används ofta som underlag när redaktionen för *Lilla Aktuellt* planerar och producerar sitt innehåll. Genom den dagliga interaktionen i appen får användarna information om aktuella händelser, de får öva sin förmåga att ta ställning och värdera olika frågor utifrån egen förmåga och de har också möjligheten att jämföra sina svar.

Medieprogrammet *Fönster mot Medievärlden* diskuterar varje vecka aktuella mediefrågor och journalistik. Utgångspunkten är att analysera och kommentera företeelser inom medieområdet. Programmen publiceras i första hand på SVT Play, men höstens avsnitt har också sänts inom ramen för SVT Forum.

Den viktigaste insatsen gällande medie- och informationskunnighet för den äldre publiken sker i nyhetsprogrammen som bevakar dessa frågor löpande.

SVT vill verka för att kunskapsprogram blir en angelägenhet för det stora flertalet medborgare. Det bildande uppdraget hos public service-bolagen syftar till att stärka demokrati och humanism, att sprida kunskap och vara en referenspunkt i en föränderlig värld. Grunden för SVT:s folkbildande utbud utgörs av nyhets- och samhällsprogram samt olika fakta-, kultur- och vetenskapsprogram. SVT har en mångfald av nyhetsprogram samt olika granskande och fördjupande samhällsprogram med information av folkbildande karaktär. Här kan nämnas *Aktuellt*, *Agenda* och *Dokument utifrån/inifrån*. SVT har en omfattande omvärldsbevakning inte minst genom företagets utrikeskorrespondenter. Deras rapporter syns i den dagliga nyhetsrapporteringen och i exempelvis programmet *Korrespondenterna* erbjuds en ytterligare fördjupad bild av en ibland komplicerad omvärld. Aktuella samhällsfrågor om klimat och matkonsumtion belystes i programserierna *Storuman forever*.

Med syfte att för en bred publik lyfta vetenskap och kunskapsstörst, har SVT förnyat det klassiska programmet *Fråga Lund*. Kristian Luuk leder programmet där en fysiker, en biolog, en historiker, en psykolog och en läkare svarar på publikens inskickade frågor ur ett vetenskapligt perspektiv.

I december hade serien *Helt lyriskt* premiär. I programmet tonsätter några av vår tids mest erkända artister dikter på svenska av exempelvis Karin Boye, Hjalmar Gullberg och Edith Södergran.

SVT:s fritids- och faktautbud ska sprida inspiration och kunskap som är relevant och engagerande för en stor del av publiken. Inom fritidsområdet gäller det främst inom de stora breda fritidsintressena: mat, bygg och inredning, trädgård, djur och natur, hälsa och träning samt resor. Området byggs upp av inarbetade återkommande titlar, reportage och inslag i magasinsprogram som *Go'kväll* samt enstaka programserier.

I serien *Det sitter i väggarna* fick publiken möta husägare för att lära sig mer om deras hem och dess historia och byggnadsteknik. Historia var också temat i serien *Arvinge Okänd* där man berättade om okända människooöden som ofta var påverkade av de stora samtida politiska händelserna i Europa och världen. Programmet *Världens sämsta indier* förmedlade kunskap om dagens Indien genom ett nyfiket, inspirerande och lekfullt berättande som utmanade stereotypa föreställningar. I *Maträddarna* belystes matsvinnet hos producenter, distributörer, affärer och hos oss konsumenter. Konkret och inspirerande visade programmet hur vi kan tänka och göra annorlunda när vi säljer, köper och lagar mat så att mer av råvarorna tas tillvara.

Programmen och profilerna inom fritid- och faktautbudet får kontinuerligt mycket höga betyg av publiken. Enligt den attitydundersökning som SVT gjort 2018 angav 82 procent att de tyckte att SVT har program som ger kunskaper och insikter. Det är en mycket hög siffra.

7.9 SVT:S SAMLANDE ROLL

Vad gör att människor samlas med andra än de närmaste vännerna och familjen? Vilka gemensamma upplevelser har man med människor de inte känner så väl eller inte alls? Historiker pekar på att det framför allt är institutioner som värnplikt, skola och media som samlat människor från olika delar av samhället. Sådana gemensamma upplevelser bygger tillit som är ett viktigt smörjmedel för ett välfungerande land.

I dag är det dock få som gör värnplikt och rapporter om skolsegregation är vanligt förekommande. Medier spelar inte heller samma roll som tidigare. Internet har öppnat upp för en fantastisk värld av mångfald av medier vilket i grunden är väldigt positivt, men det har också gjort det enklare att leva i sin egen mediebubbla. Människor lever i större utsträckning i olika världar.



Sysstrar 1968 Foto: Ulrika Malm/SVT

Det är i ljuset av detta som public service samlande roll blir så viktig. Public service ger en gemensam bild av vad som händer i samhället, hur det går för svenskarna i både nationella och internationella tävlingar, skapar lättsamma och allvarliga samtalsämnen över alla gränser och ger insikter i andras livssituation. Public service skapar sammanhållning, förståelse och blir en plattform för ett gemensamt samtal. Forskning (bland annat Ken Newton och Hooghe & Jacobs) visar att i länder med stark public service är tilliten högre till medmänniskor och institutioner och medborgarna är mer välinformerade och deltar i högre utsträckning i demokratiska processer.

Sändningstillståndet säger att SVT ska sända program med både ett brett anslag och mer särpräglade programtyper. SVT har program som samlar både många och få, och alla dessa är viktiga

för att uppfylla vårt uppdrag. Nischade dokumentärer hittar sin specialintresserade publik, medan underhållnings- och sportprogram ses av en större grupp. Det är framför allt dessa breda program som bidrar med gemensamma upplevelser till många.

Under året har folkbildande publiksuccéer som *På Spåret* och *Fråga Lund* visats. Tusentals människor samlades i arenor i Karlstad, Göteborg, Malmö, Örnsköldsvik, Kristianstad och Stockholm och i tv-sofforna fanns miljoner tittare sex lördagar i rad för att traditionenligt se vem som skulle vinna *Melodifestivalen* och därmed få representera Sverige i *Eurovision Song Contest* i Lissabon. Under sommaren kunde de musikintresserade se kända artister uppträda på *Allsång på Skansen*. När Nobelpristagarna skulle motta pris för sina vetenskapliga upptäckter och avnjuta banketten bänkade sig över en miljon

människor. *Musikhjälpen* var under 2018 i Lund och samlade många tittare både i broadcast och i SVT Play under en veckas tid. När julvärden Kattis Ahlström tillsammans med hunden Nellie presenterade Kalle Anka och hans vänner på julafton tittade närmare fyra miljoner. Den andra säsongen av *Vår tid är nu* lockade också storpublik tio mandagar i rad och blir också en del av de gemensamma upplevelserna. SVT har även visat flera galor och välgörenhetsinsamlingar, som *Guldbaggegalan*, *Guldtuben* och *Världens barn*.

SVT:s högkvalitativa sportprogram samlar också många intresserade. Under 2018 blev SVT utsett till världens bästa sportkanal i konkurrens med 1 700 tv-kanaler runt om i världen. SVT Sport fick priset av organisationen FICTS som också kallas "det internationella förbundet för sporttelevision". I motiveringen tog juryn fasta på att SVT lyft fram

idrotten med fokus på viktiga värderingar ur ett mänskligt- och samhällsperspektiv, något sportredaktionen gör såväl i nyhetsbevakningen som i särskilda programsatsningar.

Under året som gått har SVT Sport gjort ett antal fördjupande journalistiska satsningar utöver den mer traditionella idrottsbevakningen. Satsningarna har bland annat behandlat idrott och mat, idrottens påverkan på klimatet, hjärn-skakningar inom idrotten och idrott och mental hälsa. Inför valet gjorde sportredaktionen också en serie reportage som belyste hur de politiska partierna ser på idrotten och idrottsrörelsen i Sverige. I Sveriges största sportmagasin, *Sportspegeln*, anordnades också en idrottspolitisk debatt inför valet.

SVT Sport satsar mycket på jämställd sportbevakning för att säkerställa att både elitidrottande män och kvinnor bevakas, både nationellt och internationellt. På så sätt kan SVT bli mer relevanta för hela sportpubliken. Detta mäts dagligen, liksom antalet sporter som bevakas i *Sportnytt* och *Sportspegeln*, vilket gör att sportredaktionen har ännu bättre översikt över hur det breda bevakningsuppdraget utförs.

Fotbolls-VM som sändes i SVT och TV4 blev årets största sportevenemang i tv i Sverige, med fler tittare än vinter-OS. Flera VM-matcher hade över tre miljoner tittare och SVT satte också svenskt rekord i streaming. I genomsnitt tittade svenskarna på hela 16 timmar vardera på fotbolls-VM. En undersökning beställd av SVT, genomförd av Novus, visade efter VM att SVT var det företag som publiken uppgav hade den bästa bevakningen av fotbolls-VM som helhet.

I augusti, några veckor efter fotbolls-VM, sju sattes det nya programformatet EM-veckan som rönt stort intresse. EM-veckan bestod i denna premiärversion av sju olika sporter där sex av sporterna avgjordes i Glasgow och en sport avgjordes i Berlin.

EM-veckan påminner om SM-veckan, som avgörs både vinter- och sommartid. 27 sporter fanns med på vinterveckan och 52 sporter på sommarveckan och totalt sände SVT runt 150 timmar från SM-veckorna 2018. SM-veckan har med åren vuxit till en riktig folkfest, både på plats på arrangörsorten, men också vid tv:n.

Ett annat nytt programformat som lanserades under året var *Hårds historier* som på ett underhållande och folkbildande sätt gav inblick i svensk och internationell idrottshistoria.

Sportredaktionen är sedan många år kända för sitt reportageberättande inom sport som ofta syns i nyhetssändningarna och i flaggskeppsprogram som *Vinterstudion* samt i SVT Play. Under 2018 producerade redaktionen också en dokumentär om den, efter en svår olycka, hjärnskadade skicross-åkaren Anna Holmlund.

7.10 MÖTEN OCH DIALOGER

Sedan 2007 har funktionsrättsrörelsen tillsammans med SVT, Sveriges Radio och UR anordnat en årlig konferens med syfte att inspirera till bättre inkludering av personer med funktionsvariationer i public service samt ge möjlighet till ett gemensamt kunskaps- och erfarenhetsutbyte mellan public service-bolagen, representanter från Funktionsrätt Sverige, Lika Unika och andra med kompetens eller intresse i frågor om tillgänglighet, likabehandling och demokrati. Under hösten 2018 hölls ett seminarium på temat Valet 2018. Seminariet följde upp de olika public service-bolagens valbevakning ur ett funktionshinderperspektiv. Hur klarade public service 2018 års valbevakning när det gäller tillgänglighet för och spegling av människor med funktionsnedsättningar? En undersökning som gjordes av analysföretaget Retriever visade en kraftig ökning av antalet artiklar och inslag om funktionshinderfrågor i valet 2018 jäm-

fört med valet 2014. År 2014 hade SVT publicerat 49 artiklar eller inslag och 2018 var det 133 publiceringar.

Under 2018 har SVT fortsatt skapa intressentdialoger med minoritets-språksorganisationerna. Dessa dialoger utgår från det krav som finns i sändningstillståndet och syftar främst att föra en diskussion om förbättringsområden samt utvecklingen och framtida behov för respektive språkgrupp. SVT träffade bland annat ansvariga på Romskt informations- och kunskapscenter (RIKC), en verksamhet inom Malmö stad som har ett kommunövergripande uppdrag att öka romsk delaktighet i samhället. Därutöver har SVT träffat representanter för Sverigefinländarnas Delegation, Sverigefinska Riksförbundet, Sametinget, Svenska Tornedalingars Riksförbund och Judiska Centralrådet.

SVT har haft möte med Sveriges Dövas Riksförbund för att följa upp de diskussioner och den lösning som kommit till stånd för dagliga teckenspråkstolkade nyheter samt för den ökade beredskapen för teckenspråkstolkade nyheter i akuta nyhetslägen.

SVT närvarade med programansvariga på Dövas dag som denna gång hölls på en färja, tur och retur till Helsingfors. Cirka 1 500 döva från hela Sverige träffades med ett program som innehöll föreläsningar, utställningar, möten och underhållning. SVT hade egen monter i anslutning till konferensen. SVT har också träffat Riksteaterns Tyst Teater för att informera om planerade produktioner samt diskutera eventuella framtida samarbeten.

Utvecklingen av tillgänglighetstjänster på webben är en utmaning där det är av stor vikt att ha kontakt med olika brukare för att exempelvis stämma av användbarhet och tillgänglighet. Därför hölls två brukarmöten med representanter från Synskadades Riksförbund, Unga med Synnedsättning, Hörselskadades Riksförbund, Unga Hörselskadade, Sveriges Dövas Ungdomsförbund, samt

Dyslexiförbundet. Bland annat diskuterades SVT:s utökning av teckenspråkstolkade nyheter och rekrytering till den fokusgrupp som behövs för att utvärdera tolkningen. Utvecklingen av tillgänglighetstjänster i SVT Play fortgår och ansvariga för produktutvecklingen informerade om nya tjänster samt tog emot synpunkter och tips om förbättringar. Arbetet med SVT:s Valkompass presenterades och reaktionerna från brukarna var över lag mycket positiva till tillgängligheten i valkompassen. Vid årets första brukarråd påtalade SVT ett behov av att träffa fler barn för att diskutera tillgängligheten i SVT:s tjänster. Resultatet blev ett besök i tv-huset av en grupp barn med synnedsättning och deras föräldrar som innehöll både intervjuer och användartester. Besöket avslutades med en rundtur i studion där programmet Labyrint var under inspelning. Programmet är mycket populärt och för barn med synnedsättning ger det en extra känsla att kunna ta på figurer och scenografi, att doppa handen djupt i slemmig slajm, känna på dräkter och själva gå runt inne i labyrinten.

En temadag om det fria ordet arrangerades första gången i Växjö under 2017 och var ett samarbete mellan P4 Kronoberg, SVT Nyheter Småland och Smålandsposten. Dagen bestod av aktiviteter och information om medier och yttrandefrihet med målet att alla elever i årskurs 6 skulle lära sig mer om hur radio, tv och tidningar jobbar samt att fria medier inte är någon självklarhet utan något varje land och generation måste slå vakt om. Under 2018 arrangerades liknande temadagar i Karlstad, Luleå och Växjö. Temadagarna ville visa vilken betydelse den etablerade journalistiken har för demokratin och ett fritt samhälle samt att manifestera de lokala medierna.

Under året har SVT också bjudit in till olika seminarier och konferenser.

I samarbete med Ersta Sköndal Bräcke Högskola arrangerades en konferens om demokrati och social samman-

hållning som leddes av historieprofessor Lars Trägårdh. Tre samtal fördes utifrån frågeställningar om polarisering, tillit, demografiska klyftor och mediers samhällsroll. Medverkade gjorde bland annat statsvetaren Katarina Barrling, SVT:s vd Hanna Stjärne, Unga Klaras vd Nisha Besara, journalisten och författaren Po Tidholm samt TV4:s tidigare vd Jan Scherman.

Under rubriken: Barnen, internet och demokratin, bjöd SVT och Tekniska Museet in till ett seminarium. Barns mediekonsumtion domineras av de stora sociala medierna. Youtube, Instagram och Snapchat har via sina mätpunkter och algoritmer kontroll på hur de ska få barnen att öka sin tid på deras plattformar. De har drivkraften och kunskapen att skapa nya beteenden som har stor inverkan på barnens liv. Seminariets syfte var att diskutera och fördjupa kompetensen om barns mediekonsumtion på internet samt identifiera viktiga framtidsfrågor som exempelvis: Hur tar vi med oss våra höga ambitioner för barns kreativitet, deras rätt till kultur, skapande och information in i den digitala världen?

Generellt ses Sveriges manuella och decentraliserade valsystem som säkert

och svårt att påverka. Under de senaste åren har dock den ökade risken för påverkanskampanjer inför, under och efter valet uppmärksammats brett. Medier och politiker är extra utsatta för att bli brickor i sådana försök. De har stor publik och kan luras att bli budbärare av budskap från främmande makt eller andra grupper som har intresse av att påverka den politiska utvecklingen i Sverige. SVT bjöd in medier, myndigheter, politiker och intresseorganisationer till ett seminarium för att diskutera dessa frågor.

Tre dagar efter valdagen bjöd SVT in till en eftervalsanalys som innehöll den traditionsenliga redovisningen av SVT:s vallokalsundersökning. Därutöver innehöll seminariet ett reflekterande samtal och diskussion med fem mediechefer om hur medierna klarade valbevakningen.

Med anledning av utredningen om SVT:s nästa sändningstillstånd så har SVT haft ambitionen att belysa ett antal viktiga framtidsfrågor för public service. Det gjordes inom ramen för en konferens som hölls under hösten. Syftet var att fördjupa diskussionen om framtidens komplexa och föränderliga mediemarknad och om vilken roll public service har på den marknaden.



Besök i Labyrintstudion Foto: SVT



Publiken – användarna

Flera viktiga och av SVT prioriterade aspekter av relationen till publiken beskrivs i kapitel 3: användning, räckvidd, kännedom, förtroende, upplevt individuellt värde och upplevt samhällsvärde. I detta kapitel beskrivs ytterligare några centrala trender och förändringar som under år 2018 haft inverkan på publikens relation till SVT och tv-mediet i vid bemärkelse.

8.1 PUBLIKRÖRELSEN FRÅN BROADCAST TILL ONLINE

Det totala tittandet på rörlig bild i Sverige ökar. Ökningen förklaras helt av ett kraftigt ökat tittande online. Tittandet på traditionella tv-kanaler minskar. Att traditionellt tv-tittande minskar trots händelser som Vinter-OS, Fotbolls-VM, de allmänna valen samt vad flera experter skulle kalla ett starkt dramaår är anmärkningsvärt. Historiskt sett har motsvarande event och omfattande dramautbud ofta inverkat positivt på det traditionella tv-tittandet. Så skedde inte 2018. Tittartiden sjönk med 5 procent, från 140 till 133 minuter per dag, och utvecklingen återfinns i alla åldersgrupper.

Online står amerikanska videoaktörer som Netflix och Youtube samt Facebook för en tilltagande del av konkur-

rensen med tre fjärdedelar av tittartiden i Sverige (Norstat/SVT). Andelen för dessa aktörer är därtill ökande. Delar av tittande flyttades förvisso från traditionell tv till de svenska tv-kanalernas videotjänster, men tv-kanalerna tappar mer tid än vad som fångas upp online. Utifrån data från MMS fångas två av sju förlorade tittarminutrar per person och dag upp för de svenska tv-företagen. SVT har enligt flera mätningar också nått allt fler online, men liksom för övriga svenska tv-aktörer tappar SVT snabbare i broadcast än vad tillväxten sker online.

Sett till befolkningen som helhet läggs numera ungefär lika stor andel av tittandet online som i broadcast. Bland barn, tonåringar och unga vuxna läggs senaste året avsevärt mer tittartid online än i de traditionella tv-kanalerna. För

SVT kommer fortsatt merparten av tittartiden, 80 procent, från tv-kanalerna.

Ungefär 8 av 10 i Sverige har idag tillgång till någon form av uppkopplad tv-skärm: exempelvis smart-tv, Apple TV eller Chromecast. Dessa möjligheter till uppkoppling av tv-apparaten mot internet har bidragit till att hushållen har större flexibilitet i vad tv-skärmen används till. Videotjänster online spelas i snabbt växande grad upp på tv-skärmen samtidigt som tittandet på datorer har planat ut. Rörelsen mot tv-skärmen för videotjänster innebär utöver en ny flexibilitet för hushållen också en ny konkurrenssituation för de traditionella tv-kanalerna, vilket är en av förklaringarna till att det traditionella tv-tittandet minskar allt snabbare.

Fortfarande använder de allra flesta, cirka två av tre personer, någon gång per

vecka SVT:s traditionella tv-kanaler. En allt större del, cirka 15 procent, använder emellertid SVT:s tjänster enbart online en genomsnittlig vecka. Dessa beteendeförändringar, från tv-tittande till online-tittande, går som fortast bland ungdomar, unga vuxna och på senare år med ökande hastighet även bland de minsta barnen (Norstat, telefonundersökning). Teknikutveckling, som exempelvis touchskärmar, har lett till att de små barnen enklare kan navigera vilket bidrar till en ökad valmöjlighet för dem när det gäller medier och innehåll. Det är framför allt i de ovan nämnda grupperna som SVT tappar i veckoräckvidd i broadcast. Räckvidden i den äldre delen av befolkningen är mer stabil men 2018 minskade den även i dessa grupper.

8.2 MEDIEANVÄNDNING VID KRISE

De allmänna valen, fotbolls-VM där det svenska herrlandslaget deltog samt de omfattande skogsbränderna under sommaren var under 2018 exempel på händelser där förväntningarna och kraven på public service varit särskilt stora. I syfte att lära och vidareutvecklas genomförde SVT uppföljande opinionsundersökningar vid dessa tillfällen. Dels för att förstå i vilken utsträckning befolkningen håller sig informerade, vilka källor som används och dels hur tittarna värderar SVT:s insats. Möjligheterna att förstå olika gruppers väg till informationsinhämtning, behov och värdering är en viktig del i dessa studier.

I anslutning till de omfattande skogsbränderna som härjade i Sverige sommaren 2018 genomförde SVT tillsammans med SR en rikstäckande samt fyra regionala opinionsundersökningar (Novus). 71 procent av befolkningen uttryckte ett stort eller mycket stort intresse av att följa händelseutvecklingen kring bränderna. I de drabbade områdena var behovet och intresset självfallet ännu högre. För snabb uppdatering var

det vanligast att använda nyhetstjänster i mobiltelefonen. Det i särklass vanligaste sättet att hålla sig informerad totalt sett var via traditionell tv. SVT var den aktör som flest vände sig till. 50 procent sökte och fick information via SVT:s tv-kanaler och SVT Play på daglig basis, 18 procent använde SVT:s nyhetstjänster online på daglig basis.

I flera avseenden ansåg befolkningen att SVT var den bästa källan till information. Till exempel ansågs SVT vara bäst på den lokala rapporteringen (det vill säga SVT:s lokala nyheter). SVT ansågs vidare varit bäst på att ge snabb, men också fördjupad information om händelseutvecklingen samt även bäst på att ge trygghet och stöd. Andra tjänster, främst Facebook, ansågs vara bäst för att erbjuda möjlighet att delge egen information.

En motsvarande opinionsundersökning genomfördes efter valet i september. Svenska folkets kunskapsinhämtning, tilltron till olika källor och värdet av källorna för att bilda sig en åsikt kartlades för tredje valet i rad och redovisas i samband med kapitel 7.2.

Ett fotbolls-VM är en annan sorts angelägenhet för befolkningen. Engagemanget och intresset för att kunna följa evenemanget och dela upplevelsen är särskilt stort ett år då Sverige kvalificerat sig. VM, som sändes av SVT och TV4, sågs i någon utsträckning av 84 procent av befolkningen. När Novus ställer frågor till ett representativt urval av den vuxna befolkningen anses SVT vara den källa som erbjudit den bästa bevakningen totalt sett. Den främsta digitala källan var Aftonbladet/Sportbladet följt av SVT:s sporttjänst online. Betyget för SVT:s bevakning blev jämfört med tidigare stora evenemang högt och stabilt, 4,3 på en 5-gradig skala (jämfört med 3,8 för TV4).

8.3 VÄRDERING AV KANALER OCH TJÄNSTER

I en återkommande attitydmätning, som genomförs av Norstat, får ett representativt urval av befolkningen bland annat sätta betyg på tv-kanaler och videotjänster online. I takt med att videotjänster online etablerat sig som en vana för många har dessa också påverkat förväntningarna på tv-kanalernas service och utbud. Att själv kunna välja vad och när man ska se något ger många ett extra värde jämfört med att ta emot en linjär tv-kanal där någon annan valt tidpunkt för programmet.

Värderingarna, här i form av betyg, har därför över tid sjunkit för flera tv-kanaler. SVT1 är fortsatt den högst värderade kanalen i Sverige med ett snittbetyg på 3,8 (av 5). SVT1 är även fortsatt Sveriges största tv-kanal och får av den anledningen också flest omdömen i dessa sammanhang. Även i de grupper där SVT är som mest konkurrensutsatt, till exempel bland unga vuxna, är SVT1 den högst värderade tv-kanalen. Den mindre, men högt uppskattade, Kunskapskanalen når näst högst värdering av de bedömda tv-kanalerna.

Onlinetjänsterna för videoinnehåll når med sin flexibilitet i tillgång och anpassning av vad man vill se i några fall högre värderingar än tv-kanalerna. SVT Play når fortsatt en mycket hög och stabil värdering med betyget 4 och är därmed den totalt sett näst högst värderade tv-kanalen/videotjänsten efter Netflix. SVT Play får dock värderingar av en större del av befolkningen, nära 80 procent, genom sin bredare räckvidd och användning än Netflix som inte riktigt har samma genomslag i befolkningen som SVT Play. Även SVT:s nyhetstjänst online är uppskattad och nådde en genomsnittlig värdering på 3,8 (Norstat, webbenkät).



Mitt i naturen: I rovdjurens spår Foto: Peter Lindgren

Resursanvändning

I detta kapitel redovisas företagets utveckling av intäkter och kostnader. Ett särskilt fokus läggs på intäkter som SVT haft vid sidan av anslagsmedlen så som intäkter från kommersiella samarbeten, sponsring samt resultatet av sidoverksamheten. Kostnaderna fördelas i olika verksamhetsområden och i programkategorier och en beskrivning av produktivitetsutveckling lämnas.

9.1 INTÄKTER

SVT:s verksamhet finansieras till övervägande del (94 procent) av radio- och tv-avgiftsmedel. Anslagsvillkoren som regeringen årligen fastställer anger under vilka förutsättningar medlen får disponeras. Radio- och tv-avgiften fastställs av riksdagen och uppgick 1 januari 2018 till 2 400 kronor. Tilldelade avgiftsmedel jämföras skattemässigt med statliga näringsbidrag, vilket betyder att under året ej förbrukade medel behandlas som förutbetalda (skuldförda) avgiftsmedel.

Sidoverksamheten genererade 61,7 miljoner kronor och resulterade i ett överskott på 13,9 miljoner kronor. Intäkterna redovisas som en separat post och en utförligare beskrivning av sidoverksamheten lämnas i kapitel 9.4.

SVT, Sveriges Radio och UR äger och finansierar med avgiftsmedel de gemensamma dotterbolagen Radiotjänst i Ki-

runa AB och Sveriges Radio Förvaltningsaktiebolag (SRF). Från 2014 svarar också SVT för distributionskostnaderna för UR vilket medfört en extra tilldelning. I övrigt har anslagen räknats upp med 2 procent.

Överföringarna till dotterbolagen Radiotjänst och SRF var sammanlagt 179,3 miljoner kronor vilket motsvarar förra årets avstående. Medlen till Radiotjänst minskade jämfört med 2017 då verksamheten påverkades i och med beslutet om ny finansieringsform från och med 2019.

Övriga intäkter

SVT:s övriga intäkter uppgick till 249,8 miljoner kronor exklusive sidoverksamheten. Detta är en ökning med knappt 30 miljoner kronor jämfört med 2017 vilket beror på ökade sponsringsintäkter, teknisk försäljning och sublicensiering av sporträttigheter.

Övriga intäkter delas redovisnings-

mässigt in i sju kategorier utifrån intäkstens typ. SVT redovisar för varje intäktskategori totala intäkter samt typiska exempel inom kategorin. I enlighet med förväntningarna på SVT, bland annat vad gäller kraven på effektivitet och produktivitet, och framför allt vad gäller affärsetik, redovisar SVT inte enskilda uppgörelser eller avtal. Redovisningen utvecklas detta år med fler exempel.

Anslag

SVT får ett särskilt bidrag för att genomföra beredskapsprojekt. 2018 års bidrag uppgick till 4,4 miljoner kronor. Tidigare år har det statliga anslaget för SVT World legat i denna kategori men eftersom SVT upphörde med kanalen 2017 så finns inte längre den intäkten.

Produkter, teknik och förlag

Den största delen består av intäkterna från den kompletterande verksamheten



Regnbågshjältar Foto: Filmriding



i form av försäljning av den traditionella Julkalendern och Allsångshäftet i pappersformat. Intäkten har ökat jämfört med föregående år på grund av försäljning av tekniska resurser till andra tv-bolag i samband med Fotbolls-VM i Ryssland samt vid ett antal andra sportevenemang. Vid några evenemang har SVT vidarefakturerat de nordiska bolagen för fiberkostnader och annan teknik i de internationella presscentren.

Royalty

Intäkterna för royalty är uppdelade i två delar. Den första delen kommer från spelfilmer där SVT har varit samproducent och den andra delen från främst dramaproduktioner som sänts i andra länder. I båda fallen har royaltyintäkten fungerat som förutsättningar för finansieringen när produktionsbesluten togs. Totalt sett har intäkterna fortsatt att

minska något jämfört med 2017. Bland filmerna kan nämnas *Sameblod*, *En man som heter Ove*, *Tårtgeneralen* och *The square*. Den andra delen kommer från tidigare samproduktioner där SVT tar del av intäkter från vidareförsäljning eller andra sätt som rättigheter har kunnat nyttjas. Som exempel på dramaproduktioner kan nämnas *Bron*, *Äkta människor* och *Midnattssol*, alltså program som producerades för många år sedan. Intäkterna kommer från andra tv-bolag, produktionsbolag och distributörer beroende på hur de olika kontrakten är skrivna.

Samproduktioner

En tredje typ av intäkter är samproduktioner. Samproduktionsintäkterna är de bidrag som SVT får från andra bolag i samband med själva produktionen. Flera samproducenter enas om en finansie-

ringsplan där parterna finansierar produktionen och erhåller rättigheter i förhållande till insats och överenskomelse. En del av dessa intäkter kommer från andra källor än rent kommersiella bolag. Det går dock inte att härleda exakt vilka av dessa intäkter som finansieras på kommersiell grund, som är finansierade med avgiftsmedel eller som till del eller till fullo finansieras av det offentliga. Många samproducerande fonder samlar intäkter från många olika håll. Finansieringen kommer från andra utländska tv-bolag, film- och tv-fonder, externa produktionsbolag och Svenska Filminstitutet. Totalt sett har dessa intäkter ökat. Som exempel på dramaproduktioner som gjorts i samarbete med andra bolag och gett störst intäkter kan nämnas *Bonusfamiljen*, *Fröken Friman*, *Julkalendern*, *De dagar som blommorna blommar* och barnprogrammet *Laby-*

9.1.1 Verksamhetens intäkter, mkr

Mkr	2014		2015		2016		2017		2018	
Erhållna avgiftsmedel från rundradiokontot	4 476,5		4 566,0		4 772,3		4 865,4		4 839,4	
Korrigeringar mellan programbolagen	1,0		1,7		-3,7		-4,3		-3,8	
Totalt erhållna avgiftsmedel	4 477,5		4 567,7		4 768,6		4 861,1		4 835,6	
Avgiftsmedel överförda till RIKAB	-85,9		-97,6		-98,6		-80,8		-73,2	
Avgiftsmedel överförda till SRF	-109,7		-80,4		-78,4		-98,0		-106,1	
Delsumma	-195,6		-178,0		-177,0		-178,8		-179,3	
Förändring skuldförda avgiftsmedel *)	60,5		39,4		-2,0		-169,2		-129,0	
Summa intäktsförda avgiftsmedel	4 342,4	95%	4 429,1	94%	4 589,6	92%	4 513,1	94%	4 527,3	94%
Visningsrätter, samproduktioner, royalty	69,6		83,9		128,4		89,2		98,8	
Tekniska tjänster	11,1		12,9		9,0		1,9		9,4	
Sponsring	30,3		33,3		39,5		23,6		37,1	
Övrigt	75,4		103,1		158,3		105,6		104,5	
Summa övriga intäkter	186,4	4%	233,2	5%	335,2	7%	220,3	5%	249,8	5%
Summa	4 528,8	99%	4 662,3	99%	4 924,8	99%	4 733,4	99%	4 777,1	99%
Sidoverksamhet	66,6	1%	68,1	1%	71,4	1%	70,3	1%	61,7	1%
Summa intäkter	4 595,4	100%	4 730,4	100%	4 996,2	100%	4 803,7	100%	4 838,8	100%

*) Inkluderat justering av förutbetalda medel för distribution, 2016 -28,4, 2017 -53,1, 2018 43,0

rint. Totalt handlar det om drygt 30 produktioner där intäkterna varierar från några hundra tusen kronor till mer än 15 miljoner kronor.

Sponsring

Intäkterna från sponsring beskrivs utförligare i detalj senare i kapitlet. Ökningen jämfört med föregående år är 13,5 miljoner kronor vilket till största del förklaras av intäkterna i samband med Fotbolls-VM.

Sändnings- och nyttjanderätt

En femte typ resulterar i intäkter från sändnings- och nyttjanderätter. Den största delen av sändnings- och nyttjanderätter består av sublicensiering av sporträttigheter och vidareförsäljning av utländska förvärv. Även i detta fall är det i första hand andra tv-företag som genererar dessa intäkter. Som exempel

kan nämnas SVT:s vidareförsäljning av rättigheter till VM i ishockey, en turnering som numera delas mellan MTG/NENT och SVT. 2019 kommer vara det första året sedan 1986 som Ishockey-VM visas i SVT. Utöver detta har också några andra sporträttigheter som har ingått i SVT:s köp, men som inte kan utnyttjas, sublicensierats. Det kan också förekomma försäljning av rättigheter för översättning och försäljning från arkivmaterial som inte klassas som sidoverksamhet. Summan har ökat med drygt 6 miljoner kronor.

Övriga rörelseintäkter

Övriga rörelseintäkter består av många skilda verksamheter. I övriga rörelseintäkter ingår intäkter kopplade till Melodifestivalen. SVT står för alla kostnader som är direkt kopplade till själva tv-produktionen, enkelt uttryckt allt som syns

på scenen och i bild. För själva turnén saknar SVT rätt kompetens. Därför upphandlar SVT tjänsten turnésamordning. För närvarande är det Blixten & Co som är den upphandlade parten och för detta betalar SVT en ersättning. Dessutom uppbär SVT intäkter vid licensieringen av varumärket och tillhörande rättigheter som hör samman med produktionen samt för biljettintäkterna. Under 2018 var det Live Nation som var SVT:s partner för detta. Det gäller bland annat möjligheten för externa bolag att nyttja varumärket Melodifestivalen på exempelvis arenorna eller vid annonsering. I samband med 2018 års festival utgjordes de företagen av huvudsponsorer Coca-Cola, Coop, Elon, Marabou och Toyota samt partners som var Bolist, Kappahl, OLV, Onlinepizza, Postkodlotteriet, Santa Maria, Silja Line och Synsam och slutligen Expressen som

mediapartner. I samband med 2019 års Melodifestival fastslogs att spelbolag inte längre skulle tillåtas nyttja varumärket eller delta i samband med produktionen. Denna exponering visas aldrig i bild och SVT säkerställer att det aldrig innebär att sponsorerna har någon som helst påverkan på programmet. Live Nation har självfallet ingen redaktionell roll i produktionen.

En annan större post är valutakursvinster som uppgick till nästan 26 miljoner kronor 2018. I sammanhanget bör nämnas att nettot av valutakursvinster och förluster är mycket lågt. Övriga rörelseintäkter består av intäkter i samband med telefonröstningar vid stora evenemang och insamlingsgalor. Det gäller bland annat Melodifestivalen och Världens barn. I denna summa finns också, som en mindre post, lönebidrag och intäkter från de nordiska public service-bolagen för det gemensamma kon-toret i Bryssel.

Andra exempel är ett samarbete med Nobel Media i samband med utdelningarna av Nobelpriset. SVT svarar för de internationella sändningarna och förvärvar rättigheterna för de egna sändningarna. Ytterligare ett exempel härrör sig från intäkter gällande public viewing i samband med Fotbolls-VM. Det är rättighetskostnader som betalas av exempelvis restauranger som visar fotboll på storbild för allmänheten. SVT har också sålt av stora delar av sin personbilspark vilket genererat intäkter.

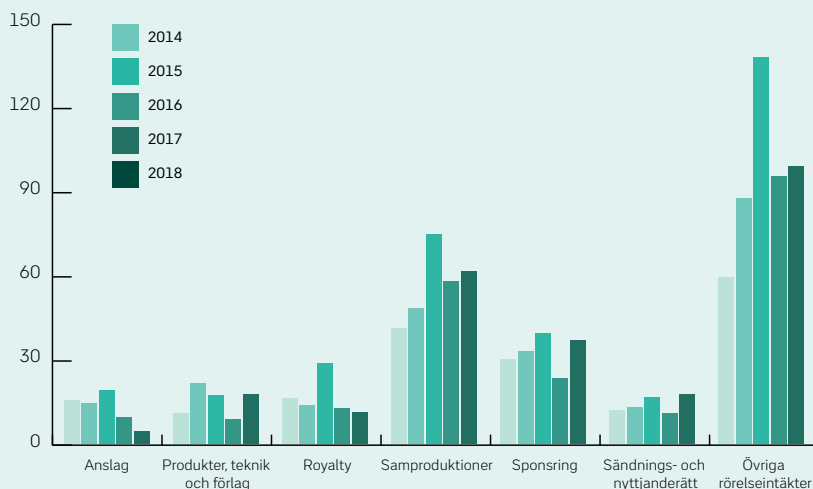
Kommersiella samarbeten

SVT har från och med årets redovisning kommit överens med SR och UR om en gemensam tolkning och definition av begreppet kommersiella samarbeten:

Samarbete med kommersiell aktör som genererar intäkter till SVT.

Samarbete syftar på en aktiv handling för att tillsammans med kommersiella aktörer producera program eller skapa annan typ av mervärde. Dit räknas alltså inte ren försäljning eller andra

9.1.2 Övriga intäkter exklusive sidoverksamhet, mkr



Se bilaga 3

9.1.3 Sponsring

Evenemang	Antal sändningar
Alpint: Världscupen	123
Längdskidor: Världscupen	52
Skidskytte: Världscupen	22
Skicross: Världscupen	8
Paralympics	34
SM-Veckan, Vinter	8
Fotboll: Damallsvenskan	15
Fotboll: FIFA Fotbolls-VM 2018	94
European Championships ("EM-Veckan")	28
Ridsport: Världscupen i hoppning	23
Ridsport: VM	26
Ishockey: Champions Hockey League (CHL)	26
Ishockey: VM-Magasin	12
Ishockey: Junior-VM	21
Motor: WRC (Rally-VM)	24
Motor: Rallycross-VM	13
Friidrott: Diamond League	10
Golf: US Masters	12
Golf: Nordea Masters	11
Melodifestivalen (Svenska finalen + repriser)	5
Summa	567

typer av mer passiva intäkter som royaltyn-
utbetalningar eller sponsring.

Utifrån ovanstående gemensamma
definition ingår därför samproduktion-
ner, samarbetet med Nobel Media samt
samarbetet kring Melodifestivalen.

Dessa samarbeten genererade intäkter
på sammanlagt 110,9 miljoner kronor.

När det gäller samproduktioner så är
det inte enbart kommersiella aktörer
som ingår samarbetena utan ofta även
tillsammans med public service-bolag,
men dessa är svåra att särskilja i redovis-
ningen.

I bilaga 3 finns en schematisk upp-
ställning av de övriga intäkterna med
fler exempel på aktörer och förhopp-
ningsvis en ökad tydlighet vad gäller det
som SVT klassar som kommersiella
samarbeten.

Sponsring

Sponsringen är en del av finansieringen
av kärnverksamheten och regleras i
sändningstillståndet. Syftet med spons-
ringsmöjligheten är att SVT ska kunna
sända sportevenemang som annars kan
vara svåra att finansiera eller säkerställa
på grund av rättighetsinnehavarnas
krav. Det är viktigt att påpeka att SVT
inte samarbetar med sponsorer utan en-
dast ger plats i bild för företagsnamnen.
Under 2018 uppgick sponsringen till 37,1
miljoner kronor, en ökning med 13,5
miljoner kronor jämfört med 2017. Det
är intäkterna från Fotbolls-VM som står
för den största delen av ökningen. Eve-
nemang varar under nästan en hel
månad med många matcher och sänd-
ningstillfällen.

Intäkterna kommer från 19 sport-
evenemang samt från den internationella
sändningen av finalen av Melodifestivalen
som är ett evenemang inom ramen för
åtagandet gentemot EBU.

Ett evenemang kan gälla endast en
sändning med repris eller ett Skid-VM
som varar i två veckor med en mängd oli-
ka tävlingar och därmed många sänd-
ningar. Det kan också vara den alpina

världscupen som sänds under hela vinter-
säsongen. Under året förekom 567 sänd-
ningar som var sponsrade. Det är en ök-
ning jämfört med 2017 (486 sändningar)
och förklaras med Fotbolls-VM enligt
ovan.

9.2 KOSTNADER

Från och med 2015 så har nya principer
för fördelning av kostnader överens-
kommits mellan public service-bolagen.
Kostnaderna delas in i tre huvudgrup-
per. Nedan följer en redovisning av vil-
ka delar som ingår i de olika grupperna.

Programproduktion

Som programproduktion räknas kost-
nader för de programproducerande en-
heterna, den programbeställande funk-
tionen, gemensamma programavtal och

webbverksamhet.

SVT:s bedömning är att en ökad an-
del medel till program gynnar hela ut-
budet och därmed också publikens krav
och önskemål på en allt mer kvalitetsin-
riktad produktion som står sig väl i en
internationell jämförelse. Det är interna-
tionellt sett ett av de vanligaste måtten
på produktivitet i public service-bolag.
Kostnadsandelen har återigen ökat nå-
got vilket främst förklaras av ytterligare
satsningar på online-verksamheten och
svarar nu för knappt 10 procent av pro-
gramproduktionen. Målet med en ök-
ande andel programkostnader ska ses
långsiktigt över tid där variationer före-
kommer mellan åren.

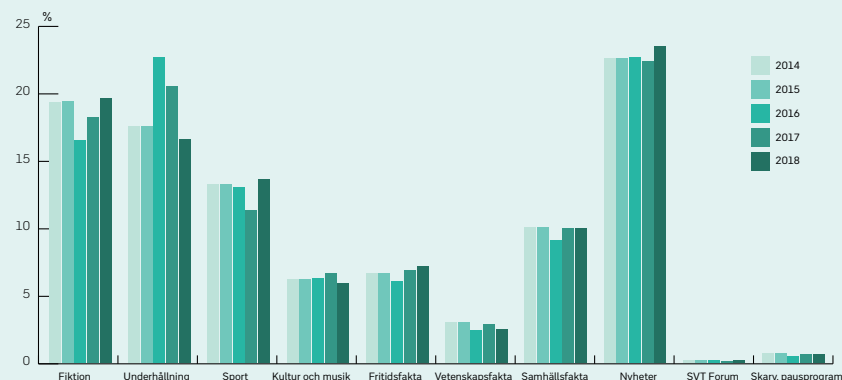
Distribution

Som distributionskostnad räknas kostna-
den för distribution av marksändningar

9.2.1 Verksamhetens kostnader, mkr

Mkr	2014	2015	2016	2017	2018
Programkostnader	3 184,1	3 325,0	3 560,6	3 247,7	3 245,3
Online	264,1	275,0	257,7	325,3	367,9
Programkostnader	3 448,2	75% 3 600,0	76% 3 818,3	77% 3 572,9	74% 3 613,2
Distributionskostnader	276,4	6% 287,2	6% 301,2	6% 256,6	5% 219,9
Övriga kostnader	804,2	18% 775,1	16% 805,3	19% 903,9	20% 944,0
Summa	4 528,8	99% 4 662,3	99% 4 924,8	99% 4 733,4	99% 4 777,1
Sidoverksamhet	64,5	1% 65,3	1% 64,7	1% 63,2	1% 47,8
Summa kostnader	4 593,3	100% 4 727,6	100% 4 989,5	100% 4 796,6	100% 4 824,9

9.2.2 Andel av programkostnader per programkategori



Se bilaga 3 för fördelning av totala kostnader

tionskostnaderna för marksändningarna från UR motsvarande knappt 12 miljoner kronor. Kostnaden har minskat under året vilket förklaras i kapitel 9.3.

Övriga kostnader

Resterande kostnader räknas som övriga kostnader och består till största del av kostnader för ledningsenheterna Ekonomi, Teknik, Kommunikation och HR, Juridik, Strategi och Fastighet. I posten ingår också investeringar, lokalkostnader, centrala teknikkostnader, utbildningsverksamhet med mera. Övriga kostnader ska alltså inte ses som enbart overhead utan kostnader som är helt nödvändiga för produktionen men som inte direkt kan fördelas på de olika programmen och verksamheterna. Kostnaderna har ökat jämfört föregående år främst beroende på ökade investeringar i bland annat i lokal nyhetsteknik, mer flexibel ortsneutral produktionsteknik samt teknik som möjliggör produktion på distans. Därtill har omställningskostnader tillkommit kopplat till den omorganisation av SVT:s lednings- och stödfunktioner som genomförts i syfte att åstadkomma en större effektivitet i arbetet.

Produktionskostnad per programkategori

SVT väljer att dela upp kostnaderna i de ovan beskrivna huvudkategorierna varav programkostnaden är den största delen. Diagrammet visar dock fördelningen per programkategori i andelar efter att den totala kostnaden (exklusive sidoverksamhetens kostnader) har fördelats. SVT ser ingen naturlig fördelning av distributionskostnader och övriga kostnader på programmen utan det sker genom en fördelning proportionell mot programkostnaden. I bilaga 3 redovisas fördelningen kronor.

Kostnaderna per programkategori får och bör variera mellan åren beroende på produktionsmixen. Det finns inget särskilt uppsatt mål för vad som är en idea-

lisk mix. Vissa år görs extra satsningar på drama och andra år är sportintensiva. Ett valår medför omfördelningar till nyheter och samhälle och vissa år präglas av sportevenemang. Diagrammet 9.2.2 visar den andelsmässiga fördelningen av kostnader under de senaste fem åren.

Slutligen kan nämnas att SVT har valt att inte separera kostnaden för utbudet för barn och unga så som fördelningen redovisas i kapitel 6.1 och 7.4. De kostnaderna fördelas i de ordinarie programkategorierna. Detta har att göra med att siffrorna syftar till att besvara olika frågor. Utbudssiffrorna visar vad SVT sänder under året och är en avspeglning av utbudet medan ekonomisiffrorna visar vilka kostnader SVT har haft och alltså är en avspeglning av den ekonomiska redovisningen av företaget. Kostnaderna uppstår ofta inte det år som programmet sänds. SVT har alltså ingen sändningsekonomi utan produktionsekonomi. Av 2018 års sända program togs stora kostnader 2017 och av årets kostnader så kommer många program först sändas 2019 eller 2020. Denna skillnad har sin grund i hur företaget är uppbyggt och styrs. För ett kommersiellt företag som kopplar ihop reklamintäkter och kostnader är det naturligt att använda sändningsekonomi men för SVT som tilldelas anslagsmedel årligen är det naturligare med en produktionsekonomi. Cirka 300 miljoner kronor avsätts årligen till utbudet för barn och unga.

Fördelningen mellan olika genrer varierar mellan åren. Fiktionens andel har ökat vilket förklaras av att många nya dramaprojekt startades under året. Även sportutbudets andel har ökat för att kunna inrymma bland annat Fotbolls-VM. Vad gäller sport varierar kostnaderna i hög grad beroende på vilka evenemang som SVT har rättighet att sända och med vilka intervaller mästerskapen hålls. Såväl samhällsprogrammen som nyheterna har ökat i och med satsningen på valet och en ökad satsning av nyheter online. Underhållningen fick minskade

resurser under 2018 vilket resulterade i att antalet underhållningsprogram under helgerna minskade i både timmar och antal serier.

Produktionskostnaderna per timme varierar kraftigt inom och mellan genrer. Nyheter, som utgör den enskilt största kostnadsposten, har en låg timkostnad, eftersom verksamheten genererar många timmar med alla lokala sändningar. Fiktion och drama, i synnerhet historiskt drama som *Vår tid är nu*, är klart dyrast att producera per timme följt av underhållning. Båda dessa genrer rymmer ett stort mått av variation i produktionslag och innehåll. Inom fiktionen återfinns, vid sidan om den största posten som utgörs av svensk nyproducerad dramatik, bland annat den inköpta fiktionen som generellt har en låg timkostnad. Underhållningsutbudet sträcker sig från *På Spåret* till underhållningsdokumentärer och inte minst stora delar av barnutbudet som *Bolibompa* och *Sommarlovsmorgon*.

9.3 PRODUKTIVITETSÖKNING OCH VERKSAMHETS UTVECKLING

Redovisningen av SVT:s effektivitet beskrivs i kapitel 3. Där redogörs för vilka effekter SVT har nått utifrån de strategiska målen att skapa ökat värde och behålla genomslaget. Redovisningen av SVT:s produktivitetsförbättringar och verksamhetsutveckling redovisas i detta kapitel och gäller för både program och övrig verksamhet. Nedan följer ett antal exempel på åtgärder som vidtagits samt i relevanta fall redovisning av mått som visar utvecklingen.

SVT:s viktigaste mål och mått på produktivitetsförbättringar beskrivs nedan:

Återkommande program, ingen kostnadsökning mellan åren

Inom ramen för programbudgeten bedrivs det löpande rationaliseringsarbetet till stor del genom ett konstant kostnad-

stryck på programproduktionen. Som princip medges därför ingen kostnadsökning för återkommande program. Det är vid beställningen det finns störst möjlighet att planera så att produktionen har möjlighet att vidta rätt åtgärder. Detta tryck ökar på programmen då kostnader för rättigheter och medverkande ständigt ökar. Detta gäller allmän-tv-programmen. De medel som frigörs på detta sätt används för utveckling av nya program men även utveckling av befintliga program. Nyheterna är det enda programområdet som får en årlig ökning av medel motsvarande 2 procent.

Andelen medel till program ska öka långsiktigt

Årligen rapporterar SVT ett stort antal uppgifter till EBU enligt en modell som är gemensam för över 70 public service-bolag i Europa. Det är och har alltid varit praxis att dela upp kostnaderna i olika kategorier, program, distribution och övriga kostnader. De allra flesta av dessa företag har som målsättning att en större andel av medlen ska gå till program. Det kan finnas skillnader mellan enstaka år på grund av stora sportevenemang, valår eller liknande, men över tid strävar man efter en ökning för att på så sätt höja kvaliteten på program och att satsa på nya plattformar som publiken efterfrågar.

Syftet med målet är att uppnå en högre effektivitet, det vill säga öka publikens upplevda värde eller användning av verksamheten. Ett enkelt antagande skulle kunna vara att mer pengar till program har en helt rak och tydlig koppling till ökat värde utan att det finns nog många faktorer som påverkar det värdet. Det hindrar inte att ökad kvalitet bidrar och att SVT fortsatt anser att måttet om andel medel till program är väsentligt för kvaliteten.

Inte bara SVT hävdar att det ofta finns ett samband mellan kvalitet och kostnad. Engelskspråkiga serier och fil-



Foto: SVT

mer skapas för en global marknad vilket betyder att producenterna bakom kan lägga betydligt mer pengar på dem än någon som producerar enbart för en svensk, eller kanske nordisk, marknad. Det är med den typen av kvalitetsproduktioner som SVT jämförs med. Detta kommer ställa ännu högre krav på SVT:s produktion för att möta publikens allt större efterfrågan på kvalitet. Då kan knappast målet vara att vare sig sänka timkostnader eller att låta en mindre andel medel gå till program.

Det hindrar inte att man är effektiv i produktionen. SVT prioriterar och hållar med resurserna för att uppnå allra högsta kvalitet oavsett om timkostnaden för ett program är 40 000 eller 4 miljoner kronor. SVT har som nedan framgår kompletterande mål som ska säkerställa produktivitet inom ramen för programbudgeten. Produktivitet handlar alltså i vårt fall inte om att öka antal sända timmar utan om mer pengar till program. Det ekonomiska målet är programbudget per avgiftskrona och inte antal timmar per avgiftskrona.

SVT har under de senaste åren klarat av att öka andelen medel till innehåll

trots kostnadsökningar för bland annat digital distribution. Denna ökning kommer inte vara kontinuerlig men under tillståndspérioden ska den vara märkbar. För 2018 ökade andelen med 1 procentenhet till 75 procent jämfört med 2017.

Rationaliseringsåtgärder i programproduktionen

En förutsättning för att hålla upp rationaliseringsstrycket och öka produktiviteten i programproduktionen är kontinuerligt införande av nya enklare produktionsmetoder. Under året har flera nya lösningar införts som underlättar och snabbar upp produktion och publicering men också frigjort resurser, vilket gjort det möjligt att finansiera nya satsningar samt göra kvalitetsförbättringar inom programmen.

Ett tekniskt produktionssätt, så kallad remote-produktion (distansproduktion), som nämnts tidigare år, fortsätter att användas i större utsträckning. Under året har till exempel även Almedalen och Nobelbanketten producerats på detta sätt. Remote-produktion innebär att kamerasinglar och ljudsinglar skickas

direkt, via fiber, från inspelningsplatsen till ett kontrollrum i Stockholm vilket innebär att SVT inte behöver hyra in dyr OB-utrustning och därmed kan ha betydligt färre personer på plats vid evenemanget.

Flera programproduktioner har gjort konkreta förändringar i arbetssätt som bidrar till ökad produktivitet. Som exempel kan nämnas en övergång till ett mer automatiserat produktions sätt bland annat med robotkameror för *Fråga Doktorn* samt färre inspelningsdagar för *Go'kväll*.

Babel producerar, när det är möjligt, två program efter varandra istället för ett, vilket bidragit till en minskad produktionskostnad trots oförändrad volym. Vid bevakningen av valvakorna användes enklare teknik (OB-kit) som är en effektiv lösning för sändningar med lätt produktions sätt utan ljudfördröjning samt med lägre bemanning. *Antikrundan* och *Sommarlov* har under två års tid gjort förändringar i sättet att producera och därmed kunnat omfördela resurser till bland annat kvalitetsförbättringar.

Därutöver har volymen på textade inslag och klipp på svt.se/nyheter kunnat höjas kraftigt och inom ramen för befintlig resurs. Vid årets utgång textas i princip samtliga inslag för både riks- och lokala nyheter.

Andra exempel på nya tekniska lösningar som bidragit till ökad produktivitet är att SVT har flyttat sporttjänstens utveckling på webben från ett externt bolag till ett internt utvecklingsteam. Dessutom har sporttjänsten flyttats till samma kodbas som nyhetstjänsten, så när något förbättras eller om något fel rättas så gynnas båda tjänsterna, vilket ger en effektivare utveckling.

Under året har en manuell hantering av Play-publicering av program som sänts direkt tagits bort och ersatts av en automatisk kvalitetskontroll, vilket medfört både en kvalitetshöjning och en resursbesparing. SVT har också börjat använda metodiken mobbprogramme-

ring, en metod man tagit fram ett nytt sätt att arbeta i grupp. Denna metod har utökats till fler team på SVT med resultatet på ökat fokus, förbättrad kvalitet och ökad leveranshastighet på det som utvecklas.

Ett byte av produktionsstöd för studioproduktion av program i Stockholm har genomförts vilket sänker kostnaderna betydligt. Därtill har SVT investerat i ett system för intankning av kamerakort vilket har minskat behovet av bemanning samt dessutom bidragit till en generell effektivisering i arbetsflöden för programbearbetningen.

Under hösten har även en övergång till en standardiserad bearbetningsmiljö för programproduktionen i Umeå, Malmö och Stockholm genomförts vilket medför betydande kostnadsminskningar årligen från 2018 och framåt.

Genom rationaliseringar med nya produktionsmetoder, bättre planering och intern omfördelning av resurser förbättras det interna resursutnyttjandet, behoven av externa intag minskar och produktiviteten ökar. Till exempel samordnades under året ateljéerna i Göteborg och Stockholm, vilket inneburit en mer effektiv organisation med bättre möjligheter att fördela arbetet mellan orter och minimera behovet vad gäller köp av externa resurser. SVT fortsätter kontinuerligt arbetet med att bredda personalens kompetens och underlätta utlåning mellan avdelningar och orter för att undvika onödiga kostnader.

Generellt gäller i stor utsträckning att tjänster inte återbesätts vid personalavgångar utan resurser omfördelas eller planeras på nytt sätt för att hålla nere kostnaderna. Dock tillsätts tjänster där det är kostnadseffektivt det vill säga för resurser med jämn och hög beläggning medan det för andra resurskategorier är mer ekonomiskt att ta in tillfällig personal vid arbetstoppar.

Effektiviseringar i administration och distribution

Även inom administrationen prövas tillsättning av nya tjänster noggrant. Verksamheten planeras om och anpassas till nya förutsättningar vid personalavgångar, och nya satsningar och behov löses i huvudsak genom omfördelning inom befintliga resurser.

En omorganisation av SVT:s lednings- och stödfunktioner beslutades 2017, bland annat i syfte att åstadkomma en större effektivitet i arbetet. Samtidigt fattades även beslut om besparingar som innebär en nivåsenkning av ledning och stöd om 50 miljoner kronor. Förändringen har inneburit sänkta kostnader under såväl 2017 som 2018 och kommer få fullt genomslag från 2019.

Distributionskostnaderna har minskat med mer än 35 miljoner kronor jämfört med 2017. Det gäller dels distributionen över marknätet där PTS prisreglering ledde till sänkt pris samt att det inte längre uppstår några kostnader för frekvensflyttarna med anledning av beslutet om 700-bandet. Det gäller också online-distributionen. Under 2018 har publikförflyttningen till online fortsatt i oförminskad takt och SVT har därför investerat avsevärt under året för att kunna möta publikens efterfrågan på strömmad video. SVT arbetar aktivt för att hålla distributionskostnaderna så låga som möjligt och utvecklade därför under 2016 ett eget CDN (content distribution network). Detta syftade till att förlägga delar av online-trafiken till en intern CDN-plattform istället för att köpa tjänsten externt. Under 2018 kunde en allt större andel läggas på den egna plattformen vilket minskat kostnaderna.

SVT har också upphandlat ett nytt ramavtal med flera ledande aktörer kring CDN-tjänster samt fortsatt utbyggnaden av SVT:s egen kapacitet. Sammantaget har dessa åtgärder inneburit sänkta kostnader trots att den totala volymen för streaming ökat markant.

Andelen upphandlingar enligt LOU ska öka

En viktig effektiviseringsåtgärd har varit en förbättring av SVT:s inköpsverksamhet, och ett centralt nyckeltal är därför andelen upphandlingar enligt LOU. Allt fler inköpsbeslut som inte rör hela programprojekt har centraliserats och standardiserats. SVT följer löpande upp kostnadsutvecklingen inom olika inköpskategorier i syfte att förstå de olika inköpsbehoven och tidigt identifiera omotiverade kostnadsökningar. SVT mäter även hur stor del av den totala utgiften (utbetalningar till leverantörer) som går till leverantörer som har upphandlats och där avtal finns. Detta är ett relevant mått då modellen för LOU är utformad för att gynna största möjliga effektivitet och konkurrensneutralitet. Mätningen sker för alla de leverantörer där SVT handlar för mer än 680 000 kronor inklusive moms, gränsen för direktupphandling. Resultatet för 2018 blev en liten minskning och inköpsandelen på avtal hamnade på 91 procent jämfört med 92 procent för 2017. Målsättningen är att denna andel ska öka under tillståndsperioden vilket den också gjort.

Koncernsamarbeten

Koncerngemensamma upphandlingar
Under 2018 slöt programbolagen i samarbete med SRF 13 större gemensamma upphandlingar. Under året påbörjades ett antal upphandlingar som kommer att avslutas våren 2019.

Avslutade upphandlingar avsåg banktjänster, datortillbehör, resebyrå, lös- och showteknik, korttidshyra av bilar, magasinering, besöksbokningssystem, marknadsundersökningar, flyttpersonal, företagshälsövärd, synundersökningar, byggtreprenader i landet (utanför Stockholm) samt växter och växtservice.

Påbörjade upphandlingar var tekniska konsulter, säkerhetsprodukter IT, taxitjänster i Göteborg, restauratör, tjänstereseförsäkring, El-entreprenader, rekryterings- och bemanningstjänster.

Sveriges Radio Förvaltnings AB (SRF)

SRF är ett kunskaps- och serviceföretag som ansvarar för gemensamma service- och stödfunktioner åt de tre programbolagen SVT, SR och UR. Företaget arbetar på uppdrag av programbolagen och sköter verksamheter som bibliotek, arkiv, telefonväxel, distribution, friskvård och fastighetsförvaltning. SRF är även fastighetsägare i Stockholm, Göteborg och Umeå.

SRF ägs av SVT (61 %), SR (34,4 %) och UR (4,6 %) och finansieras genom att programbolagen avstår avgiftsmedel enligt en kostnadsfördelningsmodell. SRF har 70 anställda.

Lokaler

Programbolagen samlokaliserar och samutnyttjar lokaler där så är möjligt och rationellt. Alla tre bolagen är samlokaliserade i Göteborg och Stockholm. SR och SVT är samlokaliserade i Borås, Halmstad, Kalmar, Karlskrona, Linköping, Skellefteå, Uddevalla, Visby, Örnsköldsvik, Övertorneå och i Kiruna.

Bolagen har gemensamt med SRF ett fastighetsråd som samordnar lokal- och fastighetsfrågor.

Programsamarbeten

SR och SVT samarbetar kring *Vi i femman*, *Sommarlov*, *Världens barn*, *Springhjälp*, *P3 Guld*, *Melodifestivalen* och *Idrottsgalan*. En del av Berwaldhallens konserter sänds även i SVT.

SVT och UR samarbetar kring programmet *Lilla Aktuellt skola*.

Alla tre bolagen och Radiohjälpen samarbetar kring *Musikhjälpen*.

9.4 SIDOVERKSAMHET

Sidoverksamheten riktar sig både till tarna och till företagsmarknaden. Generellt kan sidoverksamheten sägas syfta till att erbjuda och utnyttja rättigheter, resurser och goodwill. Det är alltså inte själva omfattningen och vinsten som är det viktiga utan snarare att SVT har en

mängd rättigheter och produkter som det finns en naturlig efterfrågan på. Detta skiljer SVT:s sidoverksamhet från sidoverksamheten i vissa andra public service-bolag, som snarare syftar till att expandera eller generera ett betydande överskott som sedan kan användas för programproduktion. Sidoverksamheten delas in i sex resultatområden.

Trots att det inte finns särskilda enheter eller avdelningar som enbart ägnar sig åt sidoverksamhet så kan SVT ändå urskilja ett antal olika typer av verksamheter. Kostnadssidan utgörs av både sär- och samkostnader. Samkostnaderna beräknas med hjälp av en schablonfördelning av kostnaderna för de resurser som används blandat, det vill säga gemensamt i de olika verksamheterna, kärn-/kompletterande respektive sidoverksamheten. Vid försäljning av till företaget anknutna produkter belastas inte sidoverksamheten till någon del av den ursprungliga kostnaden för en tv-produktion, eftersom detta utgör kärnverksamhet. Sidoverksamhetens del av fastighetskostnader, tele-, distributions- samt servicekostnader, alltså för programbolagen gemensamma kostnader som redovisas i Sveriges Radio Förvaltnings AB, belastar sidoverksamheten. Det gemensamma påslaget har fördelats proportionellt mot respektive verksamhets intäkt och har sänkts något till följd av att sidoverksamhetens andel av de gemensamma kostnaderna har minskat.

Omsättningen och kostnaderna av sidoverksamheten 2018 har minskat medan resultatet har ökat något, främst beroende på avvecklingen av fastighetsdelen samt försäljning av hela tv-program.

Produktionsresurser

Detta gäller uthyrning av studiolokaler, produktionsteknik och personal som i mån av utrymme i den egna produktionsplaneringen hyrs ut till andra producenter av tv. Detta bidrar till att öka

tillgänglighet och mångfald på medie-marknaden eftersom det möjliggör för mindre produktionsbolag och kanaler att göra produktioner som förutsätter stora studior och kompetens. SVT:s strategiska inriktning är att endast bedriva uthyrning av produktionskapacitet där det inte är rationellt att lämna resursen. SVT har således ingen överkapacitet i syfte att hyra ut. Den övervägande delen hyrs av produktionsbolag som SVT har anlitat för produktionsutläggningar av egna program.

Fastighet

Under många år har SVT kraftigt minskat sina behov av lokalytor och bland annat i Stockholm har all verksamhet samlats på Gärdet. Under sommaren 2018 kunde SVT äntligen lämna sina kvarvarande lokaler i Värtahamnen. SVT har lyckats hyra ut delar av denna fastighet som inte under flera år nyttjats för den egna verksamheten. Det har endast varit möjligt att hyra ut till rådande marknadspris vilket under senare år har varit lägre än när SVT skrev kontraktet. Om ingen uthyrning skulle ske över huvud taget skulle den övriga verksamheten drabbas av hela hyreskostnaden, vilket skulle kunna anses bryta mot målen om god effektivitet i verksamheten. Denna del kommer alltså helt försvinna från och med 2019. Förlusten det sista året minskade jämfört med tidigare år.

Hela tv-program

Försäljning av hela tv-program består av vidareförsäljning av visningsrätter av program till andra tv-bolag som uppmärksammas internationellt. Den del som klassas som sidoverksamhet är när försäljningen sker efter att programmen är producerade och det sker en kommersiell exploatering i efterhand av befintliga rättigheter. Intäkten har alltså inte varit en förutsättning för programmets tillkomst så som vid samproduktioner. Exempel på detta kan vara prisbelönda dokumentärer eller dramaserier

9.4 Sidoverksamhet, mkr

Produktionsresurser	2014	2015	2016	2017	2018
Intäkter	19,1	18,9	23,6	20,3	16,8
Kostnader	15,7	16,2	17,7	16,8	14,0
Gemensamt påslag	2,4	2,3	2,8	2,6	1,7
Resultat	0,9	0,4	3,1	0,9	1,1
Fastighet					
Intäkter	10,9	14,7	15,4	15,7	8,3
Kostnader	15,8	16,6	17,3	17,7	8,3
Gemensamt påslag	1,4	1,8	1,8	2,0	0,9
Resultat	-6,2	-3,8	-3,7	-4,0	-0,9
Hela tv-program					
Intäkter	3,6	4,3	2,5	3,8	6,9
Kostnader	2,7	3,7	2,0	2,6	2,9
Gemensamt påslag	0,5	0,5	0,3	0,5	0,7
Resultat	0,4	0,0	0,2	0,7	3,3
Försäljning rättigheter					
Intäkter	9,8	8,2	8,7	10,3	7,2
Kostnader	4,8	3,5	3,7	4,6	3,5
Gemensamt påslag	1,3	1,0	1,0	1,3	0,8
Resultat	3,7	3,6	4,0	4,3	2,9
Arkivförsäljning					
Intäkter	8,4	8,4	8,2	8,3	11,3
Kostnader	4,2	4,0	4,1	3,9	3,1
Gemensamt påslag	1,1	1,0	0,9	1,1	1,2
Resultat	3,1	3,3	3,2	3,4	7,0
SVT World					
Intäkter	7,3	6,4	5,0	1,7	0,0
Kostnader	8,9	8,5	6,2	1,5	0,0
Gemensamt påslag	0,9	0,8	0,6	0,2	0,0
Resultat	-2,5	-2,8	-1,7	0,0	0,0
Rekvisita och kostym					
Intäkter	7,5	7,3	8,0	10,1	11,2
Kostnader	3,4	3,5	3,6	5,1	5,6
Gemensamt påslag	1,0	0,9	0,9	1,3	1,2
Resultat	3,1	2,9	3,4	3,7	4,4
Totalt					
Intäkter	66,6	68,1	71,4	70,3	61,7
Kostnader	55,4	56,1	54,6	52,1	37,4
Gemensamt påslag	8,5	8,3	8,3	9,1	6,5
Skatt	0,6	0,8	1,9	2,0	3,9
Resultat	2,1	2,8	6,7	7,1	13,9

med SVT som huvudproducent. Försäljningen har ökat utan att kostnaderna har ökat på motsvarande sätt.

Försäljning rättigheter

Övrig försäljning av rättigheter gäller bland annat när egenutvecklade programformat säljs. Försäljningen av DVD till allmänheten som förut var en mycket stor del har minskat kraftigt under de senaste åren och försäljning av produkter kopplade till programmen har koncentrerats till ett fåtal program, oftast i form av olika typer av spel.

Arkivförsäljning

Det finns också en stor efterfrågan från tv-bolag och andra produktions- eller reklamföretag på enskilda klipp från tidigare SVT-produktioner. Dessutom har SVT en omfattande samling från andra filmarkiv som används för den egna verksamheten men som också efterfrågas av andra bolag.

SVT World

Kanalen är nedlagd och finns enbart med i redovisningen för att visa tidigare år.

Rekvisita och kostymer

SVT har under många år byggt upp stora förråd av rekvisita och kostymer. För att även låta andra ta del av denna unika tillgång sker uthyrning till främst andra medie- och reklambolag. Uthyrningen ökade något utan att kostnaderna ökade i samma utsträckning.

Totalt

Nettoresultatet från de sju resultatområdena av sidoverksamhet balanseras i fritt eget kapital och uppgick 2018 till 13,9 miljoner kronor. Den enda verksamhet som inte burit sina egna kostnader under året var andrahandsuthyrningen av fastigheter som dock helt kommer försvinna från och med 2019. Förlusten för 2018 bestod enbart av det schablonmässiga påslaget på verksam-

heten. Se vidare nedanstående kapitel. Det samlade resultatet gav ett överskott och inga medel tas från kärnverksamheten för att finansiera de delar som inte burit sina egna kostnader, vilket är det primära syftet med regleringen.

SVT:s kontroll av sidoverksamheten

Inom i princip samtliga områden finns väl etablerade prisbilder för motsvarande produkter som SVT tillhandahåller. Detta då det finns en uppsjö av såväl konkurrerande leverantörer som potentiella kunder. Som exempel kan nämnas priser för visningsrätter, DVD-försäljning, uthyrning av produktionsteknik, försäljning av abonnemang och uthyrning av fastigheter i Stockholm. SVT utgår från dessa priser vid prissättningen. SVT:s del av dessa marknader är så liten att SVT inte är prispåverkande.

För enstaka tjänster finns inte samma etablerade modeller. Exempelvis har SVT Nordens största renodlade tv-studio. SVT tillämpar där ett pris som marknadsmässigt ligger i relation till de priser som sätts för så närliggande verksamheter som möjligt, det vill säga andra arenor och den relativa kostnaden för mindre studior som SVT och andra aktörer tillhandahåller.

Marknadsmässigheten säkras även genom att SVT alltid kräver kostnadstäckning plus ett påslag. Ett empiriskt belägg på att SVT:s priser är marknadsmässiga är också att det inte är ovanligt att SVT förlorar offerter just på grund av prissättningen. Tilläggas bör att SVT:s produktionsresurs i första hand är dimensionerad för intern kapacitet. SVT har generellt sett en självförsörjningsgrad som ligger väsentligt under den resurs som behövs. SVT:s möjligheter att hyra ut resurser är därmed kraftigt begränsad.

För många år sedan förekom att konkurrerande företag både anmälde och påtalade problem med SVT:s prissättning. Detta fick SVT att se över hela

prissättningen inom alla områden. Det har inte heller förekommit någon debatt eller kritik från media eller allmänheten som ger anledning att tro att SVT:s förtroende har minskat till följd av sidoverksamheten.

När priset för andrahandsuthyrningen av fastigheter skulle fastställas anlitas en oberoende mäklare som säkerställde att hyresavtalen tecknades enligt rådande marknadspriser. Det fanns ingen möjlighet att få täckning för SVT:s faktiska kostnader för det hyresavtal som tecknats långt tidigare. De åtgärder som SVT vidtagit för att ta fram en rimlig hyressättning är gjord med syftet att bedriva uthyrningen konkurrensneutralt och det vore direkt fel att se prissättningen som en dumpning av hyrespriserna för kommersiella fastigheter i Stockholm, enbart på den grund att den inte går med vinst. Ett högre pris skulle utgöra en överprissättning och medföra att SVT stod med outnyttjade lokaler. Det är inte vinst eller förlust som avgör konkurrensneutralitet utan hur verksamhet och prissättning bedrivs. Det finns många exempel på där det just är av bristande konkurrensneutralitet som en verksamhet gjort vinst. Självklart gäller även motsatsen, det vill säga att en verksamhet kan gå med förlust även om priser är satta efter rådande marknad men att efterfrågan inte har varit tillräckligt stor. Det sistnämnda är fallet med dessa hyresfastigheter.

Det centrala i förhållande till den reglering som ligger till grund för kravet i anslagsvillkoret är att avgiftsmedel inte subventionerar andra verksamheter än de avsedda, det vill säga kärn- och kompletterande verksamhet. Inga avgiftsmedel tillförs någon del av sidoverksamheten utan den bedrivs på strikt marknadsmässig grund och genererar som helhet en vinst.

Sidoverksamheten, som ingår i SVT:s årsredovisning, granskas årligen av företagets revisorer.

Planer för framtiden

SVT:s långsiktiga mål för verksamheten beskrivs i kapitel 2. Följande är en redovisning av SVT:s planer i form av prioriterade projekt och satsningar under den närmaste tiden, med fokus på 2018.

SVT reviderade under hösten 2018 den strategi som ligger till grund för verksamheten. Visionen ligger fast – *SVT ska bidra till ett Sverige där alla är mer nyfikna och insatta* – som lyfter fram ett moderniserat folkbildningsuppdrag och uttrycker den ambition vi har i relation till samhället.

Arbetet med förtroende är en prioriterad fråga även under 2019. SVT har i SOM-undersökningarna ett högre förtroende än för ungefär tio år sedan och är fortfarande på en högre nivå än för något annat medieföretag. Det är i samtliga demografiska undergrupper betydligt fler som har ett högt förtroende än som har ett lågt. Förtroendet för public service är fortsatt högt vid en internationell jämförelse med andra medieföretag och högre än för andra medier i Sverige.

Samtidigt har förtroendet under de senaste åren sjunkit något. För att säkra fortsatt höga siffror krävs därför insatser på ett antal områden. En förklaring till de förändringar som går att se är den

ökade polariseringen. I tider av polarisering ska public service stå stabilt med högt förtroende för att kunna vara en gemensam demokratisk arena. SVT arbetar därför för att ha ett så högt förtroende som möjligt i alla grupper. Åtgärderna handlar bland annat om:

- Utökade insatser för att säkra opartiskheten och sakligheten i rapporteringen, bland annat genom utbildning.
- Ökad transparens kring hur vi arbetar. Exempelvis kommer SVT i tydligare exponera rättelser samt fällningar i Granskningsnämnden.
- Ökade möjligheter till upprättelse. SVT har beslutat att tillsammans med andra medier inrätta en medieombudsman så man kan få sin sak prövad om man anser sig utsatt för en felaktig eller orättvis publicering på webben.

Fortsatta digitala satsningar är nödvändiga för att långsiktigt säkra användning och förtroende hos en yngre och medelålders publik. I allt högre grad

väljer publiken SVT:s online-tjänster före de traditionella tv-kanalerna. Därför behöver online-verksamheten i allt högre grad jämsställas med broadcast-verksamheten. Under 2019 satsar SVT särskilt på att utveckla SVT Play. Såväl funktionalitet som innehåll kommer utvecklas. Vad gäller innehållet ökar investeringarna i utbud som primärt produceras för online-publicering.

Polariseringen i samhället leder till en ökad känsla av splittring och en brist på tillit, trygghet och tillhörighet. Ett prioriterat område i strategierna är att med publiken i fokus säkra företagets roll som hela Sveriges television. SVT fortsätter därför med riktade satsningar mot program som på olika sätt samlar och speglar dagens Sverige.

Under 2019 bedrivs ett prioriterat projekt i syfte att utveckla SVT:s roll när det gäller lokaljournalistiken. I det ligger även att se hur SVT på bästa sätt kan samarbeta med kommersiella, lokala medier som också fyller en viktig funk-

tion för det demokratiska samtalet. De åtgärder och samarbetsförslag som SVT, mot bakgrund av synpunkter och förslag från bland annat lokala medieföretag och Sveriges tidskrifter, beslutat om hösten 2017 följs upp under året med ytterligare aktiviteter.

Globaliseringen leder till att SVT:s program och tjänster måste mäta sig med det bästa från världen för att vara intressanta för publiken. Det leder till ett behov av ökade satsningar på hög kvalitet. Dramaserien *Vår tid* är nu visar att SVT har kapacitet att producera högkvalitativa program som kan mäta sig med de största satsningarna hos globala aktörer. SVT ska vara en attraktiv part att arbeta med och vi ska samarbeta med de bästa kreatörerna i landet. Målsättningen är att tillhandahålla det bästa innehållet och tjänsterna i Sverige. Arbetet med att utveckla former för SVT:s arbete inom filmens område fortsätter under 2019, som är det sista året för SVT:s filmlöfte, se kapitel 7.3. Svensk film kan bara utvecklas om de olika aktörerna samverkar.

För att utveckla digitala tjänster utan att sänka kvaliteten i de traditionella kanalerna och för att kunna möta kvaliteten i det internationella utbudet krävs att ytterligare medel frigörs. Under 2019 genomförs därför flera projekt som syftar till ett enklare och effektivare SVT. En del av detta är slutförandet av ett sparprogram om 50 miljoner kronor på ledning, stöd och administration. Ytterligare en del är omfattande skiften i produktionen mot en ökad distansproduktion. I samband med övergången till en mer digital produktion eftersträvas enkla produktions- och publiceringslösningar. SVT har även initierat ett fastighetsprojekt i Stockholm som syftar till radikalt minskade ytor för verksamheten.

SVT fortsätter även under 2019 att utveckla verksamheten på beredskapsområdet. Hoten sträcker sig från enskilda hot från enskilda individer mot jour-



Bonusfamiljen Foto: Ulrika Malm/SVT

nalister och andra programmedarbetare till organiserad kriminalitet. Inte minst allvarligt i sammanhanget är risken för hot från stater och kriminella organisationer mot medieföretagens möjligheter att producera och att nå ut med innehåll. Flera incidenter visar att mediebolagen är en prioriterad måltavla för olika former av påverkansoperationer. Ett omfattande arbete bedrivs för att minska dessa risker, genom tekniska och fysiska säkerhetsåtgärder, men också genom publicistiska satsningar på bland annat

kunskap, faktakontroll och på förklarande journalistik och program i olika format.

Under 2019 väntas ett nytt beslut i riksdagen om nya sändningstillstånd för SVT, SR och UR. Beslutet kommer ha avgörande betydelse för SVT:s möjlighet att svara mot samhällets demokratiska, kulturella och sociala behov också i framtiden. Ett strategi- och förändringsarbete kommer påbörjas under året för att utveckla SVT:s strategier i den nya sändningstillståndsperioden.

Bilaga 1

Sammanfattning

	Villkor	Utfall	Kapitel
ST 1	Sändning programtjänster mm	SVT har sänt i 5 programtjänster från 4 kanalplatser i marknätet om minst 50 timmar vardera till 99,8 % av befolkningen.	5.1 5.2
ST 2	Sända text-tv	SVT har sänt text-tv.	5.1
ST 3	Bereda utrymme för UR	UR sänder i SVT:s programtjänster enligt avtal.	5.1
ST 4	Ska kunna tas emot av alla	Alla kanaler sänds okrypterat.	5.2
ST 5	Hög kvalitet vid utsändning Samverka i tekniska frågor Ingå avtal API enligt europeisk standard Samverka om multiplexering och åtkomstkontroll	SVT sände 109 000 program, endast 59 hade något allvarligt fel. Under 2018 har inga tekniska frågor varit aktuella för samverkan. Senaste avtalet är från 2014 om programguider. Har ej använt sådan tjänst. Samverkan om överenskommelse om multiplex gäller sedan tidigare.	4.8
ST 6	Mångsidigt programutbud	SVT har en jämn fördelning mellan olika programkategorier.	6.1
	Svenska språket	74 % av alla sändningar är på svenska.	4.5
	Jämställdhet, mångfald och spegling av landet	Stort arbete bedrivs internt och 62 % anser att SVT är bra på att spegla mångfalden.	7.1
ST 7	Variation i produktionsformer	55 % egen produktion och 45 % annan. knappt 1,3 miljarder kronor går till utomstående medverkan och andra samarbeten.	7.7
ST 8	Nyhetsverksamhet	Många olika programtyper, allmänna och granskande program. Stor satsning på Val 2018 med många särskilda program	7.2
ST 9	Kulturutbudet	Utbudet utvecklas årligen, många programtyper, ökat nordiskt utbyte, många samarbeten, stor satsning på drama, många sändningar från hela landet, direkt indirekt satsning på svensk film motsvarande 96 mkr 2018 och 300 mkr 2017–19	7.3
ST 10	Barn och unga	Stort utbud, satsning på nyheter för unga, omfattande nyproduktion, särskild utveckling för äldre barn och unga.	7.4
	Språkliga behov hos barn och unga	Sänder de flesta minoritetsspråksprogrammen som tvåspråkiga.	7.6
ST 11	Tillgänglighet	Görs i dialog med brukargrupper, särskilt ungdomsförbund. Fortsatt satsning på hörbarhet. Program produceras för döva. Kraftig ökning av syn- och teckenspråkstolkning.	7.5
ST 12	Minoritetsspråk	Bolagen har sammantaget ökat minoritetsspråken från index 100 till 181 sedan 2013. Mål 2019 är 155. SVT har sänt på 40 olika språk. SVT har haft ett flertal dialoger med brukargrupper.	7.6 7.10
ST 13	Opartiskt och sakligt	Trots ökat antal anmälningar till Granskningsnämnden är antalet fällningar fortsatt relativt lågt men ökade 2018.	4.3
ST 14	Genmäle	SVT ger utrymme till genmäle.	4.3
ST 15	Enskildes privatliv	Utbildningar genomförs för att minska risken.	4.3
ST 16	Tv:s särskilda genomslagskraft	Utbildningar genomförs för att minska risken. Ny utveckling av barnlås på SVT Play.	4.3
ST 17	Reklam	SVT sänder inte reklam.	4.3
ST 18	Direkt sponsring	20 evenemang har sponsrats enligt villkoren.	9.1
	Indirekt sponsring	Tydliga rutiner har upparbetats under åren.	4.3
ST 19	Bestämmelser om sponsringsmeddelande	SVT följer reglerna.	9.1
ST 20	Reklam enligt §17	Reglerna följs.	4.3
ST 21	Produktplacering	Ingen produktplacering förekommer.	4.3
ST 22	Sända meddelande	SVT har 58 gånger sänt viktigt meddelande till allmänheten (VMA) enligt villkoren.	4.8
ST 23	Hög säkerhet	Endast 59 program orsakade störningar över 60 sekunder SVT reglerar kvalitet med avtalsparterna.	4.8
ST 24	Beredskapsplaner	SVT skickar årligen in en beredskapsplan till MSB och Kulturdepartementet.	
	Samråd med MSB	Samarbete med MSB sker kontinuerligt.	
	Höjd beredskap	Högsta beredskap rådde inte i landet.	

	Villkor	Utfall	Kapitel
AV 1	Verksamheten ska bedrivas rationellt	SVT beskriver åtgärder för ökad produktivitet.	9.3
AV 2	Kärn- och kompletterande	Definitionen beskrivs och god balans råder.	5.3
AV 3	Sidoverksamhet	Verksamheten beskrivs utförligt och delas upp i sex (tidigare sju) resultatområden.	9.4
AV 4	Rikab	SVT anslår medel till RIKAB.	9.1
AV 5	Rikab	SVT är delägare och innehar ordförandeposten i styrelsen.	9.1
AV 6	UR:s distribution	SVT står för bolagets distributionskostnader.	9.2
AV 7	Sändningar utanför Sverige	SVT har inte haft några sändningar till utlandet .	5.1
AV 8	Sändningar i Sverige och utanför	Ingen särskild avgift erfordras för att ta emot SVT:s sändningar i Sverige.	9.4
AV 9	Olika plattformar	SVT utbud kan tas emot på många olika sätt. Egna sändningar sker i mark, satellit och över öppna internet. Sändningarna vidaresänds också över kabel och IPTV.	5.2
AV 10	Kärn-, kompletterande och sidoverksamhet	Beskrivs på ett flertal ställen i redovisningen.	5.3, 9.4
AV 11	Anmälan av nya permanenta tjänster	Inga nya tjänster har startats under 2018	4.4
AV 12	Överenskommelser mellan bolagen	Har gjorts mellan bolagen och sänts in till Kulturdepartementet och MPRT.	7.6
AV 13	Decentraliserad organisation	Beskrivs i eget kapitel.	4.6
AV 14	55-procentskravet	63 procent av all allmän-tv producerades utanför Stockholm.	7.1
AV 15	Olika självständiga nyhetsredaktioner	De olika nyhetsredaktionerna beskrivs.	7.2
AV 16	Teckenspråkig miljö	Teckenspråksprogrammen från Falun bedrivs i en teckenspråkig miljö.	7.6
AV 17	Dialog med externa produktionsbolag	Verktyg beskrivs för utvecklad dialog.	4.2
AV 18	UR:s sändningstider	Avtal finns och ingen oenighet har uppstått.	5.1
AV 19	Upphörande av sändningstillstånd	Inte aktuellt.	
AV 20	Budgetunderlag	Lämnades den 1 mars inklusive redovisning av RIKAB:s verksamhet.	
AV 21	Redovisning av uppdraget	Sker genom denna redovisning.	
AV 22	Revisorer	Revisorer granskar denna redovisning. Revisorsintyg medskickas.	
	Krav på tillgänglighet till tv-sändningar för personer med funktionsvariation enligt särskilt beslut. Svensktextning, syn- och teckenspråks-tolkning samt uppläst text.	Beskrivs i redovisningen och kraven uppfylldes.	7.5

Bilaga 2

Bolagsgemensamt index för minoritetsspråk

För att kunna göra en samlad bedömning av program-bolagens utbud på de prioriterade minoritetsspråken, har bolagen utvecklat en gemensam indexmodell.

Varje bolags utbud per språk år 2013 har satts till 100. Index per bolag och språk beräknas därefter årligen uti-

från antalet timmar som sänts. Slutligen beräknas ett gemensamt medelvärde utifrån de tre bolagens enskilda index. Därmed blir värdena jämförbara och det är möjligt att göra en bedömning av bolagens sammantagna ökning per språk och totalt.

Minoritetsspråk alla bolagen per språk					Förändring			
2013	SR	SVT	UR	Totalt	SR	SVT	UR	Snitt
Finska	7 319	314	15	7 648	100	100	100	100
Samiska	1 393	84	13	1 490	100	100	100	100
Meänkieli	803	17	10	830	100	100	100	100
Romani chib	392	23	8	423	100	100	100	100
Teckenspråk		121	29	150		100	100	100
Totalt	9 907	559	75	10 541	100	100	100	100
2014	SR	SVT	UR	Totalt	SR	SVT	UR	Snitt
Finska	7 319	342	19	7 680	100	109	127	112
Samiska	1 393	103	17	1 513	100	123	131	118
Meänkieli	803	22	12	837	100	129	120	116
Romani chib	392	30	14	436	100	130	175	135
Teckenspråk		139	17	156		115	59	87
Totalt	9 907	636	79	10 622	100	121	122	114
2015	SR	SVT	UR	Totalt	SR	SVT	UR	Snitt
Finska	7 390	325	35	7 750	101	104	233	146
Samiska	1 390	109	15	1 514	100	130	115	115
Meänkieli	830	19	17	866	103	112	170	128
Romani chib	395	27	16	438	101	117	200	139
Teckenspråk		175	17	192		145	59	102
Totalt	10 005	655	100	10 760	101	121	155	126
2016	SR	SVT	UR	Totalt	SR	SVT	UR	Snitt
Finska	7 479	341	39	7 859	102	109	260	157
Samiska	1 392	117	18	1 527	100	139	138	126
Meänkieli	1 047	45	17	1 109	130	265	170	188
Romani chib	400	57	17	474	102	248	213	187
Teckenspråk		187	21	208		155	72	113
Total	10 318	747	112	11 177	109	183	171	154
2017	SR	SVT	UR	Totalt	SR	SVT	UR	Snitt
Finska	7 445	348	37	7 830	102	111	247	153
Samiska	1 416	145	17	1 578	102	173	131	135
Meänkieli	1 089	51	18	1 158	136	300	180	205
Romani chib	433	60	19	512	110	261	238	203
Teckenspråk	-	201	37	238	-	166	128	147
Total	10 383	805	128	11 316	112	202	185	169
2018	SR	SVT	UR	Totalt	SR	SVT	UR	Snitt
Finska	7 490	359	39	7 888	102	114	260	159
Samiska	1 418	164	21	1 603	102	195	162	153
Meänkieli	1 107	70	18	1 195	138	412	180	243
Romani chib	444	65	19	528	113	283	238	211
Teckenspråk	-	196	35	231	-	162	121	141
Total	10 459	854	132	11 445	114	233	192	181

Bilaga 3

5.1.1 Sändningstid per kanal, timmar

2018	SVT1	SVT2	Barn-kanalen	Kunskaps-kanalen	SVT24	Summa
Förstasändning	3 598	3 350	689	193	472	8 302
Repris	3 528	2 545	4 634	1 313	1 760	13 781
Totalt	7 126	5 895	5 323	1 506	2 232	22 082
2017						
Förstasändning	3 562	3 590	845	176	166	8 338
Repris	3 428	2 382	4 598	1 404	1 990	13 804
Totalt	6 990	5 972	5 443	1 580	2 156	22 142
2016						
Förstasändning	3 739	3 683	780	208	335	8 745
Repris	3 944	2 437	4 670	1 647	1 377	14 074
Totalt	7 682	6 120	5 450	1 855	1 711	22 818
2015						
Förstasändning	3 580	3 712	823	175	173	8 463
Repris	4 569	2 518	4 621	1 596	1 116	14 421
Totalt	8 150	6 230	5 444	1 771	1 289	22 884
2014						
Förstasändning	3 578	3 763	690	214	109	8 354
Repris	4 396	2 819	4 356	1 504	2 082	15 157
Totalt	7 974	6 582	5 046	1 718	2 191	23 511
	2014	2015	2016	2017	2018	
Tillkommer lokalt ur ett tittarperspektiv	198	172	164	160	165	
Producerade timmar lokalt	2 568	3 188	3 450	3 369	3 465	

6.1 Utbud per programkategori exklusive barn och unga

	2014		2015		2016		2017		2018	
Fiktion	2 617	14 %	2 512	15 %	2 294	14 %	2 413	15 %	2 553	16 %
Underhållning	2 064	11 %	2 048	12 %	1 718	10 %	1 500	9 %	1 617	10 %
Sport	1 491	8 %	1 405	8 %	1 524	9 %	1 483	9 %	1 626	10 %
Kultur och musik	1 602	9 %	1 388	8 %	1 582	9 %	1 367	8 %	1 542	9 %
Fritidsfakta	2 165	12 %	2 270	13 %	2 417	14 %	2 207	14 %	2 472	15 %
Vetenskapsfakta	2 060	11 %	1 821	11 %	1 777	10 %	1 892	12 %	1 705	10 %
Samhällsfakta	2 680	15 %	2 709	16 %	2 670	16 %	2 512	15 %	2 394	14 %
Nyheter	2 120	12 %	1 445	8 %	1 441	9 %	1 303	8 %	1 093	7 %
SVT Forum	1 433	8 %	1 499	9 %	1 498	9 %	1 577	10 %	1 446	9 %
Skarv, pausprogram	35	0 %	37	0 %	28	0 %	19	0 %	14	0 %
Totalt	18 267	100 %	17 133	100 %	16 950	100 %	16 273	100 %	16 463	100 %

7.3 Film, beslutade samproduktioner 2018

Långfilm

And then we danced (2020)
 Breaking Surface (2021)
 Charter (2021)
 Clara Sola (2021)
 Den längsta dagen
 Drottningen (2021)
 En komikers uppväxt (2021)
 Jessica (2020)
 Koko-di Koko-da (2019)
 Psykos i Stockholm (2021)
 Ring Mamma! (2020)
 Ser du månen, Daniel (2021)
 Snipp Snapp Snut 2
 SUB (utv-projekt)
 Suicide tourist (2021)
 Till drömmarnas land (2020)
 Toppen av ingenting (2019)
 Ön (utvecklingsprojekt) (2018)
 Dekonstruktion X och Y (2019) tillägg 2018
 2 Kopps (2020)
 Amerika (2021)
 Egenmäktigt förfarande (2021)
 Horseboy (2021)
 Håp
 LasseMaja tågmysteriet (2)(2021)
 Mamma Mu (2021)
 Min pappa Gunilla (2021)
 Min pappa och jag (2020)
 Sune 2 (2021)
 Över gränsen (2021)

Talang

Inland
 Självutplåning
 Samt en paketöverenskommelse utan titlar

Dokumentär

Hello Sunshine
 Versace
 Josefin och Florian
 Sahara pridon fd. Inte en dag utan Johan
 Parningsmarknaden
 Sagan om slottet fd. Luftslottet
 Ingen ängel längre
 Korna i Djurarpsdalen fd. Några kor, en syster och
 Husby 1990 - vad hände sen?
 Donation
 The Deminer
 Push
 Den som besegrar berget
 Östersunds sjungande fotbollsspelare fd. Comfort Z
 This may hurt
 Göring i Sverige
 Östersjön
 Zachrisson
 Bo i stan
 Tage ? sanningen och makten
 Alltid Amber
 We meet at Ängsbacka
 Odilon

55,3

Det är vi
 Syrienresan
 Dear mother
 Betala livets pris
 Radio Black Peter
 Kramforsbarnen
 Underdogs
 Vi flyttar samhället
 Gallok

Kortfilm

Ann-Britts revansch
 Avsked
 Centrum
 Dansa för henne
 En plats i Europa
 Grannar
 Hellre en anka
 Ira räknar bussar
 Kamilla
 Kids vs klimat
 Nickname Szanto
 Noratanten
 On compassion
 Sorry not sorry
 Stamnätet
 Waryaa
 Vi finns kvar
 Yustinas resa
 Zhara, Masi, Mira

3,4

Kulturdokumentär

Akademien
 Bildkonstnär Erik Johansson
 Broadcast
 Call Nina
 Dokumentet - och vad hände sen?
 Ernest 504
 Hasse & Tage - långfilm
 Josef Frank
 Lena Nyman
 Make music in america
 Notes on a journey
 Omar Sharif
 Pippism
 Sveriges svenska komedinner
 Theodor Kallifatides - Ett nytt land utanför mitt fönster
 UnionCarbideProductions (utv)
 Ups and downs
 Utv. Herr Oberdorfs drömmar
 Vagination

7,2

7,7

22,5

Totalt

96,1

7.4 Barn och unga, förstasändningar

Barn (3–11 år) 2018	Svenskt	Utländskt	Totalt sänt
Fakta och Nyheter	214	0	214
Kultur och konstnärliga upplevelser	136	306	442
Totalt	350	306	656

Barn (3–11 år) 2017	Svenskt	Utländskt	Totalt sänt
Fakta och Nyheter	277	8	285
Kultur och konstnärliga upplevelser	168	323	491
Totalt	446	330	776

Barn (3–11 år) 2016	Svenskt	Utländskt	Totalt sänt
Fakta och Nyheter	251	12	263
Kultur och konstnärliga upplevelser	195	306	501
Totalt	447	318	764

Barn (3–11 år) 2015	Svenskt	Utländskt	Totalt sänt
Fakta och Nyheter	281	9	290
Kultur och konstnärliga upplevelser	154	371	526
Totalt	436	380	816

Barn (3–11 år) 2014	Svenskt	Utländskt	Totalt sänt
Fakta och Nyheter	265	2	267
Kultur och konstnärliga upplevelser	147	273	418
Totalt	411	275	685

Unga (12–19 år) 2018	Svenskt	Utländskt	Totalt sänt
Fakta och Nyheter	108	0	108
Kultur och konstnärliga upplevelser	82	24	106
Totalt	190	24	214

Unga (12–19 år) 2017	Svenskt	Utländskt	Totalt sänt
Fakta och Nyheter	141	0	141
Kultur och konstnärliga upplevelser	107	36	143
Totalt	247	36	283

Unga (12–19 år) 2016	Svenskt	Utländskt	Totalt sänt
Fakta och Nyheter	146	6	152
Kultur och konstnärliga upplevelser	96	11	107
Totalt	242	17	259

Unga (12–19 år) 2015	Svenskt	Utländskt	Totalt sänt
Fakta och Nyheter	135	2	136
Kultur och konstnärliga upplevelser	81	3	84
Totalt	216	5	221

Unga (12–19 år) 2014	Svenskt	Utländskt	Totalt sänt
Fakta och Nyheter	88	2	90
Kultur och konstnärliga upplevelser	56	12	68
Totalt	144	13	157

9.1.2 Övriga intäkter exklusive sidoverksamhet, mkr

Typ av intäkt	2014	2015	2016	2017	2018
Anslag	15,6	14,6	19,3	9,4	4,4
Produkter, teknik och förlag	11,1	21,7	17,3	8,9	17,6
Royalty	16,2	13,9	29,0	12,9	11,2
Samproduktioner	41,5	48,6	75,2	58,4	62,1
Sponsring	30,3	33,3	39,5	23,6	37,1
Sändnings- och nyttjanderätt	11,9	13,0	16,6	11,0	17,6
Övriga rörelseintäkter	59,8	88,1	138,8	96,1	99,8
Totalsumma	186,4	233,3	335,7	220,3	249,8

9.1.2 b Tabell övriga intäkter och kommersiella samarbeten 2018

Kategorier	Exempel	Mkr	Varav kommersiella samarbeten	Typ av aktör	Exempel på vem	Exempel på vad
Anslag	Bidrag från staten	4,4	0	Statsbudgeten	Staten	Särskild beredskaps-verksamhet
Produkter teknik och förlag	Direkt programrelaterad försäljning, försäljning av tekniska resurser	17,6	0	Allmänheten samt företag inom tv-verksamhet	TV2 Norge, TV2 Danmark, NRK, YLE, TV4	Försäljning till andra tv-bolag av teknik mm i anslutning till Fotbolls-VM och Junior-VM i hockey, försäljning av julkalender och Allsångshäfte
Royalty	Royalties från film och drama där SVT varit samproducent	11,2	0	Tv-bolag, produktionsbolag samt distributörer	Endemol Shine, Filmlance, Nice drama	Sameblod, Midnattssol, The Square, Äkta människor
Samproduktioner	Bidrag från andra samproducenter där SVT producerar produktionen. Totalt cirka 30 produktioner	62,1	62,1	Andra tv-bolag, film- och tv-fonder, externa produktionsbolag	Nordvisionsfonden, DR, RUV, ZDF, YLE	Bonusfamiljen, Fröken Friman, De dagarna blommorna blommor
Sponsring	Intäkter från försäljning av exponering på sponsorsskyltar	37,1	0	Intäkterna kommer via ett av SVT upphandlat företag som sköter försäljningen.	More Space	Exempel på sponsorer: Kia motors, SJ, Nordea, Sector alarm
Sändnings- och nyttjanderätter	Vidareförsäljning av rätten att visa olika sportevenemang eller andra rättigheter SVT har.	17,6	0	Andra tv-bolag	MTG	VM i ishockey, Nyhetsrättigheter för sportevenemang
Övriga rörelseintäkter	Varumärkeslicensiering, valutavinster, telefonintäkter, public viewing, försäljning inventarier	99,8	48,8	Blandade: För de kommersiella samarbetena kommer intäkterna från rättighetsföretag, turnésamordnare och evenemangs-företag	Live Nation, Blixten & Co, Nobel media, O'Learys, enskilda tittare	Melodifestivalen, Fotbolls-VM, Musikhjälpen, Världens barn, Nobel

9.2.2 Totala kostnader per programkategori, mkr

	2014		2015		2016		2017		2018	
Fiktion	879,3	19 %	907,0	19 %	815,3	17 %	845,8	18 %	940,9	20 %
Underhållning	799,2	18 %	888,6	19 %	1 121,9	23 %	951,2	20 %	795,9	17 %
Sport	601,8	13 %	612,9	13 %	645,3	13 %	528,0	11 %	655,6	14 %
Kultur och Musik	280,1	6 %	263,1	6 %	311,2	6 %	311,3	7 %	280,1	6 %
Fritidsfakta	303,4	7 %	309,8	7 %	301,9	6 %	320,3	7 %	343,3	7 %
Vetenskapsfakta	134,1	3 %	123,7	3 %	119,8	2 %	134,3	3 %	120,6	3 %
Samhällsfakta	458,7	10 %	443,3	10 %	449,5	9 %	461,8	10 %	475,3	10 %
Nyheter	1 028,4	23 %	1 063,6	23 %	1 121,2	23 %	1 147,9	24 %	1 127,6	24 %
SVT Forum	10,1	0 %	23,9	1 %	12,0	0 %	4,9	0 %	8,9	0 %
Skarv	33,7	1 %	26,5	1 %	26,8	1 %	28,0	1 %	28,9	1 %
Summa	4 528,8	100 %	4 662,3	100 %	4 924,8	100 %	4 733,4	100 %	4 777,1	100 %

