



svt

Sveriges Televisions  
public service-redovisning  
2022

Sveriges Televisions  
public service-redovisning  
2022

# Innehåll

---

<b>1. SVT:s roll</b>	<b>4</b>	<b>5. Ett utbud för alla</b>	<b>56</b>
1.1 Vd har ordet	7	5.1 Det breda uppdraget	58
1.2 Årets redovisning i korthet	8	5.2 Folkbildning	60
1.3 SVT i ett föränderligt mediolandskap	10	5.3 Programkategorier	63
1.4 SVT:s mål och strategier	14	5.4 SVT ska spegla hela Sverige	64
<b>2. Värdet av SVT</b>	<b>16</b>	5.5 55-Procentsmålet	67
2.1 Värde för samhället	20	<b>6. Särskilda uppdrag och målgrupper</b>	<b>68</b>
2.2 Värde för individen	22	6.1 Nyheter och samhällsbevakning	70
2.3 Värde och genomslag som mått på effektivitet	24	6.2 Kulturuppdraget	75
<b>3. Så arbetar SVT</b>	<b>28</b>	6.3 Barn och unga	78
3.1 Uppdragsprocess	30	6.4 Tillgänglighet	82
3.2 Variation i produktionsformer	32	6.5 Minoritetsspråk	88
3.3 Samarbeten med produktionsbolag	33	6.6 Möten och dialoger	90
3.4 SVT:s bidrag till en livskraftig mediemarknad	34	<b>7. Resursanvändning</b>	<b>92</b>
3.5 Publicistiskt ansvar och granskning av innehåll	36	7.1 Intäkter	94
3.6 SVT finns i hela landet	38	7.2 Kostnader	99
3.7 Nya tjänster	38	7.3 Produktivitet och verksamhetsutveckling	101
3.8 Svenska språket	39	7.4 Sidoverksamhet	104
3.9 Teknisk utveckling och tjänsteinnovation	41	7.5 Så samarbetar public service-bolagen	107
3.10 Beredskap och sändningskvalitet	42	7.6 Kommersiella samarbeten	108
<b>4. Här finns SVT</b>	<b>44</b>	<b>8. Planer för framtiden</b>	<b>110</b>
4.1 Marksänt utbud	46	<b>Appendix</b>	<b>114</b>
4.2 Verksamhet på internet	48	<b>Bilaga</b>	<b>134</b>
4.3 Mottagningsplattformar	52		
4.4 Kärnverksamhet och kompletterande verksamhet	52		

© Sveriges Television AB 2023

Kontakt: SVT Strategi, 105 10 Stockholm

Redaktör: Alexandra Björnstjerna Hjelm

Redaktion: Lena-Marie Bergstrand, Pauline Klang Burvall,

Marianne Falksveden, Johanna Gårdare, Johan Hartman,

Anna Elisa Hedman, Annika Hägglund, Kristian Lindquist,

Sara Lindström, Henrik Selin, Albert Svanberg,

Seher Yilmaz och Anna Zettersten.

Layout: Anna Markevärn

Omslag framsida: SVT:s utrikeskorrespondent Elin Jönsson

rapporterar från Ukraina hösten 2022. Foto: Lars Lyrefelt

Omslag baksida: David Batra i Furnace Creek i Death Valley,

jordens varmaste plats under inspelning av serien *Hårt väder*.

Foto: Dan Nordgren/SVT

SVT äger rätt till bilder i dokumentet.

## KAPITEL ETT

# SVT:s roll

---

Välkommen till SVT:s public service-redovisning 2022!

Redovisningen som lämnas en gång per år, till Granskningsnämnden vid Myndigheten för press, radio och tv, visar hur SVT har arbetat för att uppfylla kraven i sändningstillstånd och medelsvillkor.

Det första kapitlet handlar om SVT:s roll i samhället och för publiken. Här beskrivs det föränderliga medielandskap som SVT verkar i och vilka mål och strategier företaget arbetar utifrån. Här lämnas också en kort översikt över hela redovisningen.

Vasaloppsmannen Börje Karlsson, 86, har åkt Vasaloppet i 60 år. Foto: Patrik C Österberg/Bildmedia



## 1.1 VD HAR ORDET

I gryningen den 24 februari 2022 anföll Ryssland Ukraina och det säkerhetspolitiska läget i Europa förändrades i ett slag. Under morgontimmarna kom ett SVT-team fram till fronten i Donetsk, andra rapporterade från allvaret i Kiev. Och dygnet runt-rapporteringen som inleddes den morgonen har fortsatt sedan dess.

Kriget i Ukraina och dess konsekvenser har dominerat 2022. Snabbt stärkte SVT nyhetsbevakningen, flera nya korrespondentjänster inrättades, säkerhetspolitisk expertis rekryterades, sändningar utökades och stora insatser gjordes för att säkra korrekt bevakning och genomskåda falsk video och annan desinformation. Svensk Nato-ansökan, upprustning av försvaret, skenande inflation och energikris földe i anfallskrigets spår. SVT svarade med att förstärka och bygga ut nyhetsförmedlingen, men också dokumentärer, debattprogram och fördjupande magasinsprogram. SVT var den mest använda informationskällan i Sverige om kriget och även den med högst förtroende.

För SVT innebar det allvarliga säkerhetspolitiska läget också en kraftfull betoning av beredskapsrollen. Säkerheten har under året skärpts kring system, tjänster och onlinedistribution, digitaliseringen av VMA-funktionen har snabbats på och alla anställda har krigsplacerats. Förutom att SVT säkrar tv-kanalernas förmåga att nå ut i kris och till och med krig, har ett omfattande arbete lagts ner på att utveckla motsvarande funktion för digitala plattformar. Lärdömar från Ukrainakriget visar tydligt att den viktigaste nyhetsförmedlingen sker online och SVT:s stora digitala genomslag är en förutsättning för ett modernt framtidsinriktat beredskapsarbete i Sverige.

2022 har varit ett dramatiskt år även på andra sätt. Året började med kraftfull coronaspridning och återigen fick stora delar av tv-produktionen ställas om. Sammanlagt har pandemin lett till 150 miljoner kronor i ökade nettokostnader för SVT. Till det kommer resurser som har skjutits till krigsbevakningen och kostnadsökningar både i tv-branschen i sig och på grund av inflationen.

Hösten inleddes med valet, där SVT:s nyhetstjänst online slog publikrekord och blev förstahandsvalet både för första- och andragångsväljare. Kommunala, regionala och riksvalkompasser togs fram, stora breda valprogram och debatter anordnades parallellt med valspecialer för speciella målgrupper, till exempel av SVT *Sápmi, Utiset, Nyhetstecken* och *Lilla Aktuellt*. SVT gjorde en omfattande granskning av Sveriges 21 regioner och deras ansvar för den svenska vården. Satir och humor tog plats med program som *Svenska nyheter* och *Herr talman*. Sedan valet 2018 har SVT invigt 14 nya lokalredaktioner med betydligt fler reportrar över hela landet. Satningen på att



bygga ut den lokala journalistiken fortsatte under året och nya SVT-redaktioner öppnade i Dorotea, Märsta, Västervik, Sveg och Åmål.

Under ett nyhetspräglat år har SVT:s mångfald av program som ger avkoppling, glädje och inspirerande kunskap spelat en extra viktig roll för många. Andelen svenskar som vill se ett brett utbud i SVT är historiskt högt, 85 procent. SVT:s drama-utbud var starkt med titlar som *Försunna människor* och *Tunna blå linjen* och julkalendern *Kronprinsen som försvann* samlade generationer framför SVT1 och SVT Play. Utbudet av dokumentärer och svensk film var ovanligt omfattande på SVT Play och tillgängligheten ökade när innovativa tjänster för automatisk textning och tydligare tal expanderade. 2022 var ett stort sportår med flera EM- och VM-sändningar och efter omfattande förhandlingar säkrade SVT rättigheterna till kommande OS-sändningar.

I slutet av året beslutade SVT om en ny företagsstrategi med riktlinjer för de kommande åren. Med kunskap och gemenskap som ledord kommer SVT att fortsätta att vara en samlingsplats för hela Sverige, svara mot den snabba digitaliseringen av medievanorna och sträva efter att arbeta hållbart i en stram ekonomi. När samhället sätts på prov och utmaningarna växer behövs ett tryggt och innovativt SVT.

2022 var ett allvarligt år. Ett år då behovet av nyhetsförmedling och kunskap var stort, men också av gemenskap, skratt och hopp. 2022 var behovet av SVT större än någonsin.

Hanna Stjärne  
vd SVT

# SVT:s roll

**MEDELSVILLKOR 24**  
"SR, SVT och UR ska i samverkan fortsatt utveckla sin redovisning med inriktning på att så långt som möjligt åstadkomma en gemensam redovisningsform..."  
"I arbetet ska ingå att definiera och operationalisera centrala begrepp i tillstånds- och medelsvillkoren, ta fram konkreta uppföljningsbara resultatlägg... mäta och redovisa olika indikatorer på kvaliteten och särarten i programutbudet." "Programföretagen ska på olika sätt stimulera en förlöpande offentlig diskussion om verksamheten."

## 1.2 ÅRETS REDOVISNING IKORTHET

SVT, SR och UR har under 2022 fortsatt att förtäliga redovisningen av hur bolagen lever upp till sändningstillstånd och medelsvillkor.

**Likartat.** Bolagen har fler likalydande kapiteltitlar och underrubriker 2022 jämfört med tidigare år.

**Renodlat.** Villkor citeras konsekvent i anslutning till text där redovisning av uppfyllelse sker.

**Lättillgänglig.** Bolagen strävar efter att uppnå så gemensam och koncis form som möjligt. Antalet kapitel har reducerats och SVT:s textmängd har minskat avsevärt över tid. För att stimulera offentlig diskussion om verksamheten har SVT också tagit fram en ny sajt, Året med SVT, som är en lättillgänglig kortversion av SVT:s public service-redovisning.

### Kommentarer till några av nämndens bedömningar

Bolagen uppskattar de motiveringar som granskningarna lämnar i sin rapport med bedömningar av bolagens redovisningar. Det är också värdefullt att nämnden ger en lättöverskådlig översikt av graden av uppfyllnad för samtliga krav på bolagen. Bolagen har förståelse för att nämnden har skiftande fokus i sin granskning varje år, men utgår samtidigt från att nämndens bedömning av bolagens uppfyllelse av villkor är konsekvent över tid.

Granskningarna har uttryckt att det vore värdefullt att alla tre bolagen redovisar resurser fördelade på män och kvinnor i olika produktionsformer. Bolagen har förståelse för syftet med önskemålet men bedömer att det skulle vara förknippat med stora metodmässiga utmaningar att försöka följa och redovisa en sådan resursförbrukning på ett rätvisande sätt

som möjliggör relevanta slutsatser. Det skulle dessutom medföra ett omfattande administrativt arbete, inte minst eftersom stora delar av företagens produktion sker i samarbete med externa aktörer. I avsnitt 5.4 beskrivs hur SVT arbetar med jämstäldhet.

Bolagen arbetar löpande för att förtäliga och förenkla redovisningarna utifrån givna förutsättningar och samtidigt möta nämndens önskemål om utvecklad redovisning och fördjupade resonemang. Samtidigt skiljer sig uppdrag och arbetssätt mellan bolagen och det är därför naturligt att en del skillnader kvarstår.

### Definitioner av centrala begrepp

SVT definierar ett antal centrala begrepp som används i redovisningen för att särskilja de tjänster företaget erbjuder: Med broadcast (traditionell tv) menas sändningarna som sker linjärt i marknätet, via satellit, kabel-tv och IPTV. Med online menas simultansändningar av SVT:s fyra programtjänster som sker över öppet internet, andra livesändningar och on demand-tjänster, så kallad beställ-tv. Det kallas också sändningar, tillhandahållanden och tjänster på internet eller webben. SVT använder publiceringar synonymt med sändningar. Redovisade timmar gäller sändningsstatistik för broadcast om inte annat anges.

SVT använder en kombination av olika informationskällor och resultatindikatorer för att redovisa hur företaget lever upp till kraven i sändningstillstånd och medelsvillkor. Det handlar om kvantitativa indikatorer med jämförelser mellan åren och kvalitativa indikatorer som programexempel, arbetssätt, rutiner och andra åtgärder. Mål och målnivåer redovisas där de bedöms vara relevanta.



Programledaren Victoria Dyring rapporterar från Nobelbanketten i Blå hallen.  
Foto: Pierre Bredsten/Slien

## Sammanfattning för hjälp att hitta i redovisningen

**1. SVT:s roll.** Om den snabbt föränderliga mediemarknaden samt SVT:s strategier och övergripande mål.

Den allt skapare globala konkurrensen för rörlig bild sätter press på svenska aktörer och understryker vikten av att SVT fortsätter att erbjuda ett brett programutbud på svenska.

**2. Värdet av SVT.** Redovisning av utfall för SVT:s strategiska mål Värde för samhället och Värde för enskilda individer samt en analys av SVT:s effektivitet.

Trots stora omvärldsförändringar och ökade kostnader för produktion förmår SVT upprätthålla höga nivåer på de indikatorer för värde som SVT följer.

**3. Så arbetar SVT.** Om hur SVT säkrar att verksamheten lever upp till kvalitetskraven i sändningstillstånd och medelsvillkor. Redovisning av publicistiskt ansvar, beredskapsuppdraget och hur SVT på olika sätt tar hänsyn till andra medier i syfte att värna en livskraftig mediemarknad.

**4. Här finns SVT.** Redovisning av SVT:s samlade erbjudande av program och tjänster i broadcast och online samt hur SVT:s kärnverksamhet, kompletterande verksamhet och sidoverksamheter utvecklas.

**5. Ett utbud för alla.** En redogörelse för bredden i SVT:s samlade programutbud och hur det fördelar på olika programkategorier samt en särskild analys av folkbildningsuppdraget och uppdraget att speglar hela landet.

SVT:s utbud präglas fortsatt av mångfald och stor variation. Kunskap och bildning genomsyrar stora delar av programverksamheten i olika genrer.

**6. Särskilda uppdrag och målgrupper.** Hur SVT uppfyller ett antal särskilt utpekade uppdrag, som nyheter och samhällsbevakning, kultur, barn och unga, tillgänglighet och minoritetsspråk.

**7. Resursanvändning.** Redovisning av SVT:s intäkter, kostnader och sidoverksamhet.

SVT redovisar produktivitetsnyckeltal samt även hur SVT kontinuerligt arbetar med rationaliseringstygärder.

**8. Planer för framtiden.** Här beskrivs översiktligt SVT:s riktning och planer framåt.

För att fortsätta skapa värde i en allt hårdare konkurrens har SVT riktlinjer som vägleder arbetet framåt: Stärka SVT som hela Sveriges samlingsplats för kunskap och gemenskap, Öka takten i förflyttningen mot online, Tillsammans arbeta mer effektivt och hållbart.

**Appendix** med en sammanfattning av hur SVT uppfyllt samtliga krav i sändningstillstånd och medelsvillkor. Innehåller samtliga tabeller, grafer och figurer och ett fåtal kompletterande grafer.

På [siffror.svt.se](http://siffror.svt.se) finns mer statistik som beskriver SVT:s verksamhet.

## 1.3 SVT I ETT FÖRÄNDERLIGT MEDIELANDSKAP

Den senaste 10-årsperioden har det svenska medielandskapet på många sätt förändrats i grunden. Digitalisering och globalisering med allt fler internationella medieaktörer som etablerar sig i Europa, Norden och Sverige har radikalt stött om förutsättningarna för såväl medieekonomi som innehålls- och publikmarknader. Till detta kommer erfarenheterna och de långsiktiga konsekvenserna av en världsomfattande pandemi och ett anfallskrig i Europa, som har satt sin prägel på medieåret 2022.

### Allt fler internationella aktörer på marknaden för rörlig bild

De fem största medieföretagen i Sverige är Spotify (med en omsättning på 98 miljarder kronor år 2021), Telia Company (88 mdkr), Tele2 (27 mdkr), Bonnier Group (21 mdkr) och Viaplay Group (13 mdkr).<sup>1</sup>

Svenska företag är dock långtifrån störst vad gäller medieverksamhet i Sverige. Trenden med globala storbolag som på senare år har etablerat verksamhet i Norden och Sverige fortsätter. På området för rörlig bild handlar det om bolag med omfattande medieverksamheter som Apple (587 mdkr år 2021), Disney (578 mdkr), Amazon (540 mdkr), ByteDance (497 mdkr) och Netflix (255 mdkr).<sup>2</sup> Alla konkurrerar de i dag på allvar med svenska aktörer om såväl intäkter som svenska folkets tid och uppmärksamhet. Innehållet från SVT, som har en budget på drygt 5 miljarder kronor, jämförs i dag med innehållet från dessa globala jättar.

De största aktörerna på marknaden för kommersiell tv i Sverige är Telia (som äger TV4 och CMore), Viaplay Group (som äger TV3, TV6 och Viaplay) och Discovery Networks (som äger Kanal 5, Discovery+ och HBO Max m.fl.).<sup>3</sup> Dessa aktörer har sedan några år fått sällskap av ett växande antal utländska mediebolag inom strömmande tv (streaming video on demand, SVOD) med varumärken som Netflix, Disney+, Amazon Prime och Apple TV+. Den senaste stora strömningstjänsten att lanseras i Sverige är Skyshowtime, ett samarbete mellan två amerikanska jättar, telekomföretaget Comcast (med en



Musikhjälpen. Foto: Axel Boberg/SVT

omsättning på 998 mdkr 2021) och medieföretaget Paramount Global (245 mdkr).

Marknaden för abonnemang på strömningstjänster ser ut att ha stannat vid en räckvidd om ca 60 procent av hushållen.<sup>4</sup> Det innebär att många svenska hushåll inte abonnerar på en strömningstjänst. Det gäller framför allt ensamhushåll och hushåll med lägre inkomster. Det samhällsökonomiska läget har ännu inte påverkat svenskarnas betalningsvilja för tv, men undersökningar visar att tv-abonnemang ligger högt på listan över saker som många skulle prioritera ner om ekonomin förvärras ytterligare.

Många av strömningstjänsterna pressas samtidigt av ägare som har haft tålamod med förluster under lanseringsfasen, men som nu börjar kräva vinstdrift. För att möta dessa utmaningar vidtas nu flera åtgärder, från pris höjningar till lansering av hybridtjänster som kombinerar abonnemang och reklam. Flera av strömningstjänsterna försöker också förhindra att abonnemang delas med personer utanför hushållen, en företeelse som har blivit vanligare över tid. Allt fler aktörer söker sig

också till de mest attraktiva programområdena genom samarbeten med innehållsleverantörer eller spektakulära köp av innehåll.

Ett aktuellt exempel är sporträttigheter, där aktörer som tidigare inte varit aktiva, till exempel Apple och YouTube, nu köper attraktivt innehåll.<sup>5</sup>

### Högre kostnader för rättigheter och medverkande

Internationella aktörer som etablerar sig i Sverige öppnar för fler vägar till finansiering och kan gynna den kreativa sektorn här. Men det leder också till högre kostnader för rättigheter, talanger och medverkande och det skapar flaskhalsar i produktionen. Europeiska Audiovisuella

Observatoriet rapporterade redan 2020 om genomsnittliga budgetökningar på upp till 30 procent för europeiska kvalitetsproduktioner.<sup>6</sup>

Flera strömningsplattformar har under året avisrat att man begränsar sina nordiska produktioner. Ett exempel på det är HBO Max som under 2022 meddelade att man helt slutar med svensk originalproduktion.<sup>7</sup>

### Lägre reklaminvesteringar för medier med journalistiskt innehåll

Efter att reklaminvesteringarna fallit under pandemins första år vände de kraftigt uppåt under 2021. Under 2022 väntas den svenska reklammarknaden för första gången passera 50 miljarder kronor.<sup>8</sup> Det mesta går dock inte till nyhetsmedier. Sedan 2008 har reklamintäkterna för medier med journalistiskt innehåll i Sverige minskat med över 60 procent. År 2021 gick 23,1 miljarder av reklaminvesteringarna i digitala medier till utomnordiska bolag som Google och Facebook, och 8,9 miljarder till nordiska bolag.<sup>9</sup>

Sverige går lite drygt 5 miljarder till nyhetsmedier.<sup>10</sup> Av de medel som går till nordiska bolag återinvesteras stora andelar i nytt journalistiskt innehåll, medan medel som går till utländska bolag i princip inte återinvesteras alls här, eller endast i liten utsträckning. I Institutet för mediestudiers årsbok lyfts som ett positivt tecken för dagstidningsbranschen att betalningsviljan för digital journalistik i Sverige är hög. Branschen har också sett en ökning av antalet digitala prenumeranter

och några tidningsföretag gjorde goda resultat under 2021 och 2022.<sup>11</sup> Samtidigt står de tryckta prenumerationerna fortfarande för en stor del av dagspressens intäkter och där är utmaningarna fortsatt stora. Kraftigt ökade papperspriser och Post Nords ändrade distributionssätt sätter också press på tidningarnas ekonomi. Bedömare spår att 2023 kommer att bli ett fortsatt tufft år för svenska nyhetsmedier där både annons- och läsarintäkter väntas påverkas negativt av lågkonjunkturen.

#### Fortsatt intensiv kamp om publiken

Efter en ökning i nyhets- och mediekonsumtion under pandemins början har medieanvändningen gått tillbaka till nivåer som liknar de före pandemin. Flera tidigare trender i medieanvändningen fortsätter i samma riktning som tidigare. Tittandet på linjär-tv (broadcast) har minskat stadigt den senaste tioårsperioden, med undantag för pandemiåret 2020. Sedan 2018 har veckoräckvidden för broadcast-tv gått från 75 procent i befolkningen till 61 procent 2022.<sup>12</sup>

Motsvarande räckviddsnivåer för streamingtjänster var 2022 över 90 procent.<sup>13</sup>

Störst veckoräckvidd bland svenska tv-kanaler 2022 hade SVT1 med cirka 57 procent och TV4 med 53 procent. Därefter följer SVT2 (41%), Kanal 5 (33%), TV3 (28%), Sjuan (25%) och TV6 (24%).<sup>14</sup> Dessa uppgifter fångar dock enbart tittande på traditionell tv. Tittande på strömmande tv är den form för tittande som ökar mest. Störst veckoräckvidd 2022 hade Youtube (67%), därefter SVT Play (52%), Netflix (49%) och TV4 Play (26%).

Nya aktörer som Disney+ (18%) och

HBO Max (17%) växer snabbt och har redan tagit en stor andel av tittandet på rörlig bild.<sup>15</sup> Disney+, som lanserades tredje kvartalet 2020, används i dag av mer än var tredje barn/tomåring i Sverige en genomsnittlig vecka.

#### Nyhetsundvikandet ökar markant

Forskning från Reuters Institute har en tid lyft fram nyhetsundvikande, dvs. att män aktivt undviker nyheter, som en allvarlig trend.<sup>16</sup> I samtliga undersökta länder har andelen som ibland eller ofta

undviker nyheter ökat kraftigt från 29 till 38 procent mellan 2019 och 2022. I Sverige är andelen 32 procent (22% 2019), i Storbritannien 46 procent, i Norge 28 procent och i Danmark och Finland 20 procent. I samtliga fall är ökningstakten anmärkningsvärt hög mellan 2021 och 2022. Vanliga skäl att undvika nyheter är att man inte litar på rapporteringen eller att man känner sig illa till mods av den.

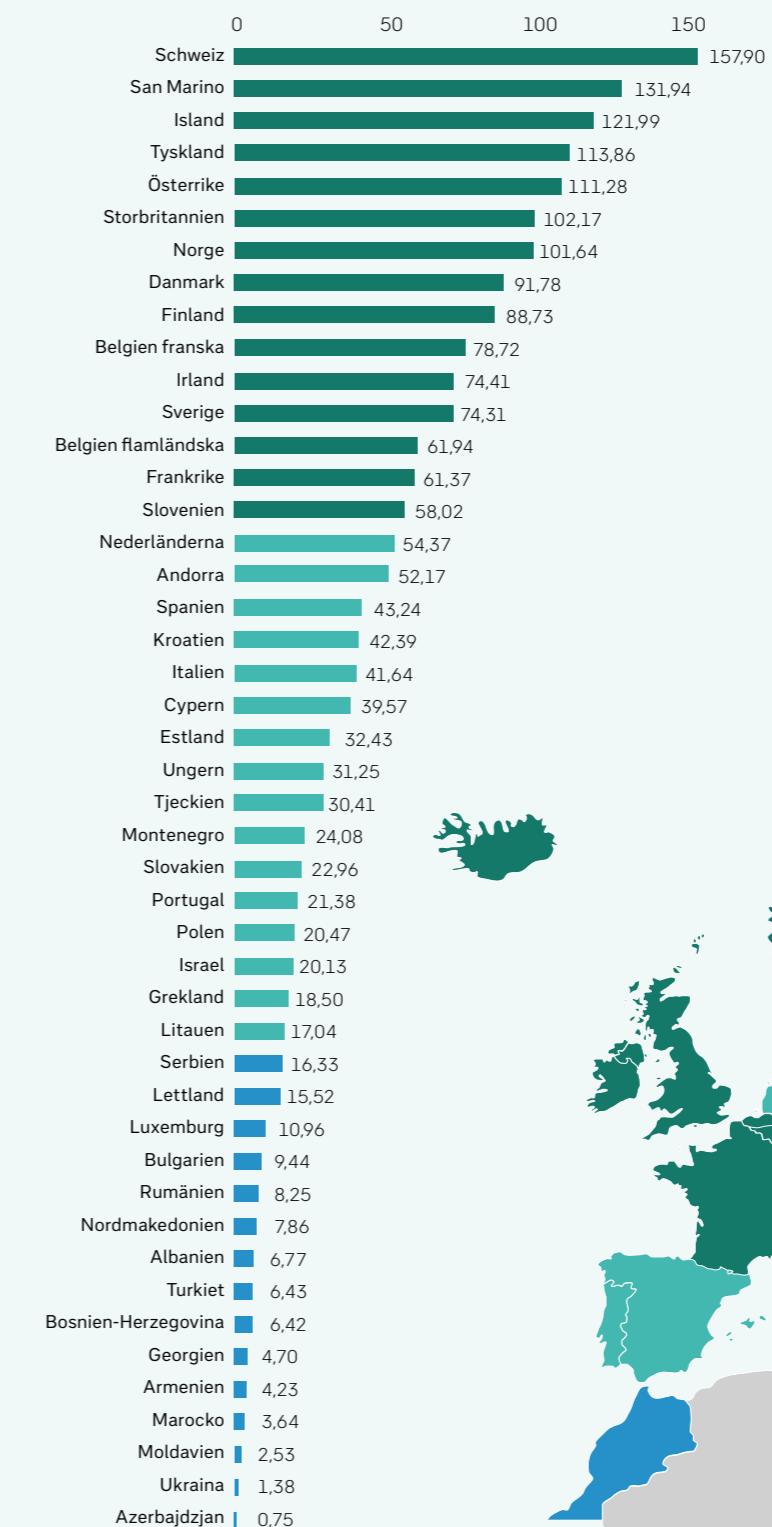
#### Lägre public service-intäkter per capita i Sverige

European Broadcasting Union (EBU) sammankläller information om ekonomin för public service-bolag i Europa.<sup>17</sup> De samlade intäkterna för Europas public service-bolag uppgår till 36 miljarder euro. Sverige återfinns på tolfte plats med en kostnad på 74 euro/person och år och är det land i Norden där avgiften för public service per capita är lägst. Också länder som Tyskland (114 euro/person) och Storbritannien (102 euro/person) ligger väsentligt högre medan länder i främst östra Europa ligger klart lägre.



30 minuter med Annie Lööf (c). Foto: SVT

#### Kostnaden för public service per capita i Europa (beräknat i euro 2020)



Övre tredjedelen i ps-kostnader per capita.

Mellersta tredjedelen i ps-kostnader per capita.

Lägre tredjedelen i ps-kostnader per capita.

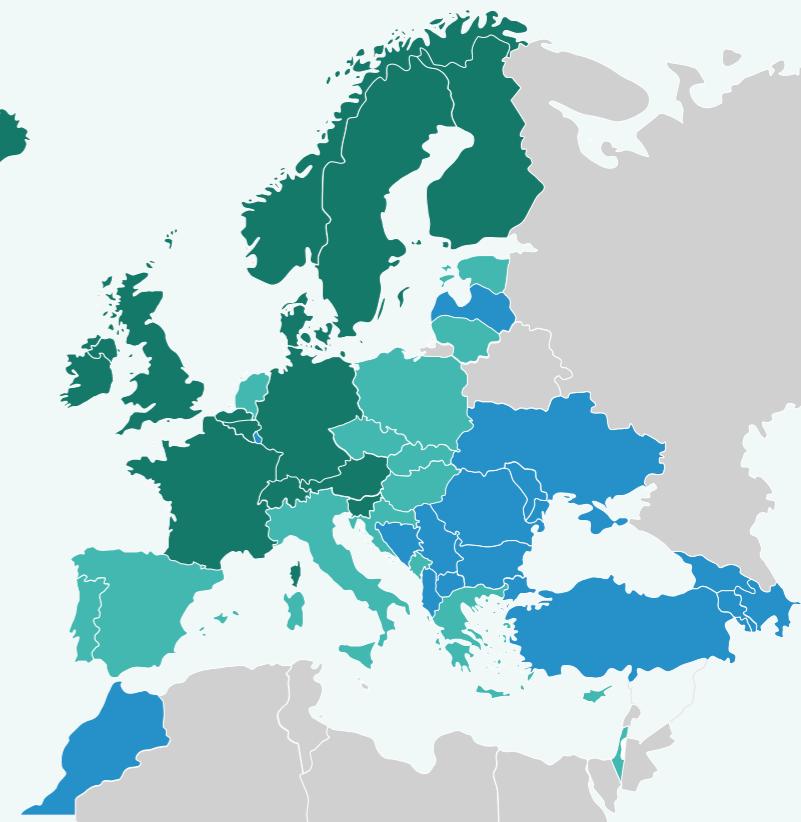
Länder som inte ingår i sammanställningen.

Källa: European Broadcasting Union (EBU), Internationella Valutafonden (IMF) och respektive EBU-medlemsföretag 2020.

Staplarna till vänster visar kostnader för respektive lands public service-verksamheter fördelat per capita. Underlaget kommer från European Broadcasting Union (EBU) och baseras på siffror från Internationella Valutafonden (IMF) och från respektive EBU-medlemsföretag 2020.

Genomsnittliga kostnader i euro:

- EBU-medlemsländer 44,51
- EU-länder (26 av 27 ingår) 47,19
- Icke EU-länder (20) 40,69



## Sammanfattning

### - SVT i internationell konkurrens

SVT konkurrerar i dag med internationella storföretag som producerar för en världsmarknad med enorma programbudgetar. Marknaden för strömmande tv väntas inte växa utan konkurrensen kommer istället att hårdna mellan befintliga aktörer.

Samtidigt sker alltmer av distributionen av rörlig bild online, vilket leder till att

medieföretag i dag möter en betydligt mer komplex distributionskedja som involverar en lång rad aktörer. Många av aktörerna fungerar som grindvakter som avgör vilket innehåll som når ut och vad publiken ser. Detta begränsar i många fall mediernas självständighet och förmåga att garantera att innehållet når publiken i oförändrat skick. Också SVT tvingas förhålla sig till aktörer av det slaget (se [avsnitt 4.3](#)).

Till skillnad från de globala strömningsjättarna, med ett i huvudsak anglosaxiskt utbud, erbjuder SVT ett brett innehåll av nyhets- och samhällsjournalistik, kulturbekvämning och annat utbud av hög kvalitet på svenska. Att en del strömningsaktörer nu upphör med lokal programproduktion visar också på en oberäknlighet i dessa företags betydelse för lokala produktionsmarknader.

SVT kan genom sitt uppdrag och särskilda roll säkerställa en långsiktighet i produktion på svenska med närbild till

ämnen och frågeställningar relevanta för publiken. SVT har också en särskilt viktig roll i att möta den växande trenden av nyhetsundvikande och sjunkande tillit till nyhetsjournalistik. Det är därför positivt att nyheter och samhällsprogram är bland de programområden som ökar mest, särskilt via SVT:s digitala nyhetstjänst, men också i traditionella tv-sändningar (se [avsnitt 2.2](#)).

Så här långt har SVT klarat utmaningen väl. SVT är fortfarande det svenska tv-företag som ses av störst andel av befolkningen, 8,4 miljoner, varje vecka. Sverige är också ett av få länder i Europa där

public service-bolagets strömningstjänst för tv är störst på marknaden. Samtidigt står alla svenska tv-aktörer inför stora utmaningar från allt tuffare internationell konkurrens. Det kan handla om att inte förmå hänga med i den tekniska utvecklingen och fortsätta driva innovationer, eller svårigheter att anställa och behålla talanger. För ett public service-företag som SVT kan det bli allt svårare att leverera värde till publiken om man inte kan förvärva rättigheter till viktiga evenemang och nå publiken utan mellanhänder. För att SVT ska kunna fortsätta att skapa värde för samhället och publiken genom ett attraktivt utbud och tjänster som är tillgängligt för alla är goda ekonomiska förutsättningar helt avgörande.

## 1.4 SVT:S MÅL OCH STRATEGIER

SVT:s uppdrag i allmänhetens tjänst har beslutats av regering och riksdag för perioden 2020–2025. Utifrån uppdraget har

SVT formulerat visionen "Vi bidrar till ett

Sverige där alla är mer nyfikna och insatta".

SVT:s vision och strategi för 2020–2022 tar sin utgångspunkt i uppdraget från regering och riksdag och den konkurrensituasjonen som beskrivs i [avsnitt 1.3](#).

I kapitel 2 redovisas SVT:s strategiska mål för perioden samt utfallet på de indikatorer som SVT har valt att följa för att bedöma måluppfyllelse.

För att fortsätta kunna skapa värde i en allt hårdare konkurrens har några särskilt viktiga utvecklingsområden identifierats i strategin:

- » Försöka vårt utbud för att bli ett självklart val online
- » Bygga ett SVT för en ny tids tv-vanor
- » Komma närmare alla i Sverige
- » Skapa ett mer effektivt, kreativt och lärande SVT

De områdena utgör grunden för företagets interna arbete med att utveckla verksamheten. Under 2022 har SVT beslutat om en uppdaterad företagsstrategi för 2023–2025. Det arbetet beskrivs mer i [kapitel 8](#).

## FOTNOTER

- 1 Myndigheten för press, radio och tv, Medieekonomi 2022, [www.mppt.se](http://www.mppt.se)
- 2 Institute of Media and Communications Policy: Media Database, [www.mediadb.eu](http://www.mediadb.eu)  
Uppgifter om intäkter avser medieverksamhet (omräknat från euro).
- 3 Myndigheten för press, radio och tv, Medieekonomi 2022, [www.mppt.se](http://www.mppt.se)
- 4 Mediavision 2023, Insikt: TV och Streaming Q4 2022 (vid självskattning framgår ibland en högre räckvidd på upp till 70 procent, men då räknas också tittande utan abonnemang in).
- 5 <https://www.macrumors.com/2023/01/16/apple-bid-english-premier-league-tv-rights/>  
[US - YouTube \\$14bn NFL deal signals new phase in battle for live sports rights](https://US - YouTube $14bn NFL deal signals new phase in battle for live sports rights)
- 6 European Audiovisual Observatory (2020) [www.obs.coe.int](http://www.obs.coe.int)
- 7 HBO Max slutar helt med nordiska produktioner | Filmtopp
- 8 IRM 2023, Reklam- och medieprognos 2022–2023
- 9 Myndigheten för press, radio och tv, Medieekonomi 2022, [www.mppt.se](http://www.mppt.se)
- 10 Nyhetsmedier i IRM:s statistik inkluderar dagspress, gratistidningar och renodlat digitala nyhetsaktörer.
- 11 Institutet för mediestudier 2022, Mediestudiers årsbok 2022, [www.mediestudier.se](http://www.mediestudier.se)
- 12 MMS/Nielsen People Meter 2022
- 13 MMS Trend och Tema Q4 2022
- 14 MMS (2022). Årsrapport 2022 (1 minut sammahängande tittande)
- 15 MMS (2022). Trend & Tema
- 16 Reuters Institute, Digital News Report 2022 samt presentation av Reuters Institute vid Public Service News Forum i september 2022.
- 17 European Broadcasting Union (2022), Funding of Public Service Media. [www.ebu.ch](http://www.ebu.ch)

KAPITEL TVÅ

# Värdet av SVT

---

Här beskrivs hur SVT lyckas skapa värde för samhället och för individen samt verksamhetens genomslag i räckvidd och användning. Resultaten kopplas avslutningsvis till en analys av företagets effektivitet.



# Värdet av SVT

**INLEDNINGEN TILL SÄNDNINGSTILLSTÅNDET:**  
"Sveriges Television AB (SVT) har till uppgift att bedriva tv-verksamhet i allmänhetens tjänst. Verksamheten ska präglas av oberoende och stark integritet och bedrivas självständigt i förhållande till såväl staten som olika ekonomiska, politiska och andra intressen och maktfärer i samhället. Det är särskilt viktigt att SVT slår vakt om programområden som är betydelsefulla för allmänintresset."

## INTRODUKTION – SVT: STRATEGISKA MÅL

SVT:s uppdrag i allmänhetens tjänst har beslutats av riksdag och regering för perioden 2020–2025 och framgår av sändningstillstånd och medelsvillkor. SVT:s oberoende i förhållande till det allmänna och till andra maktfärer och intressen i samhället är ett fundament för verksamheten och en förutsättning för att SVT ska kunna uppfylla uppdraget.

Utifrån uppdraget har SVT formulerat visionen "Vi bidrar till ett Sverige där alla är mer nyfikna och insatta". SVT:s företagsstrategi 2020–2022, som har sin utgångspunkt i den visionen, syftar till att stärka SVT:s förutsättningar och förmåga att uppfylla uppdraget i allmänhetens tjänst. SVT:s styrelse har beslutat om den övergripande inriktningen på strategin och formulerat mål under rubrikerna *Värde för samhället* och *Värde för dig*.

*Värde för samhället* svarar mot beskrivningen av SVT som en demokratisk kollektiv nyttighet som gynnar alla oavsett om man själv

tar del av den eller inte. *Värde för dig* har en tydlig koppling till att public service har en finansieringsmodell där alla i Sverige är med och betalar. Alla ska kunna finna intressant innehåll i programverksamheten och SVT ska enligt sändningstillståndet tillgodose "skiffrande förutsättningar och intressen hos befolkningen i hela landet".

Som indikatorer på *Värde för samhället* har SVT valt att följa allmänhetens uppfattning om SVT:s nyhetsverksamhet och övrig programverksamhet samt uppgifter om SVT:s samlade räckvidd i befolkningen. Som indikatorer på *Värde för dig* har SVT valt att följa publikens bedömning av ett antal frågor om SVT:s innehåll samt publikens användning av SVT:s program och tjänster. Här redovisas utfallet på dessa indikatorer. Målnivåerna är satta med ledning av utfall från tidigare år samt en bedömning av framtida utveckling.

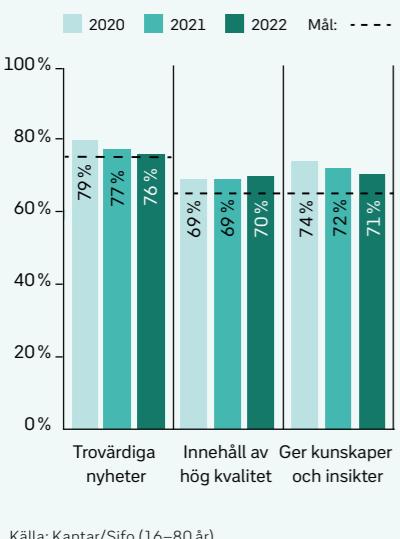


*Vinn hela skiten*. En sportdokumentär med världens bästa innebandytvillingar Oona och Veera Kauppi. Foto: John Stark/SVT

## 2.1 VÄRDE FÖR SAMHÄLLET

Allmänheten är SVT:s uppdragsgivare och det är viktigt att betydande delar av befolkningen ger ett högt betyg för SVT:s bidrag till värde för samhället. SVT:s mål är att 75 procent av allmänheten ska instämma i påståendet att *SVT har trovärdiga nyheter*. För de övriga publikfrågorna *SVTs innehåll har hög kvalitet* och *SVT har innehåll som ger människor kunskaper och insikter* är målsättningen att en klar majoritet på 65 procent av befolkningen ska instämma. I grafen nedan redovisas utfallet för de tre indikatorerna.

### 2.1.1 Värde för samhället



### Fortsatt högt värde för samhället

76 procent av befolkningen instämmer i påståendet att SVT har trovärdiga nyheter. 71 procent instämmer i att SVT ger kunskaper och insikter och något färre, 70 procent, instämmer i att SVT har innehåll av hög kvalitet. Sammantaget ligger SVT 2022 fortsatt stabilt över målnivåerna för indikatorer på värde för samhället. Andelen som instämmer i de tre påståendena är hög i samtliga åldersgrupper. Kvinnor värderar SVT genomgående högre än män.

### Stärkt samhällsvärde i kristid

De senaste årens redovisningar har visat att SVT:s hantering av pandemin sannolikt har inverkat positivt på publikens uppfattning av värde för samhället. Flera undersökningar pekar i den riktningen, bland annat en studie från Föreningen Vetenskap & Allmänhet som visade att SVT var den nyhetskanal som alla flest, 63 procent, hade följt rapporteringen från.<sup>18</sup> Därefter kom TV4 och SR med 37 procent. SVT och SR var också de medier som allmänheten har haft högst förtroende för i rapporteringen, med 76 procent respektive 74 procent följt av TV4 med 53 procent, Dagens Nyheter 48 procent och Min lokala morgontidning med 43 procent.

Resultaten stämmer med tidigare undersökningar som har visat att många vänder sig till traditionella nyhetsmedier när samhället sätts på prov och att public service-medierna ges högst betyg vid sådan rapportering. Erfarenheter från bland annat terrorattentat, skogsbränder och ministermord visar att befolkningen har höga förväntningar på SVT och SR vid de tillfällena och dessutom vänder sig till företagen i hög grad.

Kriget i Ukraina har än en gång prövat SVT:s förmåga att snabbt ställa om och möta såväl vuxnas som barns informationsbehov. SVT är återigen det medieföretag som flest vänder sig till. En under-

sökning från Novus visar att under krigets inledande veckor använde 80 procent av svenskarna SVT för att hålla sig informerade.<sup>19</sup> Därefter kom Sveriges Radio med 56 procent och TV4 med 49 procent. Liknande resultat framkom i SVT/Novus eftervalsundersökning där det framgick att SVT både var den källa som flest svenskar använde sig av för att informera sig om det svenska valet och källan med högst förtroende. SVT:s valkompasser var de mest använda, de genomfördes fem miljoner gånger och nära två tredjedelar av samtliga första- och andragångsväljare gjorde någon av SVT:s kompasser.<sup>20</sup>

### Utmärkelser en kvalitetsindikator

En indikator på kvalitet i programverksamheten är priser och utmärkelser. Vid den svenska tv-galan Kristallen 2022 vann SVT i sex kategorier. Årets nyhets- och aktualitetsprogram blev *30 minuter* med Anders Holmberg. Årets granskning blev *Uppdrag granskning: Ericsson och IS*. Dramaserien *Deg* utsågs till Årets tv-drama och *Allt för Sverige* Årets tävlingsreality. *Världens vackraste pojke* blev Årets dokumentärprogram och Årets faktaprogram blev *Under kniven*.

SVT:s tillgänglighetstjänster fortsätter att väcka uppmärksamhet. Kvaliteten i SVT:s autotextning av lokala nyheter har lopplande förbättrats och 2022 mottog



Agenda special: Sveriges säkerhet 2022 med Isabelle Behr, stabsgruppchef, under en militärövning kring Vaggeryd. Foto: Adam Ihse/TT

SVT ett pris för årets AI-projekt i Nordic Dair Awards för den tekniska lösningen. Svt.se fick tillgänglighetsorganisationen Funkas pris för en av de mest tillgängliga webbplatserna i Sverige.

SVT:s datajournalistik tilldelades Statistikfrämjandets årliga pris för att "med dagsaktuella ämnen och data och en stor portion pedagogisk skicklighet lockat läsare att djupdyka i siffror och statistik". Lilla Aktuellt prisades för sitt arbete med kållkritik och tilldelades Det gyllene förstoringsglaset som delas ut av Internetstiftelsen. Vid 2022 års Guldpadegala fick SVT två priser för sin granskande journalistik: Uppdrag granskning med *Transbarnen* och SVT Nyheter Skåne med *Malmöförförbjudna adresser*.

Vid festivalen Prix Europa tilldelades

SVT:s *Världens vackraste pojke* priset för Årets bästa europeiska tv-dokumentär.

*Clara Henry – revanschen* vann det internationella tv-priset Venice TV Award i kategorin plattformsöverskridande program. På galan för Svenska humorpriset fick SVT tre priser: Årets humorprogram *Herr talman*, Årets komiker Kristoffer Appelquist och Årets komedi *Leif & Billy*.

SVT fortsätter att bidra till lyskraften på den svenska filmbranschens Guldbaggegalas. Mer än 30 nomineringar gällde filmer där SVT var samproducent. Bland dessa fanns samtliga filmer som nominerades i kategorin bästa film, *Boy from Heaven*, *Comedy Queen*, *Historjá – Stygn för Sápmi*, *Jag är Zlatan* och *Triangle of Sadness*.



SVT gör dagliga nyhetssändningar på finska och samiska. Foto: SVT

## 2.1.2 Räckvidd

SVT:s totala räckvidd per genomsnittlig vecka – Broadcast/online



Källa: Kantar/Sifo (9–80 år)

### SVT:s räckvidd i befolkningen

SVT ska vara till för alla oavsett ålder, geografisk hemvist, bakgrund, kön eller funktionsvariation. Räckvidd, det vill säga hur stor del av befolkningen som tar del av en medieaktörs innehåll, anses internationellt vara ett centralt mål för public service och en förutsättning för att verksamheten ska kunna bidra med ett värde för hela samhället.

**Mål:** minst 8 av 10 svenskar ska ta del av SVT:s kanaler och tjänster en genomsnittlig vecka.

I graf 2.1.2 redovisas utvecklingen över tid när det gäller hur stor andel av publikens som tar del av SVT:s kanaler och tjänster en genomsnittlig vecka.

*har innehåll som intresserar mig, är ambitionen att en klar majoritet på 65 procent av befolkningen ska instämma.*

Allmänhetens bedömning av det personliga värdet av SVT ligger överlag något lägre än bedömningen av SVT:s samhällsvärde. Tidigare public service-redovisningar har visat att individer kan anse att SVTs programverksamhet bidrar med ett högt värde för samhället, till exempel genom en omfattande produktion för barn och unga, utan att de bedömer värdet för sig själva lika högt.

I graf 2.2.1 framgår hur stora andelar av befolkningen som under 2022 tyckte att SVT ger dem ett högt personligt värde, fördelat på tre olika frågor.

I SOM-institutets ordinarie mätning som redovisades i mars 2022 (mätperiod september-december 2021) svarade 75 procent av befolkningen att de har mycket högt eller ganska högt förtroende för SVT. Det är en minskning med en procentenhets, men fortsatt högst av alla svenska medier och en procentenhets högre än 2019.<sup>21</sup> Det finns samtidigt grupper där förtroendet för SVT är lägre, till exempel bland Sverigedemokraternas sympatisörer. Forskningen visar att detta är grupper som har lägre förtroende för samhällsinstitutioner över lag. Det är också viktigt att konstatera att det är en låg andel av befolkningen som svarar att de har mycket litet eller ganska litet förtroende för SVT. Endast åtta procent svarar så, och den andelen har varit ungefär lika stor över tid.

### Fortsatt hög räckvidd 2022

SVT:s samlade räckvidd för kanaler och tjänster låg under 2022 på 84 procent av befolkningen, vilket är en liten nedgång jämfört med 2021, men fortfarande klart över målet på 80 procent. Räckvidden skiljer sig betydligt mellan åldersgrupper, från 63 procent i åldersgruppen 9–15 år till klart över 90 procent i åldersgrupperna 45 år och uppåt. I jämförelse mellan 2021 och 2022 är räckvidden relativt stabil i de flesta befolkningsgrupper med undantag för de yngre.

Räckvidden varierar också mellan plattformar. Fortfarande bidrar traditionellt tv-tittande till största delen, men antalet som tittar online har ökat kraftigt. Under 2022 har andelen av befolkningen som enbart följer SVT via linjära sändningar i broadcast fortsatt minska, från 33 procent 2019 till 18 procent 2022. Andelen som använder både nya och gamla plattformar har ökat kraftigt från 31 procent 2019 till 49 procent 2022. Andelen som endast använder SVT online uppgår till 18 procent.

Något färre, men fortfarande drygt två tredjedelar av befolkningen, 69 procent, anser att de har nyttja av SVT:s innehåll, vilket är en ökning med två procentenheter. 66 procent tycker att SVT har ett innehåll som intresserar dem, vilket är samma nivå som 2021. Andelen som ger SVT ett ganska eller mycket högt personligt värde ökar något med ålder, men skillnaderna är liksom i utfallet för värde för samhället relativt små.

## 2.2 VÄRDE FÖR INDIVIDEN

SVT:s andra strategiska mål är att bidra med värde till enskilda individer. För indikatorn *Förtroende för SVTs innehåll* redovisar SVT utfallet från SOM-institutets årliga undersökningar och målnivån är satt till 75 procent. För övriga indikatorer, *Jag har nyttja av SVTs innehåll* och SVT

### Satsningar på tillgänglighet bidrar med värde

SVTs satsningar på tillgänglighet på alla företagets plattformar bedöms ha stor påverkan på det upplevda individuella

värdet. Funktionen *Tydligare tal* vinner fortsatt publikens gillande och har under året tillämpats på allt fler programtitlar. Från och med 2022 finns funktionen *Uppläst text* för samtliga program med översättningstext på samtliga SVT:s plattformar. Användningen av Tydligare tal och Uppläst text har mer än fördubblats under 2022 jämfört med året innan.

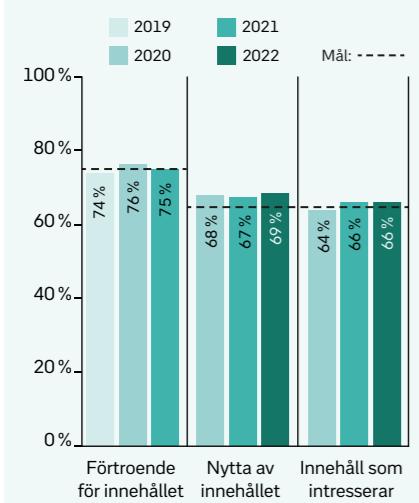
Inför valet utvecklade SVT ny teknik som gjorde det möjligt för teckenspråkstolkar i studio att bytas av under sändning. Den som inte tolkade kunde dessutom köra själva sändningen, något som tidigare krävt en tekniker. Denna effektivisering och innovation möjliggjorde under året teckenspråkstolkning av alla direkt-sända valprogram.

### Användning av SVTs kanaler och tjänster

Publikens uppmärksamhet är i dag spridd på en mängd olika mediekanner. För ett public service-företag som vill vara en del av alla människors vardag är det en viktig ambition att en god andel av publikens genomsnittliga medieanvändning läggs på SVTs kanaler och tjänster. SVTs mål är att den genomsnittliga användningen av SVTs kanaler och tjänster ska vara minst 40 minuter varje dag.

Tittartiden för SVT för 2022 var 42 minuter per person och dag, vilket är en betydande minskning med fem minuter jämfört med 2021. Hela tv-branschen fortsätter att tappa tittartid, framför allt i broadcast och särskilt i åldrarna under 60 år. Nedgången kan delvis förklaras av hård konkurrens

## 2.2.1 Värde för dig



Källa: SOM-undersökningen (16–85 år)  
Kantar (16–80 år)

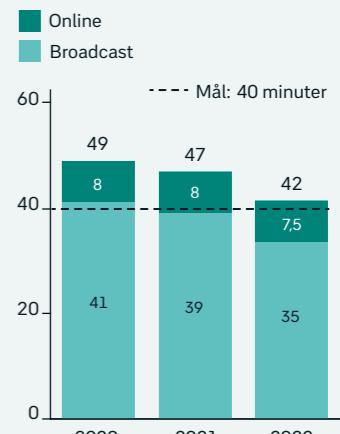
SVTs förmåga att svara upp mot samhällets och publikens behov vid särskilda nyhetshändelser bidrar till att skapa värde. SVT har under 2022 gjort flera satsningar för att förbereda och genomföra en gedigen bevakning av det svenska valet och för att klara en intensiv och



Programledare Fouad Youcef SVT:s valstudio tillsammans med fotograf Niclas Närwall under valvällan. Foto: Axel Boberg/SVT

## 2.2.2 Användning

SVT:s totala tittartid i min per genomsnittlig dag – Broadcast/online



Källa: MMS (3–99 år)

framför allt från strömningstjänster, men det finns också långsiktiga effekter av pandemin som har fått genomslag under året. SVT hade exempelvis färre egenproducerade dramatitlar under 2022, något som normalt bidrar till användning och som därför har påverkat SVT Play särskilt (se också avsnitt 5.3). Den viktigaste förklaringen är produktions- och leveransproblem under pandemin. Ett programområde där tittandet på SVT ökar, både i broadcast (+ 7%) och online (+ 30%), är nyheter. Också barn och unga ökar något under året (+ 5%).

Tittandet på SVT via traditionell tv i broadcast 2022 var 35 minuter per person och dag, eller 82 procent av det totala tittandet. Därtill kommer tittande på SVT online om 7,5 minuter, eller 18 procent av den totala tittartiden.

#### Användningen via internet ökar över tid

Utvecklingen med minskad användning av SVT via traditionell tv och ökning via internet har pågått under en längre tid och kan förväntas fortsätta. 2014 tittade en person i genomsnitt 53 minuter per dag på SVT via traditionell tv jämfört med 35 minuter år 2022. 2014 användes internet för att se på SVT i 1,6 minuter jämfört med 7,5 minuter år 2022. Det är en betydande skillnad i tittning i broadcast och online, men man bör då vara medveten om att tittandet mellan de olika formerna skiljer sig åt. Onlinetittandet är ofta mer selektivt och man tittar en kortare stund. Det flödande och något mer passiva tablåttittandet genererar fler tittarminuter.

Användningsmönstren för rörlig bild skiljer sig kraftigt åt mellan olika grupper, i synnerhet mellan yngre och äldre, där yngre har en betydligt större andel av tittandet förlagt online. Ett skifte är dock på gång. Efter pandemin är det framför allt de äldre tittarna som ökar sitt tittande online.

### 2.3 VÄRDE OCH GENOMSLAG SOM MÅTT PÅ EFFEKTIVITET

Värde och genomslag utgör nyckeltal som mäter aspekter på effekten av SVT:s verksamhet. Hur väl SVT presterar i förhållande till målsättningarna om värde för samhället respektive värde för individen är indikatorer på hur effektivt SVT är. SVT har valt värdeskapande för samhälle och individer som strategiska mål för att det är centralt för ett public service-företag som verkar i allmänhetens tjänst.

Vid en bedömning av resultatet är det viktigt att beakta att det påverkas av flera olika ingående värden eller faktorer, varav en del är sådana som SVT kan påverka medan andra är externa och som SVT inte råder över. Hur dessa faktorer eller ingående värden samverkar går inte att klara lägga på ett sådant sätt att det enkelt kan göras en koppling mellan graden av effektivitet och SVT:s verksamhet.

Villkoren i SVT:s uppdrag sätter till-sammans med de ekonomiska resurserna för tillståndsperioden ramarna för SVT:s arbete med att skapa effektivitet. Det finns flera ingående värden som påverkar effektiviteten och som SVT råder över. De genomsyrar hela SVT:s verksamhet och är viktiga exempel på områden där SVT löpande vidtar åtgärder för att stärka genomslag och effekt. SVT:s arbete med dessa interna faktorer eller ingående värden redovisas mer ingående på flera ställen i public service-redovisningen.

» **Mångfald, genrebredd, volym och kvalitet.** SVT:s uppdrag är att göra program för såväl breda publikgrupper som olika specialintressen. Ett brett utbud av hög kvalitet som uppskattas och väljs av olika delar av befolkningen bidrar till SVT:s förmåga att skapa värde. Medieforskningen visar att ett brett genomslag i befolkningen bidrar till högt förtroende för public service-mediers innehåll. Redovisningen i kapitel 5 och 6 visar att SVT:s genrebredd fortsätter att vara stor med program både för den breda publiken och för specifika intressen.

» **Närvaro i och spegling av hela landet.** SVT genomför för närvarande en historisk satsning på att stärka företagets lokala

närvaro i syfte att skapa värde genom att förbättra den journalistiska bevakningen i hela landet och upprätthålla en hög andel lokala inslag i riksnyheterna (se [avsnitt 6.1](#)). Under 2022 har SVT stärkt närvaren genom ytterligare fem redaktioner.

#### » Hantering av händelser i omvärlden.

Som medieföretag i allmänhetens tjänst ska SVT ha en beredskap att kunna hantera oväntade händelser i omvärlden. Det handlar om god beredskap, hög säkerhet och hög kvalitet för att säkerställa verksamhetens funktion i alla lägen. Det handlar också om en förmåga att kunna ställa om och snabbt anpassa utbud och tjänster utifrån behov. *Efter Rysslands anfall på Ukraina har SVT avsatt resurser för att stärka företagets förmåga att stå emot och hantera hot av olika slag. SVT har också investerat i en starkt journalistisk bevakning kopplad till kriget i Ukraina (se [avsnitt 6.1](#)).*

» **Tillgänglighet.** SVT strävar efter att alla program och tjänster ska vara tillgängliga och ha hög kvalitet. Många åtgärder för tillgänglighet kompletterar varandra och långt fler publikgrupper än enbart personer med funktionshinder drar nytta av dem, exempelvis textade sändningar och god hörbarhet (se [avsnitt 6.4](#)). *SVT har under 2022 fortsatt vidareutveckla tillgängligheten på flera områden.*

» **Fokuserade programsatsningar.** SVT gör regelbundna analyser för att identifiera områden som bedöms svagt bevakade eller för att bättre kunna möta publikens behov av relevant utbud och tjänster (se exempelvis [avsnitt 6.1](#)). *Exempel på nya programsatsningar under året är flera specialprogram om kriget i Ukraina och om det svenska valet.*

» **Fler perspektiv i nyhets- och samhälls-journalistiken.** SVT arbetar löpande med att utveckla journalistiken i riktning mot att omfatta många perspektiv från olika platser och miljöer i landet (se [avsnitt 6.1](#)). *Exempel på viktiga åtgärder under året är stärkt arbete för motståndskraft mot desinformation och informationspåverkan samt stärkt bevakning av kriget i Ukraina.*



Programledaren Camilla Kvartoft på väg in i studion under valkvällen den 11 september. Foto: Axel Boberg/SVT

» **Andelen av SVT:s resurser som läggs på program.** SVT:s målsättning är att den andelen ska vara så stor som möjligt. Syftet är att genom kvalitativa program som motsvarar publikens behov och förväntningar kunna locka fler att ta del av SVT:s utbud och uppleva att SVT skapar värde. För 2022 var andelen 77 procent (se tabell 7.2.1). Målet med en hög andel medel till program ska ses långsiktigt över tid där variationer förekommer mellan åren.

För att klara målet om en hög andel resurser till program krävs ständiga rationaliseringar i SVT:s verksamhet eftersom SVT har begränsade möjligheter att öka intäkterna. SVT har därtöver nyligen beslutat om ett transformationsprojekt som syftar till att spara 100 miljoner kronor till år 2025. Avsikten är att kunna fördela resurser på ett sätt som stärker SVT:s värde och genomslag. Läs mer om hur SVT arbetar för stärt produktivitet i avsnitt 7.3.

Exempel på externa faktorer eller ingående värden som SVT därtöver har liten eller ingen möjlighet att påverka är:

#### » **Hård konkurrens på publikmarknaden och fragmenterad medieanvändning.**

Publikens uppmärksamhet är i dag fördelad på ett omfattande utbud inom ett begränsat antal programgener. För SVT innebär denna utveckling en allt större utmaning att med oförändrade resurser kunna fortsätta skapa värde och genomslag.

#### » **Utvecklingen av kostnader för produktion.**

Kostnaderna för tv-produktion har ökat mycket kraftigt på senare år. Det handlar om allt från programrättigheter, löner, till samarbeten och produktionsutläggningar. Inom vissa programgener har kostnaderna ökat med 30 procent på kort tid.

#### » **Externa händelser utanför företagets kontroll.**

Pandemin innebar påfrestningar på SVT:s verksamhet och externa samarbeten. Detta får effekter på SVT:s verksamhet än i dag, exempelvis genom ett begränsat utbud inom vissa gener med lång produktionstid. På grund av det försämrade säkerhetsläget har SVT:s kost-

nader för säkerhet och beredskap ökat kraftigt. Externa händelser kan också verka positivt på SVT:s genomslag och bidrag till värde, till exempel att år med riksdaysval eller andra större händelser tenderar att gynna SVT om publiken väljer SVT i större utsträckning.

#### » **Måluppfyllelse i relation till använda resurser**

Granskningarna har efterlyst ett utvecklat resonemang från SVT om måluppfyllelse i relation till använda resurser eller ingående värden. SVT har ovan redovisat hur de olika interna ingående värden som SVT råder över har utvecklats och förstärkts under året. SVTs programekonomi innebär också att resurser som avsätts för programproduktion ett år får effekt först när produktioner sänds. Detta bör beaktas vid bedömning av sambandet mellan resursanvändning och måluppfyllelse avseende effektivitet.

Först en övergripande kommentar om resursanvändningen i förhållande till utfall avseende effektivitet. Inom ramen

för befintliga resurser, och utvecklingen för faktorer som SVT kan påverka, fortsätter SVT upprätthålla höga nivåer vad gäller genomslag och värde för samhälle och för enskilda. Att döma av de publikundersökningar som redovisas ovan har SVT också under 2022 lyckats svara väl mot människors behov av information och fördjupningar för att hålla sig informerade om såväl kriget i Ukraina som det svenska valet. En indikation på att SVT gör detta på ett effektivt sätt är att uppräkningen av SVT:s resurser med två procent per år långtifrån kompen-serar för de samlade kostnadsökningarna för inflation och exempelvis programrättigheter, produktionsutläggningar, säkerhet och beredskap.

En andra övergripande kommentar är att resursmixen mellan programgener behöver ha en viss stabilitet för att SVT ska kunna uppfylla public service-uppdraget. Det behövs för att SVT ska kunna erbjuda ett mångsidigt utbud av både breda och smala program till hela publiken, med höga krav på tillgänglighet, kvalitet och säkerhet. Mervärden för publiken uppstår inte nödvändigtvis genom att resurser flyttas mellan programområden. Som framgår i avsnitt 5.3 har fördelningen mellan programgener i SVT varit relativt stabil över tid.

Viktiga förändringar för att bättre möta publika behov sker dock ofta genom omfördelning inom olika verksamheter, genom rationaliseringar och genom utveckling av nya och innovativa format för program och tjänster som bygger på noggranna publikanalyser och därmed ökar sannolikheten att SVT:s värde stärks. Under tillståndsperioden har SVT utvecklat flera sådana format, exempelvis samhällsprogram som *Urikesbyrån*, *Ekonominbyrån* och *Politikbyrån*, där SVT:s nyhets- och samhällsjournalistik används på nya och effektiva sätt. Dessa program är exempel på resurseffektiva produktioner som har visat sig möta publikens behov av förklaringar och fördjupning. Andra exempel är SVT Nyheters många förklarande videoklipper som ger användare av SVTs digitala nyhetstjänst möjligheter att snabbt skaffa sig förståelse och förklaring av komplicerade förlopp, som

utvecklingen av kriget i Ukraina eller de svenska elpriserna. Ytterligare exempel på resurseffektiv innovation är SVT:s kontinuerliga arbete för stärkt tillgänglighet, med exempel som funktionen *Tydligare tal*.

Sammanfattningsvis är SVT:s bedöming att utfallet av värde för samhället och värde för enskilda individer är fortsatt gott. Bland sådana faktorer eller ingående värden som SVT råder över så har ett stort antal åtgärder vidtagits på senare år för att möta utmaningar och publika behov för att stärka företagets genomslag och öka sannolikheten att publiken uppfattar värdet av SVT. Dessa åtgärder har hanterats genom omfördelningar inom befintliga ramar. SVT bedömer att åtgärderna, tillsammans med ett löpande rationaliseringar (se avsnitt 7.3) för att skapa mesta möjliga resurser till program, har bidragit till måluppfyllelsen vad gäller företagets effektivitet.

Inför den kommande treårsperioden har SVT beslutat om en uppdaterad företagsstrategi (se kap 8). Strategin, som gäller 2023–2025, kommer att fokussera

än mer på SVT:s förmåga att bidra med värde till samhälle och individer, och avsikten är att kommande år investera ytterligare resurser i och skapa utrymme för innovativt utvecklingsarbete för program och tjänster som möter dessa målsättningar.

## FOTNOTER

18 Vetenskap & Allmänhet (2021): Medierapportering och förtroende i samband med Covid-19-pandemin. VA-rapport 2021:4. [www.v-a.se](http://www.v-a.se)

19 Novus 2022. Nyhetsrapportering kring kriget i Ukraina

20 SVT/Novus 2022. Eftervalsundersökning 2022

21 SOM-institutet 2022. 2021 års SOM-undersökning



Urikesbyrån: Vreden i Iran. Grafiker: Sara Sundstedt/Joel Paulsson. Foto: Wael Hamzeh/TT



Ekonominbyrån. Riksbankschef Stefan Ingves och riksbanken rekordhöjer räntan. Grafiker: Celine Ekelund. Foto: Anders Wiklund/TT

## KAPITEL TRE

# Så arbetar SVT

*Inom SVT finns ett antal kärnprocesser för att säkra kvalitet och utveckling. De är exempelvis uppdragsprocessen, hur SVT samarbetar med produktionsbolag och processer för publicistiskt ansvar. Här redovisas också SVT:s närväro i hela Sverige, program på svenska språket, samt beredskap och sändningskvalitet.*



# Så arbetar SVT

**MEDELSVILLKOR 19**  
"SVT ska i dialog med externa produktionsbolag säkerställa att företagets organisation för inköp och beställning av extern produktion präglas av tydlighet."

## 3.1 UPPDRAGSPROCESS

SVT använder en beställar- och utförarmodell i utbudsarbetet. Företagets mediedirektör och programdirektör fattar programbeslut med vd som yttersta instans. Alla programförslag, både interna och externa, bedöms av företagets programchefer (10) och programbeställare (4). I det arbetet vägs programförslag mot strategi, mål, programbudget, insikter från publikanalys och kraven på verksamheten i sändningstillstånd, medelsvillkor samt interna policydokument och regler.

### Utbudsprocess

SVT:s uppdragsprocess ska möta såväl behovet av långsiktig planering som behovet av att fatta lopande och snabba beslut under året. Det högtryck som råder i tv-branschen ställer krav på tidiga beslut och långa planeringshorisonter för att knyta till sig relevanta upphovsmän och ge bra produktionsförutsättningar. SVT:s utbudsprocess inleds av programledningen i oktober då riktning och fokus för kommande års utbud sätts. Beslut om flerårsuppdrag och huvudinriktning fattas av vd i företagsledningen. Därefter fattas lopande programbeslut under året.

### Lopande dialog med externa produktionsbolag

SVT:s ambition är att vara en bra och tydlig part vid alla former av samarbeten. Externa producenter kan när som helst vända sig till någon av SVT:s programchefer eller beställare för att presentera nya programförslag. SVT för lopande dialog med produktionsbolag och anordnar informationstillfällen utifrån olika gener. På en särskild sajt för affärsrelationer, b2b.svt.se, samlas allt material som är till nytta för produktionsbolag och andra externa intressenter. Dessutom har SVT en särskild förhandlingsavdelning med uppdrag att skapa tydlighet kring affärs villkor för samarbeten. Som en del av utvärderingen av SVT:s samarbete med tv-produktionsbranschen har SVT också under 2022 genomfört en enkätundersökning av bolagens upplevelser av SVT som beställare av tv-program. Precis som 2021 får SVT ett gott betyg. Respondenterna anser sig få snabba beslut och tydliga beställningar, och SVT upplevs vara en trygg och professionell partner. Några kritiska kommentarer riktar in sig på SVT:s ersättningsnivåer.



Samtliga riksdagspartiers partiledardockor i humorprogrammet *Herr Talman*. Foto: Johan Paulin/SVT

**SÄNDNINGSTILLSTÅND 7 §**  
 "SVT ska verka för mångfald i programverksamheten genom en variation i produktionsformer. Vid sidan om en betydande egen programproduktion ska utläggningar, samarbetsprojekt och inköp av program bidra till denna variation liksom utomståendes medverkan i den egna programproduktionen."

**MEDELSVILLKOR 19**  
 "SVT ska bidra till att stärka en livskraftig produktionsmarknad i hela landet."

### 3.2 VARIATION I PRODUKTIONSFÖRMER

#### Produktion

SVT arbetar med fyra huvudgrupper av utbud vid sidan av det lokala utbudet: egenproduktion, produktionsutläggning, samproduktion och inköpta program (förvärv av visningsrätter). Volymmässigt utgörs den största delen av SVTs förstasända utbud av egenproduktion, främst nyheter och SVT Forum som produceras inom företaget. Under 2022 var 52 procent av SVTs förstasända utbud egenproducerat.

Utländska inköp stod för ytterligare 35 procent medan produktionsutläggningar, samproduktioner och svenska förvärv svarade för 12 procent av utbudet.

De 3 234 timmarna lokala nyheter (154 timmar producerade och sända per lokal redaktion totalt 21 stycken) under 2022 ingår inte i de här siffrorna (se avsnitt 4.1 och 6.1).

Analys av utläggningsgrader görs normalt i linje med EU-regleringen på området, utifrån den del av produktionen där alternativ till egen-

produktion regelmässigt förekommer, den så kallade allmänproduktionen (se även avsnitt 5.5). Sammanlagt 1 744 timmar av det totala utbudet räknas som allmänproduktion och av dessa producerades drygt 33 procent i samarbete med eller inköpt av utomstående svensk producent.

#### Utomståendes medverkan och andra samarbeten

Sedan flera år tillbaka har SVT ökat antalet samproduktioner och utläggningar. Svenska dramaserier får allt större uppmärksamhet i världen och intresset för svenska produktioner växer. Det har medfört att antalet samarbeten ökar från år till år samtidigt som en något högre andel av SVTs produktioner inom många programkategorier läggs ut på produktionsbolag.

Tabell 3.2 visar SVTs kostnader som går till utomstående produktionsbolag eller enskilda personer. Under 2022 var totalkostnaden drygt 1,4 miljarder kronor, vilket är i nivå med föregående år.

#### 3.2 Utomstående medverkan och andra samarbeten, mkr

Medverkande och programanställda

Mkr	2020	2021	2022
Arvoden	139,0	146,6	148,5
Programanställda	61,8	63,7	60,8
<b>Summa</b>	<b>200,8</b>	<b>210,3</b>	<b>209,3</b>

Andra slags produktionssamarbeten

Svenska	2020	2021	2022
Produktionsutläggningar	451,5	442,0	454,3
Samproduktioner	212,0	271,4	247,0
Förvärv	167,6	164,7	159,8
<b>Summa</b>	<b>831,1</b>	<b>878,1</b>	<b>861,1</b>

Utländska	2020	2021	2022
Produktionsutläggningar	4,2	1,0	0,0
Samproduktioner	15,6	9,5	13,1
Förvärv	273,9	258,0	255,2
<b>Summa</b>	<b>293,7</b>	<b>268,5</b>	<b>268,3</b>

STIM, IFPI/Sami, NCB	79,6	78,3	73,9
<b>Summa</b>	<b>79,6</b>	<b>78,3</b>	<b>73,9</b>
<b>Totalt</b>	<b>1 405,2</b>	<b>1 435,2</b>	<b>1 412,6</b>



Bo Kaspers Orkester är husband i *På spåret*. Foto: Bo Häkansson/SVT

### 3.3 SAMARBETEN MED PRODUKTIONSBOLAG

SVT är en viktig aktör på den svenska produktionsmarknaden. Många kommersiella aktörer arbetar inom ett begränsat antal genrer, men eftersom SVT har ett brett programuppdrag läggs produktioner ut på produktionsbolag inom flera genrer. En hög andel av SVTs programbudget investeras i produktioner gjorda av produktionsbolag samt extern frilansande personal och inspelningarna sker över hela landet.

#### Externa och interna produktioner i hela Sverige

En begränsande omständighet i arbetet med att stärka en livskraftig produktionsmarknad i hela landet är att en mycket stor andel av produktionsbolagen finns i

Stockholm. Trots det genomför SVT produktioner i hela Sverige. Det gäller både externa produktioner som produceras av produktionsbolag och SVTs egna produktioner. SVTs egenproduktion utgår från Stockholm, Göteborg, Malmö och Umeå. Ofta genomförs de egenproducerade programmen till hälften med extern frilansande personal. Exempel på sådana produktioner som spelats in under 2022 är *Uppdrag granskning* och *På spåret*, som spelas in i Göteborg, *Fejk* och *Hack my Heart* i Malmö och *Antikrundan*, som spelas in i olika delar av landet.

Oavsett om det rör sig om egenproduktion av SVT eller en produktion som gjorts av ett produktionsbolag så genereras arbete för lokalt frilansande produktions-

personal. SVT samarbetar med landets filmpooler Film i Väst, Film i Skåne, Film-pool Nord och Film Stockholm. Vid de samarbetena sprids produktioner över hela Sverige. Under 2022 spelade SVT till exempel in *Detektiven från Beledweyne* och *Painkiller* i Västra Götaland samt *Hålla Samman* i Ystad. Utöver samarbetet med de regionala filmpoolerna har SVT spelat in exempelvis *Borta böst* i Helsingborg, *Fråga Lund* i Lund, *Klassen* säsong 6 i Malmö samt *Allt för Sverige* och *Vem bor här?* i hela landet.

**MEDELSVILLKOR 17**  
"SVT ska i sin nyhetsverksamhet ta hänsyn till kvalitativa nyhetsmediers konkurrensförutsättningar, i syfte att värna en mångfald av perspektiv på en livskraftig mediemarknad."

**MEDELSVILLKOR 24**  
"Programföretagen ska på olika sätt stimulera en förlöpande offentlig diskussion om verksamheten."

### 3.4 SVT:S BIDRAG TILL EN LIVSKRAFTIG MEDIEMARKNAD

SVT är en stor aktör på den svenska mediemarknaden. Genom det breda uppdraget i allmänhetens tjänst säkrar SVT att det finns innehåll på svenska med svenska perspektiv i en rad av genrer, producerat i olika delar av Sverige. SVT:s många nyhetsredaktioner speglar hela landet. Genom att finnas på plats lokalt, nationellt och internationellt kan SVT koppla samman skeenden och ge perspektiv på sätt som få andra svenska medier kan.

SVT arbetar på flera områden för att ta hänsyn till kommersiella medier och bidra till en livskraftig mediemarknad. Som indikatorer på det arbetet redovisar SVT kontinuerligt hur följande områden utvecklas: fokus på rörlig bild, restriktiva citeringar, samarbeten och kontinuerlig dialog med kommersiella medier. Nedan beskrivs hur SVT arbetar med dessa områden/indikatorer och hur de bidrar till hänsyn.

#### SVTs strategi: att vara bäst på nyhetsvideo

SVT:s mål är att vara bäst i Sverige på nyhetsvideo. Genom att ha fokus på rörlig bild skiljer sig SVT:s nyhetstjänst online från de flesta kommersiella medier, som i sina onlinetjänster arbetar med video i begränsad omfattning.

Under 2022 sände SVT 1 445 timmar nyheter (exempelvis i *Rapport*, *Aktuellt*, *Utisets* och *Oddsats*) och 3 234 timmar lokala nyheter (fördelat på 21 lokala nyhetsredaktioner) i broadcast. Nyhetsverksamheten fortsätter att kraftsamla kring att stärka videoberättandet och utnyttja synergier mellan nyhetsutsändningarna i tv och SVT:s digitala nyhetstjänst. Precis som i tv-sändningarnas telegram och text-tv:s utbud är text en viktig del i den multimediala tjänsten.

Under året har SVT Nyheters användning av text debatterats. Text är en avgörande del av SVT:s nyhetserbjudande och helt nödvändigt för att SVT ska möta uppdraget att vara relevant för alla. Text är en förutsättning i nyhetsslagen innan rörligt material finns från händelser och platser. Ibland finns inte rörliga nyhetsbilder och ibland har SVT inte rättigheter att sända rörligt material, exempelvis kopplat till sporträttigheter. Text ger också möjligheter till en enkel överblick av ett nyhetssläge, vilket publiken efterfrågar.

Som ett led i att ta hänsyn till andra medier har SVT valt att satsa kraftfullt på video och begränsa textlängder i nyhetstjänsten online.

Att begränsningarna efterlevs följs upp varje månad. Idag tillåts exempelvis inte längre reportage, så kallade "long reads" och SVT har slutat att erbjuda opinionsmaterial. 2022 var andelen artiklar med video 70 procent (66% 2021, 60% 2020 och 40% 2019). Målet är inte att årligen öka andelen artiklar med video, men den ska över tid ligga på en stabil hög nivå.

SVT:s fokus på rörlig bild har gett tydliga resultat. Över tid har videoinnehållet på nyhetstjänsten ökat kraftigt. Under 2022 publicerades i genomsnitt 166 videoklipp i nyhetstjänsten varje dag, (159 klipp 2020 och 20 klipp 2017). Därtill kommer livesända nyheter i SVT Play och SVT Nyheter.

Förklaringen till den höga nivån är bland annat utvecklingen av SVT:s videoformat. I tematiserade videospelare med korta nyhetsklipp ges fördjupning av olika ämnen, till exempel förklaringar, till utvecklingen av kriget i Ukraina eller av de svenska elpriserna. Onlineverksamhetens kombination av video, grafik och text gör tillsammans tjänsten attraktiv och relevant. Det gör också nyheterna begripliga, sökbara och tillgängliga för personer med funktionsnedsättning. Användningen i publiken är också hög. Både 2021 och 2022 har 8 av 10 användare valt att besöka en artikel med video.

#### Riktlinjer för citeringar efterlevs

SVT har en hög grad av egna nyheter. Citeringar är dock en del av journalistikens ekosystem och en självklar praxis för alla medier. För att ta hänsyn till andra medier citerar SVT restriktivt, begränsar citeringar i text och hänvisar till det medieföretag som var först med nyheten. Därmed bidrar SVT till bibeihållen attraktivitet i innehåll från kommersiella medier även när man rapporterar om samma nyhet.

Sedan 2020 har SVT och samtliga lokaltidningskoncerner gemensamma riktlinjer för hur man citerar varandras nyheter. Häntvisningar ska ske med länk till ursprungskällan och erkännande (kredd) ska kvarstå även när en annan redaktion bygger vidare på nyheten. Redaktionerna tar ömsesidigt ansvar för att uppmärksamma varandra på om man missat att länka eller ge erkännande. Dessutom har SVT tagit på sig att citeringar av andra mediers nyheter på de lokala nyhetssajterna får vara högst 600 tecken. I den dialog som SVT har haft med lokaltidningschefer under 2022 upprevs att riktlinjerna fungerar väl och att de efterlevs.



#### Så samarbetar SVT med kommersiella medier

SVT samarbetar med kommersiella medier för att ge mervärde både för publiken och för andra medier. Genom samarbeten kan parterna sänka kostnader, spara resurser och få fler nyheter samtidigt, vilket bidrar till en livskraftig mediemarknad. Under 2022 har nya samarbeten tagits fram och befintliga fördjupats.

Under 2020 erbjöd SVT andra medier som är medlemmar i organisationen Utgivarna att utan kostnad ta del av SVT:s livesändningar från de myndighetsgemensamma presskonferenserna om coronapandemin. SVT har sedan hösten 2021 utökat erbjudandet till alla livesändningar av presskonferenser och nyhetshändelser där SVT har rättigheter. Under 2022 har SVT dessutom erbjudit kommersiella medier sändningarna av valets statsministerduell och slutdebatt samt SVT:s lokala och regionala valkompasser. Alla lokala tidningskoncerner i landet, förutom Bonnier News Local, nyttjade erbjudandet att använda SVT:s valkompasser.

SVT har samarbetat med kommersiella medier och SR och UR inom ramen för Fria ordets dag (se nedan). SVT och Utgivarna driver sedan 2021 ett samarbete mellan medier och forskningen kring frågor som rör hot och hat mot journalister. VT, Fojo/Linnéuniversitetet, Reportrar utan gränser och Bonnier News erbjuder tillsammans utbildningen Ny kollega. Den riktar sig till studenter eller de med tidigare erfarenhet som journalist utanför Sverige och som vill jobba inom svenska medier.



SVT har även gjort en rad innehålls-samarbeten med lokaltidningar runt om i landet 2022. SVT Nyheter Norrbotten samarbetade exempelvis inför valet med de lokala tidningarna NSD och Norrbottens Kuriren, samt SR P4 Norrbotten kring en gemensam opinionsundersökning om partisympatier. Ett annat exempel är en debatt om förlossningsvården i Västerbotten som SVT arrangerade tillsammans med Folkbladet och Västerbotten-Kuriren.

#### Kontinuerlig dialog

SVT för en löpande dialog med företrädare för kommersiella medier. Det sker dels inom ramen för Utgivarna och Medietikens förvaltningsorgan, dels genom regelbundna möten som SVT tar initiativ till. Syftet är att fånga upp synpunkter, identifiera gemensamma utmaningar och samarbeten som gynnar publiken och parterna.

SVT har under året träffat redaktionella företrädare för de stora lokaltidningskoncernerna såväl som representanter för enskilda dagstidningar. Under mötena delas erfarenheter, samarbeten diskuteras och utvärderas. SVT har exempelvis efter positiv feedback beslutat att permanenta pilotprojektet där SVT delar med sig av live-sändningar.

#### Andra exempel på hänsyn

När SVT stärker sin närvärta runt om i landet med nya redaktioner har SVT valt att inte starta nya lokala sajter eller editioner, både för att värna kvaliteten i journalistiken och för att ta hänsyn till lokaltidningen på orten. När SVT tagit fram riktlinjer för framtida utbyggnad vägs övrig

närvaro av journalister in i bedömningen.

Ytterligare ett sätt för SVT att visa hänsyn är att begränsa användningen av annonserfinansierade plattformar som konkurrerar med kommersiella medier. När SVT använder sociala medier är det för att informera om SVT:s innehåll och föra dialog med publiken.

#### En levande diskussion om verksamheten

Public service verkar i allmänhetens tjänst och det är viktigt att verksamheten diskuteras brett i samhället. SVT bidrar till den offentliga debatten bland annat genom att anordna seminarier om public service och mediemarknaden i stort. Under 2022 har SVT bland annat erbjudit seminarier om 2022 års vallokalsundersökning, utrikesjournalistikens villkor och om dokumentärfilmens roll, gränser och framtid. SVT:s eftervalsundersökning presenterades på ett seminarium med fokus på hur unga väljare såg på mediernas valbevakning. Även det årliga PS Funk-seminariet som SVT, SR, UR och Funktionsrätt Sverige anordnar fokuserade på valet och hur väl medierna och public service-bolagen lyckades ta upp relevanta frågor för personer med funktionsnedsättning.

SVT:s publikdialog "Fika med SVT" lockade nära 1 000 svenskar från Filipstad till Luleå att fika, diskutera SVT:s utbud och public service. "Fria ordets dag"-projektet fortsatte under 2022 i ett utvecklat interaktivt digitalt format. Sjätteklassare träffade SVT, SR, UR och lokala tidningsredaktioner i digitala klassrum för att lära sig mer om journalistik, yttrandefrihet och källkritik/källtillit. Under 2022 deltog 14 500 elever i 673 klasser, en kraftig ökning jämfört med 2021.

För att skapa en levande diskussion om verksamheten både internt och externt har SVT under 2022 också startat ett fördjupande och förklarande nyhetsbrev samt tagit fram Året med SVT, en sajt där SVT:s public service-redovisning erbjuds i lättillgängligt digitalt kortformat för en bredare publik. På SVT:s Om oss-sida ([svt.se/omoss](http://svt.se/omoss)) och på [svt.se/publiceras](http://svt.se/publiceras) regelbundet blogginlägg om nya satsningar, utgivarbeslut och andra aktuella frågor som rör SVT.

## KRAVEN I SÄNDNINGSTILLSTÅNDET:

13 § "Sändningsrätten ska utövas opartiskt och sakligt. SVT ska beakta att en vidsträckt yttrandefrihet och informationsfrihet ska råda i tv. SVT ska före sändning av program så noggrant som omständigheterna medger kontrollera sakuppgifter i programmet. Ämnesval och framställning ska ta sikte på vad som är relevant och väsentligt."

14 § "Den som har befogat anspråk på att bemöta ett påstående ska ges tillfälle till genmäle. En begäran om genmäle ska behandlas skyndsamt. Om en begäran om genmäle bifalls, ska ett genmäle sändas så snart det kan ske i eller i anslutning till program av samma eller likartad karaktär som det som anmärkningen avser."

16 § "SVT ska ta hänsyn till tv:s särskilda genomslagskraft när det gäller programmens ämnen och utformning samt tiden för sändning av programmen. SVT bör ägna stor uppmärksamhet åt sättet att skilda våld i nyhetsprogram och andra program som informerar publiken om det faktiska våld som förekommer."

17 § "SVT får inte sända reklam. Förbjudet omfattar inte reklam för egen programverksamhet eller för programverksamhet från SR och UR, utbildningsmaterial eller andra liknande produkter med direkt anknytning till programmen."

18 § "SVT får inte sända sponsrade program där sponsorbidraget har tillfallit SVT direkt. Utan hinder av första stycket får sponsring förekomma – i SVT:s sändningar i samband med sportevenemang – av program som innebär utsändning av en allmän sammankomst eller offentlig tillställning där SVT är arrangör. Inom ramen för ovanstående bestämmelser får sponsring förekomma i samband med högst 20 evenemang per år."

"SVT får sända sådana indirekt sponsrade program – som framställs eller har framställts i samarbete med någon annan som fått bidrag från utomstående för sin andel av produktionen."

19 § "Bestämmelser om sponsringsmeddelande finns i 7 kap. 4–8 §§ radio- och tv-lagen."

20 § "Vid sändning av reklam enligt 17 § behöver inte reklaminslagen omges av ljud- och bildsignaturer enligt 8 kap. 5 § första stycket radio- och tv-lagen eller vara minst en minut långa enligt 8 kap. 2 §."

21 § "SVT får inte sända program där produktplacering enligt 3 kap. 1 § 10 radio- och tv-lagen förekommer."

## 3.5 PUBLICISTISKT ANSVAR OCH GRANSKNING AV INNEHÅLL

### Villkor för reklam, sponsring och produktplacering

Alla program som produceras och köps in av SVT blir föremål för en publicistisk bedömning innan de sänds. Förutom yttrandefrihetsgrundlagen grundas SVT:s interna publiceringsregler på sändningstillståndet, radio- och tv-lagen samt interna riklinjer. 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 och i sociala medier som i tv-sändningarna, trots att verksamheten inte granskas av granskningsnämnden.

Samtliga sändningar i SVT har en ansvarig utgivare utsedd av vd. Som regel har programcheferna på programdivisionen och redaktionscheferna på nyhetsdivisionen det ansvaret. Utgivare har enligt yttrandefrihetsgrundlagen befogenhet att utöva tillsyn över offentlighörande av program och att bestämma innehållet så att ingenting införs 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. Ett utgivarforum sammankallas löpande och samlar företagets utgivare i syfte att lyfta gemensamma frågor och dela erfarenheter kring publicistik, journalistik och etik.

Avdelningen 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 riklinjer. Avdelningens arbete bedrivs i form av utbildning, rådgivning om program- och tablåfrågor samt yttranden till granskningsnämnden och Mediombudsmannen/Mediernas etiknämnd.

### Utbildning

SVT genomför kontinuerligt interna utbildningar med syfte att öka kunskapen och kompetensen när det gäller den praktiska och publicistiska tillämpningen av regelverken och de egna riklinjerna. Normalt bedrivs en mycket omfattande utbildningsverksamhet med både grundutbildningar för olika redaktioner och yrkesgrupper och mer skräddarsydda kurser för bland annat delar av programverksamheten, speciella projekt och nya medarbetare.

Antalet utbildningar har legat på en hög nivå under 2022, både via digitala och fysiska möten. Med tanke på att 2022 var ett valår så gjordes en extra satsning på olika typer av utbildningar kopplade till valbevakning och med särskilt fokus på opartiskhet. Dessa utbildningar genomfördes både på plats på de fyra programorterna (Umeå, Stockholm, Göteborg och Malmö) och erbjöds också digitalt, samlade under en så kallad etikvecka med valfokus. Totalt har SVT Programetiks utbildningar samlat nästan 700 deltagare under 2022.

### 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 kort-utbildningar 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 2022 deltog 46 personer från 22 olika produktionsbolag i grönt kort-utbildningen.

### Så hanteras anmälningar till granskningsnämnden

Anmälningar av SVT-program till granskningsnämnden skickas till 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

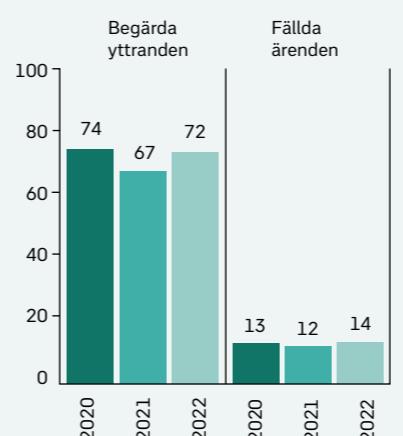
väljer ut för särskild granskning skickas till SVT med begäran om yttrande inom en viss föreskriven tid. Vid en fällning görs snarast en så kallad pliktsändning där fällningen redovisas på en plats i tablå och programmet som ligger så nära det ursprungliga inslaget som möjligt. Därefter genomförs ett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

Nämnden samlar anmälningar som gäller samma program i samma ärende. Statistiken visar att det var 851 beslutade ärenden under 2022 vilket är i stort sett på samma nivå som under 2021. SVT fick yttra sig i 72 av dessa ärenden under 2022 jämfört med 67 ärenden året innan. Av de ärendena ledde 14 till fällande beslut jämfört med 12 under 2021 (se tabell 3.5.1). Under 2022 hade SVT också sex ärenden som beslutades i Mediernas etiknämnd, varav ett klandrades.

Grunderna för de 14 fällningarna i granskningsnämnden 2022 fördelades på följande sätt: saklighet 8, mediets genomslagskraft 2, opartiskhet 2 och otillbörligt gynnande 2 (se tabell 3.5.2). SVT analyserar årligen i detalj yttranden och fällningar och anpassar utbildningsverksamheten och rådgivningen utifrån analysen.

SVT har inte sänt program med produktplacering eller reklam.

#### 3.5.1 Yttranden och fällningar i Granskningsnämnden för radio och tv



#### 3.5.2 Fällningsgrunder

Ett program kan ha flera fällningsgrunder

	2020	2021	2022
Beriktigande	0	0	0
Genmäle	0	0	0
Genomslag	2	3	2
Gynnande	3	0	2
Offentliggörande	0	0	0
Opartiskhet	1	0	2
Privatlivet	3	0	0
Saklighet	4	9	8
Sponsring	0	0	0
Varning för våld	0	0	0
<b>Totalsumma</b>	<b>13</b>	<b>12</b>	<b>14</b>

#### MEDELSVILLKOR 14

"SVT ska ha en decentraliserad organisation som skapar goda förutsättningar för självständigt beslutsfattande på regional och lokal nivå."

#### MEDELSVILLKOR 13

"Nya tjänster av större betydelse eller väsentliga ändringar i befintliga tjänster inom ramen för den kompletterande verksamheten ska anmälas till regeringen för godkännande."

#### SÄNDNINGSTILLSTÅND 6 §

"SVT har ett särskilt ansvar för det svenska språket och dess ställning i samhället. Språkvårdsfrågor ska beaktas i verksamheten."



SVT:s nya redaktion i Sveg invigs av Mark Cummins redaktionschef för SVT Jämtland och vd Hanna Stjärne.  
Foto: Andreas Johansson / SVT

### 3.6 SVT FINNS I HELA LANDET

SVT:s decentraliserade organisation skapar goda förutsättningar för självständigt beslutsfattande runt om i landet.

- » Programdivisionens verksamhet utgår i huvudsak från de fyra programorterna Umeå, Stockholm, Göteborg och Malmö
- » Nyhetsdivisionen finns på 48 orter runt om i landet
- » SVT Produktion och Teknik och Ledningsenheterna har verksamhet i huvudsak på de fyra programorterna

Det åligger SVT:s programledning att kontinuerligt säkerställa att den decentraliserade organisationen har tillräckligt med resurser för att kunna svara mot uppdraget att spegla hela Sverige. Beslut om programuppdrag och resurser fattas i samverkan mellan programledning och programproducerande divisioner.

SVT har gjort en kraftfull utbyggnad av lokala redaktioner de senaste åren. 2015 fanns SVT på 27 orter. Under 2022 etablerades redaktioner i Sveg, Åmål, Märsta, Dorotea och Västervik. Under 2023 kommer SVT att öppna de två återstående redaktionerna för att nå målet att finnas på 50 orter.

Den lokala verksamheten utgör drygt hälften av kostnaderna inom nyhetsverksamheten. Det medger goda resurser för den lokala verksamheten att effektivt spegla respektive områdenas särprägel och egenart.

#### Ansvariga utgivare i hela Sverige

En viktig princip för SVT:s decentraliserade organisation är att beslutsmakten finns så nära programmen och verksamheten som möjligt. I praktiken betyder det att SVT har ett delegerat utgivarskap och ansvar för programmens innehåll och utformning.

De 19 redaktionscheferna för SVT:s lokala program är ansvariga utgivare och de tio programcheferna placerade på de fyra programorterna är ansvariga utgivare för programverksamheten vid sidan av nyheterna. Utgivarna för SVT Sport och Riksnyheterna finns i Stockholm.

#### 2 422 medarbetare från norr till söder

Av SVT:s 2 422 anställda (2 461 år 2021) arbetar 564 i det som kan kallas centraliserad organisation. Det är i huvudsak medarbetare i företagsövergripande programverksamhet (SVTi, riksnyheterna, SVT Sport), men det finns även centrala funktioner utanför Stockholm. Till exempel är utsändningstekniken för SVT:s 21 lokala program placerad i Malmö och Göteborg.

635 medarbetare finns inom gemensamma verksamheter som HR, kommunikation, ekonomi, strategi, publik- och utbudsanalys och ledningsfunktioner.

1 223 (51%) av medarbetarna finns i den decentraliserade organisationen. Hög närvaro av medarbetare runt om i Sverige ger förutsättningar för en god journalistisk bevakning och spegling av hela landet i utbudet.

Organisationen utformas för att ha hög närvaro av medarbetare med förankring, kunskap och nätverk ute i landet, men också ha ett betydande utrymme för externa medverkande. Det möjliggör för SVT att använda kompetens i mediebranschen i hela Sverige. Drygt 1,4 miljarder kronor användes under 2022 till externa medverkande samt till produktionsutläggningar, samproduktioner och förvärv (se tabell 3.2 ovan).

### 3.7 NYA TJÄNSTER

Under 2022 har SVT inte startat några nya tjänster av större betydelse eller gjort väsentliga ändringar i befintliga tjänster inom den kompletterande verksamheten. Ingen försöksverksamhet har heller startats enligt kriterierna i medelsvillkoren.

#### 3.6.1 Antal anställda per ort 2022

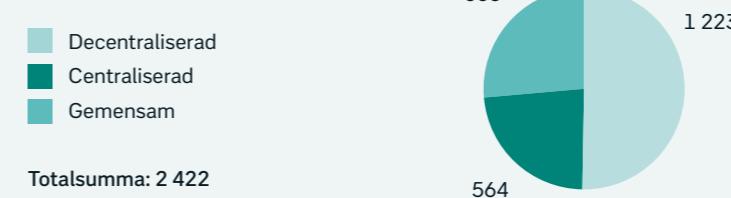
Samtliga anställningsformer

Ort	Antal
Arvidsjaur	2
Borås	1
Dorotea	1
Eskilstuna	16
Falun	48
Fagersta	1
Gävle	11
Göteborg, inkl. Angered	174
Halmstad	14
Helsingborg	8
Huddinge (Flemingsberg)	2
Hudiksvall	5
Jönköping	15
Kalmar	6
Karlshamn	1
Karlskrona	12
Karlstad	22
Kiruna	14
Kristianstad	1
Linköping	2
Luleå	24
Lund	1
Malmö	162
Märsta/Sigtuna	1
Norrköping	22
Norrköping	1
Nyköping	1
Skara	1
Skrumle	2
Stockholm, inkl. Rinkeby	1567
Sundsvall	23
Sveg	1
Sälen	2
Söderköping	8
Uddevalla	2
Umeå	135
Uppsala	13
Visby	1
Västervik	1
Västerås	17
<b>Antal anställda</b>	<b>2 422</b>



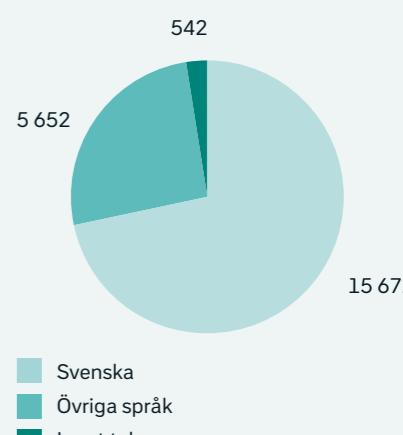
#### 3.6.2 Antal anställda per organisationsform

Samtliga anställningsformer



#### 3.8 Svenska, andel och timmar 2022

Totalt: 21 866 timmar



### 3.8 SVENSKA SPRÅKET

SVT är det tv-bolag i Sverige som sänder störst andel program på svenska. Under 2022 var 72 procent (72% 2021, 68% 2020) av de totalt 21 866 sända timmarna på svenska.

SVT, SR och UR har en gemensam avdelning som är rådgivande och agenda-sättande i språkfrågor. Bolagens medarbetare ges stöd och hjälp och kan delta i språkutbildningar. Språkdatabasen Dixi, med drygt 18 000 rekommendationer på uttal, är ett viktigt redskap i arbetet.



Carina Bergfeldt och Per Andersson. Foto: Annika Berglund/Monkberry

### 3.9 TEKNISK UTVECKLING OCH TJÄNSTEINNOVATION

SVT ska delta i den tekniska utvecklingen av produktions- och distributionsteknik för tv. Det innebär att SVT bedriver kontinuerligt utvecklingsarbete för att förbättra, rationalisera och utveckla produktion, distribution och tjänster linjärt och online. Målet är effektiva lösningar som ger god tillgänglighet och bra upplevelser för publiken samt förenklar det redaktionella arbetet. Det kan även handla om minskad miljöpåverkan.

2020 introducerades *Tydligare tal*. Funktionen innebär att användare av SVT Play kan sänka bakgrundsljudet och öka volymen på talet på ett stort antal titlar. Under 2021 ökade antalet titlar från ett tiotal till över 400 och ökningen fortsatte under 2022.

Funktionen *Uppläst text* på SVT Play utvecklades under 2021 till att samtliga program med översättningstext har funktionen. Under 2022 säkerställdes att det även gäller övriga plattformar. Användningen av *Tydligare tal* och *Uppläst text* har fördubblats 2022 jämfört med året innan.

Från och med 2021 kan publiken ta del av textade lokala nyhetssändningar online i efterhand tack vare autotextning – textning via språkmodeller som styrs av artificiell intelligens och maskininlärning. Kvaliteten i autotextningen har löpande förbättrats under 2022 och i december fick SVT pris för årets AI-projekt i Nordic Dair Awards för den tekniska lösningen av autotextningen. Under 2022 har SVT också startat ett försöksprojekt med automatisk textning i livesändning i SVT Forum.

#### Ny teknik ökar tillgängligheten till nyheter

Till valvakan hösten 2022 byggde SVT ett interaktivt system med en pekskärm där tittarna fick möjlighet att följa rösträkningen i realtid ner på enskilda valkretsar. Inför valet utvecklade SVT också ny teknik som gjorde det möjligt för teckenspråkstolkar i studio att bytas av under sändning. Den som inte tolkade kunde dessutom köra sändningen, något som tekniker gjort tidigare. En effektivisering som möjliggjorde teckenspråkstolkning av alla direkt-sända valprogram.

Under 2022 har andelen produktion med mobiltelefon utökats. Redaktionell personal kan nu producera enklare nyheter med sin mobil. Ett nytt flöde för distribution av video-klipp från mobiltelefon till publik sattes också upp under 2022 för drift 2023.

#### Allt fler nyhetssändningar kan styras från flera orter

Under 2020 sjössattes mjukvarubaserad produktion för lokala nyheter. Det innebär att sändningar kan startas och styras från flera orter, vilket ökar utsändningssäkerheten och snabbheten till publiken. Tekniken inbefattar 2022 allt fler produktioner såsom *SVT Nyheter Direkt*, minoritetsprogram och sportprogram.

SVT tillhandahåller onlinevideo i den kvalitet som en genre kräver. Det innebär högre kvalitet för sport och drama och mer ordinär kvalitet för till exempel tecknad film. Genom att optimera kvaliteten för respektive genre sparar SVT distributionskostnader och tittarna kan ges bästa möjliga upplevelse samtidigt som de inte gör av med mer data än nödvändigt.

#### Ny teknik utvecklar barn och sportutbudet

SVT Barn utvecklade 2022 interaktiva livesändningar med bland annat chatt, emojireaktioner, och omröstning där barnen tar plats i programmet. Konceptet testades till Lilla Aktuellt:s valvaka. SVT Barn utvecklade också interaktiva videoquiz där barnen kan testa sina kunskaper.

Under SM-veckan gjordes SVT:s första tester med produktion över 5G-nät. Publikens får samma kvalité som tidigare men SVT kan snabbare och enklare rigga upp och ner för livesändningar. Och under curling-EM gjordes liveproduktionen i en vanlig dator med endast en tekniker vilket gjorde att SVT kunde sända 15 matcher till samma kostnad som fem med traditionell teknik.

**MEDELSVILLKOR 7**  
"SVT ska delta i den tekniska utvecklingen av produktions- och distributionsteknik för tv."

## SÄNDNINGSTILLSTÅND 22 §

### "SVT ska upprätthålla hög säkerhet för produktion och distribution. Sändningarna ska ske med så god säkerhet att eventuella sändningsavbrott blir så korta som möjligt. SVT ska ställa höga krav på de leverantörer som anlitas för programinsamling och distribution av egensändningar."

## SÄNDNINGSTILLSTÅND 23 §

"SVT ska kostnadsfritt sända meddelanden som är av vikt för allmänheten om en myndighet begär det. SVT ska se till att meddelandet ges en lämplig utformning och att det inte genom sin omfattning eller på annat sätt inverkar menligt på programverksamheten."

## SÄNDNINGSTILLSTÅND 24 §

"SVT ska bedriva beredskapsarbete utifrån en helhetssyn som omfattar både fredstida krissituationer och höjd beredskap. SVT ska utifrån en risk- och sårbarhetsanalys analysera och värdera sändningsverksamheten så att avbrott så långt som möjligt kan undvikas. Detta arbete ska ske efter samråd med Myndigheten för samhällsskydd och beredskap (MSB). Analysen ska resultera i beredskapsplaner som utöver säkerheten i marknätet särskilt ska uppmärksamma säkerheten i distributionen över internet. Beredskapsplanerna ska årligen före den 1 mars lämnas till regeringen (kulturdepartementet) och till MSB för kännedom."

"SVT ska ansvara för att personalen får den utbildning och övning som behövs för att kunna lösa sina uppgifter i samband med fredstida krissituationer och vid höjd beredskap. En planlagd utbildnings- och övningsverksamhet i syfte att uppnå detta mål ska genomföras."

## 3.10 BEREDSKAP OCH SÄNDNINGSKVALITET

### Inledning

SVT har ett unikt beredskaps- och säkerhetsuppdag som innebär att säkerställa sändningar och publiceringar oavsett vad som inträffar i samhället. Det handlar om att säkra att allmänheten kan få nyheter och program och ta del av samhällsinformation i vardagen, i fredstida kriser, vid höjd beredskap och ytterst i krig. SVT har också den viktiga uppgiften att sända varningsmeddelandet Viktigt meddelanden till allmänheten (VMA).

SVT arbetar löpande med att stärka och utveckla företagets motståndskraft mot olika typer av hot och risker. Under året har SVT vidtagit ett stort antal åtgärder för att stärka företagets säkerhet och beredskap med anledning av kriget i Ukraina och det svenska valet.

### SVT:s kris- och beredskapsarbete

SVT:s kris- och beredskapsarbete omfattar planering inför fredstida kriser, höjd beredskap och ytterst krig. Det kan vara omfattande bränder, långvariga elavbrott, telestörningar, allvarliga IT-incidenter, pandemier, informationspåverkan och terrorattentat. SVT gör risk- och sårbarhetsanalyser för distributionen i broadcast och online samt arbetar löpande med resultaten. Medarbetare i kritiska funktioner är säkerhetsklassade och deltar i en planläggning i säkerhetsfrågor genomförs löpande för personal på SVT. I en beredskapsplan som SVT varje år lämnar till regeringen och Myndigheten för samhällsskydd och beredskap beskrivs kris- och beredskapsarbetet mer utförligt.

SVT arbetar löpande med att stärka och utveckla företagets motståndskraft mot olika typer av hot och risker med målet att skapa ett robust företag som kan producera och distribuera innehåll oavsett vad som inträffar. SVT hanterar en stor mängd säkerhetsincidenter varje dag över hela Sverige. Incidenterna består exempelvis av förhöjd hotbild i samband med inspelningar nationellt och internationellt, hot och hat mot medarbetare och mot SVT som bolag, angrep på egendom, intrångsförsök och it-attacker.

Under året har hot och hat mot journalister och medieledare återigen hamnat i fokus efter mordet på psykiatrisamordnare Ing-Marie Wieselgren i Almedalen. Utöver SVTs vd fanns

ett femtontal SVT-medarbetare utpekade som tänkbara måltaylor.

Inför höstens val till riksdag, kommun och landsting genomfördes flera insatser med ett extra fokus på säkerhet. Det har bland annat handlat om stärkt förmåga att skydda SVTs teknik och information samt utbildning för personal i nyhetsverksamheten om att identifiera och skydda sig mot påverkansförsök och desinformation.

### Skärpt beredskap i ett allvarligt säkerhetsläge

Mot bakgrund av det allvarliga säkerhetsläget efter att Ryssland invaderat Ukraina och den komplexa rapportering som följer på ett krig har SVT under 2022 vidtagit ett stort antal åtgärder. För att stärka SVTs förmåga att klara uppdraget vid höjd och högsta beredskap har SVT valt att krigsplacera all tillsvidareanställd personal. Nya nyckelroller för säkerhet och beredskap har inrättats, ökad samverkan har etablerats med lokala och regionala aktörer och SVT har skärpt säkerheten kring system, tjänster och onlinedistribution.

Kriget i Ukraina har visat att dagens informationsslag står online och att digitala kanaler är avgörande för kommunikation i kris. I dag tar sju av tio svenskar del av SVTs digitala tjänster varje vecka. Utvecklingen har också tydliggjort vikten av oberoende medier som kan rapportera opartiskt och på ett robust sätt under svåra påfrestningar. SVTs uppdrag att säkerställa att befolkningen kan nå VMA behöver utvecklas i en tid när publikens ändrade beteenden ställer nya krav. SVT har därför under 2022 infört lokala VMA-pushnotiser som innebär att den som har SVT Nyheters app nedladad kan få VMA som en notis i mobilen med information om den region man valt.

Också i programverksamheten har flera åtgärder vidtagits för att stärka SVTs förmåga att kunna säkerställa en saklig och trovärdig rapportering från kriget i Ukraina och öka publikens motståndskraft mot informationspåverkan och desinformation. Dessa åtgärder presenteras i avsnitt [5.1](#) och [6.1](#).

### Public service viktigaste källan i kris

Public service har en särskilt viktig uppgift att fylla vid stora händelser när befolkningens behov av snabb, korrekt och relevant information ökar. Vid de senaste årens dramatiska händelser, som terrorattacken i Stockholm,



Jon Nilsson, Nike Nylander, Cecilia Gralde och Katia Elliott i *Aktuellt*. Foto: Janne Danielsson/SVT

pandemin och nu ett anfallskrig i Europa, har SVT tydligt varit den källa som flest i befolkningen har använt sig av för att informera sig om nyhetsläget och få fördjupning. Under Ukraina-krigets inledande veckor använde 80 procent av svenskarna SVT för att hålla sig informerade, enligt en undersökning från Novus. Därefter kom Sveriges Radio med 56 procent och TV4 med 49 procent.<sup>22</sup>

### Ökad robusthet i produktion och distribution

För att upprätthålla hög säkerhet för distribution har SVT sedan 2020 ett nytt avtal med Teracom för bibeihållen räckvidd och kvalitet i marknätet. För att minska risken för avbrott i andra distributionsformer kan till exempel kabel-tv-operatörer hämta SVTs signal på flera olika sätt.

SVTs produktion har utvecklats så att den kan sköts från flera orter oberoende av varandra. Exempelvis kan lokala nyheter och de nationella nyhetsprogrammen genom distansproduktion sändas från olika orter, vilket minskar sårbarheten vid påfrestningar som till exempel smittspridning.

Vid distribution online finns längre fler

aktörer mellan SVT och publiken och SVT kan inte ställa krav på operatörer på samma sätt som för marknätet. SVT arbetar dock för att säkerställa internetdistributionen så långt möjligt. Redundans i flera led eftersträvas, både kring var och hur innehåll lagras och hur publiken nås över internet.

SVT har fasta uppkopplingar till flera operatörer och använder sig av flera globala så kallade content delivery networks-leverantörer (CDN) för att minska sårbarheten. SVT har även utvecklat ett eget CDN för att minska sårbarhet och kostnader. Precis som för broadcast finns beredskapsrutiner och SVT bygger in redundans i de egna plattformarna.

Under året har SVT fortsatt öka utsändningskapaciteten till operatörer för att klara av påfrestningar och ökad användning.

### Avbrott och VMA

2022 sände SVTs programkontroll ut totalt 109 347 program i SVT1, SVT2, SVT Barn, Kunskapskanalen och SVT24. Statistiken över antalet sända program inkluderar förstasändningar och repriser, förproducerade program och direktsändningar. Om en sändning av ett program

drabbas av ett fel rapporteras det 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 upp.

Under 2022 har 57 program (55, 2021) drabbats av någon form av störning eller avbrott som varade längre än 60 sekunder. Den vanligaste orsaken till avbrott och störningar är olika problem vid direkt-sändningar, till exempel överföringsproblem från produktionsplatser till programkontrollen eller andra tekniska problem vid produktionsplatser.

SVT ska kostnadsfritt sända meddelanden som är av vikt för allmänheten om en myndighet begär det. Viktiga meddelanden till allmänheten (VMA) går ut i samtliga kanaler, på SVT Play, www.svt.se, i appen SVT Nyheter och i text-tv. VMA har sänts vid 38 tillfällen under 2022 (32 gånger 2021).

## FOTNOT

KAPITEL FYRA

# Här finns SVT

---

SVT:s utbud görs tillgängligt i en mångfald av kanaler, tjänster och plattformar där publiken finns. Här beskrivs SVT:s samlade utbud i broadcast, verksamhet online och balansen mellan kärnverksamhet och kompletterande verksamhet.



# Här finns SVT

**SÄNDNINGSTILLSTÅND 1 §**  
"SVT ska samtidigt sända SVT1 och SVT2 samt två ytterligare programtjänster till hela landet. Att sända till hela landet innebär att minst 99,8 procent av den fast bosatta befolkningen ska kunna ta emot sändningarna. De två ytterligare programtjänster, som förutom SVT1 och SVT2 ska sändas, ska skilja sig såväl från varandra som från SVT1 och SVT2 med avseende på innehåll eller sändningstider. Sändningarna ska omfatta i genomsnitt minst 50 timmar per vecka under ett kalenderår i vardera programtjänsten."

**SÄNDNINGSTILLSTÅND 2 §**  
"SVT ska sända sökbar text-tv till hela landet. För dessa sändningar gäller 13–15 och 17–20 §§ i detta tillstånd."

**SÄNDNINGSTILLSTÅND 3 §**  
"SVT ska bereda utrymme för sändningar av program och sökbar text-tv från UR"

## 4.1 MARKSÄNT UTBUD

SVT sänder fem kanaler i fyra programtjänster: SVT1, SVT2, SVT Barn, SVT24 och Kunskapskanalen (i samarbete med UR). SVT Barn och SVT24 delar kanalplats i marknätet.

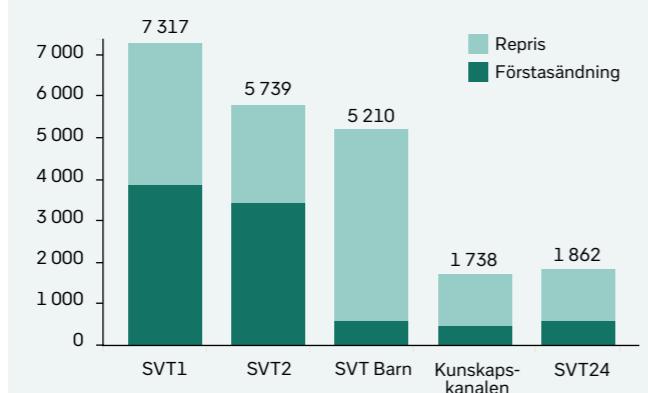
Under 2022 sändes 21 866 timmar i marknätet varav 8 884 timmar var förstasändning. Därutöver sändes lokala nyheter i 21 lokala sändningar. Det lokala utbudet sänds med några få undantag parallellt och varje lokal redaktion sände 154 timmar per vecka. Totalt producerades och sändes under året 3 234 timmar från de lokala redaktionerna. Från SVT:s fyra kanalplatser i marknätet sänds i genomsnitt minst 50 timmar i veckan. SVT sänder också text-tv.

## SVT samlar Sverige

SVT1 ska samla Sverige genom populära program i alla generer. Totalt sändes 7 317 timmar i SVT1 under 2022 (se diagram 4.1). Kanalen innehåller en bredd av programgenerer som vänder sig till stora delar av publiken med ambitionen att bidra till gemensamma upplevelser. SVT1 är den kanal som når flest tittare i Sverige och rymmer Sveriges största nyhetsprogram *Rapport* och lokala nyheter med åtta sändningar varje vardag. SVT1 har dessutom den största andelen samhällsfakta och fiktion riktad till en vuxenpublik.

Även SVT2 har stor variation i programutbudet, med fokus på fakta, kultur och samhälle. Programmen uppmuntrar nya intressen och viljan att lära sig mer. På dagtid sänds

4.1 Sändningstid per kanal 2022, timmar



Se appendix 4.1.1 Sändningstid per kanal, timmar för fler år



Tensta Gospel Choir ur serien *Kören* om tro, ledarskap och andlighet. Här på Kungliga Operan i Stockholm. Foto: Mantaray Film

## MEDELSVILLKOR 2

"Kärnverksamheten är att producera och sända tv-program till allmänheten, och att producera och tillhandahålla tv-program till allmänheten på programföretagens egna plattformar som finns på fritt tillgängliga och öppna delar av internet."

## SÄNDNINGSTILLSTÅND ÖVERGRIPANDE:

"SVT får vid uppfyllande av 6–12 §§ i detta tillstånd tillgodoräkna sig programverksamhet som bedrivs på företagets egna plattformar på fritt tillgängliga och öppna delar av internet. Varje enskilt innehållsvillkor ska huvudsakligen uppfyllas i marknätet. Samma program ska inte kunna tillgodoräknas mer än en gång under ett år."

## MEDELSVILLKOR 22

"Den programverksamhet på internet som SVT vill ska tillgodoräknas vid uppfyllandet av uppdraget ska redovisas tydligt och utförligt."

programmet *SVT Forum* i SVT2 som möjliggör för tittarna att ta del av sändningar från riksdugen, men även seminarier, debatter och pressträffar inom en bredd av ämnen från hela landet. Totalt sändes 5 739 timmar i SVT2 under 2022.

SVT Barn är Sveriges enda reklamfria kanal för barn i alla åldrar. Den har en omfattande svensk originalproduktion. SVT Barn sänder mellan klockan 05.00 och 20.00. I kanalen erbjuds barnen flera möjligheter att se programmen på olika tider. Här återutsänds också program som tidigare barngenerationer har uppskattat. Utlandska program bearbetas för att passa barnen, främst genom dubbning och textning. Under 2022 sände SVT Barn 5 210 timmar (se diagram 4.1).

Kunskapskanalen, som drivs i samarbete med UR, har ett särskilt uppdrag att bidra till bildning genom en mångfald av faktaprogram, dokumentärer och utbildningsprogram. Kunskapskanalen sände 1 738 timmar under 2022.

SVT24 delar plats med SVT Barn och kanalen används främst till parallell- och efterhandssändningar för syn- och teckenspråks-tolkning. Utöver det sänds bland annat repriseringar av allmän-tv från SVT1 och SVT2 och direktsända sportsändningar. SVT24 sände 1 862 timmar under 2022.

SVT har i dag inga särskilda sändningar till utlandet förutom program som tillgängliggörs via internet. Eftersom SVT endast tillgängliggör program utomlands som företaget redan har rättigheterna till så tillkommer endast små kostnader (cirka 100 000 kronor) för trafikavgifter vid användning till utlandet. De avtal mellan SVT och Sveriges Utbildningsradio AB som reglerar sändningstid samt överenskommelser om rutiner och kostnader kring sändningarna har fortsatt att gälla under 2022.

## 4.2 VERKSAMHET PÅ INTERNET

SVT:s uppdrag är att producera och sända tv-program till allmänheten. Uppdraget omfattar linjära sändningar i marknätet och sändningar och tillhandahållanden på SVT:s egna plattformar som finns fritt tillgängliga på öppna internet.

Digitaliseringen av mediemarknaden och utvecklingen av befolkningens mediekonsumtion innebär att verksamheten på internet över tid ökar i omfattning för att möta publikensändrade behov och användning. Andelen

svenskar som enbart ser på broadcast minskar stadigt medan tittandet online ökar. SVT behöver genom erbjudandet av program och tjänster följa de nya mediebeteendena för att kunna vara relevant för allmänheten.

SVT ges i sändningstillståndet möjlighet till tillgodoräkning av programverksamhet online för att uppfylla innehållsvillkor i uppdraget. Den möjligheten tillämpas så här långt bara på två områden, dels verksamhet för ökad tillgänglighet för personer med funktionsnedsättning (se avsnitt 6.4), dels i SVT:s sändningar på minoritetsspråk (se avsnitt 6.5).

### Samma krav för verksamheten online

SVT tillämpar sedan länge de krav som gäller för marknässändningar också för företagets verksamhet online, till exempel vad gäller operativitet och saklighet, variation och mångfald, hög kvalitet och nyskapande form.

SVT:s on demand-utbud, det vill säga det utbud som är tillgängligt på begäran online, distribueras på internet via SVT:s egna webbplatser och applikationer. Det finns en rad sätt att ta del av innehållet: över öppna internet (genom att gå in på svtplay.se i en webbläsare), i mobil-appar, smart-tv-apparater och i media-spelare som Apple TV och Google Chromecast.

SVT utvecklar former för att redovisa omfattningen av SVT:s verksamhet online. Fokus ligger på det utbud som görs tillgängligt via SVT Play och i det livesända utbud som sänds över internet. Det utbudet omfattar den absoluta merparten av SVT:s verksamhet online.

### 32 438 timmar på SVT Play

SVT Play ger publikens goda möjligheter att nå SVT:s samlade utbud på en mångfald plattformar och när det passar var och en.

För en mer rättvisande och fullständig bild av tillgängligt programutbud på SVT Play har SVT under året gjort justeringar i sättet att redovisa. Det handlar inte om att SVT:s publiceringar i Play skiljer sig från tidigare år, utan om en mer innehållsrik och transparent redovisning av erbjudandet i SVT Play och hur det skiljer sig från övrigt sändt utbud. Genom utvecklingsarbete har begränsningar som tidigare hindrat en fullständig redovisning kunnat lösas.

Tidigare år har SVT endast redovisat första-publiceringar i SVT Play, vilket i praktiken utgör en begränsad del av utbudet i tjänsten. Erbju-



Dramaserien *Spookys* med Charlie spelad av Maja Söderström, Arvid spelad av Aran Azimy och Kjell spelad av Per Elias Haug. Foto: Staffan Kihlbom Thor/SVT

dandet i SVT Play innehåller mer. Utöver första-publiceringar finns också program som har publicerats tidigare år, men som fortsatt är tillgängliga samt äldre programtitlar som har återpublicerats på SVT Play. Den uppdaterade redovisningen innebär därför att antalet timmar är fler än tidigare år. Genom att skilja mellan första-publiceringar och återpubliceringar är det också möjligt att fortsatt jämföra bakåt.

Detta är ett sätt att redovisa som är mer relevant ur publikens perspektiv och som synliggör fördelarna med publiceringar som är tillgängliga på begäran till skillnad från linjära sändningar. Genom återpubliceringar av äldre program får publiken tillgång till mer än ett dubbelt så stort programutbud som det som har sänts linjärt i marknätet under året. Under 2022 har tidigare säsonger av serier som *Skärgårdsdoktorn*, *Tusenbröder*, *Bamse* och *K Special* återpublicerats.

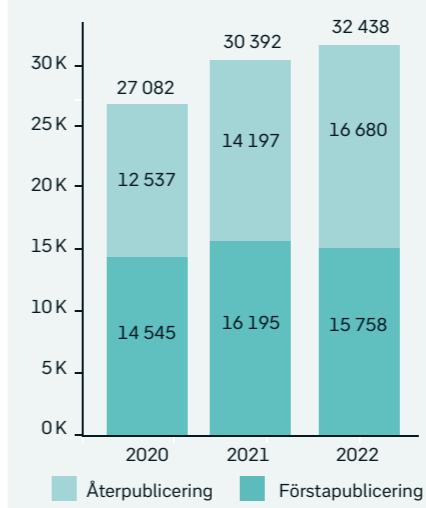
SVT har också justerat definitionen av vad som räknas som unika program, vilket får konsekvensen att antalet timmar unika program i Play ökar något. En viktig förklaring är att SVT tidigare endast räknat program som i sin helhet inte hade sänts i broadcast. Det innebar att enstaka

episoder av en programserie som endast var tillgängliga i Play ändå inte räknades som unika. Med den nya principen räknas episoder som enbart gjorts tillgängliga i Play som unika. Andra exempel på unika program är extramaterial till befintliga programtitlar som *Melodifestivalen*, *Uppdrag granskning*, *Lilla Aktuellt* och *Bolibompa*.

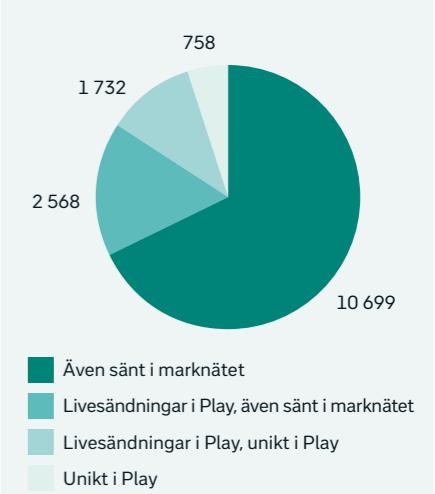
I graf 4.2 framgår att totalt tillgängligt

utbud på SVT Play under 2022 var 32 438 timmar. Av detta var 15 758 timmar, eller 49 procent, första-publiceringar och 16 680 timmar, eller 51 procent, åter-publiceringar. I cirkeldiagrammet 4.2 över första-publiceringar i Play under 2022 framgår, liksom tidigare år, hur stor andel av programmen som även har sänts i marknätet, som har direktsänts i Play respektive unika program i SVT Play. När

#### 4.2.1 Tillgängligt i Play, timmar



#### 4.2.2 Första-publiceringar i Play 2022, timmar



#### Så redovisas programutbudet på SVT Play:

- Redovisningen av SVT Play gäller tillgängliga program (timmar) under året.
- Program publicerade och tillgängliga under året räknas en gång oavsett hur många gånger de blir publicerade under året.
- Som unika program i SVT Play räknas bara förstapubliceringar under året; program ska ha publicerats för första gången i Play det aktuella redovisningsåret.
- Som unika program räknas program som inte tidigare har gått i marknätet, var sig under redovisningsåret eller tidigare år.

titlar med Tydligare tal fortsatte öka under året (mer i avsnitt 6.4).

#### Sajter och appar

SVTs sajt SVT Nyheter ([svt.se](#)) har ett basutbud av nyheter och sport och dessutom ett antal satsningar kopplade till programtitlar eller ämnesområden. På sajten finns utrymme för fler nyheter och mer fördjupning än vad som ryms i sändningarna i broadcast. Under 2022 har SVT Nyheter fortsatt varit en av de viktigaste källorna till nyheter och fördjupning om det svenska valet och om kriget i Ukraina, och en avgörande tjänst för att SVT som nyhetsleverantör ska kunna nå ut till alla. SVT Nyheter når varje vecka i genomsnitt fem miljoner besökare.

Tillgänglighet är en viktig fråga också på SVT Nyheter och en stor del av de korta inslag som publiceras på [svt.se](#) textas. Sedan 2021 tillgängliggörs lokala nyhetssändningar på SVT Play genom automatiskt genererad textning (se avsnitt 6.4).

För barn finns SVT Barn ([svt.se/barnkanalen](#)) vars navigation är särskilt anpassad för barn som inte är läskunniga. För de allra yngsta finns också Bolibompa med fokus på lek och lärande. Både Bolibompa och SVT Barn finns som appar med egna platser, avgränsade från övrigt utbud, för att minska risken att barn ser program med olämpligt innehåll.

Via Duo-appen kan publiken interagera med programmen, rösta, göra quiz, chatta, påverka utformningen av program och tycka till. Bland annat finns upplevelser kopplade till program som *På spåret*, *Musikhjälpen*, *Go'kväll*, *Kulturfrågan Kontrapunkt* och *Fråga doktorn*.

#### Öppet arkiv

Tjänsten *Öppet arkiv* finns sedan 2020 på SVT Play och är en skattkista fylld med nostalgi, dramaserier och barn- och

underhållningsprogram. I *Öppet arkiv* kan publiken återse hyllade dokumentärer och program inom fakta, nyheter, sport och kultur. Programmen som publiceras utgör ett brett urval från hela SVTs utbud från starten i slutet av 1950-talet fram till 2000-talets början. En annan viktig del i

det gäller förstapubliceringar så framgår att utbudet på SVT Play fortsatt i huvudsak är en spegelning av det utbud som har sänts i marknätet under året. Även här finns ytterligare information jämfört med tidigare genom att också för det direkt-sända utbudet på Play skilja mellan program som också har sänts i marknätet respektive unika program. För att också här möjliggöra jämförelser bakåt i tiden finns informationen i diagrammet för tidigare år i appendix.

Under 2022 publicerades totalt 4 300 timmar live och ytterligare 758 timmar som unikt innehåll i SVT Play. Direktsändningar i Play har ökat jämfört med 2021, vilket framför allt beror på fler timmar av slow tv-programmet *Älgvandringen*, bland annat genom att publiken under året kunde välja mellan flera olika kameror. Ytterligare en förklaring är att direktsända sportsändningar ökade på grund av att 2022 var ett större idrottsår med fler mästerskap än 2021.

Volymen unika program i Play är högre jämfört med 2021. Den huvudsakliga förklaringen är de ändrade redovisningsprinciper som beskrivs ovan. I appendix framgår att beräkning med motsvarande principer för 2021 ligger närmare årets siffra. Ett programområde som har haft viss ökning av unikt utbud på Play är barn och unga.

SVT har en ambition att nå nya generationer av tittare som framför allt tar del av innehåll online. Det innebär ett utforskningsfält i berättarformer som fungerar väl på SVT Play. Det kan till exempel handla om berättande i serieformat på SVT Play inom ramen för granskande journalistik,

som sedan paketeras om i ett traditionellt tv-format för sändning linjärt. Det kan också vara versioner av program, där material adderas för att skapa mervärde, eller versioner som kortas för att bli mer lättillgängliga.

De flesta egenproducerade och svenska program publiceras ofta i SVT Play före utsändningen i broadcast och är därefter normalt tillgängliga under sex månader. En del program är tillgängliga under ännu längre tid, i vissa fall upp till ett år. Programmen på SVT Play speglar sammantaget väl den genrebredd som SVT sänder i broadcast. Dessutom är SVT:s linjära kanaler tillgängliga i SVT Play.

#### Ökad tillgänglighet och tydligare tal

Innehållet i SVT Play ska vara lätt att spela upp, även för personer med någon form av funktionsnedsättning, samt hålla hög teknisk kvalitet på alla typer av skärmar. Under året har SVT fortsatt att

utveckla applikationer och tjänster på olika plattformar för att publiken ska ha god tillgänglighet till innehållet (se mer i avsnitt 6.4). Också under 2022 har SVT haft ett stort antal extrasändningar i SVT Play för att möta publikens behov av information om pandemin, kriget i Ukraina och valet och den efterföljande regeringsbildningen.

#### Öppet arkiv

Tjänsten *Öppet arkiv* finns sedan 2020 på SVT Play och är en skattkista fylld med nostalgi, dramaserier och barn- och

underhållningsprogram. I *Öppet arkiv* kan publiken återse hyllade dokumentärer och program inom fakta, nyheter, sport och kultur. Programmen som publiceras utgör ett brett urval från hela SVTs utbud från starten i slutet av 1950-talet fram till 2000-talets början. En annan viktig del i



Möte med (meänkieli). Programledaren Rolf Digervall och tioåriga Aaron Bong sjunger svenska kändisars hits – på meänkieli. Foto: SVT

utbudet i *Öppet arkiv* är program om och med de nationella minoriteterna, program på teckenspråk samt gudstjänster inom olika trosinriktningar.

#### SVT i sociala medier

SVTs närväro i sociala medier syftar till publikdialog och marknadsföring. I kommentarsfälten finns möjlighet att lämna synpunkter och SVT kan ge svar som kan läsas av många. Dialogen bidrar till en utveckling av SVTs tjänster och program och utgör grund för ett stort antal nyhets-

tips. Under 2022 tog SVT emot nära 2 miljoner kommentarer i sociala medier.

Marknadsföringen fyller en viktig funktion för att få tittare att uppmärksamma och ta del av SVT:s rika utbud av program och tjänster. Cirka 10 procent av trafiken till SVTs webbplatser, SVT Play, SVT Nyheter och SVT Barn kommer från sociala medier och 44 procent från sökmotorer.

SVT har en decentraliserad modell för att hantera sociala medier. SVT Nyheter och SVT Sport samt programredaktioner

som sänder större delen av året hanterar sina egna sociala medie-konton. En särskild policy klargör att publiceringar ska följa de regler som tillämpas i den ordinarie publicistiska verksamheten samt hur moderering av kommentarer ska ske. Vid sidan om SVTs egen aktivitet i sociala medier förekommer en betydande vidare-spridning av SVTs artiklar och klipp den vägen.

#### SÄNDNINGSTILLSTÅND 4 §

"SVT ska utforma sändningarna på sådant sätt att de inte bara kan tas emot av en begränsad del av allmänheten i sändningsområdet."

#### MEDELVILLKOR 7

"För att nå tittarna är det nödvändigt att kärnverksamheten distribueras på olika plattformar. Vid distributionen på internet bör de egna plattformarna var prioriterade."

#### MEDELVILLKOR 22

"SVT ska ha öppna och tydliga riktlinjer om hur företaget förhåller sig till distribution på plattformar som inte är SVT:s egna. Riktlinjerna ska även bifogas redovisningen" (se bilaga Riktlinjer för externa plattformar).

#### MEDELVILLKOR 2

"Medlen ska användas för företagets kärnverksamhet. Kärnverksamheten är att producera och sända tv-program till allmänheten, och att producera och tillhandahålla tv-program till allmänheten på programföretagens egna plattformar som finns på fritt tillgängliga och öppna delar av internet."

#### MEDELVILLKOR 11

"SVT ska särskilja vad som är att betrakta som kärnverksamhet och kompletterande verksamhet och upprätthålla en god balans i omfattningen mellan dessa. Den kompletterande verksamheten ska utgå från och ha en tydlig koppling till kärnverksamheten."



### 4.3 MOTTAGNINGSPLATTFORMAR

För att SVT ska uppfylla sitt public service-uppdrag och möta publikens förväntningar behöver utbudet vara tillgängligt så att så många som möjligt kan tillgodogöra sig det. SVT:s ambition är därför att tillhandahålla utbudet på distributionsplattformar som publiken väljer att använda.

Alla SVT-kanaler sänds okrypterade 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.

#### Egna plattformar prioriteras

Vid distribution på internet prioriterar SVT egna webbplatser och applikationer. Det innebär att SVT fokuserar de tekniska resurserna till att säkerställa att de egna tjänsterna utvecklas, är robusta och lättillgängliga. Det är även på de egna plattformarna som helheten av SVT:s utbud finns. Andra aktörer kan vidare-sända och tillgängliggöra SVT:s innehåll via distributörers och operatörers egna plattformar. SVT:s närvaro i sociala medier syftar enbart till publikdialog och marknadsföring för att få publiken att hitta till SVT:s egna tjänster.

#### Tydliga riktlinjer för plattformar som inte är SVT:s egna

Marknaden för distribution av innehåll, framför allt på internet, är i stor förändring. SVT har tagit fram riktlinjer för hur företaget ska förhålla sig till distribution på plattformar som inte är SVT:s egna. Där beskrivs hur SVT bedömer olika plattformar. Centrala utgångspunkter som alltid ska vägas in är:

- » I vilken grad den aktuella plattformen bidrar till att förenkla publikens tillgång till och användning av SVT:s innehåll och tjänster
- » SVT:s oberoende i förhållande till kommersiella aktörer

Sammantaget är detta avgörande för allmänhetens förtroende för verksamheten. De övergripande utgångspunkterna oberoende och tillgänglighet bryts i riktlinjerna ner till områdena redaktionell kontroll och publicistiskt ansvar, tydlig varumärksexponering, framträdande placering, tillgängligt och används av många, fritt tillgängligt, tillgång till data, reklamfritt och plattformens hållbarhet.

SVT analyserar plattformar utifrån områdena ovan och väger samman dem till en helhetsbedömning. Den ligger sedan till grund för om och på vilket sätt olika verksamheter inom SVT redaktionellt agerar på en plattform. Bedömningarna görs återkommande eftersom plattformarna är i ständig utveckling och försättningarna förändras. Under 2022 har SVT arbetat med bedömningar av existerande och nya plattformar. Riktlinjerna är publicerade på SVT:s Om oss-sida och som bilaga i public service-redovisningen.

### 4.4 KÄRNVERKSAMHET OCH KOMPLETTERANDE VERKSAMHET

#### Kärnverksamhet

SVT:s kärnverksamhet är att producera och sända tv-program till allmänheten. Det gäller både de linjära sändningarna i marknätet och det som sänds och tillhandahålls på företagets egna plattformar som finns fritt tillgängliga på öppna delar av internet. Rörlig bild är i fokus. Därutöver kan SVT bedriva kompletterande verksamhet. SVT:s kärnverksamhet inkluderar idag all produktion av programverksamhet och sändningar och tillhandahållanden enligt följande:



Luciamorgon från Gräfsnäs med Ella Wennerberg. Foto: Birk Ölund/Warner Bros

- » SVT:s kanaler i marknätet
- » Hela kanaler på webben, antingen simultant med sändning i marknätet eller i webbexklusiva kanaler
- » Play-tjänster där program finns tillgängliga för konsumtion på begäran, både innehåll som har sänts linjärt tidigare och innehåll som publiceras exklusivt på egna plattformar
- » Direktsändning över internet, till exempel extrainsatta nyhetsprogram
- » Klipp av rörlig bild (på SVT:s egna plattformar)

#### Kompletterande verksamhet

Kompletterande verksamhet syftar till att utveckla och stödja kärnverksamheten och förbättra möjligheterna för allmänheten att tillgodogöra sig den, exempelvis text på webben. Andra exempel är sociala medier och appar, som till exempel Duo-appen och Mello-appen. SVT:s tillgänglighetstjänster är också kompletterande verksamhet som ska underlätta för allmänheten att ta del av kärnverksamheten. Produkter som SVT:s tryckta julkalender och allsångshäftet syftar till att

förstärka programupplevelsen och marknadsföra programmen.

SVT ska upprätthålla en god balans i omfattningen mellan kärnverksamhet och kompletterande verksamhet, men också mellan olika delar av kärnverksamheten. Balans i detta sammanhang behöver ses i ljuset av användarbeteenden, medieutveckling och publikens behov och förutsättningar. I det följande redogörs för hur SVT förhåller sig till den balansen.

#### Balans mellan kärnverksamhet och kompletterande verksamhet

SVT ska redovisa hur balansen ser ut mellan SVT:s kärnverksamhet och kompletterande verksamhet. Någon skyldighet att särredovisa kostnaderna mellan kärn- och kompletterande verksamhet föreligger inte, till skillnad från kravet på att särskilja sidoverksamheten. Den kompletterande verksamheten är dessutom så nära sammanvävd med kärnverksamheten att det ofta är svårt att särredovisa den. I förarbetena till villkoren framhålls att med god balans avses att huvuddelen av programföretagens resurser och kapacitet läggs på kärnverksamhet.



Vem mördade skolan? med Jesper Rönndahl. Foto: Tobias Lideberg/SVT



SuperhjälteJul. Foto: SVT

**Huvudsaklig uppfyllnad i marknätet**  
SVT konstaterar inledningsvis att företagets resurser till absolut övervägande del används för kärnverksamheten, det vill säga att producera och sända tv-program till allmänheten och att producera och tillhandahålla tv-program till allmänheten på företagets egna plattformar fritt tillgängliga på öppna delar av internet. SVT visar också genomgående i den här rapporten att tillståndsvillkoren huvudsakligen uppfylls i marknätet.

#### Kompletterande verksamhet höjer kvaliteten

SVT:s kompletterande verksamhet är av begränsad omfattning i förhållande till de resurser som läggs på att göra rörlig bild, och bidrar just till att komplettera SVT:s kärnverksamhet.

I förarbetena anges att den kompletterande verksamheten inte får bedrivas på ett sätt som kan riskera att påverka kvali-

teten på kärnverksamheten negativt eller att förtroendet för programföretagen ifrågasätts. SVT bedömer att den kompletterande verksamheten inte sänker kvaliteten eller påverkar förtroendet negativt. SVT tillämpar samma principer för den kompletterande verksamheten som för kärnverksamheten. Det innebär att även i den kompletterande verksamheten följs principer som opartiskhet, saklighet och förbud mot reklam.

Dessutom stödjer SVT:s kompletterande verksamhet kärnverksamheten så

att upplevelsen av kärnverksamheten ofta förhöjs snarare än tvärtem. Det sker exempelvis genom att kärnverksamheten görs tillgänglig för fler genom tillgänglighetstjänster, att ett inslag med rörlig bild får ökad begriplighet genom kompletterande grafik, eller att människor kan sjunga med i *Allsång på Skansen* med allsångshäftet.

Den upplevda kvaliteten på en verk-

samhet är också en förklarande faktor till vilket förtroende människor har för den. Genom att SVT:s kompletterande verksamhet förhöjer kvaliteten på kärnverksamheten bidrar den till ett ökat snarare än ett sänkt förtroende. Som framgår i kapitel 2 är allmänhetens förtroende och bedömningar av SVT:s värde relativt stabila över tid.

Mot denna bakgrund bedömer SVT att det råder balans mellan kärnverksamhet och kompletterande verksamhet.

#### Balans mellan olika delar av kärnverksamheten

I förarbetena framgår att det ska råda balans också mellan olika delar av kärnverksamheten, det vill säga mellan linjära sändningar i marknätet och sändningar och tillhandahållanden online. Kravet på balans finns för att säkerställa att programföretagen inte använder för stor del av resurserna till verksamhet som inte alla

medborgare har tillgång till och därmed riskerar att skada förtroendet för public service. Samtidigt framgår att kravet inte innebär att SVT ska redovisa hur mycket medel som spenderas på respektive del av verksamheten. Det låter sig inte heller göras.

Den absoluta merparten av SVT:s program är tillgängliga både i marknätet och online på SVT Play. Som framgår i redovisningen av SVT Play ovan är det endast en mindre andel av programmen som enbart tillhandahålls online.

Allmänhetens mediekonsumtion online fortsätter att öka. Enligt rapporten *Svenskarna och internet 2022* använder 94 procent av befolkningen internet och nästan alla gör det dagligen.<sup>23</sup> Enligt SVT:s egna mätningar använde 68 procent av befolkningen SVT:s onlinjetjänster en genomsnittlig vecka 2022.

Andelen av befolkningen som enbart följer SVT via linjära sändningar i broad-

cast har minskat från 33 procent per vecka 2019 till 17 procent 2022. Andelen som använder både nya och gamla plattformar har under samma period ökat kraftigt från 31 procent till 49 procent. Andelen som endast använder SVT online har ökat varje år och uppgår i dag till 18 procent per vecka. Om SVT inte utvecklar kärnverksamheten online finns mot denna bakgrund risken att allmänhetens bedömning av SVT:s kvalitet skulle påverkas negativt.

Mot den bakgrunden är SVT:s bedömning att det sammantaget råder en god balans mellan SVT:s sändningar i marknätet och sändningar och tillhandahållanden online.

#### Det breda SVT-utbudet både i marknätet och online

En annan aspekt som betonas i förarbetena är att bredden i utbudet i marknätet inte bör minska i någon påtaglig omfattning som ett resultat av att programföretagen får tillgodoräkna sig viss programverksamhet på internet vid uppfyllelsen av public service-uppdraget. Som framgår i avsnitt 6.4 och 6.5 tillämpar SVT den

möjligheten i begränsad utsträckning. I kapitel 6 framgår även att den mångfald av program som SVT erbjuder i marknätet i huvudsak är stabil över tid. Samtliga program återfinns dessutom på SVT Play, vilket innebär att tillgången till den bredd av program som SVT erbjuder är god både online och i marknätet.

Mot den bakgrunden är SVT:s bedömning att det sammantaget råder en god balans mellan SVT:s sändningar i marknätet och sändningar och tillhandahållanden online.

#### FOTNOT

23 Internetstiftelsen, *Svenskarna och internet 2022*

## KAPITEL FEM

# Ett utbud för alla

---

*SVT ska erbjuda ett mångsidigt programutbud som omfattar allt ifrån breda till särpräglade programtyper. Vissa program samlar en stor och bred publik medan andra vänder sig till specifika intressen.*



# Ett utbud för alla

## SÄNDNINGSTILLSTÅND 6 §

"SVT ska erbjuda ett mångsidigt programutbud som omfattar allt från det breda anslaget till mer särpräglade programtyper. I detta ligger att tillhandahålla ett varierat utbud på det svenska språket."

### 5.1 DET BREDA UPPDRAGET

SVT:s uppdrag är att erbjuda ett mångsidigt utbud, alltifrån breda program som tilltalar många, till mer särpräglade program som riktar sig mot olika intressen. Svenska språket har en särställning i SVT som är enda tv-bolag i Sverige med ett uttalat uppdrag att erbjuda ett varierat utbud på svenska. På en expansiv global mediemarknad med ett utbud där hela världen är målgrupp, får det svenska innehållet, det svenska språket, den svenska berättelsen, en särskild betydelse för allmänheten. Under 2022 var 72 procent av SVT:s totala utbud på svenska.

Program med bredare anslag har ofta möjlighet att samla en större publik och skapa gemensamma upplevelser som kan delas av mäniskor som annars inte har så mycket gemensamt vad gäller exempelvis ålder, bostadsort eller åsikter. Det skapar en känsla av gemenskap i ett heterogen samhälle och i en tid då mediekonsumtionen blir alltmer fragmenterad och individualiserad.

Det finns många programexempel i SVT:s utbud som samlar befolkningen till gemensamma tv-upplevelser. Sommarens *Allsång på Skansen* var Sanna Nielsens sista, men publiken fortsätter njuta av den svenska musikskatten.

Årets julkalender, *Kronprinsen som försvann*, är ett exempel där flera generationer tog del av innehållet. I snitt tittade drygt en miljon svenskar på julkalendern online och nästan 800 000 i broadcast. Vid högtider har SVT särskild stor betydelse, inte minst som sällskap. 2022 samlades 3,4 miljoner mäniskor när julvärden Babben Larsson tände ljuset på julafton.

*Melodifestivalen* samlar en stor och bred publik till musikfest i hela landet med syfte att skapa gemensamma upplevelser med hjälp av nyskriven musik. Ett annat exempel är när närmare två miljoner tittare, såväl äldre som yngre, tar del av det folkbildande programmet *På Spåret* och tävlar tillsammans med hjälp av Duo-appen. SVT:s dramaserier är också attraktiva program som samlar en stor publik trots den allt tuffare konkurrensen från de globala strömningsjänsterna. Andra säsongen av dramaserien *Tunna blå linjen* sågs 2022 av över 2,3 miljoner tittare.

**Samlingsplats för specialintresserade**  
SVT:s fakta- och livsstilsprogram engagerar tittare som är särskilt intresserade av olika ämnen, exempelvis *Trädgårdstider* och *Husdrömmar* som båda hittat en stor publik, inte



Det svenska modet. Foto: Carl Johan De Geer /SVT

## SÄNDNINGSTILLSTÅND 6 §

"Programutbudet ska spegla förhållanden i hela landet och den variation som finns i befolkningen samt som helhet präglas av folkbildningsambitioner."

minst online. I *Musikhjälpen* engagerades en yngre publik under 2022 genom en maraton-sändning under 144 timmar med temat "För en tryggare barndom på flykt från krig". Evenemanget samlade in 54 miljoner kronor till Radiohjälpen. Ett annat exempel är när en något äldre publik samlas fem kvällar i veckan kring programmet *Go'kväll* för reportage, intervjuer, artistframträden och matlagning.

Sommaren 2022 samlade SVT sport stor publik. Fotbolls-EM för damer nådde 4,5 miljoner svenskar i broadcast och drygt en miljon i SVT Play. Multisportevenemanget EM-veckan nådde 3,7 miljoner och VM i ridsport lockade över två miljoner tittare. Herrarnas fotbolls-VM under senhösten nådde sex miljoner svenskar i broadcast.

### Samlingsplats i kris

Under pandemin arbetade SVT intensivt för att bidra till att skapa gemensamma upplevelser när samhörighet mellan människor på andra sätt uteblivit. Tv:n och SVT var en central informationskälla men också ett viktigt sällskap för många. SVT har också varit en viktig plats för information om kriget i Ukraina. SVT har varit den källa som flest har använt för att informera sig om nyhetssläget och få fördjupning. Under krigets inledande veckor använde 80 procent av svenskarna SVT för att hålla sig informerade enligt en undersökning som Novus gjort på uppdrag av SVT. Därefter kom Sveriges Radio med 56 procent och TV4 med 49 procent.

### Samlingsplats i valtider

SVT har i uppdrag att ge människor allsidig och saklig information så att var och en kan fatta välgrundade beslut. SVT:s valutbud syftar till att göra valet begripligt och intressant för alla, och stora delar av befolkningen tog del av 2022 års program på olika sätt. På valdagen lockade *Valvakan* 4,2 miljoner tittare och därutöver gjordes 2,7 miljoner starter i SVT Play samma dag. SVT Nyheter online hade 5,9 miljoner besök och 2,4 miljoner videostarter under valdagen. För att göra valutbudet tillgängligt för alla satsade SVT bland annat på tecken-språkstolkning av alla direktsända valprogram. Valet bevakades också inom ramen för SVT:s nyheter på lätt svenska som sände *Valet på lätt svenska*.

## 5.2 FOLKBILDNING

SVT:s vision är att bidra till ett Sverige där alla är mer nyfikna och insatta. SVT:s uppdrag ska genomsyra en bredd av gener, former av berättande och ämnen som bidrar till att inspirera människors nyfikenhet, öka deras kunskaper och ge nya perspektiv. Vad som fungerar som bildande eller kunskapsberikande varierar förstås också med vilka som tar del av programmen. Det som är ett kunskapshöjande och stimulerande program för en person kan någon annan avfärla helt.

Det folkbildande utbudet rymmer både breda och mer särpräglade programtyper. SVT producerar ett stort antal program med kunskapsrelaterat material. Ämnesområden som religion, historia, natur och kultur återfinns kontinuerligt i SVT:s utbud, både program med långa historiska tidslinjer och program som skildrar vår samtid.

Uppgiften att främja bildning och kunskap blir allt viktigare i en tid av informationsöverflöd och utmaningar mot det demokratiska samtalet. Propaganda och falsk information sprids i stor skala och det blir svårare att bedöma vad som är sant och falskt. Det finns ett stort behov av kunskap om desinformation och källkritik, både för barn och vuxna.

### Kunskapsprogram i olika gener

Programserien *Hårt väder* fokuserade 2022 på klimat och väderförhållanden där David Batra reste till jordens kallaste, varmaste, blåsigaste och blötaste platser för att lära sig hur människor lever i extremt väder. I dokumentärserien *En vildare värld* undersökte Anders Lundin försök att återställa ekosystem och den biologiska mångfalden.

*Fråga Doktorn* med Sofia Rågenklint är ett annat exempel på folkbildande program. Här svaras på publikens frågor, men programmet ger också fördjupad kunskap i hälsorelaterade frågor. En annan folkbildande veteran som riktar sig till en bred publik är *Vetenskapens värld*. Under 2022 har programmen handlat om allt från "magiska svampar" till den smältande permafrosten i Arktis. I porträtten av de naturvetenskapliga Nobelpristagarna fick filmen om Svante Pääbo och hans forskning mest uppmärksamhet.

Författaren och Nobelpristagaren Selma Lagerlöfs liv och gärning skildrades i dokumentärserien *Selma Lagerlöf*.



Festgala från Kungliga operan. En hyllning till konsten, vetenskapen och innovationen från Kungliga operan i Stockholm. Foto: Klara G/Kungliga Operan

### Kulturområdet är centralt i SVT:s folkbildande verksamhet

Flera programsatsningar tar sikte på många människors stora intresse för historia, exempelvis *Antikrundan* och *Det sitter i väggarna*. En mer nutida historieskrivning gavs under 2022 i *Den svenska dokusåpan*, en dokumentärserie om en av vår tids mest omdiskuterade tv-format.

*Kulturfrågan Kontrapunkt* erbjuder en lättsam och underhållande paketering av de klassiska konststarterna för att inkludera en bredare publik än den som vanligtvis tar del av kulturutbudet. I *Fråga Lund* svarar några av Sveriges mest kunniga och spännande forskare på frågor om allt mellan himmel och jord med en underhållande inramning. I SVT:s frågesporter *Doobidoo*, *Muren* och *På spåret* testas och förmedlas kunskap hos de tävla i lekfulla och populära format.

### Folkbildande om samhällsfenomen

En viktig folkbildande uppgift för SVT är att på olika sätt öka förståelse och ge kunskap om vår samtid och vårt samhälle.

SVT bidrar med saklig journalistik som förmedlar kunskap och information med lokala, nationella och globala perspektiv. Detta sker inte minst inom ramen för nyhetsverksamheten och samhällsprogrammen. Under 2022 sändes flera program av folkbildande karaktär, som *Utrikesbyrån*, *Ekonomibyrån* och *Politikbyrån*. I debattprogrammet *Sverige möts* avhandlas aktuella samhällsfrågor.

Andra exempel är när SVT uppmärksammar det gängrelaterade våldet i programmen *Våra barn dör* och *Vem ska rädda barnen?*. I dokumentärserien *Mammorna i våldets skugga* fick publiken möta mammorna som tvingats överleva det värsta – att deras barn mördas. I samband med årsdagen av mordet på Fadime Sahindal sände SVT *Arvet efter Fadime*. I programmet medverkade människor med egen erfarenhet av hedersproblematis och diskuterade lärdomar och behov av åtgärder framåt.

En annan aktuell samhällsfråga belyses i dokumentärserien *Under kniven*, om skönheitsoperationer och de drivkrafter

som ligger bakom jakten på ett perfekt utseende.

### Information och kunskap för barn och unga

Kunskapsmaterial har en naturlig plats i SVT:s barnutbud. *Quiz med Markus* är en lekfull faktaserie med syfte att locka de unga tittarna att ta del av fakta som de kanske inte visste att de var intresserade av, inom ämnen som geografi, natur, sport, matematik och vulkaner.

Under 2022 uppmärksammade *Lilla Aktuellt*, utöver ordinarie nyhetsbevakning, det svenska valet och dess betydelse för svensk demokrati. *Lilla Aktuellt* bjöder löpande in sin publik till chattar om viktiga ämnen där deras frågor får pedagogiska svar från experter. Vid krigsutbrottet i Ukraina kom det in över 70 000 frågor och meddelanden från barn och unga. För den lite äldre barnpubliken har dramaserier som *Jobbigt*, *Strula* och *Skyltidig* tagit upp frågor om livskunskap och ungas vardag.



Rysslandskorrespondent Bert Sundström. Foto: Nazar Zhitkevitj

## Medie- och informationskunnighet centralt för SVT

Medie- och informationskunnighet (MIK) är en viktig del av SVT:s folkbildningsuppdrag. Inte minst är det högst levande inom nyhetsuppdraget, både för barn och vuxna. Det sker främst genom opartisk och tillförlitlig nyhetsrapportering och granskande journalistik.

SVT har under 2022 lagt extra kraft i det dagliga nyhetsarbetet på det växande problemet med falsk video. SVT har också tagit fram ett stort antal videos av typen "Så ser du att en bild inte är tagen under Ukraina-kriget" och "Här är falska Ukraina-klipp som sprids". Syftet är att höja kunskapen i samhället om hur propaganda och desinformation sprids. Under

året har SVT Nyheter bildat en särskild expertgrupp med uppgift att säkra att uppgifter, bilder och videoer från kriget i Ukraina har korrekt källhänvisning och är sanna (se avsnitt 6.1).

SVT har flera program som handlar om krishantering och informationspåverkan, exempelvis *Samhällskollaps* och *Nedsläckt land* samt *Hackad*, som alla har sändts eller funnits tillgängliga på SVT Play under året. SVT har fortsatt att satsa på källkritik och källtillit och under kriget stärkt journalistiken för barn och unga i kanaler som de använder ofta.

I *Lilla Aktuellt* och *Lilla Aktuellt Skola*, ett samarbete mellan SVT och UR, tas MIK-frågor upp varje vecka. Programmet *Mediesnacket* hanterar tematik som

nyhetsvärdering, censur och satir, sociala medier och politiska val. *Bakom kulisserna* beskriver hur olika journalistiska yrkesroller arbetar.

Under 2022 har SVT fortsatt arbetet med *Fria ordets dag* som SVT arrangerar tillsammans med Sveriges Radio, UR och lokala kommersiella medier på flera platser i landet. Syftet är att öka kunskapen hos barn och unga om demokrati, journalistik och tryck- och yttrandefrihet.

Programmen med folkbildningsinnehåll får kontinuerligt högt betyg av publiken. 71 procent av befolkningen tycker att SVT har innehåll som ger mänskliga kunskaper och insikter (se avsnitt 2.1).

## 5.3 PROGRAMKATEGORIER

SVT sände totalt 21 866 timmar 2022. Breden i utbudet redovisas genom att dela upp programmens timmar i andelar av det totala utbudet. Nedanstående redovisning visar det totala utbudet för vuxna samt barn och unga. Fördelningen illustreras med ett cirkeldiagram (se graf 5.3) för att förenkla överblicken av olika kategorier.

Fördelningen mellan olika vuxenkategorier varierar mellan åren. Det kan exempelvis bero på stora sportevenemang eller händelser i omvärlden. Redovisningen inkluderar repriser, som förekommer i mycket begränsad omfattning i nyhetsutbudet men i högre grad inom områden som underhållning, fiktion, vetenskapsfakta och fritidsfakta. I avsnitt 6.3 beskrivs utbudet för barn och unga i mer detalj.

SVT:s 21 lokala nyhetsredaktioner sände vardera 154 timmar. Det innebär att det producerades och sändes sammanlagt 3 234 timmar lokala nyheter under 2022 (se avsnitt 6.1). SVT erbjuder utöver det redovisade utbudet i broadcast också nyheter online på svt.se.

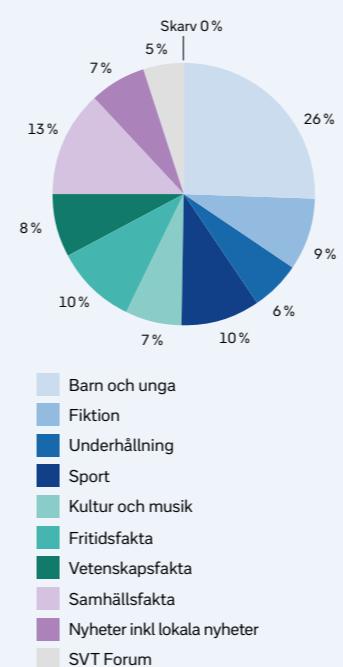
## Nyheter, Samhällsfakta och Sport

2022 har varit ett nyhetsintensivt år, inte minst på grund av Rysslands krig i Ukraina följt av den svenska Natoansökan och därpå det svenska valet. Detta har skapat ett unikt intensivt och långvarigt nyhetsläge med behov av information och professionell granskning internationellt och nationellt. Som en följd av detta har SVT:s nyhetsverksamhet både riks och lokalt, liksom utbudet av samhällsfakta, ökat 2022 jämfört med 2021. Till utfallet bidrar att SVT under året förstärkte bevakningen av kriget i Ukraina genom att samsända engelskspråkiga nyheter med tyska public servicekanalen *Deutsche Welle*.

Sportutbudet, som sjönk kraftigt under pandemins inledande år på grund av uteblivna evenemang, ligger 2022 något högre än före pandemin. Det beror bland annat på flera stora evenemang under året, som Paralympics och friidrotts-VM i Eugene.

Fiktionsutbudet har minskat jämfört med 2021 på grund av färre inköpta program och lägre grad av reprisering. Ökningen av underhållningsutbudet gäller både inköpta och egenproducerade program. Vetenskapsfakta har minskat främst beroende på färre timmar slow-tv i broadcast. Också SVT Forum ligger lägre än 2021, vilket förklaras av samsändningarna med Deutsche Welle.

5.3 Andel av utbudet per programkategori under 2022



5.3 Utbud per programkategori, andel och timmar

	2020	2021	2022			
Barn och unga	5 648	26%	5 589	25%	5 665	26%
Fiktion	2 985	14%	2 428	11%	1 957	9%
Underhållning	1 254	6%	1 175	5%	1 419	6%
Sport	1 199	5%	1 848	8%	2 091	10%
Kultur och musik	1 614	7%	1 423	6%	1 421	7%
Fritidsfakta	2 373	11%	2 285	10%	2 118	10%
Vetenskapsfakta	2 136	10%	2 319	10%	1 760	8%
Samhällsfakta	2 394	11%	2 504	11%	2 749	13%
Nyheter inkl lokala nyheter	1 223	6%	1 209	5%	1 599	7%
SVT Forum	1 260	6%	1 331	6%	1 075	5%
Skarv	13	0%	17	0%	12	0%
Totalt	22 102	100%	22 127	100%	21 866	100%

**MEDELSVILLKOR 23**  
"Programstatistiken ska utformas så att jämförelser blir möjliga över tid. Redovisningen ska uttrycka olika programkategoriers andel av den totala sändningstiden, när olika programtyper sänds samt resursförbrukningen för respektive kategori."

## SÄNDNINGSTILLSTÅND 6§

"Programverksamheten ska som helhet bedrivas utifrån ett jämförande och mångfaldsperspektiv samt utmärkas av hög kvalitet och nyskapande form och innehåll."

"Programmen ska utformas så att de genom tillgänglighet och mångsidighet tillgodosar skiftande förutsättningar och intressen hos befolkningen i hela landet."

"SVT ska beakta programverksamhetens betydelse för den fria åsiktsbildningen och utrymme ska ges åt en mångfald av åsikter och meningsuttryckar."

## SÄNDNINGSTILLSTÅND 8 §

"Nyhetssverksamheten i SVT ska bedrivas så att en mångfald i nyhetsurval, analyser och kommentarer kommer till uttryck i olika program." "Nyhetsförmelding och samhällsbevakning ska ha olika perspektiv, så att händelser speglas utifrån olika geografiska, sociala och andra utgångspunkter. Den journalistiska bevakningen av svagt bevakade områden ska stärkas under tillståndsperioden."

## MEDELSVILLKOR 14

"SVT ska ha en decentraliserad organisation som skapar goda förutsättningar för självständigt beslutsfattande på regional och lokal nivå. Den lokala och regionala organisationen ska ges tillräckliga resurser för att effektivt kunna speglar respektive områdes särprägel och egenart. Organisationen ska utformas med syfte att möjliggöra hög närvaro av personer ute i landet med kunskap om och förankring i de olika regionerna."

## 5.4 SVT SKA SPEGLA HELA SVERIGE

### Så speglar SVT det mångfakterade Sverige

SVT:s uppdrag anger en bred inriktning på uppgiften att speglar förhållanden och befolkning i hela landet. SVT har valt att samla alla aspekter av spegling, regional och lokal närvär, jämförande och olika aspekter på mångfald samt arbetet med dem under paraplybegreppet Sverigespeglning. Följande aspekter av programverksamheten är relevanta:

- » Nyheter, innehåll och medverkande ska komma från alla delar av landet
- » I all programverksamhet ska jämförande fördelning mellan kvinnor och män främjas
- » Programverksamheten ska speglar mångfalden av människor i landet
- » Olika åsikter och perspektiv ska beredas utrymme

Utöver villkoren i SVT:s uppdrag ingår det interna organisationsutvecklingsarbetet, med likabehandling och inkludering, i SVT:s arbete med Sverigespeglning.

Här redovisas SVT:s övergripande förhållningssätt, exempel från verksamheten och interna mätningar. Avsnittet avslutas med en redovisning av utfallet på relevanta frågor till publiken, som SVT följer som ett av flera underlag för fortsatt arbete.

### Programverksamhet med utökad närvär i hela landet

Ansvaret för Sverigespeglning är delegerat inom SVT. Programdirektören och mediedirektören samt divisionscheferna på program- och nyhetssidan ansvarar för att programutbudet svarar mot kraven på ett övergripande plan och program- och redaktionschefer har motsvarande ansvar för utbudet i enskilda program (se även avsnitt 3.1).

Ett prioriterat område ur ett speglingsperspektiv under tillståndsperioden är SVT:s närvär i och förmåga att speglar hela landet. SVT har valt att stärka den journalistiska närvärn i Sverige genom fler lokala redaktioner. Detta har skett stevvis. 2015 fanns SVT på 27 orter, 2020 var ambitionen att på sikt finnas på 40 orter. Nu är målet att SVT ska ha redaktioner på 50 platser före utgången av 2023 (se även avsnitt 6.1). I slutet av 2022 fanns redaktioner på 48 orter i Sverige.

För att komplettera arbetet och skapa

förutsättningar för genomslag i tv-sändningarna har SVT satt mål för den journalistiska bevakningen av Sverige. Under 2022 har målsättningen varit att alla kommuner i Sverige ska besökas av reportrar och landets 290 kommuner omnämns minst tre gånger per år. Båda målen har uppnåtts under 2022.

SVT arbetar för att hela programverksamheten ska bedrivas utifrån ett jämförande och mångfaldsperspektiv. Under året har flera aktiviteter genomförts för medveten reflektion vid programproduktion kring jämförande, mångfald och inkludering. 2022 har SVT med utgångspunkt i publikens behov arbetat aktivt med att bredda perspektiven i utbudet. För att säkerställa mångsidighet i utvecklingskedjan har SVT bjudit in externa kreatörer för att utveckla program tillsammans med SVT:s programutvecklare. Det har mynnat ut i flera nya programproduktioner på SVT Play, till exempel inom nöje med *Kan jag få ditt nummer?* med humorgruppen Min fakking bror och inom kultur med fyra konsträporter samt tre spoken word-produktioner (ordbaserad scenkonst).

Utöver dessa exemplen är fler program under utveckling för sändning under 2023.

SVT följer upp hur publiken upplever att SVT:s programverksamhet speglar Sverige genom årliga publikundersökningar (se tabell 5.4).

### Exempel från verksamheten

SVT har ett särskilt uppdrag att göra program för Sveriges fem nationella minoriteter samt förmedla kunskap om nationella minoriteter. Under året har unga samer i serien *Min story* delat med sig av sina upplevelser av vardagsrassism. Genom berättelserna bidrar SVT dels till att öka kunskapen hos en bred allmänhet om hur det är att vara same i Sverige i dag, dels till att stärka relationen inom minoritetsgruppen som berörs av programmets innehåll. Programmet görs på fyra samiska språk, vilket också visar den mångfald som finns inom den samiska gruppen. Serien har tagits emot väl av olika minoritetsgrupper i Sverige, och väckt nyfikenhet hos andra mediebolag om hur ursprungsfolks upplevelser kan förmedlas.

SVT Barn utvecklar ständigt nya metoder för att nå en målgrupp som snabbt rör sig mellan appar, plattformar och program. Ett sätt är att själva bli snabbare. Maxa-redaktionen i Malmö har fått ett särskilt uppdrag att utmana och experimentera i produktioner för målgruppen



*Sverige!*, årets sista program om EPA-kulturen och EPA-traktorn. Foto: Lars Schön/SVT

7–12 år med fokus på publiceringar i SVT Play. Tanken är att testa idéer snabbt mot publik där program som träffar rätt får förutsättning att växa. Ett sådant exempel är slow-tv-programmet *Hatch!*. Respons från föräldrar och förskolelärare visar att barn med NPF-diagnos hittar harmoni och lugn när de tittar och inspiration att teckna. *Maxa* har under året testat liveproduktioner med chatt i *Fixarlive* och *Gamingdrömmar*, vilket har resulterat i en dialog med barn där det blivit tydligt att de vill interagera och komma nära programledarna.

SVT:s nyhetsförmelding och samhällsbevakning ska ha olika perspektiv så att händelser speglas utifrån olika utgångspunkter. Som verktyg för redaktionell innehållsutveckling genomförde SVT:s lokala nyhetsredaktioner under 2021 särskilda områdesanalyser. Under 2022 har de lokala redaktionerna fortsatt utveckla journalistik och rekrytering baserad på analyserna. Det statistiska underlag som togs fram 2021 har under hösten 2022 kompletterats med socioekonomiska parametrar som inkomst, barnfattigdom, ensamhushåll och boendeform (se även 6.1).

### Interna mätningar av jämförande i utbudet

Ett sätt att skapa medvetenhet om jämförande och inkludering i programverksamheten och följa upp hur det utvecklas är att mäta. Mätningarna är att betrakta som stöd och påminnelse om att jämförande är en viktig aspekt i programproduktionen snarare än specifika mål som ska uppfyllas. Mätningarna görs av de avdelningar eller redaktioner som upplever behov av kunskaps- och diskussionsunderlag.

### SVT Drama och SVT Dokumentär

SVT Drama har länge fört statistik om andelen kvinnor och män i olika roller i produktionerna, exempelvis huvudrollsnehavare, huvudförfattare och regi. Statistiken bygger på låga absoluta tal, varför förändringar mellan åren ska bedömas med försiktighet. Målet om jämförande innebär inte ett krav på exakt fördelning utan statistiken används för utveckling och som en indikator för att över tid sträva efter jämsättning för män och kvinnor att arbeta i branschen.

Fördelningen mellan kvinnor och män i produktioner varierar mellan åren. När det gäller huvudrollsnehavare i SVT:s

dramaproductioner har fördelningen varit relativt jämn över tid. 2022 var 14 av 27 huvudrollsnehavare kvinnor och 13 män. Av nio huvudförfattare 2022 var fyra kvinnor och fem män. Av årets elva huvud- och avsnittsregissörer var sju män och fyra kvinnor.

Också SVT Dokumentär för statistik över könsfördelning bland huvudpersoner, regissörer och producenter, och även här varierar utfallet mellan åren. Målsättningen för huvudpersoner är en variation på max 60 till 40 procent, vilket har uppnåtts med stabila siffror för de senaste tre åren (2022 kvinnor 54%, män 46%, 2021 53/47, 2020 58/42). För regissörer och producenter varierar utfallet mer, vilket bland annat beror på låga absoluta tal. 2022 var 37 procent regissörer kvinnor och 63 procent män (2021 kvinnor 40%, män 60%). Bland producenter var 52 procent kvinnor och 48 procent män (2021 kvinnor 39%, män 61%).

De förhållandevis stabila resultaten i jämn könsfördelning bland huvudpersoner bedöms vara positiva. Eftersom huvudpersoner ges mer utrymme än övriga medverkande och därmed påverkar



Basketligan 2022 Uppsala möter Högsbo. Foto: Maxim Thore/bildbyrån

vems liv och erfarenheter som skildras i en berättelse är de rollerna särskilt viktiga att följa. För regissörer och producenter finns inget kvantitativt mål men utvecklingen följs för balans över tid.

#### Sport

SVT Sport har sedan 2015 som mål att vara världsledande inom jämställd sportbevakning. Arbetet innebär att mäta utbudet, synliggöra obalanser och aktivt leta efter nyheter om damidrott. För att nå målet har redaktionen angett att bevakningen ska ligga inom spannet 60–40 procent, vilket också har gällt under 2022. Under året har SVT rapporterat om över 100 olika sporter i Sportnytt, Sportspegeln och på svtsport.se. Över 40 procent av rapporteringen handlar om damidrott, i sociala medier 50 procent. Intresset utifrån är stort för SVT Sports jämställda sportbevakning. Medarbetare från SVT Sport håller regelbundet så kallade Master Class-utbildningar för andra public service-bolag inom ramen för samarbetet i EBU.

Under året har SVT Sport även arbetat aktivt för att nå en yngre publik. Undersökningar visar att basket är en av de mest populära sporterna hos unga och därför har SVT under 2022 visat SM-slutspelen, VM för damer och landskamper med de svenska dam- och herrlandslagen. SVT har också under året visat nya sporter som VM i Parkour med svenska världsstjärnor i tonåren, och startat en satsning på höjdpunktsklipp i SVT Play – ett format som enligt undersökningar uppskattas av unga.

#### Organisation med starkt förmåga att möta fler perspektiv

En bra arbetsmiljö är en viktig faktor i medieskapande och en strategisk fråga för SVT. I det behöver ledares förmåga att skapa psykologisk trygghet och arbeta med att bredda perspektiv stärkas. Den ledarutbildning som utvecklades 2021 har under 2022 erbjudits flertalet chefer inom SVT. Utbildningen har lett till att utvecklingsarbete inom lärande och inkluderingsinitierats i SVT:s olika medarbetarteam.

Under året har en genomlysning av rekrytering färdigställts. Syftet har varit att upptäcka eventuella brister i de kompetensbaserade rekryteringarna. Analysen visar att SVT fortsatt behöver vara aktivt i arbetet med att tillföra nya perspektiv till arbetsplatsen. Rekryteringsarbetet har stärkts genom tillsättning av rekryteringsspecialister som stöttar organisationen i processerna. Det har lett till att kandidater uppger en ökad nöjdhet i upplevelsen av SVT:s rekryteringsprocesser.

I årets medarbetarundersökning har ett inkluderingsindex utvecklats och en nollmätning genomförts. Enligt resultatet upplever medarbetare sig generellt inkluderade på arbetsplatsen, men upplevelsen varierar mellan grupper. Exempelvis upplever de äldsta samt de yngsta medarbetarna lägre grad av inkludering. Även medarbetare med utländsk bakgrund känner sig generellt mindre inkluderade. Medarbetarundersökningen är en del av SVT:s systematiska arbetsmiljöarbete och resultatet ligger till grund för fortsatta åtgärder i verksamheten.

Den 31 december 2022 var 50 procent kvinnor och 50 procent män av alla tillsvärda anställda på SVT. Målet är att könsammansättningen inom varje yrkesområde ska vara jämn, uttryckt som en fördelning på minst 60–40. Under 2022 har målet nåtts för 8 av de största grupperna (8 under 2021). Exempel på yrkesgrupper med jämn könsfördelning är reporter, redaktör, projektledare, gruppchef och medietekniker. 52 procent av SVT:s chefer var kvinnor och 48 procent män, vilket är en jämnare fördelning än de tre senaste åren.

#### Publikens uppfattning om programmen ur ett speglingsperspektiv

För SVT är det avgörande att förstå publikens behov och förutsättningar och ta del av tankar kring programutbudet. I SVT:s årliga publikundersökningar ställs ett antal frågor om hur publiken upplever att programverksamheten speglar Sverige. Exakta mål formuleras inte utan utfallet utgör kontrollmått som används som ett av flera underlag för arbetet med Sverigespeglung. I tabell 5.4 redovisas andelen av befolkningen som svarar "Mycket bra" eller "Ganska bra" på fem olika frågor som inleds med "Hur bra tycker du att SVT i sitt innehåll är på att" under 2020–2022.

Det har skett en positiv utveckling i publikens bedömning av samtliga frågor mellan 2020 och 2022. Det är svårt att dra direkt slutsatser om orsaken till denna utveckling, men generellt är det ett positivt kritik på det systematiska arbetet som SVT genomför på dessa områden.

#### 5.5 55-PROCENTSMÅLET

Andelen allmänproduktion i SVT:s sändningar som produceras utanför Stockholm var 64 procent under 2022, (61% 2021, 58% 2020).

För att säkerställa att SVT speglar hela landet har företaget produktion på flera orter. Genom att sprida produktionen över landet kan många producenter och medverkande bidra till att olika perspektiv och skeenden synliggörs i utbudet. Programproduktionen är främst förlagd till Malmö, Göteborg, Stockholm och Umeå. Program produceras även i Kiruna, Luleå och Falun. Dokumentärproduktion sker i så gott som hela landet.

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 och SR har olika definitioner av 55-procentskravet eftersom verksamheterna skiljer sig åt både produktionsmässigt och planeringsmässigt. Även styrningen av programproduktionen skiljer sig åt.

SVT har en decentraliserad organisation med tio programchefer. Utgångspunkten vid definition av 55-procentskravet är var ansvarig programchef är placerad. I Malmö och Göteborg finns variera två programchefer, i Stockholm fem och i Umeå en. Programcheferna ansvarar för produktion och programutveckling vid egenproduktion, produktionsutläggning, samproduktion och inköp av program. Det är också programchefen som har ansvar

**MEDELSVILLKOR 15**  
"Den andel av allmänproduktionen i SVT:s riks-sändningar som produceras utanför Stockholm ska uppgå till minst 55 procent."

för programmens utformning vad gäller exempelvis gäster, inspelningsplatser och medverkande. Den lokala programchefen har därmed ett avgörande inflytande på utformningen av programmet.

Det finns dock ingen garanti för att innehållet i ett program med programchef från exempelvis Malmö inte till någon del produceras i Stockholm. Sommarlov förbereds i och direktsänds från Malmö, men kan ha reportage producerade i exempelvis Göteborg. Det omvänta gäller också. En rad program som produceras i Stockholm spelas in utanför Stockholm, exempelvis *Tunna blå linjen* och andra dramaserier. Redaktionen för direktsända *Gö'kväll* finns i Umeå men programmet innehåller även reportage från andra delar av Sverige. För att få kontinuitet i begrepp och uppföljning har SVT konstaterat att metoden med programchefernas placering och ansvar bäst svarar mot kravet.

#### 5.4 Publikfrågor om Sverigespeglung

	2020	2021	2022
Ha nyheter, innehåll och medverkande från alla delar av landet	70%	70%	75%
Ha en jämställd fördelning mellan kvinnor och män	66%	64%	68%
Speglar mångfalden av människor i det svenska samhället	59%	58%	62%
Ge utrymme för många olika åsikter och perspektiv	59%	56%	61%
Speglar åsikter och perspektiv som du känner igen dig i	56%	54%	58%

Källa: Kantar (16–80 år)

## KAPITEL SEX

# Särskilda uppdrag och målgrupper

Här redovisas ett antal av SVT:s särskilda uppdrag, exempelvis att bedriva nyhetsverksamhet, erbjuda ett mångsidigt kulturutbud samt producera program för barn och unga. Det handlar också om program på de nationella minoritets-språken samt om tillgänglighet för personer med funktionsnedsättning.



Förbundet Sveriges Dövblinda på studiebesök hos SVT. Från vänster Emil Bejersten, Bert Bränström, Neven Milivojevic och ordföranden i FSDB Klas Nelfelt.  
Foto: Anders Strömquist/SVT

# Särskilda uppdrag och målgrupper

## SÄNDNINGSTILLSTÅND 8 §

"Nyhetsverksamheten i SVT ska bedrivas så att en mångfald i nyhetsurval, analyser och kommentarer kommer till uttryck i olika program."

"SVT ska meddela nyheter, stimulera till debatt, kommentera och belysa händelser och skeenden och därvid ge den allsidiga information som medborgarna behöver för att vara orienterade och ta ställning i samhälls- och kulturställningar."

"SVT ska granska myndigheter, organisationer och företag som har inflytande på beslut som rör medborgarna."

"SVT ska sända regionala nyhetsprogram."

"Nyhetsförmedling och samhällsbevakning ska ha olika perspektiv, så att händelser speglas utifrån olika geografiska, sociala och andra utgångspunkter. Den journalistiska bevakningen av svagt bevakade områden ska stärkas under tillståndsperioden."

## MEDELSVILLKOR 16

"SVT:s nyhetsverksamhet ska bedrivas så att de olika självständiga nyhetsredaktionerna inom företaget oberoende av varandra kan fatta beslut med skilda perspektiv."

## 6.1 NYHETER OCH SAMHÄLLSBEVAKNING

Nyhets- och samhällsbevakningen är central i SVT:s uppdrag. Att skildra hela Sverige, att granska maktutövning och ge människor möjlighet att förstå sin omvärld är en grundbult i SVT:s vision om att bidra till ett Sverige där alla är mer nyfikna och insatta.

Den journalistiska bevakningen av svagt bevakade områden ska stärkas under perioden. För SVT betyder det en kraftfull utökning av redaktionell närvärta runt om i landet, men också en journalistisk satsning på ämnen som är relevanta för publiken och inte bevakas tillräckligt. Här redogörs för hur SVT arbetar för att utveckla bevakning och speglning av hela landet i nationella och lokala nyheter, hur SVT bidrar till fler perspektiv i nyhets- och samhällsbevakningen och hur SVT stärker den journalistiska bevakningen av svagt bevakade områden.

### Verksamhetens omfattning

SVT sände 2022 sammanlagt 4 193 timmar nyheter och samhällsfakta, en ökning med drygt 600 timmar eller 18 procent jämfört med 2021. Sammantaget utgjorde det drygt 26 procent av SVT:s samlade programutbud för vuxna. Till det kommer SVT:s lokala nyhetsändningar som sänds dagligen i 21 olika edisioner. Varje lokal redaktion sände 154 timmar 2022. Totalt producerades och sändes sammanlagt 3 234 timmar lokal journalistik under året. Ökningen av nyhets- och samhällsprogram beror till stor del på bevakningen av kriget i Ukraina och det svenska valet. Under våren förstärkte SVT bevakningen av kriget i Ukraina genom att samsända engelskspråkiga nyheter med tyska public service-kanalen *Deutsche Welle*.

### Berättelser om Sverige

Alla som bor i Sverige ska känna att den egna verkligheten tas upp i nyheterna. 2022 har varit ett år som inget annat. Ett blodigt invasionskrig i vårt närområde har helt ritat om den säkerhetspolitiska kartan, och krigets många konsekvenser med skenande energipriser, kraftig inflation och en svensk Natoansökan har präglat det offentliga samtalet. När Sverige gick till val i september var det krigets effekter, inte minst på den egna plånboken, och den eskalrande gängkriminaliteten som var huvudfrågorna. Då hade 42 procent av befolkningen använt någon av SVT:s valkompasser för att orientera sig i den svenska partipolitiken.

### Lokala nyheter

SVT:s lokala nyheter har som mål att publicera nyheter från varje kommun minst tre gånger per år, och varje kommun ska besökas av en reporter minst en gång per år. Båda målen har uppnåtts 2022.

Under året utökades SVT:s närvärta i landet ytterligare. Fem nya lokala redaktioner etablerades, Dorotea, Märsta, Sveg, Västervik och Åmål. 2022 finns SVT på 48 orter med målet att nå 50 under 2023. Utbyggnaden av lokala nyheter utgår från följande kriterier:

» **Befolknings**. Stora och medelstora orter som inte bevakas tillräckligt i SVT:s lokala nyheter. Svagt bevakade områden finns såväl ute i landet som i storstädernas förortsområden och kranskommuner

» **Nyhetsintensitet**. Orter som har stor betydelse i sitt område och/eller ur ett riksperspektiv, genom till exempel stora arbetsplatser, turism eller viktiga skeenden

» **Sverigespeglung**. Orter som genom sin utveckling och demografi speglar ämnen och samhällstrender som berör många och därmed ger en bredare bild av Sverige  
Huvudredaktionen ligger långt bort och/eller är svagt bemannad

Etableringen på nya orter följs noggrant. När en redaktion öppnar ökar rapporteringen av händelsenyheter stort initialt. Men eftersom SVT har som mål att bidra till ökad granskning och ge fler perspektiv avtar den effekten med tiden, då resurserna styrs mot mer kvalificerad bevakning. Under valåret 2022 fanns SVT på fjorton fler platser än vid valet 2018, vilket har bidragit till en närmare journalistik.

### Analysarbete för fler perspektiv

Under 2021 genomförde SVT områdesanalyser för att fördjupa bilden av olika bevakningsområden. Flera parametrar studerades, exempelvis utbildningsnivå, yrke, fritidsintressen och födelseort. Under 2022 har arbetet utvecklats och fler parametrar som inkomst, barnfattigdom, försörjningskvot och utländsk bakgrund har studerats. Analyserna har lett fram till flera konkreta idéer för rapportering. Ett exempel är SVT Nyheter Smålands satsning på research kring Norrliden i Kalmar, ett riskområde på väg att bli ett så kallat utsatt område efter två mord och flera skjutningar 2022. Det ledde till en rad publiceringar om hur en ny narkotikamarknad växer fram i småstäder och hur små orter påverkas.

### Flexibla satsningar för bättre bevakning

SVT förstärker även bevakningen av Sverige genom flexibla satsningar. Med extra tillskott av resurser kan lokala redaktioner göra särskilt angelägna satsningar i syfte att stärka bevakningen av områden eller ämnen som annars risikerar att hamna i medieskugga. Målsättningen är att göra tio sådana satsningar per år. Målet uppnåddes 2022. Exempelvis fick SVT Nyheter Västmanland förstärkning för att skildra vad som hänt sedan stadsdelen Bäckby i Västerås för 15 år sedan klassades som ett utsatt område. Ett annat exempel är hur SVT Nyheter Jönköping granskade det småländska höglandet, och dess kontrastrika livsbetingelser med å ena sidan nerlagd industri, låga huspriser och sociala problem och å andra sidan en Bullerby med röda stugor och sagobygder.

## Riksnyheter

SVT sänder nyheter från tidig morgon till sen kväll. *Morgenstudion*, *Rapport* och *Aktuellt* kompletteras vid nyhetstiderna av *SVT Direkt* och nyheterna uppdateras hela tiden i appen *SVT Nyheter*. *Sverige idag* samlar varje vardag lokalt material i en nationell nyhetssändning. Utbudet möjliggör bredd och djup i bevakning och i val av perspektiv. SVTs ambition är att ha en hög andel lokalt material i det nationella nyhetsutbudet. Under 2022 utgjorde det lokala materialet 35 procent av nyheterna på svt.se. Att en dryg tredjedel av materialet utgörs av lokalt material kan ses som en hög nivå. Målet att Rapport varje dag ska innehålla minst två lokala inslag nåddes under året.



Ballettlärarynna Eugenia Iashuk i *Ballerinan från Charkiv*. Foto: Rebecka Haglund/SVT



Kulturnyheterna special. Foto: SVT

Nyhetsåret har präglats av det svenska valet och kriget i Ukraina. SVT har producerat flera dokumentärer om kriget i Ukraina och ett antal kortare dokumentärer under vinjetten *Jag var där*. Ett exempel är *Ballerinan från Charkiv* om en ung balettlärarinna som tvingats fly till Sverige och försöker rädda sina elever som är fast i Ukraina. Redaktionen har även fortsett granska gängkriminaliteten och skjutningarna i Sverige. Dokumentären *Mammor i väldets skugga* gav röst åt de som lever nära det dödliga väldet.

2022 var också året då sport och politik smälte samman. OS och Paralympics i Peking, de idrottsliga konsekvenserna av Rysslands invasionskrig mot Ukraina och kontroverserna kring Qatars värdskap av herrarnas fotbolls-VM präglade SVT:s sportutbud under året.

Som stöd för arbetet med en relevant Sverigeberättelse finns sedan 2020 fyra Sverigereportrar inriktade på att stärka bevakningen av hela landet och lyfta lokala perspektiv i riksbevakningen. 2022 ansvarade Sverigereportrarna bland annat för flera valsamarbeten mellan

riksnyheterna och lokala redaktioner. Ett exempel skildrar hur vårdpersonal i Skellefteå lämnar för jobb inom plastindustrin, ett annat hur allt fler lokala partier ställer upp i kommunval och utmanar riksdagspartierna.

**Journalistik som gör skillnad ett valår**  
I skuggan av krigsutbrottet sjösatte SVT en av de mest ambitiösa valsatsningarna. I ett unikt projekt genomförde *Uppdrag granskning* och SVT:s lokala nyhetsredaktioner en granskning av Sveriges 21 regioner. Granskningen resulterade i hundratals nyhetsinslag, i såväl de lokala

kompasser för att hjälpa väljarna att orientera sig i partipolitiken och valets viktigaste frågor en central del av valbudgetet. 2022 fanns 311 kompasser, för landets 290 kommuner, 21 regioner och för riket. Efter valvällen hade över fem miljoner valkompasser genomförts. Mest anmärkningsvärt är att nära två tredjedelar av första- och andragångsväljarna gjorde någon av SVT:s kompasser. SVT:s eftervalsundersökning visade att 95 procent av unga väljare som använt kompassen menar att de fått mycket bra eller bra vägledning.

#### Nya grepp i valutbudget

Vid sidan av det nyhetsbevakande och granskande uppdraget ska SVT:s utbud vara nyskapande, stimulera till debatt och ge fler perspektiv på skeenden och händelser. SVT satsade bredare än någonsin inför valet 2022 med en valbevakning som spände över flera genrer och infallsvinklar på politiken. Undersökningar visar att många, inte minst den unga publiken, har tröttnat på den ofta problemorienterade journalistiken (se avsnitt 1.3). Ett



Drottning Elizabeth II. Foto: SVT

sätt att möta detta är genom konstruktiva vinklar och framtidsperspektiv. I ett nytt format från Vetenskaps- och Agendaredaktionerna går forskare och politiker på djupet i en aktuell samhällsfråga, med vetenskapliga fakta och partiernas lösningar i fokus. I detta format hanterades under valåret till exempel sjukvården, energin, säkerhetspolitiken och Sveriges Natoansökan. *Politikbyrån* gjorde en rad valprogram bland annat från Almedalen där exempelvis lobbyisters makt granskades.

SVT har också försökt ligga nära människors vardag och främja dialog. Debattprogrammet *Sverige möts* var därför på turné under valåret och från ett antal platser i landet diskuterades de stora valfrågorna. I serien *Åsiktsbubblan* fördes mäniskor med starka och diametralt olika uppfattningar i en fråga samman för att lyssna och försöka förstå hur motståndaren resonerar. I en direktsändning från Uppsala fick statsministerkandidaterna svara på väljarnas frågor. Till valvakan byggdes ett interaktivt system med en pekskärm där tittarna kunde följa

rösträkningen i realtid ner på enskilda valkretsar, allt för att föra valet närmare publiken.

Ytterligare ett spår i valbevakningen var humor och satir. En rad titlar uppstod under året för att göra det satiren är bra på – sätta ljuset på sådant vi annars inte ser eller förmår formulera och ge nya perspektiv. Och naturligtvis att engagera och locka till skratt. SVT sände dockhumorprogrammet *Herr Talman* i två säsonger, i *Valet forever* fick partiföreträdare svara på frågor från anonyma forum på internet. *Sanningens minut* och *Sveriges roligaste partiledare* var två andra titlar i gränslandet mellan inrikespolitik och humor.

#### Berättelser om världen

SVT:s utrikesredaktion med reportrar och 13 korrespondenter har till stor del fokuserat på att bevakta kriget i Ukraina. Andra händelser som bevakats är mellanårsvalet i USA, drottning Elizabeth II:s död, franska presidentvalet och om hur Kinas högste ledare valdes om för en tredje mandatperiod.

Sedan 2020 har SVT två ämneskorres-

pondenter, med uppdrag att fördjupa bevakningen av aktuella ämnen. 2022 fokuserade de på energi, ekonomi och klimat. Programmet *Utrikesbyrån* som erbjuder ökad förståelse för komplexa omvärdshändelser gjorde bland annat programmet *Vreden i Iran*, om kvinnorna som klipper sitt hår och bränner sina slöjor med livet som insats.

**Intensiv och långvarig krigsbevakning**  
Den 24 februari 2022 när Ryssland invaderade Ukraina var SVT på plats med två team, i Kiev och i Kramatorsk, städer som båda bombades. Därefter har SVT:s team rapporterat inbäddade vid fronten, från skyddsrum under beskjutning och från uppsamlingsläger för barn som deporterats till Ryssland. Säkerhetsarrangemanget har varit omfattande och SVT:s team har arbetat i omgångar på plats i Ukraina. SVT har även en reporter på plats i Moskva för att därför bevakta kriget och hur världens sanktioner påverkar Ryssland och dess befolkning.

Sedan krigsutbrottet har SVT bevakat Ukraina via direktrapportering i text och

video, dygnet runt på svt.se. Utsedda reporterar har ansvarat för att hitta och verifiera videomaterial i sociala medier från konfliktområdet, och två videoreporterar har nyrekryterats under 2022 för att stärka direktrapporteringen, som haft 80 miljoner besök.

En ny expertgrupp har även bildats på SVT Nyheter, bestående av redaktör, researcher och

externa experter, med uppdrag att bevaka Ryssland, Ukraina och angränsande länder. Utöver journalistisk analys och fördjupning ska gruppen särskilt fokusera på att uppgifter, bilder och videor från området är sanna och har korrekt källhänvisningar.

SVT har haft en intensiv bevakning efter krigsutbrottet:

- » SVT Nyheter direktsände många timmar i sträck under krigets första veckor
- » Rapport 18.00 förlängdes hela 2022
- » Morgonstudion förlängdes med en timme under hela 2022 och extrasände varje helg under krigets första månader
- » Aktuellt sände från Polen med fokus på flyktingströmmarna från Ukraina
- » SVT Nyheter direkt bättade in den engelskspråkiga public service-kanalen Deutsche Welle på dagtid i SVT2 för att ytterligare stärka bevakningen av kriget



Charkivs guvernör Oleg Sinjegubov utanför staden Balaklja i Charkivregionen i **SVT Nyheter**. Foto: Lars Lyrefelt



Dokument utifrån: Putins väg mot kriget. Rysslands president Vladimir Putin i möte med Frankrikes president Emmanuel Macron i Moskva, 7 februari 2022. Foto: Sputnik/Kremlin/REUTERS

## 6.2 KULTURUPPDRAGET

Som Sveriges största kulturinstitution utvecklar och bekostar SVT på egen hand och i samarbete med andra en mångfald av produktioner av hög kvalitet. SVT har ambitionen att vara Sveriges mest uppskattade kulturercentör, med en bred palett av olika program och uttryck. Att fördjupa, utveckla och vidga kulturutbudet innebär för SVT ett utforskande av nya berättarformer och nya ämnesval. Syftet är att göra kultur tillgängligt för fler och att erbjuda fler perspektiv på vår samtid.

Totalt sände SVT under året 1 421 timmar kultur och musik i broadcastkanalerna, vilket var i nivå med 2021 men något lägre än 2020.

### Kulturnyheterna bevakar och granskar – dygnet runt

Daglig kulturbekvakaning och granskning hanteras av *Kulturnyheterna*, med sändningar från tidig morgon till sen kväll och dygnet runt i appen *SVT Nyheter*. Under 2022 har redaktionen följt hur kulturlivet återkommit efter pandemin men också sett kvardröjande effekter av nedstängningarna. Kriget i Ukraina, valrörelsen, den återstartade bokmässan och Nobelpriset i litteratur har också tagit stor plats i bevakningen. Under året har fem *Kulturnyheterna Special* publicerats, bland annat om ett hotat kulturarv i Ukraina, braindrain i Ryssland och ett år efter mordet på artisten Einár.

### Scenkonst

Under året som gått har SVT:s satsning på scenkonst fortsatt. Inom ramen för *SVT Scen* görs föreställningar med teater, opera, dans och klassiska konserter tillgängliga för alla när man själv vill på *SVT Play*.

De många samarbetena med svenska scener och kulturinstitutioner har bidragit till årets varierande utbud från hela landet. På Norrlandsoperans scen i Umeå har SVT spelat in Charlotte Engelkes musikaliska varieté *Transplantation*. Den komiska föreställningen *Allt kommer bli bra* filmades på Scalateatern i Karlstad och från Dramatens scen bjöds framtids-scenarier i pjäsen *Vi som fick leva om våra liv*. I Vara konserthus filmades Virpi Pahkinens danskompani *Black Rainbow*, en dansföreställning med fantasifull koreografi och nyskriven originalmusik.

Nya talanger får varje år chans att prova tv-mediet i *Danskortisar*. Årets produktioner omfattar bland annat Hugo Alfvéns naturlyriska

Aftonen, Piteåbaserade *Insikten*, tidsresan *Captured Moments*, inspelad på Drottningholm och Shakespeare-inspirerade *Look Your Last*.

I *Kulturstudion* presenterades flera samarbeten med kulturinstitutioner. Som en direkt följd av Rysslands invasion av Ukraina anordnades en konsert i samarbete med Stockholms Konserthus, *Vi spelar för freden* med Kyiv Soloists. I november sände SVT konserten *En kväll för Iran – kvinna, liv, frihet* för att uppmärksamma de iranska kvinnornas kamp för frihet och mänskliga rättigheter.

Musiken är viktig i samband med årets högtider. Lunds studentsångare sjöng traditionenligt in våren och *Luciamorgon* från Gräfsnäs spred ljus i decembarmörkret. *Tolvslaget på Skansen* satte musikalisk punkt för 2022 med livemusik från bland andra Peter Jöback och Petra Marklund. En annan sorts högtid är numera den årligt återkommande *Musikhjälpen*, ett samarbete mellan SVT och SR. I år direstsändes programmet från Kungstorget i Göteborg i totalt 144 timmar.

SVT:s inspelning "två barockoperor i en", *Venus och Adonis* och *Dido och Aeneas* på Confidencen i Solna, hyllades internationellt vid festivalvisningar i Berlin och Prag. Svensk sommarnatt och föreställningen *Transplantation*, producerade av SVT, har vid festivalvisningar också rönt stor uppskattning utomlands och bidragit till intresset för svenska upphovs-personer och kultur.

### Dokumentärer och programserier

Ett sätt att vidga kulturutbudet och göra det tillgängligt för fler är via dokumentärt berättande. Varje vecka sänds bland annat kvalitets-dokumentärer inom ramen för *K Special*.

Under 2022 har SVT sändt ett flertal porträtt och berättelser om liv och livsverk som berört det svenska folket lite extra. Exempel på dessa är *Lena* ett nära porträtt av Lena Nyman, *Alfons bit för bit – En film om Gunilla Bergström*, och *Ett jävla liv – en film om Bodil Malmsten*. Under julhelgen sändes *Selma Lagerlöf*, en dokumentärserie i två delar om Selma Lagerlöfs liv och verk. I samband med att komikern, skådepelaren och journalisten Sven Melander gick ur tiden sände SVT dokumentären *Sven Melander – Ta hand om er och glöm inte att skratta*. I porträttserien *Mästaren* får publiken möta några av Sveriges främsta kulturskapare, i år bland andra skådespelaren Sissela Kyle och författaren Alexander Schulman.

## SÄNDNINGSTILLSTÅND 9 §

"SVT ska erbjuda ett mångsidiigt kulturutbud som ska fördjupas, utvecklas och vidgas under tillståndsperioden."

"SVT ska bevakा, speglar och kritiskt granska händelser på kulturlivets olika områden i Sverige och i andra länder."

"SVT ska göra föreställningar, konserter och andra kulturhändelser tillgängliga för hela publiken genom samarbeten med kulturinstitutioner samt fria kulturproducenter på skilda kulturområden i hela Sverige."

"SVT ska spegla de många olika kulturer och kulturyttringar som finns i Sverige."

"Program om och från de nordiska grannländerna ska sändas i syfte att stärka den nordiska kulturgemenskapen."

"SVT ska bidra till utvecklingen av svensk filmproduktion."

## MEDELSVILLKOR 22

"SVT ska redovisa omfattningen av och formerna för företagets engagemang för utvecklingen av svensk filmproduktion. SVT ska även återkommande redogöra för filmbranschen i vilken utsträckning företaget avser att satsa på svensk filmproduktion."

Året har innehållit en rad musikdokumentärer. *Ingén lurar Molly (igen)* handlar om artisten Molly Sandéns revansch på den svenska popscenen. I *Laleh - Välkommen hem* får vi möta Laleh som förbereder sitt 40-årskalas på Ullevi stora scen. *Landet Ledin* handlar om artistens 50-åriga karriär. Dokumentärserien *Hård rock på export* fick stor uppskattning hos publiken.

Under året har SVT sändt flera program som syftar till att ge kunskap och förståelse för viktiga ämnen i vår samtid. *Det svenska modet* är en serie om det svenska modets historia från 1960-talet till idag. *Historjá - Stygn för Sápmi*, skildrar den samiska kampen och vad klimatförändringarna innebär för den samiska kulturen, och dokumentärserien *Den svenska dokumentären* handlar om Expedition Robinson 1997 och de många format som följde i dess spår. I programserierna *Cyklopernas land* och *Edit* bevakas kulturytringar i gränslandet mellan samhälle och kultur för en yngre publik.

I samband med att Nobelpriset i litteratur delades ut till den franska författaren Annie Erneaux sände SVT dokumentären *Annie Erneaux: Super 8-åren*, en film



Gizem Erdogan som Leah i *Tunna blå linjen*. Foto: Håkan Schüler/Anagram

gestaltad genom fragment ur familjen Erneaus egna filmer från perioden mellan 1971–1981. Tidigare under året åkte *Babel* med programledaren Jessika Gedin på Sverigeturné och hälsade på hos författare från norr till söder i ett exklusivt sommarprogram, med lästips för hängmattan. Veckomagasinet *Sverige!* speglade det aktuella kulturlivet i hela Sverige genom reportage och intervjuer.

#### Drama

SVT Dramas ambition är att erbjuda publiken en repertoar av dramaserier som engagerar och väcker känslor och som startar samtal och debatt. *Kalifat* (2020) och *Tunna blå linjen* (2021, 2022) är serier som har nått en stor publik, attraherat nya tittare och skapat samtal och debatt.

Under 2022 tog SVT drama emot 76 unika programförslag från professionella produktionsbolag samt manusförfattare och i slutet av året var ca 50 dramaprojekt under utveckling. Dramarepertoaren 2022 omfattade fem serier vilket är färre än 2021. Det berodde främst på fortsatt påverkan av covidpandemin men också på utmaningar kring tilläggsfinansiering.

Samtliga dramaserier samproduceras

med svenska produktionsbolag. SVT Drama fortsätter fokusera på berättelsen om Sverige. Under året tog *Spelskandalen* (inspelad i Norrbotten) publiken tillbaka till 1990 och händelserna kring hur Tipstjänst utsatts för en spelmafia. I oktober hade *Tunna blå linjen* (inspelad i Malmö) premiär för sin andra säsong. *Försvunna mäniskor* (inspelad i Göteborg och Alingsås) är ett drama om en flyktingsmugglare som begår ett fatalt misstag, och under julen fick publiken återse Lorry-gänget i drama-komedin *Äntligen*.

#### Nordiska utbyten och nordiskt drama

Inom ramen för Nordvision-samarbetet mellan de nordiska public service-företagen har program delats och samproducerats under många år. Under 2022 blev resultatet 4 893 programavsnitt, varav 2 846 var samproduktioner och 2 047 från utbytesprogram. Antalet gemensamma produktioner 2022 var det högsta antalet någonsin.

Det nordiska samarbetet innehöll nya säsonger av välkända format som danska *Hundra procent bonde*, norska *Där ingen skulle tro att någon kunde bo* och finlandssvenska livsstilmagasinet *Strömsö*. I danska dramadokumentären *Krag & Virkner* fick publiken följa århundradets kärlekssaga mellan den danske politikern Jens Otto Krag och den kända filmstjärnan Helle Virkner och i finska realityserien *Retrobutiken* om livet i en retrobutik några mil norr om Helsingfors. Under året visades den norska filmen *Munch flyttar om Edvard Munch*.

För att säkerställa att lokalt drama förblir ett starkt kännetecken för de nordiska public-servicebolagen i den moderna strömningsvärlden satsar bolagen gemensamt sedan 2019 på att öka volymen av drama och säkra längre rättigheter. Projektet Nordic 12 innehåller att de nordiska public service-bolagen årligen delar tre drama-titlar med varandra. Exempel på titlar 2022 är *Blackport* (RÚV), *Efterglöd* (NRK), *Orkestern* (DR), *Lyckolandet 2* (NRK), *Paradiset 2* (Yle), *Transport* (Yle), *Fractures* (RÚV) och *Carmen curlers* (DR).

#### Internationell utblick

SVT har under 2022 sändt program på 41 olika språk. Ambitionen är att bidra till kulturnupplevelser bortom det anglosaxiska arvet. Några exempel på detta är det finländska gisslandramat *Helsingforssyndromet* och det israeliska mysteriedramat *The Grave*. Den tyska miniserien *Hotell Europa* skildrade tiden efter det första världskrigets tyska nederlag på ett storslaget hotell vid Rhens strand. Ukrainska serien *Folkets Tjänare* har landets nuvarande president Zelenskyj i huvudrollen och blev uppmärksammad i och med kriget i Ukraina. Flera av SVT:s program på kulturområdet behandlar regelbundet händelser i det internationella kulturlivet. Inte minst tar *Kulturnyheterna* löpande upp internationella händelser på kulturområdet.

#### SVT Långfilm

SVT ska bidra till utvecklingen av svensk filmproduktion. Minst 300 miljoner kronor har under perioden 2020–2022 investerats i långfilmer, barnfilmer, dokumentärfilmer, kulturdokumentärer, kortfilm samt utveckling av nya talanger. SVT fortsätter satsningen också kommande tre år.

Biografnäringen hade under året ännu inte återhämtat sig efter pandemin och som en följd fanns en viss tveksamhet inför att satsa på långfilm för biograf bland filmproducenter. Det har resulterat i något färre inkomna förslag under 2022 än tidigare år. Under året som gått har SVT ingått avtal om samproduktion och förköp av visningsrätt för svensk, lång spelfilm för drygt 53 miljoner kronor. Av de totalt 21 filmerna är sex utländska produktioner med svensk samproducent och fyra är en del av talangprojektet Moving Sweden.

Bland beslutade samproduktioner återfinns bland annat ett actionäventyr för barn, *Super-Charlie Begins* (Nordisk Film Production Sverige), *Den svenska torpeden* om kanalsimmerskan Sally Bauer (Momento Film) och *Så länge hjärtat kan slå* (Bredablick Film), ett drama om ett äldreboende under pandemin. SVT har under året sändt 45 spelfilmer som samproducerats och förköpts visningsrätt till, bland annat *Tigrar* (Black Spark Film),



Bosse (Björn Elgerd) i *Spelskandalen*. Foto: Maria Fälldt/SVT

*Ur spår* (Jarowskij Sverige) och *Pleasure* (Plattform Produktion och Grand Slam Filmproduktion) som utspelear sig i porr-filmsbranschen i Los Angeles.

SVT fortsätter att vara en stark aktör inom långfilm och har som strategi att hitta ett bredd och varierat utbud till hela publiken, med en blandning av filmer för den bredare publiken, barn- och familjefilm, och mer utmanande film för cinesaterna. SVT strävar efter att aktivt stötta konstnärlig förnyelse och talangutveckling.

#### SVT samarbetar med Svenska Filminstitutet

Talangprogrammet Moving Sweden är ett samarbete mellan SVT och Svenska Filminstitutet med syfte att utveckla svensk film och ge upphovspersoner i början av sin karriär en chans att snabbt komma i gång. Sedan 2018 har SVT fokuserat på långfilmsformatet. 2022 har tre långfilmer haft biografpremiär: *Excess will save us*, *Magisterlekarna* och *Stammisar*. *Snälla kriminella* och *Andra sidan* är två Moving Sweden-titlar som har varit succéer på SVT Play under året.



Foto: Jonas Gunnarsson / Johnér

## SÄNDNINGSTILLSTÅND 10 §

"SVT ska erbjuda ett varierat utbud av program för och med barn och unga. Programmen ska på barns och ungas egena villkor förmedla nyheter och fakta samt kulturella och konstnärliga upplevelser från olika delar av Sverige och världen."

"SVT ska ha en omfattande nyproduktion och egen produktion av program i olika generer för barn och unga."

"SVT ska särskilt utveckla programverksamheten för äldre barn och unga."

## 6.3 BARN OCH UNGA

### Inledning

Genom ett brett och varierat utbud för barn och unga vill SVT väcka nyfikenhet och bidra till nya insikter och kunskaper. Utbudet är ett långsiktigt löfte till Sveriges alla barn, unga och deras familjer. SVT ska enligt sändningstillståndet ha en omfattande nyproduktion och egenproduktion av program i olika generer för barn och unga. SVT:s ambition är att en hög andel av programmen ska vara produktioner som görs av SVT eller som utläggningar och samproduktioner där SVT har ett avgörande inflytande.

I SVT:s verksamhet definieras barn som tittare i åldern 3–11 år och unga som tittare i åldern 12–19 år. Åldersindelningen harmoniseras inte fullt ut med övriga public service-bolags definitioner, men är den mest relevanta för tv-produktion.

Barns och ungas tv-tittande sker idag nästan uteslutande online. Därför utvecklar och publicerar SVT numera innehållet för barn och

unga i första hand för konsumtion i SVT Play, även om programmen också visas i de traditionella tv-kanalerna. MMS-data visar att det framför allt är de minsta barnen som fortfarande konsumerar innehåll linjärt. SVT:s analys är att föräldrarnas mediabeteende påverkar konsumtionen, men i en ålder där barnen själva väljer så konsumerar de utbudet i SVT:s play-tjänster och i Bolibompa-appen.

Program för barn och unga ska, enligt SVT:s uppdrag förmedla nyheter och fakta samt kulturella och konstnärliga upplevelser från Sverige och världen (för jämförelse över tid se tabell 6.3 i appendix). I tabell 6.3 visas hur nyproducerade program fördelar sig på dessa två kategorier. De traditionella generer som används för vuxenutbudet är inte fullt ut tillämpbara på utbudet för barn och unga, där många program är hybrider mellan generer med syfte att fylla flera funktioner, exempelvis underhållning och kunskap. SVT har därför valt

### 6.3 Barn och unga förstasändningar, timmar

Barn (3–11 år) 2022	Svenskt	Utländskt	Totalt
Fakta och nyheter	158	1	160
Kultur och konstnärliga upplevelser	132	232	364
<b>Totalt</b>	<b>290</b>	<b>233</b>	<b>524</b>
Unga (12–19 år) 2022	Svenskt	Utländskt	Totalt
Fakta och nyheter	131	4	135
Kultur och konstnärliga upplevelser	127	10	137
<b>Totalt</b>	<b>258</b>	<b>14</b>	<b>272</b>
<b>Totalt barn och unga (3–19 år) 2022</b>			<b>796</b>

Se appendix 6.3 Barn och unga för fler år.

att slå ihop kategorier i enlighet med villkoren i sändningstillståndet för en mer relevant beskrivning.

Svenska program i SVT:s utbud är genomgående egenproduktioner, samproduktioner och utläggningar där SVT har haft all eller stor påverkan. Nyproducerade program på svenska utgör cirka två tredjedelar av SVT:s förstasändningar för barn och unga, vilket bedöms vara en omfattande egenproduktion. Det förstasändna utbudet i broadcast har legat kring 800 timmar de senaste åren. 2022 har SVT barn också publicerat 229 unika timmar i play, fördelat på 150 timmar för barn och 80 timmar för unga.

### Programutveckling för barn och unga

SVT utvecklar kontinuerligt både befintligt och nytt innehåll för barn och unga. Varje år sker ett utforskande kring nya format och målgruppars behov för att utbudet ska vara relevant för många. 2022 har särskilt fokus riktats mot två områden; barn med neuropsykiatriska funktionsnedsättningar, s.k. NPF-diagnoser och dramaserier så som *Jobbigt* och *Strula* med korta episoder på teman som bygger på igenkänning och identifikation för tonåringar.

I serien *Draken följer med* visualiseras vardagliga situationer så att barn med särskilda behov och NPF-diagnoser kan förbereda sig på hur det går till exempelvis hos frisören eller läkaren. Föräldrar till barn med NPF-diagnoser vittnar om hur programmen hjälpt till att underlättat i

**Programserier för de yngre barnen**  
*Bolibompa* är ett universum med flera programserier med syfte att möta de yngsta barnens behov av identifikation och utveckling. *Bolibompafamiljen* är en populär dokumentärserie som följer en familjs vardagsliv, med aktiviteter och intellektuell- och känslomässig utveckling hos både stora och små. *Bolibompaklubben* är en del av många småbarnsfamiljers vardagsrutin klockan 18 och erbjuder många fasta moment som är både pedagogiska och underhållande.

I femårsåldern sker stora biologiska och psykologiska utvecklingssteg och SVT har sedan flera år satsat på program för just femåringar. I programmen för de minsta barnen läggs särskild vikt vid medverkande barn i samma ålder för att skapa identifikation. Nytt innehåll för 5-åringar är den dokumentära serien *Emil i Enånger*, som skildrar Emils liv med specialintressen och uppväxt på landsbygden, vilket många barn kan identifiera sig med.



Sam Herrgård i serien *Draken följer med*. Foto: Stina Nyberg/SVT



Kerstin Linden i rollen som Tilda och Valter Toverud i rollen som lillebror i *Julkalendern Kronprinsen som försvann*. Foto: Janne Danielsson/SVT

## Traditioner som samlar både vuxna och barn

Föräldrar och barn har ett behov av att samlas runt gemensamma tv-upplevelser, att skratta, lära sig och upptäcka saker tillsammans. Sedan 60-talet har SVT:s julkalender varit en tradition för både vuxna och barn. 2022 års kalender *Kronprinsen som försvann* samlade fyra generationer svenska. Runt en miljon tittade online och cirka 800 000 földe varje avsnitt i broadcast.

En annan stark SVT-tradition är *Sommarlov*. 2022 års Sommarlov hade "Backa småkrypen" som tema och hundratusentals barn lärde sig om ekosystem och naturvård. Sommarlov skapade engagemang med över 100 000 inskickade pyssel med insektstema och över 150 000 aktiviteter registrerades i duo-appen. Utöver detta vallfärdade minst 150 000 personer till inspelningarna i Beijers park i Malmö för att uppleva programmen live och träffa programledare och Sommar-skuggan.

## Nyheter för barn och unga

*Lilla Aktuellt* är SVT:s nyhetsprogram för skolbarn. I takt med att barnen lämnat broadcast har behovet av ett online-anpassat nyhetsprogram ökat. SVT fortsätter analysera data för att utveckla innehåll och publiceringar mot publikens behov. Under 2022 har *Lilla Aktuellt* arbetat för ökad kontinuitet i publiceringarna och publicerat mer innehåll under skoltid då tittringen är som högst.

Extra många barn söker sig till *Lilla Aktuellt* vid stora nyhetshändelser. Veckan då Ryssland inleddde invasionen av Ukraina hade programmet nästan 875 000 starter i SVT Barn och SVT Play. Den första tiden efter krigsutbrottet hanterade redaktionen barns oro genom att löpande besvara frågor i chattar. En av chattarna om Ukrainakriget fick in över 66 000 inlägg.

Också valet har engagerat och väckt många frågor hos barnen. Årets näst mest populära chatt var i samband med *Lilla Aktuellt*s livesända valvaka med

17 000 inlägg. I serien *Lilla stolen* intervjuades riksdagspartiernas partiledare. Under valveckan hade serien 563 000 starter.

Redaktionen får in många frågor om kållkritik i chattar och via sociala medier. Det finns ett stort engagemang och oro kring hur rykten sprids, sanningshalten i virala klipp och hur man kan veta om en nyhet är sann/falsk. *Lilla Aktuellt* tar kontinuerligt upp kållkritik och kålltillit som teman i chattar och i faktaserier.

Varje vecka i *Lilla Aktuellt* och *Lilla Aktuellt Skola*, ett samarbete mellan SVT och UR, tas medie- och informationskunskap upp på olika sätt. Exempel på ord som förklaras är pressfrihet, algoritmer och konspirationsteorier. Fria ordets dag är en dag om yttrandefrihet, kållkritik och kålltillit för sjätteklassare, ett samarbete mellan public servicebolagen och lokaltidningar runt om i landet. Eventet arrangeras som en digital lektion och efterfrågan från skolor ökar i snabb takt. 2022 gjordes 34 unika sändningar, 673 klasser

och 14 567 elever deltog. Från höstterminen 2021 till höstterminen 2022 ökade antalet elever som deltog i Fria ordets dag med 56 procent.

## Program för unga i hela Sverige

SVT:s ambition är att utbudet för unga ska vara långsiktigt och relevant för unga i hela Sverige. Under 2022 har det förstås sända utbudet i broadcast på svenska för grupperna 12–19 år ökat med 18 timmar jämfört med 2021 och ligger på 258 timmar 2022. Därutöver har 80 unika timmar publicerats på SVT Play under året. Det är exempelvis programmen *Smygtitt på Musikhjälpen*, *Så kan du påverka* och *Kvartssamtalet*. Utbudet för unga är huvudsakligen på svenska.

SVT tolkar uppdraget att särskilt utveckla utbudet för äldre barn (7–11 år) och unga (12–19 år) som att varje år skapa nya och ständigt utveckla befintliga program. SVT tar särskilt fasta på uppdraget att erbjuda ett varierat utbud inom flera genrer, på ungas villkor och lägger därför stor vikt vid att lära känna olika målgrupper och deras behov. Pro-

gramutveckling utgår från insikter från målgrupsundersökningar och från dialog med personal inom skola, vård och omsorg. Ett exempel på det är den senaste tidens larmrapporter om ökat bruk och normaliserad syn på droger bland unga. För att stärka målgruppen och ge dem argument att ifrågasätta osunda ideal och trender tar dramaserien *Strula* upp droger som tematik under en hel säsong.

Några nya serier för året är bland annat *Epaliv*, en dokumentärserie som speglar att vara ung på landsbygden och innehåller ämnen som tonåringar möter i sin vardag. I serien *Skyldig* lyfter varje episod ett dilemma kring tematik som engagerar och berör, exempelvis mobbning, racism och droger.

2022 sändes en fjärde och avslutande säsong av den populära serien *Eagles*. Under hösten kom den nya dramaserien *Bror* för äldre tonåringar. Serien fokuserar på de stökgare killarna i skolan, med stor kreativitet, men också med bristande impulskontroll som gör att de ofta hamnar i trubbel.

Under 2020 samlades de nordiska public service-bolagen i samarbetet Barn 14 för att stärka nordiskt barndrama. Bolagen ska kommande år samproducera 14 serier inom barnfiktion med visionen att ge tittarna fler nordiska dramaserier som kan vara tillgängliga på SVT Play under lång tid. Under 2022 visades bland annat den danska serien *Vännerna och gröna ljuset* i SVT:s *Sommarlov*. Bland SVT:s serier i utbytet kan nämnas *Stopp* (säsong 3) och *Strula* (säsong 1).



Zacke i serien *Bror* spelad av Mino Linner Edman. Foto: Andreas Rydbacken/SVT

## SÄNDNINGSTILLSTÅND 11 §

"SVT ska beakta behoven hos personer med funktionsnedsättning. Ambitionsnivån när det gäller möjligheterna för personer med funktionsnedsättning att tillgodogöra sig SVT:s utbud ska höjas och tillgängligheten förbättras. Det långsiktiga målet är att hela utbudet görs tillgängligt för alla medborgare."

"Tillgängligheten till program för barn och unga ska prioriteras."

"Program ska produceras för särskilda målgrupper. I fråga om program om och för personer med funktionsnedsättning får SVT, Sveriges Radio AB (SR) och UR sinsemellan fördela ansvaret för olika slags insatser."

"SVT ska ha en kontinuerlig dialog med de berörda grupperna. Se också regeringens beslut om tillgänglighet till tv-sändningar för personer med funktionsnedsättning för SVT och UR."

"SVT ska fortsatt prioritera god hörbarhet, bl.a. genom att vid utformningen av sändningarna beakta att bakgrundsljud kan försämra möjligheten för personer med hörselnedsättning att ta del av utbudet."

## 6.4 TILLGÄNLIGHET

Tillgänglighet är ett högt prioriterat område för SVT, såväl utifrån uppdraget som i SVT:s egna strategier. SVT ska nå hela befolkningen med ett brett utbud och tjänster av hög kvalitet, och god tillgänglighet är därfor en ambition i all verksamhet och på alla plattformar. I tabellen nedan följer en sammanfattning av krav och utfall för tillgänglighetstjänsterna 2022.

### Innovation

SVT ska använda ny teknik för att öka möjligheterna för publiken att ta del av utbudet och tillgänglighetstjänsterna. För att utöka och effektivisera textning krävs nya tekniska lösningar och metoder. SVT arbetar internt och tillsammans med externa aktörer för att ta fram sådana lösningar. (Se avsnitt 3.9).

### Publik – information och dialog

SVT träffar regelbundet användare av tillgänglighetstjänster genom intressentdialoger och möten om specifika tillgänglighetstjänster.

Syftet är att inhämta synpunkter, dela kunskap och insikter med varandra och att identifiera förbättringsområden. (Se också avsnitt 6.6).

### Krav och utfall för tillgänglighet 2022

För 2022 var kraven för SVT:s tillgänglighetstjänster:	Krav	Utfall
Textning av förproducerade program	100%	100%
Textning av direktsända program	75%	75%
Syntolkning	5,5%	5,9%
Teckenspråkstolkning	5,5%	5,7%
Uppläst text erbjuds för alla program med översättningstext	Ja	

### Tillgorräkningen

Bedömningen av kvoterna ska omfatta SVT:s samlade programutbud i samtliga programtjänster i marknätet, via satellit och genom tråd. Fördelningen av tillgänglighetskravet mellan olika programtjänster får avgöras av SVT efter diskussion med berörda användarorganisationer.

- Teckenspråkstolkning och syntolkning som tillhandahålls genom sändning över internet samtidigt som ett tv-program sänds linjärt i en programtjänst får tillgorräknas.
- Program som syn- och teckenspråkstolkas, och som finns tillgängliga i beställ-tv, får tillgorräknas upp till 30 procent av det totala tillgänglighetskravet.
- Syntolkning eller uppläst text som tillhandahålls genom ett ljudspår i en separat enhet, till exempel mobiltelefon eller läsplatta, samtidigt som ett tv-program sänds linjärt i en programtjänst, får också tillgorräknas som ett tillgängliggörande.

Sändningarna över marknätet, satellit och simultansändningarna över internet är identiska, vilket innebär att de varken skiljer sig innehållsmässigt eller i hur tillgänglighetstjänsterna visas. För att program som har tillgängliggjorts i beställ-tv under 2022 ska få tillgorräknas måste samma program också ha sänts i marknätet, via satellit eller genom tråd i programtjänster under 2022.

I syfte att tydliggöra program som tillgängliggörs i linjära sändningar används grafiska skyttar som i ljud och bild i vinjetten till programmet visar den tjänst som erbjuds och var tjänsten finns. Användaren kan hitta hela SVT:s tillgänglighetsanpassade utbud i SVT Play. Textning finns tillgänglig genom en tydlig symbol. För syntolkning och teckenspråkstolkning finns dessutom särskilda rubriker att klicka på via huvudgränssnittet, där program med respektive tjänst samlas.

SVT tillhandahåller programinformation genom automatiserad pressinformation som inkluderar information om tillgänglighetstjänster. Tjänsten ligger till grund för all extern programinformation och används för tv-tablåer i tidningar och tv-sajter. Samma information finns för elektroniska programguider (EPG). SVT styr inte över vad som publiceras i de olika medierna, men informationen om tillgänglighetstjänsterna finns i pressrummet.svt.se som är tillgängligt för alla.

Vissa operatörer kortar texterna och då kan viktig information falla bort. Det är olyckligt, vilket SVT har påpekat.

## Textning – krav och utfall för 2022

**Krav:** Enligt tillgänglighetsbeslutet skulle SVT texta 100 procent av de förproducerade programmen år 2022. För direkt-sändning var kravet 75 procent.

**Utfall textning i förproduktion:** Textningsgraden 2022 var 100 procent av de förproducerade programmen i alla kanaler i broadcast. 2022 sändes sammantaget 15 672 timmar (där lokala nyheter är inkluderade). I den bas som gäller för textningskravet räknas inte de lokala nyheterna in. Av de då 15 518 timmarna som sändes var 10 579 timmar förproducerade.

**Utfall direkttextning:** Textningsgraden 2022 var 75 procent av de direktsända programmen inklusive nyhetssändningar. 2022 sändes 15 518 timmar (där lokala nyheter inte ingår) på svenska. Av dessa var 4 940 timmar direktsändningar. Alla riksnyhetssändningar inklusive extra-sändningar textas, liksom galor, sportmästerskap och andra direktsändningar, till exempel Nobelveckan, Idrottsgalan och Allsång på Skansen.

I broadcast tillgängliggörs textningen via text-tv-sidan 199. I SVT Play väljs textningen via en ikon i videospelaren. Översättning (och ibland även svenska tal) tillhandahålls genom så kallad öppen text som inte är valbar utan visas för alla i både broadcast och online. Det som är direkttextat i broadcast går att se samtidigt i SVT Play på de flesta plattformar.



SVTs teckenspråkstolar på Dövas dag i Uppsala 24 september. Tolkarna (från vänster) Juli af Klintberg och Ingela Wahlin från Språk & Tillgänglighet i diskussion med en av besökarna om testprojekten med tolk-till-vänster-i-bild. Foto: Anna Flemming

### Textning av lokala nyhetssändningar

Lokala nyhetssändningar är undantagna från textningskravet då det saknas tekniska och resursmässiga förutsättningar.

Tack vare ny teknik som SVT är med och utvecklar är det nu möjligt att förse lokala nyhetssändningar i beställ-tv med textning. Det sker med automatiskt genererad textning via transkript och formatanpassningar. Kvaliteten blir en annan än ordinarie textning. Textningen skapas via taligenkänningsmotorer som använder artificiell intelligens (AI) för utveckling av språkmodeller. I begreppet autotextning ligger att ingen mänskliga bearbetar texten. Taligenkänningsleverörernas språkmodeller utvecklas kontinuerligt, liksom insikterna internt och externt om vad som krävs för att förbättra kvaliteten för textformen undertexter. Se även avsnitt 6.6.

Under 2022 var samtliga lokala nyhetssändningar autotextade i beställ-tv. Det innebär cirka 65 timmar mer textning per vecka, eller cirka 3 300 timmar mer per år. Autotextningen publiceras som den är utan korrigeringar och med en skylt i början av sändningen som talar om att det är automatisk textning och att fel kan förekomma. Korrigeringar görs om den lokala nyhetsredaktionen påtalar fel.

### Textning av inslag på webben

Textning i SVT:s nyhetstjänst SVT Nyheter ingår inte i kraven på SVT, men SVT har sedan 2017 valt att textha merparten av de korta inslag som publiceras i appen SVT Nyheter och på svt.se/nyheter. 2022 publicerades 45 230 textade inslag som tillsammans utgör 905 timmar textning.

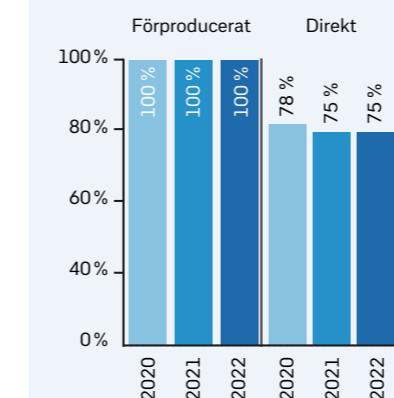
## Syntolkning – krav och utfall för 2022

**Krav:** Kravet 2022 var att 5,5 procent av programmen skulle syntolkas.

**Utfall syntolkning:** Syntolkningsgraden 2022 var 5,9 procent. Kravet på 5,5 procent motsvarar 853 timmar (se tabell 6.4.2). SVT tillgängliggjorde totalt 974 timmar syntolkning 2022 varav 319 timmar i beställ-tv (SVT Play). Eftersom endast 30 procent av kravet (i detta fall 256 timmar av 853 timmar) på det som tillgängliggörs online får tillgorräknas blev summan 911 timmar, vilket motsvarar 5,9 procent.

Syntolkning är en tjänst för personer med helt eller delvis nedsatt synförmåga. I luckor i dialogen beskriver syntolkningen det som sker i bild som är betydelsebärande. SVT tillgängliggör syntolkningen genom parallellsändning i broadcast eller online. Programmen görs även tillgängliga i SVT Play.

## 6.4.1 Textningsgrad



Målsättningen är att tillgängliggöra framför allt visuellt berättade program. Programmen ska vara av stort publiskt intresse och/eller vara särskilt lämpade för syntolkning, det vill säga att bilden är en viktig del av berättandet. Exempel på program som syntolkades 2022 var *Tunna blå linjen* säsong 2, *Melodifestivalen*, *Mästarnas mästare*, *På spåret*, dokumentären om *Selma Lagerlöf* och julkalendern *Kronprinsen som försvann*. SVT har i urvalet av syntolkade program varit extra noga med valet för barn- och unga. Program som bedöms ha stor betydelse för målgruppen, exempelvis *Spookys*, *Sommarskuggan*, *Klassen*, *Kenny Starfighter* och julkalendern, har valts 2022.

#### Teckenspråkstolkning – krav och utfall för 2021

**Krav:** Kravet 2022 var att 5,5 procent skulle teckenspråkstolkas.

**Utfall teckenspråkstolkning:** Teckenspråkstolkningsgraden var 5,7 procent. Kravet på 5,5 procent motsvarade 853 timmar. SVT tillgängliggjorde totalt 1 003 timmar teckenspråkstolkning (se tabell 6.4.2). Eftersom endast 30 procent av kravet (i detta fall 256 timmar av 853 timmar) på det som tillgängliggörs online får

tillgodoräknas blev summan 887 timmar, vilket motsvarar 5,7 procent.

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, dvs. en bild med teckenspråkstolken och en där programmet ligger infällt bakom tolken. Ibland är två tolkar i bild för att kunna tillgängliggöra snabba dialoger, till exempel i politisk debatt. SVT tillgängliggör teckenspråkstolkningen genom parallellsändning i broadcast eller online. Programmen görs även tillgängliga i SVT Play.

Urvalet av program görs brett så att publiken kan ta del av den mångfald av dialog- och taltäta program som SVT erbjuder. Varje vardag teckenspråkstolcas nyhetsblocket klockan 18.00–18.33 (*Rapport*, *Sportnytt* och *Kulturnyheterna*) med publicering online. Andra program som tolkas är *Agenda* varje söndag, *Min sanning*, *Sportspegeln*, *Mästarnas mästare*, gudstjänster och finalen i *Melodifestivalen*. Bland barnprogram teckenspråkstolkades bland annat julkalendern *Kronprinsen som försvann*, *Agenterna* och *Kom och köp*.

#### 6.4.2 Syn- och teckenspråkstolkning i timmar

Teckenspråkstolkning	2020	2021	2022
Sänt broadcast	622	693	651
Sänt internet	7	16	4
Tillgängligt on demand	342	335	319
<b>Totalt</b>	<b>972</b>	<b>1 044</b>	<b>974</b>
Max tillgängligt on demand 30%	203	238	256
<b>Ny Total</b>	<b>832</b>	<b>947</b>	<b>911</b>
Teckenspråkstolkning	2020	2021	2022
Sänt broadcast	413	344	423
Sänt internet	275	268	208
Tillgängligt on demand	512	400	372
<b>Totalt</b>	<b>1 201</b>	<b>1 012</b>	<b>1 003</b>
Max tillgängligt on demand 30%	203	238	256
<b>Ny Total</b>	<b>891</b>	<b>849</b>	<b>887</b>
Krav	2020	2021	2022
(andel av svenska)	676	792	853

SVT har en beredskapsrutin för teckenspråkstolkning i extrema nyhetslägen. Vid en händelse som inträffar i Sverige och som av nyhetsredaktionen bedöms så allvarlig att man begär och får tillstånd att bryta ordinarie sändningar i broadcast ska tolkning av extrasändning ske snarast möjligt.

#### Teckenspråksgestaltning

En speciell variant av teckenspråkstolkning är teckenspråksgestaltning, som är tolkning av sång och musik till teckenspråk. Det görs med döva tolkar tillsammans med en hörande tolk. SVT tillhåll 2022 teckenspråksgestaltning i *Melodifestivalen* och *Nobelsändningarna*.

#### Hörbarhet

Sedan 2011 finns en ljudreferensgrupp bestående av ljud experter och ljudteknisk support. Upphovsmakarens tanke om ljudbilden beaktas alltid i arbetet. Hörbarheten komplickeras i takt med att mottagarapparaternas storlek minskar. Telefon och platt-tv är två exempel där högtalarna blir mindre och mindre, vilket gör hörbarhet mer komplext än tidigare. SVT har tydliga specificationer och höga krav på programleverantörerna. Så mycket produktion som möjligt styrs dessutom mot att ljudbearbetas i multikanal istället för stereo, för att främja funktionen *Tydligare tal* på SVT Play.

#### Tydligare tal

Hösten 2020 lanserade SVT den valbara funktionen *Tydligare tal* i SVT Play. Funktionen är en SVT-innovation som rönt stor uppskattning av publiken och väckt intresse från andra medieaktörer. Funktionen bygger på multikanalljud (3.0 eller 5.1) där dialogen i centerkanalen förstärks medan ljudet i övriga kanaler sänks. Användaren kan välja mellan originalljud och *Tydligare tal* i videospelarens inställningar.

Antalet titlar ökar kontinuerligt i takt med att programproduktionen styrs om till multikanal. För program där funktionen kan tillämpas är den enkel att hitta via en ikon på samma plats som andra iconer i videospelaren (till exempel textning). Titlarna som har funktionen *Tydligare tal* är



Adam Daho som Viktor i *Otajmat*. Foto: Eva Edsjö/SVT

även samlade under en sökbar genre. Funktionen finns på webbplatsen för SVT Play, i mobilapparna för iOS och Android samt i tv-apparna för smart-tv, Apple TV och Android TV.

#### Uppläst text

*Uppläst text* är en teknisk tjänst där en syntetisk röst läser upp översättningstexten. Tjänsten är främst ett hjälpmedel för synskadade som har svårt att läsa undertexten. Tjänsten är tillgänglig för 100 procent av alla icke direktsända program med översättningstext i SVT:s samtliga programtjänster. Uppläsningen sker simultant med textningen i SVT:s kanaler som sänds i marknätet, och sedan 2021 även i beställ-tv, på alla plattformar.

#### Webb

Under 2022 har arbetet fortsatt med att förse tillgänglighetsfunktionerna på SVT:s onlineplattformar med uppdaterade iconer och benämningar. Ytterligare åtgärder har också vidtagits för att underlätta åtkomst i SVT Play av teckenspråkstolkning i extrasändningar. Insatser för att



Musikgestaltning under SVTs teckenspråkstolkade Nobelsändning 10 december. Tolken Guidai de Mello förmedlar musiken till SVTs döva tolk och gestaltare Juli af Klintberg. Foto: Anna Flemming



Maja Rung och Johan Rheborg som Penny och Kenny i *Kenny Starfighter*. Foto: Karl Nordlund/SVT

mätning av WCAG med automatiska tester som löpande redovisas på svt.se/accessibility-dashboard. Dessa tester gäller även SVT:s mobilappar för SVT Play, SVT Nyheter och SVT Duo på både Android- och iOS-plattformarna.

SVT har under året genomfört flera användningstester av digitala tjänster tillsammans med personer med olika funktionsnedsättningar.

#### Tillgänglighet i beställ-tv

Från 2021 har SVT ett tillgänglighetskrav som gäller textning, teckenspråkstolkning, syntolkning och uppläst text i beställ-tv:

*"SVT ska genom textning tillgängliggöra samtliga program på svenska som tillhandahålls i beställ-tv."*

*"Ett program som tidigare direktsänts enbart via internet omfattas inte..."*

SVT har under 2022 genom textning tillgängliggjort samtliga förproducerade program på svenska som utöver publicering i marknätet, via satellit eller tråd tillhandahållits i beställ-tv, samt verkat för att textha program som tidigare direktsänts enbart via internet.

För tillgängliggörande av teckenspråkstolkade och syntolkade program i beställ-tv gäller:

*"Program som tillhandahållits teckenspråkstolkade och syntolkade i marknätet, via satellit eller tråd ska tillgängliggöras på motsvarande sätt i beställ-tv. Utöver ovanstående ska utbudet av förstapubliceringar av teckenspråkstolkade och syntolkade program som enbart erbjuds i beställ-tv öka 2021 och 2022 i förhållande till 2019 års nivå."*

SVT har under 2022 i beställ-tv tillhandahållit samtliga syntolkade och teckenspråkstolkade program som publiceras i marknätet, via satellit eller tråd. Endast ett fåtal program i SVT:s utbud publiceras enbart i beställ-tv. Oftast är det fråga om korta uppföljningar av längre program, till exempel extramaterial. Under 2019 tillhandahöll SVT inga syn- respektive teckenspråkstolkade program som enbart erbjuds i beställ-tv.

SVT har levt upp till kravet att utbudet av förstapubliceringar av teckenspråkstolkade och syntolkade program som enbart erbjuds i beställ-tv ska öka jämfört med 2019 års nivå. Under 2022 tillhandahöll SVT 2,5 timmar (2 timmar 2021) förstapublicerade teckenspråkstolkade program och 1 timme förstapublicerade (0,5 timmar 2021) syntolkade program som enbart erbjuds i beställ-tv. SVT erbjuder uppläst text i beställ-tv sedan 2021.

#### Anpassning av program för barn och unga med funktionsnedsättning

SVT arbetar kontinuerligt med att öka tillgängligheten av utbudet för barn och unga med olika funktionsnedsättningar.

Under 2022 har SVT Barn lanserat en ny serie som hjälper barn med NPF-diagnoser i vardagen. Den heter *Draken följer med* och handlar exempelvis om att åka buss, besöka BVC eller gå på bio. Till detta erbjuds också stillbilder att ladda ner för att träna på vardagssituationer. Programmet *Hatch!*, där programledaren Alex Hermansson tillsammans med barn tecknar i realtid, har fått fin respons av förskolepedagoger och föräldrar, då barn med NPF-diagnos får ro och inspiration att rita själva.

SVT Barn sänder dagligen *Bolibompa-klubben* riktat till förskolebarn. Programgrafik och gränssnitt har en färgkodning av veckodagarna enligt en vedertagen modell som används som kognitivt stöd i bland annat förskoleverksamhet. Det stödjer lärandet av veckodagar för barn med kognitiva funktionsnedsättningar.

*Bolibompa baby* fortsätter arbetet med att integrera stödbecken (TAKK) i Bolibompadrakens manér och i innehåll. Antalet nyckelord som stödecknas har utvidgats 2022. Metoden används främst för hörande personer med försenad eller avvikande språkutveckling och innebär att den som talar samtidigt tecknar nyckelord.

*Lilla Aktuellt* fortsätter publicera innehåll i tydliga ämneskategorier i SVT Play och SVT Barn-appen. Innehållet sorteras under spellistor med tydlig och personlig rubriksättning. Innehållet kan ses hur ofta publiken vill och det kan spolas fram och

tillbaka vilket gör det mer tillgängligt för barn och ungdomar med kognitiva funktionsnedsättningar.

*Nyheter på lätt svenska* anpassar sitt tilltal i reportage och studiopresentationer till ett enkelt, rakt språk i lugnt tempo. Programmet vänder sig till unga och vuxna med kognitiva funktionsnedsättningar och andra som har svårigheter att följa med i det traditionella nyhetsutbudet.

I *Valet på lätt svenska* gjordes partiledarfrågningarna inför valet om i kortformat, med de tre nyhetsmässigt mest intressanta frågorna i ett rakare, lättare och tydligare berättande. Serien hade samma målgrupp som *Nyheter på lätt svenska*.

Funktionen *Tydligare tal* i SVT Play är sedan hösten 2020 en ny tillgänglighets tjänst för personer med hörselnedsättning. SVT satsar på att producera 3.0-ljud (som gör att Tydligare tal kan användas) för ungdomsserier så som *Hästvlogen*, *Otajmat*, *Epaliv* och julkalendern *Kronprinsen som försvann*. För skolbarnen bland annat *Kenny Starfighter* och *Alva* och för de yngre bland annat *Draken följer med* och *Jecko och Jessie kan själva*.

## SÄNDNINGSTILLSTÅND 12 §

"SVT:s förstasändningar på vart och ett av de nationella minoritetsspråken samiska, finska, meänkieli, romani chib och jiddisch samt på teckenspråk ska öka under tillståndsperioden jämfört med 2019 års nivåer."

"SVT:s samlade programutbud på samiska, finska, meänkieli och romani chib samt på teckenspråk ska, sammantaget med SR:s och UR:s utbud, uppgå till minst 2019 års nivå."

"Det samlade programutbudet på jiddisch ska, sammantaget med SR:s och UR:s utbud, öka under tillståndsperioden jämfört med 2019 års nivå."

"SVT, SR och UR får sinsemellan fördela ansvaret för olika slags insatser avseende den programverksamhet som omfattas av denna bestämmelse."

## MEDELSVILLKOR 18

"Programverksamhet för teckenspråkiga ska bedrivas i en teckenspråkig miljö. Det innebär att arbetsplatsen ska vara tvåspråkig (svenskt teckenspråk och svenska)."

## 6.5 MINORITETSSPRÅK

SVT:s övergripande mål är att stärka minoritetsspråksutbudet kvantitativt och kvalitativt utifrån en överenskommelse mellan public service-bolagen. Enligt sändningstillståndet ska programföretagens förstasändningar på minoritetsspråken öka. Det samlade programutbudet ska, sammantaget för alla programbolagen, uppgå till minst 2019 års nivå.

Bolagen har skapat ett index för förstasändningar och ett för det samlade programutbudet. Språkutbudet (per språk) 2019 motsvarar index 100. För varje år räknas index per bolag upp eller ner utifrån förändringen i sändnings-timmar, och ett medelvärde ger en bild av utvecklingen. Det möjliggör en bedömning av utvecklingen av andelen förstasändningar samt av det samlade programutbudet under tillståndsperioden. Bolagen har under 2022 sammantaget ökat både förstasändningarna samt förstasändningar och repriser på de nationella minoritetsspråken och svenska teckenspråk, jämfört med 2019 (se diagram 6.5.1 samt 6.5.2).

Den stora ökningen av förstasändningar på jiddisch är ett svar på de starkare skrivningarna om jiddisch i nuvarande sändningstillstånd jämfört det förra. Den relativa ökningen utgår dock från en låg nivå. Utöver den gemensamma redovisningen presenterar respektive bolag utvecklingen var för sig. Nedan visas SVT:s förstasändningar samt förstasändningar och repris (totalt) för samtliga minoritetsspråk

samt teckenspråk i tabellen 6.5.3. För 2022 tillgördar SVT också viss onlineproduktion för minoritetsspråken (se tabell 6.5.4).

Av de totalt redovisade 1 042 timmarna på minoritetsspråk har SVT valt att tillgördaröka sig 53 timmar publicerade online. De 53 timmarna är dels unika direktsändningar i SVT Play, dels unika online-publiceringar.

Tabell 6.5.4 visar SVT:s sändningar online på minoritetsspråk 2022. Totalt tillgängliggjordes 749 timmar program på minoritetsspråk online under 2022. De 53 tillgördarökna publiceringarna online fördelar sig på minoritetsspråken finska, meänkieli, samiska, romani chib och teckenspråk. Sammantaget ligger minoritetsspråksutbudet över indexår 2019.

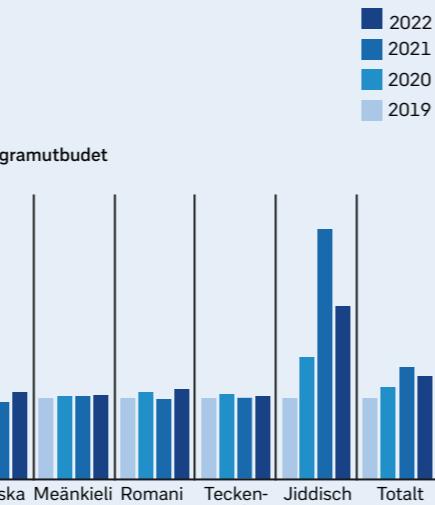
SVT har fördelat sina insatser på de olika målgrupperna enligt överenskommelse mellan SR, UR och SVT (se tabell 6.5.5). Beskrivningen av fördelningen mellan public service-bolagen för 2023 skickades in till Kulturdepartementet den 14 december 2022.

### Minoritetsspråksproduktioner med fler perspektiv

Minoritetsspråksutbudet har under 2022 två huvudinriktningar, dels att nå fler i respektive språkmålgrupp både i broadcast och online, dels att nå majoritetsbefolknings för att kunna sprida kunskap om språken och kulturen. Under året har minoritetsspråksutbudet ökat sin publik inom alla språksegment och totalt, liksom 2021.

### 6.5.1–6.5.2 Utveckling av minoritetsspråk

Sammantaget alla bolag, index



Se appendix 6.5.1–6.5.2 Utveckling av minoritetsspråk, sammantaget alla bolag, index.

### 6.5.3 Minoritetsspråk i SVT, timmar

Förstasändningar och totalt

	Finska	Samiska	Meänkieli	Romani chib	Teckenspråk	Jiddisch	Totalt	
2019	Första	138	92	24	31	85	2	372
	Totalt	377	162	62	76	226	3	906
2020	Första	149	95	25	32	88	2	391
	Totalt	467	175	66	85	241	5	1039
2021	Första	152	86	29	29	90	2	388
	Totalt	407	150	66	77	227	10	937
2022	Första	155	103	25	35	85	3	405
	Totalt	482	174	66	87	226	7	1042

### 6.5.4 Minoritetsspråk online, timmar

2022	Finska	Samiska	Meänkieli	Romani chib	Teckenspråk	Jiddisch	Totalt
Förstapubliceringar	148	100	25	35	90	3	401
Totalt on demand	241	154	62	57	228	7	749
2022	Finska	Samiska	Meänkieli	Romani chib	Teckenspråk	Jiddisch	Totalt
Live i Play				9		8	17
Unikt i Play	11	7	2	7	9		36
Totalt	11	16	2	7	17		53

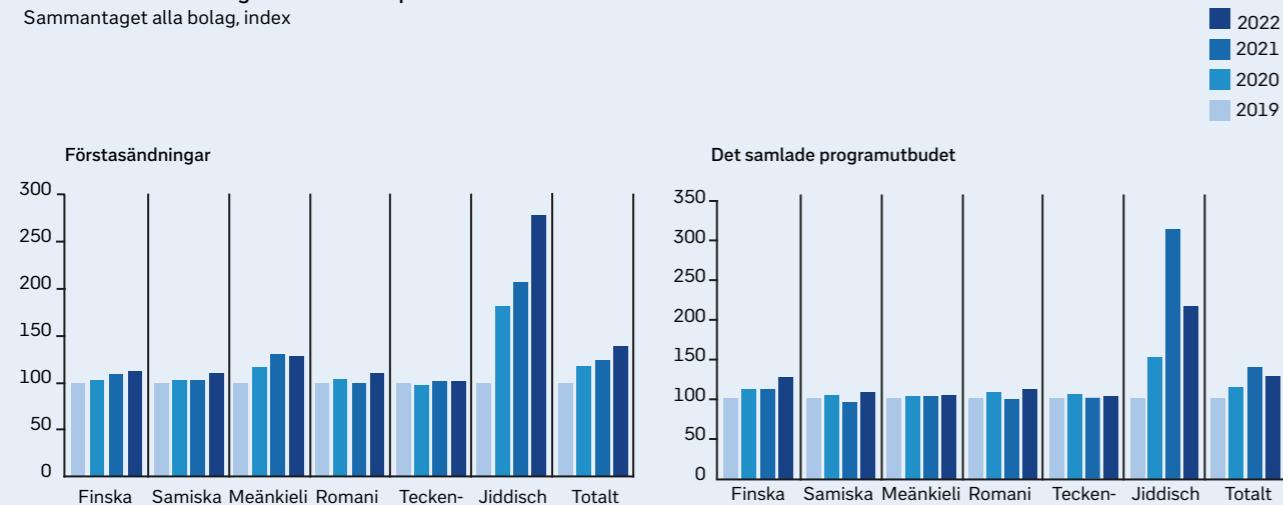
Minoritetsspråksutbudet ger möjlighet att ta till sig svenska kulturskatter på de nationella minoritetsspråkens modersmål, men också att få lättsam underhållning eller gripande historier, barnprogram eller dokumentärer som berättar om vår samtid och vår historia. Fokus är perspektiv, identifikation och språk.

Barnprogrammen ger en möjlighet att lära men också att få skratta och leka, både med en kreativ och allvarsam ton så som i *Sjukt självklart* på romani. Här ställer barn politiker och andra makthavare till svars gällande miljö och konsumtion. I *Robbi Robot*, också på romani, lär sig de minsta barnen både sitt språk och hur man hanterar nya situationer på ett lekfult sätt och serien *Ricki Ripa möter* erbjuder en rad faktaprogram om svenska djur- och naturliv på jiddisch.

I sportdokumentärer för unga, som exempelvis den finska *Vinna hela skiten*, möter vi systrarna Kaipi. De spelar och tränar i Sverige men tävlar i innebandy-VM för Finland och lever mitt emellan två världar. Tillhörigheten är också aktuellt i ungdomsserien *Idrotten är mitt liv* på teckenspråk och i programserien *Det stora kärleksbaket* på finska där man leker med kultukrockar och språket. I ungdomsserierna *Skoter är livet!* på samiska, och *Inredarna* på teckenspråk, behandlas

### 6.5.1–6.5.2 Utveckling av minoritetsspråk

Sammantaget alla bolag, index



Se appendix 6.5.1–6.5.2 Utveckling av minoritetsspråk, sammantaget alla bolag, index.

### 6.5.5 Minoritetsspråk i målgrupper, timmar

	Finska	Samiska	Meänkieli	Romani chib	Teckenspråk	Jiddisch	Totalt	
2019	Vuxna	316	113	32	48	166	3	678
	Barn 3–11	34	22	13	4	40		114
	Unga 12–19	28	27	17	24	20		115
	Totalt	377	162	62	76	226	3	906
2020	Vuxna	333	103	23	33	180	5	676
	Barn 3–11	37	53	13	12	41		156
	Unga 12–19	96	20	30	40	21		207
	Totalt	467	175	66	85	241	5	1039
2021	Vuxna	336	106	15	32	156	10	655
	Barn 3–11	38	27	24	23	49		162
	Unga 12–19	32	16	28	22	21		120
	Totalt	407	150	66	77	227	10	937
2022	Vuxna	437	129	36	18	157	7	783
	Barn 3–11	30	38	16	36	41	1	163
	Unga 12–19	15	8	14	32	28	0	97
	Totalt	482	174	66	87	226	7	1042

## SÄNDNINGSTILLSTÅND 12 §

Minoritetsspråk. "SVT ska ha en kontinuerlig dialog med de berörda grupperna."

Beslut om tillgänglighet till tv-sändningar för personer med funktionsnedsättning för SVT och UR. "SVT och UR ska ha en systematisk och regelbunden dialog med berörda brukarorganisationer."

aktuella intressen och ämnen lika relevanta för språkmålgrupperna som för andra.

Serier som exempelvis *Morden i Appojaure* på meänkieli och *Världens längsta skidlopp* på samiska finns både på originalspråket och på svenska. I samtalsserien *Möte med* på jiddisch, romani, meänkieli och finska lyfts aktuella gäster som får ge sina berättelser och perspektiv samt fördjupa viktiga frågor för språkmålgruppen. Att ge perspektiv på aktuella händelser görs också i serien *Kampen om Åland*, på finska, *Den romska förintelsen*, på romani och i serien *Min story*, på samiska. Här berättar unga mäniskor om den vardagsrasism de upplever.

Under 2022 har flera minoritetssamarbeten med andra public service-bolag påbörjats både i Sverige och Norden och redaktionellt utbyte med SR, NRK och YLE gör att innehållet kan spridas utanför Sveriges gränser. Programmet *Sexy Hands* på teckenspråk har nominerats till ett flertal priser och uppmärksammats av tv-bolag runt om i världen. Liksom för SVT:s övriga utbud ökar minoritetsutbudet online även om flertalet program fortsatt har sin första publicering i broadcast. Det är en anpassning till publikens förändrade mediekonsumtion.

### Utveckling av nyhetsutbudet

Den finskspråkiga nyhetsredaktionen Uutiset har under 2022 förutom sin online-rapportering startat ett nytt fördjupande tv-program: *15 minuter från Uutiset*. Programmet möter publiken i 18 episoder med ämnen som "Har Finlandsfärjor någon framtid?" och "Finland – svenska studenters drömland?". Under 2022 sände Uutiset en valspecial och när Sverige och Finland samtidigt ansökte om Natomedlemskap ledde det till en omfattande rapportering både på finska och svenska. Uutiset var en resurs också för SVT:s övriga nyhetsprogram.

SVT Sápmi har under 2022 fortsatt en framgångsrik onlineutveckling för samiska nyheter. Efter en topp på 173 000 unika veckobesök har trafiken stabiliseras på 110 000 unika veckobesök, vilket indikerar att det är många utöver den samiska målgruppen som besöker sajten. Riksnyheterna tar allt oftare upp nyheter från SVT Sápmi vilket bidragit till det stora genomslaget. SVT Sápmi har också fortsatt produktionen av programserien *15 minuter från Sápmi*, om exempelvis samiska ortnamn som blir försvenskade och urfolkens situation till följd av

kriget i Ukraina. Under valkvällen sände SVT Sápmi för första gången en valspecial.

Redaktionen som producerar Nyhetstecken finns i Falun och sänder dagliga tv-nyheter på teckenspråk samt publicerar en sajt både med målgruppsinriktade nyheter och en översikt av dagens viktigaste nyheter. Under 2022 har utvecklingen av en fördjupande programserie, *15 minuter från Nyhetstecken*, startats. Serien har premiär hösten 2023.

SVT bedriver programverksamhet i en teckenspråkig miljö. Det innebär att arbetsplatsen är tvåspråkig med svenskt teckenspråk och svenska.

SVT har utöver minoritetsspråken och teckenspråk sändt program på 35 olika språk 2022 och i nyhetssändningarna har cirka 85 olika språk översatts till svenska, varav ukrainska av förklarliga skäl har ökat kraftigt.

## 6.6 MÖTEN OCH DIALOGER

Sedan 2007 har Funktionsrätt Sverige, en paralyorganisation där ett 40-tal organisationer ingår, ordnat en årlig konferens tillsammans med SVT, SR och UR. Syftet är att inspirera, dela kunskap och erfarenheter i frågor som rör tillgänglighet, likabehandling och demokrati.

Temat för 2022 års konferens var hur frågor och perspektiv som rör personer med funktionsnedsättning givits utrymme i programutbudet inför valet. En undersökning om hur personer med funktionsnedsättning upplevde mediernas insatser presenterades och diskuterades mellan företrädare för funktionsrätsorganisationerna och programansvariga från samtliga public service-företag. Seminariet tog även upp nya forskningsstudier om bristande tillgänglighet till samhällsinformation från myndigheter och media under pandemin och vad som kan göras för att öka tillgängligheten.

### Digitala och fysiska användardialoger om tillgänglighet

Under 2022 har SVT också bjudit in till en rad användarmötten. Med vid dialogmötena som under 2022 varit både digitala och fysiska var representanter från Sveriges dövas riksförbund (SDR), Synskadades riksförbund (SRF), Unga med synnedsättning (US), Hörselskadades riksförbund (HRF), Riksförbundet för barn, unga och vuxna med utvecklingsstörning (FUB) samt Förbundet Sveriges dövblinda (FSDB). Från SVT deltog ansvariga för olika delar av

verksamheterna. Diskussionen har handlat om hur SVT levit upp till kraven på tillgänglighet exempelvis i valutbudget, textning, teckenspråks- och syntolkning samt digital tillgänglighet.

SVT har anordnat fyra fysiska användarmötten för SDR och HRF, SRF samt FSDB samt ett antal digitala. Mötena har bland annat lett till att SVT beslutat att vid högsta nyhetsläge bryta ordinarie sändningar i SVT2 för att teckenspråkstolka de direktsända nyheterna. Ett annat resultat av mötena är ett samarbete kring att sprida information kring SVT:s tillgänglighets-tjänster. Målet för 2023 är fortsatt att locka fler unga att delta i användarmötena.

SVT har också bjudits in för att medverka i tillgänglighetsmöten och konferenser under 2022, exempelvis den årliga Dövas dag där teckenspråkstolkar och programansvariga från SVT deltog för att informera och diskutera utbud och tillgänglighet med användarna. SVT-personal har även deltagit i EBU:s årliga tillgänglighetsmöte i Oslo samt det internationella branschmötet för tillgänglighet "Language and the Media" i Berlin.



*Historjá - Stygn för Sápmi.* Foto: B-Reel Films/SVT

## Användardialoger med företrädare för de svenska minoriteterna

Under 2022 träffade SVT företrädare för samtliga minoritets- och teckenspråk i enskilda användarsamtal. I dessa möten deltog Jiddischförbundet och dess ungdomsförbund, Judiska centralrådet, Frans Wagnersällskapet, Resandefolket, Malmöungdomscentral, Sveriges dövas riksförbund, och ungdomsförbund, Sametinget och Finlandssvenska delegationen samt Sverigefinska riksförbundet och Sveriges Tornedalingars riksförbund. Dialogerna har bland annat handlat om vikten av språkkvalitet och text på nyhetssajt samt tillgänglighet exempelvis för döva vid kris och högsta nyhetsläge. Dialogen har också handlat om kvantitet av utbud på respektive språk och vikten av minoriteternas delaktighet i majoritetssamhället samt ökad racism mot minoritetsgrupper. Mötena har bidragit till värdefullt kunskapsutbyte och det gemensamma målet för 2023 är också här att locka fler unga att delta i användardialogerna.

# Resursanvändning

Här redovisas utvecklingen av SVT:s intäkter och kostnader samt företagets arbete med produktivitetsförbättringar. Särskilt fokus läggs på intäkter som SVT haft vid sidan av anslagsmedlen, som intäkter från kommersiella samarbeten, sponsring och sidoverksamheten. Kostnaderna fördelar på verksamhetsområden och programkategorier.



# Resursanvändning

---

**MEDELSVILLKOR 1**  
"SVT ska inom tillgängliga ekonomiska ramar göra de prioriteringar som krävs för att uppfylla uppdraget. Verksamheten ska inom ramen för uppdraget bedrivas rationellt. SVT ska kontinuerligt vidta åtgärder som syftar till ökad effektivitet och produktivitet. Ett led i detta är att söka samarbetsområden med Sveriges Radio AB (SR) och Sveriges Utbildningsradio AB (UR). De åtgärder som vidtas kan leda till medelsavstånden mellan programföretagen."

**MEDELSVILLKOR 22**  
"SVT ska särskilt redogöra för företagets intäkter vid sidan av avgiftsmedel. I den redovisningen ska ingå:  
– vilka evenemang som sponsrats, hur många sändningar som sponsrats och med vilket belopp sponsringsbidrag totalt har mottagits."

**MEDELSVILLKOR 24**  
"SR, SVT och UR ska i samverkan fortsatt utveckla sin redovisning med inriktning på att så långt som möjligt åstadkomma en gemensam redovisningsform som kan tillämpas i den årliga redovisningen. I arbetet ska ingå att definiera och operationalisera centrala begrepp i tillstånds- och medelsvillkoren, ta fram konkreta uppföljningsbara resultatlåtter baserade på dessa och att utveckla arbetet med att mäta och redovisa olika indikatorer på kvaliteten och särarten i programutbudet. Resultatlåtterna bör utformas så att de ger väsentlig information om uppdraget och förmedlar viktiga erfarenheter av verksamheten. Programföretagen ska på olika sätt stimulera en fortlöpande offentlig diskussion om verksamheten."

## 7.1 INTÄKTER

SVT:s verksamhet finansieras till övervägande del (95%) av en public service-avgift i enlighet med förordningen (2018:1897) om finansiering av radio och tv i allmänhetens tjänst. Medelsvilkoren som regeringen fastställer anger under vilka förutsättningar medlen får disponeras. Tilldelade avgiftsmedel jämställs skattemässigt med statliga näringssbidrag, vilket betyder att medel som inte förbrukats under året behandlas som förutbetalda (skuldförda) avgiftsmedel och flyttas till kommande år.

Den årliga uppräkningen av avgiftsmedlen uppgår till två procent.

SVT, SR och UR äger och finansierar med avgiftsmedel det gemensamma dotterbolaget Sveriges Radio Förvaltningsaktiebolag (SRF). Överföringarna till dotterbolaget SRF uppgick sammanlagt till 107 miljoner kronor 2022, vilket är något högre än 2021 års avstående. I och med införandet av en public service-avgift 2019, som inhämtas via skattsedeln, avvecklades det andra gemensamägda dotterbolaget Radiotjänst i Kiruna AB (RIKAB) den 31 december 2019. Under 2021 erhölls slutregleringar av avgiftsmedel hänförda till likvidationen av RIKAB.

Sidoverksamheten genererade cirka 54 miljoner kronor i intäkter och resulterade i ett överskott på cirka 8 miljoner kronor. Intäkterna redovisas som en separat post, och en utförligare beskrivning av sidoverksamheten lämnas i avsnitt 7.4.



Katia och Maurice Krafft i Dok: Vulkanjägarna. Foto: Katia och Maurice Krafft/Titan Films

## Övriga intäkter

SVT:s övriga intäkter uppgick till 224 miljoner kronor exklusive intäkter från sidoverksamheten. Detta är en oförändrad nivå på totalen jämfört med 2021 men innehåller ändå en del variationer, vilka utvecklas nedan.

Intäkterna på 224 miljoner kronor delas redovisningsmässigt in i sju kategorier utifrån intäktskategori. SVT redovisar för varje intäktskategori totala intäkter samt typiska exempel inom kategorin. I enlighet med förväntningarna på SVT, framför allt vad gäller affärsetik, redovisar SVT inte enskilda uppgörelser eller avtal. Redovisningen inkluderar dock exempel på såväl produktioner som motparter i appendix [7.1.2b](#) samt en komplett redovisning av den del av intäkterna som resulterat från kommersiella samarbeten (se avsnitt [7.6](#)).

Nedan beskrivs SVT:s övriga intäkter i dessa sju kategorier, vilka även framgår av diagram [7.1.2](#), (se även tabell [7.1.2, 7.1.2b](#) och [7.1.2c](#) i appendix).

### Anslag

Utöver avgiftsmedel erhåller SVT anslag för att genomföra särskilda projekt.

### Produkter och förlag

Den största delen består normalt av intäkterna från den kompletterande verksamheten i form av försäljning av den tryckta julkalendern.

### Royalty

Intäkterna för royalty kommer huvudsakligen från två källor. Den första delen kommer från långfilmer där SVT har varit samproducent och den andra delen främst från dramaproductioner som sänds i andra länder. I båda fallen har den förväntade royaltyintäkten varit en nödvändig förutsättning för finansieringen när produktionsbeslutet togs. Totalt sett har intäkterna ökat något jämfört med 2021.

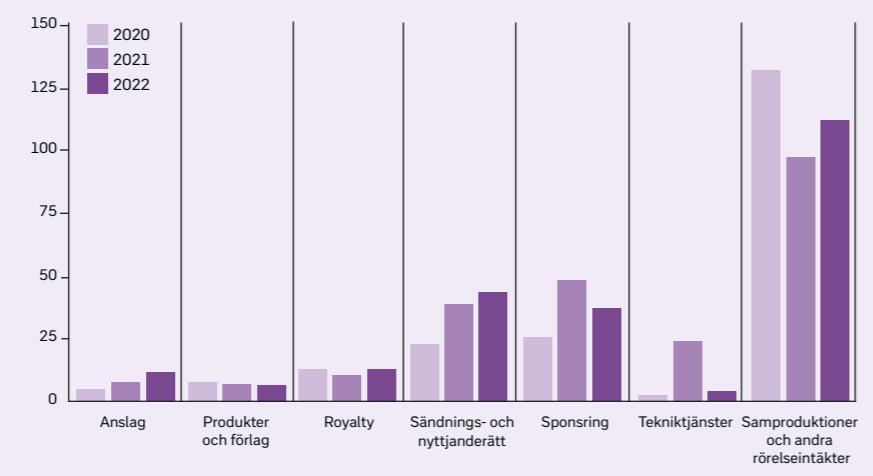
Bland långfilmerna kan nämnas *En man som heter Ove*, *Jag är Zlatan* och *Sune – midsommar*. Den andra delen kommer från tidigare samproduktioner där SVT erhåller del av intäkter från vidareförsäljning eller andra sätt som rättigheter

### 7.1.1 Verksamhetens intäkter, mkr

Mkr	2020	2021	2022			
Erhållna avgiftsmedel från rundradiokontot	5 041,2	5 142,0	5 244,9			
Korrigeringar mellan programbolagen	-6,8	-4,0	-4,0			
Totalt erhållna avgiftsmedel	5 034,4	5 138,0	5 240,9			
Avgiftsmedel överförda till RIKAB	0,0	0,0	0,0			
Avgiftsmedel överförda till SRF	-92,8	-96,2	-107,2			
Delsumma överförda avgiftsmedel	-92,8	-96,2	-107,2			
Netto erhållna avgiftsmedel	4 941,6	5 041,8	5 133,7			
Förändring skuldförda avgiftsmedel *)	-412,3	-14,7	-106,2			
<b>Summa intäktsförlida avgiftsmedel</b>	<b>4 529,3</b>	<b>95%</b>	<b>5 027,1</b>	<b>95%</b>	<b>5 027,5</b>	<b>95%</b>
Övriga intäkter	204,8	224,2	223,8			
Summa övriga intäkter	204,8	4%	224,2	4%	223,8	4%
<b>Summa</b>	<b>4 734,1</b>	<b>99%</b>	<b>5 251,3</b>	<b>99%</b>	<b>5 251,3</b>	<b>99%</b>
Sidoverksamhet	45,2	1%	51,3	1%	53,5	1%
<b>Summa intäkter</b>	<b>4 779,3</b>	<b>100%</b>	<b>5 302,6</b>	<b>100%</b>	<b>5 304,8</b>	<b>100%</b>

\*) Inkluderat justering av förutbetalda medel för distribution; 2019 37,9 Mkr och 2020 0 Mkr. 2021 ingår slutreglering av avgiftsmedel hänförliga till likvidationen av RIKAB; 9,7 Mkr.

### 7.1.2 Övriga intäkter exklusive sidoverksamhet, mkr



Erika Cardenas Hedenberg som Erika och Madeleine Martin som Lea ur dramaserien *Lea*. Foto: Leva Juraite

har kunnat nyttjas på. Som exempel kan nämnas *Bron*, *Tjockare än vatten* och *Äkta människor* samt dramaproductioner som producerades för flera år sedan. Intäkterna kommer från andra tv-bolag, produktionsbolag och distributörer beroende på hur de olika kontraktene är skrivna.

### Sändnings- och nyttjanderätt

En ytterligare kategori resulterar i intäkter från sändnings- och nyttjanderätter. Den största delen av sändnings- och nyttjanderätter består av sublicensiering av sporträttigheter och vidareförsäljning av utländska förvärv av programrättigheter. Det är i första hand andra tv-företag som genererar intäkterna. För 2022 exempelvis rättigheter rörande fotbolls-EM för damer och Ishockey. Det kan också förekomma försäljning av rättigheter för översättning och försäljning av arkivmaterial som inte klassas som sidoverksamhet. Den samlade intäkten för sändnings- och nyttjanderätt har ökat med cirka 5 miljoner kronor jämfört med 2021 och gäller främst sporträttigheter.

### Sponsring

Intäkterna från sponsring beskrivs utförligare senare i kapitlet. Från och med 2022 redovisas intäkter att betrakta som sponsringsintäkt gällande *Melodifestivalen* som en del av sponsringsintäkterna tillsammans med intäkter från sponsrade sportevenemang. De totala sponsringsintäkterna 2022 är cirka 11 miljoner kronor lägre än 2021. Intäkterna från sponsring beskrivs utförligare senare i kapitlet.

### Tekniktjänster

Uthyrning och försäljning av tekniska resurser sker bland annat till andra medieföretag. Intäkten har minskat med cirka 22 miljoner kronor jämfört med 2021. Som exempel på större intäkter 2021 kan nämnas intäkter i samband med sportevenemangen *Världscupen i skidskytte* i Östersund och *Fotbolls-EM herrar*. Uthyrning och försäljning på motsvarande nivå har inte förekommit 2022.

### Samproduktioner och andra rörelseintäkter

Under detta intäktsslag redovisas samtliga intäkter från kommersiella samarbeten (dvs samtliga samproduktioner, samarbete kring *Nobel* och *Melodifestivalen* exklusive sponsringsintäkter) men även andra intäkter från icke-kommersiella samarbeten. Totalt sett har de samlade intäkterna från samproduktioner och andra rörelseintäkter ökat med cirka 21 miljoner kronor jämfört med 2021, från cirka 92 miljoner kronor till cirka 113 miljoner kronor 2022. Det förklaras bland annat med att samarbetet kring Melodifestivalen kunde genomföras 2022 till skillnad från 2021 då pandemin förändrade förutsättningarna för samarbetet. Å andra sidan har nivån på samproduktionsintäkterna minskat något 2022.

Samproduktionsintäkter är de bidrag som SVT får från andra bolag i samband med själva produktionen, när SVT är producent. Flera samproducenter enas om en finansieringsplan där parterna finansierar produktionen och erhåller rättigheter i förhållande till insats och överenskommelse. Storleken på intäkterna från samarbeten kring samproduktioner kan variera mellan åren beroende på mängden och typen av samarbeten.

Som exempel på dramaproductioner som gjorts i samarbete med andra bolag och gett större samproduktionsintäkter kan nämnas *Hajbyaffären*, *Labyrint Hemligheter*, *LEA*, *Tajma 2021*, *Tunna blå linjen* och *Ur spår*. Totalt handlar det om ett 40-tal produktioner 2022 där intäkterna varierar från 100 000 kronor till mer än 10 miljoner kronor. För mer detaljer se appendix [7.1.2b](#). Även under avsnitt [7.6](#) beskrivs upplägget kring samproduktioner.

Andra rörelseintäkter består av många skilda verksamheter. Bland annat ingår intäkter rörande ett samarbete med Nobel Prize Outreach i samband med utdelningarna av Nobelpriset. Samarbetet kring *Nobel* beskrivs mer i avsnitt [7.6](#).

Ett annat exempel är intäkter kopplade till samarbetet kring *Melodifestivalen*. SVT uppår intäkter vid licensiering av varumärket och tillhörande rättigheter som hör samman med arrangemanget av de

publika föreställningarna. Under 2021 kunde Melodifestivalen inte genomföras med vanligt upplägg, varför intäkter uteblev 2021, men under 2022 har samarbetet och intäkterna återkommit. Samarbetet beskrivs utförligt under avsnitt [7.6](#). Värt att notera är att intäkter som betraktas som sponsringsintäkter gällande Melodifestivalen från och med 2022 redovisas bland Sponsringsintäkter och inte bland andra rörelseintäkter.

En annan större post bland andra rörelseintäkter är valutakursvinster som uppgick till 7 miljoner kronor 2022. I sammanhanget bör nämnas att nettot av valutakursvinster och -förluster är mycket lågt.

Bland andra rörelseintäkter finns också, som mindre poster, intäkter i samband med telefonomröstningar vid evenemang och insamlingsgalor, intäkter från de nordiska public service-bolagen för det gemensamma kontoret i Bryssel och lönebidrag.

I appendix, tabell [7.1.2b](#) och [7.1.2c](#), finns en schematisk uppställning av samtliga intäkter utöver avgiftsmedel, med exempel på aktörer och produktioner samt förtydligad och komplett redovisning vad gäller samtliga intäkter som SVT klassar som resultat av kommersiella samarbeten (se även avsnitt [7.6](#)).

SVT har därmed sammanfattningsvis, genom beskrivningarna ovan, redogjort för intäkter vid sidan av avgiftsmedel. För redovisning av sidoverksamhetens intäkter, se avsnitt [7.4](#). Under avsnitt [7.6](#) beskrivs intäkter från kommersiella samarbeten utförligt.

## SÄNDNINGSTILLSTÅND 18 §

"SVT får inte sända sponsrade program där sponsorbidraget har tillfallit SVT direkt. Utan hinder av första stycket får sponsring förekomma – i SVT:s sändningar i samband med sportevenemang, – av program som innebär utsändning av en allmän sammankomst eller offentlig tillställning där SVT är arrangör, under förutsättning att det är ett arrangemang inom ramen för ett åtagande gentemot Europeiska Radiounionen (EBU) eller ett arrangemang av liknande betydelse samt att programmet direktsänds till flera länder.

Detta gäller inte för program som huvudsakligen vänder sig till barn under 12 år.

Inom ramen för ovanstående bestämmelser får sponsring förekomma i samband med högst 20 evenemang per år."

## SÄNDNINGSTILLSTÅND 19 §

"Bestämmelser om sponsringsmeddelande finns i 7 kap. 4–8 §§ radio- och tv-lagen."

## MEDELSSVILLKOR 22

"SVT ska särskilt redogöra för företagets intäkter vid sidan av avgiftsmedel. I den redovisningen ska ingå: – vilka evenemang som sponsrats, hur många sändningar som sponsrats och med vilket belopp sponsringsbidrag totalt har mottagits."

## MEDELSSVILLKOR 5

"SVT ska betala SVT:s och UR:s sammanlagda distributionskostnader i enlighet med avtal mellan bolagen."

### Sponsring

Sponsring är en del av finansieringen av kärnverksamheten och regleras i sändningstillståndet. Syftet med sponsringsmöjligheten är att SVT ska kunna sända sportevenemang som annars skulle vara svåra att säkerställa på grund av rättighetsinnehavarnas krav eller svåra att finansiera på grund av ökande marknadspriser. Det är viktigt att påpeka att SVT inte samarbetar med sponsorer utan endast ger plats i bild för företagsnamnen.

Under 2022 uppgick intäkterna från sponsringen till cirka 38 miljoner kronor, en minskning med cirka 11 miljoner kronor jämfört med 2021. Intäktsminskningen kan främst härledas till Fotbolls-VM som spelades i Qatar 2022, ett evenemang som normalt medför högre sponsringsintäkter. Nivåerna på sponsring har även i viss mån påverkats av världsläget och ekono-

min. Under 2022 sponsrades totalt 19 sport-evenemang.

Sponsringsintäkterna på cirka 38 miljoner kronor kommer från 19 sportevenemang samt från den internationella sändningen av finalen av Melodifestivalen som är ett evenemang inom ramen för åtagandet gentemot EBU. Från och med 2022 redovisas intäkter att betrakta som sponsringsintäkt gällande Melodifestivalen som en del av sponsringsintäkterna. Motsvarande intäkt redovisades 2020 och tidigare år bland andra rörelseintäkter, men från och med 2022 redovisas intäkten således tillsammans med sponsringsintäkterna från sportevenemangen. Under 2021 kunde Melodifestivalen inte genomföras med normalt upplägg på grund av coronapandemin och ingen sponsring skedde av evenemanget 2021, varvid inga intäkter erhölls 2021. För ytterligare beskrivning

av Melodifestivalens intäkter och sponsorer, se avsnitt 7.6.

Ett evenemang kan gälla endast en sändning med repris, eller ett skid-VM som varar i två veckor med en mängd olika tävlingar och därmed många sändningar. Det kan också bestå av den alpina världscupen som sänds under hela vintersäsongen. Under 2022 var 542 sändningar sponsrade. Det är en minskning jämfört med 2021 (682 sändningar), vilket främst kan förklaras med att Hockey-VM och Fotbolls-EM herrar som båda sändes 2021 innehöll många enskilda sändningar.

SVT har sammanfattningsvis redogjort för vilka evenemang som sponsrats, antalet sändningar som sponsrats, sponsringsbidragets samlade storlek samt visat att antalet sponsrade evenemang inte överstigit tillåtet antal.

#### 7.1.3 Sponsring i SVT 2022

Alla sponsrade sändningar i broadcast, inkl. sammandrag, studioprogram och repriser

19 Sportevenemang + finalen i Melodifestivalen	Antal sändningar i broadcast	Antal billboards i broadcast
Fotbolls-VM herrar, Qatar (21 nov–18 dec)	64	170
Fotboll: EM, damer (England 8–31 juli) 15 matcher	38	77
Friidrott: VM (Oregon 15–24 juli)	50	105
EM-veckan (München 11–21 aug)	33	118
SM-veckan vinter 2022 (Piteå 23–29 mars)	14	47
Fotboll: Landskamper (Damlandslaget)*	6	24
Skidor: Ski Classics (Långlopp)	17	34
Fotbollsstudion (Allsvenskan)	22	44
Alpint: Världscupen vår/höst (Österrike/Schweiz)	27	51
Paralympics (Peking 4–13 mars)	39	58
Innebandy-VM (5–13 nov)	11	30
Skidskytte: Världscupen (vår/höst)	60	111
Hockeykväll: (SHL vår/höst)	29	58
Motor: WRC, inkl Svenska Rallyt	55	102
SM-veckan sommar 2022 (Linköping 27 juni–3 juli)	11	57
Ridsport-VM (Danmark 6–14 aug)	13	20
Ishockey: Junior-VM (2022/2023)	13	59
Friidrott: Diamond League	7	14
Ishockey: Champions Hockey League (CHL)	28	76
Finalen: Melodifestivalen	5	10
<b>Summa</b>	<b>542</b>	<b>1 265</b>
<b>Antal företag/varumärken: 67 st</b>		
<b>Intäkt totalt: 37,5 milj.</b>		

\*Posten "Fotboll Landskamper (damlandslaget)" innehåller 2022 liksom 2021 en serie matcher som damlandslaget i fotboll måste spela för att kvalificera sig till VM

## 7.2 KOSTNADER

Public service-bolagen har gemensamma principer för fördelning av kostnader. Kostnaderna delas in i tre huvudgrupper. Nedan följer en redovisning av vad som ingår i grupperna.

### Programkostnader

Som programkostnad räknas kostnader för de programproducerande enheterna, den programbestående funktionen, gemensamma programavtal, rättighetskostnader och webbverksamhet.

Kostnaderna för programverksamheten sjönk 2022 jämfört med 2021, vilket förklaras av att 2021 var ett extra sportintensivt år med evenemang som flyttats från 2020 på grund av coronapandemin.

### Distributionskostnader

Som distributionskostnad räknas kostnaden för distribution av marksändningar samt kostnad för internetdistribution. Sedan 2014 har SVT, i enlighet med avtal mellan bolagen, tagit



Fridolina Rolfo i UEFA Fotbolls-EM 2022 där Sverige möter Schweiz. Foto: Carl Sandin/Bildbyrån

över kostnaderna för marksändningarna för UR:s räkning.

Under 2021 uppdaterades utsändningsformatet för marknätet och SVT:s kanaler sänds nu enbart i HD, vilket inneburit sänkta distributionskostnader. Föreändringen får även genomslag på kostnaderna 2022 som sjunkit ytterligare.

#### 7.2.1 Verksamhetens kostnader, mkr

Mkr	2020	2021	2022			
Programkostnader	3 694,5	77%	4 230,5	80%	4 104,5	77%
Distributionskostnader	193,1	4 %	162,4	3 %	152,2	3 %
Övriga kostnader	846,5	18 %	858,5	16 %	994,5	19 %
<b>Summa</b>	<b>4 734,1</b>	<b>99 %</b>	<b>5 251,4</b>	<b>99 %</b>	<b>5 251,2</b>	<b>99 %</b>
<b>Sidoverksamhet</b>	<b>35,7</b>	<b>1 %</b>	<b>43,0</b>	<b>1 %</b>	<b>45,1</b>	<b>1 %</b>
<b>Summa kostnader</b>	<b>4 769,8</b>	<b>100 %</b>	<b>5 294,4</b>	<b>100 %</b>	<b>5 296,3</b>	<b>100 %</b>

## MEDELSVILLKOR 22

"SVT ska redovisa och kommentera hur uppdraget fullgjorts med avseende på bl.a. volym, kostnader och intäkter samt nyckeltal som visar effektivitet och produktivitet. Samarbets- och effektiviseringssåtgärder ska rapporteras i redovisningen."

## MEDELSVILLKOR 23

"Programstatistiken ska utformas så att jämförelser blir möjliga över tid. Redovisningen ska uttrycka olika programkategoriers andel av den totala sändningstiden, när olika programtyper sänds samt resursförbrukningen för respektive kategori."

### Övriga kostnader

Övriga kostnader består till största delen av kostnader för ledningsenheterna ekonomi, teknik, kommunikation, HR, juridik, strategi, fastighet och säkerhet. I posten ingår också tekniska investeringar, lokalkostnader och hyror, 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 fördelats på de olika programmen. Kostnaderna är högre jämfört med föregående år. I och med att coronapandemin gick in i en lugnare fas har SVT kunnat öka takten inom fastighetsområdet och genomfört fler underhålls- och renoveringsprojekt under 2022. Den höga bygginflationen har dock inneburit generellt ökade kostnader. Även inom andra områden har inflationstrycket påverkat kostnaderna märkbart, till exempel för drivmedel.

Därtill har det förändrade säkerhets- och beredskapsläget inneburit merkostnader. Andra kostnadsökningar har uppstått i samband med etablering av fler orter för nyhetsbevakning, en viss ökning inom investeringsprojekten samt även ökade omkostnader i samband med personalens successiva återgång till arbetsplatsen.

Under de tre åren 2020–2022 har SVT sammanlagt haft en ökad nettokostnad på cirka 150 miljoner kronor på grund av coronapandemin, kostnader som rymts inom budget genom omprioritering och effektivisering. Det har bland annat rört sig om kostnader för stärkt nyhetsbevakning, omarbetsning av planerade program med kort varsel och extrakostnader för försenade produktioner.

### Totala kostnader per programkategori

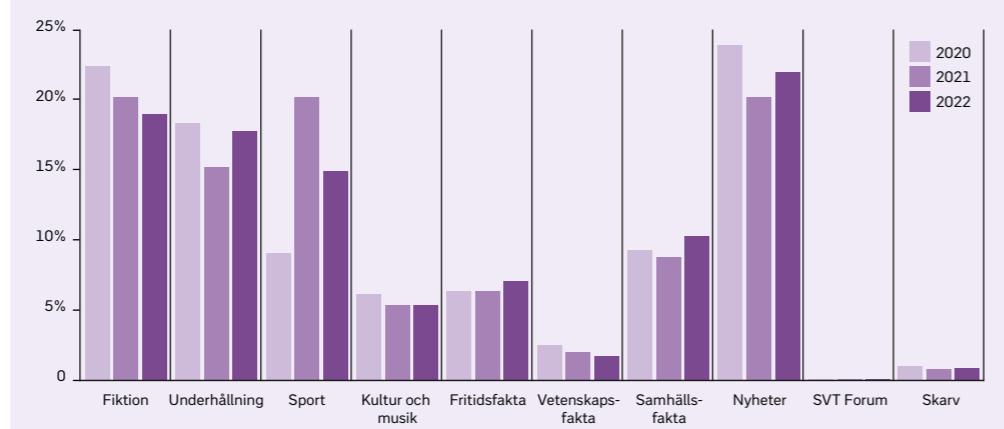
SVT delar upp kostnaderna i de ovan beskrivna huvudkategorierna varav programkostnaden är den största delen. Diagrammet 7.2.2 visar dock fördelningen per programkategori i andelar efter att den totala kostnaden (exklusive sidsverksamhetens kostnader men inklusive distributionskostnader och övriga kostnader) har fördelats. Det finns ingen naturlig fördelning av distributionskostnader och övriga kostnader på programkategorierna utan det sker genom en fördelning proportionellt mot programkostnaden. I appendix, tabell [7.2.2](#) redovisas fördelningen även i kronor.

Kostnaderna per programkategori varierar mellan åren beroende på produktionsmixen. Det finns inget särskilt uppsatt mål för vad som är en idealisk mix. Vissa år görs extra satsningar på drama och andra år är sportintensiva. Ett valår medför exempelvis omfördelningar till nyheter och samhälle.

Som information kan nämnas att kostnaderna för barn och unga ingår i de ordinarie programkategorierna, främst fiktion och underhållning, vilket gör att dessa kategorier är något högre än de skulle ha varit utan kostnader för barn och unga. Under 2022 har utbudet för barn och unga kostat 358 miljoner kronor. I [avsnitt 5.3](#) redovisas utbudet för barn och unga som en egen kategori. I [avsnitt 6.3](#) beskrivs vidare hur SVT arbetar med utbudet för barn och unga.

Värt att känna till är även att utbudssiffrorna i kapitel 5 visar vad SVT sätter under året och är en avspeglning av utbudet medan ekonomisiffrorna visar vilka kostnader SVT har haft under året. Kostnaderna uppstår inte alltid det år som programmet sänds, utan när det produceras.

7.2.2 Andel av totala kostnader per programkategori



SVT har alltså ingen sändningsekonomi utan produktionsekonomi. Av 2022 års sända program togs en del kostnader redan 2021, och av 2022 års kostnader kommer en del program sändas först 2023 eller 2024. För ett kommersiellt företag som kopplar ihop reklamtäkter och kostnader är det naturligt att använda sändningsekonomi men för SVT som tilldelas avgiftsmedel årligen är det naturligare med en produktionsekonomi.

Sportutbudets andel av kostnaderna har minskat 2022, vilket är förväntat eftersom 2021 var ett extra sportintensivt år med flera evenemang som flyttats från 2020 på grund av pandemin. Vad gäller sport varierar kostnaderna i hög grad mellan åren beroende på vilka evenemang som SVT har rättighet att sända och med vilka intervaller mästerskapen hålls.

Nyheternas och samhällsfaktas andelar har ökat 2022. Förutom kostnadsökningar i samband med valet så har året även präglats av en omfattande bevakning av kriget i Ukraina.

Förändringar inom övriga kategorier är en effekt av normala fluktuationer mellan åren utifrån produktionsmix.

Sammanfattningsvis har SVT i det här avsnittet redovisat och kommenterat SVT:s kostnader samt resursförbrukningen för respektive programkategori i enlighet med medelsvillkoren 5, 22 och 23.

SVT har under flera år strävat efter att identifiera ett nycketal som kan visa utvecklingen av produktiviteten på ett relevant sätt. För SVT:s verksamhet är inte ett mått som timkostnad ett rättvisande sätt att visa på utvecklingen av produktivitet i företaget. SVT har inte som mål att öka antalet sändningstimmar och inte heller att sänka den totala kostnaden för programverksamheten, utan istället att öka den. Ambitionen är att ständigt arbeta för att mer medel överförs till programverksamhet från den övriga verksamheten.

Det i kombination med att kostnaderna per programkategori varierar mellan åren beroende på produktionsmixen (se [avsnitt 7.2](#)) innebär att måttet timkostnad för att visa produktivitet enligt SVT:s bedömning inte är tillämpligt som ett produktivitetsmått. Eventuella förändringar av timkostnader har många förklaringar som till exempel ökade kvalitetssatsningar, ändrad produktionsmix, rationaliseringar och kostnadsökningar. Utvecklingen över tid ger därmed ingen indikation på produktiviteten i verksamheten utan är ett resultat av många olika faktorer.

Som alternativ tog SVT därför 2019 fram ett nycketal där olika rationaliseringar och förbättringar som genomförts i verksamheten under året värderas och ställs i relation till erhållna avgiftsmedel. Nyckeltalet har som huvudsyfte att visa produktivitet och att produktivitetsförbättringar sker kontinuerligt.

Nyckeltalet tas fram genom att produktivitetsförbättringar från bolagets verksamheter rapporteras in på ett gemensamt reglerat sätt till en central funktion inom ekonomiavdelningen. Där genomförs kvalitetssäkring för att säkerställa att aktiviteten är att betrakta som produktivitetsökande och att värdering och beräkning gjorts på ett likartat sätt för hela bolaget. Förbättringarna har värderats till skillnaden mellan den kostnad som faktiskt uppstod och den kostnad som skulle uppstått om ingen åtgärd vidtagits. Till viss del har sambolnvärden för tjänster och timmar använts där det varit en komponent i beräkningen. Förbättringar som inte kan värderas på ett tillförlitligt sätt tas inte med.

Det samlade värdet av förbättringarna i relation till erhållna avgiftsmedel utgör SVT:s nycketal. Värdet av de åtgärder som gått att beräkna uppgår till sammanlagt 49,1 miljoner kronor 2022. Utallet för nyckeltalet 2022 är däremot 1,0 procent av storleken på avgiftsmedlen. För 2021 uppgick nyckeltalet till



Allsvenskan – Här kommer Degen. Foto: Dan Nordgren

1,9 procent (96,9 miljoner kronor) och för 2020 1,6 procent (79,2 miljoner).

SVT:s bedömning av nyckeltalets utfall under de tre första åren av sändningstillståndsperioden är att det visar att verksamheten bedrivs på ett rationellt sätt och konstaterar samtidigt att nyckeltalet kan variera mellan åren exempelvis på grund av mängden tekniska innovationer från år till år. Under 2022 har inga större tekniska förändringar genomförts som påverkat kostnaderna i någon större utsträckning utan de förbättringar som genomförts under året har till stor del handlat om smarta lösningar i den dagliga verksamheten i syfte att förbättra resursutnyttjandet samt hålla nere de externa kostnaderna. Exempel på förbättringar som genomförts 2022 redovisas under avsnittet "Rationaliseringar i verksamheten" längre fram. I följande stycken förs ett fortsatt resonemang om nyckeltalet som sådant, hur nyckeltalet kan utvärderas, vilken analys och slutsats som kan dras av nyckeltalets utfall samt vilka åtgärder som planeras med anledning av nyckeltalets utfall.

SVT har tidigare övervägt att ange en målnivå för nyckeltalet men har landat i att en fast målnivå inte är ändamålsenlig. SVT strävar efter att stimulera till ständiga förbättringar i all verksamhet, samtidigt som SVT säkerställer att det går att leverera på uppdraget. När SVT ställs inför utmaningar i omvärlden, som under de senaste åren med coronapandemi samt kriget i Ukraina, blir det nödvändigt att snabbt söka nya metoder och lösningar. En del kan leda till kostnadsbesparningar medan andra kan leda till ökade kostnader, exempelvis vid ett förändrat säkerhets- och beredskapsläge. Att på övergripande nivå bestämma en viss målnivå riskerar därför att leda fel.

Nyckeltalets huvudsyfte är att visa på att produktivitetsförbättringar sker förlöpande, det vill säga måttet i sig visar att SVT bedriver verksamheten på ett rationellt sätt, oavsett uppmätt nivå på nyckeltalet hittills visat för att SVT även fortsättningsvis ska kunna ge publiken ett brett och förynat utbud.

Hösten 2021 initierade SVT därför ett transformationsarbete i syfte att identifiera rationaliseringssättgärder inom

åren kan ses som en indikation på vad som kan vara rimligt att uppnå sett över längre tid. Nyckeltalet för 2022 på 1,0% är den lägst uppmätta nivån vilket också visar på att produktivitetsförbättringarna kan variera från år till år beroende såväl på omständigheter i omvärlden som på variation i när effekt av egen teknisk innovation eller utveckling uppstår. Utfallet av nyckeltalet över tid värderas utifrån om det är tillräckligt högt för att möta de långsiktiga resursbehov som SVT ser för att vara fortsatt relevant för publiken, eller om takten på produktivitetsförbättringarna behöver öka.

Det nu ökande kostnadstrycket i omvärlden, såväl vad gäller kostnaderna för att producera tv som ekonomiska omvärldsförändringar i form av inflation och ränteihöjningar, ställer krav på en snabbare produktivitetsökning än vad nyckeltalet hittills visat för att SVT även fortsättningsvis ska kunna ge publiken ett brett och förynat utbud.

Hösten 2021 initierade SVT därför ett transformationsarbete i syfte att identifiera rationaliseringssättgärder inom

företaget motsvarande 100 miljoner kronor i nivåsänkande åtgärder till år 2025. Under 2022 har arbetet intensifierats. Beslutade åtgärder ska ha full effekt från 2025, men förväntas till viss del även falla ut redan 2023 och 2024. Dessa åtgärder kan komma att påverka utfallet för nyckeltalet kommande år.

I enlighet med ovan arbetar SVT kontinuerligt med rationaliseringssättgärder, dvs produktivitetsförbättringar, i verksamheten, för att kunna finansiera nya satsningar och ökad kvalitet av utbudet. Åtgärderna delas in i två områden:

- » Rationaliseringar i verksamheten
- » Andelen inköp enligt LOU

#### Rationaliseringar i verksamheten

Det här området har som tidigare nämnts genererat rationaliseringar till ett värde av 49,1 miljoner kronor 2022. Nedan följer exempel på rationaliseringssättgärder 2022:

Inom ramen för programbudgeten bedrivs det löpande rationaliseringars arbetet till stor del genom ett konstant kostnadstryck på programproduktionen. Som princip medges därför ingen kostnadsök-

ning för återkommande egenproducerade program trots att kostnader för personal, rättigheter och medverkande ständigt ökar. Det gäller egenproducerade program utom nyheterna. De medel som frigörs på det sättet 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 cirka två procent.

Exempel på åtgärder som under året skapat utrymme för ett förbättrat resursutnyttjande och därmed en ökad produktivitet är samplanering vid inspelning av program samt en ökad andel personal som kan arbeta i flera olika roller.

Ett erfarenhetsutbyte med SR avseende korrespondentverksamheten har resulterat i att SVT kunnat rationalisera bort en tjänst i det administrativa flödet.

SVT Sport har fortsatt ett framgångsrikt samarbete med övriga sändande nordiska bolag i samband med *Fotbolls-VM i Qatar*. Hemtagning av signaler delas mellan åtta olika bolag. Ett

gemensamt team på plats ger teknisk service till samtliga bolag i stället för individuella team för varje bolag.

SVT har behovsprövat licenser och därmed kunnat omfördela en stor andel användare från dyra klientlicenser till billigare cloud-licenser med viss effekt redan 2022, men åtgärden får ett större genomslag nästa år. Även en standardisering av mobiltelefoner har införts i besparingssyfte.

En översyn i syfte att minska lokalityerna sker kontinuerligt och har under 2022 inneburit lägre kostnader på ett par orter.

SVT fortsätter kontinuerligt arbetet med att utveckla personalens kompetens och underlätta utlåning mellan avdelningar och orter för att undvika onödiga kostnader. Nya arbetsätt och flexibla organisationer har under året möjliggjort omprioriteringar av resurser som därmed kunnat omfördelas till nya satsningar och behov och på så sätt har externa intag kunnat undvikas.

Inom administrationen fortsätter digitaliseringen bland annat i form av automation vilket innebär mindre manuellt arbete inom till exempel löne- och



Yandeh Sallah som Amie i serien *Eagles*. Foto: Anderes Rignell

redovisningsavdelningen. Även införandet av ett digitalt uthyrningssystem för kostym och scenografi har rationaliserat verksamheten.

Därutöver arbetar SVT kontinuerligt med att se över avtal i syfte att säkerställa att de är marknadsmässiga och ger bästa möjliga utdelning för pengarna.

#### Andelen inköp enligt LOU

En viktig produktivitetsåtgärd har varit en förbättring av SVT:s inköpsverksamhet, och ett centralt nyckeltal är därför andelen inköp enligt LOU. Målet för detta nyckeltal är att nå 90 procent över tid. Allt fler inköpsbeslut som inte rör hela programprojekt har centraliseras och standardiseras. SVT följer löpande upp kostnadsutvecklingen inom olika inköps-kategorier i syfte att förstå de olika inköpsbehoven och tidigt identifiera omotiverade kostnadsökningar. SVT mäter alltså, likt tidigare år, hur stor del av den totala utgiften (utbetalningar till leverantörer) som går till leverantörer som har upphandlats och där avtal finns, även kallat inköpsandel för avtal. Detta är ett relevant mått då modellen för LOU är utformad för att gynna största möjliga

produktivitet och konkurrensneutralitet. Mätningen sker för alla de leverantörer där SVT handlar för mer än 875 000 kronor inklusive moms, det vill säga över gränsen för direktupphandling.

Resultatet för 2022 ökade något och inköpsandelen för avtal hamnade på 90 procent jämfört med 89 procent för 2021.

I avsnitt 7.5 beskrivs SVT:s samarbeten med övriga public service-bolag där bland annat koncerngemensamma upphandlingar ingår.

Sammanfattningsvis har SVT i avsnitt 7.3 redovisat ekonomiskt nyckeltal som visar produktivitet i enlighet med medelsvillkoren 1 och 22 samt även redovisat hur SVT utvärderar, analyserar och drar slutsatser av nyckeltalets utfall. SVT menar därför att SVT visat att verksamheten

inom ramen för uppdraget bedrivs på ett rationellt sätt samt att SVT har vidtagit åtgärder som syftar till ökad produktivitet.

I avsnitt 2.3 utvecklas vidare ett resonemang om graden av måluppfyllelse för SVT:s effektivitet i relation till förbrukade resurser.

## 7.4 SIDOVERKSAMHET

Sidoverksamheten riktar sig både till titarna 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, vilken snarare syftar till att expandera eller generera ett betydande överskott som sedan kan användas för programproduktion. Sidoverksamheten delas in i fem resultatområden.

Trots att det inte finns särskilda enheter eller avdelningar som enbart ägnar sig åt sidoverksamhet 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, kärnverksamheten och 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 dock sidoverksamheten. Det gemensamma påslaget har fördelats proportionellt mot respektive verksamhets intäkt.

Såväl omsättningen som kostnaderna för sidoverksamheten 2022 har ökat något jämfört med 2021, främst inom Arkivförsäljning samt Rekvisita och kostym, men det samlade resultatet är i princip oförändrat jämfört med 2021.

### Produktionsresurser

Området produktionsresurser avser uthyrning av studiolokaler, produktionsteknik och personal som i mån av utrymme i den egna produktionsplaneringen hyrs ut till andra producenter av tv. Det bidrar till att öka tillgänglighet och

mångfald på mediemarknaden 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 resurser. SVT har således ingen överkapacitet i syfte att hyra ut. En väsentlig del hyrs av produktionsbolag som SVT har anlitat för produktionsutläggningar av egna program.

### Hela tv-program

Försäljning av hela tv-program består av vidareförsäljning av visningsrätter för program, som uppmärksammias internationellt, till andra tv-bolag. Det som klassas som sidoverksamhet är när försäljningen sker efter att programmen är producerade och det sker en exploatering i efterhand av befintliga rättigheter. Intäkten har alltså inte varit en förutsättning för

**MEDELSVILLKOR 3**  
"Sidoverksamheter till SVT:s sändningsverksamhet ska bärta sina egna kostnader och i övrigt bedrivas på ett konkurrensneutralt sätt i förhållande till andra företag som tillhandahåller motsvarande tjänster. Sidoverksamheter ska redovisas som egna resultatområden."

**MEDELSVILLKOR 11**  
"Sidoverksamheter ska inte ges en sådan omfattning eller vara av sådan karaktär att de kan riskera att inkräkta på kärnverksamheten eller skada förtroendet för radio och tv i allmänhetens tjänst."

**MEDELSVILLKOR 22**  
"SVT ska särskilt redogöra för företagets intäkter vid sidan av avgiftsmedel. I den redovisningen ska ingå:  
– eventuella sidoverksamheter som företaget har bedrivit."

### 7.4 Sidoverksamhet, mkr

		2020	2021	2022
Produktionsresurser	Intäkter	13,4	19,4	19,0
	Kostnader	11,3	17,1	16,8
	Gemensamt påslag	1,8	1,9	2,0
	Resultat	0,3	0,4	0,2
Hela tv-program	Intäkter	4,9	4,3	4,5
	Kostnader	2,3	1,5	1,5
	Gemensamt påslag	0,7	0,4	0,5
	Resultat	1,9	2,4	2,5
Försäljning rättigheter	Intäkter	7,1	7,1	7,6
	Kostnader	3,6	3,6	3,6
	Gemensamt påslag	0,9	0,7	0,8
	Resultat	2,6	2,8	3,2
Arkivförsäljning	Intäkter	7,9	7,5	8,6
	Kostnader	2,8	3,0	3,4
	Gemensamt påslag	1,1	0,8	0,9
	Resultat	4,0	3,7	4,3
Rekvisita och kostym	Intäkter	11,9	13,0	13,8
	Kostnader	7,0	10,7	12,0
	Gemensamt påslag	1,6	1,3	1,4
	Resultat	3,3	1,0	0,4
Totalt	Intäkter	45,2	51,3	53,5
	Kostnader	27,0	35,9	37,3
	Gemensamt påslag	6,1	5,1	5,6
	Skatt	2,6	2,1	2,2
	Resultat	9,5	8,2	8,4

programmens tillkomst så som vid samproduktioner. Exempel på det kan vara prisbelönta dokumentärer eller dramaserier med SVT som huvudproducent.

#### 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 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.

#### Rekvista och kostymer

SVT har under många år byggt upp stora förråd av rekvisa och kostymer. För att även låta andra ta del av denna unika tillgång sker uthyrning till främst andra medie- och reklambolag.

#### Totalt

Nettoresultatet från de fem resultatområdena av sidoverksamhet balanseras i fritt eget kapital och uppgick 2022 till 8,4 miljoner kronor. Det samlade resultatet, såväl som enskilda resultatområdena, gav ett överskott och inga medel tas från kärnverksamheten för att finansiera delar som inte bär sina egna kostnader, vilket är det primära syftet med regleringen. De samlade intäkterna uppgick 2022 till 53,5 miljoner kronor vilket motsvarar cirka 1 procent av SVT:s samlade intäkter. De samlade kostnaderna uppgick till 45,1 miljoner kronor vilket motsvarar cirka 1 procent av SVT:s samlade kostnader.

#### SVT:s kontroll av sidoverksamheten

Inom i princip samtliga områden finns etablerade prisbilder för motsvarande produkter som SVT tillhandahåller. Detta då det finns en mängd av såväl konkurrerande leverantörer som potentiella kunder. Som exempel kan nämnas priser för visningsrätter, dvd-försäljning och

uthyrning av produktionsteknik. SVT beaktar dessa priser vid förhandling efter offertgivning, i de fall kännedom om prisbilden finns. SVT:s del av de här marknaderna är normalt så liten att SVT inte är prispråverkande. Marknadsmässigheten säkras även genom att SVT alltid kräver kostnadstäckning plus ett påslag.

För enstaka tjänster finns inte samma etablerade modeller. Exempelvis har SVT Nordens största renodlade tv-studio. SVT:s priser kan där jämföras med närliggande verksamheter, det vill säga andra arenor, och den relativa kostnaden för mindre studior som SVT och andra aktörer tillhandahåller.

En indikation på att det finns en fungerande konkurrens samt att SVT:s priser inte är för låga är också att det inte är helt 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. Offertförfragningar kommer normalt från bolag som fått i uppdrag att leverera en produktion åt SVT.

SVT ser regelbundet över prissättningen inom de olika områdena. Det har inte förekommit någon debatt eller kritik som ger anledning att tro att SVT:s förtroende har minskat till följd av sidoverksamheten.

Det centrala med kontrollen över sidoverksamheten, i förhållande till den reglering som ligger till grund för kravet i medelsvillkoren, är att avgiftsmedel inte subventionerar andra verksamheter än dem som avgiftsmedlen är avsedda för, det vill säga kärn- och kompletterande verksamhet. Inga avgiftsmedel på SVT har tillförts sidoverksamheten utan den bedrivs på marknadsmässig grund och genererar som helhet en vinst.

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

SVT menar sammanfattningsvis att SVT ovan visat att kravet på att sidoverksamheterna ska bärä sin egen kostnader och bedrivas på ett konkurrensneutralt sätt är uppfyllt. SVT har även försökt visa att sidoverksamheten inte givits en sådan omfattning eller är av sådan karaktär att den kan riskera att inkräkta på kärnverksamheten eller skada förtroendet.

## 7.5 SÅ SAMARBETAR PUBLIC SERVICE-BOLAGEN

Samarbeten mellan public service-bolagen SVT, SR och UR återfinns inom en rad områden som presenteras under följande punkter:

- » Upphandlingar som syftar till kostnads-sänkningar och effektiviseringar
- » Hållbarhetsarbete som fördjupats genom gemensamma utbildningar för medarbetare samt bolagsgemensamma former för klimatredovisning
- » Säkerhetsarbete kring evenemang och vid platser och lokaler där bolagen är samlaklisterade. Under 2022 har bolagen också beslutat att etablera ett säkerhetsråd
- » Evenemang, galor, utmärkelser och viss kulturverksamhet
- » Överenskommelser för insatser på minoritetsspråk och teckenspråk samt för personer med funktionsnedsättning
- » Medfinansiering av medieforskning och publikundersökningar
- » Språkvård, rådgivning och utbildningar för nyanställda
- » Utbildningar inom programjuridiska frågor
- » Dialog och erfarenhetsutbyten inom juridik, lagstiftning och publikanalys
- » Lopande dialog och samarbete kring utveckling av public service-redovisningarna

De tre bolagen har också ett nära samarbete med de andra nordiska bolagen i en rad frågor, bland annat inom Nordvision vars syfte är att stärka public service i Norden. Medlemmarna samproducerar, utväxlar program, och utvecklar format.

Bolagen medverkar också tillsammans i branschsamarbeten så som Utgivarna och det medieetiska systemet MO-MEN.

#### Koncerngemensamma upphandlingar

Under 2022 avslutade de tre programbolagen i samarbete med Sveriges Radio Förvaltnings AB (SRF) 27 större gemensamma upphandlingar:

Upphandlingar som omfattade samtliga public service-bolag avsåg synundersökningar och bildskärmsglasögon, prenumerationstjänster, hotelltjänster, lässystem och tillhörande tjänster, SAK-försäkringar, resebyråtjänster, ställverksarbeten, växter och växtservice, städtjänster, flytt-tjänster i Stockholm,

företagshälsovårdsjänster samt kaffemaskiner med tillhörande förbrukningsvaror och tjänster.

UR, SR och SVT genomförde gemensamma upphandlingar av säkerhetsutrustning med tillhörande tjänster, persondatorer och surfplattor, datortillbehör, hyra av viss teknik samt marknadsundersökningar.

SVT och SRF genomförde en gemensam upphandling av konsulttjänster inom uthyrningsverksamhet.

UR och SVT genomförde gemensamma upphandlingar av referensmonitorer, inspelningsbussar, ljudutrustning och tillhörande tillbehör, signalprocessutrustning, ljudutrustning, professionell ljudutrustning, fiberoptik och fiberkablage, IT-konsulter samt inköp av Microsofts produkter.

Under 2022 påbörjades koncerngemensamma upphandlingar av städtjänster, magasinering för och flytt av dekorer, tekniska konsulter, tjänsterese-, utlandsplacerings- och olycksfallsförsäkring, IT-återvinning, el-servicearbeten och mindre el-entrepreneurader, korttids-hyra av bilar, taxitjänster i Göteborg och Malmö.

#### Gemensamt serviceföretag

Sveriges Radio Förvaltnings AB (SRF) är ett serviceföretag med cirka 60 anställda som ansvarar för gemensamma service- och stödfunktioner åt de tre programbolagen SVT, SR och UR. Företaget arbetar på uppdrag av de tre programbolagen och sköter verksamheter som research, arkiv, telefonväxel, distribution av post och gods, friskvård och fastighetsförvaltning. SRF är även fastighetsägare i Stockholm, Göteborg och Umeå.

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

#### MEDELSVILLKOR 1

"SVT ska kontinuerligt vidta åtgärder som syftar till ökad effektivitet och produktivitet. Ett led i detta är att söka samarbetsområden med Sveriges Radio AB (SR) och Sveriges Utbildningsradio AB (UR)."

#### MEDELSVILLKOR 4

"SVT ska tillsammans med SR och UR avstå medel för Sveriges Radio Förvaltnings AB:s kostnader enligt avtal mellan programföretagen. I avtalet ska även eventuella medelsavstånden mellan programföretagen som följer av punkt 1 redovisas."



## MEDELSVILLKOR 22

"SVT ska särskilt redogöra för företagets intäkter vid sidan av avgiftsmedel. I den redovisningen ska ingå:  
– vilka kommersiella samarbeten som företaget har deltagit i och vilka intäkter de har genererat, med förtydligande exempel"

"SVT ska särskilt redogöra för företagets intäkter vid sidan av avgiftsmedel. I den redovisningen ska ingå hur företaget har säkerställt sitt oberoende vid kommersiella samarbeten och vid indirekt sponsring"

## Här delar bolagen lokaler

Bolagen har gemensamt med SRF ett fastighetsråd som samordnar lokal- och fastighetsfrågor, och programbolagen samlokaliseras och samutnyttjar lokaler där så är möjligt och rationellt.

Alla tre bolagen är samlokalisade i Göteborg och Stockholm.

Sveriges Radio och SVT är samlokalisade i Arvidsjaur, Borås, Kalmar, Karlskrona, Kiruna, Linköping, Norrköping, Skellefteå, Visby och Örnsköldsvik.

UR och Sveriges Radio är samlokalisade i Malmö.

## Samarbeten kring dialog och kunskapsförmedling

De tre bolagen arrangerar tillsammans med lokala tidningshus Fria ordets dag där sjätteklassare får lära sig mer om journalistik, tryck och yttrandefrihet samt källkritik och källtillit.

Tillsammans arrangerar de tre bolagen de årliga PS Funk-konferensen där företrädare för olika organisationer med fokus på frågor om tillgänglighet och funktionsrätt möter SVT, UR och Sveriges Radio och SVT. Syftet är att inspirera till bättre inkludering av personer med funktionsnedsättning i public service.

## Samarbeten kring program

SVT och Sveriges Radio samarbetar kring *Vi i femman*, *Världens barn*, *Melodifestivalen*, *Idrottsgalan* samt en del av Berwaldhallens konserter. Bolagen samarbetar även redaktionellt genom Sameradion/SR Sápmi och SVT Sápmi.

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

SVT, Sveriges Radio och Radiohjälpen samarbetar kring *Musikhjälpen*.

UR och Sveriges Radio samarbetar kring *Barnradions bokpris*.

## Administration och arkiv

Sedan flera år sköter SVT på uppdrag av UR delar av UR:s ekonomi- och löneadministration i syfte att öka samarbete och effektivitet.

UR använder även SVT:s arkiv för att lagra rörligt bildmaterial.

Sammantaget redovisar SVT i avsnitt 7.5 de samarbetsområden med de övriga

public service-bolagen som bidrar till att verksamheten bedrivs rationellt enligt de ekonomiska förutsättningarna i medelsvillkoren 1 och 4.

## 7.6 KOMMERSIELLA SAMARBETEN

SVT har från och med 2018 års redovisning kommit överens med SR och UR om en gemensam tolkning och definition av begreppet kommersiella samarbeten:

- » Samarbetet med kommersiell aktör som genererar intäkter till respektive bolag
- » Samarbetet syftar på en aktiv handling för att tillsammans med kommersiella aktörer producera program eller skapa annan typ av mervärde. Det räknas alltså inte ren försäljning eller andra typer av mer passiva intäkter som royaltyutbetalningar eller sponsring

Utifrån ovanstående definition ingår därför tre typer: samtliga samproduktioner, samarbetet kring Nobel samt samarbetet kring Melodifestivalen exklusive sponsringsintäkter.

Vid samproduktioner enas flera samproducenter om en finansieringsplan där parterna finansierar produktionen och erhåller rättigheter i förhållande till insats och överenskommelse. Storleken på intäkterna från samproduktioner kan variera mellan åren beroende på mängd och typ av samarbeten. SVT betraktar samtliga samproduktioner som kommersiella samarbeten. Intäkter från samproduktioner beskrivs även under avsnitt 7.1.

Vad gäller samarbetet kring Nobel har SVT ett produktionsuppdrag för vilket SVT erhåller en betalning. Uppdragsgivare är Nobel Prize Outreach, som äger samtliga rättigheter till det SVT producerar åt dem. Samtidigt förvarar SVT visningsrätt och viss arkivrätt till de program SVT producerar.

Under Melodifestivalen står SVT för kostnader som är direkt kopplade till själva tv-produktionen, enkelt uttryckt allt som syns i bild. För de tävlande bidragen är pyroteknik, specialeffekter, scen och rekvisita, exempel på sådana kostnader som SVT står för, men upp till ett maxbelopp som är lika för samtliga artister. SVT ger dock varje artist rätt att bygga ut sitt scenframträdande på egen bekostnad. Detta för att inte begränsa den konstnärliga friheten i bidragen. Det ställs inga krav om det i några avtal utan är en valfri möjlighet.

För själva turnén saknar SVT rätt kompetens. Därför upphandlar SVT tjänsten turnésamordning, en upphandling som genomförs i enlighet med lagen om offentlig upphandling. Turnésamordnaren svarar för kostnader som är relaterade till själva turnéproduktionen, exempelvis resor, logi, lokalhyra, transporter, catering, säkerhet på plats, ackreditering och sjukvård. För närvarande är det All Things Live som är den upphandlade parten och SVT betalar en ersättning till dem.

Dessutom uppår SVT intäkter vid licensieringen av varumärket och tillhörande rättigheter som hör samman med arrangemanget av de publika föreställningarna. Det gäller bland annat möjligheten för externa bolag att nyttja varumärket Melodifestivalen till att marknadsföra biljettkampanjen kopplad till de allmänna sammankomsterna. De senaste åren har Live Nation varit SVT:s partner för detta.

Sedan 2020 års melodifestival har SVT beslutat att avstå helt från att ha spelbolag som sponsorer. I samband med 2022 års final utgjordes huvudsponsorerna av Elon, ICA, OBOS, Marabou och Nordea samt partners som bestod av Ahlgrens Bilar, Coca-Cola, Malaco, OLW, Telenor och Westfield Mall of Scandinavia. Supporter var Buttericks. Supporter är den lägsta kategorin av sponsorkap. Live Nation har gällande Melodifestivalturnén. Sponsorn får ingen associationsrätt till Melodifestivalen i form av loggor eller liknande. Istället handlar möjligheten om att kunna visa produkter i Live Nations sociala medier-kanaler, dvs synlighet i Melfest live-kanalerna, där Melfest är en hashtag som inte är varumärkesregisterad. Live Nations officiella leverantörer utgjordes av Elite Hotels, SCM och Workman.

Från och med 2022 redovisas den intäkt som är att betrakta som sponsringsintäkt bland SVT:s sponsringsintäkter. Tidigare år har motsvarande intäkt redovisats bland andra rörelseintäkter.

I enlighet med förväntningarna på SVT, framför allt vad gäller affärsetik, redovisar SVT inte enskilda ekonomiska uppgörelser eller avtal. De tre formerna av kommersiella samarbeten; dvs samtliga

samproduktioner, samarbetet kring Nobel samt samarbetet kring Melodifestivalen exklusive sponsringsintäkter genererade sammanlagt intäkter på cirka 88 miljoner kronor 2022 (cirka 71 miljoner kronor 2021). Ökningen mellan åren beror på ena sidan på intäkter gällande Melodifestivalen men på andra sidan på något lägre samproduktionsintäkter. För mer detaljer om intäkter från Melodifestivalen respektive Nobel samt samproduktionsintäkter, se avsnitt 7.1.

I appendix, tabell 7.1.2b, redovisas samtliga intäkter från kommersiella intäkter med komplett förteckning över motparter samt berörda programproduktoner.

SVT har i år förtydligat att samtliga samarbeten kring samproduktioner, liksom tidigare år, betraktas som kommersiella samarbeten. Sammanfattningsvis har SVT här redovisat, för det första vilka kommersiella samarbeten SVT har haft samt vilka aktörer bolaget då samarbetat med, för det andra vilka slags intäkter som har genererats från samarbetena och för det tredje i vilka produktioner som samarbeten ingått. SVT har även förtydligat vilka kostnader som bäras av SVT vid kommersiella samarbeten och har därmed också försökt visa att SVT inte erhållit annan slags kompensation som reducerat kostnaderna.

## Oberoendet vid kommersiella samarbeten

Som framgår ovan utgörs kommersiella samarbeten av samtliga samproduktioner, samarbetet kring Nobel samt samarbetet kring Melodifestivalen exklusive sponsringsintäkter. Som beskrivits i avsnitt 3.5 blir alla program som produceras eller köps in av SVT föremål för en publicistisk bedömning utifrån SVT:s publiceringsregler för att följa reglering gällande exempelvis oberoende, opartiskhet, indirekt sponsring och otillbörligt gynnande. Det omfattar även kommersiella samarbeten.

Avtal om samproduktion, produktionsutläggning och förköp/inköp av visningsrätt som upprättas av SVT inkluderar reglering om att produktionsbolaget inte har rätt att i programmet medge reklam eller otillbörligt gynna särskilda intressen. Pro-

duktionsbolaget får inte heller utnyttja sin medverkan i/ till programmet i samband med sätter SVT:s oberoende i fråga. Produktionsbolaget åläggs vidare att i de avtal det ingår med medverkande ta med motsvarande reglering.

I överenskommelserna med Nobel Prize Outreach säkerställs SVT:s oberoende genom att SVT självständigt avgör vilka program som ska sändas och hur de programläggs.

I Melodifestivalen kan externa bolag nyttja varumärket Melodifestivalen till att marknadsföra biljettkampanjen kopplad till de allmänna sammankomsterna. Den exponeringen visas aldrig i bild och SVT säkerställer att det aldrig innebär att sponsorerna har någon som helst påverkan på programmet. Varken All Things Live, som upphandlats för turnésamordning, eller Live Nation, som sköter licensiering av varumärket Melodifestivalen och biljettförsäljning, har någon redaktionell roll i produktionen. Överenskommelserna med Live Nation respektive All Things Live innehåller regleringar som säkerställer SVT:s oberoende. SVT ger de tävlande bidragen rätt att bygga ut sitt scenframträdande på egen bekostnad, men SVT har slutlig bestämmanderätt över utformningen.

Se avsnitt 3.5 för säkrandet av oberoendet vid indirekt sponsring.



KAPITEL ÅTTA

# Planer för framtiden

---

Här redovisas SVT:s planer i form av prioriterade projekt och satsningar den närmaste tiden med fokus på 2022.



# Planer för framtiden

Värdet av SVT:s verksamhet har varit extra tydligt under de senaste åren, då allmänheten i utmanande tider av pandemi och krig i Europa har använt och uppskattat SVT som aldrig förr. Public service-mediernas demokratiska roll i samhället har tydliggjorts, och med tanke på de stora förändringar som nu sker i omvärlden är det centralt att SVT kan fortsätta att spela denna roll också i framtiden. Uppgiften att bidra till väl-informerade medborgare och ett livskraftigt offentligt samtal som står emot informationspåverkan, desinformation och hot och hat blir allt viktigare.

För att fortsätta skapa värde och möta publikens behov har SVT under året reviderat sin företagsstrategi för åren 2023–2025. Visionen "Att bidra till ett Sverige där alla är mer nyfikna och insatta" ligger fast. Och SVT:s oberoende i förhållande till det allmänna och till andra maktsfärer och intressen i samhället är fortsatt ett fundament för verksamheten. Men de strategiska riktlinjerna som vägleder arbetet framåt har prövats mot en ny tid och utifrån en ny omvärldsanalys.

De tre strategiska riktlinjerna utvecklas helt kort här:

## Stärka SVT som hela Sveriges samlingsplats för kunskap och gemenskap

De stora samhällsförändringar som följer med digitaliseringen, globaliseringen, det

ekonomiska och säkerhetspolitiska läget kommer med stor sannolikhet präglar förutsättningarna för public service för överstådlig tid. I en tid av informationsöverflöd och desinformation blir SVT:s uppgift att förmedla kunskap och fördjupning allt viktigare. En stark demokrati bygger på upplysta medborgare.

Under 2023 lanserar SVT sin största historiesatsning någonsin: Historien om Sverige. En dokumentärserie som skildrar Sveriges utveckling från istid till nutid. Projektet sker i samarbete med ett hundratal forskare samt museer, bibliotek och andra kulturinstitutioner i hela Sverige.

Historietemat kommer även att synas i många andra program under året, från barnprogram till kultur- och vetenskapsprogram, med syfte att väcka nyfikenhet för vår gemensamma historia.

Nästa år lanseras också flera nya titlar med fokus på bred kunskapsförmedling. I den nya faktaserien *Sov Gott kommer* komikern David Batra lära svenska att sova bättre, och i program som *Fråga Lund, På Spåret, Draknästet och Muren* kommer underhållande folkbildning att vara i fortsatt fokus.

SVT är Sveriges nationalscen för rörlig bild och för program som har samlat Sverige och skapat gemensamma minnen genom historien. SVT ska fortsätta erbjuda en mångfald av kulturprogram, dokumentärer och dramaserier i en pågående berättelse om Sverige som engagerar

och skapar genomslag, samtal och debatt.

För att fördjupa rapporteringen kring Europas förändrade säkerhetsläge förstärks SVT:s utrikesbevakning med fler korrespondenter och utrikesrapportrar. Fokus ligger på hybridhot, säkerhet och europeisk säkerhetspolitik. Det ökade behovet att verifiera fakta, video och bilder möts av en nytilsatt grupp med expertkompetens att granska uppgifter från Ryssland och Ukraina. SVT:s satsning på källkritik och källtillit för barn och unga i bland annat *Lilla Aktuellt* fortsätter under 2023.

En utmaning för nyhetsbranschen globalt är att allt fler mäniskor aktivt undviker nyheter, inte sällan för att nyhetsrapporteringen uppfattas som alltför negativ. Ett sätt för SVT att möta detta – och samtidigt ge en mer rättvisande bild av verkligheten – är att fortsätta utveckla den konstruktiva journalistiken. Att berätta om lösningar på problem och också lyfta de positiva, framåtblickande exemplen. SVT:s omfattande utbyggnad av lokalredaktioner runt om i Sverige fortsätter under 2023 då ytterligare två nya redaktioner öppnas i Eksjö och i Rosengård. Då har SVT gått från att finnas på 27 orter 2015 till 50 orter 2023.

## Öka takten i förflyttningen mot online

TV-marknaden är mitt i ett dramatiskt plattformsskifte från broadcast till streaming. SVT:s uppdrag ska under nuvarande tillstånd huvudsakligen uppfyllas i marknätet. Men tittarutvecklingen tydliggör hur viktigt det är att SVT:s digitala tjänster fortsätter att utvecklas i takt med publiken, som i ökad utsträckning konsumrar tv online.

För att möta nya behov införs under 2023 frivillig inloggning på SVT Play. Allt innehåll kommer fortfarande att vara tillgängligt även för de som inte loggar in. Men de som väljer att skaffa ett konto kan få ett mer relevant och personligt innehåll presenterat bland alla programtitlar på SVT Play, vilket inte minst är viktigt för alla som behöver ta del av SVT:s tillgänglighetstjänster. Det hjälper också SVT att få mer kunskap om publiken och deras behov, vilket i förlängningen möjliggör ett bättre och mer relevant innehåll.

SVT:s multimediala nyhetstjänst SVT Nyheter möter publikens behov av uppdatering via mobiltelefonen, särskilt hos unga användare. De senaste åren har nya innovativa videoformat som Veckans varför och Minidok tagits fram. Spellistor med tematiserade klipp – så kallade Videosnurrar – exempelvis om utvecklingen av kriget i Ukraina, ökar videotittandet. SVT Nyheter ska fortsätta att ligga i den absoluta internationella framkanten när det

gäller digitalt videoberättande.

SVT fortsätter utveckla applikationer och tjänster på olika plattformar för att öka tillgängligheten till innehållet. Under 2023 görs bland annat tester med automatiserad undertextning vid livesändningar och funktionen Tydligare tal utvecklas med fler titlar under året.

## Tillsammans arbeta mer effektivt och hållbart

2022 präglades av ekonomisk osäkerhet med hög inflation och stigande räntor. Prognoserna inför 2023 ser dystra ut. Fortsatt hög inflation tillsammans med kraftigt ökade kostnader för tv-produktion sätter press på SVT:s ekonomi. För att fortsätta skapa värde och ge publiken ett förnyat utbud av högsta kvalitet måste effektiviseringar genomföras.

SVT arbetar löpande varje år med rationaliseringar för att öka andelen resurser som går till programproduktion. Därutöver ska till 2025 minst 100 miljoner i nivåsänkande kostnadsbesparingar genomföras. Effektivisering sker på många olika sätt. Det kan exempelvis handla om att utforska ny teknik och ökad automatisering som gör saker enklare eller nya typer av samarbeten som frigör resurser som kan sättas på program och journalistik. Givet det nya säkerhetsläget ökar SVT investeringarna på beredskapsområdet. Fokus ligger på stärkt säkerhet, förmågehöjande aktiviteter och utökat samarbete

med relevanta aktörer. Samtliga SVT-anställda har under 2022 krigsplacerats för att säkerställa företagets personalförsörjning i händelse av höjd beredskap eller mobilisering. Precis som under föregående år så kommer 2023 att präglas av ett fokus på beredskap så att SVT även i kris och höjd beredskap har fungerande system, tjänster och distribution som når publiken. Elförsörjning är ett område som är särskilt prioriterat. Kriget i Ukraina har visat att informationsslaget står online och att digitala kanaler är helt avgörande för kommunikation i kris. SVT:s fortsätter att utveckla företagets digitala tjänster som redan i dag används av sju av tio svenska varje vecka.

SVT ska fortsätta att värda goda relationer med andra aktörer i samhället, exempelvis olika samarbeten för en livskraftig produktionsmarknad runt om i landet och dialog och samarbeten med andra medier. För att minska företagets klimatavtryck har SVT bland annat initierat åtgärder för minskad elkonsumtion, minskade utsläpp av växthusavgaser, fler elbilar och färre resor med flyg. Ett nyinrättat Miljöråd har påbörjat ett arbete med riktlinjer för grön tv-produktion och gemensamma kompetenshöjande insatser med Sveriges Radio och Utbildningsradion planeras.

# Appendix

---

I appendix har vi samlat alla tabeller och figurer som förekommit i den löpande texten, kapitel för kapitel. Ett fåtal tabeller finns enbart i appendix men är hänvisade till från respektive kapitel. Syftet med att samla allt statistiskt material är bland annat för att bidra till att lättare kunna göra jämförelser. För samtliga tabeller gäller följande:

På grund av automatiserad avrundning kan enskilda celler ha avrundats på ett sätt som gör att en summering inte överensstämmer med den angivna totalsumman. Den avgivna totalsumman är den korrekta summeringen.

Appendix inleds med en sammanfattning av samtliga kapitel. Sedan följer tabeller och figurer i kapitel 1, 2 och så vidare.

## Sammanfattning

Villkor	Utfall	Kapitel
<b>ST 1</b> Sända minst 4 programtjänster mm.	SVT har sändt fem kanaler i fyra programtjänster om minst 50 timmar vardera till 99,8% av befolkningen.	4.1
<b>ST 2</b> Sända text-tv.	SVT sänder text-tv.	4.1
<b>ST 3</b> Bereda utrymme för UR.	UR sänder i SVT:s programtjänster enligt avtal.	4.1
<b>ST 4</b> Ska kunna tas emot av alla.	Alla kanaler sänds okrypterade.	4.3
<b>ST 5</b> Hög kvalitet vid utsändning Samverka i tekniska frågor. Ingå avtal. API enligt europeisk standard. Samverka om multiplexering och åtkomstkontroll.	SVT använder digital utsändningsteknik och sänder i hög kvalitet. Samverkan enligt överenskommet avtal sedan 2020. Senaste avtalet är från 2020 om programguider. SVT använder API enligt europeisk standard (Hbb-TV). Överenskommelse om multiplex enligt avtal sedan 2020.	4.3
<b>ST 6</b> Mångsidigt programutbud. Svenska språket. Jämstäldhet, mångfald och spegling av landet. Utbudet ska ha folkbildningsambition.	SVT har sändt program i en bredd av genrer. 72% av alla sändningar är på svenska. Stort arbete bedrivs internt. 62% av publiken anser att SVT är bra på att spegla mångfalden i landet vilket är en ökning jämfört med tidigare år under tillståndsperioden. SVT:s utbud har i alla genrer haft folkbildande ambitioner. Beskrivs i stycke 5.2	5.3 3.8 5.4 5.2
<b>ST 7</b> Variation i produktionsformer	52% egen produktion och 48% annan. 2022 gick drygt 1,4 miljarder kronor till utomstående medverkan och andra samarbeten.	3.2
<b>ST 8</b> Nyhetsverksamhet	Många olika programtyper, allmänna och granskande program som bevakat en stor bredd av ämnen. Sedan februari har SVT bedrivit en massiv bevakning av kriget i Ukraina och producerat ett brett utbud inför valet i september. Regionala program har sänts och fem nya lokala redaktioner har etablerats.	6.1
<b>ST 9</b> Kulturutbudet	Utbudet utvecklas årligen. Bevakande, speglande och granskande program om svensk, nordisk och utomnordisk kultur har sänts. Flera satsningar på drama. Specialprogram i och med kriget och valet. Samarbeten med kulturinstitutioner, satsning på svensk film motsvarande cirka 100 mkr per år 2020–2022, totalt minst 300 mkr.	6.2
<b>ST 10</b> Barn och unga. Språkliga behov hos barn och unga.	Stort och varierat utbud, mycket nyproduktion. Satsning på valprogram för unga, programutveckling för barn med kognitiva funktionsnedsättningar samt dramaserier för unga. SVT sänder de flesta minoritets-språksprogrammen som tvåspråkiga.	6.3 6.5
<b>ST11</b> Tillgänglighet	Tillgängligheten förbättras och utvecklas i kontinuerlig dialog med användargrupper. Fortsatt satsning på hörbarhet. Program produceras på teckenspråk. Samtliga lokala nyhetssändningar textas i beställ-tv, och tillgänglighetskrav för beställ-tv uppfyllt. Ny teknik används för att utveckla tillgänglighetstjänsterna b land annat inför valet. 3.9	6.4 3.9
<b>ST12</b> Minoritetsspråk Förstasändningar ska öka under tillståndsperioden	Bolagsgemensamt minoritetsspråksindex för förstasändningar samt för det totala utbudet där bolagen ligger över indexmål (2019). SVT sänder program på 35 olika språk förutom minoritetsspråken och i nyhetssändningarna har cirka 85 olika språk översatts till svenska, varav ukrainska har ökat kraftigt. SVT har haft dialog med en rad användargrupper.	6.5 6.6
<b>ST13</b> Opartiskt och sakligt	14 fällningar 2022 vilket är i nivå med 2021. SVT analyserar årligen i detalj yttranden och fällningar och anpassar utbildningsverksamheten och rådgivningen utifrån analysen.	3.5
<b>ST14</b> Genmåle	SVT ger utrymme till genmåle enligt kraven.	3.5
<b>ST15</b> Enskildes privatliv	SVT respekterar enskilda privatliv enligt kraven. Satsning på utbildningar under året.	3.5
<b>ST16</b> Tv:s särskilda genomslagskraft	Utbildningar genomförs bland annat för nyanställda.	3.5

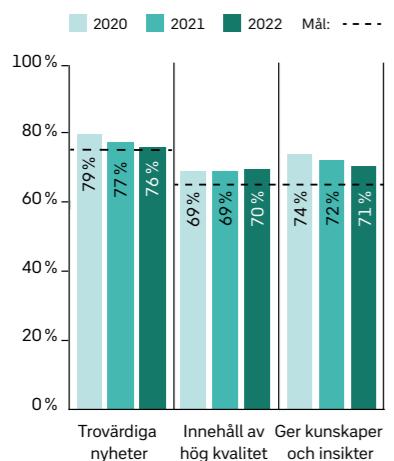
<b>ST17</b>	Reklam	SVT sänder inte reklam.	3.5
<b>ST18</b>	Direkt sponsring	Antalet evenemang som sponsrats har inte överskridit villkoret om max 20 st.	7.1
	Indirekt sponsring	Tydliga rutiner och utbildningar om indirekt sponsring.	3.5
<b>ST19</b>	Bestämmelser om sponsringsmeddelande	SVT har lämnat sponsringsmeddelanden vid sponsrade program.	3.5
<b>ST20</b>	Reklam enligt §17	Reglerna följs.	3.5
<b>ST21</b>	Produktplacering	Ingen produktplacering förekommer.	3.5
<b>ST22</b>	Hög säkerhet	Endast 57 program hade störningar över 60 sekunder. SVT arbetar för att säkerställa hög säkerhet genom tekniska lösningar, rutiner och i avtal.	3.10
<b>ST23</b>	Sända meddelande	SVT har 38 gånger sänt viktigt meddelande till allmänheten (VMA) enligt villkoren.	3.10
<b>ST24</b>	Beredskapsarbete utifrån helhetssyn	SVT bedriver beredskapsarbete utifrån såväl fredstida kriser som höjd beredskap. SVT skickar årligen in en beredskapsplan till MSB och kulturdepartementet. Planlagd utbildnings- och övningsverksamhet bedrivs.	3.10
<b>ST 25</b>	Höjd beredskap	Höjd beredskap har inte rått i landet.	

Villkor	Utfall	Kapitel
<b>MV1</b>	Verksamheten ska bedrivas rationellt.	SVT beskriver sin effektivitet. SVT beskriver sin produktivitet. SVT samarbetar med UR och SR. 2.1–2.5 7.3, 7.5
<b>MV2</b>	Kärn- och kompletterande verksamhet	Definitionen beskrivs och god balans råder. Verksamheten på internet beskrivs. 4.4 4.2
<b>MV3</b>	Sidoverksamhet	Verksamheten beskrivs utförligt och delas upp i separata resultatområden. 7.4
<b>MV4</b>	SVT, SR och UR ska avstå medel för Sveriges Radio Förvaltnings AB:s kostnader.	SVT avstår medel enligt avtal. 7.1 7.5
<b>MV5</b>	SVT ska betala SVT:s och UR:s sammanlagda distributionskostnader.	SVT betalar SVT:s och UR:s distributionskostnader enligt avtal. 7.2
<b>MV6</b>	SVT:s sändningar riktade till Sverige ska kunna tas emot av allmänheten utan villkor om särskild betalning.	Ingen särskild avgift erfordras för att ta emot SVT:s sändningar i Sverige. 4.2
<b>MV7</b>	SVT ska delta i den tekniska utvecklingen av produktions- och distributionsteknik för tv. Egna plattformar ska prioriteras.	SVT har deltagit i den tekniska utvecklingen. SVT:s innehåll distribueras på flera plattformar och de egna prioriteras. 3.9 4.2 4.3
<b>MV8</b>	Utforma utbud så att så många som möjligt kan tillgodogöra sig.	SVT:s utbud kan tas emot på många olika sätt. Egensändningar sker i marknät, satellit och över öppna internet. Sändningarna vidaresänds också över kabel och IPTV. Utbud tillhandahålls även i beställ-tv. 4.2
<b>MV9</b>	SVT ska ha öppna och tydliga riktlinjer för distribution på plattformar som inte är egna.	SVT har tagit fram riktlinjer. 4.3
<b>MV10</b>	SVT:s sändningar i Finland och övriga världen ska bärta sina egna kostnader.	SVT bedriver inga sändningar av den typen 2022.

<b>MV11</b>	Kärn-, kompletterande och sidoverksamhet	Beskrivs på ett flertal ställen i redovisningen. Främst i kapitel 4 och kapitel 7.	4.4 7.4
<b>MV 12</b>	Överenskommelser mellan bolagen	Överenskommelser har gjorts mellan bolagen och sänts in till Kulturdepartementet och MPRT.	6.5
<b>MV 13</b>	Anmälan av nya permanenta tjänster och väsentligen förändrade tjänster.	Inga nya tjänster har startats och inga tjänster väsentligen ändrats under 2022.	3.7
<b>MV 14</b>	Decentraliserad organisation	SVT har en decentraliserad organisation.	3.6
<b>MV 15</b>	55-procent av produktion utanför Stockholm	64% av all allmän-tv producerades utanför Stockholm.	5.5
<b>MV 16</b>	Olika självständiga nyhetsredaktioner	Delegerat utgivarskap i decentraliserad organisation.	6.1
<b>MV 17</b>	Nyhetsverksamheten ska ta hänsyn till kvalitativa nyhetsmediers konkurrensförutsättningar.	SVT har tagit hänsyn genom bland annat fokus på rörlig bild, dialog, restriktiva citeringar och samarbeten.	3.4 6.1
<b>MV 18</b>	Teckenspråkig miljö	Teckenspråksprogrammen bedrivs på tvåspråkiga arbetsplatser vilket innefattar svenska teckenspråk och svenska.	6.5
<b>MV 19</b>	SVT ska bidra till att stärka en livskraftig produktionsmarknad i hela landet.	SVT har stärkt produktionsmarknaden i hela landet. Produktioner har spelats in över hela landet.	3.3 3.4
<b>MV20</b>	UR:s sändningstider	Avtal finns och ingen oenighet har uppstått.	4.1
<b>MV 21</b>	Upphörande av sändningstillstånd	Inte aktuellt.	
<b>MV 22</b>	Redovisning av uppdraget	Sker genom denna redovisning. Tillgodoräkning av internet gällande minoritetsspråk redovisas i kapitel 6.5.	6.5
<b>MV23</b>	Redovisning av uppdraget	Sker genom denna redovisning, bland annat fördelningen i olika programkategorier.	5.3
<b>MV 24</b>	SVT, SR, UR ska utveckla PSR. SVT ska stimulera till offentlig diskussion om verksamheten.	Se 1.2. SVT har bidragit till att stimulera offentlig diskussion om verksamheten.	1.3 3.4
<b>MV 25</b>	Revisorer	Revisorer granskar denna redovisning. Revisorsintyg skickas med denna redovisning.	
	<b>Krav på tillgänglighet till tv-sändningar för personer med funktionsvariation enligt särskilt beslut. Svensktextning, syn- och teckenspråkstolkning samt uppläst text.</b>	Beskrivs i redovisningen.	6.4

## Kapitel 2

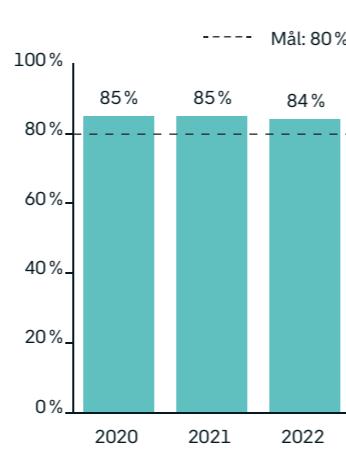
### 2.1.1 Värde för samhället



Källa: Kantar/Sifo (16–80 år)

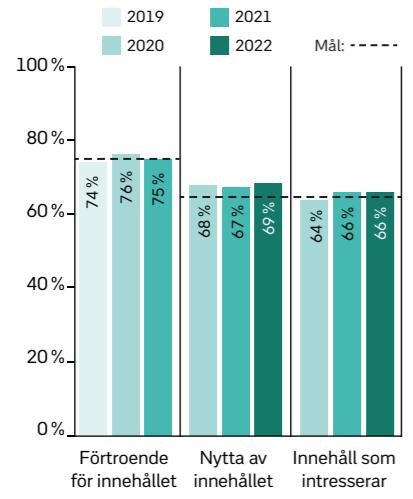
### 2.1.2 Räckvidd

SVT:s totala räckvidd per genomsnittlig vecka – Broadcast/online



Källa: Kantar/Sifo (9–80 år)

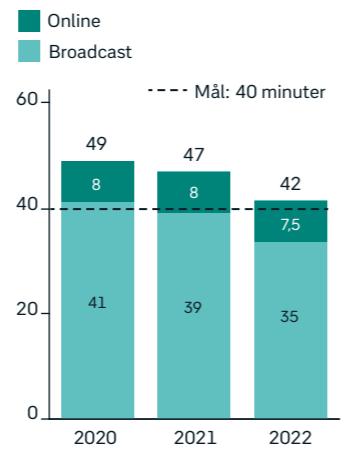
### 2.2.1 Värde för dig



Källa: SOM-undersökningen (16–85 år)  
Kantar (16–80 år)

### 2.2.2 Användning

SVT:s totala tittartid i min per genomsnittlig dag – Broadcast/online



Källa: MMS (3–99 år)

## Kapitel 3

### 3.2 Utomstående medverkan och andra samarbeten, mkr

Medverkande och programanställda

Mkr	2020	2021	2022
Arvoden	139,0	146,6	148,5
Programanställda	61,8	63,7	60,8
Summa	200,8	210,3	209,3

Andra slags produktionssamarbeten

Svenska	2020	2021	2022
Produktionsutläggningar	451,5	442,0	454,3
Samproduktioner	212,0	271,4	247,0
Förvärv	167,6	164,7	159,8
Summa	831,1	878,1	861,1

Utländska	2020	2021	2022
Produktionsutläggningar	4,2	1,0	0,0
Samproduktioner	15,6	9,5	13,1
Förvärv	273,9	258,0	255,2
Summa	293,7	268,5	268,3

STIM, IFPI/Sami, NCB	2020	2021	2022
Summa	79,6	78,3	73,9

Totalt	2020	2021	2022
	1 405,2	1 435,2	1 412,6

### 3.5.1 Yttranden och fällningar

i Granskningsnämnden för radio och tv



### 3.5.2 Fällningsgrunder

Ett program kan ha flera fällningsgrunder

	2020	2021	2022
Beriktigande	0	0	0
Genmäle	0	0	0
Genomslag	2	3	2
Gynnande	3	0	2
Offentliggörande	0	0	0
Opartiskhet	1	0	2
Privatlivet	3	0	0
Saklighet	4	9	8
Sponsring	0	0	0
Varning för våld	0	0	0
<b>Totalsumma</b>	<b>13</b>	<b>12</b>	<b>14</b>

## Kapitel 4

### 3.6.1 Antal anställda per ort 2022

Samtliga anställningsformer

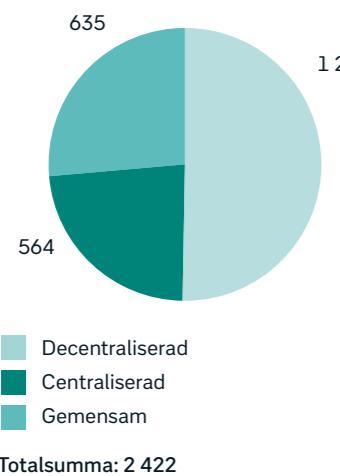


Ort	Antal
Arvidsjaur	2
Borås	1
Dorotea	1
Eskilstuna	16
Falun	48
Fagersta	1
Gävle	11
Göteborg, inkl. Angered	174
Halmstad	14
Helsingborg	8
Huddinge (Flemingsberg)	2
Hudiksvall	5
Jönköping	15
Kalmar	6
Karlshamn	1
Karlskrona	12
Karlstad	22
Kiruna	14
Kristianstad	1
Linköping	2
Luleå	24
Lund	1
Malmö	162
Märsta/Sigtuna	1
Norrköping	22
Norrtälje	1
Nyköping	1
Skara	1
Skellefteå	2
Stockholm, inkl Rinkeby	1567
Sundsvall	23
Sveg	1
Sälen	2
Söderälje	8
Uddevalla	2
Umeå	135
Uppsala	13
Visby	1
Västervik	1
Västerås	17
Växjö	45
Åmål	1
Örebro	18
Örnsköldsvik	2
Östersund	14
Övertorneå	1
Antal anställda	2 422

Ort	Antal
Märsta/Sigtuna	1
Norrköping	22
Norrtälje	1
Nyköping	1
Skara	1
Skellefteå	2
Stockholm, inkl Rinkeby	1567
Sundsvall	23
Sveg	1
Sälen	2
Söderälje	8
Uddevalla	2
Umeå	135
Uppsala	13
Visby	1
Västervik	1
Västerås	17
Växjö	45
Åmål	1
Örebro	18
Örnsköldsvik	2
Östersund	14
Övertorneå	1
Antal anställda	2 422

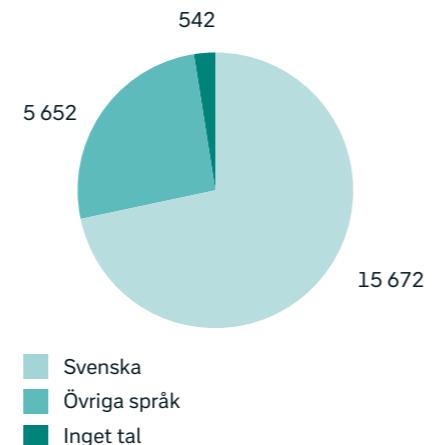
### 3.6.2 Antal anställda per organisationsform 2022

Samtliga anställningsformer



### 3.8 Svenska, andel och timmar 2022

Totalt: 21 866 timmar



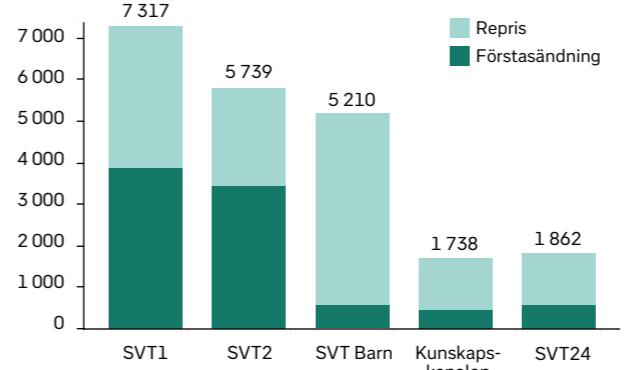
### 4.1 Sändningstid per kanal, timmar + lokalt utbud

	SVT1	SVT2	SVT Barn	Kunskapskanalen	SVT24	Summa
2020	Förstasändning	3 672	3 043	549	167	509
	Repris	3 871	2 582	4 645	1 544	1 517
	Total	7 543	5 625	5 194	1 711	2 027
2021	Förstasändning	3 910	3 457	516	217	612
	Repris	3 366	2 299	4 579	1 794	1 378
	Total	7 275	5 756	5 095	2 011	1 990
2022	Förstasändning	3 913	3 417	534	447	573
	Repris	3 404	2 321	4 676	1 292	1 289
	Total	7 317	5 739	5 210	1 738	1 862

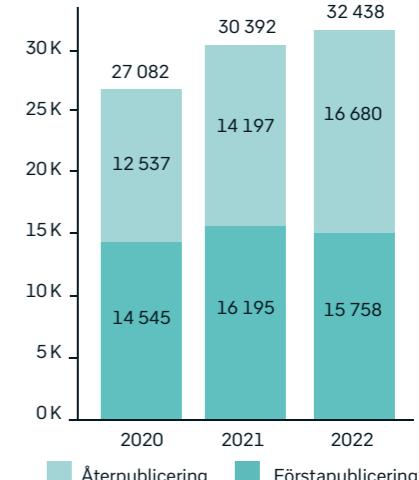
Inklusive lokala nyheter, totalt producerade timmar fördelade på 21 lokalredaktioner

Lokala nyheter	2020	2021	2022
Producerade timmar totalt	3 241	3 190	3 234
Sända timmar per redaktion	154	152	154

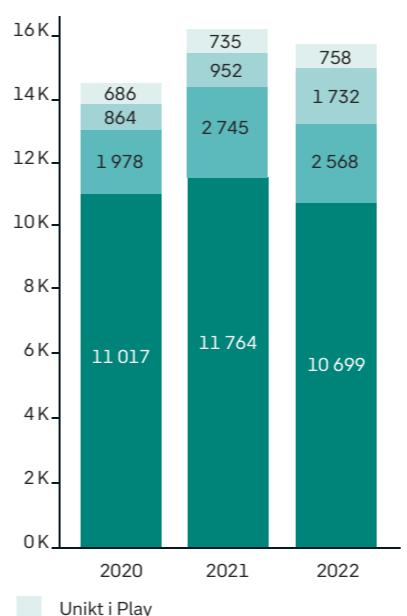
### 4.1 Sändningstid per kanal 2022, timmar



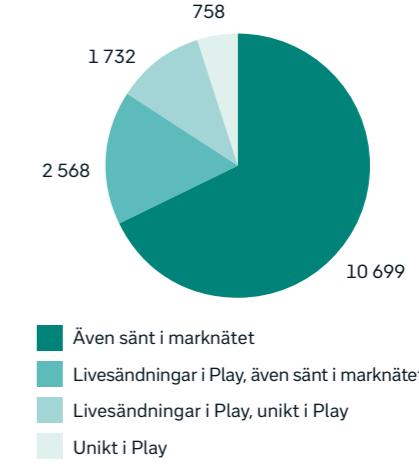
### 4.2.1 Tillgängligt i Play, timmar



### 4.2.2 Förstapubliceringar i Play, timmar

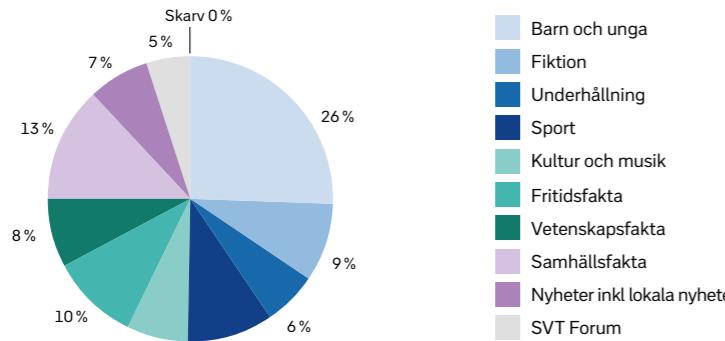


### 4.2.2 Förstapubliceringar i Play 2022, timmar



## Kapitel 5

### 5.3 Andel av utbudet per programkategori 2022



### 5.3 Utbud per programkategori, andel och timmar

	2020	2021	2022	
Barn och unga	5 648	26%	5 589	25%
Fiktion	2 985	14%	2 428	11%
Underhållning	1 254	6%	1 175	5%
Sport	1 199	5%	1 848	8%
Kultur och musik	1 614	7%	1 423	6%
Fritidsfakta	2 373	11%	2 285	10%
Vetenskapsfakta	2 136	10%	2 319	10%
Samhällsfakta	2 394	11%	2 504	11%
Nyheter inkl lokala nyheter	1 223	6%	1 209	5%
SVT Forum	1 260	6%	1 331	6%
Skarv	13	0%	17	0%
<b>Totalt</b>	<b>22 100</b>	<b>100%</b>	<b>22 126</b>	<b>100%</b>

### 5.4 Publikfrågor om Sverigespegling, i procent

	2020	2021	2022
Ha nyheter, innehåll och medverkande från alla delar av landet	70 %	70 %	75 %
Ha en jämfärd fördelning mellan kvinnor och män	66 %	64 %	68 %
Spela mångfalden av mäniskor i det svenska samhället	59 %	58 %	62 %
Ge utrymme för många olika åsikter och perspektiv	59 %	56 %	61 %
Spela åsikter och perspektiv som du känner igen dig i	56 %	54 %	58 %

Källa: Kantar (16–80 år)

## Kapitel 6

### 6.2 Film, beslutade samproduktioner 2022

Långfilm	41,1 Mkr	Kortfilm	4,9 Mkr
Madame Luna (2024)		At the window	
My Favourite Cake (2024)		The conquest of space	
Rom (2024)		Doris och Bettan	
Vem är stor? (2025)		Family Ties	
Årru (2025)		Kan någon berätta för mig att allt kommer att bli bra	
Blodmåne (2024)		Filmen är för vit	
Den svenska torpeden (2024)		Surprise	
Håkan bråkan 2 (2025)		Den offentliga kvinnan	
Kunskapens skog (2025)		Jörgen Hyltes Svåger	
Natatorium (2024)		Visit Varberg	
Oxygen Station (2024)		Nästet	
Rörelser (2025)		Balladen	
Super-Charlie Begins (2024)		The heart of an astronaut	
Så länge hjärtat kan slå (2025)		The Life of JB	
Vogter (2025)		Ropet från Falköping	
Värn (2024)		Place the sun set; the west	
		Gösta Petter-land	
		Torn	
		Madden	
		Röster från Asien	
		Attentat	
		Massacre of the innocents	
Talang	10,0 Mkr		
Biodlaren (2024)			
Düsseldorf Skåne (2024)			
Egghead Republic (2024)			
Glaspest (2023)			
Dokumentär	26,6 Mkr	Kulturdokumentär	8,4 Mkr
Öfvre Tensta fd Grannar lång fr Should I		Himlens Mörkrum 3	
Dox: After work		Bli som folk/Stina Stoor	
Lapp vs Same		Joyce Carol Oates	
Dox: Mullans son		Nina Hedenius	
Dox: Leaving Jesus		Notes on a journey	
Samlarna		Ett liv i Punkens tjänst - Tompa eken	
Den gröna kaplöpningen fd Ett fossilfritt Sverige		Jalava	
Jag är alltid din fritidsledare		Skateboard	
Dok 30 min: Bön för Örkelljunga		Ned i min källare - Gömmer mig i Eden	
Schlagergeneralen i USA		Livet är kort, konsten är lång - En film om Åke Göransson	
Dox: Breaking Social		Josef Frank	
Dialogpolisen		Teaterbåten	
Ingves och pengarna		Celtic Utopia	
Black Bird		Helen Adam utv.	
Frihetsrörelsen		Sworn to the dark	
ADAM BELALIA vs VÄRLDEN			
Ålskade Nancy			
Folkrace			
Twister			
Alexandra Charles: Allt jag valde att inte se			
Smokey och drömmen om hans VM			
Kampen om fjället (serie)			
Totalt	91,1 Mkr		

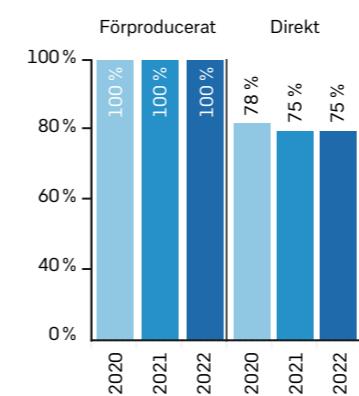
### 6.3 Barn och unga förstasändningar, timmar

Barn (3–11 år) 2022	Svenskt	Utländskt	Totalt
Fakta och nyheter	158	1	160
Kultur och konstnärliga upplevelser	132	232	364
<b>Totalt</b>	<b>290</b>	<b>233</b>	<b>524</b>
<b>Unga (12–19 år) 2022</b>	<b>Svenskt</b>	<b>Utländskt</b>	<b>Summa</b>
Fakta och nyheter	131	4	135
Kultur och konstnärliga upplevelser	127	10	137
<b>Totalt</b>	<b>258</b>	<b>14</b>	<b>272</b>
<b>Totalt barn och unga (3–19 år) 2022</b>			<b>796</b>
<b>Barn (3–11 år) 2021</b>	<b>Svenskt</b>	<b>Utländskt</b>	<b>Totalt</b>
Fakta och nyheter	166	0	166
Kultur och konstnärliga upplevelser	156	199	355
<b>Totalt</b>	<b>322</b>	<b>199</b>	<b>520</b>
<b>Unga (12–19 år) 2021</b>	<b>Svenskt</b>	<b>Utländskt</b>	<b>Summa</b>
Fakta och nyheter	105	30	135
Kultur och konstnärliga upplevelser	135	22	157
<b>Totalt</b>	<b>240</b>	<b>52</b>	<b>291</b>
<b>Totalt barn och unga (3–19 år) 2021</b>			<b>811</b>

Barn (3–11 år) 2020	Svenskt	Utländskt	Totalt
Fakta och nyheter	169	0	169
Kultur och konstnärliga upplevelser	137	206	343
<b>Totalt</b>	<b>306</b>	<b>206</b>	<b>513</b>
<b>Unga (12–19 år) 2020</b>	<b>Svenskt</b>	<b>Utländskt</b>	<b>Summa</b>
Fakta och nyheter	117	16	133
Kultur och konstnärliga upplevelser	100	29	129
<b>Totalt</b>	<b>217</b>	<b>45</b>	<b>263</b>
<b>Totalt barn och unga (3–19 år) 2020</b>			<b>776</b>

Avrundningsfel förekommer i tabell, redovisningen av utbudet sker i hela timmar, underlaget innehåller minuter.

### 6.4.1 Textningsgrad



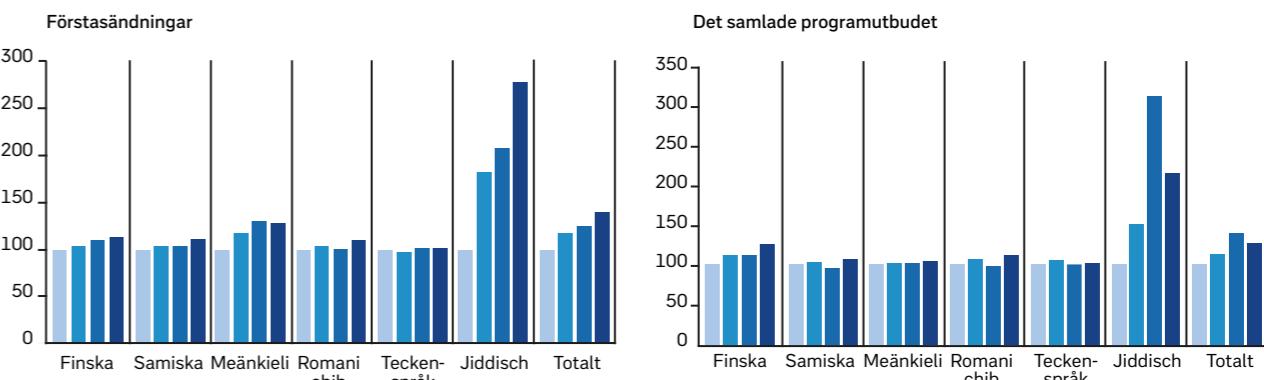
### 6.4.2 Syn- och teckenspråkstolkning i timmar

	2020	2021	2022
<b>Syntolkning</b>			
Sänt broadcast	622	693	651
Sänt internet	7	16	4
Tillgängligt on demand	342	335	319
<b>Totalt</b>	<b>972</b>	<b>1 044</b>	<b>974</b>
Max tillgängligt on demand 30 %	203	238	256
<b>Ny Total</b>	<b>832</b>	<b>947</b>	<b>911</b>
<b>Teckenspråkstolkning</b>			
Sänt broadcast	413	344	423
Sänt internet	275	268	208
Tillgängligt on demand	512	400	372
<b>Totalt</b>	<b>1 201</b>	<b>1 012</b>	<b>1 003</b>
Max tillgängligt on demand 30 %	203	238	256
<b>Ny Total</b>	<b>891</b>	<b>849</b>	<b>887</b>
<b>Krav</b>			
(andel av svenska)	676	792	853

### 6.5.1–6.5.2 Utveckling av minoritetsspråk

Sammantaget alla bolag, index

2022  
2021  
2020  
2019



### 6.5.1 Minoritetsspråk, förstasändningar alla bolagen, timmar och index

2019	SR	SVT	UR	Totalt
Finska	3 659	138	17	3 814
Meänkieli	376	24	4	404
Romani chib	157	31	7	195
Samiska	741	92	8	841
Teckenspråk	0	85	16	101
Jiddisch	3	2	1	6
<b>Totalt</b>	<b>4 936</b>	<b>372</b>	<b>53</b>	<b>5 361</b>

	SR	SVT	UR	Snitt
100	100	100	100	100
100	100	100	100	100
100	100	100	100	100
100	100	100	100	100
100	100	100	100	100
100	100	100	100	100
100	100	100	100	100

2020	SR	SVT	UR	Totalt
Finska	4 330	149	15	4 494
Meänkieli	382	25	5	412
Romani chib	158	32	7	197
Samiska	743	95	9	847
Teckenspråk	88	14	14	102
Jiddisch	4	2	3	8
<b>Totalt</b>	<b>5 616</b>	<b>391</b>	<b>53</b>	<b>6 060</b>

	SR	SVT	UR	Snitt
118	108	84	103	
102	104	142	116	
100	103	105	103	
100	103	106	103	
104	90	97		
127	100	318	182	
109	104	141	117	

2021	SR	SVT	UR	Totalt
Finska	4 319	152	18	4 488
Meänkieli	381	29	6	415
Romani chib	157	29	7	193
Samiska	741	86	10	837
Teckenspråk	0	90	16	106
Jiddisch	5	2	3	10
<b>Totalt</b>	<b>5 601</b>	<b>388</b>	<b>60</b>	<b>6 049</b>

	SR	SVT	UR	Snitt
118	110	101	110	
101	121	155	126	
100	94	109	101	
100	93	117	103	
-	106	101	103	
152	100	365	206	
114	104	158	125	

2022	SR	SVT	UR	Totalt
Finska	4 319	155	19	4 493
Meänkieli	381	25	6	412
Romani chib	157	35	9	201
Samiska	738	103	10	851
Teckenspråk	0	85	17	102
Jiddisch	9	3	3	15
<b>Totalt</b>	<b>5 604</b>	<b>405</b>	<b>64</b>	<b>6 074</b>

	SR	SVT	UR	Snitt
118	112	110	113	
101	104	168	124	
100	112	130	114	
100	112	121	111	
-	100	107	103	
293	167	383	281	
142	118	170	141	

### 6.5.2 Minoritetsspråk, totalt alla bolagen, timmar och index

2019	SR	SVT	UR	Totalt
Finska	7 502	377	42	7 921
Meänkieli	1 107	62	19	1 188
Romani chib	444	76	20	540
Samiska	1 428	162	21	1 611
Teckenspråk	0	226	37	263
Jiddisch	7	3	3	13
<b>Totalt</b>	<b>10 488</b>	<b>906</b>	<b>142</b>	<b>11 536</b>

SR	SVT	UR	Snitt
100	100	100	100
100	100	100	100
100	100	100	100
100	100	100	100
100	100	100	100
100	100	100	100
100	100	100	100

2020	SR	SVT	UR	Totalt
Finska	7 495	467	46	8 008
Meänkieli	1 123	66	19	1 208
Romani chib	446	85	22	553
Samiska	1 432	175	21	1 629
Teckenspråk	0	241	38	279
Jiddisch	9	5	5	18
<b>Totalt</b>	<b>10 505</b>	<b>1 039</b>	<b>151</b>	<b>11 694</b>

SR	SVT	UR	Snitt
100	124	109	111
101	106	100	102
100	112	108	107
100	108	101	103
107	104	105	
123	167	163	151
105	121	114	113

2021	SR	SVT	UR	Totalt
Finska	7 477	407	53	7 937
Meänkieli	1 118	66	18	1 202
Romani chib	444	77	19	540
Samiska	1 428	150	20	1 597
Teckenspråk	0	227	37	264

## Kapitel 7

### 6.5.3 Minoritetsspråk i SVT, timmar

Förstasändningar och totalt

	Finska	Samiska	Meänkieli	Romani Chib	Teckenspråk	Jiddisch	Totalt	
2019	Första	138	92	24	31	85	2	372
	Totalt	377	162	62	76	226	3	906
2020	Första	149	95	25	32	88	2	391
	Total	467	175	66	85	241	5	1 039
2021	Första	152	86	29	29	90	2	388
	Total	407	150	66	77	227	10	937
2022	Första	155	103	25	35	85	3	405
	Total	482	174	66	87	226	7	1 042

### 6.5.4 Minoritetsspråk online 2022, timmar

2022	Finska	Samiska	Meänkieli	Romani Chib	Teckenspråk	Jiddisch	Totalt
Förstapubliceringar	148	100	25	35	90	3	401
Totalt on demand	241	154	62	57	228	7	749
2022	Finska	Samiska	Meänkieli	Romani Chib	Teckenspråk	Jiddisch	Totalt
Live i Play		9			8		17
Unikti i Play	11	7	2	7	9		36
Totalt	11	16	2	7	17		53

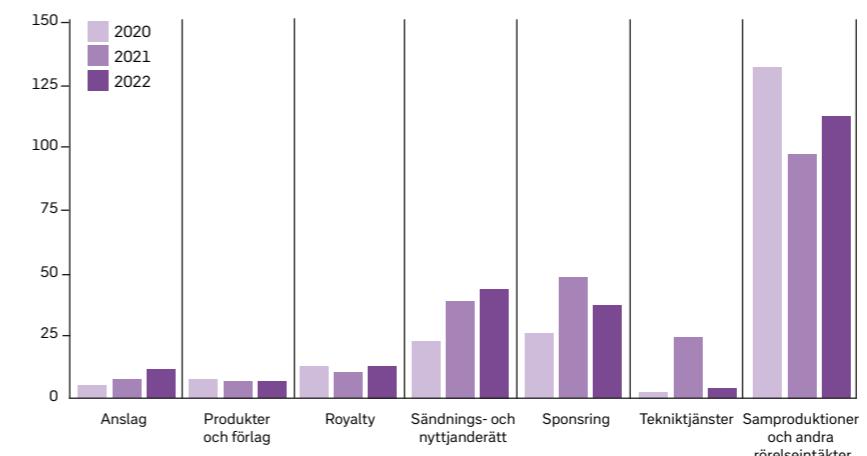
### 6.5.5 Minoritetsspråken i målgrupper, timmar

	Finska	Samiska	Meänkieli	Romani Chib	Teckenspråk	Jiddisch	Totalt	
2019	Vuxna	316	113	32	48	166	3	678
	Barn 3–11	34	22	13	4	40		114
	Unga 12–19	28	27	17	24	20		115
	Total	377	162	62	76	226	3	906
2020	Vuxna	333	103	23	33	180	5	676
	Barn 3–11	37	53	13	12	41		156
	Unga 12–19	96	20	30	40	21		207
	Total	467	175	66	85	241	5	1 039
2021	Vuxna	336	106	15	32	156	10	655
	Barn 3–11	38	27	24	23	49		162
	Unga 12–19	32	16	28	22	21		120
	Total	407	150	66	77	227	10	937
2022	Vuxna	437	129	36	18	157	7	783
	Barn 3–11	30	38	16	36	41	1	163
	Unga 12–19	15	8	14	32	28	0	97
	Total	482	174	66	87	226	7	1 042

### 7.1.1 Verksamhetens intäkter, mkr

Mkr	2020	2021	2022
Erhållna avgiftsmedel från rundradiokontot	5 041,2	5 142,0	5 244,9
Korrigeringar mellan programbolagen	-6,8	-4,0	-4,0
Totalt erhållna avgiftsmedel	5 034,4	5 138,0	5 240,9
Avgiftsmedel överförd till RIKAB	0,0	0,0	0,0
Avgiftsmedel överförd till SRF	-92,8	-96,2	-107,2
Delsumma överförd avgiftsmedel	-92,8	-96,2	-107,2
Netto erhållna avgiftsmedel	4 941,6	5 041,8	5 133,7
Förändring skuldförda avgiftsmedel *)	-412,3	-14,7	-106,2
Summa intäktsförda avgiftsmedel	4 529,3 95%	5 027,1 95%	5 027,5 95%
Övriga intäkter	204,8	224,2	223,8
Summa övriga intäkter	204,8 4%	224,2 4%	223,8 4%
Summa	4 734,1 99%	5 251,3 99%	5 251,3 99%
Sidoverksamhet	45,2 1%	51,3 1%	53,5 1%
Summa intäkter	4 779,3 100%	5 302,6 100%	5 304,8 100%

### 7.1.2 Övriga intäkter exklusive sidoverksamhet, mkr



### 7.1.2 Övriga intäkter exklusive sidoverksamhet, mkr

Mkr	2020	2021	2022
Anslag	4,2	6,2	10,0
Produkter och förlag	6,1	5,9	5,8
Royalty	11,0	8,7	11,8
Sändnings- och nyttjanderätt	22,5	37,7	43,0
Sponsring	25,8	48,7	37,5
Tekniktjänster	1,7	24,8	3,0
Samproduktioner och andra rörelseintäkter	133,5	92,2	112,7
Totalsumma	204,8	224,2	223,8

### 7.1.2 b Tabell övriga intäkter inklusive intäkter från kommersiella samarbeten 2022

Kategorier	Exempel	Mkr	Typ av aktör	Exempel på vem	Exempel på vad	Varav kommersiella	Samtliga aktörer vid intäkter från kommersiella samarbeten	Samtliga produktioner vid intäkter från kommersiella samarbeten
Anslag	Bidrag från staten	10	Stat och myndighet	MSB	Särskild beredskapsverksamhet			
Produkter och förlag	Direkt programrelaterad försäljning	5,8	Allmänheten samt partihandel med pappersvaror	Alik Hedlund AB	Försäljning av pappersjulkalender			
Royalty	Royalties från film och drama där SVT varit samproducent	11,8	Tv-bolag, produktionsbolag samt distributörer	B-Reel Films AB, Banijay Rights Ltd, European collection agency, Filmplace International AB, Matador Film AB, Viaplay Studios Sweden AB	En man som heter Ove, Jag är Zlatan, Sune – midsommar, Bron, Tjockare än vatten, Äkta mäniskor			
Sändnings- och nyttjande-rätter	Vidareförsäljning av rätten att visa olika sportevenemang eller andra rättigheter SVT har	43,0	Andra mediebolag	Aftonbladet Hierta AB, Danmarks radio, FLX TV AB, NRK AS, TV2 Danmark A/S, TV4 AB, Viaplay Group UK Ltd, Yleisradio Oy	Fotbolls-EM damerna, Fotbolls-VM herrar, Spelskandalen, Svensk ishockey, Tunna blå linjen			
Sponsring	Intäkter från försäljning av exponering på sponsorsskyltar	37,5	Intäkter via företag som sköter försäljningen	More Space	Exempel på sponsorer: Autoexperten, Elon, ICA, Kaminxperter, Mazda, Pantamera, Westfield Mall of Scandinavia			
Tekniktjänster	Försäljning av tekniska resurser	3,0	Företag inom tv-verksamhet	FLX TV AB, Monkberry, Svensk Förförfatningsrätt AB, TV4 Media AB	Försäljning och uthyrning till andra tv-bolag av tekniska resurser tex vid SM i friidrott och Diamond League			
Samproduktioner och andra rörelseintäkter	Bidrag från andra samproducenter där SVT producerar produktionen. Totalt cirka 30 produktioner. Valutavinster, telefonintäkter, försäljning inventarier, nordiskt EU-kontor	112,7	Andra tv-bolag, film- och tv-fonder, externa produktionsbolag. I övrigt blandade. För de kommersiella samarbetena kommer intäkterna från samproducenter, rättighets- och evenemangs företag	Danmarks radio, NRK, Radiohjälpen, YLE	Lönebidrag, Nordiskt EU-kontor, valutavinster, Världens barn	87,8	Bister AB, Danmarks Radio, European Collection Agency A/S, Irisfilm AB, Kärnfilmer AB, Live Nation AB, Nobel, Nordiska TV-samarbetsfonden, Nordvisionssekretariatet, NRK A/S, Prize Outreach AB, RUV, TV2 Danmark, YLE	Allt som blir kvar, Bakom Tunna blå linjen, Bror, Den försvunna historien, Det krokiga och det raka - en film om arkitekten C, Detektiven från Beledweyne, Draken och de sju prinsessorna, Eagles, Fak patient, Fusk i spelvärlden, Fångelseexperimentet Little Scandinavia, Hajibaffären, Intervision - närmisk schlager rev ner järn, Kalla fall, Kamprads miljoner, Konsten att skapa filmmusik, Laleh, LEA, Markattalabba, Melodifestivalen, NPF-diagnoser, Nelly Rapp, Nobel, Nordic Beats, Pilot Fifa, Pilot Nordic Championship week, På spåret, Selma, Sov gott med Batra, Spelskandalen, Stopp, Strula, Sune - midsommar, Tajma, Tunna blå linjen, Tuta Alfon, UG, Ur spår, Veronica, Ålskade hatade låtar
		223,8				87,8		

### 7.1.2 c Övriga intäkter, inklusive intäkter från kommersiella samarbeten

Typ av intäkt	2020		2021		2022	
	Varav kommersiella	Totalt	Varav kommersiella	Totalt	Varav kommersiella	Totalt
Anslag		4,2		6,2		10,0
Produkter och förlag		6,1		5,9		5,8
Royalty		11,0		8,7		11,8
Sändnings- och nyttjanderätter		22,5		37,7		43,0
Sponsring		25,8		48,7		37,5
Tekniktjänster		1,7		24,8		3,0
Samproduktioner och andra rörelseintäkter		133,5		95,6		70,7
<b>Totalsumma</b>		<b>204,8</b>		<b>95,6</b>		<b>70,7</b>
						<b>223,8</b>
						<b>87,8</b>

### 7.1.3 Sponsring i SVT 2022

Alla sponsrade sändningar i broadcast, inkl. sammandrag, studioprogram och repriser

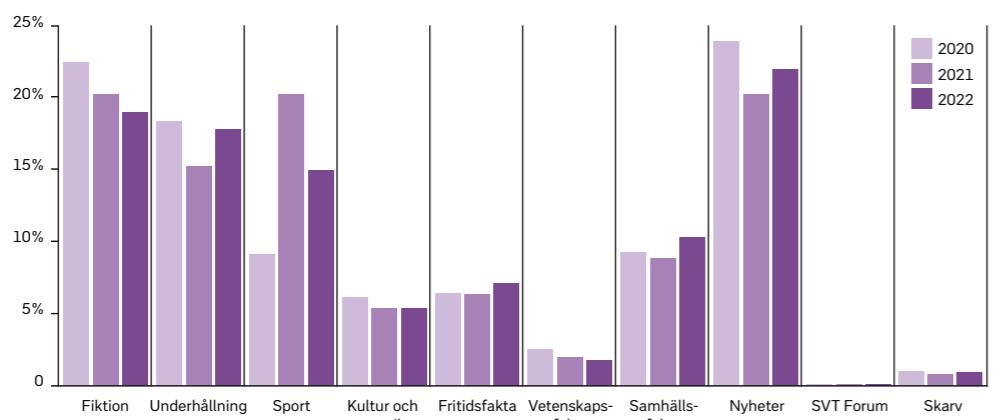
19 Sportevenemang + finalen i Melodifestivalen	Antal sändningar i broadcast	Antal billboards i broadcast
Fotbolls-VM herrar, Qatar (21 nov–18 dec)	64	170
Fotboll: EM, damer (England 8–31 juli) 15 matcher	38	77
Friidrott: VM (Oregon 15–24 juli)	50	105
EM-veckan (München 11–21 aug)	33	118
SM-veckan vinter 2022 (Piteå 23–29 mars)	14	47
Fotboll: Landskamper (Damlandslaget)*	6	24
Skidor: Ski Classics (Långlopp)	17	34
Fotbollsstudion (Allsvenskan)	22	44
Alpint: Världscupen vår/höst (Österrike/Schweiz)	27	51
Paralympics (Peking 4–13 mars)	39	58
Innebandy-VM (5–13 nov)	11	30
Skidskytte: Världscupen (vår/höst)	60	111
Hockeykväll: (SHL vår/höst)	29	58
Motor: WRC, inkl Svenska Rallyt	55	102
SM-veckan sommar 2022 (Linköping 27 juni–3 juli)	11	57
Ridsport-VM (Danmark 6–14 aug)	13	20
Ishockey: Junior-VM (2022/2023)	13	59
Friidrott: Diamond League	7	14
Ishockey: Champions Hockey League (CHL)	28	76
Finalen: Melodifestivalen	5	10
<b>Summa</b>	<b>542</b>	<b>1 265</b>
<b>Antal företag/varumärken: 67 st</b>		
<b>Intäkt totalt: 37,5 milj.</b>		

\*Posten "Fotboll Landskamper (damlandslaget)" innehåller 2022 liksom 2021 en serie matcher som damlandslaget i fotboll måste spela för att kvalificera sig till VM

## 7.2.1 Verksamhetens kostnader, mkr

Mkr	2020	2021	2022	
Programkostnader	3 694,5	77%	4 230,5	80%
Distributionskostnader	193,1	4 %	162,4	3 %
Övriga kostnader	846,5	18 %	858,5	16 %
<b>Summa</b>	<b>4 734,1</b>	<b>99 %</b>	<b>5 251,4</b>	<b>99 %</b>
Sidoverksamhet	35,7	1 %	43,0	1 %
<b>Summa kostnader</b>	<b>4 769,8</b>	<b>100 %</b>	<b>5 294,4</b>	<b>100 %</b>

## 7.2.2 Andel av totala kostnader per programkategori



## 7.4 Sidoverksamhet, mkr

		2020	2021	2022
Produktionsresurser	Intäkter	13,4	19,4	19,0
	Kostnader	11,3	17,1	16,8
	Gemensamt påslag	1,8	1,9	2,0
	Resultat	0,3	0,4	0,2
Hela tv-program	Intäkter	4,9	4,3	4,5
	Kostnader	2,3	1,5	1,5
	Gemensamt påslag	0,7	0,4	0,5
	Resultat	1,9	2,4	2,5
Försäljning rättigheter	Intäkter	7,1	7,1	7,6
	Kostnader	3,6	3,6	3,6
	Gemensamt påslag	0,9	0,7	0,8
	Resultat	2,6	2,8	3,2
Arkivförsäljning	Intäkter	7,9	7,5	8,6
	Kostnader	2,8	3,0	3,4
	Gemensamt påslag	1,1	0,8	0,9
	Resultat	4,0	3,7	4,3
Rekvista o kostym	Intäkter	11,9	13,0	13,8
	Kostnader	7,0	10,7	12,0
	Gemensamt påslag	1,6	1,3	1,4
	Resultat	3,3	1,0	0,4
Totalt	Intäkter	45,2	51,3	53,5
	Kostnader	27,0	35,9	37,3
	Gemensamt påslag	6,1	5,1	5,6
	Skatt	2,6	2,1	2,2
	Resultat	9,5	8,2	8,4

## 7.2.2 Andel av totala kostnader per programkategori, mkr

Mkr	2020	2021	2022	
Fiktion	1 064,8	22%	1 070,3	20%
Underhållning	869,3	18%	798,9	15%
Sport	438,8	9 %	1 069,0	20 %
Kultur och Musik	290,7	6 %	283,7	5 %
Fritidsfakta	311,1	7 %	334,9	6 %
Vetenskapsfakta	124,7	3 %	107,1	2 %
Samhällsfakta	444,1	9 %	465,6	9 %
Nyheter	1 132,3	24 %	1 068,6	20 %
SVT Forum	5,2	0 %	5,4	0 %
Skarv	53,2	1 %	47,9	1 %
<b>Summa</b>	<b>4 734,1</b>	<b>100 %</b>	<b>5 251,4</b>	<b>100 %</b>

# Bilaga 1

## Riktlinjer gällande distribution av SVT:s innehåll och tjänster på externa plattformar

Dessa riktlinjer har sin grund i den övergripande policy som SVT tillämpar på all distribution. Nedan sammanfattas först vissa delar av SVT:s distributionspolicy och därefter beskrivs SVT:s utgångspunkter för hur dessa tillämpas på externa plattformar.

För att SVT ska kunna uppfylla sitt public service-uppdrag behöver utbudet vara tillgängligt så att så många som möjligt kan tillgodogöra sig det. Det är även en tydlig förväntan från publiken. Det innebär att utbudet behöver distribueras på olika plattformar, som marknät, satellit, kabel, IPTV och internet. SVT bedriver egensändning av de linjära kanalerna – i dag SVT1, SVT2, SVT Barn, SVT24 och Kunskapskanalen – i marknätet, via satellit och över internet. De linjära kanalerna vidaresänds av andra aktörer i kabelnät, IPTV-nät och över internet. SVT:s on demand-utbud distriбуeras på internet via SVT:s egna webbplatser och applikationer. De program som vidaresänds i linjära kanaler kan även tillgängliggöras som on demand av tv-operatörer. Vid distribution på internet är SVT:s egna webbplatser och applikationer prioriterade.

### Likabehandling

SVT utgår från likabehandling i relationerna till externa plattformar. Det betyder att aktörer med jämförbara tekniska förutsättningar och affärsupplägg behandlas lika, men också att SVT:s avtal kan skilja

sig mellan aktörer med olika förutsättningar. SVT har inte möjlighet att teckna avtal med alla som önskar ingå distributionsavtal med SVT och prioriterar därför distributionssamarbeten som inte kräver särlösningar. SVT deltar i utvecklingen när det gäller produktions- och distributions-teknik och har en öppen inställning till nya möjligheter att tillgängliggöra programutbudet. I praktiken måste dock avvägningar göras mellan kostnader och nyttan för allmänheten.

### Vidaresändning av linjära kanaler

All vidaresändning av SVT:s linjära kanaler ska ske samtidigt och oförändrat i förhållande till den ursprungliga sändningen. I de fall där vidaresändningen omfattas av vidaresändningsplikt, ska sändningarna ha det innehåll som är avsett att tas emot inom visst geografiskt område (lokala sändningar). Avvikelse (digital/analog-omvandling, begränsning av antalet programtjänster) regleras av lag och rätts-tillämpning.

### On demand vid vidaresändning av linjära kanaler

TV-operatör som vidaresänder SVT:s linjära kanaler ges möjlighet att inom sina plattformar erbjuda omstart och/eller tillgängliggörande på begäran i upp till sju dagar (s.k. catch-up) av program som sänds i SVT:s linjära kanaler. Licens ges med stöd av avtalslicens som regleras i avtal med Copyswede.

### Sociala nätverk

SVT använder sociala nätverk för marknadsföring och dialog med publiken. Syftet med innehåll i sociala nätverk är att skapa kännedom och engagemang för att öka användningen av innehåll på SVT:s egna webbplatser och applikationer.

### Övergripande utgångspunkter för distribution på externa plattformar

I förhållande till varje enskild plattform görs en bedömning av om, och i så fall på vilket sätt, SVT:s utbud ska finnas på plattformen. Centrala utgångspunkter som alltid ska vägas in är a) i vilken grad den aktuella plattformen bidrar till att förankra publikens tillgång till och användning av SVT:s innehåll och tjänster och b) SVT:s oberoende i förhållande till kommersiella aktörer. Sammantaget är detta avgörande för att SVT ska kunna upprätthålla allmänhetens förtroende för verksamheten. Dessa centrala utgångspunkter bryts ner i nedanstående områden utifrån vilka SVT gör en helhetsbedömning och löpande uppföljningar av plattformen.

**A) Redaktionell kontroll och publicistiskt ansvar.** SVT ska kunna upprätthålla redaktionell kontroll och publicistiskt ansvar. Plattformar får inte förändra eller försvansa SVT:s innehåll, metadata eller presentera SVT:s utbud med material som inte tillhandahållits av SVT. SVT:s utbud

utgör en helhet. Plattformar tillåts inte välja att tillhandahålla delar av utbudet.

formen använder data som genereras från användning av SVT:s program och tjänster.

**B) Tydlig varumärkesexponering.** SVT ska tydligt framgå som avsändare av SVT:s utbud. SVT ska ha tillräckliga möjligheter att inom plattformen exponera relevanta varumärken så att publiken lätt kan identifiera vad som är SVT:s innehåll och tjänster.

**C) Framträdande placering.** SVT:s program och tjänster bör ges en framträdande exponering och inte missgynnas i förhållande till andra innehållsleverantörer.

**D) Tillgängligt och används av många.** SVT prioriterar plattformar som är tillgängliga för och används av stora delar av befolkningen. Oprövade och mindre plattformar bedöms utifrån dess framtida potential. Plattformar kan även prioriteras för att nå särskilda målgrupper. De ska i största möjliga utsträckning vara tillgängliga för personer med funktionsvariationer.

**E) Fritt tillgängligt.** Vid sidan om kostnader för till exempel internetabonnemang och datrafik ska det inte krävas särskild betalning för SVT:s innehåll och tjänster.

**F) Tillgång till data.** SVT ska ha tillgång till data inom plattformen relaterat till SVT:s innehåll och tjänster. SVT ska eftersträva kännedom gällande hur platt-

svt

