

A woman with long dark hair and large black sunglasses is eating a chocolate-covered ice cream cone. She is wearing a dark jacket and has her hands wrapped around the cone. The background shows a narrow city street with buildings and other people.

svt



Sveriges Televisions
public service-redovisning
2019

© Sveriges Television AB 2020

Kontakt: SVT Strategi, 105 10 Stockholm

Redaktör: Alexandra Björnstjerna Hjelm

Redaktion: Ulrika von Celsing, Marianne Falksveden, Johan Hartman,
Annaelisa Hedman, Pauline Klang Burvall, Johan Lindén, Tomas Lindhé,
Sara Ohlsson, Robert Olsson och Catarina Wilson.

Layout: Anna Markevärn

Omslag: Landet lyckopiller med Nour El Rafai. Foto: Pia Lehto/SVT
och vinnaren av Melodifestivalen 2019 John Lundvik.

Foto: Stina Stjernkvist/SVT. Övriga bilder SVT.

SVT äger rätt till bilder i dokumentet.

Tryck: Tryckservice i Ängelholm AB, 2020

Innehåll

1. Inledning	5
1.1 VD har ordet	5
1.2 SVT i ett föränderligt medielandskap	6
1.3 Årets redovisning	6
2. Det här vill SVT	10
2.1 Oberoende	10
2.2 Värde	11
2.3 Genomslag	12
2.4 Framtida målarbete	13
3. Detta har SVT bidragit med	14
3.1 Värde	14
3.2 Genomslag	19
4. Kvalitet och utveckling	21
4.1 Uppdragsprocess	22
4.2 Externa produktionsbolag	22
4.3 Publicistisk kontroll	22
4.4 Nya tjänster	26
4.5 Det svenska språket	26
4.6 Decentraliserad organisation	26
4.7 Teknisk eller annan utveckling	28
4.8 Beredskap och sändningskvalitet	29
5. Här finns SVT	30
5.1 Kanaler	30
5.2 Mottagningsplattformar	32
5.3 Kärnverksamhet och kompletterande verksamhet	32
6. Bredden i utbudet	37
6.1 Programkategorier	37
7. Särskilda uppdrag och målgrupper	39
7.1 Jämställdhet, mångfald och spegling	39
7.2 Nyheter och samhällsbevakning	43
7.3 Kulturuppdraget	49
7.4 Barn och unga	53
7.5 Tillgänglighet	59
7.6 Minoritetsspråk	63
7.7 Variation i produktionsformer	67
7.8 Folkbildning	68
7.9 Det samlande uppdraget	70
7.10 Möten och dialoger	72
8. Publik – användarna	75
8.1 Publikrörelsen från broadcast till online	75
8.2 Värdering av kanaler och tjänster	76
9. Resursanvändning	78
9.1 Intäkter	78
9.2 Kostnader	83
9.3 Produktivitetsökning och verksamhetsutveckling	85
9.4 Sidoverksamhet	89
10. Planer för framtiden	94
10.1 SVT:s förtroendeskapande arbete	94
10.2 SVT stärker säkerhets- och beredskapsarbetet	96
Referenslista för externa källor	98
Appendix	98

Inledning

1.1 VD HAR ORDET

Vi lever i spännande och utmanande tider. Tv-branschen är mitt i en stor omvälvning, där tv- och telekombolag går samman och globala internetkoncerner satsar på egna streamingtjänster. I Sverige väckte Telias köp av Bonnier Broadcasting stor debatt under 2019, liknande samarbeten fanns mellan andra aktörer samtidigt som rättighetspriserna ökade. TV-marknaden i stort blev allt mer internationell, allt mindre nationell. TV användes allt mer kommersiellt för att sälja något annat och knyta kunder till sig.

2019 stärkte också de internationella internetbolagen sitt grepp om de svenska reklamintäkterna, de lokala tidningsföretagens ekonomiska utmaningar växte och flera mindre tidningsbolag köptes upp av större.

2019 var därför ett år då det blev allt tydligare att SVT är en garant för att det finns ett oberoende svenskbasert utbud, som speglar hela landet och som bara har publikens intressen i fokus.

Varje vecka har i snitt nästan 8,5 miljoner svenskar samlats för att titta på SVT. De har sett *Sommarlov*, *Vår tid är nu*, *Melodifestivalen*, *Kulturfrågan Kontrapunkt* och *Vinterstudion*. De har följt program som har präglat samhällsdebatten som *Uppdrag granskning* avslöjanden om Swedbank och dokumentären om sångerskan Josefin Nilsson. De har följt älgarternas ankomst i direktsändning i *Den stora älgvandringen* och djupdykt i nutida musikhistoria i *Det svenska popundret*. *Eagles* och *Festen* har lockat stor publik bland inte minst de unga och julkalendern blev det mest sedda programmet online i Sverige hittills. Medievanorna har fortsatt att förändras snabbt, titningen på SVT Play ökade från 2018–2019 med hela 40 procent och SVT Nyheter online med 25 procent.

2019 uppmärksammades också SVT:s utbud internationellt. Till exempel vann SVT för första gången på över 20 år

två internationella Emmys – både för bästa barnprogram och bästa samhällsprogram – i konkurrens med tv-bolag från hela världen.

En av de viktigaste förändringarna under året var utvecklingen av den lokala journalistiken. Tre nya redaktioner öppnades på försök i Nyköping, Skövde och Kristianstad. Totalt hade SVT vid årets slut redaktioner på 37 platser i Sverige, en ökning från 27 på bara några år. De flesta svenskar bor i mellanstora städer och fler journalister på fler platser gör att SVT bättre kan bevaka ett Sverige i förändring. Publikens behov och intressen följdes på nya sätt bland annat genom projekt som Sverige möts och en rad event runt om i landet.

Genom egenutvecklad teknik drev SVT också på tv-branschen mot mer hållbara och effektiva lösningar. SVT var under vintern 2019 värd för två världsmästerskap som sändes med ny innovativ distansproduktion, alpina-VM i Åre och skidskytte-VM i Östersund. Tester med artificiell intelligens gjordes för att bland annat utveckla tillgängligheten för personer med funktionsvariation. Samarbeten med bland andra lokala tidningsföretag, med Sveriges Radio och Utbildningsradion samt med de nordiska public service-bolagen stärktes under året.

2019 var även ett historiskt år på andra sätt. Första januari infördes den nya public service-avgiften som alla är med och betalar. Det är uppfodrande och ett stort förtroende. SVT är hela Sveriges Television. Och i en allt mer internationell och digital tid är idén om en television som är i allmänhetens tjänst mer aktuell än någonsin.

Hanna Stjärne
vd SVT



Den stora älgvandringen. Foto: Jesper Stenmark/NRK

1.2 SVT I ETT FÖRÄNDERLIGT MEDIELANDSKAP

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

SVT följer också hur mediemarknaden utvecklas för att bättre förstå vilken roll SVT kan och ska ha för att på bästa sätt skapa värden för det svenska samhället och enskilda individer. Enligt IRM-undersökningen: ”De svenska hus-

hållens medieekonomi 2019”, som SVT medverkat till att få till stånd, är de totala medieutgifterna för ett genomsnittligt hushåll i Sverige knappt 20 000 kronor per år.

Den största utgiften är accesskostnader till olika media, tex mobilabonne-mang, som uppgår till 8 000 kronor per år och hushåll. Den näst största utgiften, drygt 6 400 kronor per år och hushåll, är för rörlig bild (IRM, 2019). Det är en minskning jämfört med tidigare år vilket bland annat beror på den nya finansieringsformen för public service som i de flesta fall inneburit en minskad kostnad. Däremot ökar hushållens kostnader för abonnemangstjänster för film och tv. Hushållens utgifter för public service har minskat med 15,6 procent jämfört tidigare år tack vare det nya finansieringssystemet. Samtidigt har hushållens utgifter för direktstreaming ökat med 63,4 procent och för abonnerad strea-

ming med 30,3 procent mellan åren 2017–2019. I huvudsak är det globala aktörer som Netflix som tar en stor del av marknaden med sitt övervägande anglosaxiska innehåll. Nytt för året är att hushållen kraftigt minskat sina investeringar i nyhets- och intressemedier så som populär- och fackpress.

Antalet svenskägda produktionsbolag fortsätter att minska i takt med att globala aktörer köper upp de svenska bolagen (Dagens media, 2019, oktober, 28). Den svenska produktionsbolagsmarknaden är i princip uppdelad på sex företagsgrupper varav endast en är svensk. Under 2019 köpte fransk-italienska Banijay Group, Endemol Shine vilket innebär att Banijay äger Meter Television, STO-CPH och Filmlance, Nordisk Film TV, Jarowskij, Mastiff och Yellowbird i Sverige. Banijay blir därmed marknadsledande i Norden.

Under året köptes TV4-gruppen, som



Roy Duke Zettergren en av tio nordamerikaner som kommit till Sverige för att upptäcka sina rötter ur programmet **Allt för Sverige**. Foto: Mattias Ankrah/SVT

gjorde sitt bästa resultat någonsin år 2018, av Telia (DI, 2019, februari, 14). Telias köp av en tv-aktör följer ett internationellt mönster av Telecom-bolags insteg på tv-marknaden. Dessa affärer riskerar en ökad konkurrens och ökade kostnader för sport- och andra attraktiva sändningsrättigheter.

Liksom de svenska tv-produktionsbolagen ägs den svenska dagspressen av allt färre aktörer (MPRTV, 2019). Bonnier och Schibsted ägde 2018 exempelvis 70 procent av den svenska dagspressen. Detta med bakgrunden att svensk dagspress har förlorat en tredjedel av sina annonsintäkter på tio år.

Antalet journalister har minskat i Sverige i takt med mediehusens rationaliseringar. Under 2019 försvann 300 journalistjänster enligt Journalistförbundet (Journalisten, 2019, december, 19). En granskning som mediehusen i Västerbotten gjort visar att antalet jour-

nalister i Västerbotten minskat med 20 procent medan kommunikatorerna har ökat med 15 procent (Andersson et al., 2019). En tredjedel av alla landets kommuner saknar lokala journalister på plats.

Utöver att antalet journalister har minskat i Sverige är det också vanligt att journalister utsetts för hot och trakasserier. Enligt en undersökning av Göteborgs universitet har en tredjedel av Sveriges journalister utsatts för hot under 2019 (Löfgren Nilsson, 2019 och Dagens media, 2019, augusti, 21.)

Rapportering om flyktingar och migration är den vanligaste orsaken till hot och trakasserier. En internationell trend att politiker riktar kritik mot massmedier och ibland utser medier till sina fiender kan också skönjas.

I ovan beskrivna utveckling är det centralt för SVT att verka i hela Sverige med en stark oberoende publicistik och

att samverka med andra svenska kvalitetsmedier och kreatörer för att säkerställa information och svenskt kvalitativt audiovisuellt innehåll till den svenska befolkningen. Ett samarbete som under året bland annat manifesteras i införandet av en gemensam Allmänhetens Medieombudsman och en Mediernas etiknämnd som omfattar den svenska pressen, public service och TV4.

1.3 ÅRETS REDOVISNING

För att tydligare visa hur SVT lever upp till sändningstillstånd, anslagsvillkor och tar hänsyn till Granskningsnämndens bedömning av PSR 2018, görs ett antal mindre förändringar i årets redovisning. Public service-redovisningen kommer att förkortas PSR i den här publikationen. Struktur, mätmetoder och indikatorer är däremot de samma

som i PSR 2018 för att ge möjlighet till jämförelse över tid.

Under tillståndsperioden har public service-redovisningarna år från år utvecklats och förbättrats genom att SVT beaktat Granskningens nämndens synpunkter. Exempel på detta är hur redovisningen av tillståndets krav på arbete med jämställdhet, mångfald och spiegling förbättrats samt utvecklingen av olika definitioner.

Upplägg och disposition för årets redovisning är till stor del även samordnad med Sveriges Radio, (SR) och Utbildningsradion, (UR). Det bör dock påpekas att företagen har skilda uppdrag och tolkningar av uppdragen varför det fortfarande finns olikheter i redovisningarna. Det är även skälet till att alla begrepp inte har samma definition. Bolagen eftersträvar likartade definitioner där det är möjligt.

SVT har valt att definiera ett antal centrala begrepp för att särskilja de tjänster företaget erbjuder. Med broadcast (traditionell tv) menas de sändningar som sker linjärt i marknätet, via satellit, kabel-tv och IPTV. Med online menas de simultansändningar av SVT:s fyra programtjänster som sker över öppet internet, andra livesändningar och on demand-tjänster, så kallad beställ-tv. De kallas också sändningar och tjänster på internet eller webben.

Vidare har SVT valt att tolka sändningarna av SVT1 och SVT2 i hd-kvalitet som rena parallellsändningar av de ordinarie kanalerna SVT1 och SVT2. Sändningarna i SVT1 och SVT2 i hd-kvalitet räknas därför inte in i sändningsstatistiken. Inte heller minoritetsspråk och tillgänglighetstjänster som parallellsänds i hd-kvalitet räknas in i sändningsstatistiken. Viktigt att påpeka är även att alla timmar som redovisas i PSR 2019 gäller sändningsstatistik för broadcast om inte annat tydligt anges.

SVT använder statistiskt kvantitativa indikatorer med jämförelser mellan åren

för att redovisa hur företaget lever upp till kraven i sändningstillstånd och anslagsvillkor, men kraven kan uppfyllas på flera sätt. SVT redovisar exempelvis utbud och arbetsrutiner för att beskriva hur företaget agerat för att leva upp till de olika villkoren. I PSR 2019 skiljer SVT även på krav som innebär en förändring och krav som enbart innebär att företaget ska nå ett tillstånd, exempelvis det om att vara en decentralisering organisation. De tidsserier som redovisas sträcker sig över tillståndsperioden 2014–2019, endast i undantagsfall är de kortare eller längre.

För att skapa tydlighet och möjlighet att jämföra har SVT också valt att ha samma kapitelindelning i PSR 2019 som i PSR 2018.

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

Kapitel 4 beskriver hur företaget arbetar med sina kärnprocesser och hur den publicistiska kontrollen utförs. Kapitlet beskriver även organisation och utveckling inom ett antal områden.

I kapitel 5 redovisas det totala utbudet fördelat på kanaler och tjänster på olika plattformar. I kapitel 6 redovisas bredden i utbudet fördelat på programkategorier.

I kapitel 7 redovisas uppföljningen av ett antal särskilda uppdrag för SVT och i kapitel 8 beskrivs hur publiken tar emot SVT:s samlade utbud.

Kapitel 9 redovisar intäkter, kostnader och sidoverksamhet samt hur företaget arbetar med produktivitetsförbättringar och i kapitel 10 redovisas planer för framtiden.

Efter de 10 kapitlen följer i år en referenslista för att ge läsaren möjlighet att gå till de externa källor SVT refererat till i den löpande texten.

Nytt för i år är ett appendix som följer efter referenslistan. I appendix har samtliga tabeller, grafer och figurer som

redovisats i den löpande texten samlats för att ge möjlighet till överblick och jämförelser.

För att tydligt redovisa hur SVT uppfyllt villkoren görs först en sammanfattning i appendix. Sammanfattningen innehåller samtliga villkor i sändningstillståndet och anslagsvillkoret med en hänvisning till kapitlet där resultatet kan utläsas men även med resultat i kortform.

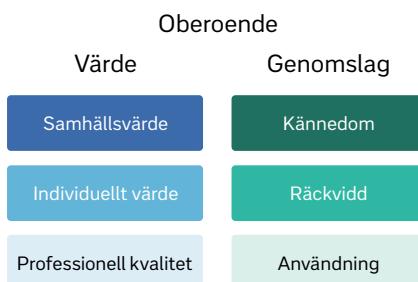
I appendix presenteras även det sammanvägda indexet gällande minoritetsspråk för samtliga public service-bolag samt ett antal tabeller som kompletterar de grafer som visas i den löpande texten. En del tabeller innehåller även historiska data.

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

2

Det här vill SVT

Utgångspunkten för SVT:s existensberättigande är att verksamheten bedrivas och uppfattas som oberoende av politiska, kommersiella och andra intressen. Oberoendet ska utmynna i att SVT tillför centrala värden till samhället och enskilda individer. Program och tjänster ska användas av svenska folket, ha betydelse och få ett genomslag i samhället. Värde och genomslag är mått på public services effektivitet, inte de enda, men för public service unika värden och mått.



2.1 OBEROENDE

Oberoende säkras genom de formella brandväggarna som upprättats för att hindra otillbörligt politiskt och kommersiellt inflytande. Dessa är institutionella, finansiella och regleringsrelaterade.

Oberoendets faktiska tillämpning manifesteras också dagligen i SVT:s publicistiska verksamhet samt i hur omvärlden förhåller sig till SVT:s oberoende.

Institutionen

Institutionen public service är förankrad i det svenska samhället och den representativa demokratin. Den finns till för att säkerställa mediepluralism och att alla medborgare i alla delar av landet ska nås av väsentlig journalistik och ett kvalitativt medieinnehåll. Riksdagens och regeringens beslut om sändningstillstånd och anslagsvillkor garanterar institutionen och dess funktion i samhället. Under

2019 pågick en statlig utredning som bland annat utreder om public service oberoende bör förstärkas genom ytterligare skydd på grundlagsnivå. Denna utredning ska presenteras under 2020.

Regleringen

Innehållet i public service-uppdraget regleras i allt väsentligt i SVT:s sändningstillstånd och här slås oberoendet fast i första stycket:

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

Sändningstillståndet är giltigt för ett antal år. Detta ger verksamheten en långsiktighet som förstärker oberoendet. Oberoendet är även reglerat genom det direkta innehållet i tillståndet. Till skill-

nad från kommersiella medier har SVT ett krav på opartiskhet inskrivet i tillståndet. SVT:s sändningstillstånd löpte ut vid årsgränsen 2019 och ett nytt trädde i kraft 1 januari 2020. Redan under 2018 fattades beslut i riksdagen att oberoendet ytterligare ska stärkas genom att på sikt förlängda tillståndsperioder och genom att aktiva riksdagsledamöter inte längre ska ingå i förvaltningsstiftelsens styrelse.

Finansieringen

2019 var det första året då public service finansierades med en individuell avgift över skattsedeln, i stället för en radio- och tv-avgift baserad på hushållens innehav av tv-apparat. En viktig aspekt av finansieringen är att den är frikopplad från de politiska budgetdiskussionerna. De övergripande besluten om nivåerna av finansieringen tas i särskild ordning i samband med besluten om



Jessica Westerberg är en av mästersonerna i serien **Mästersonerna**. Foto: SVT

riktlinjerna för public service. Fortsättningsvis i form av ett flerårigt beslut. Enligt den nya modellen får medlen endast användas för public service och tilldelningen av medel beslutas för hela tillståndsperioden, vilket ytterligare förstärker verksamhetens oberoende.

2.2 VÄRDE

Det värde SVT vill tillföra publiken har delats in i tre områden: samhällsvärde, individuellt värde och professionell kvalitet. Alla nyckeltal utgår från publikens uppfattning om SVT eftersom det ytterst är publiken som ska bedöma verksamheten. Vår ambition är att det upplevda värdet av SVT ska öka. Till stöd för samhällsmålen finns stödjande indikatorer som hjälper oss analysera hur väl vi lyckas. För nyckeltal kring produktivitet, se kapitel 9.

Samhällsvärde

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

Individuellt värde

Public service ska inte bara vara bra för någon annan. Alla har rätt att förvänta sig ett utbyte av det SVT gör. Utbudet som helhet måste därför upplevas angeläget, underhållande och intressant för just mig. Utbudet ska upplevas som tillgängligt och public service-avgiften ska upplevas som prisvärd. SVT:s mål för det individuella värdet är att minst 2 av 3 tillfrågade ska anse att SVT har ett

mycket eller ganska stort värde för mig. Även detta är ett strävansmål.

Professionell kvalitet

Med professionell kvalitet avses yrkesskicklighet. SVT:s utbud skapas av journalister, kreatörer, tekniker samt andra professionella medarbetare och samarbetspartners. Kreatörerna ska vara modiga, nyskapande och de bästa berättarna. SVT ska fortsätta tillhålla de tjänster som får högst betyg av publiken och vinna erkannande av andra yrkesverksamma i Sverige och internationellt. Produktionen ska hålla en hög och jämn kvalitet. Hela produktionskedjan, från idéarbete och insamling till bearbetning och distribution ska präglas av leveranssäkerhet. En hög professionell kvalitet bör leda till ett högt förtroende hos allmänheten. SVT:s centrala mål för detta område



Melodifestivalen 2019. Programledarna Eric Saade, Sarah Dawn Finer, Kodjo Akolor och Mariika Carlsson. Foto: Stina Stjernkvist/SVT

de är att minst 4 av 5 tillfrågade ska ha ett högt förtroende för företaget i den årliga SOM-undersökningen som genomförs av Göteborgs universitet.

2.3 GENOMSLAG

SVT är till för alla. Genom ett stort genomslag kan SVT bibehålla sin funktion som ett demokratiskt verktyg i det svenska samhället. Att behålla genomslaget under de stora omvälvningarna på mediemarknaden är därför en av de största utmaningarna. Genomslaget har mätts genom publikens känndom om SVT, hur många som nås av utbudet samt i vilken utsträckning utbudet används.

Känndom

Känndom har varit ett område som SVT inte behövt ägna så mycket uppmärksamhet åt tidigare. Digitaliseringen och internationaliseringen av den

svenska mediemarknaden har dock inneburit stora förändringar och ett avsevärt större utbud för de enskilda mediekonsumenterna. Under den gångna tillståndsperioden har SVT sett ett värde i att mäta och följa publikens känndom om företaget och de tjänster som erbjudits. Det har även blivit allt viktigare att nå ut till publiken med programinformation. Det är centralt bland annat för att publiken ska kunna bedöma om den får valuta för pengarna. Nya interaktiva medier gör det också möjligt att föra en dialog med publiken om program och på det sättet öka känndomen om program och tjänster.

Ett av målen är därför att SVT:s verksamhet ska vara känd av allmänheten. Målet är att minst 9 av 10 ska känna till SVT:s etablerade tjänster och 4 av 10 tillfrågade ska känna till SVT:s nya tjänster efter ett år. För detta mål har SVT reviderat indikatorer så att de numera omfattar SVT1, SVT2 och SVT Play. Detta

mot bakgrund av att SVT, sedan målet formulerades, valt en strategi som fokuserar på befintliga huvudtjänster inklusive tjänster online.

Räckvidd

Räckvidd handlar om att nå ut till så många som möjligt, inte hela tiden men åtminstone då och då. Det anses internationellt vara ett av de viktigaste målen för public service. SVT ska vara till för alla oavsett ålder, geografisk hemvist, bakgrund, kön eller funktionsvariation.

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

Användning

Vad gäller användning så är det rimligt att anta att tittandet i broadcast kommer att fortsätta minska. För SVT är det vik-



Skavlan. Greta Thunberg och Fredrik Skavlan. Foto: Johannes Worsoe Berg/Monkberry

tigt att upprätthålla och helst öka värdet av programmen för tittarna – i såväl broadcast som online. Användningen kan dock inte sjunka alltför kraftigt om SVT:s program ska kunna behålla sitt genomslag och värde i samhället.

Mot bakgrund av detta har SVT slagit fast ett mål som innebär att totalvolymen tittande kan minska. SVT:s mål är att fram till 2020 användas i genomsnitt minst 50 minuter om dagen. Även detta mål är, precis som kännedom och räckvidd, helt plattformsberoende och satt mot bakgrund av den snabba förändringen i medieanvändning.

2.4 FRAMTIDA MÅLARBETE

I samband med målrevision slog SVT:s styrelse fast att de beskrivna målen skulle kvarstå för 2019, tillståndsperioden ut. De kompletteras med indikatorer som mäter publikens uppfattning om olika aspekter på uppdraget.

Särskilt fokus ska vidare läggas på sådana indikatorer som svarar mot SVT:s vision: ”Vi bidrar till ett Sverige där alla är mer nyfikna och insatta”. Under 2019 har företaget genomfört en större utvärdering av strategierna för att skapa en ny utgångspunkt för den nya tillståndsperioden. Nya strategier kommer att formuleras och implementeras första halvåret 2020. Det är sannolikt att målen och sättet att mäta måluppfyllelse kommer att förändras samtidigt som företaget fäster vikt vid att det ska vara möjligt att göra jämförelser över tid bakåt även om målen modifieras.

Granskningsnämnden har efterfrågat en tydligare redovisning av målen i för-

hållande till kostnaderna. Public serviceverksamheten, SVT, SR och UR, ska bedömas i relation till kostnaden. Det betyder inte nödvändigtvis att de samhälls- och kulturambitioner som public service ska svara upp mot är av ett sådant slag att de går att mäta som en funktion av ekonomiska utfall. Exempelvis är det inte relevant att mäta andel högt förtroende, innovativt berättande eller saklighet per krona. Den ekonomiska effektiviteten bör därför bedömas i två led. Det första ledet är att målen för värde och genomslag sätts i relation till det utbud som SVT tillhandahåller och som beskrivs utförligt i kapitel 3 där resultaten sätts i relation till den verksamhet bolaget bedrivit. Den ekonomiska effektiviteten bedöms därefter genom utbudet i förhållande till ekonomiska parametrar. Detta görs i kapitel 9 som beskriver produktivitetsmått och rationaliseringar.

Detta har SVT bidragit med

I kapitel 2 redovisas vad SVT vill och i kapitel 3 hur SVT lyckats. Det är uppfyllelsen av målen för värde och genomslag som beskriver SVT:s effektivitet. Kapitel 3 redovisar effektivitetsresultat, vilka satsningar som gjorts under året samt ger en bild av utvecklingen över tid.

3.1 VÄRDE

Samhällsvärde

Mål. SVTs långsiktiga ambition är att öka programmens samhällsvärde och att minst 3 av 4 medborgare ska anse att utbudet har ett stort värde för samhället.

SVTs attitydundersökning för 2019 visar att 68 procent av de 16–80-åringar som deltagit i undersökningen sista kvartalet 2019 ansåg att SVT har ett ganska stort eller mycket stort värde för samhället. Det är ett bra resultat men inte tillräckligt för att nå målet om 75 procent av de svarande.

Antalet personer som anser att SVT har ett ganska stort eller mycket stort samhällsvärde stiger med åldern. Sista kvartalet ansåg exempelvis 53 procent av 16–29-åringarna att SVT har ett ganska stort eller stort samhällsvärde jämfört personer 75+ där det var hela 81 procent. SVT arbetar med kompletterande frågor för att fördjupa förståelsen (se tabell 3.1). Svaren ger en mer utvecklad bild av vilka delar som ingår i att skapa värde för samhället. Resultaten för dessa ger var

för sig ett högre värde än den enskilda frågan om värde för samhället. Till exempel anser 82 procent att SVT har pålitliga och trovärdiga nyheter.

84 procent anser att SVT har program som hjälper dem att förstå vad som händer i omvärlden och 82 procent menar att SVT har program som ger kunskaper och insikter.

Utvecklingen över tid. Som togs upp i föregående public service-redovisning är det sannolikt att de höga generella nivåerna för 2014 vad gäller samhällsvärde är en avvikelse. Mellan 2015 och 2017 var förändringarna små. Vid två tillfällen 2018 och 2019 syns tydliga uppgångar i människors uppfattning om det samhällsvärde SVT tillför och detta är i samband med allmänna val. SVT:s omfattande valbevakning syftar till att ge människor ett gott beslutsunderlag med information, debatt och granskning. Det är sannolikt att publiken upplever samhällsvärdet som särskilt högt vid val. Överlag har det upplevda samhällsvärdet legat stabilt över tillståndsperio-

den även om en svag negativ trend kan skönjas från 71–68 procent, 2015–2019.

SVTs ambition är att det upplevda samhällsvärdet ska öka. Det kan dock konstateras att de senaste årens omfattande diskussion och kritik av medier, särskilt i kombination med en snabb förändring av användarmönstren, har påverkat värde och förtroende för samtliga medier. Detta syns i andra undersökningar, till exempel SOM-undersöningen, som visar utmaningar för medieföretag och samhällsinstitutioner.

Skillnader mellan grupper. SVT har under året arbetat vidare utifrån 2016 års antagna strategier som bland annat pekar ut SVT:s informations- och bildningsuppdrag. SVT ska bidra till att alla i Sverige blir mer nyfikna och insatta. Denna ambition gäller alla program och tjänster. För SVT är det centralt att utjämna eventuella informationsklyftor och att till exempel kulturella upplevelser görs tillgängliga för alla.

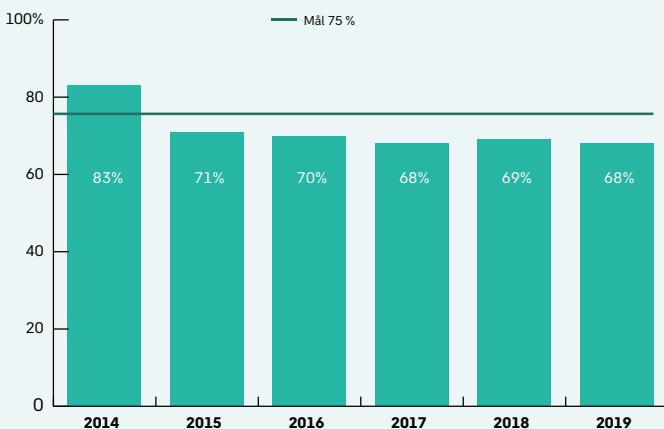
SVT kan konstatera att det upplevda samhällsvärdet är högre för personer

3.1 Kompletterande frågor om värde

	2015	2016	2017	2018	2019
SVT har bra kvalitet i ljud och bild	91%	91%	91%	91%	92%
Jag har goda möjligheter att ta del av SVT:s kanaler och tjänster	93%	94%	94%	93%	94%
SVT har pålitliga och trovärdiga nyheter	88%	91%	86%	84%	82%
SVT har program som hjälper mig att förstå vad som händer i omvärlden	87%	87%	86%	86%	84%
SVT gör viktiga upptäckter och avslöjanden i sina nyhets- och samhällsprogram	82%	86%	83%	81%	80%
SVT har en mångsidigt utbud av kulturprogram och svenska tv-serier	79%	80%	80%	81%	81%
SVT har program som ger mig kunskaper och insikter	81%	82%	81%	82%	82%
SVT:s programinnehåll är oberoende och opartiskt	69%	68%	66%	67%	66%

Källa: Norstat Attitydundersökningen 2019

3.1.1 Värde för samhället



Källa: Norstat Attitydundersökningen 2019

som sympatiserar med regeringspartierna och Vänsterpartiet (88 procent) och lägre för personer med borgerliga parti-sympatier (69 procent) och allra lägst för SD-sympatisörer (44 procent). Detta är något som delvis kan bero på åsikter om att samhället inte ska bedriva medieverksamhet och att public service som idé är problematisk. Det är rimligt att ställa sig kritisk till public service som lösning och ändå uppskatta det innehåll som erbjuds, vilket SVT:s tittarsiffror indikerar. Men detta räcker inte som förklaring. SVT:s ambition är att utbudet ska leda till att 3 av 4 anser att SVT har ett högt eller mycket högt samhällsvärde, oavsett partisympatier. Därför tar SVT allvarligt på skillnaderna i svar och gör noggranna analyser för att utveckla verksamheten i en riktning som ska öka det upplevda värdet av utbudet.

Exempel på satsningar under året

Demokrati. Få saker i SVT:s utbud är så central demokratisk betydelse som utbudet av politisk information under ett valår. 2019 var det val till Europaparlamentet. SVT fördelade resurser på traditionell tv och i de digitala tjänsterna med bland annat en valkompass som guidade väljarna i partiernas europeopolitik. Ett större omorganisationsprojekt har bedrivits i syfte att utveckla den lokala nyhetsverksamheten ytterligare. Långsiktigt är ambitionen att öka tittarens källkritiska kunskap om demokrati, media och nya medier. Detta sker i flera olika programsatsningar men också i den reguljära nyhetsbevakningen.

Kunskap. Inom kunskapsområdet kan program som *Din Hjärna*, *De första svenskarna*, *Det sitter i väggarna*, *Arvinge okänd*, *Vetenskapens värld* och *Det*

Svenska Popundret nämns. Folkbildningsambitionen genomsyrar i stort sett alla programområden som till exempel i programmen *Fråga Lund* eller *Vem vet mest*.

Kultur. Som kulturskapare stod SVT 2019 bakom dramaproductioner som ungdomsserien *Eagles*, och Jonas Gardells *De dagar som blommorna blommar*. SVT samarbetade även med Svenska Filminstitutet i filmprojektet *Moving Sweden*. Ett projekt som gav nya och erfarna filmare tillfälle att söka nya historier, utveckla sina filmiska röster och beröra publiken med starka berättelser. SVT har också vidareutvecklat drama-produktioner som i stor utsträckning uppskattats av publiken; *Vår tid är nu III*, *Innan vi dör II*, *Andra Åket II* och *Bonusfamiljen II*. Inom ramen för sändningarna i *Kulturstudion* bör nämnas att SVT når mångdubbelt fler än summan av antalet besök på Sveriges nationalscener under ett år. 2019 var det tredje året SVT axlade ett ökat ansvarstagande för svensk film, som bland annat innebär avsatta medel för utveckling och produktion av dokumentär-, kort-, barn- och långfilm.

Sammanhållning. Public service är till för alla i Sverige – och bidrar till gemensamma upplevelser. För att det ska åstadkommas krävs att innehållet är intressant nog för tillräckligt många, att det speglar hela Sverige och att det når ut till alla. Tillgängligheten förbättras kontinuerligt genom utökad syn- och

teckenspråkstolkning. Till exempel syntolkades program som *Husdrömmar*, *Mästarnas mästare*, *Melodifestivalen* och särskild vikt lägger SVT vid att valprogrammen ska vara tillgängliga för alla. En kraftig utökning av textningen av nyhetsinslag online har genomförts vilket bidrar till social sammanhållning. Social sammanhållning kan också skapas när många människor samlas för gemensamma upplevelser. 2019 var ett stort sportår och SVT:s sportbevakning i *Vinterstudion* och sändningar från de internationella mästerskapen i Åre och Östersund hade den samlande funktionen.

Innovation och samarbete. SVT lever i symbios med kommersiella aktörer på mediemarknaden. Av SVT:s budget går cirka tre miljarder kronor till externa leverantörer inom olika områden och bidrar till ett stort antal arbetstillfällen och en vital tv-produktionsbransch i Sverige. De externt producera-de programmen har en viktig roll i SVT:s utbud och bidrar till att skapa variation och mångfald. En del i den professionella kvaliteten består därför i en god samverkan med externa aktörer. Det är SVT som är kravställare men samarbetet sker med lyhördhet för produktionsbolagens idéer och behov. Vid sidan om arbetet med produktionsarbeten sker varje år tusentals olika samarbeten med enskilda svenska kreatörer: fotografer, konstnärer, manusförfattare, skådespelare, regissörer, frilansjournalister med flera.

Samverkan sker även med andra aktörer på mediemarknaden, däribland lokala medieföretag. Under året har olika samverkansprojekt genomförts med ett stort antal tidningar runt om i Sverige. En del i arbetet har varit att genomföra ett kunskapsöverföringsprojekt runt om i landet där SVT-medarbetare med specialkunskaper i datajournalistik eller bildberättande har hållit workshops med journalister från andra mediebolag. I samverkan med andra har samtalens även bidragit till att SVT ökat publiceringen av video på SVT:s online-tjänster och infört striktare regelverk för citering.

Individuellt värde

Måluppfyllelse. Allmänhetens bedömning av det personliga värdet är lägre än bedömningen av SVT:s samhällsvärde. En person kan anse att det är av stort samhällsvärde att SVT har en omfattande produktion av barnprogram på svenska, som tar sin utgångspunkt i svenska förhållanden, utan att för den skull tycka att detta ger ett direkt eget personligt värde. Av det skälet har SVT satt ett lägre strategiskt mål för det upplevda individuella värdet.

SVT:s långsiktiga mål för individuellt värde är att 2 av 3 personer, 67 procent, ska uppleva att SVT:s utbud har ett stort värde för dem personligen. I 2019 års mätning vid det fjärde kvartalet uppgav 59 procent att SVT:s utbud har ett stort personligt värde för dem. Det är en ökning med 1 procentenhets jämfört föregående år.

3.1.2 Värde för individen



Källa: Norstat Attitydundersökningen 2019

Utvecklingen över tid. Sedan år 2015 syns ett kontinuerligt ökat upplevt individuellt värde av SVT. Från 56 procent till 59 procent. Bryts resultatet ned i åldersintervaller syns att ökningen i gruppen 20–39 år är större än genomsnittet för samtliga: från 42 procent till 47 procent. Detta är särskilt glädjande då programinsatser gjorts för att bättre svara mot denna målgrupps behov.

Skillnad mellan olika grupper. Det individuella värdet följer i än högre grad än samhällsvärde i vilken utsträckning olika grupper använder SVTs utbud. Tittar man mycket så tillmäts SVT ett högre individuellt värde och omvänt sätter man stort värde på SVT så tittar man mycket. Detta innebär att äldre generellt sett tillmäter SVT ett högre individuellt värde än yngre. Det finns även samband med utbildningsnivå. Högbildade tillmäter SVT ett högre individuellt värde än personer med lägre utbildningsnivå. Personer med utomnordiska språk som modersmål ger SVT ett lägre individuellt värde än personer med svenska som modersmål.

Exempel på satsningar under året

SVT:s satsningar på tillgänglighet i vid bemärkelse, på alla plattformar, bedöms ha stor och ökande påverkan på det upplevda individuella värdet. SVT arbetar kontinuerligt för att särskilt förbättra användarupplevelsen av SVT:s viktigaste online-tjänster som SVT Nyheter och SVT Play. Inom ramen för SVT Play har ett omfattande arbete bedrivits för att öka tillgängligheten via tv-skärmen och liksom tidigare år har användandet ökat kraftigt 2019. En ökning som delvis kan bero på SVT:s långsiktiga målmedvetna arbete.

En central fråga för hur dagens mediekonsumenter hittar till intressant innehåll är de rekommendationer som digitaliseringen ger möjlighet till. Till skillnad från andra aktörer, som i hög grad bygger rekommendationer för att åstadkom-

ma så stor konsumtion som möjligt, är SVT:s ambition att hjälpa individen att navigera rätt i det omfattande utbudet. Tanken är att användarna ska hitta både det de söker men också det de inte visste att de ville ha. Syftet är att bidra till att alla i Sverige blir mer nyfikna och insatta. SVT arbetar i första hand med redaktörsstyrda rekommendationer.

Publikundersökningar har under året visat att de nya tjänsterna har en stor betydelse för uppfattningen av såväl SVT:s samhällsvärde som det individuella värdet. Inte minst webbtjänsterna (SVT Play, SVT Nyheter, svt.se och bolibompa.se) tillmäts högre värden än företaget får i genomsnitt. Vissa delar av publiken uppskattar i stor utsträckning möjligheterna att själva välja, till exempel vilka nyheter de ska ta del av, vilket också påverkar förtroendet för utbudet i en positiv riktning. Detta är en särskilt viktig insikt med tanke på variationen i bedömningar av värdet mellan olika grupper. SVT:s online-tjänster tillmäts ett högt värde av yngre, som generellt sett ger SVT ett lägre individuellt värde än äldre gör.

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

Den sammantagna bedömningen av utvecklingen för samhälleligt och individuellt värde är att resultaten överlag är stabila mellan 2015 och 2019, vilket bedöms som positivt med tanke på förändringarna på mediemarknaden och den ökade konkurrens som SVT fått av globala aktörer som Netflix med flera.

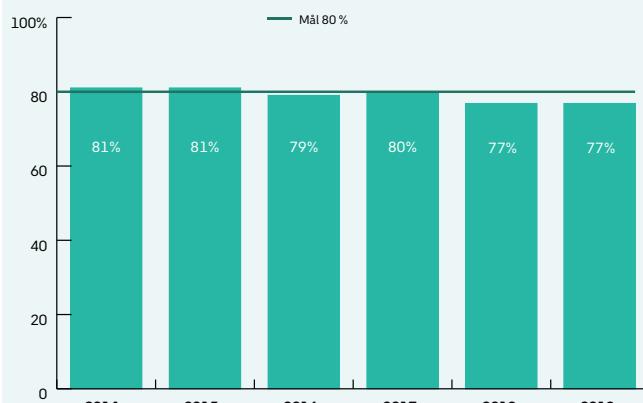
Professionell kvalitet

Måluppfyllelse. Målet för professionell kvalitet sattes med utgångspunkt i att det kunde sammanfattas och mätas med förtroendet för SVT. Målet är att 80 procent av svenska folket ska svara att de har ett stort förtroende för SVT. Mätningen av detta nyckeltal görs i den årliga SOM-undersökningen som genomförs av SOM-institutet vid Göteborgs universitet. Detta innebär en viss eftersläpning eftersom datainsamling och presentation sker på olika sidor av årsskiftet.

I den senaste SOM-undersökningen (SOM-institutet, 2019) uppger 77 procent av de som svarat på frågan om förtroende att de har mycket eller ganska stort förtroende för SVT. Det är samma resultat som föregående år. Mätningarna visar att det råder stora skillnader mellan public service-bolagen och kommersiella medier. Public service har betydligt högre förtroendessiffror än andra mediebolag. Detta gäller även public service-bolagens webbsidor som av publiken anses ha högre trovärdighet än kommersiella medier. SVT och Sveriges Radio intar här en särställning.

Valundersökningar bekräftar även bilden av ett mycket

3.1.3 Professionell kvalitet



Källa: SOM-undersökningen 2019

högt förtroende för SVT:s verksamhet. I en särskild publikundersökning som SVT gjorde med anledning av 2019 års val till EU-parlamentet var SVT:s utbud den enskilt största informationskällan, den informationskälla som betytt mest och den informationskälla som allra flest hade stort förtroende för.

Utvecklingen över tid. SVT har i SOM-undersökningarna kontinuerligt haft ett högre förtroende än andra medieföretag. SVT:s förtroende har fluktuerat något över tid men har alltid, jämfört andra, legat på en hög nivå.

Skillnader mellan grupper. SVT har ett högt förtroende i så gott som alla demografiska grupper (SOM-institutet, 2019). I alla undersökningens indelningar efter kön, ålder, utbildningsnivå, boendeort eller inkomst är det betydligt fler som har ett ganska eller mycket stort förtroende för verksamheten än som har ett ganska eller mycket litet förtroende.

Förtroendet för SVT är fortsatt högt vid en internationell jämförelse, bland det högsta i Europa, och högre än för andra medier i Sverige. Detta gäller också för grupper som är mer kritiska mot nyhetsmedier än andra. Personer med så kallade populistiska värderingar har i Sverige en betydligt högre tillit till SVT än deras åsiktsfränder i andra länder har till sina respektive public service-bolag (SOM-institutet, 2019). Det hindrar inte att det finns en signifikant skillnad i förtroende baserat på politiska sympatier. Det är framför allt SD-sympatisörer som sticker ut med ett lägre förtroende för SVT. Det bör också nämnas att i denna grupp är det fortfarande dubbelt så många som har ett högt förtroende för SVT än som har ett lågt förtroende. En viktig förklaring är kopplad till användningen av SVT. Det här är sannolikt den huvudsakliga förklaringen till att förtroendet skiljer sig mellan yngre och äldre. Inom förtroedeforskningen har man konstaterat att det finns samband mellan närhet/användning av en institu-



Tacktal av Joachim Dyfvermark. **Uppdrag granskning** tog hem priset för Årets granskning för sina avslöjanden kring Swedbank vid TV-priset Kristallen 2019. Foto Jonas Ekströmer / TT

tion och förtroende för den. De som använder SVT har med andra ord ett högre förtroende för SVT.

För att behålla det höga förtroendet så måste SVT säkra att nå ut till alla med ett högkvalitativt innehåll. Icke desto mindre ser SVT med allvar på det faktum att förtroendet varierar beroende på politisk hemvist. Målsättningen är att förtroendet ska vara högt i alla grupper. Det räcker inte med att SVT påstår att något är sant, ska SVT få förtroende måste vi vara transparenta med journalistiska metoder, motivera våra publiceringar, noga skilja på fakta och åsikter och förmå ge flera perspektiv.

Exempel på insatser under året. Ett arbete har pågått med att utveckla åtgärder för att säkra ett högt förtroende framöver. I stora drag handlar det om utbildning, ökad transparens i våra publicistiska val och att säkerställa att vi

kan spegla hela landet ur olika perspektiv i våra program och tjänster. SVT har under året arbetat systematiskt för att säkra den professionella kvaliteten genom interna utbildningar av personalen i frågor som opartiskhet, saklighet och skydd av privatliv.

Transparens. Flera initiativ har tagits kring transparens i journalistiken. Det handlar bland annat om ökad tydlighet kring vilka öppna källor som används och vilka gäster som bjuds in till programmen. SVT utvecklar dessutom informationen på svt.se för att tydliggöra hur man kan anmäla program, synliggöra resultatet av Granskningsnämndens prövningar samt utveckla beskrivningarna av hur SVT agerar inom områden där det ofta finns frågor, exempelvis hur arbetet med opartiskhet och saklighet bedrivs.

Sverigespegling. Ett arbete har inletts

för att utforska nya sätt att följa upp Sverigespeglingen i SVT:s program. En större omarbetsning av SVT:s lokala verksamhet pågår och implementeringen är beräknad till första kvartalet 2020. Ett av målen är att bygga ut verksamheten så att SVT finns närvarande på 45 platser i landet.

Målet professionell kvalitet mäts med indikatorn förtroende. I sig är dock målet vidare och omfattar även andra aspekter på kvalitet. Till exempel anser 92 procent att SVT har bra kvalitet i ljud och bild, 94 procent anser att de har goda möjligheter att ta del av SVT:s kanaler och tjänster och 81 procent att SVT har ett mångsidigt utbud av kulturprogram och svenska tv-serier.

Priser. Priser vid nationella och internationella tävlingar kan vara ett mått på professionell kvalitet. Ett pris är en indikator på att SVT:s produktioner står sig i

konkurrens och därmed håller hög verks- höjd såväl nationellt som internationellt. Nedan några exempel på årets priser.

SVT vann bland annat följande internationella priser för sin journalistik: Uppdrag granskningens reportage *FN och mörkläggningen* vann såväl Prix Europa som en Emmy – ett av världens finaste tv-priser – i kategorin Current Affairs för avslöjandet om hur FN:s högsta ledning mörkat avgörande uppgifter kring mordet på den svenska FN-experten Zaida Catalán i Kongo 2017. SVT vann också Prix Europa för bästa tv-dokumentär med dokumentären *Flotten*. SVT Nyheter Stockholm prisades i en av Europas mest omfattande tävlingar för tv: Prix CIRCOM, för reportaget *Vem kan rädda Sanne*. Utöver framgångarna för journalistiken vann dessutom barnprogrammet *Fixa bröllopet en "Kids Emmy"* och dokumentären *Hockeyns historia* prisades på den internationella sport- och filmfestivalen i Milano.

Även i Sverige vann SVT priser för sin journalistik. Stora Journalistpriset för Årets avslöjande tilldelades SVT:s Uppdrag granskning och Per Agerman, Joachim Dyfvermark, Axel Gordh Humlesjö och Linda Larsson Kakuli, för *Swedbank och penningtvätten*. Stora Journalistpriset till Årets Förnyare tilldelades SVT:s Malin Mendel för programmet *Världens sämsta indier*.

Vid den svenska tv-galan Kristallen tilldelades SVT flest priser av alla kanaler: *Bäst i test* utsågs till Årets program, Uppdrag granskning tog hem priset för Årets granskning för sina avslöjanden kring Swedbank, *36 dagar på gatan* tilldelades pris för Årets fakta- och samhällsprogram, *Den stora älgvandringen* fick pris som Årets nyskapare och förnyare, *Gift vid första ögonkastet* blev årets Reality-program och nyhetssatirprogrammet *Svenska Nyheter* blev årets aktualitets- och nyhetsprogram. Årets tv-personlighet tilldelades Mia Skäringer i *Kroppshets* och till årets kvinnliga programledare utsågs Sanna Nielsen.

Publicistklubbens stora pris tilldelades SVT-medarbetaren Sanna Klinghoffer och SVT:s programchef och ansvarig utgivare Ingemar Persson fick Utgivarnas Mommapriset. När Film & Tv-producenterna delade ut 2019 års priser för att hylla produktionsbranschens bästa medarbetare gick tolv priser till personer eller produktionsbolag som arbetat med SVT-produktioner.

3.2 GENOMSLAG

Kännedom

Måluppfyllelse. SVTs mål är att 90 procent av de som SVT tillfrågat ska känna till huvudtjänsterna SVT1, SVT2 och SVT Play. Vid fjärde kvartalet 2019 kände 93 procent av de tillfrågade till SVT:s huvudtjänster.

Utvecklingen över tid. Jämfört med förra året minskar kändedomens marginalt, från 95 till 93 procent.

Skillnaden mellan grupper. Eftersom kändedomen/användningen är hög, finns av naturliga skäl endast små skillnader mellan olika grupper. SVTs kanaler är kända i alla åldersgrupper. I vissa fall är SVT:s online-tjänster inte helt kända i exempelvis äldre ålderssegment. Äldre känner också sämre till tjänster som riktar sig till barn.

Exempel på satsningar under året
SVTs etablerade tjänster är väl kända av befolkningen. Det går att se ett tydligt samband mellan information i broadcast och ökad användning av online-tjänsterna. Utmaningarna är dock större på programtitelnivå och inte oväntat bland de grupper som tittar lite på SVTs program. Dessa nås inte genom information i tv-kanalerna, utan via externa plattformar så som sociala medier. SVT når varje vecka cirka 30 procent av befolkningen i åldern 20–39 år. SVT använder sociala medier i första hand som dialogverktyg med publiken samt för marknadsföring av egna program och tjänster. Det finns starka skäl att anta att vissa delar av publiken skulle ha mindre kunskap om SVTs utbud och SVTs verksamhet utan information och dialog via sociala medier.

Det material som publiceras för marknadsföring i sociala medier publiceras även på svt.se och/eller SVT Play, vilket innebär att ingen behöver vara närvarande på sociala medier för att ta del av innehåll från SVT. Närvaron utformas för att i så hög grad som möjligt lotsa användarna till SVTs innehåll på de egna fria plattformarna.

Cirka 80 procent av besöken på SVT Play och SVT Nyheter online utgörs av

3.2.1 Kännedom



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

direkttrafik medan 20 procent består av inkommande besök från sociala medier och/eller sökplattformar. Därför har strategin varit att fokusera på utveckling av starka egna plattformar kompletterat med marknadsföring på sociala medier riktad mot grupper som är svårare att nå.

Räckvidd

Måluppfyllelse. SVT:s räckvidds mål är att 90 procent av svenska folket ska använda SVT en genomsnittlig vecka. Veckoräckvidd för andra halvåret 2019 var 81 procent enligt SVT:s plattformsmätning. Räckvidden varierar kraftigt mellan olika plattformar och grupper. Fortfarande bidrar det traditionella tv-tittandet med den största delen av användningen, även om räckvidden vuxit kraftigt för de olika internetbaseerade plattformarna. Under året har an-

delen som använder SVT enbart via broadcast minskat. Andelen som använder både nya och gamla plattformar har ökat något. Andelen som endast använder SVT över de nya plattformarna ökar varje år och uppgår i dag till 16 procent.

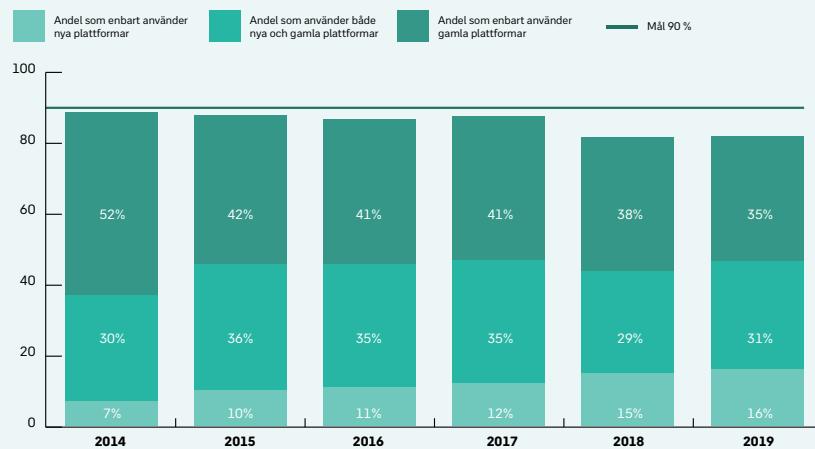
Utvecklingen över tid. SVT:s totala räckvidd minskar kraftigt från 88 till 81 procent som tittar en genomsnittlig vecka. Mellan åren 2017–2019 är det en minskning med 7 procentenheter. SVT har trots offensiva satsningar online inte kompenserat för räckviddstappet i broadcast.

Skillnader mellan olika grupper. I alla åldersgrupper är veckoräckvidden 64 procent eller högre. Bland svenskar i åldern över 60 år är det 96 procent som uppger att de använder SVT en genomsnittlig vecka. Ett fokuserat arbete behöver bedrivas för att säkerställa att SVT även fortsatt har ett utbud som också tilltalar de grupper där räckvidden är lägre än målet, främst de yngre målgrupperna.

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

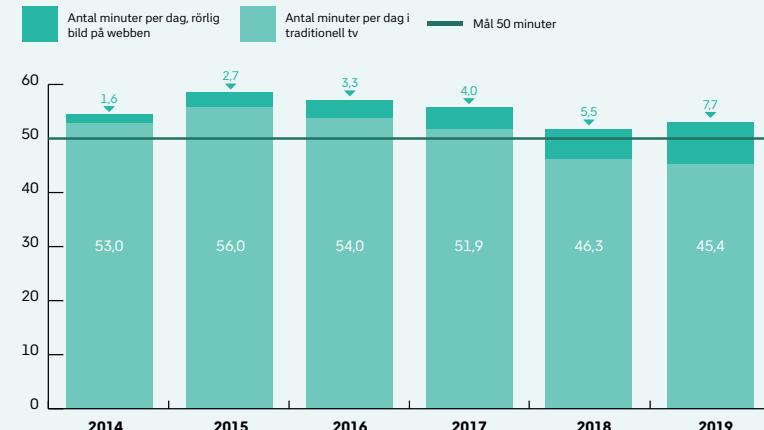
Bredden i utbudet är helt avgörande för möjligheterna att upprätthålla en stor räckvidd. SVT har därför under året fortsatt att tillämpa en strategi som bygger på att tillhandahålla ett utbud som

3.2.2 Räckvidd



Källa: Norstat Plattformsundersökning 2019

3.2.3 Användning i minuter, per dag



Källa: MMS 2019

spänner från det breda till det smala. Det är helheten i programutbudet, från sport och underhållning till dokumentärer och teaterföreställningar, som gör att så stor del av befolkningen regelbundet använder SVT och att SVT:s innehåll i så hög grad blir en gemensam angelägenhet.

Användning

Måluppfyllelse. SVT:s mål för användning är att publiken och användarna ska använda SVT:s utbud och tjänster 50 minuter om dagen. Användningen av rörlig bild på olika plattformar går att fånga genom MMS mätningar. Under 2019 användes SVT i 53 minuter per person och dag.

Utvecklingen över tid. Tittandet på SVT i broadcast år 2019 var 45,4 minuter per dag. Därtill kommer användningen av SVT via internet om 7,7 minuter. Utvecklingen med en allt lägre tittning på traditionell tv och allt mer via internet har pågått under tillståndsperioden.

2014 tittande en person i genomsnitt 53 minuter per dag på traditionell tv i jämförelse med 45 minuter år 2019. 2014 användes internet för att se på tv i 1,6 minuter i jämförelse med 7,7 minuter år 2019.

Det är avsevärda skillnader i hur tv-tittande konsumeras via traditionell tv och tv-tittande över internet. Traditionell tv, där tittaren följer ett linjärt flöde, genererar lägre tittning än via internet där tittaren själv kan välja när och var konsumtionen ska ske. När SVT utvecklade innevarande strategier gjordes bedömningen att traditionellt tv-tittande skulle sjunka snabbare än tittningen över internet ökade. Det var heller inte sannolikt att den mer effektiva tittningen över internet, i antalet tittade minuter, skulle motsvara det traditionella tittandet.

Ökningstakten för internet-tittande är dock god vid en jämförelse mellan 2018 och 2019. Skillnaden mellan tappet i traditionell tittning och ökningen i



Julkalendern: Panik i tomteverkstan med Per Andersson och Pernilla Wahlgren. Foto: Ulrika Malm/SVT

tittning över internet indikerar att internet-tittandet mer än väl kompen-serar den förlorade minuten i traditio-nell tv (se tabell 3.2.3, sid 20).

Till delar kan detta förklaras med att användare skaffar sig utrustning för tv-tittande över internet: smart-tv med HbbTV-funktionalitet, Apple TV eller Chromecast. I takt med att beställ-tv, on demand-tittande, ökar på stora skärmar ökar också den tittade tiden per tittare. Tittande på små skärmar består oftare av kortare klipp. SVT:s nyhetsutbud konsumeras allt oftare i smarta telefoner varför SVT i mobilen blivit en viktig nyhetskälla. Tittandet på stora skärmar är längre och består oftare av hela episo-der av tv-serier.

Skillnader mellan grupper.

Användarmönstren skiljer sig mycket kraftigt mellan olika grupper, i synner-het mellan yngre och äldre, där yngre

har en betydligt större andel av tittandet förlagt online. Detta återspeglas även i användningen av SVT och beror på att de äldre målgrupperna tittar mycket på traditionell tv. I yngre åldersgrupper, där det totala tittandet är lägre, är i flera grupper användningen av SVT online lika stor som användningen av SVT i broadcast.

Att utveckla tjänsterna online är sär-skilt viktigt med tanke på konkurrensen från amerikanska aktörer. Medan svenska aktörer har cirka två tredjedelar av tittandet i broadcast så har de tre amerikanska aktörerna Youtube, Face-book och Netflix cirka två tredjedelar av tittandet online. I det sammanhanget är det viktigt att betona den roll som SVT Play spelar i egenskap av att vara den klart största svenska innehållstjänsten på svenska.

4

Kvalitet och utveckling

Inom SVT finns ett antal kärnprocesser för att säkra kvalitet och utveckling.

De finns bland annat inom programuppdragsprocessen, i relationen med externa produktionsbolag och i den publicistiska kontrollen. I kapitel 4 redovisas även anmälan av nya tjänster, program på svenska språket, den decentraliseringen samt beredskap och sändningskvalitet. Områden som också är avgörande för att skapa kvalitet och utveckling.

4.1 UPPDRAGSPROCESS

SVT använder en beställar-/utförar-modell i utbudsarbetet som leds av en mediedirektör och en programdirektör. De fattar alla programbeslut med vd som yttersta instans. Till sin hjälp har de fyra programbeställare med ansvar för olika genrer. Utgångspunkten för programbeslut är en utbudsstrategi som fastställs årligen. Alla programförslag, såväl interna som externa, bedöms av företagets programchefer och programbeställare. I detta arbete vägs programförslagen mot utbudsstrategi, målbild, programbudget, publikinsikter samt de krav på verksamheten som fastslås i sändningstillstånd, anslagsvillkor och interna policydokument och regler. Det stora flertalet av programbesluten fattas under tidig höst året innan de sänds, detta för att skapa goda förutsättningar för planering av produktionerna såväl internt som bland externa produktionsbolag. Därefter fattas kontinuerligt nya beslut för att skapa så stor flexibilitet i utbudet som möjligt.

4.2 EXTERNA PRODUKTIONSBOLAG

Externa producenter kan löpande vända sig till någon av SVT:s programchefer eller beställare för att presentera nya programförslag. Alla SVT:s programuppdrag är organiserade hos någon av programcheferna. SVT använder sig av produktionsbolag som finns i hela landet och har en särskild sajt för affärsrelater: b2b.svt.se. Där samlas allt material som är till nyttå för produktionsbolag och andra externa intressenter.

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

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

4.3 PUBLICISTISK KONTROLL

Alla program som produceras eller köps in 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 riktlinjer. Publiceringsreglerna omfattar bland annat frågor om demokratiska värden, oberoende, opartiskhet och saklighet, reklamförbud, sponsring, indirekt sponsring, otillbörligt gynnande, produktplacering, respekt för privatlivet och förtal.

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



Vår tid är nu. Hedda Stiernstedt. Foto: Johan Paulin/SVT



Utrikesminister Margot Wallström intervjuas för **Agenda**. Foto: Gabriel Gumucio/SVT

och i sociala medier som i tv-sändningarna. Detta även om verksamheten inte granskas av granskningsnämnden.

För samtliga sändningar i SVT förordnar vd utgivare. Som regel har programcheferna för allmän-tv och redaktionscheferna för nyheter det här ansvaret. Utgivare har enligt yttrandefrihetsgrundlagen befogenhet att utöva tillsyn över offentliggörande av program och över att bestämma dess innehåll 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.

En avdelning inom företaget, SVT Programetik, har i uppdrag att löpande

följa tillämpningen av de centrala innehållsbestämmelserna i sändningstillståndet och radio- och tv-lagen samt att förvalta SVT:s egna publicistiska riktlinjer. Avdelningens arbete bedrivs i form av utbildning, rådgivning om program- och tablåfrågor samt yttranden till granskningsnämnden.

Utbildning

SVT genomför kontinuerligt interna utbildningar i syfte att öka kunskapen och kompetensen när det gäller den praktiska och publicistiska tillämpningen av regelverken och de egna riktlinjerna. Under 2019 bedrevs en mycket omfattande utbildningsverksamhet med både grundutbildningar för olika redaktioner och yrkesgrupper och mer skräddarsydda kurser för delar av program-

verksamheten, speciella projekt, nya medarbetare med flera. Under 2019 har också en ny utbildning för nyanställda införts vilken ägde rum två gånger under året. Totalt har utbildningarna haft cirka 450 deltagare under 2019.

Kontroll av indirekt sponsring

Sedan flera år tillbaka genomförs kontinuerlig utbildning och rådgivning kring regelverket och vad som krävs för att säkra SVTs 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 2019 deltog 46 representanter från 20 olika produktionsbolag i Grönt kort-utbildningen.

Granskningsärenden

Anmälningar mot SVT 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 genmåle på lämplig tid i så nära anknytning till ursprungsinslaget som möjligt. I de fall en skriftlig begäran om genmåle avslås informerar SVT den berörda parten om orsaken till avslaget och om möjligheterna att få saken prövad i granskningsnämnden.

De ärenden som granskningsnämnden väljer ut för särskild granskning skickas till SVT med begäran om yttrande inom en viss föreskriven tid. Vid en fällning görs snarast en så kallad pliktsändning där fällningen redovisas på en plats i tablån och programmet som ligger så nära det ursprungliga inslaget som möjligt. Därefter genomförs ett uppföljande samtal med berörd redaktion/programprojekt.

Där diskuteras och analyseras nämndens beslut i syfte att förebygga framtida fällningar, till exempel genom förändringar i arbetssätt och rutiner.

Nämnden samlar de enskilda anmälningarna ämnesvis. Statistiken visar att det var 1036 beslutade samlingsärenden under 2019 mot 929 beslutade ärenden under 2018. SVT fick yttra sig i 97 ärenden under 2019 mot 77 året innan. Av

dessa ärenden ledde 23 till fällande beslut mot 24 under 2018 (se tabell 4.3.1).

Grunderna för de 23 fällningarna 2019 fördelades på följande sätt: saklighet 6, genomslagskraften 6, privatliv 5, gynnande 3, opartiskhet 2, varning/våld 1 (se tabell 4.3.2).

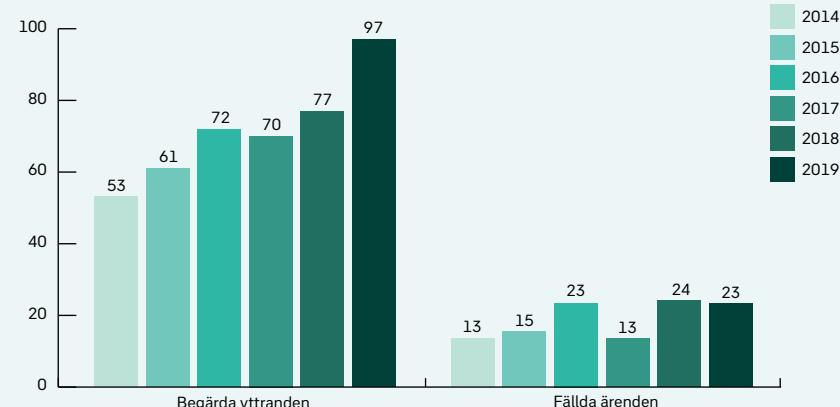
SVT analyserar årligen i detalj yttrandena och fällningar och justerar utbildningsverksamheten och rådgivningen utifrån analysen. Flest fällningar 2019 gällde genomslagskraften (6) och saklighet (6) vilket också var fallet 2018. Det totala antalet yttranden 2019 var 97 vilket var den högsta noteringen under tillståndsperioden (2014–2019). Antalet fällningar gällande enskilda privatliv (5) var tangerat den högsta noteringen under tillståndsperioden

medan antalet fällningar gällande opartiskhet (2) var tangerat den lägsta noteringen under tillståndsperioden. Under 2019 har utbildningsverksamheten haft extra fokus på nyanställda.

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

SVT har heller inte sättningsprogram enligt 17 § i sändningstillståndet.

4.3.1 Yttranden och fällningar i Granskningsnämnden för radio och TV



4.3.2 Fällningsgrunder

Ett program kan ha flera fällningsgrunder

Antal fällda program	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Fällningsgrunder:						
Beriktigande	1	0	0	0	1	0
Genmåle	0	0	0	0	0	0
Genomslag	0	2	3	2	6	6
Gynnande	0	2	9	6	2	3
Offentliggörande	1	1	0	0	1	0
Opartiskhet	4	4	2	3	4	2
Privatlivet	2	2	5	1	4	5
Saklighet	9	7	3	0	6	6
Sponsring	0	0	1	0	1	0
Varning för våld	0	0	0	1	0	1

4.4 NYA TJÄNSTER

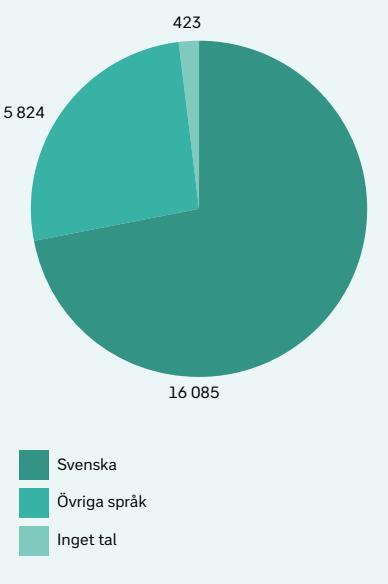
SVT utvärderar löpande om nya utvecklingsprojekt ska genomgå förhandsprövning. Under 2019 har SVT inte lanserat några nya permanenta programtjänster eller tjänster av större betydelse inom ramen för kärnverksamheten eller den kompletterande verksamheten. SVTs strategi fokuserar på utveckling av befintliga tjänster. Ingen annan försöksverksamhet har startats under året enligt kriterierna i anslagsvillkoren.

4.5 SVENSKA SPRÅKET

SVT är det tv-bolag i Sverige som sänder störst andel program på svenska. Under 2019 var 72 procent av de 22 333 sända timmarna på svenska, se figur 4.5 nedan. Sveriges Radio bistår SVT och UR i språkvårdsfrågor. På SR finns en särskild avdelning som har till uppgift att vara rådgivande och agendasättande i språkfrågor. Alla medarbetare från de tre bolagen kan vända sig till avdelningens rådgivare för att få hjälp och stöd. Avdelningen anordnar också utbildningar.

4.5 Svenska, andel och timmar 2019

Totalt: 22 333 timmar



4.6 DECENTRALISERAD ORGANISATION

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

- Delegerad beslutsmakt över innehåll.
- Fast närväro på 34 platser (2019).
- Hög andel anställda i den decentraliseraade organisationen.
- Säkerställande av tillräckliga resurser för speglingsuppdraget.
- Stor möjlighet till närväro genom flexibilitet i programplaneringen.

Sammantaget anser SVT därmed att kravet på en decentraliserad organisation är uppfyllt.

SVT ska enligt anslagsvillkoren ha en decentraliserad organisation som skapar goda förutsättningar för självständigt beslutsfattande på lokal nivå. SVT har som ett led i detta delegerat det ansvariga utgivarskapet till SVTs programchefer och lokala redaktionschefer. Utgivarna verkar på SVT:s produktions- och redaktionsorter och fattar självständiga beslut. De enda undantagen görs för SVT:s riksnyheter och SVT Sport som har utgivare med ansvar för flera redaktioner.

Det är också, utöver det som faller inom ramen för det ansvariga utgivarskapet, programchefen respektive redaktionschefen som har ansvar för programmens innehåll och utformning. Exempelvis är det den lokala redaktionschefen som avgör nyhetsprioriteringen i de lokala nyhetssändningarna. Det är viktigt att påpeka att verksamheten i Stockholm är en självständig region för såväl allmän-tv-produktionen som den lokala nyhetsverksamheten.

På samma sätt som den lokala redaktionschefen för SVT Nyheter Norrbotten fattar beslut för den redaktionen fattar SVT:s lokala redaktionschef för SVT Nyheter Stockholm beslut för sin redaktion.

Den decentraliserade organisationen i Stockholm ska alltså inte ses som en del av den centrala organisationen. På motsvarande sätt som verksamhet i Stockholm kan vara en del av en decentraliserad organisation, kan centrala funktioner förläggas utanför Stockholm. SVTs grafikproduktion är exempelvis huvudsakligen förlagd till Växjö. Ett annat exempel är Videodesken, som är placerad vid SVT i Göteborg, som ansvarar för att programinnehåll anpassas till nyhetsredaktionernas uppdrag.

Sedan flera år har SVTs Programdivision samlat såväl den kreativa, publicistiska som den ekonomiska ledningen i rollen som programchef. De tio programcheferna är sedan länge ansvariga utgivare för programmen och är placeraade på någon av de fyra programorterna: Göteborg, Malmö, Stockholm och Umeå. Detta är ett konkret exempel på tillämpningen av en decentraliserad organisation och beslutsfattande. Den nya organisationen, som formades under hösten 2019, innebär att dessa centrala roller tar plats i divisionens högsta ledningsfunktion vilket inte varit fallet tidigare. Detta syftar bland annat till att på ett mer konkret och kraftfullt sätt stärka en bredare representation i det övergripande lednings- och strategiarbetet.

Under 2019 fattades också beslut om att flytta ansvaret för SVT:s program för de nationella minoriteterna och *Nyhets-tecken* från Stockholm till Umeå.

Fast närväro på 34 platser

SVT har de senaste åren ökat sin närväro på olika orter i landet och hade under 2019 fast närväro på 34 platser inklusive Rinkeby och Angered. Därmed har SVTs förmåga att effektivt kunna spegla respektive områdes särprägel och egenart förstärkts i landet som helhet. Ambitionen för 2020 är att ytterligare stärka den lokala närväron genom fast etablering på ytterligare fyra orter: Arvidsjaur, Kristianstad, Nyköping och Skara.

Hög andel anställda inom den decentraliserade organisationen

Totalt var 2019 mer än hälften, 1 271 medarbetare, anställda inom ramen för vad som ovan definierats som den decentraliserade programorganisationen. Inom det som benämns som den centraliseringade verksamheten var 495 anställda i företagsövergripande programverksamhet (SVTi, SVT:s riksnyheter och sport). Resterande 575 anställda arbetade inom verksamheter som är gemensamma exempelvis HR och Kommunikation, Ekonomi, Strategi samt Publik och utbudsanalys. De kan inte definieras som vare sig centraliseringade eller decentraliseringade verksamheter och består till exempel av undertext, grafikproduktion, arkiv med mera. I den gruppen finns också en stor del av företagets ledningsfunktioner. Att SVT har 1 271 (54 procent) medarbetare anställda i den decentraliseringade organisationen visar även en hög närvaro i hela Sverige med kunskap om och förankring i de olika regionerna. Alla siffror beskriver antal anställda inom samtliga anställningsformer, även kortare anställningar (se tabell 4.6.1 samt figur 4.6.2).

Stor möjlighet till närvaro genom flexibilitet i programplaneringen

Antalet orter och andelen anställda i den decentraliseringade organisationen är relevanta i beskrivningen av SVT. Organisationen utformas med syfte att ha hög närvaro av medarbetare med förankring i de olika regionerna vilket innebär att SVT kan ta in och använda den kompetens som finns hos mediearbetare och experter även på andra platser än företagets 34 orter. För att det ska kunna ske bör det finnas ett betydande utrymme i organisationen för externa medverkande. Detta är särskilt viktigt inom områden som dokumentärfilm där SVT strävar efter att ge utrymme åt en mångfald av röster från olika delar av Sverige. 1,4 miljarder kronor användes

till externa medverkande samt till svenska produktionsutläggningar, samproduktioner och förvärv 2019 (se tabell 7.7).

Säkerställande av tillräckliga resurser för speglingsuppdraget

Att den decentraliseringade delen av SVT:s organisation har tillräckliga resurser säkerställs inte minst genom en hög närvaro av medarbetare med kunskap om och förankring i de olika regionerna. Personalfördelningen återspeglar att en betydande ekonomisk resurs läggs på en decentraliseringad verksamhet och att kravet redan med detta uppfylls.

SVT anser att det mest relevanta kriteriet för uppfyllelsen dock är om de beslutade programbudgetarna är så stora att SVT förmår att uppfylla sitt uppdrag, i synnerhet speglingsuppdraget (se stycke 7.1). Det åligger SVT:s programledning att kontinuerligt säkerställa att den decentraliseringade organisationen har tillräckligt med resurser för att kunna svara mot uppdraget. Detta säkras i flera led inom ramen för SVT:s programplaneringsprocess, bland annat ur resurshänseende genom att övergripande beslut remitteras till divisionerna. Uppdragsprocessen avslutas med en gemensam överenskommelse där SVT:s divisioner, som innehåller den decentraliseringade organisationen, och programledning ömsesidigt godkänner uppdragene.

4.6.1 Antal anställda per ort

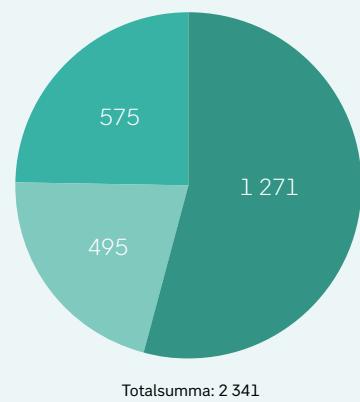
Samtliga anställningsformer

Ort	Antal
Borås	1
Eskilstuna	14
Falun	47
Gävle	11
Göteborg, inkl. Angered	171
Halmstad	11
Helsingborg	8
Hudiksvall	4
Jönköping	13
Kalmar	6
Karlskrona	13
Karlstad	22
Kiruna	22
Linköping	1
Luleå	23
Malmö	150
Norrköping	28
Skellefteå	3
Stockholm, inkl. Rinkeby	1 516
Sundsvall	22
Sälen	1
Södertälje	6
Uddevalla	1
Umeå	127
Uppsala	15
Visby	1
Västerås	14
Växjö	51
Örebro	23
Örnsköldsvik	2
Östersund	13
Övertorneå	1
Antal anställda	2 341

4.6.2 Antal anställda per organisationsform

Samtliga anställningsformer

- Decentraliseringad
- Centraliseringad
- Gemensam



Sett som andel av resursen utgör den lokala verksamheten nära hälften av kostnaderna inom nyhetsverksamheten. Det medger goda resurser för den lokala verksamheten att effektivt spegla respektive områdes särprägel och egenart.

Inom den allmänna tv-produktionen är andelen av budget inte relevant eftersom all programproduktion sker i den decentraliseraorganisationen. Verksamheten inom allmän-tv i Stockholm är som ovan nämnts lika decentraliserasom verksamheten i Umeå, Malmö och Göteborg. Kravet på en decentraliseraorganisation ska alltså inte förväxlas med kravet på produktion utanför Stockholm enligt anslagsvillkorens krav och som beskrivs i stycke 7.1.

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

4.7 TEKNISK ELLER ANNAN UTVECKLING

SVT bedriver kontinuerligt utvecklingsarbete för att förbättra, rationalisera och utveckla produktion, distribution och de tjänster som erbjuds publiken linjärt och online.

Under 2019 genomfördes tre stora internationella evenemang där SVT var så kallad host broadcaster. I början av året sändes alpina-VM från Åre och kort därefter Skidskytte-VM från Östersund. I november sändes världscupen i skidskytte. Mästerskapen sågs av 865 miljoner mäniskor. Samtliga produktioner gjordes med distanstecknik och utgjorde de största distansproduktionerna som genomförts i världen.

Distanstecknik ger bättre redundans och flexibilitet. Det är även mer kostnadseffektivt och distansproduktionen gjorde de tre evenemangen till mer

miljövänliga än de hade varit med traditionell teknik. Tekniken som investerades i dessa mästerskap rullas nu ut inom SVT i hela landet så att de orter som producerar åt Programdivisionen (Stockholm, Malmö, Göteborg och Umeå) kan använda samma teknik. Därmed behöver inte SVT göra stora investeringar framöver på varje ort i form av tung tv-teknik. Numera gör SVT alla typer av produktioner på distans och med egen teknik vilket ökar beläggningsgraden på investerad teknik.

Distansproduktionen med centraliserad utsändning rullas även ut inom de lokala nyheterna. Det innebär att i stället för utsändning och teknik på elva orter sker det på två orter. Göteborg och Malmö hanterar inspelning och uppspelning av alla lokala editioner och studios runt om i landet. I samband med omställningen börjar de lokala nyheterna sändas med HD-teknik, vilket innebär en bildkvalitetsförbättring för publiken.

Arbetet med distansproduktion har pågått under flera år och i slutet av året fick SVT pris som det tv-bolag som haft de mest innovativa samarbetena med leverantörer i världen. Priset delades ut av IABM, the International Trade Association for broadcast and media technology.

En oväntad tittarfavorit under året var *Den stora älvgvandringen*, ett "slow-tv-program" som huvudsakligen sändes på SVT Play. Där fick tittarna följa älgar som varje år simmar över Ångermanälven. Programmet gjordes genom ett utvecklingsprojekt där två personer producerade och fjärrstyrde ett tjugotal fasa och rörliga kameror som placerats ut i skogen. Det gav tittarna möjlighet att komma riktigt nära skogens konung.

Under 2019 har SVT:s avdelning för Språk och tillgänglighet börjat jobba med en AI-motor för svensktextning och i slutet av året inleddes publika tester som fallit väl ut. Ambitionen är att denna teknik ska kunna användas för

att texta lokala nyheter, vilket skulle öka tillgängligheten till SVT:s program.

Vidare vad gäller nyhetssatsningar har SVT investerat i en ny studio för riksnyheterna som med modern LED-teknik har böjbara skärmar som ger möjlighet till en mer flexibel produktion och mer avancerade uttryck.

Duo-appen, där publiken kan interagera med innehållet i våra program (ex. *På spåret*), har utökats så att tittare som vill tävla mot sina vänner kan se deras svar och poäng under programmets gång. Ett mycket uppskattat tillägg hos publiken som i allt högre grad söker nya former av gemenskap som motvikt till de obegränsade möjligheterna för varje person att på egen hand se det den vill. Appen är ett sätt att lekfullt engagera publiken.

SVT har under året arbetat med flera typer av utveckling av onlinetjänsterna. Bland annat har sökningen av program på SVTs digitala plattformar förbättrats i och med att systemet för taggning av program har utvecklats. Det gör att användarna kan få mer relevanta sökresultat.

All video som tillgängliggörs via SVT Play kodas i olika kvalitetsprofiler. Under året har SVT utvecklat en programspecifik kodning. Olika typer av program kan ha samma bildkvalitet för tittaren, men uppnå kvaliteten med hjälp av olika datamängder. Det innebär att SVT kan använda mindre data för vissa program, men mer för andra och samtidigt bibehålla eller höja kvaliteten ut mot publiken. Till exempel hade SVT en högre kvalitetsprofil under hockey-VM eftersom det krävs för att kunna följa pucken på bästa sätt. Det kan jämföras med animerade program som klarar samma kvalitet med mindre data. Eftersom data är en kostnad både för SVT och användaren innebär denna ansvarsfulla hantering av data en bättre balans mellan kvalitet och kostnad.

4.8 BEREDSKAP OCH SÄNDNINGSKVALITET

Mediebranschen, och däribland SVT, möter en rad hot och utmaningar i dag. Hoten kan bestå i fysiska attacker, cyberattacker, personliga hot- och hatmejl samt desinformation. Många av dessa hot sker på nätet och alla utgör försök till påverkan av medieverksamhet. Det är ytterst allvarligt för yttrandefriheten och mediemångfalden om medier skräms till självcensur eller hindras från att nå ut till allmänheten.

SVT hanterar cirka 35 säkerhetsincidenter per dag. Inom denna siffra rymmer hatmejl, våldshandlingar, ofredanden och olaga hot, en stor mängd så allvarliga att de polisanmäls. För att möta dessa utmaningar arbetar SVT bland annat med att säkerställa robusta system, säkerställa flera vägar till publiken via olika plattformar, stötta medarbetare och genomföra utbildningar. För att stärka SVT:s förmåga online ytterligare har företaget fattat beslut om att inrätta ett cybersäkerhetsteam.

SVT ska upprätthålla en hög säkerhet för produktion och distribution och eventuella sändningssavbrott ska bli så korta som möjligt, enligt 23 § i sändningstillståndet. SVT ska utifrån en risk- och sårbarhetsanalys analysera och värdera sändningsverksamheten så att avbrott så långt som möjligt kan undvikas.

SVT:s tv-kanaler sänds ut från ett gemensamt kontrollrum (programkontrollen) i Stockholm. Utsändningen styrs till stora delar automatiskt utifrån förplannede körscheman med detaljerade programuppgifter från SVT:s planerings- och mediehanteringssystem. Den höga graden av automation ställer stora krav på en systematisk arbetsprocess med tydliga regler för hur kanalerna planeras och hur programmen levereras och kontrolleras före själva utsändningen.

2019 sände programkontrollen ut totalt 108 247 program i kanalerna SVT1, SVT2, SVT Barn, Kunskapskanalen och SVT24. Statistiken över antalet sända

program inkluderar såväl förstasändningar som repriser, förproducerade program och direktsändningar. Om en sändning av ett program drabbats av ett fel rapporteras detta i en daglig sändningsrapport. Alla avbrott eller störningar som omöjliggör för publiken att ta del av innehållet och som inte kan åtgärdas inom 60 sekunder betraktas som allvarliga och följs upp.

2019 rapporterade programkontrollen att 53 program (59 program 2018) drabbats av någon form av allvarlig störning eller avbrott som varade längre än 60 sekunder. Den vanligaste orsaken till

avbrott och längre störningar är olika problem vid direktsändningar, till exempel överföringsproblem från produktionsplatsen till programkontrollen eller andra tekniska problem vid produktionsplatsen.

Enligt 22 § i sändningstillståndet ska SVT kostnadsfritt sända meddelanden som är av vikt för allmänheten om en myndighet begär det. Utläggningen av Viktigt meddelande till allmänheten (VMA) styrs från programkontrollen. Sådan information har enligt sändningsrapporterna lämnats vid 43 tillfällen under 2019 (58 gånger 2018).



K-special Graffitta. Konstnären Carolina Falkholt i New York inför en graffitimålning. Foto: Anders Ahlgren/SVT

5

Här finns SVT

I kapitel 5 beskrivs var SVT finns i form av kanaler och på plattformar. Här redovisas även hur SVT delar upp verksamheten i kärnverksamhet och kompletterande verksamhet.

5.1 KANALER

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

Under 2019 sändes 22 333 timmar varav 8 244 timmar var förstasändning. Efter omläggningen av de lokala nyheterna sänder SVT i dag 21 lokala sändningar. Eftersom SVT sänder i 21 lokala fönster så medför det att det producerades och sändes hela 3 271 timmar från de lokala redaktionerna. Det lokala utbudet, med några undantag, sänds parallellt och varje lokal redaktion sände 156 timmar.

Från SVTs fyra kanalplatser i marknätet sänds minst 50 timmar i veckan i genomsnitt. SVT sänder också text-tv. Under de senaste åren har den totala sändningstiden minskat vilket beror på färre sändningar nattetid samt att SVT inte längre sänder rullande text-tv-sidor, så kallad text-tv in vision.

Under 2015 förnyades avtalet mellan SVT och UR som bland annat reglerar överenskommelser om sändningstid och

rutiner samt kostnader kring sändningarna. Det avtalet har fortsatt att gälla under 2019.

SVT1 är kanalen med Sveriges största mångfald. Totalt sändes 7 414 timmar i SVT1 under 2019, (se diagram 5.1.1). Kanalen innehåller program som är relevanta för många och som skapar förutsättningar för gemensamma upplevelser – genom att titta tillsammans eller att prata om när man träffar vänner och bekanta. Ambitionen med SVT1 är att samla hela landet med populära program i alla genrer. Det är inte bara Sveriges största kanal utan också den kanal som har den största andelen av samhällsfakta och fiktion riktad till en vuxenpublik.

SVT2 har stor variation i programutbudet med fokus på fakta, kultur och samhälle. Programmen uppmuntrar, genom val av innehåll och infallsvinklar, till nya intressen och viljan att lära sig mer. Kanalen sänder SVT Forum på dags tid. Totalt sändes 5 807 timmar i SVT2 under 2019.

SVT Barn är Sveriges enda reklamfria kanal för barn i olika 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, därav repriseringar dags tid. Här ges också möjlighet att återutsända program som tidigare barn generationer uppskattat. De utländska programmen bearbetas för att passa barnen, främst genom dubbning och textning. Under 2019 sände SVT Barn 5 131 timmar.

Kunskapskanalen är den bildande kanalen som erbjuder kunskap om vår historia och samtid. Kanalen delas med UR. Kunskapskanalen sände 1701 timmar under 2019.

SVT24 delar plats med SVT Barn och återutsänder allmän-tv-program från SVT1 och SVT2. Kanalen används ofta till både parallell- och efterhandssändningar för syn- och teckenspråkstolkning. SVT24 sände 2 280 timmar, se 5.1.1.

SVT1 HD och SVT2 HD är SVT:s två hd-kanaler, high definition, med en bättre bild än standard-tv. Dessa kanaler används av fler än en miljon hushåll i Sverige. Eftersom kanalerna utgörs av parallellsändningar särskiljs de inte i dessa rapporter sändningsstatistik och de räknas inte dubbelt i någon sändningsstatistik.

Sveriges Television har lagt ner SVT World som sände program för utlandet och som baserades på sändningar till Finland. Numera sker inga särskilda sändningar till utlandet förutom program som tillgängliggörs via internet. Eftersom SVT endast tillgängliggör program utomlands för vilka SVT redan har rättigheterna så tillkommer små kostnader (under 100 000 kronor) för användning av utbudet. Detta innebär att SVT inte haft några särskilda kostnader för sändningar till utlandet.

Tjänster på internet

SVT ställer samma krav på webbutbudet som på det tv-utsända utbudet beträffande exempelvis opartiskhet och saklighet, variation och mångfald, hög kvalitet och nyskapande form. Sedan 2014 har SVT redovisat timmar som sänds över internet och hur många tillgängliga timmar som fanns per den 31 december. SVT har under 2019 vidareutvecklat teknik för att framgent kunna redovisa utbudet på motsvarande sätt som i broadcast-kanalerna. Den metod som SVT använt för att redovisa antal timmar som sänds över internet anses i dag inte tillräckligt god för att ge en bild av det faktiska utbudet. Metod och teknik kommer att färdigställas under 2020 för att kunna ge en rätvisande bild av det utbud tillgängliggjort över internet som SVT kan komma att tillgodoräkna sig.

SVT Play

Huvuddelen av innehållet i SVT Play består av program som också sänds i broadcast. Därutöver finns även ett antal webbunika program och livesändningar. De flesta egenproducerade och svenska program publiceras ofta före utsändningen i tv och är tillgängliga under 30 dagar från sändningen av den sista episoden. En del program är tillgängliga under ännu längre tid, i vissa fall upp till ett år. Tillgängligheten i tid när det gäller inköpta program ökar och börjar i en del fall närlägga sig de egenproducerade programmens. Programmen speglar genrebredden som sänds i broadcast.

Samtliga SVT:s kanaler är möjliga att se i SVT Play parallellt med de ordinarie sändningarna i traditionell tv. Innehållet i SVT Play skall vara lätt att spela upp samt hålla en hög teknisk kvalitet på alla typer av skärmar. Under året gjordes flera uppdateringar för att underlätta användandet av SVT Play på olika typer av skärmar, vilket är en viktig tillgänglighetsaspekt. Utvecklingen av HbbTV (Hybrid Broadcast Broadband TV) har fortsatt. Användaren kan via en knapptryckning på fjärrkontrollen komma åt SVT Play som är förinstallerad i tv:n eller boxen.

Utöver parallelsändningarna sändes webbunikt material. Dessa sändningar tillför värden till publiken som annars

inte skulle vara möjligt. I huvudsak handlar det om extrasändningar från stora nyhetshändelser. SVT erbjuder också unika sändningar från sport-evenemang där SVT äger rättigheter som inte rymts eller passar broadcast-sändningarna. I viss utsträckning har också särskilda sändningar över internet skett för att introducera samt sammanfatta evenemang, så kallade uppsnack och eftersnack.

Sajter och appar

SVT:s sajt svt.se med undertjänster har ett basutbud av nyheter, sport och barnutbud och dessutom ett antal satsningar kopplade till programtitlar eller ämnesområden. Förstasidan på svt.se har nyhetsfokus. På SVT Nyheter finns utrymme för fler nyheter, även mer fördjupning, än vad som rymts i sändningarna i broadcast. Materialet är också tillgängligt i en app. Även sporten har en samlad sajt med extramaterial och resultatsidor som också kan nås via en app.

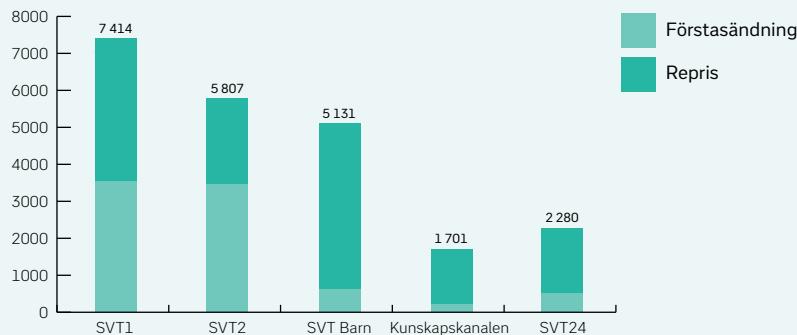
För barn finns svtbarn.se, vars navigation är särskilt anpassad för barn som ännu inte är läskunniga. För de allra yngsta finns också Bolibompa-appen som har fokus på lek och lärande. De har egna platser, avgränsade från övrigt utbud för att minska risken att barn ser program med olämpligt innehåll. Både Bolibompa och SVT Barn finns som appar.

Via applikationer som DUO-appen och Mello-appen kan publiken interagera med programmen och tävla, rösta, göra sin röst hörd.

Öppet arkiv

Tjänsten Öppet Arkiv erbjuder publiken en möjlighet att återse äldre program från SVT:s stora arkiv. Öppet arkiv är en skattkista fylld med nostalgi, drama-serier, barn- och underhållningsprogram. Det går att återse hyllade dokumentärer och program inom fakta, nyheter, sport och kultur. Användaren kan gå direkt till källorna och fördjupa sig i till exem-

5.1.1 Sändningstid per kanal 2019, timmar



Se appendix 5.1.1 Sändningstid per kanal, timmar, för fler år

pel valvakter, dokumentärer, KU-förhör och intervjuer med makthavare. Förhoppningen är att publiken ska kunna återuppleva gamla program de tidigare sett men också upptäcka spänande, underhållande och intressanta program som är helt nya för dem.

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

En annan viktig del i utbudet är program om och med de nationella minoriteterna, program på teckenspråk samt gudstjänster med olika trosinriktningar.

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

SVT i sociala medier

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

Marknadsföringen fyller en viktig funktion för att få tittare att intressera sig för SVT:s program och tjänster. I dagsläget utgörs cirka 80 procent av besöken till SVT Play och SVT Nyheter av direkttrafik, medan cirka 20 procent kommer från sök och sociala medier. Det visar att SVT:s plattformar har en stark ställning, samtidigt som marknadsföring i sociala medier är ett värdefullt komplement. Ett stort antal tittare/ användare tar sig till SVT via plattformar som Google, YouTube, Twitter,

Instagram och Facebook.

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

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

5.2 MOTTAGNINGS-PLATTFORMAR

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

Alla SVT-kanaler sänds okrypterat och utan krav på betalning via det digitala marknätet, som täcker 99,8 procent av den fast bosatta befolkningen i landet. Kanalerna är även tillgängliga via kabel-tv, satellit, IPTV genom fiber samt det öppna internet.

Strax under 20 procent av befolkningen tog emot sin tv-signal enbart via marknätet 2019. Kabel-tv användes av närmare hälften av befolkningen. Drygt en tiondel av befolkningen tog emot sin tv-signal via satellit och en fjärdedel av befolkningen fick tv via bredbandsnät, så kallad IPTV. Trenden är att marknätet och satellit minskar och att fiber ökar. Allt fler hushåll har tillgång till flera olika mottagningsformer samtidigt.

Grunden för SVT:s online-tjänster är öppna tjänster på internet på SVT:s egna webbplatser och i SVT:s egna applikationer, fritt tillgängliga och anpassade för

de huvudsakliga skärmarna för tv-program. Utöver dessa online-tjänster finns SVT i tjänster utanför det öppna internet via distributörers och operatörers egna plattformar.

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

5.3 KÄRNVERKSAMHET OCH KOMPLETTERANDE VERKSAMHET

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

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

- Sändning av hela kanaler på webben, antingen simultant med sändning i marknät eller i webbexklusiva kanaler.
- Play-tjänster eller liknande där tidigare sända program finns tillgängliga för on demand-konsumtion.
- Exklusiva program som ligger tillgängliga on demand.
- Direktsändning över internet av enstaka evenemang.

Verksamhet som utvecklar och stödjer kärnverksamheten är att betrakta som kompletterande verksamhet exempelvis text på webben. All verksamhet som inte är kärnverksamhet eller sidoverksamhet,



Friidrotts-VM. Armand Duplantis. Foto: SVT

(se stycke 9.4), är kompletterande verksamhet.

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

En utgångspunkt är att samma verksamhet i många situationer kan utgöra både kärn- och kompletterande verksamhet, beroende på hur det används. Om Uppdrag granskningens redaktion publicerar bortredigerat material på webben är detta att betrakta som kompletterande verksamhet. Samma inspelade och bortredigerade material är även att betrakta som kärnverksamhet om det inte publiceras på webben. Det går inte att följa upp och särskilja kostnader

eller resurser för det bortklippta materialet för att kunna hämföra till kärn- eller kompletterande verksamhet.

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

men för svt.se till att utveckla och stödja kärnverksamheten. Svt.se har nära kopplingar till den kompletterande verksamhet som bedrivs inom ramen för publiceringsytan SVT Text.

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

Ytterligare en publiceringsyta utgörs av sociala medier. SVT har två syften med sin närvaro i sociala medier. För det första att marknadsföra, informera och i och med detta synliggöra SVT:s innehåll gentemot målgrupper som är svåra att nå via de traditionella broadcast-kanalerna. Det andra syftet är att föra dialog med publiken och därigenom utveckla programverksamheten.

Slutligen finns en mycket liten verksamhet på andra plattformar som också

tjänar till att förstärka programupplevelsen eller marknadsföra programmen. Det handlar om produkter som SVT:s tryckta Julkalender och Allsångshäftet.

Med Granskningensämndens tidigare tolkning av begreppet kärnverksamhet är även rörlig bild tillhandahållen över internet att beteckna som kompletterande verksamhet. Med denna definition är SVT Play att beteckna som kompletterande tjänst. I SVT:s nya sändningstillstånd som gäller från 2020 inbegrips SVT Play i definitionen av kärnverksamheten.

SVT Play innehåller även program som ännu inte sänts i broadcast men kommer att sändas där. Denna sändningsstruktur syftar till att väcka intresse för programmen. Det unika material i form av rörlig bild som tillgängliggörs via svt.se och SVT Play utgörs huvudsakligen av utökade sändningar från händelser för vilka utrymme saknas inom ramen för traditionell broadcast, samt i ett fatal fall, program som är särskilt utformade för en online-kontext och som bidrar till att utveckla bland annat SVT:s kulturuppdrag.

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

Balans

SVT skiljer i planeringen av verksamheten mellan mål som sätts upp, som verksamheten ska sträva mot, och krav som utgör planeringsförutsättningar för verksamheter och som alltid ska vara uppfyllda. Att det ska råda balans mellan kärn- och kompletterande verksamhet är ett krav, inte ett mål och det är en förutsättning för resonemangen i det följande. Verksamheten ska därmed hålla sig inom en ram, det vill säga att det inte ska råda obalans, och inte uppnå ett exakt sifervärde.

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

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

Obalans i relation till frågan om publikens tillgång

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

I samband med att kravet infördes hade cirka en fjärdedel av hushållen teoretisk täckning av bredband (PTS bredbandskartläggning, 2003). Cirka två tredjedelar av hushållen hade tillgång till internet i hemmet. Utvecklingen har sedan kravet infördes gått fort. Idag är det endast ett drygt 100-tal hushåll som inte har teknisk tillgång till bredband, vilket kan jämföras med 10 000-tals för marknätet. I flera åldersgrupper är det dessutom fler som har faktisk tillgång till videotjänster över internet än som har tillgång till traditionell tv.

I oktober 2018 hade 89 procent av alla hushåll och företag antingen tillgång till 1 Gbit/s eller fiber i absoluta närheten.

Motsvarande nivå för 100 Mbit/s och 30 Mbit/s var vid samma tidpunkt 89 procent respektive 97 procent av alla hushåll och företag (PTS mobiltäcknings- och bredbandskartläggning, 2018).

Eftersom SVT tillgängliggör i princip all avgiftsfinansierad verksamhet på det öppna internet så finns i dagsläget inget balansproblem ur detta hänsyns. Balansproblemet är snarast det omvänta: Användningen av traditionell tv sjunker, medan användningen online ökar.

Obalans i relation till kärnverksamhetens kvalitet

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

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



Alpina-VM i Åre. Foto: SVT

Obalans i relation till publikens förtroende

Syftet med villkoret är i hög grad att bevara förtroendet för radio och tv i allmänhetens tjänst. Om det fanns ett kraftigt negativt publiskt uttryck i samband med SVT:s kompletterande verksamhet, skulle detta kunna utgöra en risk för förtroendet. Enligt SVT:s mätningar anser en klar majoritet att det är rimligt att en ökande del av tv-avgiften går till att finansiera tjänster över internet. I en undersökning som genomfördes av Norstat för SVT:s räkning i december 2018 ansåg 74 procent av de

tillfrågade att det är bra eller mycket bra att SVT vidareutvecklar tjänster för webben. Om SVT befann sig utanför det spann inom vilket balans råder, borde en tydlig majoritet av publiken anse att en mindre del av tv-avgiften bör gå till att utveckla dessa tjänster. Observera att frågeställningen är gjord utifrån Granskningens nämndens snävare definition av kärnverksamhet.



Operation Klotty. Foto: Johan Paulin/SVT

6

Bredden i utbudet

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

6.1 PROGRAMKATEGORIER

SVT sände 22 333 timmar 2019. Dessa timmar klassificeras på en mängd olika sätt. Ett sätt att visa bredden i utbudet är att dela upp timmarna i olika programkategorier, (se graf 6.1, sid 38). Utbudet för barn och unga visas separat i stycke 7,4 och nedanstående redovisning åskådliggör hur vuxenutbudet, 16 886 timmar, fördelar sig i olika programkategorier. Fördelningen kan och ska variera mellan åren. Det kan bero på stora sportevenemang eller fler inköp av utländsk fiktion.

När det gäller samhällsfakta 2019 har förändringarna av SVT:s morgonsändningar inneburit mindre sändningstid både som förstasändningar och repriser. Det nya programmet *Morgonstudion* har en timme kortare sändningstid än vad *Gomorron Sverige* hade med konsekvenser för sändningstid då vissa delar av programinnehållet kodats som samhällsfakta. Detta innehåll repriserades också. Dessa förändringar fanns redan 2018, men var då inte lika synliga eftersom det var ett valår med många timmar kom-

pletterande sändningstid som följer på ett riksdaysval.

Dokumentär (som ingår i samhällsfakta) och nyheter är två gener som leder transformationen från broadcast till online. Dokumentär hade till och med 2017 en veckoutgivning i SVT2 där nya filmer, nordvisionsfilmer och repriser visades. Därefter har SVT arbetat mer differentierat med dokumentärutbudet efter principen att varje film ska hitta sin publik – en del dokumentärt innehåll har bara publicerats i SVT Play, en del filmer har visats i SVT1. Konsekvensen har blivit en liten minskning på antalet nya filmer, men framför allt en minskning av repriseringsgraden i broadcast. Dessa faktorer har också bidragit till en viss minskning av utbudet som benämns samhällsfakta.

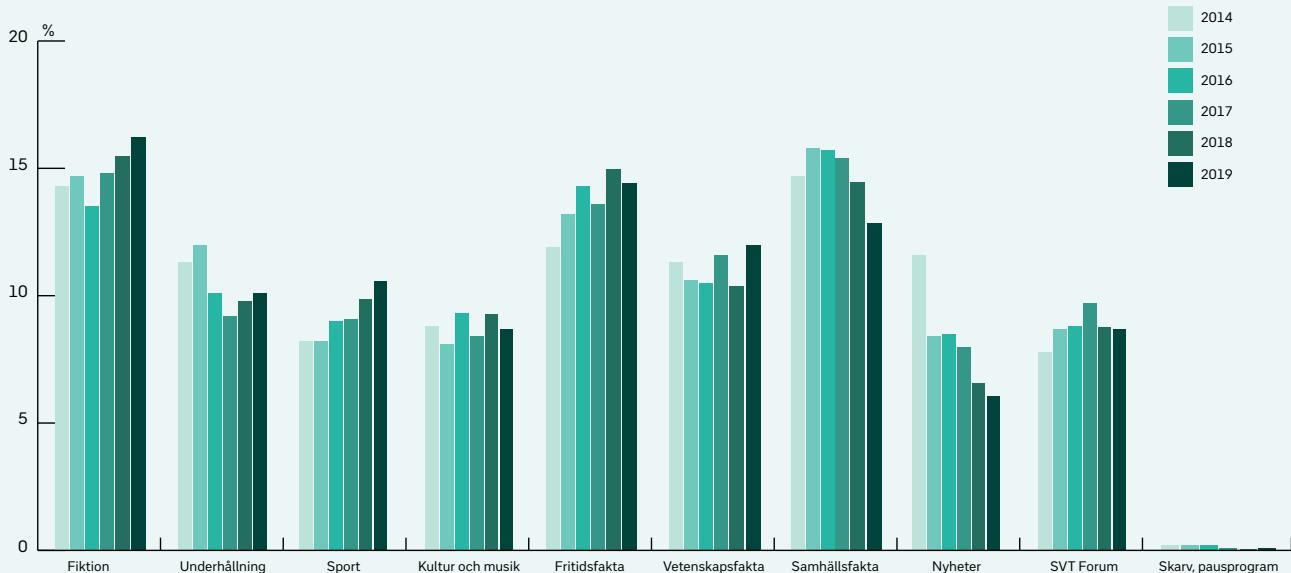
På nyhetssidan har SVT från och med 2018 succesivt minskat antalet kortsändningar från Rapport. Detta är ett resultat av en omprioritering som syftat till en ökad beredskap att sända direkt online eller i broadcast vid stora nyhetshändel-

ser till förmån för kortsändningar dag- och nattetid. Därutöver har sändningstiden för de lokala nyheterna minskat med två minuter, fyra dagar per vecka. Viktigt att nämna är att produktionen av lokala nyheter är fortsatt omfattande med 3 271 timmar. Denna volym syns inte i den statistik som redovisas i graf 6.1 på sid 38 som exkluderar 21 parallella sändningar. Från varje lokal redaktion sänds 156 timmar per år i broadcast.

Bredden i utbudet

Oberoende publika, jämförande studier av innehållet i olika tv-kanaler på den svenska marknaden saknas i dagsläget. Myndigheten för press, radio och tv gjorde tillsammans med Nordicom rapporten Medieutbud (Jaakkola & Wadbring, 2017). Det är den senaste rapporten om det svenska medieutbudet. Rapporten drog då slutsatsen att: ”nyheter och fakta upptar en större andel av sändningstiden i SVT än i TV4. Över hälften av Sveriges Televisions utbud i de fyra kanaler som ingått i studien består av

6.1 Andel av utbudet per programkategori exklusive barn och unga



Se appendix 6.1 Andel av utbudet per programkategori exklusive barn och unga

nyheter och fakta, medan motsvarande för TV4 är ungefär en tredjedel. Andelen blandprogram är något större i TV4 än i SVT. Sammantaget står kommersiella TV4 för ett mer underhållningsinriktat innehåll än public servicebolaget Sveriges Television. Det är de profiler som kanalerna alltid haft". Allt tyder på att SVT fortfarande är det bolag som står för det breddaste utbudet, vilket också var resultatet av den senaste undersökningen om bredden i svenska medieutbud av professor Kent Asp (2017).

Internet

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

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

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



Allsång på Skansen. Sanna Nielsen. Foto: SVT

Särskilda uppdrag och målgrupper

Kapitel 7 redovisar uppföljningen av ett antal särskilda uppdrag som SVT har.

Det är exempelvis att bedriva nyhetsverksamhet, erbjuda ett mångsidigt kulturutbud och göra program för barn och unga. Här beskrivs också utbudet av de nationella minoritetsspråken samt vad SVT gör för att öka tillgängligheten av program för personer med funktionsvariationer.

7.1 JÄMSTÄLLDHET, MÅNGFALD OCH SPEGLING

Arbetet med att spegla hela Sverige är ett av SVT:s övergripande prioriterade mål. Arbetet är mångfarterat och bedrivs i all verksamhet, såväl i programarbetet som genom exempelvis utbildning, rekrytering och i andra HR-frågor. För att vara en relevant medieaktör för en majoritet av befolkningen så är det väsentligt att mänskor med olika bakgrund och livsförhållanden medverkar både i programutbudet och i produktionsarbetet. Enligt forskaren Maria Edström, på institutionen för journalistik, medier och kommunikation vid Göteborgs universitet, riskerar en skev representation i medierna att bidra till att odla fördomar och stereotyper som kan leda till diskriminering. Hon menar därför att det ur ett demokratiskt perspektiv är viktigt att

det finns medier som speglar hela landet och dess befolkning. I sändningstillståndet betonas att SVT ska:

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

SVT har, som en del i arbetet med att svara mot sändningstillståndet, antagit en policy för Sverigespegling och likabehandling som lyder:

- SVT är till för alla. Alla mänskor är lika mycket värda. Sveriges befolkning ska avspeglas i såväl utbud som i sammansättning av vår personal. SVT:s

program ska spegla befolkningens olika behov, intressen, perspektiv och åsikter. Alla ska känna igen sig i SVT:s utbud.

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

Samtliga mångfaldaspekter, enligt ovan, inbegrips i hur SVT tolkar mångfaldsbegreppet vilket också inkluderar arbetet för jämställdhet mellan kvinnor och män.



Kärlek på samernas. Foto: Jens Harvard/Lillasyster

SVTs övergripande mångfalds- och speglingsmål är att andelen av befolkningen som anser att SVT speglar hela Sverige ska öka.

Målet har varit att senast 2019 minst 7 av 10, (70 procent), i befolkningen anser att SVT:

- Speglar mångfalden av mäniskor i det svenska samhället. Resultat 2019: 62 procent (62 procent 2018).
- Har en jämställd fördelning mellan kvinnor och män. Resultat 2019: 63 procent (62 procent 2018).
- Har nyheter, innehåll och medverkande från alla delar av landet. Resultat 2019: 64 procent (66 procent 2018).
- Speglar åsikter och perspektiv som du känner igen dig i. Resultat 2019: 50 procent (52 procent 2018).
- Ger utrymme för många olika åsikter och perspektiv. Resultat 2019: 57 procent (58 procent 2018).

Resultatet av SVTs mätningar visar att målen för 2019 inte har uppnåtts, vilket inte är tillfredsställande och SVT vidtar åtgärder för att förbättra resultaten. SVT höjer ambitionerna och Sverigespegling kommer vara en viktig del av den nya företagsstrategi som antas under 2020. Som en följd av företagsstrategin kommer tydliga insatser att göras och mål för dem sättas vilket stärker förutsättningarna för att på sikt bättre spegla mångfalden i Sverige.

Hur mångfalden i programutbudet ser ut mäts av enskilda redaktioner i första hand för den egna uppföljningen. SVT betraktar dessa mätningar som redaktionellt material och att de enbart ska användas för internt bruk. Mätningarna syftar till att blottlägga brister och verka som förändringsverktyg.

Sedan 2014 har SVT mätt hur stor del av personalen som har utländsk bakgrund. 2014 var andelen 19 procent. 2019 års mätning visar att knappt 23 procent

av SVTs personal antingen själv är född utomlands eller har minst en förälder som är det. 2019 är i samma nivå som 2018 och eftersom målsättningen är att siffran ska öka över tid, är detta något som inte uppnåtts det senaste året. SVT gör årligen motsvarande mätningar och analyser även kring könsfördelning i olika grupper och befattningar.

SVTs mångfalds- och speglingsarbete

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

att aktivt verka för en arbetsplats där olikheter välkomnas. Målet med personalstrategin är att organisationen ska inkludera olikheter och kompetenser som ger nya insikter. Företagets samlade kunskaper, erfarenheter och nätverk ska skapa nytta för verksamheten och publikens förtroende.

Under 2019 har tre arbetsgrupper från olika delar av SVT undersökt hur Sverigespeglingen kan stärkas. En arbetsgrupp har haft fokus på utbud och innehåll, en på organisationen med särskild inriktning mot rekrytering och en grupp har arbetat med hur SVT kan mäta Sverigespeglingen i utbud och organisation.

För att aktivt bredda SVT:s rekryteringsbas i syfte att öka mångfalden bland medarbetarna på SVT anordnades ett rekryteringsmingel i Stockholm med 100 talanger. Resultatet blev flertalet rekryteringar av personer som annars inte hade sökt sig till SVT. Det gav också en kompetensdatabas som kan användas vid framtida rekryteringsbehov. På liknande sätt har SVT i Umeå under många år genomfört speeddating med organisationer som möter nyanlända vilket lett till anställningar och praktikplatser.

En nyckelfaktor för att förbättra mångfalden har varit inrättandet av en central funktion med ansvar för samordning och utveckling av Sverigespegling för SVT som helhet. En sådan funktion finns nu. I fokus står utbildning/kompetensutveckling, rekrytering, bredande av nätverk och uppföljning kopplat till Sverigespegling. En annan viktig del i arbetet är att rusta chefer och ledare i frågorna, därfor har 150 personer i arbetsledande funktioner utbildats i inkluderande ledarskap.

Särskilda aktiviteter bedrivs även på SVT:s två programproducerande divisioner. Detta är särskilt viktigt då arbetsmetoder och frågeställningar skiljer sig kraftigt åt mellan olika programområden. Nyhetsverksamhetens arbete

handlar bland annat om vilka frågor som tas upp och vilka som kommer till tals, medan mångfaldsarbetet inom drama i hög grad handlar om vilka som rekryteras till olika nyckroller i produktionen och vilka roller och händelser som skrivs in i manus. Programdivisionen har fortsatt att kartlägga och analysera behov, kontinuerligt erbjuda kompetensutveckling, ge stöd till projektledare i innehålls- och rekryteringsfrågor samt ge stöd i beslut där Sverigespegling spelat en viktig roll.

Mångfalds- och speglingsarbetet inom Nyhetsdivisionen

Mångfaldsarbetet inom Nyhetsdivisionen bedrivs både lokalt och i den riks-täckande programverksamheten. Enligt divisionens mångfaldsplans ska arbetet integreras i hela verksamhetens programbeställning, rekrytering och i de dagliga besluten. Målet för mångfaldsarbetet är att fortsätta utveckla och förändra invanda, oftast omedvetna värderingar. Som ett led i arbetet har SVT Nyheter tagit fram språkråd med förslag på formuleringar kring mångfaldsbegrepp. Ett verktyg har även utvecklats för att föra kontinuerlig statistik över representationen av exempelvis män respektive kvinnor i det publicerade materialet. Det strategiska arbetet att ha en jämn könsfördelning i produktionen har gett resultat.

SVT Sport har i många år strävat mot att vara ledande när det gäller jämställd sportbevakning. Arbetet inkluderar att mäta utbudet varje dag, synliggöra skevheter och aktivt leta efter nyheter om damidrott. Insatsen har bidragit till ett ökat intresse för flera svenska damligor. SVT Sport har som mål att vara världsledande med en jämställd sportbevakning och i dag är utbudet i stort sett likställt mellan män och kvinnor när journalistiken i *Sportnytt*, *Sportspegeln* och digitala medier (exempelvis svtsport.se) vägs samman. En jämställd sportbevakning har också lett till att SVT Sport i

dag har långt fler egna nyheter som dagligen citeras av annan media i Sverige. Sportens jämställda bevakning har rört internationell uppmärksamhet och under året har redaktionen föreläst om sitt arbete för en rad olika tv-bolag runt om i världen och även prisats för sitt arbete.

I september tilldelades redaktionen Meg Award och efter att ha nominerats 2019 gick även det ”Svenska jämställdhetspriset” till redaktionen i februari 2020. I ett samarbete med SVT Nyheter producerades dokumentären *Rätten att spela boll*. Programmet, som handlade om tjejer kamp för att få spela fotboll, nominerades till pris på sport- och filmfestivalen i Milano.

Hela Sverige ska känna igen sig i SVT:s bevakning. När SVT öppnade en redaktion i Angered blev det tydligt vad Sverigespegling kan innehåra för SVT Nyheter Väst. Redaktionen har satt ljus på frågorna inom nyhetsbevakningen och genomfört workshops med flera avdelningar med fokus på hur människor, grupper och områden kan speglas och hur SVT därigenom också kan nå ut bredare. Kunskapen har samlats i en metodhandbok som kan verka som inspiration och guide för hur stereotyper kan motverkas samtidigt som Sverigespegling kan främjas i SVT:s nyhetsbevakning. Arbetet fortsätter kommande år.

En viktig målsättning för Sveriges Televisions nyhetsverksamhet är att spegla hela landet i rikssändningarna. Målet är bland annat att *Rapport respektive Aktuellt* ska innehålla minst två inslag eller större segment som producerats av de lokala redaktionerna varje dag.

En annan insats för att bättre bevara hela Sverige har varit att stärka SVT:s kompetens med fokus på Sápmi. SVT har genomfört ett utbildningsprogram med fyra kandidater som kan samiska i tal och skrift, och med djup kunskap om det samiska samhället, dess historia och

kultur. Utbildningsprogrammet nådde ut i nya nätverk och resulterade i två nyrekryteringar inom public service.

Mångfalds- och speglingsarbete inom Programdivisionen

Programdivisionen har i sitt arbete haft som mål att i utbudet nå alla generationer och bygga relationer till nya målgrupper för att ständigt:

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

Löpande sker olika aktiviteter kopplade till Sverigespeglung. Ett exempel är från *Allsång på Skansen* där det funnits ett arbete för att bjuda in nya publikgrupper. Allsångens projektgrupp har sett över de medverkande artisterna, blandat de klassiska sångerna i häftet med nya typer av akter på scenen och utjämnat förutsättningarna för vilka som har möjlighet att besöka Allsången. De personer som gärna vill se de nya artisterna på Solliden har inte alltid samma ekonomiska förutsättningar att betala inträdet till Skansen. Därför har SVT, tillsammans med Skansen, delat ut 100 gratisbiljetter via artisterna. Resultatet har varit en mer blandad publik och fler mäniskor som kunnat känna sig delaktiga i både utbud och live-upplevelsen.

Ett annat exempel är *Melodifestivalen* där ett aktivt arbete satts igång för att nå ut till nya låtskrivare i syfte att skapa en festival som speglar fler delar av Sverige och därmed kan bygga relation med nya delar av publiken. Framgången har legat i att proaktivt bjuda in låtskrivare och gediget uppsökande arbete i nätverk av låtskrivare som annars inte inkommer med sina låtar. Melodifestivalens redaktion arrangerar därutöver en låtskrivarvecka för kvinnliga låtskrivare. Det så

kallade Mellokollot arrangerades för andra gången 2019 och 40 låtskrivare och producenter samlades för att komponera hits som de hoppades skulle komma med i Melodifestivalen 2020. Medverkande gjorde både etablerade och mindre kända låtskrivare och producenter. För oetablerade låtskrivare som aldrig har skrivit bidrag till Melodifestivalen är Mellokollot ett sätt att komma in i tävlingen. Låtarna går igenom samma urvalsprocess som all annan musik som skickas in till Melodifestivalen. När urvalsjuryn väljer ut vem de inte var musiken kommer ifrån eller vem som har skrivit den. Målet med låtskrivarveckan är att öka andelen kvinnliga upphovspersoner i Melodifestivalen.

För att säkerställa bredd bland medverkade i olika program sker ett arbete med att följa upp och utvärdera hur väl de medverkande speglar Sverige ur en rad olika parametrar. Särskilt viktigt är det i de program som har många medverkande. Exempelvis sker ett systematiskt arbete med utvärdering och uppföljning av *Musikhjälpen* där över 200 gäster medverkar under 144 timmar. Likaså följs barnserierna *Värsta bästa barnvakterna*, *Lilla polisskolan* och *Sommarlov* upp och utvärderas. De har till sammans flera hundra medverkande barn.

Vidare är förkunnelseprogrammen i SVT något som årligen bidrar till Sverigespeglung i en bred definition. Från kristna till judiska och muslimska gudstjänster gör SVT en resa genom Sverige i två dimensioner, dels en geografisk resa från norr till söder, dels en ekumenisk resa från ortodoxa kyrkor till pingstförsamlingar och övriga kyrkofamiljer där emellan.

SVT Drama för statistik över jämslälldhet avseende hur stor andel kvinnor som exempelvis är huvudregissör, huvudförfattare eller producent. Andel kvinnor som haft huvudroller i SVT:s dramaproduktioner var under året 62,5 procent. Drygt 30 procent av

huvudregissörerna och nästan 80 procent av producenterna var kvinnor.

Allmänproduktion –

55-procentskravet

För att säkerställa att SVT speglar hela landet har SVT en omfattande produktion på andra orter än Stockholm. Genom att sprida produktionen över landet kan många producenter och medverkande aktivt bidra till att olika yttringar och värderingar synliggörs i utbudet. Allmänproduktionen är främst förlagd till fyra orter: Malmö, Göteborg, Stockholm och Umeå. Utöver dessa produceras även allmän-tv i Kiruna, Luleå och Falun. Dokumentärproduktion sker i så gott som hela landet. Sändningstillståndets särskilda skrivning om att hela Sverige ska speglas och att SVT ska ta hänsyn till de olikheter som finns i landet kan ta sig olika uttryck. En produktion kan exempelvis spelas in på flera olika orter.

SVT och SR har olika definitioner av 55-procentskravet men i möjligaste mån strävar bolagen efter gemensamma definitioner. Det finns inget uttryckligt krav på att samtliga definitioner ska vara gemensamma vilket skulle vara ett orealistiskt krav. Verksamheterna skiljer sig åt både produktionsmässigt och planeringsmässigt. Även styrningen av programproduktionen skiljer sig åt mellan bolagen.

Utgångspunkten för SVT:s definition av 55-procentskravet är placeringen av produktionens ansvarige utgivare enligt SVT:s delegationsordning, i praktiken SVT:s programchefer. I Malmö och Göteborg finns vardera två programchefer, i Stockholm finns fem programchefer och i Umeå finns en programchef. Programcheferna ansvarar för produktion och programutveckling vid egenproduktion, produktionsutläggning, samproduktion och inköp av program (där SVT varit involverade i produktionen). Det är också programchefen som har ansvar för programmens utformning exempelvis vad gäller gäster, inspelningsplatser



Musikhjälpen Live – Janice. Foto: Micke Grönberg/Sveriges Radio

och medverkande. Det finns ingen garanti för att hela innehållet från exempelvis ett Malmö-program inte till någon del produceras i Stockholm men å andra sidan så produceras en mängd Stockholms-program, särskilt drama, utanför Stockholm. För att få en kontinuitet i begreppet och uppföljningen så har SVT konstaterat att metoden med programchefernas placering och ansvar bäst svarar mot kravet.

I begreppet allmänproduktion ingår programkategorierna fiktion, underhållning, kultur och musik, fritidsfakta, vetenskapsfakta, samhällsfakta, nyhetsmagasin riktade till barn och ungdom, sportdokumentärer och korta pausprogram. Eftersom kravet tar sikte på produktion och inte sändning av program omfattar kvoten de förstagångssända programmen.

SVTs andel produktion utanför Stockholm var 61 procent under 2019

(63 procent 2018) vilket innebär att SVT levtt upp till villkoret. En bidragande orsak till minskningen är den förändring som gjordes av programmet *Vem vet mest* hösten 2018. Tidigare sändes programmet varje vardag men sändningstiden förändrades under 2018 till lördagar.

7.2 NYHETER OCH SAMHÄLLSBEVAKNING

De senaste åren har det skett ett närmande och ett ökat samarbete mellan Nyhetsdivisionen och delar av Programdivisionen. Syftet är att än mer synliggöra det kvalificerade berättande som traditionellt inte har nyhetsanpassats men som finns i samhälls-, dokumentär- och till viss del inom faktautbudet. Ett flertal av dessa programsatsningar bär också tydliga nyhetsberättelser. Det är en inriktning som mycket väl svarar upp mot den övergripande strategin

som programbeställaren för nyheter, samhälle och dokumentär formulerat:

"Fokus har varit att utveckla det journalistiska berättandet genom nya publiceringsstrategier, journalistiska metoder, format och berättarsätt. Syftet är att öka det journalistiska avtrycket, attrahera en yngre samhällspublik och att göra det journalistiska utbudet livskraftigt i en digital miljö."

Konkret har detta inneburit att den journalistiska leveransen från specialprogram, med ett längre berättande som kännetecknar samhälls- och dokumentära program, har fått en ökad exponering och genomslag genom att nyhetspaketeras för såväl online som broadcast-tittande. Den här utvecklingen stärker uppfyllandet av sändnings-tillståndets 6 § till och med 8 §.

Allmän-tv-program nyhetsfördelas

SVT:s nyhetsredaktion har ökat sin närvavo i landet genom ett finmaskigare nät av lokala redaktioner och genom att öppna dörrarna för Programdivisionens programprojekt har journalistiska produktioner från Malmö, Göteborg, Stockholm och Umeå kontinuerlig närvavo i nyhetsmiljön. Till stöd för den här inriktningen har Programdivisionen bildat en specialistredaktion i Göteborg med uppgift att förädra allmän-tv-program så att materialet anpassas till nyhetsformatet. Några exempel:

- Under våren 2019 publicerade Dokumentäravdelningen en serie i tre delar, *Tusen dagar i Sverige*, där SVT under tre år följe familjer som anlände till Sverige under flyktingvägen 2015.
- I serien *Sjukt stressad*, som producerades av redaktionen för Uppdrag granskning, visades en samhällsutveckling där unga kvinnor drabbas hårt av samtidens press och förväntningar. Med ett produktions- och berättarsätt också anpassat för digital konsumtion lyckades redaktionen adressera en yngre publik till programsatsningen samt
- Vetenskapsredaktionen bad fem forskare att svara på de vanligaste invändningarna kring den globala klimatförändringen och skapade ett format som passade SVT Nyheter och som fick stor publik exponering.

Detta har bidragit till att enligt 6 §: ”den journalistiska mångsidigheten har ökat, att förhållandena i hela landet ytterligare stärkts” genom den ökade exponeringen, och att enligt 7 §: ”utläggningar, samarbetsprojekt och inköp av program...” synliggjorts på fler plattformar. Det finns nu ett bredare urval av journalistik för att leva upp till 8 §: ”nyhetsförmedling och samhällsbevakning ska ha olika perspektiv så att händelser speglas utifrån olika geografiska, sociala och andra utgångspunkter.”

SVT har genom ett organiserat och



Tusen dagar i Sverige. Ferdina bär på sin dotter Rayhan. Foto: Gustav Ahlgren/SVT

strukturellt utvecklat journalistiskt arbete styrs mot kärnan i uppdraget såsom det kommer till uttryck i 6 § till och med 8 §.

Journalistiskt tålmod

För att tillfredsställa publikens rättmäiga förväntningar om att bli uppdaterad, få sammanhang och ges förutsättning att omfamna komplexiteten i en snabbt föränderlig värld så måste nyhetshändelser hanteras på ett professionellt sätt. Det gäller akuta och ej förutsägbara händelser såväl som i tid utdragna nyhetsförlopp som kräver journalistiskt tålmod förenat med ämnesspecifik spetskompetens.

Några nyhetshändelser under 2019 som faller inom dessa kategorier är:

A) Sprängningar och skjutningar relaterade till gängkriminalitet i Sverige som hade stort nyhetsvärde. Dessa fick lokala, nationella och internationella konsekvenser. B) Greta Thunberg blev en miljöaktivistisk symbol för ungdomar runt om i världen och som under hela året satte press på världens ledare, tydligast aktualisering vid klimatmötena i New York och Madrid. Miljö- och klimatfrågan var ett högt

prioriterat område under hela 2019.

C) Efterspelet till riksdagsvalet 2018 drog ut på tiden och kom inrikespolitiskt att präglia 2019 och D) det långa förspelet i amerikansk politik, som i december resulterade i att det väcktes riksrätsatal mot president Trump, satte under årets andra hälft den massmediala bilden av USA. E) Brexit-frågan i Storbritannien blev en ständigt pågående följetong med fler episoder än vad någon hade kunnat förutse.

Mångfald och spetskompetens

I slutet av året beslutade Nyhetsdivisionen att tillsätta två nya ämnesrapporter: Alexander Norén som techkorrespondent och Erika Bjerström som klimatkorrespondent. Båda med ansvar att bevara sina områden utifrån ett nationellt och globalt perspektiv. De kommer till skillnad från de elva korrespondenter som SVT har placerade på olika håll i världen att ha Stockholm som bas.

Beslut i samma riktning men med ett lokalt och nationellt perspektiv är inrättandet av en Sverigeredaktör och fyra Sverigereportrar. Dessa personer är rekryterade från SVT:s lokala organisation med uppdrag att stötta de lokala redak-

tionerna så att mer unikt lokalt material kommer in i de nationella nyhetsprogrammen *Rapport*, *Aktuellt* och *Morgonstudion*.

Nyhets- och samhällsprogrammen utgör en central del av SVT:s utbud. Verksamheten strävar efter att vara en av Sveriges mest trovärdiga nyhetsleverantörer. Målsättningen är att via ett brett spektrum av nationella, regionala, lokala, minoritets-, barn- och ämnesspecifika nyhetsprogram skapa en mångfald av urval, analyser, kommentarer och granskning. Alla veckans dagar utom lördagar erbjuder SVT lokala nyhetsändningar i broadcast och alla veckans dagar nyheter som publiceras online.

Nyheter

Nyhetsdivisionen, där även sportredaktionen ingår, omfattar cirka 900 medarbetare och har sin verksamhet på 34 orter, (38 orter år 2020). SVT:s uppdelning av nyhets- och samhällsutbudet i ett stort antal program med olika målgrupper och tilltal är en garant för en bredd i urval och analyser. Det säkerställer även att en mångfald av röster kommer till tals. Att samtliga redaktioner har ansvariga utgivare är även det en garanti för mångfald. Lokalt finns 19 utgivare, medan det på riksredaktionerna i Stockholm och Umeå finns fyra (sport, aktualitetsprogram, riksnyheter och *Sverige idag*) samt tre för minoritetsspråken finska, samiska och teckenspråk. Samtliga nyhetssändningar har självständiga redaktörer som präglar respektive sändnings innehåll och tilltal.

Nyhetsprogrammen har skilda identiteter och format och variationen är stor. Riksnyheterna levererar korta bulletiner, ett längre sammanfattande format som *Rapport*, ett fördjupande magasin som *Aktuellt* samt kontinuerlig uppdatering och direktsändningar i online-servicen SVT Nyheter. Utbudet spänner över skilda titlar som *Sportnytt*, *Lilla Aktuellt*, *Oððasat*, *Sverige idag* och de lokala nyhetssändningarna.

Satsning på datajournalistik och grävande journalistik

Arbetet inom Nyhetsdivisionen har handlat om att utveckla det totala nyhetsutbudet så att det fortsatt möter skilda behov hos publiken och attraherar olika målgrupper så att räckvidden på helheten ökar. SVT:s nyheter ska nå så många som möjligt och så många olika grupper som möjligt.

För att leva upp till detta har bland annat följande genomförts:

- Implementering av en ny strategi för lokala nyheter och beslutad ökad närvaro i landet (se nedan).
- SVT Nyheter online har växt och stärkt relationen till yngre nyhetskonsumenter.
- Satsning på datajournalistik.
- Riksnyheterna inrättade på projektbasis en ”grävdesk” för att höja kvaliteten i den undersökande journalistiken. Tidsperspektiv för varje gräv är två till fyra veckor. Satsningen har visat sig mycket lyckad och planen är att permanenta satsningen under 2020.

Den lokala nyhetsorganisationen har genom att effektivisera och centralisera utsändningarna av traditionella tv-sändningar kunnat omvandla 14 produktionstekniska tjänster för att producera innehåll. I stället har SVT tillsatt de nämnda Sverigeredaktörerna och Sverigereporterarna. Det frigjorda utrymmet har också skapat möjlighet att anställa fem videospecialister samt utse en projektledare för ”journalistiskt avtryck” som ska stärka det innehållsliga samarbetet mellan riksnyheterna och redaktionen för *Uppdrag granskning*.

Beslut om ökad närvaro

Under 2019 har det fattats beslut om att från och med 2020 öka närvaren i landet från 34 redaktioner till 38. De fyra nya lokala redaktionerna kommer att finnas i Skara, Arvidsjaur, Nyköping och Kristianstad. Detta efter att Nyhetsdivisionen under 2019 haft tre försöksverksamheter (Skövde, Nyköping och

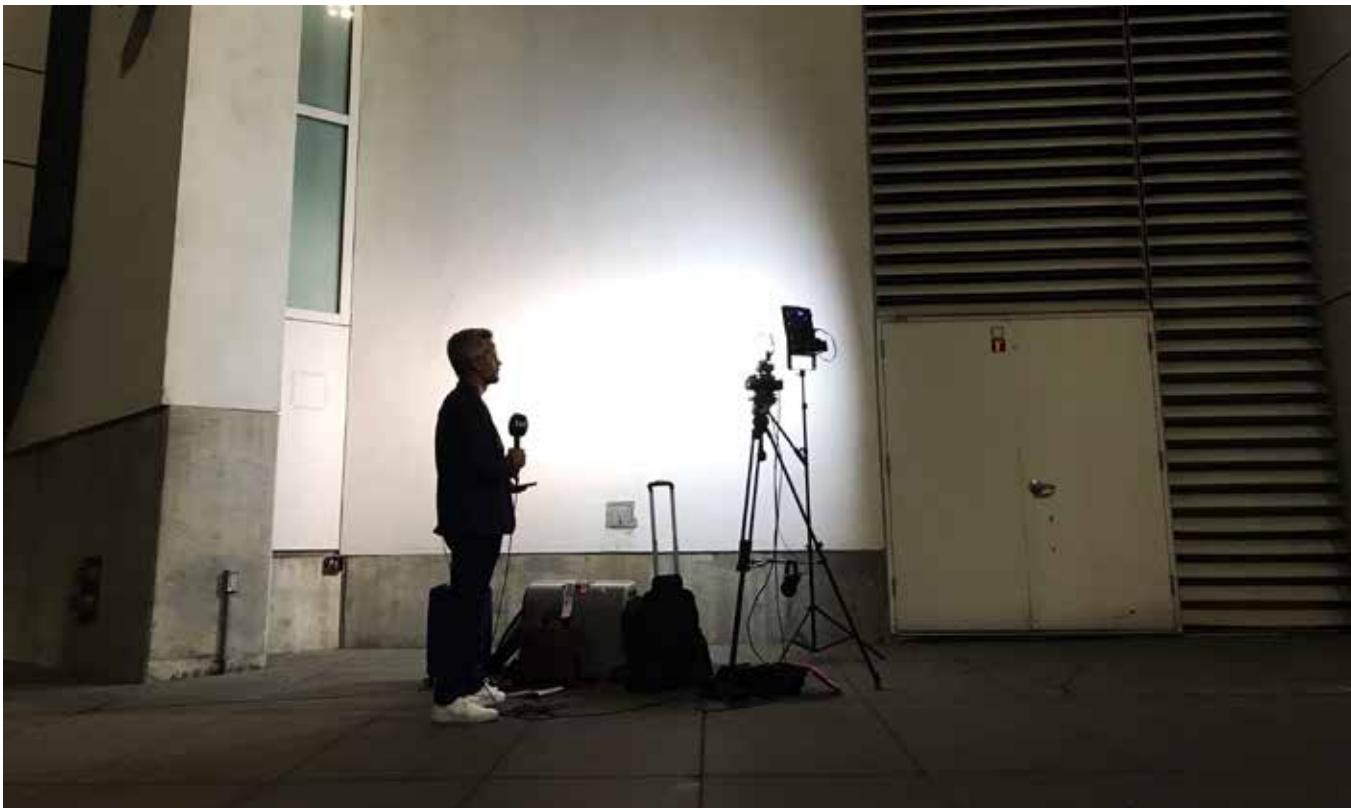
Kristianstad) vilka utvecklats mycket väl.

I ett tidigare kapitel omnämndes samarbetet mellan nyhets- och programdivisionerna. Det har också gjorts konkreta redaktionella samarbeten såväl inom Nyhetsdivisionen som mellan olika redaktioner inom Programdivisionen. Några exempel: A) Det fördjupade samarbete med dokumentärredaktionen inom Programdivisionen (*Älskade smuggelhund* och *Livet live* som lett till många nyhetspubliceringar). B) Avslöjandena om svenska storbankers penningtvätt präglades av samarbete mellan Riksnyheterna och *Uppdrag granskning*. De nationella nyhetssändningarna gjorde flera unika publiceringar och den visuella presentationen av pengaföldena gjordes av Riksnyheternas datajournalistteam. C) I ett annat samarbete om farliga vägcurvor kunde *Uppdrag granskning* berätta om en dödlig trafikolycka, medan riksnyheterna och lokala nyheterna tog sig an frågan om de 15 000 farliga vägcurvor som finns över hela landet. Även här var samarbetet mellan riksnyheternas datajournalistteam helt centralt.

Berättelser om Sverige

I projektet *Sverige möts* tog Nyhetsdivisionen fasta på den potential som finns hos en nationell nyhetsleverantör med stark lokal närvaro. Genom att brett gå ut till publiken och be dem svara på följande sju frågor lades grunden för projektet vars syfte var att göra det möjligt för mäniskor som tycker olika att mötas, lyssna och prata om samtida samhällsfrågor:

- Bör vi för klimatets skull äta mindre kött?
- Ska tiggeri förbjudas?
- Ska vi ha fler vargar i Sverige?
- Är bensinen för dyr?
- Vore mer feminism bra för Sverige?
- Ska Sverige ta emot färre flyktingar?
- Är skatten i Sverige för hög?



Techkorrespondent Alexander Norén förbereder sig för livesändning i **Morgonstudion**. Foto: Mikael Eriksson / SVT

Med dessa frågor ville SVT nyfiket utforska frågan "Hur polariserat är Sverige?" och belysa detta ur olika perspektiv, via olika ämnen. Tillsammans med Novus och Göteborgs universitet undersöktes och sammanställdes vilka ämnen som delar svenska folket åsiktsmässigt. Men satsningen handlade inte bara om polariseringen som sådan. Syftet var också att berätta något om Sverige.

Med avstamp i de sju frågorna som presenterades för publiken togs det framfakta och producerades nyhetsjournalistik från hela landet. Några exempel: möte mellan krögare i Skänninge som var oense om man ska servera kött eller inte, mötet mellan två kvinnor i Skellefteåtrakten som gav sina olika bilder av satsningar på centralort respektive landsbygd och mannen som dömts för att ha dödat en varg i Hälsingland. De fick alla ge sin historia. Efter att ha svart på de sju frågorna matchades delta-

gare via en algoritm med en meningsmotståndare i närområdet. Drygt 7 000 personer anmälde sig och av dessa matchades 4 200 med en samtalspartner. Hur många av dem som verkligen träffades har SVT inte begärt att få redovisat.

I slutet av november möttes hundratals personer i SVT:s lokaler på åtta orter från Luleå i norr till Malmö för att samtal. SVT fick även rapporter om deltagare som träffades i hotellbarer, på järnvägsstationer, caféer och lunchrestauranger. Så här beskriver några deltagare sina möten, exempelvis i Karlstad. Maria: "Framförallt tar vi med oss att man trots olika åsikter kan hitta en gemensam värdeplattform som man kan utgå ifrån. Samuel: Skillnaden mellan ett ja och ett nej kan vara liten, jag hade turen att träffa en fantastisk person med stort hjärta för utsatta och människor..." Malin: "Mötet gav känslan att det finns hopp för framtiden."

Berättelser om världen

SVT Nyheter har elva korresponderenter samt ett tiotal utrikesreportrar i Stockholm som reser tillsammans med fotografer för att bevaka viktiga skeenden på plats i världen. Under 2019 besökte SVT omkring 80 länder för löpande nyhetsbevakning och fördjupning. Nyhetsflödet världen över har varit intensiv och frågor som klimat, brexit, migration, handelskrig, techutvecklingen och Kinas växande globala inflytande har varit några av de återkommande ämnena under årets utrikesrapportering.

Programmet *Korrespondenterna* gav olika perspektiv på världen genom människors egna berättelser. Med nyfikenhet, engagemang och ett personligt tilltal skapade programmet sammanhang i komplexa globala frågor.

Den sammantagna nyhetsbevakningen
För en rikspublik sände SVT totalt 1 017 timmar nyheter. De lokala redaktionerna producerade 3 271 timmar, en ökning under sändningsperioden (2014–2019) med cirka 700 timmar. Under 2019 har antalet sända timmar per redaktion minskat med nio timmar per år på grund av en tablåförändring som innebar att de lokala nyheternas två kvällssändningar blev lika långa. Eftersom de lokala nyhetsredaktionerna sänder vid samma tidpunkt skiljer sig antalet producerade timmar från antalet sända timmar.

För att öka tillgängligheten erbjuder SVT även *Nyheter på lätt svenska*. Det är nyheter för personer som behöver nyheter på ett enklare språk för att förstå såväl nationella som internationella nyhetshändelser. I samband med EU-valet gjorde redaktionen ett specialprogram som fick heta *Nyheter på lätt svenska - om EU-valet*. Det sändes vid flera tillfällen i SVT1 och SVT2 inför valet den 26 maj.

Samhällsprogram

Ambitionen är att SVT:s samhällsutbud ska vara inkluderande och ge en mångfald av perspektiv. Programmen ska vara undersökande och gå på djupet. En väsentlig målsättning är att det svenska folket ska ha ett starkt förtroende för samhällsjournalistiken. SVT:s samhällsutbud tar sin utgångspunkt i uppdraget att lyfta fram olika perspektiv, återge händelser med olika geografiska och sociala utgångspunkter samt tillgodose skiftande förutsättningar och intresse hos befolkning.

Samhällsuppdraget förvaltades under 2019 bland annat med återkommande granskande, debatterande och bevakaende program som *Uppdrag granskning*, *Opinion Live*, *SVT Forum*, *Korrespondenterna*, *Veckans brott*, *Sverige idag*, intervju- och samtalsprogrammet *Min sanning* samt *Landet runt* som speglar skeenden i hela Sverige. Inom samhälls-

utbudet intar samhällsdokumentärer en särskild ställning när det gäller att följa ett skeende och gå på djupet i enskilda frågor. SVT sänder dokumentärer inom ramen för DOX, *Dokument Utifrån*, *Dokument Inifrån* och en stor mängd singeldokumentärer.

Det samhällsjournalistiska och dokumentära utbudet för 2019, utöver vad som nämnts, kan sammanfattas i fyra punkter: 1) SVT styrde om delar av samhällsserierna från heltimmar till 30-minuters episoder med starkt seriellt berättande. Exempel är bland annat *36 dagar på gatan*, *Militärigan* och *Landet Lyckopiller*. Berättarmotorer är spänning, humor och/eller starka profiler. 2) Dokumentärvärdelningen fick ett uppdrag riktat mot en ung publik och har publicerat sig i SVT Play och SVT Nyheter med gott resultat. Programserier som *Dubai-tjejer – betalt för att festa* och *Jorden är platt* fann även sin publik. 3) Uppdrag granskning utvecklade ytterligare sin digitala publicering och tog därmed den undersökande journalistiken in i en digital konsumtionsvärld där de möter en yngre publik än tidigare. 4) Programserien *Helt ärligt* är ett exempel på en programserie med unga vuxna som primär målgrupp.

Samhällsutbuds kvalitet visade sig inte enbart genom det genomslag som genren fick i samhällsdebatten utan också genom de fyra priser som togs hem på Kristallen (*Svenska Nyheter*, *Uppdrag granskning*, *36 dagar på gatan* samt *Kroppshets*) samt två Stora Journalistpris (*Uppdrag granskning och Världens sämsta indier*). *Uppdrag granskning* fick dessutom två internationella priser. En Emmy för världens bästa granskande reportage, genom reportaget *FN och mörkläggningen* som även vann i Prix Europa.

EU-val 2019

SVT blev den främsta informationskällan för väljarna till valet till EU-parlamentet (Novus, 2019). Bland unga,

18 till 29 år var det SVT (tv/online) som jämte sociala medier var största informationskällor enligt eftervalsundersökningen från Novus.

Valrörelsen inför valet till EU-parlamentet startade kort efter att den historiskt långa regeringsombildningen efter riksdagsvalet 2018 hade landat i den så kallade Januariöverenskommelsen.

Det fanns en farhåga hos SVT:s valredaktion om ett lågt valdeltagande utifrån erfarenheten av att EU-val traditionellt sett har ett svalare intresse hos befolkningen än exempelvis riksdagsval. Med facit i hand kan det konstateras att den svenska demokratiska infrastrukturen visade på stor stabilitet; myndigheter, partier och de svenska medierna levde upp till de högt ställda kraven och förväntningarna. I detta bidrog också Sveriges Television genom sin bevakning som skedde på tre nivåer: lokalt, nationellt och europeiskt.

Det yttersta beviset för denna stabilitet är att valdeltagandet i EU-valet ökade för tredje valet i rad. Den 26 maj röstade knappt 4,2 miljoner människor av 7,6 miljoner röstberättigade personer. Det motsvarar ett valdeltagande på 55 procent (Valmyndigheten, 2019). Det svenska valdeltagandet i EU-valet ligger på den övre tredjedelen i jämförelse med de andra medlemsländerna. Forskning visar därtill (SOM-institutet, 2019) att det svenska stödet för medlemskap i EU är rekordhögt, men också att stödet för EU:s institutioner är avsevärt mycket lägre än för de svenska motsvarigheterna. Mest positiva till EU är yngre, välutbildade personer bosatta i storstäderna.

Uppladdningen inför EU:s parlamentsval präglades av den polarisande brexit-debatten i Storbritannien vilken fick stor uppmärksamhet i Sverige. Det kan möjligen uppfattas som en paradox men en konsekvens av folkomröstningen om medlemskap i EU i Storbritannien har medfört en mer EU-positiv opinion, inte bara i Sverige utan i hela EU (Europa-parlamentets opinionsundersökningar,

2019.) Detta som en bakgrund till i vilken kontext SVT:s EU-valansvariga hade att bestämma inriktningen.

I sändningstillståndet är 6 § och 8 § utgångspunkten för det valutbud som formas och publiceras på de plattformar där SVT möter publiken.

(6 §): "SVT ska beakta programverksamhetens betydelse för den fria åsiktsbildningen och utrymme ska ges åt en mångfald av åsikter och meningsuttryckningar" samt (8 §): "... ge den allsidiga information som medborgarna behöver för att vara orienterade och ta ställning i samhälls- och kulturfrågor".

Klimat- och flyktingfrågan

Orden nära, sammanhang och perspektiv bestämdes som övergripande ledord för SVT:s EU-valrörelse. Följande punkter markerar den journalistiska inriktningen, det fokus som utöver traditionell nyhetsbevakning, som skulle präglia SVT:s EU-valrörelse:

- Unga tar Europa för självklart men går och röstar i mindre utsträckning än äldre.
- Polariseringen i Europa ökar.
- Nationalistiska partier söker sig till varandra och kan komma att spela en tyngre roll i det politiska samarbetet i parlamentet.
- Klimatet är en viktig fråga, särskilt för unga.
- Flyktingfrågan är aktuell i de flesta europeiska länder.

Från och med april 2019 sände SVT i broadcast och de två sista veckorna före EU-valet så satsades det på unikt webbutbud. Det klassiska tv-utbuddet var igenkännligt från tidigare val: utfrågningar av partiernas förstanamn, slutdebatt fredagen före valet och en valvaka med SVT-team på plats hos partierna samt med medverkan genom SVT:s utrikeskorrespondenter från åtta olika ställen i EU-Europa. Dessutom bjöd *Opinion Live* på direktsänd debatt från Göteborg och Helsingborg fyra dagar före EU-valet.

I studion och på länk från färjeterminalen i Helsingborg möttes brottooffer, EU-parlamentariker, poliser, opinionsbildare och publikröster i en livlig debatt om stöldligor och klimatet.

Redaktionen för *Enligt dig*, som har ett uppdrag att nå en yngre samhällsinresserad publik, gjorde en programserie, *Enligt Europa*, där redaktionen reste runt i europeiska huvudstäder för att fånga frågor där ungdomar visat stort engagemang. Seriens fem episoder publicerades i SVT Play kort tid före valdagen.

Under lördagen före valdagen var samtliga lokala SVT-redaktioner aktiva och fångade röster från väljare som fick möjlighet att via scribble, ett kortfattat textat direktflöde, få svar på sina frågor. Nyttospekten var en ledstjärna för EU-valjournalistiken. På SVT Nyheter online publicerades framförallt under de två veckorna före valet konkret journalistik för att hjälpa medborgarna att förstå valdebatten.

Några exemplen:

- Här är allt du behöver veta om EU-valet.
- Testa dig själv i SVT:s valkompass (det gjordes 1,4 miljoner genomförda kompasser).
- Om EU-valet på lätt svenska.
- Hur påverkas din kommun eller region av EU-valet?
- Oinsatt inför EU-valet? – Hör valambassadörernas råd till unga.

Som redovisades inledningsvis så kom SVT mycket väl ut ur den intervalundersökningen som Novus (2019) lät göra – SVT var väljarnas främsta informationskälla. Traditionell tv tappade något jämfört med valet 2014, men under den tiden har broadcast förlorat marknadsandelar så tappet överraskar inte. EU-valet bidrog med ökat online tittande för SVT:s del och det registrerades 4,3 miljoner besök på EU-taggade artiklar varav 17 procent kom från SVT:s lokalt producerade valmaterial.

Kunskapsdelning

Under flera år har det internt på SVT diskuterats att i organiserad form dela med sig av redaktionell kunskap till lokala mediehus. Under 2018 och början av 2019 konkretiseras dessa tankar i form av UG Akademis där medarbetare från Uppdrag granskning på olika orter bjudit in till föreläsningar/workshops. I Borås, Kalmar, Umeå, Norrköping och Malmö har intresset och responsen varit stor.

Runt 175 lokala journalister (även SVT:s lokala medarbetare bjuds in) har lätit sig inspireras av UG:s föreläsare i undersökande metodik samt hur man kan arbeta för att få genomslag för sin journalistik.

Med bland annat den erfarenheten fördes under våren 2019 ett flertal "inventeringssamtal" med företrädare för lokala mediehus. Ett resultat av dessa samtal kan ses som en fortsättning och en utveckling av UG Akademi-konceptet. SVT-medarbetare med specialkompetens besöker lokala mediehus och bjuder in journalistiska medarbetare från geografiskt närliggande områden.

I en mejlenkät med några mediechefer fick de frågor om vad hos SVT de prioriterar och skulle önska se som workshops i sina mediehus (utöver UG Akademi som är väl förankrad). Följande inriktning utkristalliseras: A) Att berätta i rörlig bild (inriktning dramaturgi och att göra det utan alltför mycket redigering) B) Att göra ansvarsintervjuer i rörlig bild. C) Datajournalistik och visualisering.

Under hösten 2019 har följande workshops ägt rum: A) UG Akademi i Eskilstuna. B) SVT Datajournalistik i Västerås. C) SVT Storytelling i Gävle och Borås och D) SVT Ansvarsutkrävande i Sundsvall.

Responsen har varit god. Här ett citat från Västerås: "Med den här informationen/kunskapen kommer jag att se på statistik med andra ögon. Jag fick verktygen till att kunna sortera

informationen på ett strukturellt lätt-överskådligt sätt.”

Ett citat från Sundsvall: ”Jag kommer absolut ha användning av detta. Konkreta tips gällande frågor att använda sig av vid ansvarsutkrävande intervjuer samt hur man kan göra en ”line by line light” i det vardagliga nyhetsarbetet.

Ambitionen är att i början av 2020 besöka Växjö, Skellefteå, Luleå och Halmstad med liknande workshops.

7.3 KULTURUPPDRAGET

Varje år producerar och sänder SVT ett stort utbud av högkvalitativa kulturprogram. Dessa spänner över en lång rad kulturformer och varierar i form och tilltal. Allt från musik, litteratur, teater till arkitektur ryms. Dessa ämnen paketeras som heta debatter, underhållande frågesportprogram, grävande nyhetsinslag och fördjupande serier. SVT strävar efter att erbjuda innehåll både för den som har ett stort kulturintresse och den som inte är lika insatt.

Sändningstillståndet säger att kulturutbudet ska fördjupas, utvecklas och vidgas under tillståndsperioden. I år har det gett bland annat djupdykningar i musikgenren och även att fenomen som inte uppmärksammats så ofta har tagit plats, så som stand-up.

Över tillståndsperioden har SVT utvecklat och fördjupat det samlade kulturutbudet i framförallt två riktningar: bevakning och folkbildning. För att förstärka det bevakande uppdraget har SVT utökat *Kulturnyheterna* med en morgonsändning, fortsatt att förstärka kulturens onlineuppdrag inom ramen för SVT Nyheter samt givit samtalet och kulturdebatten en given plats i *Kulturveckan*. Inom ramen för det folkbildande uppdraget har SVT satsat på en rad programserier med hög verks- höjd som på olika sätt ger kunskap och nycklar till kulturens värld. Nya kulturformer har uppmärksammats samtidigt som utbudet erbjudit fördjupningar i



UG Akademien i Eskilstuna med Linda Kakuli från Uppdrag granskning. Foto: SVT

mer bekanta genrer. SVT har kontinuerligt arbetat med att göra både svensk och utländsk kultur tillgänglig och intressant för många.

För att nå den del av publiken som i dag i huvudsak tittar på program på SVT Play har SVT börjat bygga ett attraktivt utbud även för den kulturpubliken. Fokus ligger på att skapa kulturprogram som ger värde till publiken över lång tid.

Bevaka, speglar och kritisiskt granska
SVT bevakar, speglar och granskar vad som händer inom kulturområdet i en rad program. Några av dessa är åter-

kommande program, som den dagliga bevakningen av kulturscenen i *Kulturnyheterna* både morgon och kväll. Där ryms även fördjupande reportage och recensioner av bland annat musik, teater och opera. I veckoprogrammet *Kulturveckan* diskuteras de hetaste frågorna inom kulturområdet både i Sverige och världen av inbjudna gäster och SVT:s kulturredaktion. Ett annat återkommande program är *Babel*, som tar med tittarna in i litteraturens värld med samtal om böcker, intervjuer och författarporträtt. Även *Gokväll* innehåller olika kulturinslag, så som recensioner.

Utbudspaketet *Edit* erbjuder aktuellt

och relevant kulturinnehåll för en yngre publik. Många av programmen rör sig i gränslandet mellan populärkultur och samtidsfrågor.

Det populära frågesportprogrammet *Kulturfrågan Kontrapunkt* har sändts även detta år med nya lag och tävlande. Där utmanas kända kulturpersonligheter i frågor om bland annat musik, konst och litteratur och publiken kan delta själva i tävlandet genom Duo-appen.

I *Kulturstudion* visas föreställningar, konserter och dokumentärer som speglar kultur från hela världen. Dessa introduceras, ramas in och kommenteras för att ge tittarna en ökad förståelse och förhöjd upplevelse. Bland årets program kan nämnas Berwaldhallens 40-årsfirande, konsert med John Legend från Basel och en konsert med bluesartisten Eric Bibb.

K Special är ett uppskattat program på SVT som visar högkvalitativa kultur-dokumentärer från Sverige, Norden och resten av världen varje vecka. *I K Special*

bjuds tittarna på okända berättelser, djupa porträtt av kulturpersonligheter och möten med konstnärer som överraskar och provocerar. Dokumentären *Josefin Nilsson – älska mig för den jag är* engagerade många. Dokumentären porträtterar sångerskans och showartistens liv och karriär. Bland andra medverkar systern Marie Nilsson-Lind, Babben Larsson, Hannes Holm och Benny Andersson. Den sågs av cirka 2,5 miljoner människor och fick enormt genomslag i samhällsdebatten. Utöver Josefin Nilssons omfattande karriär tog den även upp frågan om våld i nära relationer. I *K Special* har också dokumentären *Lasse Lindroth – Allt för ett skratt* sändts. Den handlar om en av Sveriges mest kontroversiella komiker som klev upp på den nyfunna stand up-scenen på 90-talet.

I *England 79* skildras Storbritannien 1979, med anledning av fyrtioårsjubileet för skivan London Calling av The Clash. Därtill har dokumentärer om

konstnären Carolina Falkholt, animatören Per Åhlin, operastjärnan Siv Wennberg och tv-ikonen Lennart Hyland sändts.

Året har även bjudit på en djupdykning i pop genom *Det svenska popundret*. Under sex timmar guidades tittarna genom den svenska pophistorien och dess framgångar i världen, från 1960-talet fram till i dag. I programmet beskrivs genrens utveckling och sångare, musiker, låtskrivare och producenter ges utrymme. Stora delar av den svenska popeliten medverkar i programmet, exempelvis Max Martin, Icona Pop, Per Gessle, Jonas Åkerlund och Robyn.

I programmet *Helt lyriskt* levandegjordes det svenska poesiaretet för en ny publik när musik och lyrik blandades. I programmet tonsatte kända musiker dikter av svenska språkiga poeter. Genom programledaren Fredrik Lindström fick tittarna även lära sig mer om dessa poeters liv och verk.



Josefin Nilsson – Älska mig för den jag är. Foto: SVT

Från våra nordiska grannländer har bland annat den norska filmen *Munch i helvetet* och finska *En film om Jörn Donner* visats. I *Den inre skogen* medverkar både svenska, norska och samiska konstnärer som berättar hur deras liv och verk påverkats av skogen. I *Symfoniorkester på resa* följes de finska radiosymfonikerna på turné och i den nordiska samproduktionen *Världens lyckligaste land* reser programledaren Chris Pedersen runt i världen och talar med forskare och kulturpersonligheter om vad som är så speciellt med Norden.

Egenproduktion och samarbeten
SVT ska på egen hand och i samarbete med utomstående producenter svara för en omfattande produktion av kultурprogram i vid mening och särskild vikt ska läggas på dramaproduktion, enligt 9 § sändningstillståndet.

Den förändrade marknaden för tv-drama genom etableringen av globala

och nationella streamingtjänster tillhör den tydligaste och mest kraftfulla ombudslagen på den svenska tv-marknaden sedan Jan Stenbeck bröt monoplet. Publikens har nu ständig tillgång till världens bästa drama. Under 2019 investerade Netflix 19 miljarder dollar på innehåll.

Denna utveckling ställer höga krav på SVT, som behöver utveckla rollen som den största beställaren av svenska drama. För när de stora streamingtjänsterna framför allt skapar engelskspråkigt innehåll som kan tilltalat en internationell publik, fokuserar SVT på att göra svenska dramaserier för den svenska publiken. Det blir också SVT:s stora tillgång. SVT:s dramaserier ska underhålla och tilltalat många tittare, men också spegla vår samtid och vår historia, berätta historier ur många olika perspektiv och ge avtryck i samhällsdebatten.

Dramaåret inleddes med premiären av Jonas Gardells serie *De dagar som*

blommorna blommar, som porträtterar fyra vänner som växte upp tillsammans i ett kedjehusområde i Stockholm på 70-talet. Tittarna får följa deras liv och relationer från 70-talet fram till nutid, men även samhällets förändring under denna period.

2019 hade den tredje säsongen av den populära serien *Bonusfamiljen* premiär.

Hösten drogs igång med andra säsongen av thrillern *Innan vi dör*, följt av en andra säsong av *Andra Åket*. Under hösten visades även dramakomedin *Filip och Mona* och filmatiseringen av Jonas Hassen Khemiris Augustprisvinnande bok *Allt jag inte minns*.

I november hade den tredje säsongen av den uppskattade serien *Vår tid är nu* premiär. Den utspelar sig mellan 1968 och 1972. Publikens får följa en polariserad tid i svensk historia. Familjerelationer och konflikter sker mot en bakgrund av demonstrationer mot Vietnamkriget,



Vetenskapens värld. En andraklassare i en grundskola i Chaku i nordvästra Indien. Foto: Iman Tahbaz/SVT



Filip och Mona. William Spetz och Anna Granath. Foto: SVT

Almstriden, uppmärksammandet av homosexuellas rättigheter och underrättelseorganisationen IB:s arbete. Innan serien premiärsändes i SVT förhandsvisades den på Folkets Hus och Parkers biografer på 13 orter i Sverige. Där mötte serien sin publik, och det gav SVT möjlighet att möta sina tittare.

Under året har en rad nordiska samarbeten visats, som norska *Lyckolandet* och *Exit*, samt andra säsongen av danska *Herrens vägar*.

SVT köper även in en rad dramaserier och dessa har under 2019 uppvisat stor bredd och popularitet hos publiken. Den australienska dramaserien *Hemma igen* visades tre gång i veckan i broadcast, men blev populär även på SVT Play. SVT fortsätter också den årliga satsningen med en ny turkisk dramaserie som har en lojal publik, där bland många tittare som vanligtvis inte brukar titta på SVT. I år har serien *Hämnd och kärlek* visats.

Sommarens mest sedda inköpta program blev *Babylon Berlin*, en påkostad tysk dramasatsning som skildrar livet i Berlin 1929 och det omvälvande politiska skiftet mot social konservatism och senare nationalsocialism. Andra icke-angloamerikanska titlar som har visats under året inkluderar den fjärde säsongen av franska *Falsk identitet*, tyska *Das Boot* och *Slottets väktare* från Kroatien.

Under året utväxlades och samproducerades 4 172 programepisoder inom samarbetet Nordvisionen. Av dessa var 1731 samproducerade programepisoder och 2441 program- och arkivutväxling. Genom partnerskapet inom Nordvisionen skapades under året även det unika samarbetet Nordic 12 för att öka volymen och kvaliteten på nordiskt drama på TV och online. Under 2019 fick den nordiska publiken 12 nya public service-produktioner av nordiska dramaserier som dessutom var tillgäng-

liga betydligt längre än tidigare produktioner inom Nordvisionen.

Samarbeten med kulturinstitutioner

Varje år samarbetar SVT med en lång rad kulturinstitutioner och fria producenter som skapar föreställningar, konserter och andra kulturhändelser. Genom att filma och visa dessa evenemang i SVT:s kanaler och tjänster tillgängliggörs de för fler människor. Samarbetena sker med såväl statliga kulturinstitutioner som privatteatrar och kulturföreningar.

Under 2019 hade SVT 38 samarbeten med kulturinstitutioner inom teater, musik och dans i Sverige. Totalt har 109 timmar sänds fördelat på 90 sändningar. Detta är en minskning från förra året, men det sker ofta fluktuationer mellan åren, under en tillståndsperiod. Eftersom samarbeten, och därmed produktionen, pågår över årsgränser kan sänd-

ningarna också falla ut ojämnt över åren.

Under året har SVT presenterat två uppmärksammade serier inom ramen för sina kultursamarbeten. För det första: *Taking Risks* som skildrar arbetet med operan *Rucklarens väg* fram till och med premiären i Göteborgs konserthus. För det andra *She composes like a man* som fyller ett musikhistoriskt glapp genom att lyfta fram kvinnliga kompositörer och deras orkestermusik. Serien nominerades till Rose d'Or-priset. Slutkonserten arrangerades i samarbete med Sveriges Radios symfoniorkester och Berwaldhallen, och serien spelades bland annat in på Musikaliska/Gamla musikaliska akademien. På teatersidan kan nämnas *Branden* på Västmanlands teater, *BANG* på Kulturhuset/Stockholms stadsteater och *Jag är en annan nu* i samarbete med Riksteatern. Svensk dans uppmärksammades i samarbetena med Dans i Nord (*Reed Warbler*) och Göteborgs Operan (*3,5 ton lera*). SVT har också, bland mycket annat, sänd föreställningar från Confidencen, Stora Teatern i Göteborg, Stockholmsoperan, Göta Lejon och Dramaten.

Bidrag till svensk filmproduktion

År 2019 var det tredje och sista året av SVT:s satsning med 300 miljoner till svensk filmproduktion inom spelfilm, dokumentär, kulturdokumentär, kortfilm och talang. Under året har SVT ingått avtal för 121,2 miljoner kronor där 59,4 miljoner avser samproduktioner, 59,6 miljoner visningsrätter och 2,1 miljoner administrationskostnader. Samtliga filmer som fått stöd finns redovisade i appendix 7.3.

Under tillståndsperioden har SVT totalt bidragit till svensk filmproduktion med följande:

2014: 43 miljoner kronor till SFI samt minst lika mycket till samproduktioner, 2015: 44,2 miljoner kronor till SFI samt minst lika mycket till samproduktioner och 2016: 44,8 miljoner kronor till SFI samt minst lika mycket till samproduktioner.

2017 var det första året i SVT:s filmsatsning som nämnts. Då ingick SVT avtal för 94,3 miljoner kronor. Det andra året i filmsatsningen, 2018, ingick SVT avtal för 96,1 miljoner kronor. Totalt satsade SVT 311,6 miljoner kronor under 2017–2019.

SVT kommer även de tre kommande åren (2020–2022) satsa minst 300 miljoner kronor på svensk film.

SVT har fattat beslut om samproduktion eller förköp av visningsrätt av 23 långa spelfilmer under 2019. Av de beslutade långfilmerna har 30 procent en kvinna som regissör. Bland de beslutade samproduktionerna finns bland annat *The triangle of sadness* (regi Ruben Östlund), *Nelly Rapp* (regi Amanda Adolfsson) och *Spring, Uje spring* (regi Henrik Schyffert).

SVT har under året sänd spelfilmer som företaget samproducerat eller förköpt visningsrätt till, bland annat *Sameblod* (regi Amanda Karnell), *Dröm vidare* (regi Rojda Sekersöz), *Gräns* (regi Ali Abbasi) och *The Nile Hilton incident* (regi Tarik Saleh).

SVT har ingått avtal för bland annat dokumentärerna *Greta vs klimatet*, *Genesis* och *Ali Boulala* under 2019. Bland kortfilmer kan nämnas *Valla Villekulla* och *Skön-hets-byrån* och bland kulturdokumentärer *Lena Nyman* och *The Life and Death of Yung Lean*.

Kulturdokumentärerna *Sivandivan* och *Hasse och Tage* samt dokumentärerna *Raggärjävlar* och *Den stora flytten – berättelsen om Malmberget* har också sänts. Under året har flera filmer som fått stöd genom Moving Sweden visats, däribland *Topp 3*, *Säsong* och *Turpa Kinni Minum Haters*.

SVT är även part i Moving Sweden, som är ett samarbete med Svenska Film Institutet. Det är en satsning på kreativitet och låg ekonomisk risk med syfte att utveckla upphovspersoner och den svenska filmen. Filmer som får produktionsstöd får distribution via visningsrättsavtal med SVT. Satsningen

innehåller också stöd i form av coaching, nätverkande och möten med experter inom festival-, distribution- och finansieringsområdet. Förhoppningen är att filmerna får en bred distribution på olika filmfestivaler. Moving Sweden riktar sig till upphovspersoner som, oavsett ålder, är i början av sin filmkarriär. Sedan 2019 har satsningen fokuserat på långfilmsformatet.

7.4 BARN OCH UNGA

Den unga publiken är komplex, kräsen och viktig. Att växa upp i Sverige i dag är unikt, precis som det är att växa upp någon annanstans eller i en annan tid. Samtidigt har inte alla som växer upp i Sverige i dag samma upplevelser. Eftersom möjligheten att känna identifikation bidrar till att både stärka självbilden och öka förståelsen för andra, strävar SVT efter att alla barn och unga i Sverige ska känna igen sig i utbudet. Medverkande i programmen kommer från olika delar av landet och ger utbudet en mångfald av dialekter, bakgrund och erfarenheter. Identifikation är ett återkommande och centralt värde i såväl nyproduktion, inköp samt i urval av repliser.

Programmen som riktar sig till barn och unga ska förmedla nyheter och fakta samt kulturella och konstnärliga upplevelser från olika delar av Sverige och världen och samtidigt ha en omfattande nyproduktion och egen produktion av program. I tabell 7.4 på sidan 55 visas hur de nyproducerade programmen (förstasändningar) fördelar sig i de två definierade kategorierna. Denna uppdelning ger en bättre beskrivning av utbudet än att fördela det enligt samma kriterier och programkategorier som främst är anpassat för vuxenutbudet. Under 2019 bytte Barnkanalen namn till SVT Barn. Att stryka ”kanalen” i Barnkanalen var ett förtäligande och en anpassning till barnpubliken, som i allt mindre utsträckning tittar på tv i just



Sommarlov. Marianne Mörck som kapten Doris. Foto: Max Tellving/SVT

tv-kanaler. SVT Barn är fortfarande Sveriges största tv-kanal för barn, som under 2019 sände sammanlagt 5 129 timmar för barn och unga upp till 15 år. Men det är också en videotjänst där publiken kan ta del av programmen när och där det passar dem. Namnet SVT Barn är en garant för att innehållet, oavsett var man tittar på det, utgår från public service-uppdraget, möjligheten till identifikation samt SVT:s ambition att göra barn nyfikna och insatta.

Under 2019 har SVT också vidareutvecklat apparna *Bolibompa*, som är en interaktiv videotjänst för små barn, och *Mixat*, som är en nyhetstjänst för äldre barn. Båda tjänsterna bidrar till målet att göra barn mer nyfikna och insatta, utifrån de olika målgruppernas behov och förmågor.

Barn

Barn definieras i SVT:s verksamhet som tittare i åldern 3–11 år. Alla barn, oavsett var i åldersspannet de befinner sig, ska

kunna växa och utvecklas med SVT:s barnutbud. Genom ett stort och brett utbud – med svenska och internationella program, nyproduktion och återutsändningar – erbjuder SVT Barn relevant och viktigt innehåll för hela barnpublikens behov och utvecklingsnivå.

SVT har en lång tradition av att producera och visa kvalitetsdrama för barn. 2019 var det, för att nämna ett exempel, 50 år sedan tv-serien *Pippi Långstrump* sändes första gången. Serien återutsänds fortfarande regelbundet och upptäcks av nya generationer av barn. Pippi Långstrump är inte bara ett exempel på många dramaseriers unika hållbarhet, utan också på hur fiktion genom ett starkt berättande med hög relevans berör och blir angeläget.

SVT är stolta över att bärta den traditionen vidare och har under de senaste åren prioriterat utveckling och produktion av drama för barn. Bland de nya serierna under 2019 var exempelvis *Trex*, om 6-åriga Simon vars husdjur är en

Tyrannosaurus Rex. Utgångspunkten är alltid, oavsett hur otroliga och fantasifulla berättelserna är, barnpublikens liv. Detta märktes också i de dramaserier som återkom med nya säsonger under året. Några exempel för de yngsta barnen, 3–6 år, var *Stopp!* om 5-åriga Maja som kan stoppa tiden och ställa saker till rätta när hon upplever orättvisor, *Pappa på förskola* där en pappa byter plats med sitt barn och går i förskola istället för att jobba samt *Draken och julmysteriet* där något mystiskt hotar Bolibompadrakens julfirande. För skolbarnen, 7–11 år, kan nämnas nya säsonger av *Sommarskuggan*, *Saibo* och *Mysteriet på Barnkanalen* som alla tre var fantasifulla spänningsserier om saker som nästan skulle kunna hända på riktigt. Årets julkalender, *Panik i tomteverkstan*, var en fartfylld och spänningande komedi för hela familjen.

Identifikation stod också i centrum för utbudet inom andra genrer, såsom dokumentärer, faktaprogram och nyheter. För förskolebarn sändes under 2019

dokumentärserierna *Att få syskon*, om Grete som blir storasyster, och *Bolibompa-familjen*, om all sorg, ilska, spänning och glädje i småbarnsfamiljens vardag. Ytterligare en dokumentärserie var *Tvillingarna Bob*, om Olga och Bamse i deras både magiska och helt vanliga värld. I serien berördes bland mycket annat att tvillingarnas mamma och pappa först trodde att de fått två flickor, men eftersom Bamse kände sig som en pojke fick han vara det. Bland faktaprogrammen för barn i åldern 3–6 år fanns exempelvis *Bilakuten*, *Doktorerna* och *Bygga hus*. I *Bolibompa Baby* utvecklade och producerade SVT under året tv-program för de allra yngsta barnen, ofta med stödtecken (TAKK) som en integrerad del av innehållet för att stötta barnens språkutveckling. Metoden innebär att Draken, som är seriens huvudkaraktär, förstärker nyckelord med standardiserade tecken som utgår från det svenska teckenspråket.

Sommarlov, som riktar sig till sommarlovslediga skolbarn och deras familjer, hade särskilt fokus på hjärnan. Programmet blandade kultur och underhållning med fakta och konkreta tips på hur man till exempel kan träna minnet eller göra sig av med jobbiga tankar. En viktig del av *Sommarlov*, samt *Wild kids*, *Labyrint* och *Fixa rummet* som återkom med nya säsonger under året, är att synliggöra barn som medskapare och i aktiva roller. För äldre barn, 7–11 år, sändes även nya säsonger av faktaprogrammen *Maxat* och *Vi i femman*. I nyhetsprogrammet *Lilla Aktuellt*, som sände nyheter för barn varje vardag under hela året, är barns rätt att få information och göra sina röster hördas centralt. Interaktionen med tittarna var kontinuerlig och nyhetsvärderingen utgick alltid från barnens behov och kunskaper. Kopplat till *Lilla Aktuellt* finns också appen *Mixat*, som under 2019 fick fullt fokus på interaktivt nyhetsberättande i form av målgruppssanpassat nyhetsflöde där användarna klickar sig vidare för att svara på frågor.

SVT Barn förmedlade under året även kulturella och konstnärliga upplevelser genom inköpta program från hela världen. Ett exempel för barn i åldern 3–6 år var *Pablo*, från Irland, som handlar om en 5-årig pojke med autism och hur han tar hjälp av sina kritor för att förstå världen. Några andra exempel var sydkoreanska *Molang firar jul* om alla vinteräventyr som otursföljdliga katten Molang och hans bästa vän kycklingen Piu ger sig ut på, tyska *Animanimaler* som var en serie lekfulla och humoristiska animationer där varje avsnitt sätter ett nytt djur i fokus samt kinesiska *Luo Bao Bei* om äventyrslystna flickan LBB och hennes hemliga vän Skärbjörn som utforskar och lär sig om världen. För de lite äldre barnen, 7–11 år, sändes bland annat brittiska *Jamie Johnson*, om en kille som drömmer om att bli fotbollsproffs, franska *På riktigt?!* om Malika och Frej som på väg till skolan råkar ut för de mest otroliga saker samt kandensiska *På vingliga vingar* om en änglärling som skickas till jorden för att hjälpa Carl som alltid har otur.

Unga

Unga definieras i SVT:s verksamhet som tittare i åldern 12–19 år. Delar av utbudet

för den yngre delen av målgruppen, 12–15 år, sänds på eftermiddagar och kvällar i SVT Barn. Utbudet för äldre åldersgrupper sänds i SVT:s övriga kanaler. Större delen av tittandet sker i SVT Play.

SVT har under 2019 även i sitt utbud för unga särskilt strävat efter att erbjuda identifikation för så stor del av publiken som möjligt, genom fiktion med en mångfald av perspektiv, berättelser och röster. Dramaserien *Jobbigt*, som handlar om dilemmat i vardagen för barn som snart ska bli tonåringar, sändes varje vardag i SVT Play och på SVT Barn under hela året. Under våren sändes också större delen av *Klassens* andra säsong. Serien handlar om livet på högstadiet och i december hade tredje säsongen premiär, nu med en helt ny klass – det vill säga nya unga skådespelare. SVT producerade och tillhandahöll, via svt.se, under 2019 lärarhandledningar som kopplade innehållet i *Jobbigt* och *Klassen* till läroplanen för att stötta användning i skolor. Utöver dessa har flera dramaserier, för såväl yngre som äldre tonåringar, haft premiär under 2019. Detta beskrivs närmare under rubriken

Utveckling för äldre barn och unga nedan.

Lilla Aktuellt hade regelbundet nyhetssändningar anpassade för mål-

7.4 Barn och unga förstasändningar

Totalt barn (3–11 år) 2019	Svenskt	Utländskt	Summa
Fakta och nyheter	176	5	181
Kultur och konstnärliga upplevelser	123	264	386
Totalt	299	269	567
Totalt unga (12–19 år) 2019	Svenskt	Utländskt	Summa
Fakta och nyheter	104	0	104
Kultur och konstnärliga upplevelser	96	22	118
Totalt	200	22	222
Totalt barn och unga (3–19 år) 2019	499	290	789

Se appendix 7.4 Barn och unga förstasändningar

gruppen 12–15 år. Exempel på andra program för unga som återkom med nya säsonger under 2019 var egenproducerade *100% vaken* samt humorserien *Leif och Billy* och de inköpta dramaserierna *Tracy Beaker* från Storbritannien och *Pepparkornen* från Tyskland. Den tolfte upplagan av *Musikhjälpen* sändes från Västerås under perioden 9–15 december. Årets tema var ”Sex är inte ett vapen” och uppmärksammade sexuellt våld i krig och konflikter. Programmet, som gjordes i samarbete med Sveriges Radio, engagerade mäniskor över hela landet som på olika sätt bidrog till att över 50 miljoner kronor samlades in till Radiohjälpen.

Teman som särskilt berör unga har också varit utgångspunkten i flera dokumentärer och samhällsprogram. I *Mitt perfekta liv* berättade fyra framgångsrika videobloggare öppenhjärtigt om livet bakom den perfekta fasaden på YouTube och *Dom kallar mig...* var en serie porträtt från olika subkulturer.

Dokumentärfilmen *Parning* var en inblick i två unga mäniskors känslomässiga berg- och dalbana under ett år när de båda letar efter kärlek. *Raggarjävlar* handlade om oviljan att bli vuxen och att hellre åka bucklig bil än att betala räkningar. I *Vägra sociala medier* besökte skådespelaren Adam Lundgren Silicon Valley för att ta reda på vad han missar eller slipper genom att inte använda sociala medier. *Fittan brinner – livet med vestibulit* handlade om sjukdomen som drabbar var tionde ung kvinna och *Sanningen om ASMR* undersökte internetfenomenet ASMR (autonomous sensory meridian response). Även *Uppdrag granskning* har i sina ordinarie program tagit upp ämnen som särskilt berör unga, såsom unga kvinnors stress och unga transpersoners behandling inom vården. SVT har också, som en del av uppdraget att förmedla kulturella upplevelser, visat ett flertal musikprogram och konserter med hög relevans för unga. PSL handlade om aktuell

musik, medan serien *Det svenska popundret* speglade svensk musik under de senaste 40 åren. Inom musikgenren sände SVT även *P3 Guldgalan* och konserten *Seinabo Sey i Globen*.

Under året har SVT också för unga förmedlat kulturella och konstnärliga upplevelser genom inköpta program från hela världen. Några exempel på dramaserier är brittiska *Almost Never* om ett pojkbands resa mot framgång, franskbrittiska *Tidlös prinsessa* om en balettdansös från förr som reser till nutiden, norska *Nudes* om ungdomar som försöker återta kontrollen över sina liv efter att nakenbilder spridits på nätet samt finska *Vakuum* om vänskap och kulturkrockar.

Utveckling för äldre barn och unga
SVT har i uppdrag att särskilt utveckla utbudet för de äldre barnen, 7–11 år, samt för unga, 12–19 år. SVT tolkar uppdraget som att årligen skapa nya program och former samt att ständigt ut-



Lilla Aktuellt. Aida Pourshahidi och Kristoffer Fransson. Foto: SVT

veckla befintliga titlar och tjänster. Under de senaste åren har SVT konsekvent och metodiskt involverat publiken i programutvecklingen för barn och unga. En bärande insikt har varit att behovet av identifikation är stort – trots att publikens tillgång till tv-program är större än någonsin saknar de skildringar av hur det är att vara barn och ung i Sverige i dag. Gestaltande genom drama har särskilt bra förutsättningar att rymma en mångfald av perspektiv och samtidigt beröra många. Därför har SVT i större utsträckning än tidigare fokuserat på att utveckla och producera drama för äldre barn och unga.

Två nya dramaserier för unga var *Festen*, som handlade om sju ungdomar på en fest under en lång sommarnatt i Malmö, och *Eagles*, som utspelade sig i en svensk småstad och hade ungdomarna kring ortens stenhårda hockeysatsning i centrum. Ytterligare ett exempel var *Dröm* som handlade om Thea som plötsligt börjar drömma sanndrämmar om

framtiden och tillsammans med sina vänner måste stoppa katastrofer. *Klassenresan* var en vidareutveckling av *Klassen* och handlade om de allra sista dagarna med klasskamraterna i nian. Även de nya komediserierna *Sjukt oklar*, om 24-åriga Ellen som bestämmer sig för att låtsas vara 16 år och gå om gymnasiet, och *Filip och Mona*, om en oväntad vänskap mellan en utbränd gynekolog och hennes tjugo år yngre handledare på nya arbetsplatsen, sändes under 2019. För äldre barn, 7–11 år, sändes komedierna *En helt vanlig dag*, där karaktärer som Nervöse Nick och Sömnige Sam försöker klara av helt vanliga saker, och *Skolan* där universums sämsta lärare och världens mest olydiga klass finns.

Vid sidan av fokuset på drama har SVT också utvecklat formen för dokumentärer. Två exempel är *Sommarjobbarna*, där några av skådespelarna från serien *Klassen* ger sig ut i verkligheten för att prova på olika jobb, och *Snart 13*, som följer vardagslivet för 12-åriga Moa, Tilde,

Tova och Nova i Ludvika. SVT har också för äldre barn utvecklat programformat som samtidigt både möter behovet av identifikation och förmedlar fakta. Ett exempel på detta var *Världens hemskaste sjukdomar*, ett faktabaserat program där barn i skolåldern fick ”prova på” och lära sig om olika sjukdomar som drabbat mänskligheten genom historien. Andra exempel var serierna *Min adhd* och *Min autism*, där barn själva berättade om sina funktionsnedsättningar och hur de påverkar deras liv. SVT har även under året utvecklat och publicerat sex olika miniserier som relaterar till puberteten, såsom *Mens*, *Svett* och *Målbrott*, där vittnesmål från ungas egna upplevelser blandades med fakta. Två andra nyheter, med barnen själva i fokus, var *Fixarmästarna*, där barn tävlade i att bygga möbler av återvunnet material, och *Värsta bästa barnvakterna*, där programledarna gör helgbesök hemma hos olika barn.



Mens. Indigo Funck, Shafagh Eftekhar och Edda Hallenberg. Foto: Ima Linder/SVT



Eagles. Alva Bratt och Yandeh Sallah. Foto: Janne Danielsson/SVT

Produktionstyper för utbudet för barn och unga

I sändningstillståndet står det att SVT ska ha en betydande egenproduktion. SVT väljer att tolka begreppet något vidare så att det även ingår produktioner där SVT har haft ett betydande inflytande. Därför delas utbudet för barn och unga upp i svensk respektive utländsk produktion. Den svenska produktionen är till allra största del egenproducerad eller gjord i nära samarbete med andra svenska företag där SVT har haft ett betydande inflytande. Den utländska produktionen består av inköpta visningsrätter där SVT inte haft något inflytande.

Av det totala förstasändna utbudet för barn och unga utgjordes knappt två tredjedelar av svenskproducerat utbud (se tabell 7.4 sid 55). En absolut största del av det utbudet var helt egenproducerat eller som i Musikhjälvens fall produ-

cerat tillsammans med Sveriges Radio. Några produktioner har också gjorts som produktionsutläggningar och samproduktioner där SVT har haft ett helt avgörande inflytande. Resultatet blev att 499 av 789 timmar för barn och unga nyproducerades av SVT eller där SVT haft ett stort inflytande.

Volymen av sända timmar för barn och unga har minskat under de två senaste åren. Det beror delvis på en tablåändring i SVT Barn, som från och med hösten 2018 sänder till klockan 20 istället för tidigare 21. Delar av utbudet som tidigare sänds där har istället enbart publicerats i SVT Play. Förändringen är en anpassning till publikens förändrade tittarbeteende och omfattar under 2019 ungefär 100 timmar. Vidare har fokuset på drama för barn och unga varit möjligt genom en minskad satsning på traditionella studioprogram. Eftersom drama är en dyr genre har omställningen

bland annat inneburit att volymen för nyproduktion minskat. Förändringen, som påbörjades redan 2018, har under 2019 bland annat inneburit att program som *Morgonshowen* minskat sin utgivning eller, som exempelvis *Vem vet mest junior*, satts på paus. Förändringen beskrivs närmare under rubriken ”Utveckling för äldre barn och unga” ovan. Med ett något längre tidsperspektiv är det snarare åren 2015–2017 som sticker ut med särskilt stor volym, då stort fokus av utvecklingen låg på just studioformaten, medan 2018 och 2019 ligger nära 2014 års nivå.

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

7.5 TILLGÄNLIGHET

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

Enligt det krav som avser tillgänglighet till tv-sändningar för personer med funktionsvariation har SVT kvoter för de olika tillgänglighetstjänsterna som ska uppfyllas. Kvoterna formuleras i procent av sändningstiden för tv-sändningar på svenska. Dessa krav för 2019 är:

- textning av icke direktsända program 100 procent,
- textning av direktsända program 70 procent,
- syntolkning 4 procent samt teckenspråkstolkning 4 procent,
- uppläst text för alla program med översättningstext.

Det särskilda tillgänglighetsbeslutet som regeringen fattat gällde fram till och med 2019 och SVT uppfattar att intentionen med tillgänglighetsbeslutet är att skapa tydligare förutsättningar för hur tillgänglighetstjänsterna ska bedömas. Beslutet slår fast att bedömningen ska göras utifrån omfattning av SVT:s samla programutbud i samtliga programtjänster som sänds i marknätet, via satellit och genom tråd. Fördelningen av tillgängligheten mellan olika programtjänster får avgöras av SVT efter diskussion med berörda brukarorganisationer enligt tillgänglighetsbeslutet.

Tillgänglighetsbeslutet öppnar för hur ny teknik ska beaktas och i förlängningen innovation och nya möjligheter för publiken att ta del av tillgänglighetstjänsterna. Teckenspråkstolkning och syntolkning som tillhandahålls genom

sändning över internet samtidigt som ett tv-program sänds linjärt i en programtjänst får tillgodoräknas. Program som syn- och teckenspråkstolkas och som finns tillgängliga i beställ-tv får tillgodoräknas upp till 30 procent av det totala tillgänglighetskravet. Syntolkning eller uppläst text som tillhandahålls genom ett ljudspår i en separat enhet såsom mobiltelefon eller läsplatta samtidigt som ett tv-program sänds linjärt i en programtjänst får också tillgodoräknas som ett tillgängliggörande. SVT har sändt 16 085 timmar på svenska varav 4 715 timmar var direktsända. Sändningarna är identiska på alla de tre plattformarna: marknät, satellit och tråd.

För 2019 års utbud anser SVT att de kvoter som anges i det särskilda tillgänglighetsbeslutet är uppfyllda.

Kraven på tillgänglighet ska vidare enligt SVT svara mot tre frågor:

- 1) *Vad är det som ska tillgängliggöras?* Det är program på svenska som sänds i SVT:s programtjänster samt uppläsning av översättningstexter, så kallad uppläst text.
- 2) *Hur ska det tillgängliggöras?* Genom textning av icke direktsända program (100 procent), textning av direktsända program (70 procent), syntolkning (4 procent), teckenspråkstolkning (4 procent), samt uppläst text för alla program med översättningstext.
- 3) *Var ska det tillgängliggöras?* SVT tolkar beslutet som att det kan ske i broadcast-kanalerna, i de särskilda livekanalerna online samt även som en on demand-tjänst på webben.

Med broadcast menas de sändningar som sker linjärt i marknätet, via satellit, kabel-tv och IPTV. Med online menas de simultansändningarna av SVT:s fyra programtjänster som sker över öppet internet, andra livesändningar och on demand-tjänster, så kallad beställ-tv. Med sändningar över internet avses tillgängliggörande av tolkningar som sänds i de särskilda Play-kanalerna, parallellt med

sändningen i broadcast. Med on demand-tjänsterna, menas att tillgängligheten ligger på SVT Play och kan ses på begäran. Tolkningarna har varit identiska på alla plattformar.

Utifrån intentionen med tillgänglighetsbeslutet, det vill säga att förtydliga och förenkla tolkningen av tillgänglighetsuppdraget, så anser SVT att det inte bör göras skillnad mellan sändningarna över marknätet, satellit eller simultansändningarna över internet. Dessa är identiska eftersom de utgår från samma sändning vilket innebär att de varken skiljer sig innehållsmässigt eller i hur tillgänglighetstjänsterna visas. För att program som har tillgängliggjorts i beställ-tv under 2019 ska få tillgodoräknas måste samma program också ha sändts, med eller utan tillgänglighetsteknik, i marknätet, via satellit eller genom tråd i programtjänster under 2019.

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

SVT träffar regelbundet användare av samtliga tillgänglighetstjänster dels genom intressentdialoger med de olika organisationerna, delvis genom möten som fokuserar på specifika tillgänglighetstjänster. Vid dessa möten, som hålls regelbundet, uppmärksammars tillgänglighetstjänsternas kvalitet och användbarhet utifrån ett användarperspektiv. Syftet är bland annat att identifiera förbättringsområden så att utvecklingen kan göras utifrån användarnas perspektiv. Vid mötena diskuteras därför kvalitetsfrågor för samtliga tillgänglighetstjänster men också urvalet av program som tillgängliggörs. (Mer om möten och dialoger i stycke 7.10).

För att tydliggöra vilka program som tillgängliggörs uppmärksammars detta genom grafiska skyltar som i ljud och

bild visar vilken tjänst som erbjuds programmet och var tjänsten finns att tillgå. SVT tillhandahåller samtidig programinformation genom en automatiserad pressinformation som inkluderar information om tillgänglighetstjänster såsom textning, syntolkning och teckenspråks-tolkning. Denna tjänst ligger till grund för all extern programinformation och används exempelvis då tidningarna publicerar tv-tablåer. Samma information tillhandahålls för de förekommande elektroniska programguiderna, så kallad EPG. SVT styr inte vad som publiceras i de olika medierna men informationen om tillgänglighetstjänsterna finns åtkomlig i sin helhet genom SVT: press-tjänst. SVT tillhandahåller således informationen, men har inte kontroll över vad som publiceras utanför SVT i till exempel EPG. Vissa operatörer kortar texterna och då kan viktig information falla bort vilket är olyckligt.

I SVT Play kan användaren hitta hela SVT:s tillgänglighetsanpassade utbud. Där framgår det i varje avsnitt vilka tillgänglighetstjänster som erbjuds. Textning finns tillgänglig genom en tydlig symbol.

För syntolkning och teckenspråks-tolkning finns dessutom särskilda kategorier, lätt tillgängliga via huvudgräns-snittet.

T Textning

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

Det särskilda tillgänglighetsbeslutet slår fast att SVT under 2019 ska texta samtliga förproducerade och 70 procent av de direktsända programmen. Textningsgraden 2019 var 100 procent av de förproducerade programmen i alla kanaler i broadcast. I de flesta repriser återutsänds textningen som den var i första-sändning medan vissa bearbetas i efter-hand (se graf 7.5.1).

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

Det har sänts 11 371 timmar förproducerade program. I ett fåtal fall har textningen fallit bort på grund av tekniska problem. Det rör sig om 20 timmar. SVT anser att kraven angående textning trots detta uppfyllts eftersom det aldrig går att helt undvika tekniska problem i en

tjänst med så komplicerade tekniska samband som textningen. 2019 sändes sammantaget 16 085 timmar på svenska.

Under året direkttextades lite mer än 71 procent av de direktsända programmen i broadcast vilket innebär att 3 365 av 4 715 timmar direkttextades. Det som är direkttextat i broadcast går att se simultant i SVT Play på de flesta plattformarna. Alla riksnyhetssändningar inklusive extrasändningar direkttextas, liksom galor och andra direktsändningar som *Nobel-dagen*, *Musikhjälpen* och *Allsång på Skansen*. Det gällde även många direktsända sportevenemang samt majoriteten av det som sänds inom ramen för *SVT Forum*.

För att öka kvaliteten i direkttextningen arbetar avdelningen Språk och Tillgänglighet med fortbildning, utbildning av nya direkttextare samt utveckling av verktyg och system. Språkvårda-re utformar riktlinjerna för direkttextningen. Nya direkttextare tränas och utbildas av mera rutinerade kollegor. Direkttextningar granskas och utvärde-ras som en del i en lärandekultur.

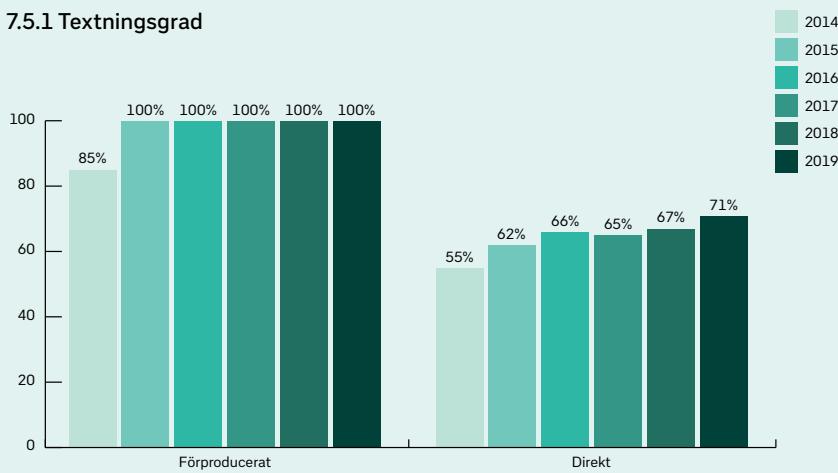
SVT har ökat antal textade inslag på svt.se från ca 100 timmar till 900 timmar under 2019. Denna textning avser främst nyhetsinslag på lokalredaktionernas och riksnyhetsredaktionernas sajter, men också inslag om kultur och sport, samt reportage från programredaktioner så som Uppdrag granskning.

8 Syntolkning

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

Det får inte förekomma någon tolkning där det finns viktiga ljud som må-

7.5.1 Textningsgrad



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

Målsättningen med årets utbud av syntolkning har varit att tillgängliggöra visuellt berättade program för användarna. Programmen ska vara av stort publikt intresse och/eller vara särskilt lämpade för syntolkning, det vill säga att bilden är en viktig del av berättandet. Exempel på program som syntolkats är *Vår tid är nu*, *Lerins lärlingar*, *Melodifestivalen*, *Mästarnas mästare*, *Allsång på Skansen* och *Bonusfamiljen*.

SVT har i sitt urval av syntolkade program valt att prioritera syntolkning av vissa barn- och ungdomsprogram före syntolkning av program för vuxna. Särskild hänsyn har tagits till program som bedöms ha stor betydelse för målgruppen såsom exempelvis *Julkalendern*, *Maxat* och dramaserien *Festen*.

De krav som anges i tillgänglighetsbeslutet gällande syntolkning har ökat vilket har resulterat i en ökning av både egenproduktion och inköp av tjänsten. SVT har sändt 16 085 timmar program på svenska under 2019. Det kvantitativa kravet för 2019 var att 4 procent av programmen på svenska ska syntolkas vilket motsvarar 643 timmar (se tabell 75.2). SVT har mött kravet genom att erbjuda ett antal programtitlar med syntolkning, i vissa fall både i SVT24 och SVT Play, medan några av titlarna har sänts/publicerats enbart på SVT Play. Syntolkningarna finns dessutom tillgängliga i SVT Play.

Målsättningen har varit att åstadkomma en god genrebredd i urvalet av program och SVT har totalt tillgängliggjort 1041 timmar syntolkning 2019 va-



Lars Lerin och Jon Boss redo för förhandsvisning av Lerins Lärlingar. Foto: Stina Stjernkvist/SVT

7.5.2 Syn- och teckenspråkstolkning i timmar

Syntolkning	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Sänt broadcast	39	76	121	388	562	659
Sänt internet	24	21	30	36	11	10
Tillgängligt on demand	56	77	143	299	318	372
Totalt	119	174	294	723	891	1 041
Max tillgängligt on demand 30 %	-	-	-	147	171	193
Ny total	-	-	-	571	744	862
Krav (andel av svenska)	88	170	248	488	569	643

Teckenspråkstolkning	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Sänt broadcast	36	43	115	366	434	374
Sänt internet	20	54	47	76	77	167
Tillgängligt on demand	51	120	143	254	300	358
Totalt	107	217	305	696	811	899
Max tillgängligt on demand 30 %	-	-	-	147	171	193
Ny total	-	-	-	589	682	734
Krav (andel av svenska)	88	170	248	488	569	643

rav 372 timmar tillgängliggjorts on demand. Eftersom det endast är 30 procent av kravet på syntolkning (193 timmar av 643 timmar) som får tillgodoräknas, så blir summan 862 timmar (se tabell 75.2).



Teckenspråkstolkning

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

Urvalet görs brett så att publiken kan ta del av den mångfald av program som SVT erbjuder. Tolkningen görs i första hand av produktioner som drivs av dia-log och tal, till exempel partiledardebat-ter, rapportering från politikerveckan i Almedalen och *Agenda*. Men SVT väljer också att teckenspråkstolka populära produktioner som *Vår tid är nu*, *Melodi-festivalen* och *Mästarnas mästare*. Även barnprogram som *Julkalendern* och *La-byrint* teckenspråkstolkades.

SVT tillgängliggör teckenspråkstolkning-genom parallellsändning i an-tingen broadcast eller online. Programmen görs även tillgängliga on demand i SVT Play. SVT sände 16 085 timmar program på svenska under 2019. Kravet för 2019 är att 4 procent ska tecken-språkstolkas vilket motsvarar 643 tim-mar. SVT har totalt tillgängligt 899 timmar teckenspråkstolkning (se tabell 7.5.2).

Eftersom det endast är 30 procent av kravet på teckenspråkstolkning (193 tim-mar av 643 timmar) som får tillgororän-nas av det som tillgängliggörs online, så blir summan 734 timmar.

Hörbarhet

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

Hörbarhetspolicyn, som uppdaterades 2017, säger att SVT ska ha ett genom-

tänkt ljud med god hörbarhet. Hörbar-hetsarbetet är grundläggande för att ut-budet skall vara tillgängligt för alla och att publiken, oavsett förutsättningar, skall kunna ta del av SVT:s utbud. Hör-barhetsarbetet består av tre viktiga punkter som tillsammans utgör en helhet:

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

Alla program som levereras till SVT kontrolleras i flera steg. Ljud- och bild-kvalitet undersöks. Kontroll sker för att säkerställa att undertext och i de fall syntolkning och teckenspråkstolkning är aktuellt, är i synk och fungerar. SVT har tydliga specifikationer och höga krav på programmen som levereras.

Sedan 2011 finns också en stödgrupp för programverksamheten och i gruppen ingår ljud experter, ljudteknisk support och leveranscenter. Det genomförs regel-bundna uppföljningar och rapporter om hur ljudarbetet fungerar i praktiken.

Uppläst textremsa

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

Tjänsten är främst ett hjälpmittel för synskadade som har svårt att läsa textremsan på utländska program. Upp-läsningen sker simultant med textning-en i SVT:s samtliga kanaler som sänds över marknätet. Från och med 2017 fungerar uppläst text även i simultan-sändningarna över internet. Sedan 2018 fungerar denna tjänst också för sändningarna över satellit.

Tjänsten uppläst text finns inte till-gänglig i SVT:s HD-kanaler i marknätet då det saknas sändningskapacitet i den aktuella muxen.

Webb

SVT:s interaktiva avdelning utvecklar alla SVT:s onlinetjänster. Avdelningen arbetar i tvärfunktionella team för att designa och utveckla SVT:s onlinetjänster, plattformar och funktioner. Under året har en arbetsgrupp tillsatts med syfte att kontinuerligt arbeta med att ut-veckla och underhålla SVT:s online-tjänster enligt WCAG (Web Content Accessibility Guidelines). Dessutom har det genomförts insatser för att höja kompetensen genom utbildning för in-teraktionsdesigners och artdirectors gällande WCAG.

Flertalet IT-utbildningar förmedlar inte kunskap om tillgänglighetsfrågor. Det finns ingen certifiering av den kun-skap som en tillgänglighetsexpert bör inneha. Branschorganisationen IAAP har som mål att göra tillgänglighetsex-pert till ett formellt yrke genom utbildning och certifiering. Under året har därför SVT initierat en tillgänglighetscertifiering enligt IAAP för utveck-lare på företaget.

Som ytterligare ett sätt att säkerställa tillgänglighetsaspekterna i utvecklings-arbetet för SVT:s online-tjänster, har SVT anställt en tillgänglighetsansvarig på heltid.

Under 2019 har det även pågått ut-vecklingsarbete med bland annat valbar teckenspråkstolkning via broadcast (HbbTV), talande text på artiklar i SVT Nyheters iOS-app, synligheten av det teckenspråkstolkade utbudet i SVT Play, utbildning för SVT Play-redaktionen med fokus på att öka tillgängligheten till publicerade bilder.

SVT vill även genomföra löpande an-vändartester av personer med funk-tionsvariationer. En upphandling är ge-nomförd för att möjliggöra detta. Samti-digt pågår ytterligare en upphandling



Förbundet Sveriges Dövblindas styrelse på studiebesök hos SVT tecknades FSDB. Foto: Anders Strömquist/SVT

för genomförande av en extern tillgänglighetsgranskning av SVT Play.

Särskilda målgrupper

Enligt den möjlighet som public servicebolagen har att fördela olika insatser gällande program om och för personer med funktionsvariationer har SVT ett utbud som riktar sig till en döv publik, det vill säga personer födda döva eller som blivit döva tidigt i livet. Sveriges Radio har sändt programserien *Klartext*, ett nyhetsprogram på lätt svenska. UR har bland annat sändt serien *Gatsmart* som riktar sig till elever i grundsärskolan. SVT redovisar programutbudets innehåll i efterhand inom ramen för public service-redovisningen. Bolagsöverenskommelserna innehåller inte programbeskrivningar, prioriteringar eller detaljerad programinformation som beskriver ett planerat framtida utbud.

När det gäller utbudet för den teckenspråkiga publiken så erbjuder SVT program på teckenspråk och program som

är teckenspråkstolkade. De teckenspråkiga programmen har ett innehåll som är särskilt anpassat för personer med en funktionsnedsättning och inkluderar även de teckenspråkiga programmen som riktar sig till barn och unga. SVT har sändt 60 timmar teckenspråkiga program för barn och unga. Detta utbud beskrivs utförligare i stycke 7.6. Därutöver har SVT sändt programmet *Babblarna* med målgrupp bland de små barnen. Programmen innehåller ett språkpedagogiskt material med inspiration av den så kallade Karlstadmodellen, en träningsmodell för personer med språk-, tal- eller kommunikationssvårigheter.

Ytterligare programserier som är anpassade är dels *Pablo* som handlar om en 5-årig pojke med autism. Serien är producerad av personer med autism. Därutöver serien *Punky* där huvudkaraktären, den sexåriga flickan Punky, har Downs syndrom. Serien är animeras och den svenska rösten görs av Ida Johansson, känd bland annat från Glada

Hudik-teatern. I Bolibompa Baby utvecklade och producerade SVT under året tv-program för de allra yngsta barnen, ofta med stödtecken (TAKK) som stöttar barnens språkutveckling. Det kan vara en huvudkaraktär i en serie som förstärker nyckelord med standardiserade tecken från det svenska teckenspråket. Samtliga barnprogram finns också tillgängliga online.

Under 2019 har SVT även sändt en särskild nyhetssändning på lätt svenska varje vardag som vänder sig till dem som av olika anledningar har svårt att följa med i vanliga nyhetssändningars språk och tempo.

7.6 MINORITETSSPRÅK

Sedan slutet av 1970-talet har SVT:s sändningstillstånd innehållit formuleringar som reglerar utbudet för språkliga minoriteter. Enligt nuvarande sändningstillstånd ska programföretagens insatser på detta område öka. SVT:s

övergripande mål är att, med utgångspunkt i den överenskommelse som finns mellan public service-bolagen, stärka minoritetsspråksutbudet sett till både kvantitet och kvalitet. SVT har en viktig roll för teckenspråket och de nationella minoritetsspråkens utveckling och kultur.

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

Skrivningarna i sändningstillståndet slår fast att det totala utbudet för alla minoritetsspråk, sammantaget alla programbolagen, ska öka betydligt under tillståndsperioden. Eftersom det är både felaktigt och ogörligt att jämföra en radiotimme från Sveriges Radio med en tv-timme från SVT eller en från UR har bolagen valt att skapa ett gemensamt index för att beskriva utvecklingen. Sända timmar per språk och programbolag 2013 utgör basen index 100. Därefter görs en genomsnittlig sammanräkning som utgår från respektive programbolags förändring av utbudet och som redovisas nedan (se vidare appendix, tabell 7.6.1 Bolagsgemensamt index för minoriteter). Den gemensamma målsättningen för bolagen är att den sam-

mantagna ökningen till 2019 ska uppgå till index 155 vilket också bolagen anser vara en betydande ökning. Det kommer att förekomma variationer mellan åren men målet är tydligt. Indexet för 2019 uppnick till 188. Motsvarande index för 2018 var 181 (se tabell 7.6.1).

Utöver denna sammantagna redovisning så redovisar respektive bolag utvecklingen var för sig. Övergripande inriktning för SVT inom minoritetsspråksutbudet 2019 har varit att kvalitetsförbättra utbudet med målsättningen att nå majoritetsbefolkningen med minoritetsspråksutbudet och att minoritetsspråksprogrammen vara en del av det allmänna samtalet om SVT:s utbud. De nationella minoriteterna och deras språk ska vara en självklar del i det svenska samhället.

Samerna är den enda etniska gruppen inom Europeiska unionens område som betraktas som ursprungsbefolkning och har i egenskap av detta en särställning (prop. 1976/77:80). SVT har ett stort ansvar när det gäller den samiska kulturenens överlevnad och har en viktig roll när det gäller att vårdar och utveckla det samiska språket. Det samiska programutbudet har två huvudmål. Dels att realisera ett rikstäckande och brett samiskt

utbud för alla samiska målgrupper. Dels att vara den ledande leverantören och förmedlare av samiskt och urfolksrelaterat programinnehåll.

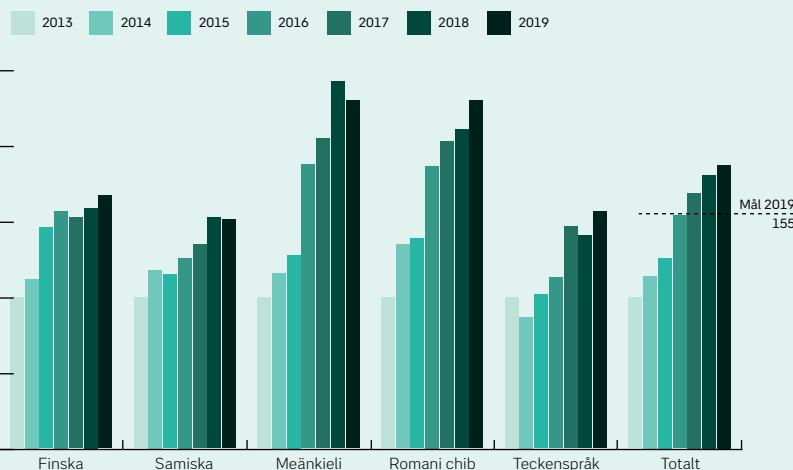
Under 2019 fattades ett decentraliseringsbeslut om att flytta ansvaret för SVT:s produktion av program för nationella minoriteter samt ansvaret för *Nyhetsstecken* från Stockholm till produktionsorten Umeå.

SVT har sammantaget ökat sitt minoritetsspråksutbud inom finska, samiska, meänkieli, romani chib samt det teckenspråkiga utbudet. De totala sändningarna på minoritetsspråk har ökat från 559 timmar 2013 till 903 timmar 2019 (se tabell 7.6.2). Enligt överenskommelsen med övriga public service-bolag, sänder SVT nyheter på finska, samiska och teckenspråk på vardagar. Sveriges Radio sänder nyhetsprogram på meänkieli och romani chib. SVT sänder aktualitetsprogrammet *Sverige idag* på meänkieli och romani chib.

Barnprogram på finska. Sändningarna av de finska barnprogrammen ökade under 2019. På sommaren spelades tredje säsongen av *Musikkollot* in. Serien handlar om åtta barn som samlas på ett sommarkollo med professionella musiker som hjälper barnen att skriva låtar, spela, sjunga och lära sig att uppträda på scen. *Game On* är en serie med målgrupp bland de äldre barnen om tv-spel. Programledarna Laura och Ida testade olika spel och tävlade med varandra. Laura och Ida var även programledare för den nya serien *Good Gaming* som riktade sig till ungdomar intresserade av tv- och videospel.

För den vuxna publiken har SVT producerat bland annat dokumentären *Ett underbart liv* som handlade om en grupp pensionerade sverigefinnar som bosatt sig på en och samma camping varje vinter på Solkusten i Spanien. I programserien *Inte utan min mamma* berättade kocken Tommy Myllymäki, thaiboxaren Nicholas Bryant och artisten Adam ”Tensta” Taal om hur deras

7.6.1 Utveckling av minoritetsspråk, sammantaget alla bolag, index



Se appendix 7.6.1 Utveckling av minoritetsspråk, sammantaget alla bolag, index

7.6.2 Minoritetsspråk i SVT, timmar

2019

Målgrupp	Finska		Samiska		Meänkieli		Romani chib		Teckenspråk		Summa
	Första	Totalt	Första	Totalt	Första	Totalt	Första	Totalt	Första	Totalt	
Vuxna	116	316	72	113	12	32	21	48	65	166	675
Barn 3-11	12	34	11	22	7	13	3	4	13	40	114
Unga 12-19	10	28	9	27	6	17	8	24	7	20	115
Totalt	138	377	92	162	24	62	31	76	85	226	903

2013

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

finska mammor påverkat och format deras liv. Den uppskattade dokumentärsenien *Hårt arbete/Kova työ* återkom med en andra säsong där man belyste svårigheterna i att komma till Sverige. De medverkande berättad om ensamhet, utsatthet, missbruk och utanförskap.

Det finska nyhetsprogrammet *Uutiset* bevakade riksdagsvalet i Finland och följde händelserna under valkvällen i april. Under hösten bevakade Uutiset också Skolverkets förslag till ny kursplan som omfattar undervisningen om de nationella minoriteterna i grundskolan.

Barnprogram på samiska. Under året har ett flertal samiska barnprogram sändts, bland annat *Binnabánaš*, en tv-serie för de minsta barnen som översattes till nord-, syd -och Lulesamiska. I serien *Indogas* fick barnen ta del av samisktalande barns olika fritidsintressen. Programmen *Sápmi teens* hade formatet av en videoblogg där publiken fick insyn i två samiska ungdomars vardag.

För den vuxna publiken har SVT sändt två samiska serier med ett 100-årigt perspektiv på samernas historia. Vid denna tidpunkt flyttade renskötande samer från Nordnorge till Alaska med familj och renar, för att lära inuiter i Alaska renskötsel. Serien *Sápmi till Alaska* följer tre generationer samiska kvinnor som reser till Alaska. De reser i spåren efter

de samer som för över 100 år sedan räddade Alaska från svält. Nu åker de för att leta efter avlägsna släktingar och en nästan helt okänd del av den skandinaviska historien.

Den andra serien tar sin utgångspunkt i att det är hundra år sedan renbeteskonventionen mellan Sverige och Norge blev klar. Regleringen innebar att samerna i Karesuando-trakten blev av

med både sina betesmarker och sina hem på den norska sidan. De tvingades flytta till nya marker och hem söderöver. Serien belyser en mörk del av svensk och samisk historia och hur samerna än i dag påverkas och lever med det som skett, i spåren efter tvångsförflyttningarna.

Det samiska nyhetsprogrammet *Od-dasat* har bevakat flera rättsfall som rör samerna där olika samebyar har stämt



Sångerskan Tanja Nordfjell sjökar under invigningen av Alpina-VM i Östersund. Foto: SVT



Tornedalsrallyt. Mattias Tapani och Marina Mattila. Foto: Ida Brännström/SVT

både den svenska och den norska staten om rätten till land och vatten. En annan fråga som Oddasat följt är den rättstvist som samer sinsemellan har i Tärnabyområdet, vilken har sitt ursprung i tvångsförflyttningen som startade för 100 år sedan.

Barnprogram på meänkieli. *Poddilainen* är en tv-podd från Tornedalen riktad till den yngre publiken där ungdomar pratar om angelägna ämnen. År 2019 producerades för första gången en julkalender för barn på meänkieli med titeln *Tomten på Luppioberget*. Tomtens hem ligger långt in i skogarna på det snötäckta Luppioberget i norra Sverige. Han har upptäckt att vår planet inte alls mår bra av allt skräp som till och med nått till tomteskogen. Tomten vill inte fortsätta att skapa julkalappar av nytt material som skadar vår planet – men får då en idé som räddar julen.

Utbudet för barn på meänkieli mins-

kade något 2019 för att möjliggöra utvecklingsarbetet av nya programformat.

För vuxna sändes bland annat dokumentärserien *Tornedalsrallyt* som handlade om gruvarbetarna som väljer att bo i Tornedalen och som arbetspendlar 30 mil till Malmfälten eftersom jobben på hemorten är för få. Programserien skildrar hårt arbete, en tynande landsbygd, gemenskap, saknad men också ekonomisk frihet. Tittarna följer huvudpersonerna under ett år och får veta hur det är att pendla när det är 35 grader kallt samt andra utmaningar som arbetslivet på landsbygden innebär.

Barnprogram på romani chib. I barnprogrammen *Tjena Chavale* mötte vi Justin och Elina Demir, två romska barn som bor i Norrköping. De fick resa till en liten by i Norrbotten för att öppna ett sommarkafé tillsammans med sin mamma. Vi följer barnen under uppbyggnaden av kaféet, när de möter alla

djuren på gården och när gästerna kommer till deras nya kafé långt ute på landet.

Musikserien *Ketanes – tillsammans* har fortsatt ytterligare en säsong med nya spännande musikaliska möten. Kända svenska musiker och sångare som Janne Schaffer, Lili och Susi med flera, har fått träffa kända musiker med romsk bakgrund för att, efter en veckas repetition, spela och sjunga tillsammans.

Program på jiddisch. I programserien *Woodskis värld* får vi följa med Tomas Woodski till fyra olika platser i världen. Han har lärt sig jiddisch och med hjälp av sitt nya språk tar han med oss till olika platser som har jiddisch som gemensam knypunkt. Första resan gick till Rumäniens huvudstad Bukarest och den stora teaterfestivalen på jiddisch. Därefter en open-mic festival i London, ett bibliotek i Tel Aviv och sist i serien pluggar Tomas jiddisch med ett

gäng pensionärer i Paris. SVT har sänt 3 timmar jiddisch varav 2 timmar är förstasändningar.

Barnprogram på teckenspråk. För målgruppen teckenspråkiga barn och unga har SVT sänd flera nya program, däribland dramat *Game of hands*. Serien handlar om att klara utmaningar i ett dataspel. Teckenspråket står i fokus där barnen uppmuntras att använda språket på ett medvetet sätt. Serien är efterfrågad och används i undervisning på skolor.

På teckenspråk för vuxna sändes programserien *Se mitt sound* där den finska artisten Marko "Signmark" Vuoriheimos mål var att delta i den svenska melodifestivalen. 2009 ställde han upp i den finska motsvarigheten och kom tvåa. Nu ville Marko ha revansch i Sverige och i serien följer vi hans musikaliska äventyr. Döva mäniskors berättelser är en del av det gemensamma kulturarvet. I porträttserien *Min historia* synliggjordes dövas erfarenheter. De medverkande berättade om förtryck och skam, men också om pionjäranda, kämpaglöd och stolthet.

Nyhetstecken har bevakat frågan om tolkbrist vilket upplevs som ett stort problem bland döva. Ett exempel var skildringen av hur Svenska Dövidrottsförbundets verksamhet drabbades när det inte finns tillgång till tolkar för möten, träning och tävling.

Program på andra minoritetsspråk. Sveriges Radio har ett större ansvar gällande specialanpassat utbud på minoritetsspråk som inte är nationella minoritetsspråk. Utöver detta har SVT sänd program på 37 olika språk under 2019.

SVT har utifrån sändningstillståndet fokuserat på ett antal övergripande mål som operationaliseras på ett sätt som beskrivits ovan. Därmed anser SVT att kraven i sändningstillståndet gällande utbud på minoritetsspråk och teckenspråk uppfyllts.

7.7 VARIATION I PRODUKTIONSFÖRFORMER

Produktion

SVT arbetar med fyra huvudgrupper av utbud: egenproduktion, produktionsutläggning, samproduktion och inköpta program (förvärv av visningsrätter). Volymmässigt utgörs den största delen av SVT:s förstasändna utbud av egenproduktion, främst nyheter och *SVT Forum* som produceras inom företaget. Under 2019 var 56 procent av SVT:s förstasändna utbud egenproducerat. Utlandska inköp stod för ytterligare 32 procent. Produktionsutläggningar, samproduktioner och svenska förvärv svarade för drygt 12 procent av utbudet i SVT. Det är små skillnader jämfört med 2018. Det bör påpekas att de 3 271 timmarna lokala nyheter (156 timmar per 21 lokalredaktioner) som producerades under 2019 inte ingår i dessa siffror (se stycke 5.1).

Analys av utläggningsgrader görs i linje med EU-regleringen på området normalt, utifrån den del av produktionen där alternativ till egenproduktion regelmässigt förekommer, den så kallade allmänproduktionen (se definition stycke 7.1). Sammanlagt 1 511 timmar av det totala utbudet räknas som allmänproduktion och av dessa producerades 37 procent i samarbete med eller inköpt av utomstående svensk producent. Det är i samma nivå som 2018 och en ökning med 4 procentenheter andelmässigt jämfört med 2017. Inom fiktion, drama och underhållning svarar utomstående produktionsbolag för en mycket stor del av produktionen, (se tabell 7.7). Även dokumentärer i olika genrer görs i de flesta fall av externa producenter.

7.7 Utomståendes medverkan och andra samarbeten, mkr

Medverkande och programanställda

Mkr	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Arvoden	189,8	206,3	228,5	165,3	159,4	155,2
Programanställda	52,8	63,6	72,6	63,6	64,7	62,5
Summa	242,6	269,9	301,1	228,9	224,1	217,7

Andra slags produktionssamarbeten

Svenska	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Produktionsutläggningar	322,8	328,2	382,7	441,1	357,6	385,4
Samproduktioner	279,7	249,8	180,0	187,9	229,5	247,2
Förvärv	111,4	154,3	120,7	149,0	137,6	135,1
Summa	713,9	732,3	683,4	778,0	724,7	767,7
Utländska	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Produktionsutläggningar	2,3	7,0	6,9	3,7	0,6	0,0
Samproduktioner	12,7	4,3	7,3	1,7	4,8	57,2
Förvärv	230,5	234,4	239,1	234,7	236,6	284,4
Summa	245,5	245,7	253,3	240,1	242,0	341,6
	2014	2015	2016	2017	2018	2019
SFI	43,3	44,2	44,8	0,0	0,0	0,0
STIM, IFPI/Sami, NCB	91,7	98,0	95,2	87,3	73,2	73,3
Summa	135,0	142,2	140,0	87,3	73,2	73,3
Totalt	1 337,0	1 390,1	1 377,8	1 334,3	1 264,0	1 400,3

Utomstående medverkan och andra samarbeten

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

Tabell 7.7 visar SVT:s kostnader som går direkt till utomstående enskilda personer eller produktionsbolag. Under 2019 har totalkostnaden ökat jämfört 2018, även jämfört med tillståndsperiodens första år, 2014. Ökningen 2019 jämfört med 2018 beror på en ökning av både utländska och svenska samproduktioner samt en ökning av utländska förvärv. Den största enskilda kostnadsökningen rörde SVT:s samarbete kring alpina-VM i Åre. Under tillståndsperioden som helhet syns en variation mellan åren vilket kan och får förekomma. SVT:s mål är att samarbetena på sikt ska öka.

7.8 FOLKBILDNING

SVT når det stora flertalet medborgare med program som berikar och inspirerar till ny kunskap. Utifrån uppdraget att oberoende sprida kunskap och vara en referenspunkt i en föränderlig värld, producerar SVT ett stort antal program med kunskapsrelaterat material. Public service ger publiken tillfälle att orientera sig i samhället och möjliggör nya insikter och kunskaper. Ämnesområden som religion, historia, natur och kultur återfinns kontinuerligt i SVT:s utbud. Här finns program som omfattar långa historiska tidslinjer men också andra program som skildrar vår samtid. SVT tillhandahåller ett brett programutbud inom många olika genrer. SVT är en del av den pågående medieutvecklingen och vi menar att folkbildning och demokra-

tiuppdraget i framtiden inte kan vara knutet till ett visst distributionssätt. Public service fyller ett viktigt folkbildningsuppdrag på internet.

Demokratin behöver informerade medborgare. Traditionella medier har spelat en viktig roll för att människor ska kunna ta del av politiken och göra viktiga val. Samtidigt blir internet en allt viktigare informationskälla. I en digitalisering och fragmentiserad informationsvärld är kunskapsklyftor en reell utmaning då informationen som presenteras i större utsträckning är filtrerad. Det finns också en ökad risk att människor väljer ett fatal nyhetssällor som passar just deras åsikter. Många olika faktorer spelar roll i valet av informationskälla. Det är belagt i forskning bland annat refererat i den statliga offentliga utredningen, SOU (2015:96) att public service bidrar till en ökad kunskapsnivå i samhället. Som en av flera aktörer när det gäller att upprätthålla det demokratiska samtalet, behöver public service utveckla folkbildningsuppdraget för att möta framtida behov och fortsatt vara en relevant förmedlare av kunskap, insikter och åsiktsbrytningar. Ny teknik är inte ett självändamål utan möjliggör att public service uppstår i nya former, på nya platser.

Innehåll blir sökbart och tillgängligt, samtidigt som envägskommunikation i allt högre grad kan ersättas med flervägskommunikation. Public service folkbildande uppdrag ges nya möjligheter och SVT ser vikten av att fortsatt utveckla det demokratiska uppdraget i denna nya kontext. Rollen för public service aktualiseras av det ökande informationsöverflödet och desinformationen på nätet. Propaganda och falsk information sprids i digitala och sociala medier och det blir svårare att bedöma vad som faktiskt är sant och falskt.

Medier bidrar till stor del då vi ska ta del av och förstå information. Därför finns det i dag ett allt större behov av att kunna värdera olika digitala medier. Allt

fler krav kommer att ställas på människor om att ha tillräcklig kunskap för att kunna orientera sig och förstå digitaliseringens effekter. Detta är ett allt mer aktuellt ämnesområde och benämns medie- och informationskunnighet. I takt med digitaliseringen och medieutvecklingen så finns ett stort behov av kunskap om detta område, både för barn och vuxna.

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

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

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

SVT vill verka för att kunskapsprogram blir en angelägenhet för det stora flertalet medborgare. Det bildande upp-



Anders Hansen i programserien *Din hjärna*. Foto: Magnus Liam Karlsson/SVT

draget hos public service-bolagen syftar till att stärka demokrati, att sprida kunskap och vara en referenspunkt i en förändlig värld. Grunden för SVT:s folkbildande utbud utgörs av nyhets- och samhällsprogram samt olika fakta-, kultur- och vetenskapsprogram. SVT har en mångfald av nyhetsprogram samt olika granskande och fördjupande samhällsprogram med information av folkbildande karaktär. Här kan nämnas *Aktuellt*, *Agenda* och *Dokument utifrån/inifrån*. SVT har en omfattande omvärldsbevakning inte minst genom företagets utrikeskorrespondenter. Deras rapporter syns i den dagliga nyhetsrapporteringen och i exempelvis programmet *Korrespondenterna* erbjuds en ytterligare fördjupad bild av en ibland komplicerad omvärld. SVT har som nämnts utökat antalet korrespondenter med

ytterligare två för att fördjupa bevakningen av klimatfrågan respektive tech-utvecklingen.

Hälsa var fokus i serien *Kalles och Britas hälsoresa* som med folkbildande ambitioner prövade olika metoder och förhållningssätt som erbjuds oss moderna mäniskor för att känna att vi lever hälsosamt. I programmet testades bland annat stenåldersliv, yoga och meditation och att leva ett helt ekologiskt förankrat liv.

Programserien *Lyckomaten* undersökte vad som krävs för att en förändring av kost och träning ska leda till varaktiga vinster i ökat välmående. Insikter och inspiration förmedlades av kocken Tareq Taylor och hälsocoachen Sofia Ståhl som hjälpte fem deltagare i olika åldrar att förändra sina liv för att leva mer hälsosamt.

Ett arbetslag med snickare som valt att renovera gamla byggnader på traditionellt vis med gårdagens verktyg och tekniker var utgångspunkten i serien *Rätta virket*. Tittarna fick handfasta råd och tips om metoder som är lika användbara i dag som för 100 år sedan, samtidigt som byggnadshistoriska perspektiven förmedlades. Serien blev ett komplement till den redan etablerade serien *Det sitter i väggarna* som berättar en gammal husbyggnads historia och varsamt visar hur renovering kan göras. Tillsammans satte dessa två programserier fokus på moderna renoveringar och husbyggen samt vad som är viktigt att tänka på vid bygge och skötsel av ett hus.

Hantverk i ett annat perspektiv fick tittarna ta del av i serien *Mästerskaparna* där de fick följa några amatörlöjdare i deras försök att bemästra olika

hantverkskonster. Amatörlöjdarna tävlade bland annat i smide, keramik, läder och träslöjd. I varje program besöktes en specialist i hantverket som gav historia och levandegjorde traditioner och metoder.

I serien *Din hjärna* förklarade hjärnforskaren Anders Hansen hur våra hjärnor fungerar. Det moderna levnadssättet utmanar hjärnan på olika sätt vilket belystes utifrån olika frågeställningar: Vad gör stress med oss och hur påverkas hjärnan av digitaliseringen? Hur kan fysisk aktivitet föryngras hjärnan och varför används en stor del av våra hjärnor för att vara sociala? Den digitala revolutionen med smarta telefoner har på många sätt gjort våra liv enklare. Men finns det problem med att ägna tre-fyra timmar per dag åt skärmar?

Dokumentärserien *Det svenska popundret* berättade historien om hur ett litet land i norr blev världsmästare i populär musik. Från folkparker till fullsatta arenor, från blockflöjt till rena låtskrivarskolor, från ABBA till Avicii och allt som rymds däremellan. Historia inom ett annat kulturområde förmedlades av Fredrik Lindström som levandegjorde det svenska poesiaretet för nya generationer med hjälp av artister som tolkar olika svenska poeters dikter i serien *Helt lyriskt*.

Genom SVT:s frågesporter *Vem vet mest*, *På spåret* och *Smartare än en femteklassare* testas och förmedlas bildningen hos de tävlaende. Här gäller det att både vara allmänbildad med spets och djup, samt vara snabbtänkt. *På Spåret* är Sveriges svåraste, bredaste och mest populära frågesport som sänds även 2019.

Ytterligare ett folkbildande frågeprogram är programmet *Bäst i test*. Här är det inte bildning eller tidigare inlärda faktakunskaper som testas utan kreativitet och problemlösning. De medverkande ställs inför en serie utmaningar och uppgifter som saknar en på förhand definierad lösning och tvingas under tidspress hitta nya olika sätt att tackla problemet. Programmet visar på ett lust-

fyllt sätt hur fantasi och kreativitet kan användas som verktyg och hur nöden är uppfinningarnas moder. *Bäst i test* vann 2019 Kristallen för Årets program framröstat av publiken.

Programmen med folkbildningsinnehåll får kontinuerligt mycket höga betyg av publiken. Enligt den attitydundersökning som SVT gjort 2019 angav 82 procent att de tyckte att SVT har program som ger kunskaper och insikter.

7.9 DET SAMLANDE UPPDRAGET

Sändningstillståndets 6 § säger att SVT ska sända både program med ett brett anslag och mer särpräglade programtyper. Båda dessa typer av program är viktiga för att uppfylla SVT:s uppdrag i allmänhetens tjänst.

Programmen med bredare anslag har ofta möjlighet att samla en större publik och skapar därmed gemensamma upplevelser i Sverige. Dessa upplevelser kan delas av människor som annars inte har så mycket gemensamt vad gäller ålder, bostadsort eller åsikter. Det skapar en känsla av gemenskap i ett mer heterogen samhälle och i en tid då mediekonsumtionen blir allt mer individualiserad. Public service kan ge en gemensam bild av vad som händer i samhället, hur det går för svenskarna i både nationella och internationella tävlingar, skapa lätsamma och allvarliga samtalsämnen över alla gränser och ge insikter i andras livssituation. De samlande programmen kan finnas i alla programgenrer.

Det är en utmaning att skapa program som känns intressanta och relevanta för stora grupper av människor. I dag finns dessutom både via linjär tv och på internet ett stort utbud som kan möta de flesta individuella preferenser. Globala streamingtjänster med mångmiljard-budgetar gör högkvalitativa program och på videodelningsplattformar finns mängder av innehåll inom de mest nischade områden.

Under året har dock SVT visat en mängd program som har samlat många människor, samtidigt eller över tid.

SVT har en självklar plats vid flera av Sveriges stora högtider. Inför julafenton följde många barn och vuxna dagligen julkalendern *Panik i tomteverkstan*. På själva julafenton var det cirka 3,3 miljoner människor som över tv och internet såg när julvärdén Marianne Mörck tände ljuset och introducerade *Kalle Anka och hans vänner*. En vecka senare var det dags igen då det traditionella firandet av nyår skedde på Skansen i Stockholm. Sanna Nielsen ledde firandet och Lena Endre läste dikten *Nyårsklockan*.

En annan tittarfavorit som samlar svenskarna varje år är *Melodifestivalen*. 2019 passerade Melodifestival-täget Göteborg, Malmö, Leksand, Lidköping och Nyköping. Tusentals människor tog del av schlagerfesten på plats och i tv-sofforna sågs programmen av mellan 2,6 och 3 miljoner människor. Finalen gick traditionenligt i Stockholm och 3,6 miljoner såg John Lundvik krönas till vinnare. När han några månader senare tävlade i *Eurovision Song Contest* följde närmare 2,6 miljoner programmet i Sverige.

Musikgenren innehåller fler tittarfavoriter så som *Allsång på Skansen*. Under ledning av Sanna Nielsen fick publiken under sommaren bekanta sig med både ny och gammal musik. Bland de gästade artisterna fanns bland annat Miriam Bryant, Owe Thörnqvist, Bishara, Maxida Märak och Sissel Kyrkjebø.

Fredags- och lördagsunderhållningsprogrammen i SVT erbjuder både underhållande och folkbildande upplevelser som *Bäst i test*, *Doobidoo* och *Alla för en*. Särskilt populärt bland tittarna är *På Spåret* som fortsätter att samla miljoner svenskar över generationsgränserna. Under 2019 fick tittarna lära sig mer om resmål som Washington DC, Ibiza och Eskilstuna.

Sportstjärnor har en särskild plats i människors hjärtan, även efter att

idrottskarriären är slut. Det, tillsammans med ett spänande tävlingsupplägg där de forna idrottsstjärnorna utmanas, är en del av attraktionskraften i *Mästarnas mästare*. 2019 sändes det för elfte gången.

Året har förstås även bjudit på sport med svenska talanger som är aktiva nu. Intresset för att titta på sport i tv fortsätter att öka i Sverige hos både män och kvinnor, enligt mätningar SVT beställt av Demoskop under hösten 2019. Det stora intresset har gått att avläsa i tittarsiffrorna på sport. Under årets första tre månader, när SVT bland annat sände skid-, alpina- och skidskytte-VM, hade programmet *Vinterstudion* miljontpublik under tio av tolv helger. Totalt tittade en genomsnitssvensk 30 timmar på vintersport i SVT, 28 timmar i linjär-tv och två timmar i SVT Play, och vintern blev därmed den mest tittade sportvintern hittills.

SVT Sport har som ambition att sända mästerskap och stora sportevenemang där svenska idrottare och lag har chans att nå framskjutna placeringar och just 2019 var ett stort mästerskapsår i SVT. Totalt sändes 17 världsmästerskap och sex Europamästerskap i SVT och utöver det även ett stort antal svenska mästerskap, bland annat i form av SM-veckan vinter och sommar.

Två av världsmästerskapen som SVT sände avgjordes på hemmaplan: alpina-VM i Åre och skidskytte-VM i Östersund. För att ta tv-publiken så nära tävlingsdramatiken som möjligt byggdes studios i direkt anslutning till målgång där programledare och reportrar, direkt efter avslutad tävling, snabbt kunde fånga VM-åkarna i intressanta intervjuer. På kvällstid gjorde SVT en extrasatsning med underhållande, breda kvällsmagasin som direktsändes från studios placerade på torgen i Åre och Östersund. SVT var även broadcaster från VM i Åre och Östersund och producerade tävlingsproduktionen på ett helt unikt, världsledande sätt som beskrivs under



Parning. Naomi Carter och Edvin Kempe. Foto: French Quarter Film

stycke 4.7 ”Teknisk eller annan utveckling”.

Under 2019 har sportredaktionen i flera fall även samarbetat med Sveriges övriga tv-bolag kring stora sporträttigheter inom exempelvis fotboll och ishockey samt initierat nordiska samarbeten med andra public service-bolag för att bättre dela idéer och resurser.

SVT Sport är också ledande inom den

breda sportbevakningen i Sverige. 2019 bevakades 116 olika sporter i Sportnytt och Sportspegeln. Utöver det har SVT Sport producerat flera program med ett fördjupat sportberättande, exempelvis *Hårds historier* och *Bernts berättelser*.

7.10 MÖTEN OCH DIALOGER

Sedan 2007 har funktionsrättsrörelsen tillsammans med SVT, Sveriges Radio och UR anordnat en årlig konferens med syfte att inspirera till bättre inkludering av personer med funktionsvariationer i public service samt ge möjlighet till ett gemensamt kunskaps- och erfarenhetsutbyte mellan public servicebolagen, representanter från Funktionsrätt Sverige, Lika Unika och andra med kompetens eller intresse i frågor om tillgänglighet, likabehandling och demokrati. Under hösten 2019 hölls ett seminarium med rubriken ”Fatta Rättigheten”. Seminariet belyste rättighetsfrågan för personer med funktionsnedsättning ur olika perspektiv. Dels genom en tillbakablick på osynliga delar av vår historia med frågor om hur folkhemsidealet såg på personer med funktionsnedsättning. Dels en nulägesanalys genom en presentation av funktionshindersrörelsens egen granskning av hur Sverige lever upp till Funktionsrätskonventionen.

Under 2019 har SVT fortsatt skapa intressentdialoger med minoritets-språksorganisationerna. Dessa dialoger utgår från det krav som finns i sändningstillståndet och syftar främst att föra en diskussion om förbättringsområdena samt utvecklingen och framtida behov för respektive språkgrupp. SVT träffade bland annat Sverigefinska Riksförbundet, Sametinget, Sveriges Dövas Riksförbund, Förbundet Sveriges Dövblinda, och Tornedalingars Riksförbund. SVT närvarade på Dövas dag och lanserade det nya dialogkontot #svtkolla på instagram.

Ett möte hölls där SVT träffade Riksteaterns Tyst Teater för att informera om planerade produktioner samt diskutera eventuella framtida samarbeten. Under hösten besökte även den teckenspråkiga redaktionen förskolor med teckenspråkiga barn för att skaffa ytterligare kunskap om de yngsta barnens behov. Just utvecklingen av tillgänglighetstjänster på webben är en utmaning där det är av

stor vikt att ha kontakt med olika användare för att exempelvis stämma av användbarhet och tillgänglighet. Därför hölls ett användarmöte med representanter från Synskadades Riksförbund, Unga med Synnedsättning, Hörselskadades Riksförbund, Unga Hörselskada-de, samt Dyslexiförbundet.

SVT har också haft möten med DHR för att bland annat diskutera hur annonser vid rekrytering ska bli mer inkluderande. Bland annat informerades om arbetet med SVT:s projekt med automatisk textning av lokala nyhetssändningar online vilket ledde till en påföljande diskussion om textningskvalitet. SVT:s utökning av teckenspråkstolkade nyheter har utvärderats genom fokusgrupper och resultatet av utvärderingen redovisades vid mötet.

SVT träffar regelbundet användare av samtliga tillgänglighetstjänster dels genom intressentdialoger med de olika organisationerna, delvis genom mindre möten som fokuserar på specifika tillgänglighetstjänster. Vid dessa möten, som hålls regelbundet, uppmärksammas tillgänglighetstjänsternas kvalitet och användbarhet utifrån ett användarperspektiv. Syftet är bland annat att identifiera förbättringsområdena så att utvecklingen kan göras utifrån användarnas perspektiv. Vid mötena diskuteras därför kvalitetsfrågor för samtliga tillgänglighetstjänster men också urvalet av program som tillgängliggörs.

Utifrån diskussionerna avgörs fördelningen av tillgängliggörandet mellan olika programtjänster. Program som är händelsedrivna syntolkas ofta vilket svarar mot målgruppens önskan. Det finns också en tydlig önskan hos de berörda grupperna att program med ett brett genomslag också tillgängliggörs med syn- och teckenspråkstolkning. Särskilt fokus läggs på målgrupperna barn och unga. Om tablåmässiga förutsättningar finns så kan en tillgänglighetstjänst sändas parallellt i broadcast-kanalerna, annars väljer SVT att tillgängliggöra tjäns-

terna i Play-kanalerna. SVT alternerar vilken typ av tolkning som tillgängliggörs i broadcast respektive online. Ny teknik skapar nya möjligheter när det gäller webbaserade tillgänglighets-tjänster.

Utvecklingen av tillgänglighetstjänsterna online är ett viktigt diskussionsämne vid SVT:s brukarmöten. Många användare använder appar där det finns inbyggda hjälpmedel i de olika operativsystemen. För att utveckla appar på bästa sätt måste SVT ha kunskap hur dessa hjälpmedel fungerar, vilka som används och om det påverkar utvecklingsarbetet. Detta kräver en kontinuerlig dialog med användare i alla åldrar.

Utvecklingen av tillgänglighetstjänster i SVT Play fortgår och SVT har under året tillsatt en heltidstjänst med ansvar att arbeta med detta för att säkerställa tillgänglighetsperspektivet i produktutvecklingen online. En viktig arbetsuppgift blir att implementera de riktlinjer för tillgänglighet på webben som benämns WCAG (Web Content Accessibility Guidelines). Detta arbete diskuterades samt de användartester som SVT planerar att genomföra under 2020.

SVT har också organiserat ett möte där representanter för upphovsmanna-organisationerna bjöds in för dialog och informationsutbyte kring aktuella strategiska frågor och för att få inblick i SVT:s verksamhet. SVT:s programledning bjöd in till en informationsträff med de produktionsbolag som SVT samarbetar med för att presentera SVT:s utbudssstrategi och inriktning för kommande utbudsår.

Vartannat år samlar SVT medlemmar från samtliga riksidrottsförbund till ett möte för att diskutera SVT:s sportutbud. Ytterligare en mötespunkt är den så kallade Sportdagen som är ett tillfälle för dialog och möjlighet att dela strategier, omvärdsspaningar samt ett samtal kring idrott och media.

Under våren bjöd SVT in personer



36 dagar på gatan. Daniel och Birg. Foto: Christoffer Hjalmarsson/SVT

som arbetar med frågor som rör samhällets säkerhet, beredskap och public service till två seminarier. Syftet var att diskutera samhällsförändringar, nya mediebeteenden och ett allt mer onlinebaserat tv-tittande, som påverkar SVT:s roll vid kris.

En temadag om det fria ordet arrangerades första gången i Växjö under 2017 och var ett samarbete mellan P4 Kronoberg, SVT Nyheter Småland och Smålandsposten. Dagen bestod av aktiviteter och information om medier och yttrandefrihet med målet att alla elever i årskurs 6 skulle lära sig mer om hur radio, tv och tidningar jobbar – att fria medier inte är någon självklarhet utan något varje land och generation måste slå vakt om. Under 2019 arrangerades liknande temadagar i Karlskrona, Växjö och Kalix. Kommunernas sjätteklassare bjöds in till en diskussion med fokus på källkritik och yttrandefrihet. Temadagarna ville visa vilken betydelse den etablerade journalisti-

ken har för demokratin och ett fritt samhälle samt att manifestera de lokala medierna.

Projektet Sverige möts som resulterat i möten mellan människor i hela landet där starka meningsmotståndare i en rad samhällsfrågor träffats och diskuterat beskrivs utförligt i stycke 7.2 Nyheter och samhällsbevakning. Sverige möts är ett helt nytt sätt att involvera publiken i samhällsdebatten vilket uppskattades av de medverkande.



Festen. Sophia Martinsson, Elisa Ibrahim och Simona Karpin. Foto: Carolina Romare/SVT

8

Publiken – användarna

I kapitel 3 beskrivs flera för SVT viktiga och prioriterade aspekter av relationen till publiken: användning, räckvidd, kännedom, förtroende, upplevt individuellt värde och samhällsvärde. Här i kapitel 8 beskrivs ytterligare några trender och förändringar i människors mediebeteenden samt värderingar av media under tillståndsperioden 2014–2019.

8.1 PUBLIKRÖLESEN FRÅN BROADCAST TILL ONLINE

SVT:s tidigare tillståndsperioder har alla innehållit mer eller mindre omfattande förändringar som påverkat publikens förutsättningar att ta del av tv och rörlig bild. Förutsättningar som alla på sitt sätt påverkat publikens relation och syn på SVT. För att nämna några: tvåkanal-övergången för 50 år sedan, införandet av text-tv-tjänster, video- och dvd-spelare, upphörandet av tv-monopolet och möjlighet för publiken att se fler svenska tv-kanaler på 80-talet, utökning av kanaler i marknätet med TV4 och senare digitalisering av tv-distribution med utökning av antalet tv-kanaler både från SVT och andra aktörer. Internet har successivt ändrat förutsättningarna för hur och var publiken kan titta på rörligt innehåll, men också vem som har möj-

lighet att tillhandahålla innehåll. Tillgången till utbud för var och en har aldrig varit större, liksom möjligheterna att välja var och när man tittar, aldrig varit fler.

Under tillståndsperioden 2014–2019 har publikens mediebeteenden ytterligare förändrats. Alltför har i dag tillgång till globala videotjänster som bara ett par år före tillståndsperioden inte fanns på den svenska marknaden, till exempel Netflix och HBO Nordic. Vid slutet av 2019 tog 56 procent av befolkningen på veckobasis del av utbudet från någon av prenumerationstjänsterna för video, de så kallade SVOD-tjänsterna. Nära 90 procent tog del av någon play-tjänst online enligt en undersökning gjord av MMS, Trend och Tema på uppdrag av SVT.

Idag är fler videotjänster på väg, till

exempel är Amazon, Apple och Disney under etablering med videotjänster i Sverige. Flera av de etablerade och tillkommande aktörerna har alla tillgång till en global marknad. För dem är det inte ovanligt med produktionsbudgetar för enskilda serier som för en lokal aktör som SVT kan vara i nivå med årsbudgetar för en hel genre. När en allt större del av befolkningen tar del av detta innehåll påverkas allt fler människors förväntningar och krav på utformning och kvalitet på innehållet. För att klara konkurrensen, och leva upp till publikens höjda förväntningar, krävs utvecklade produktions- och samarbetsformer. Det krävs också en aktiv process för att istället möta behov som en lokal aktör har bättre förutsättningar att möta än vad en global aktör kan ha.

En annan aspekt som haft inverkan

på det traditionella tv-tittandet, och som vuxit fram under tillståndsperioden, rör på vilken enhet och skärm online-utbudet ses av publiken. En stor del av publiken, över 8 av 10, har i dag en tv-skärm eller kringteknik som möjliggör att just tv-skärmen används för uppspelning av rörligt innehåll (Norstat, webbenkät på uppdrag av SVT). Detta är onekligen en positiv utveckling för publiken. Det blir emellertid, till skillnad från en uppspeling på dator eller mobil, även ett ökat konkurrenstryck för tv-branschen då skärmen som nyttjas för streaming inte blir tillgänglig för traditionell tv. Så gott som alla program i tv-kanalerna kan i dag tidsforskjutas, antingen direkt i tv-tjänsten eller, genom alltmer lättillgängliga alternativa sätt, direkt på tv-skärmen. Mycket av utbudet är därtill tillgängligt online innan det sänds i en tv-kanal, vilket även inverkat på den negativa utvecklingen av just traditionell tv.

Det ökande utbudet av program, resurserna som läggs för produktion av utbudet, tillsammans med teknik som förenklar var innehållet spelas upp, har skapat en ny konkurrens om människors tid för tv och rörligt innehåll. Den konkurrensen är långt större än vad video i form av vhs och dvd kom att bli under sin storhetstid.

Fram till 2010 ökade tv-tittandet i Sverige oavsett de teknikskiften som skett tidigare. Sedan 2014 har en femtedel, 21 procent, av tittartiden på traditionell tv försunnit visar siffror från MMS, people meter/live på uppdrag av SVT. I befolkningen under 60 år är minskningen 40 procent samtidigt som gruppen över 60 år har bibehållit sitt sedan tidigare höga tittande på traditionella tv-kanaler. Störst är minskningarna bland tonåringar där drygt två tredjedelar av tittandet försunnit under tillståndsperioden. Mönstret känns igen även när det gäller räckvidden, hur många som tar del av tv-kanalerna i Sverige. Sedan 2014 har cirka 1 miljon tittare försunnit från tv-kanalerna. Mediet

når 2019, 70 procent av befolkningen jämfört 85 procent 2014. SVT har tappat publik i ungefär samma utsträckning och när enligt de officiella publikmätningarna från MMS ca 20 procent färre människor genom tv-kanalerna 2019 jämfört 2014. Nedåtgången har ökat ytterligare och var för SVT bara senaste året, mellan 2018 och 2019, 8 procent användare per vecka.

Tjänsterna online har under tillståndsperioden varit viktiga för att bättre kunna möta de behov som finns av att själv kunna bestämma vad man ser när, i vilken miljö och på vilken skärm. När 90 procent av befolkningen har de senaste åren tagit del av rörligt innehåll online en genomsnittlig vecka. När hälften av befolkningen, 46 procent, tog del av SVT:s publicering av rörlig bild online.

SVT når och används av förhållandevis många online, vid en jämförelse med andra svenska tv-företag. Ungefär en tredjedel av dem SVT når online (16 procent av befolkningen 9–99 år) tar 2019 enbart del av SVT:s tjänster online, det vill säga utan att också ta del av de traditionella tv-kanalerna. Denna andel var 7 procent 2014 och har således mer än fördubblats under tillståndsperioden. Bland unga och unga vuxna är det en avsevärt högre andel som inte tar del av SVT:s tv-kanaler men tar del av utbudet online (MMS, people meter/live).

Om public service inte bara ska finnas utan också användas visar användarstatistiken tydligt att tjänsterna online är nödvändiga för att SVT inte successivt skall tappa relationen med en allt större del av befolkningen. De försvagade publikrelationerna i broadcast är dock större än vad tillskottet av publik är online. Som framgår av kapitel 3 når SVT 2019 sammantaget drygt 8 av 10 personer vilket är en minskning från nästan 9 av 10 2014 visar Norstats telefonintervjuer som beställts och analyserats av SVT.

8.2 VÄRDERING AV KANALER OCH TJÄNSTER

Under perioden 2014 och 2019 har befolkningens nya och ofta positiva erfarenheter av streamingtjänster kommit att påverka hur man värderar traditionella tv-kanaler. 2014 var SVT1 den högst värderade tv-kanalen med ett stabil betyg på 4,2 (på en femgradig skala). Det visar siffror från Norstats webbenkät som gjorts på uppdrag av SVT. 2019 är SVT1 fortsatt Sveriges högst värderade tv-kanal men när sedan några år endast betyget 3,8. Motsvarande nedgång finns för flertalet andra kanaler.

Värderingarna av streamingtjänster är på senare år istället ofta högre än vad värderingarna är av tv-kanaler. Även då medieföretagens kanaler och streamingtjänster i stora drag innehåller samma utbud. Möjligheterna att kunna välja vad man ser vid vilket tillfälle, och på vilken skärm, inverkar sannolikt på skattningen av tjänsten. Positiv inverkan har sannolikt också det faktum att du i en streamingtjänst online i högre grad ser det utbud du tycker är bra, än det utbud du dels väljer men dels exponeras för i tv-kanalerna. ”Flödande tv” medför jämfört streamingtjänsterna ett mer passivt förhållningssätt, och inte sällan en kompromiss med andra människor om vad man tittar på. Så även om utbudet är ungefär det samma, är uppskattningen på senare år tydligt högre för streamingtjänsterna än för tv-kanalerna.

Även i de grupper där SVT är som mest konkurrensutsatt, till exempel bland unga vuxna, är SVT1 den högst värderade tv-kanalen. Högst värderade av alla kanaler och tjänster är Netflix och SVT Play, båda med betyg över 4,1. SVT Play når liksom Netflix hög värdering i alla grupper äldre än 20 år, med den skillnaden att Netflix, och YouTube, värderas särskilt högt bland tonåringar. SVT Play är dock fortsatt en bredare tjänst och når över tid fler människor än andra streamingtjänster, undantaget YouTube (Norstat, webbenkät).



Fråga veterinären. Foto: Magnus Liam Karlsson/SVT

Resursanvändning

I kapitel 9 redovisas företagets utveckling av intäkter och kostnader. Ett särskilt fokus läggs på intäkter som SVT haft vid sidan av anslagsmedlen såsom intäkter från kommersiella samarbeten, sponsring samt resultatet av sidoverksamheten. Kostnaderna fördelar inom verksamhetsområden samt inom programkategorier och här beskrivs även SVT:s produktivitetsutveckling.

9.1 INTÄKTER

SVT:s verksamhet finansieras sedan 2019 till övervägande del (93 procent) av en public service-avgift i enlighet med förordningen (2018:1897) om finansiering av radio och tv i allmänhetens tjänst.

Skatteverket är uppbördsmyndighet för den nya public service-avgiften. Medlen förvaltas av Kammarkollegiet på det så kallade public service-kontot i Riksgäldskontoret. Avgiftsmedlen utbetalas från kontot till programbolagen i enlighet med riksdagens beslut om tilldelning av medel.

Medelsvillkoren som regeringen fastställer anger under vilka förutsättningar medlen får disponeras. Tilldelade avgiftsmedel jämställs skattemässigt med statliga näringsbidrag, vilket betyder att under året ej förbrukade medel behandlas som förutbetalda (skuldförda) avgiftsmedel.

Sedan 2014 svarar SVT för distributionskostnaderna för UR vilket medfört en extra tilldelning. I och med beslutet om utrymning av 700-bandet erhöll SVT extra avgiftsmedel 2016 och 2017 för att kompensera för de mer kostnader som uppstått. I övrigt har avgiftsmedlen räknats upp med 2 procent.

SVT, Sveriges Radio och UR äger och finansierar med avgiftsmedel de gemensamma dotterbolagen Radiotjänst i Kiruna AB (RIKAB) och Sveriges Radio Förvaltningsaktiebolag (SRF). I och med införandet av en public service-avgift 2019, som numera inhämtas via skattseldeln, har RIKAB avvecklats den 31 december 2019. Överföringarna till dotterbolagen RIKAB och SRF uppgick sammanlagt till 151 miljoner kronor 2019 vilket är lägre än den summa som avstods 2018. Medlen till RIKAB sänktes jämfört med 2018 då verksamheten påverkats av beslutet om ny finansieringsform och

bolaget har varit under avveckling.

Sidoverksamheten genererade 58 miljoner kronor i intäkter och resulterade i ett överskott på 11 miljoner kronor. Intäkterna redovisas som en separat post, och en utförligare beskrivning av sidoverksamheten presenteras i kapitel 9.4.

Övriga intäkter

SVT:s övriga intäkter uppgick till 303 miljoner kronor exklusive sidoverksamheten. Det är en ökning med drygt 50 miljoner kronor jämfört med 2018 vilket främst beror på ökade sponsringsintäkter samt försäljning av tekniska tjänster vid det *Alpina världsmästerskapet i Åre*.

Ovan nämnda intäkter på 303 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



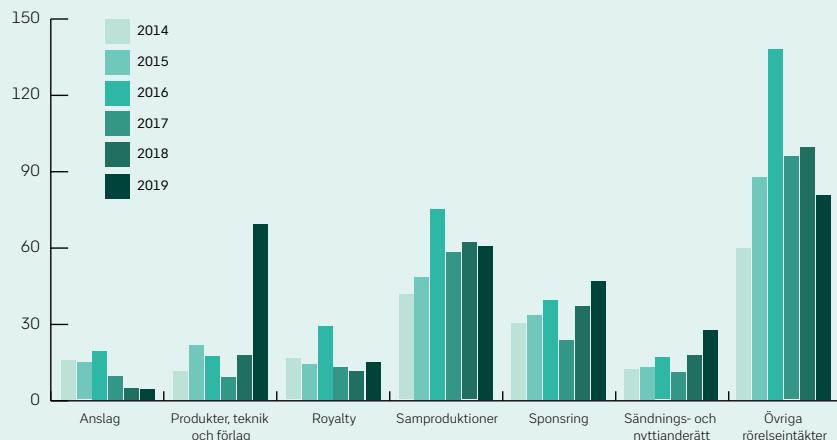
Lyckomaten. Sofia Ståhl och Tareq Taylor. Foto: Janne Danielsson/SVT

9.1.1 Verksamhetens intäkter, mkr

Mkr	2014	2015	2016	2017	2018	2019						
Erhållna avgiftsmedel från rundradiokontot	4 476,5	4 566,0	4 772,3	4 865,4	4 839,4	4 942,3						
Korrigerningar mellan programbolagen	1,0	1,7	-3,7	-4,3	-3,8	-1,5						
Totalt erhållna avgiftsmedel	4 477,5	4 567,7	4 768,6	4 861,1	4 835,6	4 940,8						
Avgiftsmedel överförda till RIKAB	-85,9	-97,6	-98,6	-80,8	-73,2	-59,5						
Avgiftsmedel överförda till SRF	-109,7	-80,4	-78,4	-98,0	-106,1	-91,6						
Delsumma	-195,6	-178,0	-177,0	-178,8	-179,3	-151,1						
Förändring skuldförda avgiftsmedel *)	60,5	39,4	-2,0	-169,2	-129,0	-51,4						
Summa intäktsförda avgiftsmedel	4 342,4	95%	4 429,1	94%	4 589,6	92%	4 513,1	94%	4 527,3	94%	4 738,3	93%
Visningsrätter, samproduktioner, royalty	69,6	83,9	128,4	89,2	98,8	110,4						
Tekniska tjänster	11,1	12,9	9,0	1,9	9,4	61,5						
Sponsring	30,3	33,3	39,5	23,6	37,1	46,7						
Övrigt	75,4	103,1	158,3	105,6	104,5	84,7						
Summa övriga intäkter	186,4	4%	233,2	5%	220,3	5%	249,8	5%	303,3	6%		
Summa	4 528,8	99%	4 662,3	99%	4 924,8	99%	4 733,4	99%	4 777,1	99%	5 041,6	99%
Sidoverksamhet	66,6	1%	68,1	1%	71,4	1%	70,3	1%	61,7	1%	58,0	1%
Summa intäkter	4 595,4	100%	4 730,4	100%	4 996,2	100%	4 803,7	100%	4 838,8	100%	5 099,6	100%

*)Inkluderat justering av förutbetalda medel för distribution, 2016 -28,4, 2017 -53,1, 2018 43,0 och 2019 37,9 Mkr

9.1.2 Övriga intäkter exklusive sidoverksamhet, mkr



Se appendix 9.1.2 Övriga intäkter exklusive sidoverksamhet, mkr

affärsetik, redovisar SVT inte enskilda uppgörelser eller avtal. Redovisningen utvecklas dock detta år med fler exempel på såväl produktioner som motparter i appendix 9.1.2b samt med en mer detaljerad redovisning av den del av intäkterna som resulterat från kommersiella samarbeten, (se separat avsnitt om Kommersiella samarbeten).

Nedan beskrivs SVT:s övriga intäkter i de sju kategorierna, vilka även framgår av diagram 9.1.2. (Se även tabell 9.1.2, 9.1.2b och 9.1.2c i appendix.)

Anslag

SVT får anslag för att genomföra särskilda projekt. Tidigare år har det statliga anslaget för SVT World legat i denna kategori men eftersom SVT upphörde med kanalen 2017 finns inte längre den intäkten.

Produkter, teknik och förlag

Den största delen består normalt av intäkterna från den kompletterande verksamheten i form av försäljning av den traditionella Julkalendern och Allsångshäftet i pappersformat. Intäkten i övrigt har ökat jämfört med föregående år på grund av försäljning av tekniska resurser i samband med bland annat *Alpinan-*

VM i Åre och *Skid-skytte-VM i Östersund* samt vid en del andra sportevenemang. Evenemangen i Åre och Östersund utgjorde SVTs hittills största distansproduktioner.

Royalty

Intäkterna för royalty kommer huvudsakligen från två källor. Den första delen kommer från spelfilmer där SVT har varit samproducent och den andra delen främst från dramaproductioner som sänds i andra länder. I båda fallen har royaltyintäkten varit en nödvändig förutsättning för finansieringen när produktionsbeslutet togs. Totalt sett har intäkterna ökat något jämfört med 2018.

Bland filmerna kan nämnas *Bamse*, *Borg*, *Gräns*, *Sameblod* och *Sune*. Den andra delen kommer från tidigare samproduktioner där SVT erhåller del av intäkter från vidareförsäljning eller andra sätt som rättigheter har kunnat nyttjas. Som exempel på dramaproductioner kan nämnas *Bron*, *Tjockare än vatten* och *Äkta människor*, alltså program som producerades för flera år sedan. Intäkterna kommer från andra tv-bolag, produktionsbolag och distributörer beroende på hur de olika kontrakten är skrivna.

Samproduktioner

En annan typ av intäkter rör samproduktioner. Samproduktionsintäkterna är de bidrag som SVT får från andra bolag i samband med själva produktionen, när SVT är producent. Flera samproducercenter enas om en finansieringsplan där parterna finansierar produktionen och erhåller rättigheter i förhållande till insats och överenskommelse. En del av dessa intäkter kommer från andra källor än rent kommersiella bolag. Det går dock inte att härleda exakt vilka av dessa intäkter som finansieras på kommersiell grund, vilka som är finansierade med avgiftsmedel eller vilka som till del eller till fullo finansieras av det offentliga. Många samproducerande fonder samlar intäkter från många olika håll. Finansieringen kommer från andra utländska tv-bolag, film- och tv-fonder, externa produktionsbolag och Svenska Filminstitutet. Totalt sett har dessa intäkter minskat något jämfört med 2018. Som exempel på dramaproductioner som gjorts i samarbete med andra bolag och gett störst intäkter kan nämnas *Bonusfamiljen*, *Dejta*, *Eagles*, *Julkalendern*, *Sommaren -68* och *Tunna blå linjen*. Totalt handlar det om ca 20 produktioner där intäkterna varierar från hundra tusen kronor till mer än 20 miljoner kronor.

Sponsring

Intäkterna från sponsring beskrivs utförligare i detalj senare i kapitlet. Ökningen jämfört med föregående år uppår till ca 10 miljoner kronor vilket till största del förklaras av intäkter i samband med *Hockey-VM*.

Sändnings- och nyttjanderätt

En ytterligare kategori resulterar i intäkter från sändnings- och nyttjanderätter. Den största delen av sändnings- och nyttjanderätter består av sublicensering av sporträttigheter och vidareförsäljning av utländska förvärv av programrättigheter. Även i detta fall är det i första



Friidrott: Finnkampen 2019. Alhaji Jeng, expertkommentator. Foto: Sofia Sabel/SVT

hand andra tv-företag som genererar dessa intäkter. Som exempel kan i år nämnas rättigheter rörande ishockey samt nyhetsrättigheter för sportevenemang. Det kan också förekomma försäljning av rättigheter för översättning och försäljning från arkivmaterial som inte klassas som sidoverksamhet. Den samlade intäkten för sändnings- och nyttjanderätt har ökat med närmare 10 miljoner kronor jämfört med 2018.

Övriga rörelseintäkter

Övriga rörelseintäkter består av många skilda verksamheter.

I övriga rörelseintäkter ingår intäkter kopplade till *Melodifestivalen*. SVT upp-bär intäkter vid licensiering av varumärket och tillhörande rättigheter som hör samman med produktionen samt för biljettkärtorna. Samarbetena kring *Melodifestivalen* beskrivs mer utförligt

under avsnittet ”Kommersiella samarbeten” nedan.

Andra exempel på intäkter rör ett samarbete med Nobel Media i samband med utdelningarna av Nobelpriiset. Samarbetet kring *Nobel* beskrivs mer under avsnittet ”Kommersiella samarbeten”.

En annan större post är valutakursvinster som uppgick till nästan 18 miljoner kronor 2019. I sammanhanget bör nämnas att nettot av valutakursvinster och förluster är mycket lågt. Övriga rörelseintäkter består även av intäkter i samband med telefonmötningar vid stora evenemang och insamlingssalar. Det gäller bland annat *Världens barn* och *Melodifestivalen*. Bland intäkterna finns också, som en mindre post, lönebidrag och intäkter från de nordiska public service-bolagen för det gemensamma kontoret i Bryssel. Ytterligare ett exempel härrör sig från intäkter gällan-

de public viewing i samband med *Hockey-VM*. Det är rättighetskostnader som betalas av exempelvis restauranger som visar ishockey på storbild för allmänheten.

Kommersiella samarbeten

SVT har från och med 2018 års redovisning kommit överens med Sveriges Radio och Utbildningsradion om en gemensam tolkning och definition av begreppet kommersiella samarbeten:

”Samarbete med kommersiell aktör som genererar intäkter till bolaget”, i detta fall till SVT.

Samarbete 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 royalty-utbetalningar eller sponsring.

Utifrån ovanstående gemensamma definition ingår därför tre typer: samproduktioner, samarbetet kring *Nobel* samt samarbetet kring *Melodifestivalen*.

När det gäller *Melodifestivalen* står SVT för kostnader som är direkt kopplade till själva tv-produktionen. För själva turnén saknar SVT egen kompetens. Därför upphandlar SVT tjänsten turné-samordning. För närvarande är det Blixten & Co som är den upphandlade parten och för detta betalar SVT en ersättning. SVT uppår intäkter vid licensiering av varumärket och tillhörande rättigheter som hör samman med produktionen samt för biljetttäkterna. Under 2019 var det Live Nation som var SVT:s partner för detta. Det gäller bland annat möjligheten för externa bolag att nyttja varumärket Melodifestivalen på exempelvis arenorna eller vid annonsering. Denna exponering visas aldrig i bild och SVT säkerställer att det aldrig innebär att sponsorerna har någon som helst påverkan på programmet. Live Nation har ingen redaktionell roll i produktionen. I samband med 2019 års final utgjordes huvudsponsorerna av Coca cola, Coop, Elon, Marabou och Toyota samt partners som bestod utav Ahlgrens Bilar, Expressen, KappAhl, Malaco, Maria Casino, OKQ8, OLW och Santa Maria. Inför 2020 års Melodifestival har SVT beslutat att avstå helt från att ha spelbolag som sponsorer.

Vad gäller samarbetet kring *Nobel* har SVT ett produktionsuppdrag för vilket en betalning erhålls. Nobel Media äger samtliga rättigheter till det SVT producerar åt Nobel Media. Samtidigt förvärvar SVT visningsrätt och viss arkivrätt till de program SVT producerar.

När det gäller samproduktioner är det inte enbart kommersiella aktörer som ingår i samarbetena utan ofta även public service-bolag, men dessa kan vara svåra att särskilja i redovisningen.

Dessa tre former av kommersiella samarbeten; samproduktioner, samarbetet med Nobel Media samt samarbetet

kring Melodifestivalen genererade intäkter på sammanlagt 110 miljoner kronor.

I appendix, tabell 9.1.2b och 9.1.2c, finns en schematisk uppställning av intäkterna, i år med fler exempel på aktörer och produktioner samt ökad tydlighet och utökad redovisning vad gäller intäkter som SVT klassar som resultat av kommersiella samarbeten.

Sponsring

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

Under 2019 uppgick intäkterna från sponsringen till 47 miljoner kronor, en ökning med 10 miljoner kronor jämfört med 2018. Det är intäkterna från *Hockey-VM* som står för den största delen av ökningen.

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

Ett evenemang kan gälla endast en sändning med repris eller ett Skid-VM som varar i två veckor med en mängd olika tävlingar och därmed många sändningar. Det kan också vara den alpina världscupen som sänds under hela vintersäsongen. Under året förekom 674 sändningar som var sponsrade. Det är en ökning jämfört med 2018 (567 sändningar) och förklaras främst med *Hockey-VM*.

9.1.3 Sponsring

Evenemang	Antal sändningar
Alpina-VM Åre	41
Alpint: Världscupen	98
Fotboll: Damallsvenskan	13
Fotboll: U21-EM herrar	24
Friidrott: VM Qatar (Doha)	32
Ishockey: Champions Hockey League (CHL)	27
Ishockey: Junior-VM	24
Ishockey: VM	109
Längdkidor: VM Seefeld	21
Längdkidor: Världscupen	60
Melodifestivalen (Svenska finalen + repriser)	5
Motor: WRC (Rally-VM)	22
Ridsport: EM Rotterdam	15
Ridsport: Världscupen i hoppning	19
Simning: VM Sydkorea	24
Skicross: Världscupen Freestyle	15
Skidskytte: VM Östersund	25
Skidskytte: Världscupen	64
SM-veckan, Sommar	21
SM-veckan, Vinter	15
Summa	674

9.2 KOSTNADER

Från och med 2015 har nya principer för fördelning av kostnader överenskomits mellan public service-bolagen. Kostnaderna delas in i tre huvudgrupper. Nedan följer en redovisning av vilka delar som ingår i de olika grupperna.

Programkostnader

Som programproduktion räknas kostnader för de programproducerande enheterna, den programbeställande funktionen, gemensamma programavtal och webbverksamhet.

SVT:s bedömning är att en ökad andel medel till program gynnar hela utbudet och därmed också publikens krav och önskemål på en allt mer kvalitetsinriktad produktion som står sig väl i en internationell jämförelse. Det är internationellt sett ett av de vanligaste mätten som public service-bolag använder sig av. Kostnadsandelen har ökat markant 2019 jämfört med 2018, vilket främst förklaras av ett sportintensivt år. För onlineverksamheten sjunker kostnaden något vilket huvudsakligen beror på extra valstsningar under 2018. Målet med en ökande andel programkostnader ska ses långsiktigt över tid där variationer förekommer mellan åren.

Distributionskostnader

Som distributionskostnad räknas kostnaden för distribution av marksändningar samt kostnad för internetdistribution. Sedan 2014 har SVT tagit över distributions-



Tystnad, tagning, kamera – Vår tid är nu. Charlie Gustafsson och Hedda Stiernstedt. Foto: SVT

kostnaderna för marksändningarna från UR motsvarande knappt 12 miljoner kronor.

Kostnaden har minskat med mer än 25 miljoner kronor jämfört med 2018. Det gäller dels distributionen över marknätet där PTS prisreglering innebar ett sänkt pris under 2019. Det gäller också online-distributionen där SVT under 2019 kunnat räkna hem helärsefekten av ett nytt ramavtal från 2018 kring distributionstjänster online (CDN-tjänster) samt även fortsatt utbyggnad av SVT:s egen kapacitet.

Övriga kostnader

Övriga kostnader består till största delen av kostnader för ledningsenheterna Ekonomi, Teknik, Kommunikation, HR, Juridik, Strategi och Fastighet. I posten

ingår också tekniska investeringar, lokalkostnader, centrala teknikkostnader, utbildningsverksamhet med mera. Övriga kostnader ska alltså inte ses som enbart overhead utan kostnader som är helt nödvändiga för produktionen men som inte direkt kan fördelas på de olika programmen och verksamheterna.

Kostnaderna är lägre jämfört med föregående år. Det beror på minskade investeringar samt att kostnaden för 2018 innehöll en del omställningskostnader kopplade till omorganisationen av SVT:s lednings- och stödfunktioner som genomfördes i syfte att åstadkomma en större effektivitet i arbetet. Därutöver finns det 2019 en större minskning av centrala poster som till exempel semesterskuld, valutakursförluster samt pensionspremier.

9.2.1 Verksamhetens kostnader, mkr

Mkr	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Programkostnader	3 184,1	3 325,0	3 560,6	3 247,7	3 245,3	3 601,2
Online	264,1	275,0	257,7	325,3	367,9	359,1
Programkostnader	3 448,2	75%	3 600,0	76%	3 818,3	77%
Distributionskostnader	276,4	6%	287,2	6%	301,2	6%
Övriga kostnader	804,2	18%	775,1	16%	805,3	16%
Summa	4 528,8	99%	4 662,3	99%	4 924,8	99%
Sidoverksamhet	64,5	1%	65,3	1%	64,7	1%
Summa kostnader	4 593,3	100%	4 727,6	100%	4 796,6	100%
					4 824,9	100%
						5 088,4
						100%

Produktionskostnad per programkategori

SVT delar upp kostnaderna i de ovan beskrivna huvudkategorierna varav programkostnaden är den största delen. Diagrammet 9.2.2 visar dock fördelningen per programkategori i andelar efter att den totala kostnaden (exklusive sidoverksamhetens kostnader) har fördelats. Det finns ingen naturlig fördelning av distributionskostnader och övriga kostnader på programkategorierna utan det sker genom en fördelning proportionell mot programkostnaden. I appendix, tabell 9.2.2, redovisas fördelningen i kronor.

Kostnaderna per programkategori får och bör variera mellan åren beroende på produktionsmixen. Det finns inget särskilt uppsatt mål för vad som är en ideallisk mix. Vissa år görs extra satsningar på drama och andra år är sportintensiva. Ett valår medför exempelvis omfördelningar till nyheter och samhälle. Diagrammet 9.2.2 visar den andelsmässiga fördelningen av den totala kostnaden under de senaste sex åren.

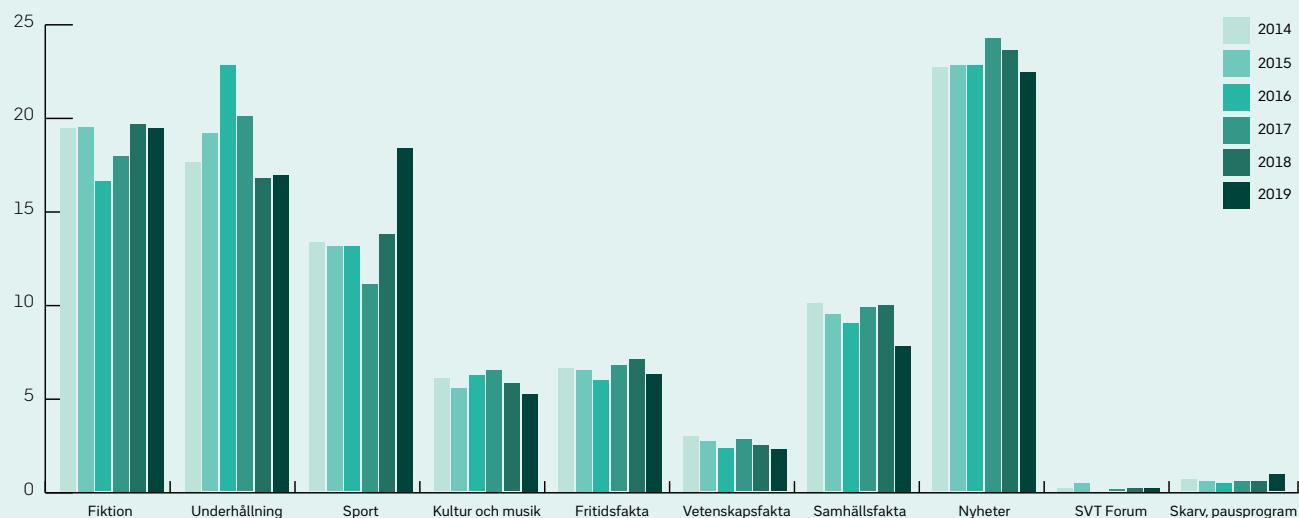
Som information kan även nämnas att SVT har valt att inte separera kostnaden för utbudet för barn och unga så som fördelningen redovisas i stycke 6.1 och 7.4. Cirka 300 miljoner kronor avsätts årligen till utbudet för barn och unga. Kostnaderna fördelas i de ordinarie programkategorierna, främst fiktion och underhållning.

Värt att notera är även att utbudssifferna visar vad SVT sändt under året och är en avspegling av utbudet medan ekonomisiffrorna visar vilka kostnader SVT har haft under året. Kostnaderna uppstår ofta inte det år som programmet sänds, utan när det produceras. SVT har alltså ingen sändningsekonomi utan produktionsekonomi. Av 2019 års sända program togs stora kostnader 2018 och av 2019 års kostnader kommer många program sändas först 2020 eller 2021. Denna skillnad har sin grund i hur företaget är uppbyggt och styrs. För ett kommersiellt företag som kopplar ihop reklamintäkter och kostnader är det naturligt att använda sändningsekonomi men för SVT som tilldelas avgiftsmedel

årligen är det naturligare med en produktionsekonomi.

Fördelningen mellan olika genrer varierar mellan åren. Sportutbudets andel av kostnaderna har ökat kraftigt 2019 för att kunna inrymma bland annat *Hockey-VM*, *Alpina-VM i Åre* samt *Skidskytte-VM i Östersund*. 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. Flera öriska genrer har på grund av sportens andelsökning en lägre andel 2019 än 2018. Dock ökar satsningen i pengar för de flesta kategorier vilket till viss del går att utläsa i appendix, tabell 9.2.2. Den nedgång som finns för samhällsprogrammen, både andel och kostnader, förklaras i huvudsak av att 2018 var ett valår och att valsatsningen redovisas inom denna genre.

9.2.2 Andel av totalkostnader per programkategori



I arbetet med årets redovisning upptäcktes ett fel i redovisningen avseende underhållningens andel av totalkostnaderna 2015 samt nyheternas andel av totalkostnaderna 2017. Detta har korrigerats retroaktivt i årets redovisning. Tabell 9.2.2 i appendix i tidigare redovisningar har dock redovisats korrekt.

Se appendix 9.2.2 Andel av totala kostnader per programkategori för fördelning av totala kostnader.

9.3 PRODUKTIVITETSÖKNING OCH VERKSAMHETS- UTVECKLING

Effektivitet

Redovisningen av SVT:s effektivitet beskrivs i huvudsak i kapitel 3. Där redogörs för vilka effekter SVT har nått utifrån de strategiska målen att skapa ökat värde och behålla genomslaget. SVT anser dock att ett sätt, bland flera, för att öka värde och genomslag och därmed även effektiviteten är att lägga mer medel på program, varför vi mäter om vi lyckas göra det över tid. Det måttet går att utläsa i den ekonomiska redovisningen, se tabell 9.2.1, och redovisas här för i detta avsnitt.

Andelen medel till program ska öka långsiktigt

Årligen rapporterar SVT ett stort antal uppgifter till EBU enligt en modell som är gemensam för över 70 public servicebolag i Europa. Det är praxis att dela upp kostnaderna i olika kategorier, program, distribution och övriga kostnader. De allra flesta av dessa företag har som målsättning att en större andel av medlen ska gå till program.

Det kan finnas skillnader mellan enskilda år på grund av stora sportevenemang, valår eller liknande, men över tid strävar man efter en ökning för att på så sätt kunna höja kvaliteten på program och även möjliggöra satsningar på nya plattformar som publiken efterfrågar.

Syftet med målet är att uppnå en högre effektivitet, det vill säga öka publikens upplevelda värde eller användning av verksamheten. SVT anser att mer medel till program ökar sannolikheten för förbättrad kvalitet på utbudet och därmed även publikens upplevelse även om det finns flera andra faktorer som påverkar publikens upplevelda värde (se kapitel 3).

Inte bara SVT hävdar att det ofta finns ett samband mellan kvalitet och kostnad. Engelskspråkiga serier, filmer och dokumentärer skapas nu för en glo-



Arvings okänd. Niklas Källner och Kattis Ahlström. Foto: Stina Stjernkvist/SVT

bal marknad vilket betyder att producenterna bakom kan lägga betydligt mer pengar på dem än någon som producerar enbart för en svensk, eller kanske nordisk, marknad. Det är med den typen av kvalitetsproduktioner som SVT jämförs. Detta kommer ställa ännu högre krav på SVT:s produktion för att möta publikens allt större efterfrågan av kvalitet.

SVT anser därför att måttet om andel medel till program är väsentligt för kvaliteten och i förlängningen även för publikens upplevelse.

SVT har under de senaste åren klarat av att öka andelen medel till program. Denna ökning kommer inte vara kontinuerlig men under tillståndsperioden ska den vara märkbar. För 2019 ökade andelen med 3 procentenheter till 78 procent jämfört med 2018, vilket även kan jämföras med ingångsvärdet 2014 som var 75 procent (se även tabell 9.2.1).

Mer medel till program står inte i motsats till en ökad produktivitet i verksamheten. För att kunna öka programbudgetens andel över tid krävs rationaliseringar i verksamheten eftersom SVT har begränsade möjligheter att öka in-

täkterna. SVT har därför kompletterat de mål som ska säkerställa produktiviteten inom såväl programverksamheten som den övriga verksamheten. Detta beskrivs i nästa avsnitt.

Produktivitet

SVT arbetar med ständiga produktivitetsförbättringar och har under flera år strävat efter att identifiera ett nyckeltal som kan visa utvecklingen av produktiviteten på ett relevant sätt.

Frågan har lyfts om ett mått som tímekostnad skulle kunna visa på produktivitet. SVT har dock inte som mål att öka antalet sändningstimmar samt inte heller att sänka den totala kostnaden för programverksamheten, utan istället att öka den, vilket beskrivs i föregående avsnitt under rubriken "Andelen medel till program ska öka långsiktigt". Detta i kombination med att kostnaderna per programkategori får och bör variera mellan åren beroende på produktionsmixen, (se avsnitt 9.2 Produktionskostnad per programkategori), innebär att ett mått som tímekostnad för att visa produktivitet enligt SVT:s bedömning inte är relevant som ett produktivitets-

mått. 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.

SVT har nu tagit fram ett nyckeltal där olika rationaliseringar och förbättringar som genomförts i verksamheten under året värderats. 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 schablonvärdet för tjänster och timmar använts där det varit en komponent i beräkningen. Alla förbättringar har inte kunnat värderats.

Värdet av de åtgärder som gått att beräkna uppskattas till sammanlagt 98 miljoner kronor 2019, vilket motsvarar 2 procent av storleken på avgiftsmedlen. Nivån på nyckeltalet kan av naturliga skäl variera över tid, det vill säga, både öka och minska. En utvärdering av nyckeltalet kommer att göras under 2020.

För att kunna finansiera nya satsningar och ökad kvalitet av utbudet dvs mer medel till program så arbetar SVT kontinuerligt med rationaliseringåtgärder i verksamheten, vilka delas in i fem områden:

- Återkommande program medges ingen kostnadsökning mellan åren.
- Rationaliseringåtgärder i programproduktionen.
- Effektiviseringar i administration och distribution.
- Andelen upphandlingar enligt LOU ska öka.
- Koncernsamarbeten.

Ovanstående fem områden har som tidigare nämnts genererat rationaliseringar till ett värde av 98 miljoner kronor. Dessa områden redovisas i följande avsnitt.

Återkommande program, ingen kostnadsökning mellan åren

Inom ramen för programbudgeten bedrivs det löpande rationaliseringarbetet till stor del genom ett konstant kostnadsstryck på programproduktionen. Som princip medges därfor ingen kostnadsökning för återkommande egenproducerade program. Det är vid beställningen det finns störst möjlighet att planera så att produktionen har möjlighet att vidta rätt åtgärder. Detta tryck ökar på programmen då kostnader för personal, rättigheter och medverkande ständigt ökar. Det gäller egenproducerade program utom nyheterna. De medel som frigörs på detta sätt används för utveckling av nya program men även utveckling av befintliga program. Nyheterna är det enda programområdet som får en årlig ökning av medel motsvarande 2 procent.

Rationaliseringåtgärder i programproduktionen

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

Ett tekniskt produktionssätt, så kallad remote-produktion (distansproduktion), som nämnts tidigare år, fortsätter att användas i allt större utsträckning. Under året har till exempel världens största distansproduktioner, *Alpina-VM i Åre* och *Skidskytte-VM i Östersund*, genomförts. Genom utveckling av distansproduktion minskar SVT:s kostnader och vårt avtryck på miljön. Antalet resor och transporter sjunker då stor del av produktionen stannar kvar på huvudorten och färre personer och teknik behöver flyttas ut till evenemanget. Det innebär

även att utnyttjandet av befintliga interna tekniska resurser kan optimeras ytterligare.

Samma tankesätt har använts vid utvecklingen av en "nyhetsremote". Genom innovativ och egenutvecklad teknik för distansproduktion för de lokala nyheterna har SVT möjliggjort att färre personer behövs för att genomföra nyhetssändningar. SVT har nu två utsändningsorter, Göteborg och Malmö, som tillsammans hanterar 10 spelplatser runt om i landet. Det här innebär stora be sparings eftersom behovet av återinvesteringar i teknik minskat från 10 orter till 2. Den tekniska rationaliseringen har även inneburit en förändring inom nyhetsredaktionerna där behovet av teknisk personal minskat vilket har bidragit till en stor satsning på den lokala nyhetsjournalistiken, i form av fler journalister och redaktioner.

Flera programproduktioner har gjort konkreta förändringar i arbetsätt som bidrar till ökad produktivitet. Som exempel kan nämnas *Plus* som övergick till en enklare inspelningsplats med robotkameror samt utvecklade mångfunktionella arbetsroller där reportrar förväntas klara fler moment, bland annat att filma själva.

Sporten har ökat användningen av så kallade MoJos, mobiljournalister. MoJos är journalister som arbetar som en mansteam med hjälp av enklare teknik till exempel med mobilen som kamera. Rationaliseringen innebär att det bara är en person på plats under ett mästerskap som pågår under ett par veckor jämfört med två personer tidigare, reporter och fotograf. *Opinion live* slutade med att göra de stora utflyttade sändningarna där hela programmet åkte ut i landet med stor bemanning samt teknik, och fokuserade istället på att få rätt känsla i de länkade inslag från aktuella orter som kompletterade studioproduktionen.

Programserien *Kokobäng* har effektiviserat sin produktion genom att förlägga inspelningen till en spelplats samt



Kalles och Britas hälsoresa. Brita Zackari och Kalle Zackari Wahlström. Foto: Janne Danielsson/SVT

använda sig av kombinationsfunktioner i teamet som producent/grafiker och rekvisita/redigerare. Även vid produktionen av serien *Klassen* valdes att ha en inspelningsplats. Här kortades också inspelningstiden. Produktionen *Klassresan* spelades i huvudsak in i Malmö trots att den utspelade sig i Köpenhamn och gjordes delvis med mobilkameror. Programserierna *Sommarskuggan* och *Sommarlov* har vänts ihop produktionsmässigt. Genom att produktionerna gjorts med samma redaktioner sparas tid på flera sätt. Det tar kortare tid att sätta sig in i projekten och rollerna, genom att filma till båda serierna vid samma inspelningsdag effektiviseras inhämtningen av material och genom att det är samma team kan rätt prioritering göras hela vägen.

Därutöver har volymen av textade inslag och klipp på svt.se/nyheter kunnat höjas ytterligare inom ramen för befintlig resurs.

Andra exempel på nya tekniska lösningar är automatpublicering av underexter vilket har inneburit en stor tidsbesparing för varje klipp. Eftersom volymen klipp uppgår till cirka 1300 per vecka innebär det en betydande rationalisering.

Inom avdelningen för publikanalys har flera arbetsprocesser automatiserats exempelvis genom standardiserade publikrapporter. Avdelningen fortsätter även att se över ytterligare möjligheter till datadrivna processer i syfte att effektivisera arbetet.

Genom rationaliseringar med nya produktionsmetoder, bättre planering och intern omfordelning av resurser förbättras det interna resursutnyttjandet, behoven av externa intag minskar och produktiviteten ökar.

SVT fortsätter kontinuerligt arbetet med att bredda personalens kompetens och underlätta utlåning mellan avdel-

ningar och orter för att undvika onödiga kostnader. Till exempel slutfördes i år ett flerårigt företagsgemensamt projekt som syftat till att nyttja de interna resurserna effektivt. Det har inneburit att SVT i dag kan stötta och avlasta med teknik och personal på de orter där ledig kapacitet finns. I framtiden knyts orterna ytterligare närmare varandra med nya förbindelser och ännu mer gemensam teknik.

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

Effektiviseringar i administration och distribution

Även inom administrationen prövas till-sättning av nya tjänster noggrant. Verksamheten planeras om och anpassas till nya förutsättningar vid personalavgångar, och nya satsningar och behov löses i huvudsak genom omfördelning inom befintliga resurser eller genom smartare tekniska lösningar. Under 2019 har SVT till exempel i stor utsträckning övergått till e-fakturor vilket frigjort tid till mer kvalitetsskapande arbete. SVT har även infört elektroniska signaturer inom inköpsverksamheten vilket inneburit ett effektivare arbetssätt.

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

Distributionskostnaden har minskat under 2019, vilket beskrivs närmare i avsnitt 9.2. För online-distributionen fortsätter arbetet med att rationalisera verksamheten. Under 2019 har volymen av strömmad video fortsatt att öka. Dock har ökningen under året kunnat bromsas då SVT flyttat hem utvecklingen när det gäller transkodering av video och nu kan göra arbetet på ett mer effektivt sätt. Det har resulterat i bättre kvalitet men också en mindre storlek på videofiler för flera generer, vilket påverkat volymen på den totala strömmade videon nedåt. Exempelvis kodas nu tecknad film till mer än hälften av tidi-gare filstorlek. SVT arbetar aktivt för att hålla distributionskostnaderna så låga som möjligt och utvecklade därför under 2016 ett eget CDN (content distribution network). Detta syftade till att förlägga delar av online-trafiken till en intern CDN-plattform istället för att köpa tjänsten externt. Under 2019 har utbygg-

naden av SVT:s egen kapacitet fortsatt och en allt större andel har hanterats på den egna plattformen vilket minskat kostnaderna ytterligare.

Andelen upphandlingar enligt LOU ska öka

En viktig produktivitetsåtgärd har varit en förbättring av SVT:s inköpsverksamhet, och ett centralt nyckeltal är därför andelen upphandlingar enligt LOU. Allt fler inköpsbeslut som inte rör hela programprojekt har centralisrats och standardisrats. SVT följer löpande upp kostnadsutvecklingen inom olika inköpskategorier i syfte att förstå de olika inköpsbehoven och tidigt identifiera omotiverade kostnadsökningar. SVT mäter även hur stor del av den totala utgiften (utbetalningar till leverantörer) som går till leverantörer som har upphandlats och där avtal finns. Detta är ett relevant mått då modellen för LOU är utformad för att gynna största möjliga produktivitet och konkurrensneutralitet. Mätningen sker för alla de leverantörer där SVT handlar för mer än 733 000 kronor inklusive moms, gränsen för direktupphandling. Resultatet för 2019 blev en liten minskning och inköpsandelen för avtal hamnade på 89 procent jämfört med 91 procent för 2018. Målsättningen har varit att denna andel ska öka under hela tillståndsperioden vilket den också gjort sett till hela perioden. Ingångsvärdet för 2014 var 78 procent.

Sammanfattningsvis har talet utvecklat sig enligt följande: 2014 78 procent, 2015 88 procent, 2016 85 procent, 2017 92 procent, 2018 91 procent och 2019 89 procent.

Koncernsamarbeten

Koncerngemensamma upphandlingar
Under 2019 avslutade programbolagen, dvs slutförde, i samarbete med SRF 15 större gemensamma upphandlingar.

Avslutade koncerngemensamma upphandlingar avsåg marknadsundersökningar, taxitjänster i Göteborg och Malmö,

tjänstereseförsäkring, flyttjänster, säkerhetsprodukter IT, elservicearbeten och mindre el-entreprenader, tekniska konsulter, korttids- och långtidshyra av fordon, kontorsmaterial, inredning, IT-konsulter inom informationssäkerhet, drivmedel, kurs och konferanstjänster samt återförsäljare av KVM-system (keyboard, video and mouse).

SVT och SR har även gemensamt avslutat upphandling av IT-återvinning och presentkortsportal.

SVT och UR har gemensamt avslutat upphandling av IT-konsulter för drift, utveckling och projektledning.

Under 2019 påbörjades även koncerngemensamma upphandlingar av servrar, återförsäljare av Protools (digitalt ljudbearbetningssystem), profilprodukter, passerkortsämnen och förbrukningsmaterial, vilka beräknas avslutas under våren 2020.

Sveriges Radio Förvaltnings AB (SRF)
SRF är ett kunskaps- och serviceföretag som ansvarar för gemensamma service- och stödfunktioner åt de tre programbolagen SVT, SR och UR. Företaget arbetar på uppdrag av de tre programbolagen och sköter verksamheter som research, arkiv, telefonväxel, distribution, 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. SRF har 70 anställda.

Lokaler

Programbolagen samlokaliseras och samutnyttjar lokaler där så är möjligt och rationellt. Alla tre bolagen är samlokaliserade i Göteborg och Stockholm. SR och SVT är samlokaliserade i Borås, Halmstad, Kalmar, Karlskrona, Kiruna, Linköping, Norrköping, Skellefteå, Skövde, Uddevalla, Visby, Örnsköldsvik och Övertorneå. Bolagen har gemen-

samt med SRF ett fastighetsråd som samordnar lokal- och fastighetsfrågor.

Programsamarbeten

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

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

Alla tre bolagen och Radiohjälpen samarbetar kring *Musikhjälpen*.

Administration

Sedan flera år sköter SVT på uppdrag av UR delar av UR:s ekonomi- och löneadministration i syfte att öka samarbete och effektivitet.

9.4 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 sju 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, kärn-/kompletterande respektive sidoverksamheten. Vid försäljning av till företaget anknutna produkter belastas inte sidoverksamheten till någon del av den ursprungliga kostnaden för en tv-produktion, eftersom detta utgör kärnverksamhet. Sidoverksamhetens del av fastighetskostnader, tele-, distributions- samt servicekostnader, alltså för programbolagernas gemensamma kostnader som redovisas i Sveriges Radio Förfaltnings AB, belastar dock sidoverksamheten. Det gemensamma påslaget har fördelats proportionellt mot respektive verksamhets intäkt och sänktes något 2018 till följd av att sidoverksamhetens andel av de gemensamma kostnaderna hade minskat.



Det rätta virket. Nils Johan Palm och Alexander och Leonard Nordin. Foto: Stina Stjernkvist/SVT

Omsättningen och kostnaderna av sidoverksamheten 2019 har minskat jämfört med 2018 samtidigt som resultatet har minskat något, främst inom försäljning av hela tv-program.

Produktionsresurser

Som produktionsresurser räknas uthyrning av studiolokaler, produktionsteknik och personal som i mån av utrymme i den egna produktionsplaneringen hyrs ut till andra producenter av tv. Detta bidrar till att öka tillgänglighet och mångfald på 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 resursen. SVT har således ingen överkapacitet i syfte att hyra ut. Den övervägande delen hyrs av produktionsbolag som SVT har anlitat för produktionsutläggningar av egna program.

Fastighet

Under många år har SVT kraftigt minskat sina behov av lokalytor, bland annat i Stockholm där all verksamhet samlats på Gärdet. Under sommaren 2018 kunde SVT äntligen lämna sina kvarvarande lokaler i Värtahamnen. SVT hade lyckats hyra ut delar av denna fastighet som inte under flera år nyttjats för den egna verksamheten. Det var dock endast möjligt att hyra ut till rådande marknadspris, vilket under senare år har varit lägre än när SVT skrev kontraktet, varför SVT redovisat ett underskott för resultatområdet till och med 2018. Om ingen uthyrning hade skett skulle den övriga verksamheten ha drabbats av hela hyreskostnaden, vilket skulle kunna anses bryta mot målen om att bedriva verksamheten rationellt. I och med att lokalen kunde lämnas under 2018 visar detta resultatområde inte längre på ett underskott, sedan 2019.

9.4 Sidoverksamhet, mkr

Produktionsresurser	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Intäkter	19,1	18,9	23,6	20,3	16,8	23,2
Kostnader	15,7	16,2	17,7	16,8	14,0	19,3
Gemensamt påslag	2,4	2,3	2,8	2,6	1,7	2,5
Resultat	0,9	0,4	3,1	0,9	1,1	1,3
Fastighet						
Intäkter	10,9	14,7	15,4	15,7	8,3	0,0
Kostnader	15,8	16,6	17,3	17,7	8,3	0,0
Gemensamt påslag	1,4	1,8	1,8	2,0	0,9	0,0
Resultat	-6,2	-3,8	-3,7	-4,0	-0,9	0,0
Hela tv-program						
Intäkter	3,6	4,3	2,5	3,8	6,9	4,6
Kostnader	2,7	3,7	2,0	2,6	2,9	3,4
Gemensamt påslag	0,5	0,5	0,3	0,5	0,7	0,5
Resultat	0,4	0,0	0,2	0,7	3,3	0,7
Försäljning rättigheter						
Intäkter	9,8	8,2	8,7	10,3	7,2	7,3
Kostnader	4,8	3,5	3,7	4,6	3,5	4,2
Gemensamt påslag	1,3	1,0	1,0	1,3	0,8	0,8
Resultat	3,7	3,6	4,0	4,3	2,9	2,2
Arkivförsäljning						
Intäkter	8,4	8,4	8,2	8,3	11,3	10,0
Kostnader	4,2	4,0	4,1	3,9	3,1	3,4
Gemensamt påslag	1,1	1,0	0,9	1,1	1,2	1,1
Resultat	3,1	3,3	3,2	3,4	7,0	5,5
SVT World						
Intäkter	7,3	6,4	5,0	1,7	0,0	0,0
Kostnader	8,9	8,5	6,2	1,5	0,0	0,0
Gemensamt påslag	0,9	0,8	0,6	0,2	0,0	0,0
Resultat	-2,5	-2,8	-1,7	0,0	0,0	0,0
Rekvisita och kostym						
Intäkter	7,5	7,3	8,0	10,1	11,2	12,9
Kostnader	3,4	3,5	3,6	5,1	5,6	6,8
Gemensamt påslag	1,0	0,9	0,9	1,3	1,2	1,4
Resultat	3,1	2,9	3,4	3,7	4,4	4,6
Totalt						
Intäkter	66,6	68,1	71,4	70,3	61,7	58,0
Kostnader	55,4	56,1	54,6	52,1	37,4	37,2
Gemensamt påslag	8,5	8,3	8,3	9,1	6,5	6,4
Skatt	0,6	0,8	1,9	2,0	3,9	3,1
Resultat	2,1	2,8	6,7	7,1	13,9	11,3



En perfekt förälder. Erik Johansson. Foto: Johan Paulin/ SVT

Hela tv-program

Försäljning av hela tv-program består av vidareförsäljning av visningsrätter av program som uppmärksamas internationellt till andra tv-bolag. Den del 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 programmens tillkomst såsom vid samproduktioner. Exempel på detta kan vara prisbelönta dokumentärer eller dramaserier med SVT som huvudproducent. Försäljningen har minskat jämfört med 2018 då antalet sålda titlar låg på en ovanligt hög nivå tillsammans med försäljning av några enskilda större titlar.

Försäljning rättigheter

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

Arkivförsäljning

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

SVT World

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

Rekvista och kostymer

SVT har under många år byggt upp stora förråd av rekvisita och kostymer. För att även låta andra ta del av denna unika tillgång sker uthyrning till främst andra medie- och reklambolag.

Totalt

Nettoresultatet från de sju resultatområdena av sidoverksamhet balanseras i fritt eget kapital och uppgick 2019 till 11 miljoner kronor. Det samlade resultatet, såväl som enskilda resultatområden, gav ett överskott och inga medel tas från kärnverksamheten för att finansiera delar som inte bär sina egna kostna-

der, vilket är det primära syftet med regleringen.

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, uthyrning av produktionsteknik och uthyrning av fastigheter i Stockholm. SVT beaktar dessa priser vid förhandling efter offertgivning, i de fall kännedom om prisbilden finns. SVT:s del av dessa marknader är normalt så liten att SVT inte är prispåverkande. 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.

Ett empiriskt belägg 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 därför kraftigt begränsad. Offertförfrågningar kommer normalt från bolag som fått i uppdrag att leverera en produktion åt SVT.

För många år sedan förekom att konkurrerande företag både anmeldte och påtalade problem med SVT:s prissättning. Detta fick SVT att se över hela prissättningen inom alla områden.

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

I ett fall har SVT:s sidoverksamhet inte burit sina egna kostnader under sändningstillståndsperioden. När SVT inte längre behövde nyttja lokalerna i Värtahamnen i Stockholm hyrdes lokalerna ut i andra hand. När priset för andrahandsuthyrningen av fastigheter skulle fastställas anlitades en oberoende maklare som säkerställde att hyresavtalet tecknades enligt rådande marknadspriser. Det fanns ingen möjlighet att få täckning för SVT:s faktiska kostnader för det hyresavtal som tecknats långt tidigare. De åtgärder som SVT vidtog för att ta fram en rimlig hyressättning gjordes med syftet att bedriva uthyrningen konkurrensneutralt. Prissättningen bör därför inte betraktas som en dumpning av hyrespriserna för kommersiella fastigheter i Stockholm, på grund av att uthyrningen inte gick med vinst. Ett högre pris skulle ha utgjort en överprissättning och sannolikt medfört att SVT stod med outnyttjade lokaler. Nu kvarstår inte längre problemet då lokalerna avvecklades under 2018. Sedan 2019 redovisar resultatområdet däremed inte längre ett underskott.

Det centrala med kontrollen över sidoverksamheten, i förhållande till den reglering som ligger till grund för kraven 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.



Luuk & Hallberg. Kristian Luuk och Daniel Hallberg. Foto: Magnus Liam Karlsson/SVT

10

Planer för framtiden

SVT:s långsiktiga mål för verksamheten beskrivs i kapitel 2. Kapitel 10 är en redovisning av SVT:s planer i form av prioriterade projekt och satsningar den närmsta tiden med fokus på 2020.

SVT har under hösten 2019 arbetat med att ta fram en ny strategi som ska ligga till grund för verksamheten under perioden 2020–2022. Visionen ligger fast – SVT ska bidra till ett Sverige där alla är mer nyfikna och insatta – en vision som lyfter fram ett moderniserat folkbildningsuppdrag och uttrycker den ambition vi har i relation till samhället. Den nya strategin kommer att bestå av ett antal strategiska riktlinjer och implementeras i företaget under våren 2020.

SVT fortsätter även under 2020 ett fastighetsarbete i Stockholm som syftar till att renovera och effektivisera företagets lokaler.

Fortsatta digitala satsningar är nödvändiga för att långsiktigt säkra användning och förtroende hos en yngre och medelålders publik. I allt högre grad väljer publiken SVTs online-tjänster före de traditionella tv-kanalerna. Som ett led i att dra ut linjerna för framtidens tv, trädde nya förändringar i SVT:s ledning i kraft i slutet av 2019. De innebär

bland annat att flera funktioner som är centrala för utvecklingen av SVT Play, som analytikerna på Publik och utbud, utvecklarna på SVTi och medarbetarna på Playredaktionen, nu samlas i samma enhet med en mediedirektör som chef.

10.1 SVT:S FÖRTROENDE-SKAPANDE ARBETE

Arbetet med förtroendet är en viktig fråga där flera initiativ togs under 2019 som fortsätter 2020. Några exempel:

- Sammanfattningsgällande fällningar i granskningarna exponeras nu tydligare på svt.se under rubriken: ”Om SVT / Så granskas våra publiceringar” där nu även statistik gällande fällningar de senaste åren redovisas.
- Nyheterna har ökat transparensen på flera sätt. Agenda har i tv-sändningarna börjat beskriva gästernas bakgrund för att skapa en förståelse för varför just de är utvalda och på nyhetsblog-
- gen på svt.se motiveras urval och ämnen i programmet. På nyhetsbloggen motiveras också utgivarbeslut och andra svåra publicistiska avväganden. Nyheterna har även infört en möjlighet för publiken att via en länk i slutet av texter på svt.se direkt rapportera eventuella fel som upptäckts. I direktsända nyhetslägen sänder SVT omedelbart och redovisar minut för minut både vad SVT vet och inte vet. SVT berättar även hur det arbetas med att verifiera uppgifter.
- Det har införts en ny programetisk utbildning, två gånger per år, för alla nyanställda på SVT.
- Under 2019 har också formerna för det nya mediaombudsmannasystemet slagits fast. Allmänhetens pressombudsman (PO) ombildas till Allmänhetens medieombudsman (MO) och i det nya systemet ingår också SVT. Det innebär att från 1 januari 2020 kan den person som anser sig utsatt för en oförsvarlig publicitetsskada få sin sak prö-

vad, oavsett om publiceringen skett i någon av SVT:s tv-kanaler eller om den skett online.

SVT gör skillnad i Sverige

Sverige kommer de närmaste åren att behöva fler svenska program, inom alla generer. Amerikanska bolag som Netflix, HBO samt Google, Facebook med flera ökar i allt snabbare takt sitt inflytande i Sverige. Numera finns också kinesiska konsumenttjänster på den svenska marknaden, som Tiktok som växer snabbt bland barn och unga. De internationella bolagen har enorma ekonomiska muskler och mycket av deras utbud och tjänster håller utmärkt kvalitet. Men för dem är Sverige bara en liten perifer marknad långt upp i norr. För SVT är Sverige centrum. Huvudansvaret för att berätta historier om Sverige, vad som format vårt samhälle och vad som är allra mest angeläget för dagens svenskar kommer att ligga på svenska medieföretag. Sverige är ett litet språkområde och utbudet på svenska behöver värnas.

Här kan SVT göra skillnad och med anledning av det nya sändningstillståndet gör SVT därför flera satsningar och startar med två områden inom kultur och journalistik.

Det är utmanande tider för den svenska filmen. Utbudet ökar och på totalen är biopubliken i stort sett oförändrad, men under 2019 var det endast 13 procent av biobesökarna i Sverige som valt att se en film på svenska, en minskning med 31 procent jämfört med året innan (Sveriges Biografägareförbund, 2019.) Risken är att vi får se allt färre filmer som bygger på svenska berättelser. Just därför ser SVT att det är av största vikt att fortsätta investera i svensk film tillsammans med våra omfattande satsningar på svenska tv-drama.

Hösten 2016, när filmavtalet mellan staten och filmbranschen hade fallit, gjorde SVT en utfästelse att investera 300 miljoner kr under tre år, 2017–2019. Detta löfte förnyas nu. SVT kommer



TREX. Silas Strand som Simon med sitt husdjur. Foto: SVT

även de tre kommande åren (2020–2022) satsa minst 300 miljoner kronor på svensk film. Löftet gäller som tidigare långfilm, barnfilm, dokumentärfilm, kulturdokumentär, kortfilm samt utveckling av nya talanger.

I dialogen med svenska manusförfattare får SVT ofta höra att finansiärerna inte vågar tro på berättelser som inte baseras på en bäsäljande roman eller annan förlaga. Här vill SVT göra skillnad. För att sätta den svenska berättelsen i fokus kommer SVT utlysa en sats-

ning på svenska originalmanus för långfilm. Med satsningen vill SVT stärka bredden inom svensk film och motverka likriktning. SVT vill säkerställa berättelser om Sverige på bio men också i tv-rutan och på SVT Play, en allt viktigare arena för svensk kultur, med en ökning i tittartid med 40 procent från 2018 till 2019.

SVT gör just nu också en historiskt stor ökning av antalet nyhetsredaktioner runt om i Sverige. För fyra år sedan hade SVT journalister på 27 orter, under 2020

ska SVT att utöka till 38. Målet är att fortsätta utökningen till 45 orter de kommande åren.

Fler journalister på fler platser gör att SVT bättre kan skildra ett Sverige i förändring. Sverige urbaniseras och de flesta bor i dag i mellanstora orter. SVT ska både kraftsamla där många människor bor och skildra livet i glesbygd. Satsningarna de senaste åren har varit möjliga tack vare tuffa rationaliseringar och genom att SVT utvecklat innovativ och miljövänlig teknik för bland annat utsändning av nyheter. De publicistiska ambitionerna stöds av det nya sändningstillståndet där det finns ett uttalat krav att stärka den journalistiska bevakningen av svagt bevakade områden.

SVT testar just nu även nyutvecklad AI-teknik på SVT Play som på sikt skulle kunna göra det möjligt att texta de lokala nyheterna, allt för att öka tillgängligheten.

10.2 SVT STÄRKER SÄKERHETS- OCH BEREDSKAPSARBETET

Säkerhetshoten mot medier tar sig ständigt nya uttryck. Det är en oroväckande utveckling där alltför aktörer, även utanför Sveriges gränser, arbetar systematiskt för att inskränka yttrandefriheten och vårt öppna samhälle. Under de senaste åren har SVT haft flera incidenter – riktade mot till exempel medarbetare på Uppdrag granskning och satirprogrammet *Svenska nyheter* – där aktörer från Kina och andra länder försökt påverka SVTs journalistik.

Journalister på tidningar, radio och tv i hela Sverige vittnar om ett allt hårdare klimat. Enligt en undersökning gjord av Göteborgs universitet under våren 2019 hade nästan 30 procent av Sveriges journalister hotats det senaste året, och 70 procent utsatts för kränkande kommentarer. Risken är att det skapar självcensur, att journalister medvetet eller omedvetet väjer för kontroversiella frå-

gor. Skulle det ske riskerar vi en ytterst farlig utveckling där pressfriheten successivt undergrävs.

Att klara allt mer sofistikerade säkerhetshot är en avgörande framtidsfråga för alla svenska medier. Dock har public services krav på sig utöver de man kan ställa på privata medieföretag och SVT stärker nu sitt säkerhets- och beredskapsarbete på flera plan:

- I dag jobbar SVT proaktivt med cybersäkerhet kontinuerligt, men nu inrätter SVT ett särskilt cybersäkerhetsteam, för att ytterligare stärka förmågan att hantera olika nya former av digitala säkerhetshot.
- Basen för vår säkerhet och beredskap finns i marknätet men SVT verkar alltid för en hög säkerhet i alla distributionsformer. Vi utökar vår kapacitet online, eftersom det är där en stor del av attackerna mot den oberoende journalistiken sker.
- Säkerhet och beredskap är beroende av samarbete och SVT jobbar för ett utökat sådant med andra medieföretag, distributörer, operatörer och myndigheter.

Det är SVT:s ansvar att i alla lägen stå upp för och skydda yttrandefriheten och som arbetsgivare är det vårt ansvar att säkerställa trygga arbetsmiljöer för våra anställda. Men, ansvaret ligger också hos centrala aktörer i samhället att garantera bästa möjliga förutsättningar att lagföra de som hotar journalister och underminerar det fria ordet.

Externa referenser PSR 2019

- Asp, K. (2017). *Public service-TV- vårt offentliga rum. En utvärdering.*
Hämtat 200-01-28 från: https://www.mprt.se/Documents/Publikationer/Rapporter/Public-service-tv_Kent-Asp.pdf
- Andersson, U., Egge, T., Lidbom, O., Lind, K., Minnhagen, C., Nord, K., Nygren, G., Tenor, C., Thor, M., Wadbring, L., & Truedson, L. (2019). Tillståndet för journalistiken, 2018/2019. *Mediestudiers årsbok.*
Hämtad 2020-01-10 från: <https://mediestudier.se/publikationer/>
- Endemol Shine får nya ägare. (2019, oktober, 28). *Dagens media.*
Hämtad 2020-01-10 från: <https://www.dagensmedia.se/medier/rorligt/endemol-shine-far-nya-agare/>
- Europabarometern. (2019). *Europaparlamentets opinionsundersökningar.*
Hämtad 2020-01-14 från: http://www.europarl.europa.eu/sweden/sv/press_media/pressmeddelande/pressmeddelanden2018/ny-opinionsunders-kning-fler-an-nagonsin-ar-f-r-eu.html?webaction=view&acceptCookies
- Findahl, O. (2010). *Svenskarna och Internet 2010.* Svenska internetstiftelsen.
Hämtat 2020-01-24 från https://internetstiftelsen.se/docs/SOI2010_web_v1.pdf
- IRM. (2019). *De svenska hushållens medieekonomi 2019.*
Hämtad 2020-01-10 från: <https://www.irm-media.se/hushallens-medieutgifter-2019>
- Jaakkola, M., & Wadbring, I. (2017). *Mediautvecklingen.* Stockholm: Nordicom
- Löfgren N, M. (2019). *Hot och hat mot Journalister.*
Hämtad 2020-01-10 från: https://jmg.gu.se/digitalAssets/1746/1746880_nyhetsbrev-jmg-2019.pdf
- Myndigheten för press, radio & TV. (2019). *Medieutvecklingen 2019.*
Hämtat 2020-01-13 från: <https://www.mprt.se/Documents/Publikationer/Medieutveckling/Medieekonomi/Medieekonomi-2019.pdf?epslanguage=sv>
- Novus. (2019). *Svenska folkets medianvändning inför EU-valen 2014 och 2019.*
Hämtad 2020-01-14 från: https://www.svt.se/omoss/media/filer_public/8b/b7/8bb7c858-ffob-46e2-b796-38be560f9e4d/euvalet.pdf
- Ny undersökning: fortsatt hög andel hot mot journalister. (2019, augusti, 14). *Dagens Media.*
Hämtad 2020-01-10 från: <https://www.dagensmedia.se/medier/medier/ny-undersokning-fortsatt-hog-andel-hot-mot-journalister/>
- Post-och telestyrelsen. (2003). *Tillgången till telefoni och grundläggande internet.*
Hämtad 2020-02-03 från: <https://pts.se/sv/dokument/rapporter/telefoni/2015/tillgangen-till-telefoni-och-grundlaggande-internet/>
- Post-och telestyrelsen. (2019). *PST mobiltäcknings- och bredbandskartläggning 2018.*
Hämtad 2020-01-24 från: <https://www.pts.se/globalassets/startpage/dokument/icke-legala-dokument/rapporter/2019/internet/bredbandskartlaggning/pts-mobiltacknings---och-bredbandskartlaggning-2018.pdf>
- Regeringens proposition (1976/77:88). *Om insatser för samerna.*
Hämtad 2020-01-28 från: <https://data.riksagen.se/fil/45B376B6-96E8-4119-B969-C02C8A10CC71>
- SOM-institutet. (2019). *Storm och Stiltje.* Bokserie nr 74.
Hämtad 2020-01-14 från: <https://som.gu.se/publicerat/bocker/74storm>
- Statens offentliga utredningar, SOU. (2015:96). *Bilaga till betänkande av 2014 års Demokratiutredning-Delaktighet och jämlikt inflytande.*
Hämtad 2020-02-03 från: https://www.regeringen.se/48ef3b/contentassets/d07d9de947cf4709bdb-8feb527bfec45/sou_2015_96_webbpublicering.pdf
- Sveriges Biografägareförbund. (2019). *Svenska biografstatistik 2019.*
Hämtad 20-01-25 från: <https://mb.cision.com/Main/19079/3006878/1173327.pdf>
- TV 4 gör rekordresultat-Kan bli jackpot för Telia. (2019, februari, 14). *DI.*
Hämtad 2020-01-13 från: <https://www.di.se/nyheter/tv4-gor-rekordresultat-kan-bli-jackpott-for-telia/>
- Valmyndigheten. (2019).
Hämtad: 2020-01-14 från: https://data.val.se/val/ep2019/slutresultat/protokoll/protokoll_oE.pdf
- 300 jobb borta på ett år. (2019, december, 19). *Journalisten.*
Hämtad 2020-01-10 från: <https://www.journalisten.se/nyheter/300-jobb-borta-pa-ett-ar>

Appendix

I appendix har SVT 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 av celler inte överensstämmer med den angivna totalsumman. Den angivna totalsumman är den korrekta summeringen.

Appendix inleds med en sammanfattning av samtliga kapitel sedan följer tabeller och figurer i kapitel 1, 2 osv.

Villkor	Utfall	Kapitel
ST 1 Sända minst 4 programtjänster mm	SVT har 2019 sändt 5 kanaler i 4 programtjänster om minst 50 timmar vardera till 99,8 procent av befolkningen.	5.1 5.2
ST 2 Sända text-tv	SVT har sändt text-tv.	5.1
ST 3 Bereda utrymme för UR	UR sänder i SVT:s programtjänster enligt avtal.	5.1
ST 4 Ska kunna tas emot av alla	Alla kanaler sänds okrypterat.	5.2
ST 5 Hög kvalitet vid utsändning Samverka i tekniska frågor Ingå avtal API enligt europeisk standard Samverka om multiplexering och åtkomstkontroll	SVT använder utsändningsformat med hög robusthet i signalmodulationen Samverkan enligt överenskommet avtal sedan 2014 Senaste avtalet är från 2014 om programguider. Har ej använt sådan tjänst. Samverkan om överenskommelse om multiplex gäller sedan tidigare.	4.8
ST 6 Mångsidigt programutbud Svenska språket Jämställdhet, mångfald och spegling av landet	SVT har en jämn fördelning mellan olika programkategorier. 72 % av alla sändningar är på svenska. Stort arbete bedrivs internt och 62 % anser att SVT är bra på att spegla mångfalden.	6.1 4.5 7.1
ST 7 Variation i produktionsformer	56 procent egen produktion och 44 procent annan. 2019 går 1,4 miljarder kronor till utomstående medverkan och andra samarbeten.	7.7
ST 8 Nyhetsverksamhet	Många olika programtyper, allmänna och granskande program. Satsningspå EU Valet 2019 och beslut om fyra nya lokalredaktioner.	7.2
ST 9 Kulturutbudet	Utbudet utvecklas årligen, många programtyper, ökat nordiskt utbytte, många samarbeten, stor satsning på drama, många sändningar från hela landet, direkt indirekt satsning på svensk film motsvarande 121 mkr 2019 (300 mkr 2017–19).	7.3
ST 10 Barn och unga Språkliga behov hos barn och unga	Stort utbud, satsning på nyheter för unga, omfattande nyproduktion, särskild utveckling för äldre barn och unga. Sänder de flesta minoritetsspråksprogrammen som tvåspråkiga.	7.4 7.6
ST 11 Tillgänglighet	Görs i dialog med brukargrupper, särskilt ungdomsförbund. Fortsatt satsning på hörbarhet. Program produceras för döva. Kraftig ökning av syn- och teckenspråkstolkning.	7.5
ST 12 Minoritetsspråk	Bolagen har sammantaget ökat minoritetsspråken från index 100 till 188 sedan 2013. Mål 2019 är 155. SVT har sändt på 38 olika språk förutom minoritetsspråken. SVT har haft ett flertal dialoger med brukargrupper.	7.6 7.10
ST 13 Opartiskt och sakligt	Trots ökat antal anmälningar till Granskningsnämnden är antalet fällningar fortsatt relativt lågt.	4.3
ST 14 Genmäle	SVT ger utrymme till genmäle.	4.3
ST 15 Enskildes privatliv	Utbildningar genomförs för att minska risken.	4.3
ST 16 Tv:s särskilda genomslagskraft	Utbildningar genomförs för att minska risken, b la ny utbildning för nyanställda.	4.3
ST 17 Reklam	SVT sänder inte reklam.	4.3
ST 18 Direkt sponsring Indirekt sponsring	20 evenemang har sponsrats enligt villkoren. Tydliga rutiner har upparbetats under åren. Översyn skedde 2017.	9.1 4.3
ST 19 Bestämmelser om sponsringsmeddelande	SVT följer reglerna.	9.1
ST 20 Reklam enligt §17	Reglerna följs.	4.3
ST 21 Produktplacering	Ingen produktplacering förekommer.	4.3
ST 22 Sända meddelanden	SVT har 43 gånger sänt viktigt meddelande till allmänheten (VMA) enligt villkoren.	4.8
ST 23 Hög säkerhet	Endast 53 program orsakade störningar över 60 sekunder SVT reglerar kvalitet med avtalsparterna.	4.8
ST 24 Beredskapsplaner Samråd med MSB Höjd beredskap	SVT skickar årligen in en beredskapsplan till MSB och Kulturdepartementet. Samarbete med MSB sker kontinuerligt. Högsta beredskap rådde inte i landet.	

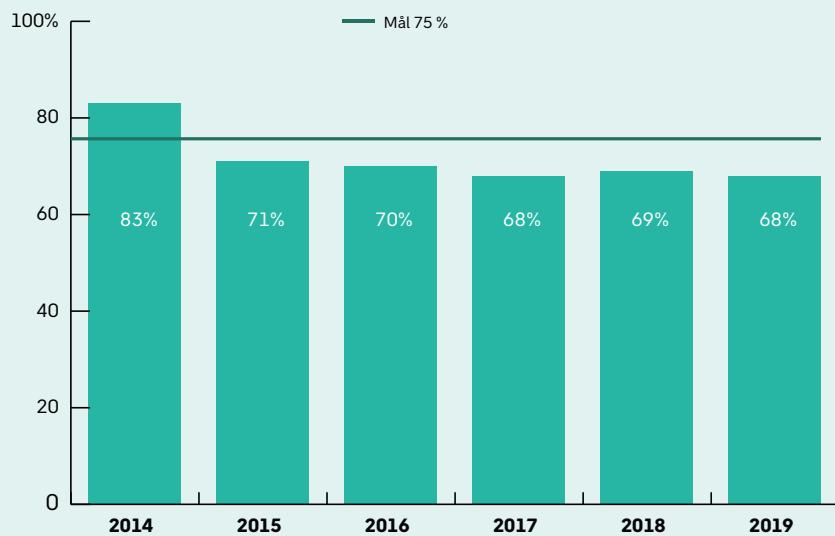
Villkor	Utfall	Kapitel
AV 1 Verksamheten ska bedrivas rationellt	SVT beskriver sin effektivitet. SVT beskriver sin produktivitet.	3.1–3.2 9.3
AV 2 Kärn- och kompletterande	Definitionen beskrivs och god balans råder.	5.3
AV 3 Sidoverksamhet	Verksamheten beskrivs utförligt och delas upp i sju resultatområden.	9.4
AV 4 RIKAB	SVT anslår medel till RIKAB.	9.1
AV 5 RIKAB	SVT är delägare och innehavar ordförandeposten i styrelsen.	9.1
AV 6 UR:s distribution	SVT står för bolagets distributionskostnader.	9.2
AV 7 Sändningar utanför Sverige	SVT har inte haft några sändningar till utlandet.	5.1
AV 8 Sändningar i Sverige och utanför	Ingen särskild avgift erfordras för att ta emot SVT:s sändningar i Sverige.	9.4
AV 9 Olika plattformar	SVT utbud kan tas emot på många olika sätt. Egna sändningar sker i mark, satellit och över öppna internet. Sändningarna vidaresänds också över kabel och IPTV.	5.2
AV 10 Kärn-, kompletterande och sidoverksamhet	Beskrivs på ett flertal ställen i redovisningen.	5.3, 9.4
AV 11 Anmälhan av nya permanenta tjänster	Inga nya tjänster har startats under 2019.	4.4
AV 12 Överenskommelser mellan bolagen	Har gjorts mellan bolagen och sänts in till Kulturdepartementet och MPRT.	7.6
AV 13 Decentraliserad organisation	Beskrivs i eget kapitel.	4.6
AV 14 55-procentskravet	61 procent av all allmän-tv producerades utanför Stockholm.	7.1
AV 15 Olika självständiga nyhetsredaktioner	De olika nyhetsredaktionerna beskrivs.	7.2
AV 16 Teckenspråkig miljö	Teckenspråksprogrammen från Falun bedrivs i en teckenspråkig miljö.	7.6
AV 17 Dialog med externa produktionsbolag	Verktyg beskrivs för utvecklad dialog.	4.2
AV 18 UR:s sändningstider	Avtal finns och ingen oenighet har uppstått.	5.1
AV 19 Upphörande av sändningstillstånd	Inte aktuellt.	
AV 20 Budgetunderlag	Lämnades den 1 mars inklusive redovisning av RIKABS verksamhet.	
AV 21 Redovisning av uppdraget	Sker genom denna redovisning.	
AV 22 Revisorer	Revisorer granskar denna redovisning. Revisorsintyg medskickas.	
Krav på tillgänglighet till tv-sändningar för personer med funktionsvariation enligt särskilt beslut. Svensktextning, syn- och teckenspråks-tolkning samt uppläst text.	Beskrivs i redovisningen.	7.5

3.1 Kompletterande frågor om värde

	2015	2016	2017	2018	2019
SVT har bra kvalitet i ljud och bild	91%	91%	91%	91%	92%
Jag har goda möjligheter att ta del av SVT:s kanaler och tjänster	93%	94%	94%	93%	94%
SVT har pålitliga och trovärdiga nyheter	88%	91%	86%	84%	82%
SVT har program som hjälper mig att förstå vad som händer i omvärlden	87%	87%	86%	86%	84%
SVT gör viktiga upptäckter och avslöjanden i sina nyhets- och samhällsprogram	82%	86%	83%	81%	80%
SVT har en mångsidigt utbud av kulturprogram och svenska tv-serier	79%	80%	80%	81%	81%
SVT har program som ger mig kunskaper och insikter	81%	82%	81%	82%	82%
SVT:s programinnehåll är oberoende och opartiskt	69%	68%	66%	67%	66%

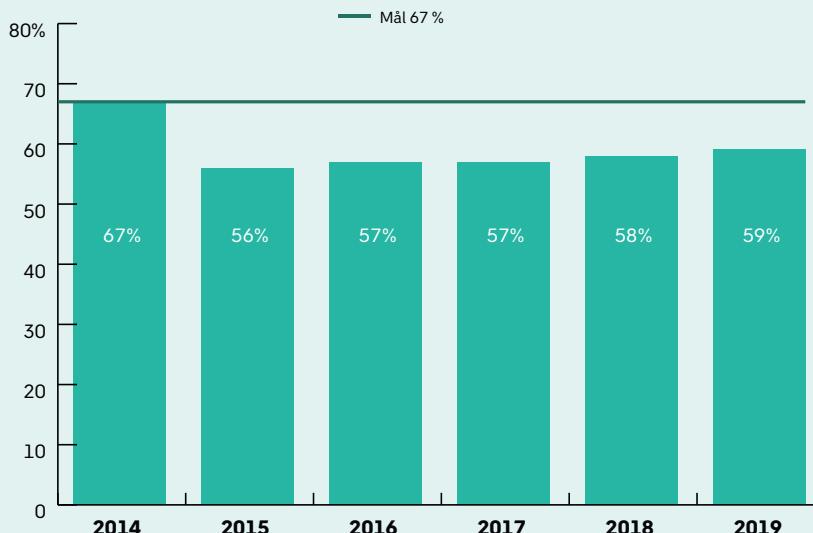
Källa: Norstat Attitydundersökningen 2019

3.1.1 Värde för samhället



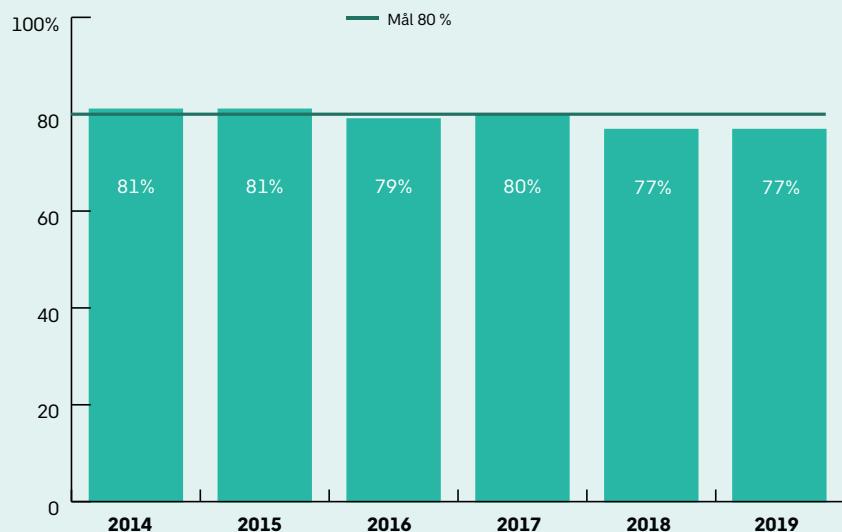
Källa: Norstat Attitydundersökningen 2019

3.1.2 Värde för individen



Källa: Norstat Attitydundersökningen 2019

3.1.3 Professionell kvalitet



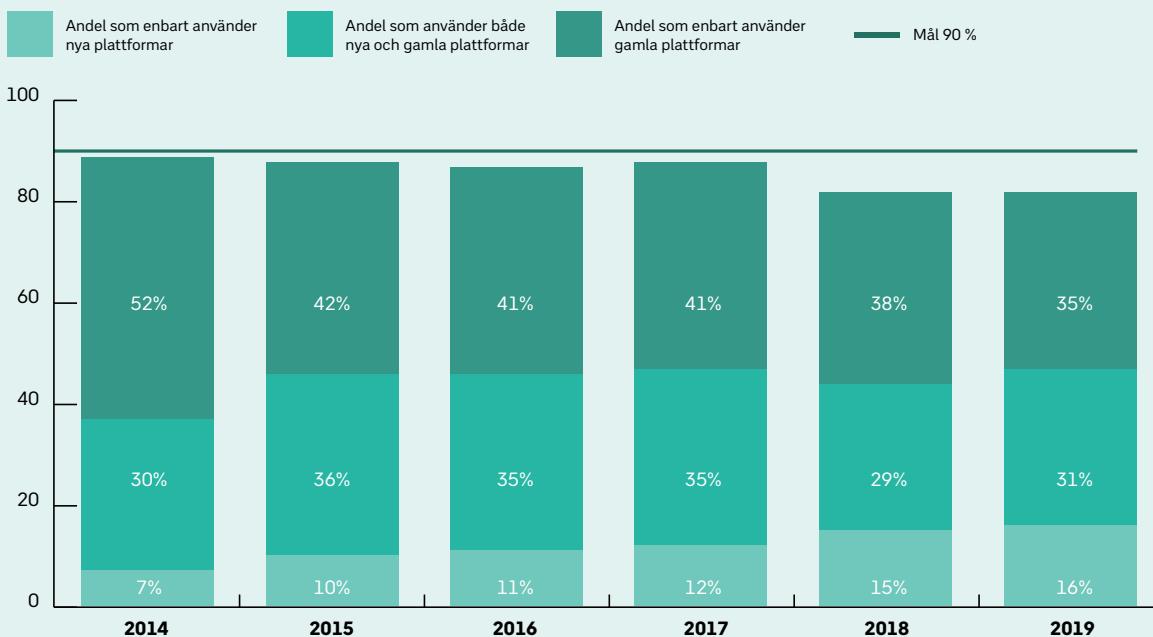
Källa: SOM-undersökningen 2019

3.2.1 Kändedom



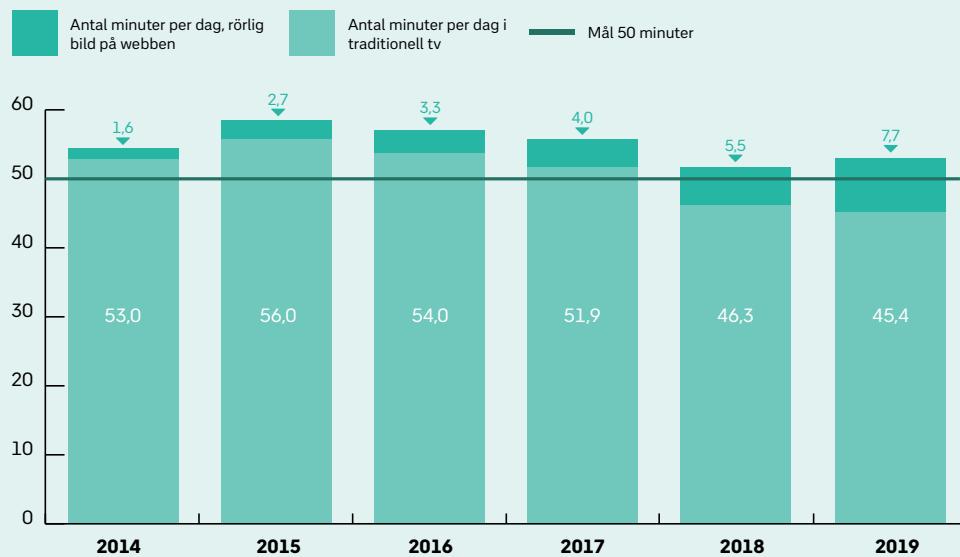
Källa: MMS, från 2017 Norstat attitydundersökning, 2017 års värde är justerat

3.2.2 Räckvidd



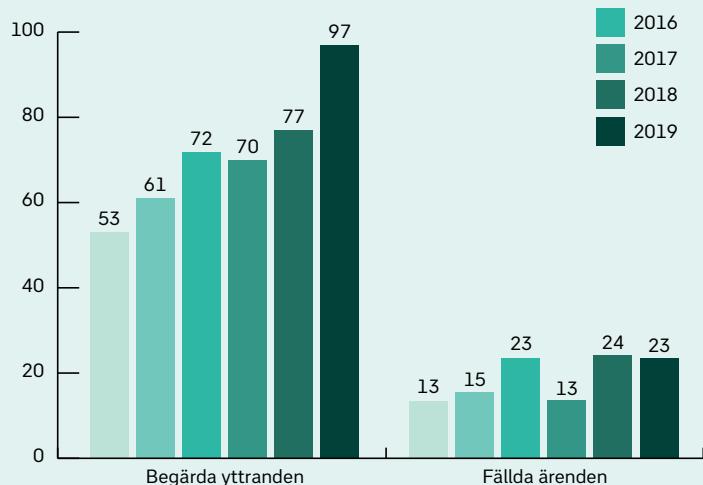
Källa: Norstat plattformsundersökning 2019

3.2.3 Användning i minuter per dag



Källa: MMS (KO) 2019

4.3.1 Yttrandeni och fällningar i Granskningsnämnden för radio och TV



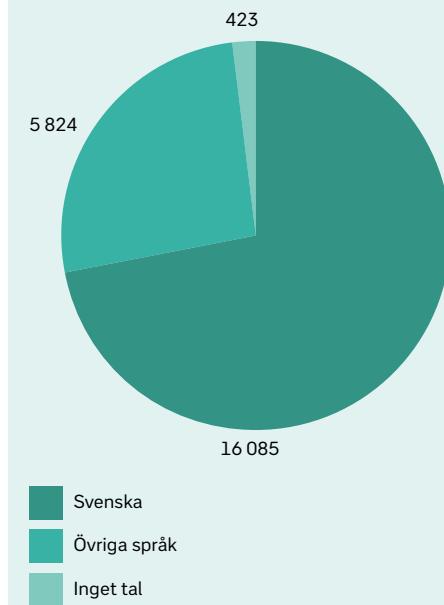
4.3.2 Fällningsgrunder

Ett program kan ha flera fällningsgrunder

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Antal fällda program	13	15	23	13	24	23
Fällningsgrunder:						
Beriktigande	1	0	0	0	1	0
Genmåle	0	0	0	0	0	0
Genomslag	0	2	3	2	6	6
Gynnande	0	2	9	6	2	3
Offentliggörande	1	1	0	0	1	0
Opartiskhet	4	4	2	3	4	2
Privatlivet	2	2	5	1	4	5
Saklighet	9	7	3	0	6	6
Sponsring	0	0	1	0	1	0
Varning för våld	0	0	0	1	0	1

4.5 Svenska, andel och timmar 2019

Totalt: 22 333 timmar



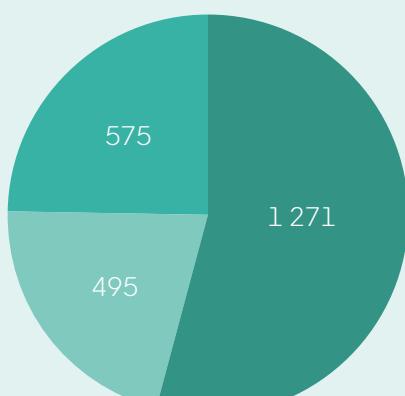
4.6.1 Antal anställda per ort 2019

Samtliga anställningsformer

Ort	Antal
Borås	1
Eskilstuna	14
Falun	47
Gävle	11
Göteborg, inkl. Angered	171
Halmstad	11
Helsingborg	8
Hudiksvall	4
Jönköping	13
Kalmar	6
Karlskrona	13
Karlstad	22
Kiruna	22
Linköping	1
Luleå	23
Malmö	150
Norrköping	28
Skellefteå	3
Stockholm, inkl. Rinkeby	1 516
Sundsvall	22
Sälen	1
Södertälje	6
Uddevalla	1
Umeå	127
Uppsala	15
Visby	1
Västerås	14
Växjö	51
Örebro	23
Örnsköldsvik	2
Östersund	13
Övertorneå	1
Antal anställda	2 341

4.6.2 Antal anställda per organisationsform

Samtliga anställningsformer 2019



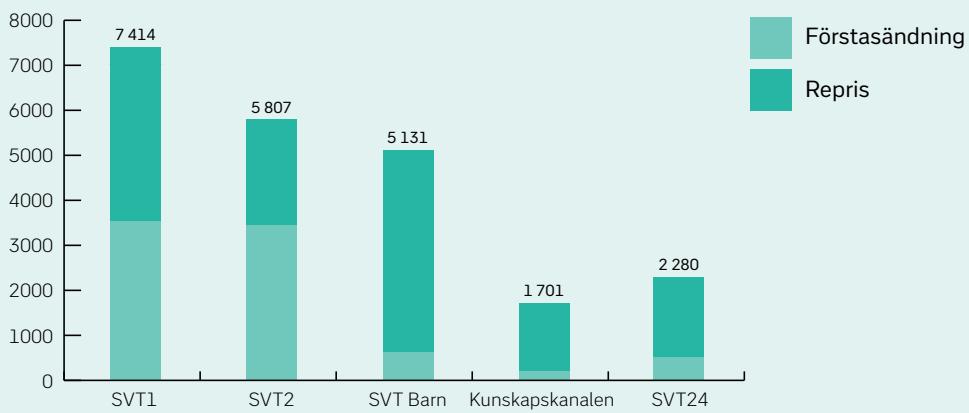
Totalsumma: 2 341

- █ Decentraliserad
- █ Centraliserad
- █ Gemensam

5.1.1 Sändningstid per kanal, timmar

2019	SVT1	SVT2	SVT Barn	Kunskapskanalen	SVT24	Summa
Förstasändning	3 527	3 440	591	191	494	8 244
Repris	3 887	2 367	4 540	1 510	1 786	14 089
Totalt	7 414	5 807	5 131	1 701	2 280	22 333
2018						
Förstasändning	3 598	3 350	689	193	472	8 302
Repris	3 528	2 545	4 634	1 313	1 760	13 781
Totalt	7 126	5 895	5 323	1 506	2 232	22 082
2017						
Förstasändning	3 562	3 590	845	176	166	8 338
Repris	3 428	2 382	4 598	1 404	1 990	13 804
Totalt	6 990	5 972	5 443	1 580	2 156	22 142
2016						
Förstasändning	3 739	3 683	780	208	335	8 745
Repris	3 944	2 437	4 670	1 647	1 377	14 074
Totalt	7 682	6 120	5 450	1 855	1 711	22 818
2015						
Förstasändning	3 580	3 712	823	175	173	8 463
Repris	4 569	2 518	4 621	1 596	1 116	14 421
Totalt	8 150	6 230	5 444	1 771	1 289	22 884
2014						
Förstasändning	3 578	3 763	690	214	109	8 354
Repris	4 396	2 819	4 356	1 504	2 082	15 157
Totalt	7 974	6 582	5 046	1 718	2 191	23 511
	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Tillkommer lokalt ur ett tittarperspektiv	198	172	164	160	165	156
Producerade timmar lokalt	2 568	3 188	3 450	3 369	3 465	3 271

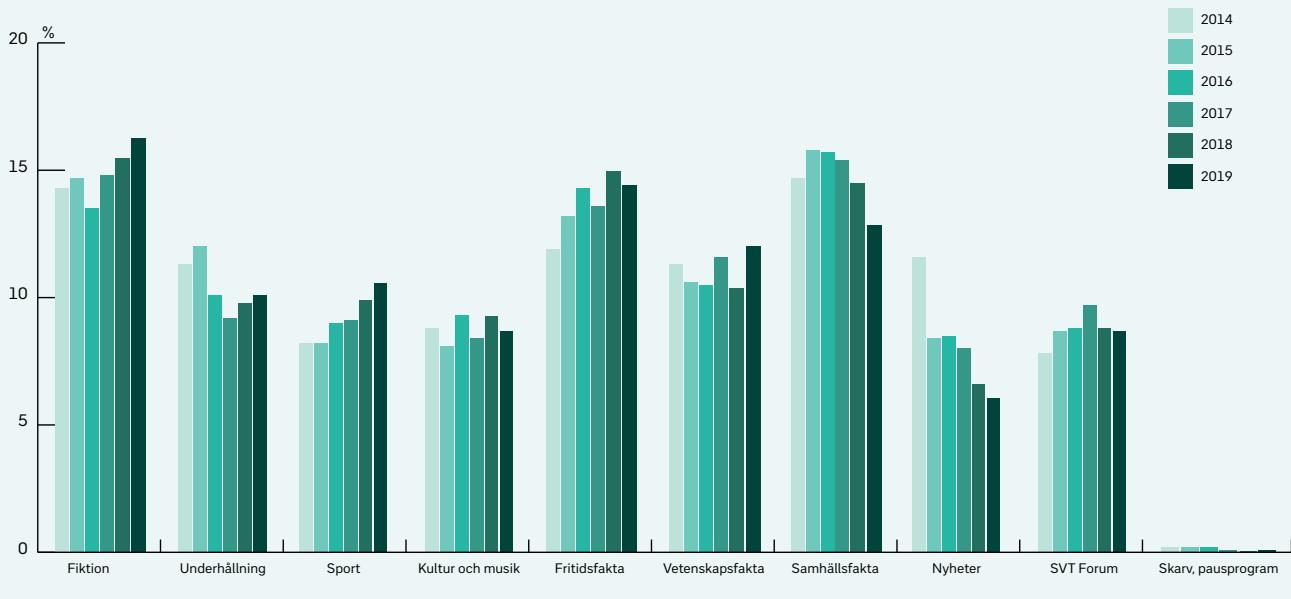
5.1.1 Sändningstid per kanal 2019, timmar



6.1 Andel av utbudet per programkategori exklusive barn och unga

	2014		2015		2016		2017		2018		2019	
Fiktion	2 617	14 %	2 512	15 %	2 294	14 %	2 413	15 %	2 553	16 %	2 732	16%
Underhållning	2 064	11 %	2 048	12 %	1 718	10 %	1 500	9 %	1 617	10%	1 699	10%
Sport	1 491	8 %	1 405	8 %	1 524	9 %	1 483	9 %	1 626	10%	1 802	11%
Kultur och musik	1 602	9 %	1 388	8 %	1 582	9 %	1 367	8 %	1 542	9%	1 477	9%
Fritidsfakta	2 165	12 %	2 270	13 %	2 417	14 %	2 207	14 %	2 472	15%	2 430	14%
Vetenskapsfakta	2 060	11 %	1 821	11 %	1 777	10 %	1 892	12 %	1 705	10%	2 059	12%
Samhällsfakta	2 680	15 %	2 709	16 %	2 670	16 %	2 512	15 %	2 394	14%	2 184	13%
Nyheter	2 120	12 %	1 445	8 %	1 441	9 %	1 303	8 %	1 093	7%	1 017	6%
SVT Forum	1 433	8 %	1 499	9 %	1 498	9 %	1 577	10 %	1 446	9%	1 471	9%
Skarv, pausprogram	35	0 %	37	0 %	28	0 %	19	0 %	14	0%	14	0%
Totalt	18 267	100 %	17 133	100 %	16 950	100 %	16 273	100 %	16 463	100 %	16 886	100 %

6.1 Andel av utbudet per programkategori exklusive barn och unga



7.3 Film, beslutade samproduktioner 2019

Långfilm	62,1	Kortfilm	8,8
Tove (2021)		Psychic	
NIMBY (2021)		Så inget händer dig	
Birds of a feather (2023)		Dom kallar mig Fangirl	
Spring Uje, spring (2021)		Dom kallar mig En massa drama	
Hunger (2023) (fd Skilt)		Dom kallar mig Navy	
Rättfärdighetens ryttare		Dom kallar mig Sneakerheadz	
The triangle of Sadness (2021)		Dom kallar mig Wrestlare	
Nelly Rapp (2021)		Dom kallar mig Wild bunch	
Reply to a letter to Helga (2022)		Dom kallar mig AIK-Jonas	
Motståndaren (2021)		Dom kallar mig C-films nördarna	
Tills sömnen skiljer oss åt (2021)		Dom kallar mig Insta-Rappare	
Sagres (2022)		Dom kallar mig Mermaid	
Trier 5 (2022)		Skön-hets-byrån	
Dead Woman (2022)		Badaren	
The long night (2022)		Väggen	
Bamse 2: 1 (2022)		Ett akademiskt krig	
Sune 2: 3 (2022)		Nattåget	
Karl Bertil Jonssons Jul (långfilmen) (2022)		Gift	
AL-Azar (2022)		Vala Villekulla	
Ur spår (2022)		Off radar	
Eva & Adam (2022)		Något att minnas	
Så jävla easygoing (2023)		Den sista sommaren	
		Grisen	
Talang	22,1		
MSW19: Snälla kriminella		Omklädningsrummet	
MSW19: Magisterlekar		Röster om vår tid	
MSW19: Knackningar		Vaken hjärnkirurgi	
MSW19: Andra sidan		2121 - Jordbundna	
TAL19: Kortserie Sjukt		2121 - Skönheten	
		2121 - Folly	
		2121 - Lyckad uppstining av Herr Moro	
Dokumentär	18,7		
En svensk Tiger		2121 - Ockultationen	
Målbrottskören		2121 - Reckless 20's	
Ali Boulala			
Löparen, 18 år senare			
EPA			
Blackout			
Kriminell			
Tiden är en dröm 1 & 2			
Birgitta Dahl			
Tumba			
Terje			
Bekännelsen fd. Marockoprästen			
Lurad på nätet fd Kärleksaffären			
Agenternas världskrig fd. Spionerna			
Jorden är platt			
Balloons ove babylon			
Bitter kärlek fd. Biktfadern			
Jozi gold			
Genesis			
Sexton			
Min pappa är en hjälte			
Jag är klimpen, motherfucker			
Greta vs klimat			
		Totalt	121,2 Mkr

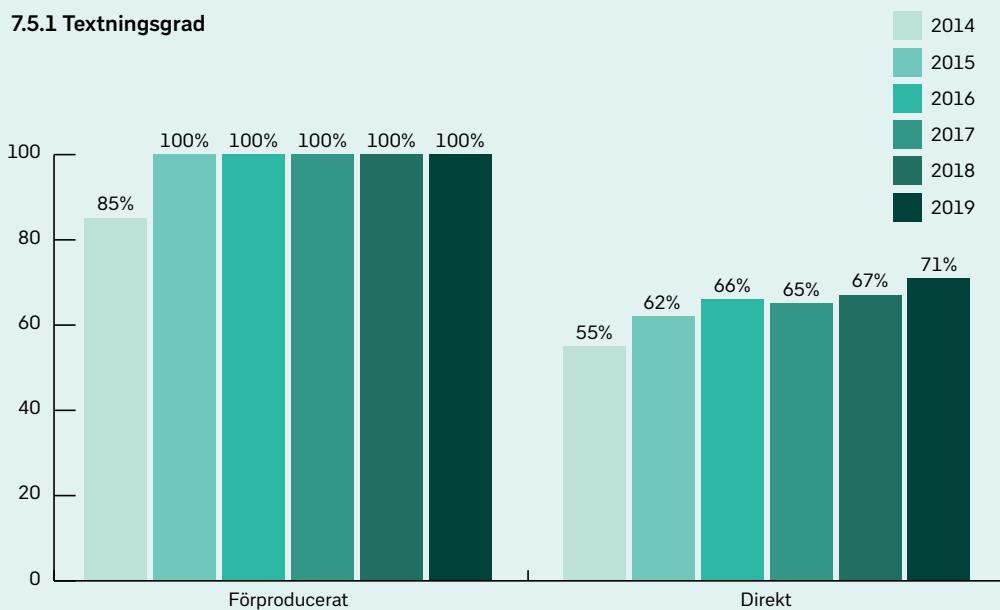
7.4 Barn och unga, förstasändningar

Barn (3–11 år) 2019	Svenskt	Utländskt	Totalt sändt
Fakta och Nyheter	176	5	181
Kultur och konstnärliga upplevelser	123	264	386
Totalt	299	269	567
Barn (3–11 år) 2018	Svenskt	Utländskt	Totalt sändt
Fakta och Nyheter	214	0	214
Kultur och konstnärliga upplevelser	136	306	442
Totalt	350	306	656
Barn (3–11 år) 2017	Svenskt	Utländskt	Totalt sändt
Fakta och Nyheter	277	8	285
Kultur och konstnärliga upplevelser	168	323	491
Totalt	446	330	776
Barn (3–11 år) 2016	Svenskt	Utländskt	Totalt sändt
Fakta och Nyheter	251	12	263
Kultur och konstnärliga upplevelser	195	306	501
Totalt	447	318	764
Barn (3–11 år) 2015	Svenskt	Utländskt	Totalt sändt
Fakta och Nyheter	281	9	290
Kultur och konstnärliga upplevelser	154	371	526
Totalt	436	380	816
Barn (3–11 år) 2014	Svenskt	Utländskt	Totalt sändt
Fakta och Nyheter	265	2	267
Kultur och konstnärliga upplevelser	147	273	418
Totalt	411	275	685
Unga (12–19 år) 2019	Svenskt	Utländskt	Totalt sändt
Fakta och Nyheter	104	0	104
Kultur och konstnärliga upplevelser	96	22	118
Totalt	200	22	222
Unga (12–19 år) 2018	Svenskt	Utländskt	Totalt sändt
Fakta och Nyheter	108	0	108
Kultur och konstnärliga upplevelser	82	24	106
Totalt	190	24	214
Unga (12–19 år) 2017	Svenskt	Utländskt	Totalt sändt
Fakta och Nyheter	141	0	141
Kultur och konstnärliga upplevelser	107	36	143
Totalt	247	36	283
Unga (12–19 år) 2016	Svenskt	Utländskt	Totalt sändt
Fakta och Nyheter	146	6	152
Kultur och konstnärliga upplevelser	96	11	107
Totalt	242	17	259
Unga (12–19 år) 2015	Svenskt	Utländskt	Totalt sändt
Fakta och Nyheter	135	2	136
Kultur och konstnärliga upplevelser	81	3	84
Totalt	216	5	221
Unga (12–19 år) 2014	Svenskt	Utländskt	Totalt sändt
Fakta och Nyheter	88	2	90
Kultur och konstnärliga upplevelser	56	12	68
Totalt	144	13	157

7.4 Barn och unga förstasändningar

Barn (3-11 år) 2019	Svenskt	Utländskt	Summa
Fakta och nyheter	176	5	181
Kultur och konstnärliga upplevelser	123	264	386
Totalt	299	269	567
Unga (12-19 år) 2019	Svenskt	Utländskt	Summa
Fakta och nyheter	104	0	104
Kultur och konstnärliga upplevelser	96	22	118
Totalt	200	22	222
Totalt barn och unga (3-19 år) 2019	499	290	789

7.5.1 Textningsgrad



7.5.2 Syn- och teckenspråkstolkning i timmar

Syntolkning	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Sänt broadcast	39	76	121	388	562	659
Sänt internet	24	21	30	36	11	10
Tillgängligt on demand	56	77	143	299	318	372
Totalt	119	174	294	723	891	1 041
Max tillgängligt on demand 30 %	-	-	-	147	171	193
Ny total	-	-	-	571	744	862
Krav (andel av svenska)	88	170	248	488	569	643

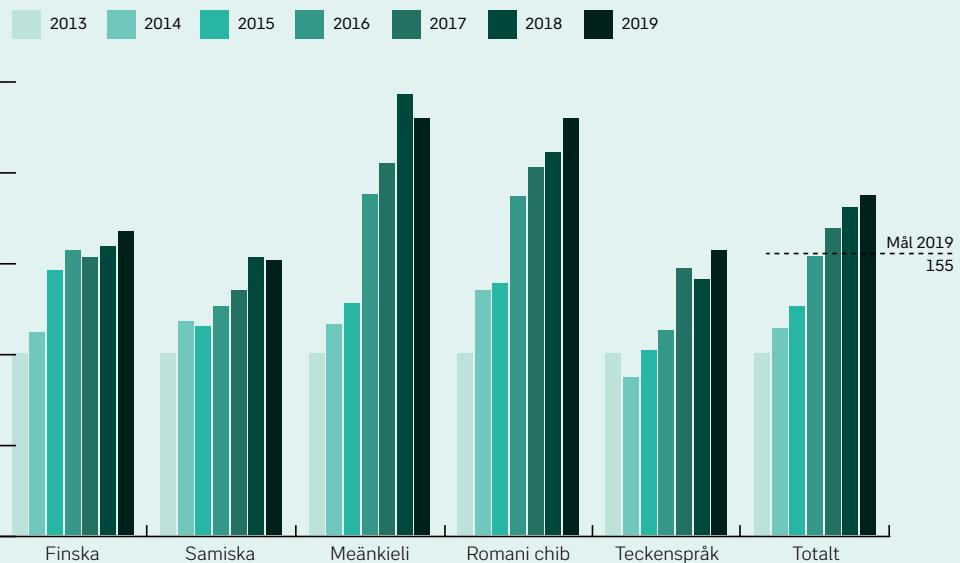
Teckenspråkstolkning	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Sänt broadcast	36	43	115	366	434	374
Sänt internet	20	54	47	76	77	167
Tillgängligt on demand	51	120	143	254	300	358
Totalt	107	217	305	696	811	899
Max tillgängligt on demand 30 %	-	-	-	147	171	193
Ny total	-	-	-	589	682	734
Krav (andel av svenska)	88	170	248	488	569	643

Bolagsgemensamt index för minoritetsspråk

För att kunna göra en samlad bedömning av programbolagens utbud på de prioriterade minoritetsspråken har bolagen utvecklat en gemensam indexmodell. Varje bolags utbud per språk år 2013 har satts till 100. Index per bolag och språk beräknas därefter årligen utifrån antal timmar som sänts. Slutligen

beräknas ett gemensamt medelvärde utifrån de tre bolagens enskilda index. Därmed blir värdena jämförbara och det är möjligt att göra en bedömning av bolagens sammantagna ökning per språk och totalt. Se tabell 7.6.1 Minspråk alla bolagen per språk. (nedan).

7.6.1 Utveckling av minoritetsspråk, sammantaget alla bolag, index



7.6.1 Minoritetsspråk alla bolagen per språk

2013	SR	SVT	UR	Totalt
Finska	7 319	314	15	7 648
Samiska	1 393	84	13	1 490
Meänkieli	803	17	10	830
Romani chib	392	23	8	423
Teckenspråk		121	29	150
Totalt	9 907	559	75	10 541

2014	SR	SVT	UR	Totalt
Finska	7 319	342	19	7 680
Samiska	1 393	103	17	1 513
Meänkieli	803	22	12	837
Romani chib	392	30	14	436
Teckenspråk		139	17	156
Totalt	9 907	636	79	10 622

2015	SR	SVT	UR	Totalt
Finska	7 390	325	35	7 750
Samiska	1 390	109	15	1 514
Meänkieli	830	19	17	866
Romani chib	395	27	16	438
Teckenspråk		175	17	192
Totalt	10 005	655	100	10 760

2016	SR	SVT	UR	Totalt
Finska	7 479	341	39	7 859
Samiska	1 392	117	18	1 527
Meänkieli	1 047	45	17	1 109
Romani chib	400	57	17	474
Teckenspråk		187	21	208
Total	10 318	747	112	11 177

2017	SR	SVT	UR	Totalt
Finska	7 445	348	37	7 830
Samiska	1 416	145	17	1 578
Meänkieli	1 089	51	18	1 158
Romani chib	433	60	19	512
Teckenspråk	-	201	37	238
Total	10 383	805	128	11 316

2018	SR	SVT	UR	Totalt
Finska	7 490	359	39	7 888
Samiska	1 418	164	21	1 603
Meänkieli	1 107	70	18	1 195
Romani chib	444	65	19	528
Teckenspråk	-	196	35	231
Total	10 459	854	132	11 445

2019	SR	SVT	UR	Totalt
Finska	7 502	377	42	7 921
Samiska	1 428	162	21	1 611
Meänkieli	1 107	62	19	1 188
Romani chib	444	76	20	540
Teckenspråk	-	226	37	263
Total	10 481	903	139	11 523

Förändring

SR	SVT	UR	Snitt
100	100	100	100
100	100	100	100
100	100	100	100
100	100	100	100
100	100	100	100
SR	SVT	UR	Snitt
100	109	127	112
100	123	131	118
100	129	120	116
100	130	175	135
100	115	59	87
100	121	122	114
SR	SVT	UR	Snitt
101	104	233	146
100	130	115	115
103	112	170	128
101	117	200	139
101	145	59	102
101	121	155	126
SR	SVT	UR	Snitt
102	109	260	157
100	139	138	126
130	265	170	188
102	248	213	187
109	155	72	113
109	183	171	154
SR	SVT	UR	Snitt
102	111	247	153
102	173	131	135
136	300	180	205
110	261	238	203
-	166	128	147
112	202	185	169
SR	SVT	UR	Snitt
102	114	260	159
102	195	162	153
138	412	180	243
113	283	238	211
-	162	121	141
114	233	192	181
SR	SVT	UR	Snitt
103	120	280	168
103	193	162	152
138	365	190	231
113	330	250	231
114	187	128	157
114	239	202	188

7.6.2 Minoritetsspråk i SVT, timmar

2019

Målgrupp	Finska		Samiska		Meänkieli		Romani chib		Teckenspråk		Summa
	Första	Totalt	Första	Totalt	Första	Totalt	Första	Totalt	Första	Totalt	
Vuxna	116	316	72	113	12	32	21	48	65	166	675
Barn 3-11	12	34	11	22	7	13	3	4	13	40	114
Unga 12-19	10	28	9	27	6	17	8	24	7	20	115
Totalt	138	377	92	162	24	62	31	76	85	226	903

2013

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

7.7 Utomstående medverkan och andra samarbeten, mkr

Medverkande och programanställda

Mkr	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Arvoden	189,8	206,3	228,5	165,3	159,4	155,2
Programanställda	52,8	63,6	72,6	63,6	64,7	62,5
Summa	242,6	269,9	301,1	228,9	224,1	217,7

Andra slags produktionssamarbeten

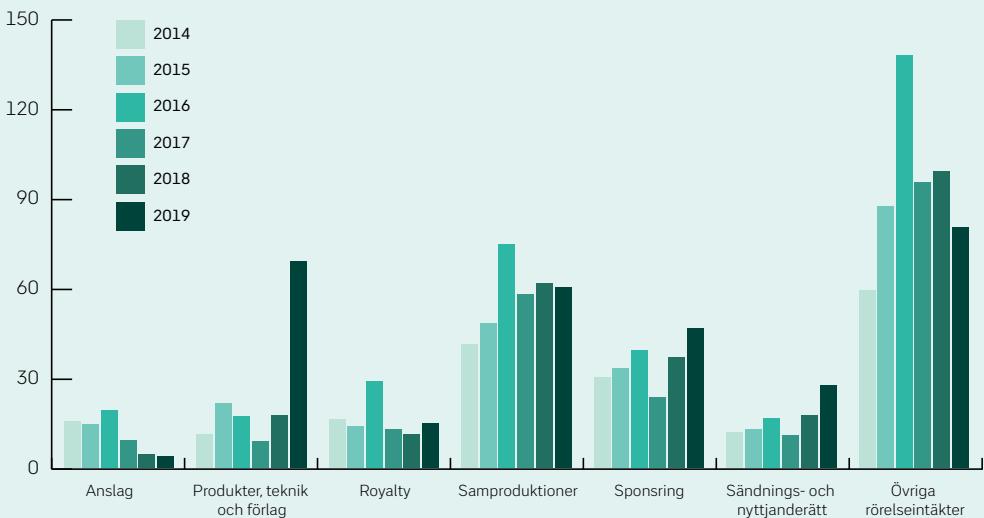
Svenska	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Produktionsutläggningar	322,8	328,2	382,7	441,1	357,6	385,4
Samproduktioner	279,7	249,8	180,0	187,9	229,5	247,2
Förvärv	111,4	154,3	120,7	149,0	137,6	135,1
Summa	713,9	732,3	683,4	778,0	724,7	767,7
Utländska	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Produktionsutläggningar	2,3	7,0	6,9	3,7	0,6	0,0
Samproduktioner	12,7	4,3	7,3	1,7	4,8	57,2
Förvärv	230,5	234,4	239,1	234,7	236,6	284,4
Summa	245,5	245,7	253,3	240,1	242,0	341,6
SFI	2014	2015	2016	2017	2018	2019
STIM, IFPI/Sami, NCB	43,3	44,2	44,8	0,0	0,0	0,0
Summa	91,7	98,0	95,2	87,3	73,2	73,3
Totalt	1 337,0	1 390,1	1 377,8	1 334,3	1 264,0	1 400,3

9.1.1 Verksamhetens intäkter, mkr

Mkr	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Erhållna avgiftsmedel från rundradiokontot	4 476,5	4 566,0	4 772,3	4 865,4	4 839,4	4 942,3
Korrigeringar mellan programbolagen	1,0	1,7	-3,7	-4,3	-3,8	-1,5
Totalt erhållna avgiftsmedel	4 477,5	4 567,7	4 768,6	4 861,1	4 835,6	4 940,8
Avgiftsmedel överförda till RIKAB	-85,9	-97,6	-98,6	-80,8	-73,2	-59,5
Avgiftsmedel överförda till SRF	-109,7	-80,4	-78,4	-98,0	-106,1	-91,6
Delsumma	-195,6	-178,0	-177,0	-178,8	-179,3	-151,1
Förändring skuldförda avgiftsmedel *)	60,5	39,4	-2,0	-169,2	-129,0	-51,4
Summa intäktsfördä avgiftsmedel	4 342,4	95%	4 429,1	94%	4 589,6	92%
Visningsrätter, samproduktioner, royalty	69,6	83,9	128,4	89,2	98,8	110,4
Tekniska tjänster	11,1	12,9	9,0	1,9	9,4	61,5
Sponsring	30,3	33,3	39,5	23,6	37,1	46,7
Övrigt	75,4	103,1	158,3	105,6	104,5	84,7
Summa övriga intäkter	186,4	4%	233,2	5%	335,2	7%
Summa	4 528,8	99%	4 662,3	99%	4 924,8	99%
Sidoverksamhet	66,6	1%	68,1	1%	71,4	1%
Summa intäkter	4 595,4	100%	4 730,4	100%	4 996,2	100%
					4 803,7	100%
					4 838,8	100%
					5 099,6	100%

*)Inkluderat justering av förutbetalda medel för distribution, 2016 -28,4, 2017 -53,1, 2018 43,0 och 2019 37,9 Mkr

9.1.2 Övriga intäkter exklusive sidoverksamhet, mkr



9.1.2 Övriga intäkter exklusive sidoverksamhet, mkr

Typ av intäkt	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Anslag	15,6	14,6	19,3	9,4	4,4	3,9
Produkter, teknik och förlag	11,1	21,7	17,3	8,9	17,6	69,2
Royalty	16,2	13,9	29,0	12,9	11,2	14,8
Samproduktioner	41,5	48,6	75,2	58,4	62,1	60,6
Sponsring	30,3	33,3	39,5	23,6	37,1	46,7
Sändnings- och nyttjanderätter	11,9	13,0	16,6	11,0	17,6	27,5
Övriga rörelseintäkter	59,8	88,1	138,8	96,1	99,8	80,6
Totalsumma	186,4	233,2	335,7	220,3	249,8	303,3

9.1.2 b Tabell övriga intäkter och kommersiella samarbeten 2019

Kategori	Exempel	Mkr	Varav kommersiella samarbeten	Typ av aktör	Exempel på vem	Exempel på vad
Anslag	Bidrag från staten	3,9	0,0	Statsbudgeten	Staten	Särskild beredskapsverksamhet
Produkter teknik och förlag	Direkt program-relaterad försäljning, försäljning av tekniska resurser	69,2	0,0	Allmänheten samt företag inom tv-verksamhet	Alrik Hedlund AB, Bayerischer Rundfunk, European Broadcasting Union, Infront, Stiftelsen Skansen	Försäljning till andra tv-bolag av teknik mm tex i anslutning till skid-VM i Åre och Östersund, försäljning av Allsångshäfte och pappersjulkalender
Royalty	Royalties från film och drama där SVT varit samproducent	14,8	0,0	Tv-bolag, produktionsbolag samt distributörer	Endemol Shine, European collection agency, Filmalance, Matador film, Nice drama	Bamse, Borg, Bron, Gräns, Sune, Tjockare än vatten, Akta människor
Samproduktioner	Bidrag från andra samproducenter där SVT producerar produktionen. Totalt cirka 20 produktioner	60,6	60,6	Andra tv-bolag, film- och tv-fonder, externa produktionsbolag	Danmarks radio, European Collection Agency, Filminstitutet, Kringvarp Föroya, Nice Drama, Nordisk film och tv-fond, Nordiska samarbetsfonden, Nordvisions-sekretariatet, NRK, RUV, Yleisradio	Allt jag inte minns, Bamse o jakten på dunderklockan, Bonusfamiljen, Dejta, Dilan och Moa, Eagles, Gardell: De dagar som blommorna blommar, Gräns, Hammarströms, Jakten på en mördare, Julkalendern, Man lär sig aldrig, Måste Gitt, På Spåret, Sommaren -68, Språkresan, Stopp, Tjockare än vatten, Tunna blå linjer
Sponsring	Intäkter från försäljning av exponering på sponsorskyltar	46,7	0,0	Intäkterna kommer via ett av SVT upphandlat företag som sköter försäljningen.	More Space	Exempel på sponsorer: Coca Cola, Skistar, Vattenfall
Sändnings- och nyttjande-rätter	Vidareförsäljning av rätten att visa olika sportevenemang eller andra rättigheter SVT har.	27,5	0,0	Andra mediebolag	Aftonbladet, Danmarks radio, Expressen, FLX TV, Nordic entertainment, NRK, TV4, Yleisradio	Bonusfamiljen, friidrott, nyhetsrättigheter för sport-evenemang, svensk ishockey
Övriga rörelse-intäkter	Varumärkeslicensiering, valutavinster, telefonintäkter, public viewing, försäljning inventarier, nordiskt EU-kontor	80,6	49,6	Blandade: För de kommersiella samarbetena kommer intäkterna från rättighetsföretag, turnéasordnare och evenemangsföretag	Danmarks radio, Live Nation, Nobel media, NRK, Radiohjälpen, Telia	Melodifestivalen, Nobel, Hockey-VM, Världens barn
		303,3	110,2			

9.1.2 c Övriga intäkter och kommersiella samarbeten

Typ av intäkt	2014		2015		2016	
	Totalt	Varav kommersiella	Totalt	Varav kommersiella	Totalt	Varav kommersiella
Anslag	15,6		14,6		19,3	
Produkter, teknik och förlag	11,1		21,7		17,3	
Royalty	16,2		13,9		29,0	
Samproduktioner	41,5	41,5	48,6	48,6	75,2	75,2
Sponsring	30,3		33,4		39,5	
Sändnings- och nyttjanderätter	11,9		13,0		16,6	
Övriga rörelseintäkter	59,8	22,9	88,1	46,1	138,8	101,5
Totalsumma	186,4	64,4	233,3	94,7	335,7	176,7
Typ av intäkt	2017		2018		2019	
	Totalt	Varav kommersiella	Totalt	Varav kommersiella	Totalt	Varav kommersiella
Anslag	9,4		4,4		3,9	
Produkter, teknik och förlag	8,9		17,6		69,2	
Royalty	12,9		11,2		14,8	
Samproduktioner	58,4	58,4	62,1	62,1	60,6	60,6
Sponsring	23,6		37,1		46,7	
Sändnings- och nyttjanderätter	11,0		17,6		27,5	
Övriga rörelseintäkter	96,1	46,6	99,8	48,8	80,6	49,6
Totalsumma	220,3	105,0	249,8	110,9	303,3	110,2

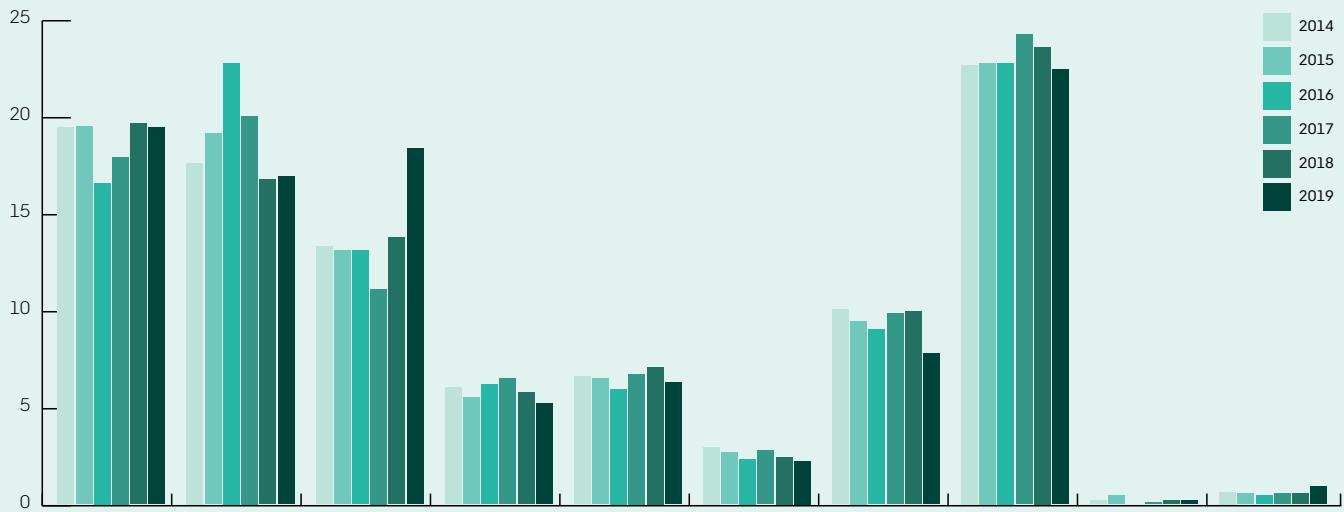
9.1.3 Sponsring

Evenemang	Antal sändningar
Alpina-VM Åre	41
Alpint: Världscupen	98
Fotboll: Damallsvenskan	13
Fotboll: U21-EM herrar	24
Friidrott: VM Qatar (Doha)	32
Ishockey: Champions Hockey League (CHL)	27
Ishockey: Junior-VM	24
Ishockey: VM	109
Längdkidor: VM Seefeld	21
Längdkidor: Världscupen	60
Melodifestivalen (Svenska finalen + repriser)	5
Motor: WRC (Rally-VM)	22
Ridsport: EM Rotterdam	15
Ridsport: Världscupen i hopning	19
Simning: VM Sydkorea	24
Skicross: Världscupen Freestyle	15
Skidskytte: VM Östersund	25
Skidskytte: Världscupen	64
SM-veckan, Sommar	21
SM-veckan, Vinter	15
Summa	674

9.2.1 Verksamhetens kostnader, mkr

Mkr	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Programkostnader	3 184,1	3 325,0	3 560,6	3 247,7	3 245,3	3 601,2
Online	264,1	275,0	257,7	325,3	367,9	359,1
Programkostnader	3 448,2	75%	3 600,0	76%	3 818,3	77%
Distributionskostnader	276,4	6%	287,2	6%	301,2	6%
Övriga kostnader	804,2	18%	775,1	16%	805,3	16%
Summa	4 528,8	99%	4 662,3	99%	4 924,8	99%
Sidoverksamhet	64,5	1%	65,3	1%	64,7	1%
Summa kostnader	4 593,3	100%	4 727,6	100%	4 989,5	100%

9.2.2 Andel av totala kostnader per programkategori



I arbetet med årets redovisning upptäcktes ett fel i redovisningen avseende underhållningens andel av totalkostnaderna 2015 samt nyheternas andel av totalkostnaderna 2017. Detta har korrigerats retroaktivt i årets redovisning. Tabell 9.2.2 i appendix i tidigare redovisningar har dock redovisats korrekt.

9.2.2 Andel av totala kostnader per programkategori, mkr

	2014	2015	2016	2017	2018	2019						
Fiktion	879,3	19%	907,0	19%	815,3	17%	845,8	18%	940,9	20%	980,5	19%
Underhållning	799,2	18%	888,6	19%	1 121,9	23%	951,2	20%	795,9	17%	849,9	17%
Sport	601,8	13%	612,9	13%	645,3	13%	528,0	11%	655,6	14%	920,5	18%
Kultur och Musik	280,1	6%	263,1	6%	311,2	6%	311,3	7%	280,1	6%	267,0	5%
Fritidsfakta	303,4	7%	309,8	7%	301,9	6%	320,3	7%	343,3	7%	323,7	6%
Vetenskapsfakta	134,1	3%	123,7	3%	119,8	2%	134,3	3%	120,6	3%	115,1	2%
Samhällsfakta	458,7	10%	443,3	10%	449,5	9%	461,8	10%	475,3	10%	391,5	8%
Nyheter	1 028,4	23%	1 063,6	23%	1 121,2	23%	1 147,9	24%	1 127,6	24%	1 133,2	22%
SVT Forum	10,1	0%	23,9	1%	12,0	0%	4,9	0%	8,9	0%	9,6	0%
Skarv	33,7	1%	26,5	1%	26,8	1%	28,0	1%	28,9	1%	50,7	1%
Summa	4 528,8	100%	4 662,3	100%	4 924,8	100%	4 733,4	100%	4 777,1	100%	5 041,7	100%

9.4 Sidoverksamhet, mkr

Produktionsresurser	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Intäkter	19,1	18,9	23,6	20,3	16,8	23,2
Kostnader	15,7	16,2	17,7	16,8	14,0	19,3
Gemensamt påslag	2,4	2,3	2,8	2,6	1,7	2,5
Resultat	0,9	0,4	3,1	0,9	1,1	1,3
Fastighet						
Intäkter	10,9	14,7	15,4	15,7	8,3	0,0
Kostnader	15,8	16,6	17,3	17,7	8,3	0,0
Gemensamt påslag	1,4	1,8	1,8	2,0	0,9	0,0
Resultat	-6,2	-3,8	-3,7	-4,0	-0,9	0,0
Hela tv-program						
Intäkter	3,6	4,3	2,5	3,8	6,9	4,6
Kostnader	2,7	3,7	2,0	2,6	2,9	3,4
Gemensamt påslag	0,5	0,5	0,3	0,5	0,7	0,5
Resultat	0,4	0,0	0,2	0,7	3,3	0,7
Försäljning rättigheter						
Intäkter	9,8	8,2	8,7	10,3	7,2	7,3
Kostnader	4,8	3,5	3,7	4,6	3,5	4,2
Gemensamt påslag	1,3	1,0	1,0	1,3	0,8	0,8
Resultat	3,7	3,6	4,0	4,3	2,9	2,2
Arkivförsäljning						
Intäkter	8,4	8,4	8,2	8,3	11,3	10,0
Kostnader	4,2	4,0	4,1	3,9	3,1	3,4
Gemensamt påslag	1,1	1,0	0,9	1,1	1,2	1,1
Resultat	3,1	3,3	3,2	3,4	7,0	5,5
SVT World						
Intäkter	7,3	6,4	5,0	1,7	0,0	0,0
Kostnader	8,9	8,5	6,2	1,5	0,0	0,0
Gemensamt påslag	0,9	0,8	0,6	0,2	0,0	0,0
Resultat	-2,5	-2,8	-1,7	0,0	0,0	0,0
Rekvisita och kostym						
Intäkter	7,5	7,3	8,0	10,1	11,2	12,9
Kostnader	3,4	3,5	3,6	5,1	5,6	6,8
Gemensamt påslag	1,0	0,9	0,9	1,3	1,2	1,4
Resultat	3,1	2,9	3,4	3,7	4,4	4,6
Totalt						
Intäkter	66,6	68,1	71,4	70,3	61,7	58,0
Kostnader	55,4	56,1	54,6	52,1	37,4	37,2
Gemensamt påslag	8,5	8,3	8,3	9,1	6,5	6,4
Skatt	0,6	0,8	1,9	2,0	3,9	3,1
Resultat	2,1	2,8	6,7	7,1	13,9	11,3

svt