



svt



Sveriges Televisions
public service-redovisning 2020

Innehåll

1. Inledning	4	7.4 Tillgänglighet	98
1.1 Vd har ordet	7	7.5 Minoritetsspråk	105
1.2 SVT i ett föränderligt medielandskap	8	7.6 Mötens och dialoger	108
1.3 SVT under coronapandemin	10	8. Publikens – användarna	110
1.4 Årets redovisning	12	8.1 Publikrörelsen från broadcast till online	112
2. Det här vill SVT	14	8.2 Värdering av kanaler och tjänster	113
2.1 Oberoende	17	8.3 Medieanvändning vid kriser	114
2.2 Värde	18	9. Resursanvändning	116
3. Det här har SVT bidragit med	22	9.1 Intäkter	118
3.1 Värde för samhället	24	9.2 Kostnader	123
3.2 Värde för individen	27	9.3 Produktivitetsökning och verksamhetsutveckling	125
3.3 Värde, genomslag som mått på effektivitet	30	9.4 Sidoverksamhet	128
4. Kvalitet och utveckling	32	9.5 Koncernsamarbeten	130
4.1 Uppdragsprocess	34	9.6 Kommersiella samarbeten	131
4.2 Externa produktionsbolag	36	10. Planer för framtiden	134
4.3 Variation i produktionsformer	37	Referenslista för externa källor	140
4.4 En livskraftig mediemarknad	41	Appendix	141
4.5 Publicistisk kontroll	43	Bilagor	160
4.6 Nya tjänster			
4.7 Svenska språket			
4.8 Decentraliserad organisation			
4.9 Teknisk eller annan utveckling			
4.10 Beredskap och sändningskvalitet			
5. Här finns SVT	50		
5.1 Kanaler	52		
5.2 Verksamhet på internet	54		
5.3 Mottagningsplattformar	59		
5.4 Kärnverksamhet och kompletterande verksamhet	60		
6. Ett utbud för alla	64		
6.1 Det samlande uppdraget	66		
6.2 Folkbildning	69		
6.3 Programkategorier	72		
6.4 Jämställdhet, mångfald och spegling	75		
6.5 55-procentsmålet	78		
7. Särskilda uppdrag och målgrupper	80		
7.1 Nyheter och samhällsbevakning	82		
7.2 Kulturuppdraget	88		
7.3 Barn och unga	93		

© Sveriges Television AB 2021

Kontakt: SVT Strategi, 105 10 Stockholm

Redaktör: Alexandra Hjelm

Redaktion: Lena-Marie Bergstrand, Pauline Klang Burvall,
Ulrika von Celsing, Marianne Falksveden, Annaelisa Hedman,
Anders Hvidfeldt, Sabina Rasiwala Hägglund, Tomas Lindhé,
Sara Lindström, Sara Ohlsson, Robert Olsson, Jan Petersson,
Henrik Selin, Eva Sundberg, Albert Svanberg, Catarina Wilson,
Seher Yilmaz och Anna Zettersten.

Layout: Anna Markevärn

SVT äger rätt till bilder i dokumentet.

Tryck: Tryckservice i Ängelholm AB, 2021

Omslag: SVT:s utrikeskorrespondent Fouad Youcef framför Capitolium i Washington DC. Foto: Marco Nilsson/SVT
Stockholm Oscarsteatern. Sedan slutet av mars 2020 står en stor del av kultursverige och liveunderhållningen still
sedan allmänna sammankomster i Sverige gradvis och kraftigt har begränsats, allt beroende på Corona-virusets
framfart i världen. Foto: Anders Wiklund/TT

KAPITEL ETT

Inledning

Programledaren Victoria Dyring blir stylad inför **En kväll för Nobel**. Foto: Johan Paulin.





Inledning

1.1 VD HAR ORDET

2020 blev ett år som gick till historien. Coronapandemin ställde hela världen inför lidande, oro och följdverkningar som vi bara har sett början av. För SVT har pandemin lett till en grundläggande omläggning av verksamheten och en enorm efterfrågan från publiken på verifierad information. Public service roll i samhället har synliggjorts och uppskattats som aldrig tidigare.

Aldrig har SVT nått så många svenskar med nyheter som 2020 där ökningen varit extra stark bland unga. Redan 24 februari startade SVT dygnet runt-rapportering på svt.se om corona och den pågår, oavbrutet, sedan dess. Ett massivt tryck av frågor från publiken har besvarats live, med långt mer än 100 miljoner besök i direktrapporteringen under året. Program som *Rapport* och *Aktuellt* har periodvis fördubblat sina tittarsiffror. Snabba omställningar har gjorts för att svara mot behovet av livsviktig information och granskning kring coronapandemin med nya program som *Helgstudion*, *Ekonomibyrån*, *Urikesbyrån*, *Corona special* och ständiga livesändningar med nyheter om pandemin.

Under pandemin har tv också varit den viktigaste mötesplatsen. Tittandet på SVT ökade rejält 2020 och förtroendet var det högsta som någonsin uppmätts för ett medieföretag, enligt SOM-institutets förtroendemätning. SVT:s starka betydelse som samhällsarena blev tydlig, men också som sällskap för de många ensamma, som bärare av kultur och gemenskap, som trygghet, inspiration och avkoppling.

För att möta behoven i det extraordinära läget sattes snabba åtgärder in. *Hemmagympa med Sofia* för alla som satt isolerade, omgjorda tablåer och hallåor i rutan för alla som inte kunde träffa släkt och vänner samt hundratals scenföreställningar på SVT Play för alla som saknade musik och kultur. På några dagar gjordes *En kväll tillsammans* som en hyllningsgala till vårdpersonalen och *Hemmahänget* som sällskap för barn som tillbringade mer tid hemma. Ett år när allt var annorlunda blev traditioner extra viktiga, med rekord-

publik för program som *Luciamorgon* från Jukkasjärvi, julkalendern *Mirakel* och julvärdens Lars Lerin.

Under 2020 har SVT dragit stor nytta av sitt förebyggande beredskapsarbete, med en etablerad pandemiplan som grund, med teknisk innovation och stärkt IT-säkerhet. Coronaanpassade, radikalt omgjorda, inställda och uppskjutna programproduktioner har varit vardag, klassiska program som *Allsång på Skansen* och *Sommarlov* har sänts utan publik och ett stort arbete har gjorts för att stötta produktionsbolag och säkra en livskraftig film- och tv-produktion långsiktigt i Sverige. Andra medier har kunnat använda SVT:s sändningar från bland annat presskonferenser, allt för att underlätta under den pågående pandemin. Tillgängligheten har också förbättrats, bland annat med nya funktioner som textning av lokala nyheter och valbar hörbarhet digitalt.

Parallelt med coronaarbetet har SVT gjort flera nysatsningar 2020. En historiskt snabb utökning har gjorts av den lokala journalistiken, med invigningar av nya redaktioner i Skara, Nyköping, Kristianstad, Arvidsjaur, Karlshamn och Norrtälje. Ett nytt mål har satts: SVT ska finnas på minst 50 orter i Sverige, nästan en fördubbling på bara några år. Modiga och nyskapande dramaserier har fortsatt att vara ett signum för SVT, med titlar som *Kalifat*, *Jakten på en mördare* och *Sommaren 85*.

2020 har varit ett dramatiskt år, ett annorlunda år och ett lärorikt år. Och tack vare publiken har SVT blivit ett bättre företag. Responsen från tittarna har varit stark, det är högt och lågt, ris och ros, ett stort engagemang och en hög förväntan. Som det ska vara med hela Sveriges television.

Hanna Stjärne
vd SVT



Henrik Dorsin, Johan Ulveson och Vanna Rosenberg i **Premiärdatum oklart**. Foto: Stina Stjernkvist/SVT.



Från vänster Dr Giuseppe Feti klinikchef infektion Monza, Christoffer Wendick Europakorrespondent, Filip Huygens SVT fotograf inför en inspelning på italienskt sjukhus. Foto: Gabriele Micalizzi.

1.2 SVT I ETT FÖRÄNDERLIGT MEDIELANDSKAP

Coronapandemin har drabbat en hel värld och effekterna av smittspridning och nedstängningar påverkade och påverkar alla delar av samhället. Covid-19 har tagit många människors liv och lett till stort mänskligt lidande. Människor har mist sina jobb och företag har gått i konkurs. Förutsättningarna för alla branscher har förändrats, också för mediebranschen. Digitaliseringen tog ett stort språng under 2020 och medievanorna förändrades. Den digitala nyhetskonsumtionen ökade, liksom användningen av strömmande ljud och bild. Parallelt fortsatte medieområdet att präglas av globalisering och hård konkurrens om publik och intäkter.

Pandemin påverkar reklammarknaden

Flera av Sveriges medieföretag påverkades negativt av den ekonomiska utvecklingen under året. Det gällde särskilt för annons-finansierade nyhetsmedier, där intäkterna

minskade kraftigt under andra kvartalet 2020. Efter en viss återhämtning senare under året var prognoserna från Institutet för reklam och mediestudier (IRM 2020) att utfallet för reklammarknaden 2020 blir -6 procent. Nedgången ser dock ut att bytas mot en uppgång igen 2021, med en prognos på +6 procent. Bakom totalsiffrorna ligger dock en mer allvarlig minskning i reklamintäkter för vissa sektorer, främst nyhetsmedier.

För 2020 är prognosen att nyhetsmedier (digitala och tryckta) tappar uppemot 20 procent av sina reklaminvesteringar, och även under 2021 förväntas en fortsatt kräftgång. Intäkterna för medier med nyhetsjournalistik i Sverige har sedan 2008 minskat med 6,2 miljarder kronor, vilket är en halvering på drygt tio år (IRM 2020). En parallel mer positiv utveckling är att andelen digitala prenumerationer ökar stadigt, om än från relativt låga nivåer (TU-Medier i Sverige 2020). Det finns också tidningar och medieföretag som har haft en stark utveckling av digitala prenu-

merationer, exempelvis Dagens Nyheter och Stampen Media. Men även om hushållen lägger mer pengar på digitala nyheter så väger det inte upp morgonpressens vikande annonsintäkter (IRM 2020).

Utländska plattformar de stora reklamvinnarna

De sektorer som har klarat pandemi-perioden bättre, och som fortsätter att utvecklas positivt när det gäller reklamintäkter, är framför allt digitala medier och internet. Bakom den utvecklingen ligger effekterna av en fortsatt globalisering av den svenska mediemarknaden där stora delar av befolkningen längre konsumerar medier via digitala plattformar. Amerikanska plattformsbolag som Google och Facebook har tagit en allt större del av reklammarknaden och nya aktörer som kinesiska Tiktok sällar sig till konkurrensen. Enligt uppskattningar från Nordicom investerade svenska annonsörer under 2019 uppskattningsvis 16,5 miljarder kronor i reklam förmedlad via något av de globala

plattformsföretagen, resurser som därmed försvinner ur landet (Myndigheten för press, radio och tv 2020). Det motsvarade 69 procent av den samlade digitala reklamförsäljningen, eller 40 procent av den totala reklamförsäljningen i Sverige.

Stärkt mediestöd

Riksdag och regering har svarat upp mot utvecklingen genom beslut om förstärkning av mediestödet. Det skedde dels i en första omgång om 150 miljoner kronor till tryckta nyhetstidningar som kompen-sation för annonsbortfallet, dels genom ytterligare 500 miljoner kronor före sommaren i ett bredare stöd till allmänna nyhetsmedier. Totalt har stöd till nyhetsmedier under 2020 uppgått till närmare 1,5 miljarder kronor, varav 1 miljard har gått till de sex tidningskoncernerna Bonnier News, NTM, Stampen, Gota Media, Schibsted och NWT (Dagens Media 2020). Många medieföretag har utnyttjt möjligheten att införa korttidsarbeten och permitterat personal. Det är ännu för tidigt

att bedöma den samlade effekten för medieföretagen av minskade reklamintäkter, ökade digitala intäkter och mediestöd.

Färre svenska produktionsbolag och ökad koncentration

Pandemin har inneburit ett hårt slag mot tv-produktionsbranschen, som har fått se många produktioner ställas in eller skjutas på en osäker framtid. Antalet oberoende svenska produktionsbolag fortsätter att minska. Marknaden är i dag i princip uppdelad på sex företagsgrupper varav endast en är svenskägd. I juni 2020 godkände EU-kommissionen fransk-italienska LOV Groups köp av Endemol Shine via det egna innehållsbolaget Banijay Group, som nu är världens största producent av tv med över 200 underliggande produktionsbolag. Köpet har inneburit att 18 bolag som verkar i Sverige nu ägs och kontrolleras av LOV. En tidig effekt av köpet är att två av de bolagen, Sto-Cph och Nordisk Film TV, lades ner (Dagens Media 2020).

Liksom tv-produktionsbolagen ägs den svenska dagspressen av allt färre aktörer (Myndigheten för press, radio och tv 2020). Bonnier och Schibsted äger mer än 70 procent av den svenska dagspressen. Under 2020 har Bonnier News ytterligare stärkt sitt ägande av lokala dagstidningar genom köpet (tillsammans med norska Amedia) av Hall Media, som bland annat inkluderar ett tiotal dagstidningstitlar i norra Småland och Västergötland samt sju gratistidningar (Dagens Media 2020).

Hushållens mediekonsumtion ökar
Samtidigt lägger hushållen i Sverige mer pengar på medier än någonsin. Enligt IRM-undersökningen *De svenska hushållens mediekonsumti* 2020 är de totala medieutgifterna drygt 20 000 kronor per hushåll och år, en ökning med 3 procent jämfört med 2019. Den största utgiften är så kallade access-kostnader (till exempel mobilabonnemang), totalt cirka 7 700 kronor per år och hushåll. Näst största utgift, cirka 6 400 kronor per år, läggs på rörlig bild. Det är en minskning jämfört med

tidigare år vilket bland annat beror på den nya finansieringsformen för public service som i de flesta fall har inneburit en minskad kostnad. Public service-avgiften har 2020 varit max 1 397 kronor per person och är 71 procent av de svarande i undersökningen anser att avgiftens nivå är rimlig (IRM 2020).

Streamingjättarna går starkt i krisen

De globala streamingtjänsterna Netflix, HBO och Disneys streamingtjänst Disney Plus, som lanserades i Sverige 2020, har gynnats i krisen. Efter lanseringen den 15 september nådde Disney Plus redan efter två veckor 450 000 abonnenter, eller tio procent av landets hushåll. Sverige fortsätter därmed vara ett land där strömmande tv ökar kraftigt. De senaste tolv månaderna har svenska hushåll skaffat ytterligare tre miljoner abonnemang, varav merparten har gått till Netflix och Disney Plus (Mediavision 2020). Delvis beror det på att många hushåll som redan har abonnemang skaffar nya. Det är också en förklaring till hushållens ökade medieutgifter. Under 2021 kommer Disney Plus att stärka sitt utbud av film och serier ytterligare då kategorin Star, som riktar sig till en äldre publik, läggs till. Under året lanseras även Paramount+ och HBO Max i Sverige.

Hot och hat fortsatt problem för journalister

Hela mediebranschen vittnar om att journalister fortsätter att utsättas för hot och trakasserier. SVT har under 2020 redogjort för att företagets kostnader för säkerhet har fyrdubblats de senaste fem åren. Det handlar om säkerhetsincidenter i form av hatmejl, ofredanden, våldshandlingar och olaga hot. En betydande andel av incidenterna bedöms som så allvarliga att de polisanmäls.

SVT:s relevans ligger i ett brett kvalitetsutbud på svenska
SVT konkurrerar i dag med internationella storföretag som producerar för en världsmarknad med enorma programbudgetar. Till skillnad från de globala streamingjättarna, med ett i huvudsak anglosaxiskt utbud, erbjuder SVT ett brett innehåll av nyhets- och samhällsjournalistik, kulturbekvakan och andra programgenrer av hög kvalitet på svenska. SVT:s innehåll utgår även från ett svenskt perspektiv.

Närvaron i hela landet, 40 orter som ska bli ännu fler, möjliggör för SVT att fånga upp vad som händer i landets alla delar. SVT:s geografiska spridning gör att SVT kan spegla hela landet i programutbudet, från nyheter till underhållningsprogram. SVT:s ambition är att visa den ständigt pågående berättelsen om Sverige. I det ingår även att bygga Sveriges kollektiva minne, där SVT tillgängliggör program för nya generationer och skapar nya traditioner. 60 procent av SVT:s samlade kostnader går externt och företaget ska fortsatt vara ett kreativt nav på den svenska tv-produktionsmarknaden.

SVT ska också fortsätta att vinna allmänhetens förtroende och uppskattning med de viktigaste nyheterna, den skarpaste granskningen och det mest attraktiva och berikande programutbudet. SVT ska göra det genom ett innovativt och kreativt utvecklingsarbete, där SVT byggs för en ny tids tv-vanor.

1.3 SVT UNDER CORONAPANDEMEN

Pandemin har – precis som för så många andra delar av samhället – ställt SVT inför ett antal utmaningar som har förändrat verksamheten i grunden och som har påverkat företagets relation till ett stort antal samarbetspartners och till publiken. Den påverkar därför också redovisningen av hur SVT uppfyllt sitt uppdrag och sammankattivitàerna kort här för att utvecklas på andra ställen i public service-redovisningen.

Behov av information och fördjupning

Under hela året har behovet av information och fördjupning kring pandemin varit enormt. Behovet ser ut att finnas kvar under lång tid även framöver. Nyhetsverksamheten stärktes kraftigt dygnet runt för att möta det ökade behovet av information om viruset och om åtgärder för att hantera smittspridningen. SVT har sänt direkt från myndigheternas presskonferenser under hela året och flera nya program, som *Coronaspecial*, har startats där experter har svarat på publikens frågor. SVT Nyheter har sedan tidigt våren 2020 granskat och värderat myndigheternas hantering av pandemin och initierat egna undersökningar som fått stort genomslag i debatten.

Online har tittarna fått svar dygnet runt i SVT:s nyhetstjänst och genom specialutvecklad datagrafik som bland annat förklarat smittspridningen och vårdläget i landet. SVT:s lokala redaktioner har bidragit till rapporteringen och samlat in berättelser som skildrar medborgarnas nya vardagsliv. Det arbetet beskrivs ingående i avsnitt 7.1. Stora insatser har gjorts för att informationen ska vara tillgänglig för alla, bland annat genom tidig information på olika språk och förstärkt teckenspråks-tolkning (se även avsnitt 7.4 tillgänglighet och 7.5 minoritetsspråk).

Beredskap och säkerhet

Redan i början av pandemin aktualiseras företagets beredskapsuppdrag med höga krav på att verksamheten ska fungera säkert och stabilt även i en allvarlig kris. SVT har på senare år kontinuerligt utvecklat företagets beredskap och säkerhet, också för distribution online, och har investerat i ökad kapacitet och robusthet för att säkerställa hög funktionalitet vid olika typer av kris situationer. Pandemier är ett av de möjliga krissscenerier som SVT planerat för och företagets pandemiplan har varit en av utgångspunkterna för arbetet under 2020.

SVT vidtog tidigt en rad åtgärder för att

säkerställa verksamhetens funktion och att så få medarbetare som möjligt skulle smittas. Tillträdet till företagets lokaler begränsades, nyhetsredaktioner isolerades, alternerande arbetslag skapades och hemarbetet underlättades för dem som inte måste vara på plats. Kapaciteten online utökades löpande för att klara trycket på de digitala tjänsterna och ny innovativ distanstecknik säkrade tv-sändningarna (se fler aspekter av beredskap och säkerhet i avsnitt 4.4).

under året. Under coronapandemin har SVT tagit fram särskilda lösningar och erbjudit andra medier att använda SVT:s sändningar från myndigheternas dagliga presskonferenser, statsministerns och kungens tal samt SVT:s datagrafik om pandemin. Ett 40-tal mediehus har valt att använda SVT:s erbjudanden under året (se även avsnitt 4.4).

Påverkad produktion och ökade kostnader

Under 2020 har SVT haft omfattande kostnader kopplade till pandemin. Det har varit kostnader för stärkt nyhetsbevakning för att möta informationsbehov, flera nya programtitlar för att stötta de som blivit isolerade hemma och kostnader för planerade program som med kort varsel fått omarbetas för att kunna genomföras. Ett par stora produktioner, bland dem *Allt för Sverige*, fick skjutas på framtiden på grund av restriktionerna. Samarbetet med externa producenter påverkades också i hög grad. SVT försökte hitta kreativa lösningar tillsammans med produktionsbolagen för att genomföra planerade produktioner och tog även en stor del av merkostnader där sådana uppkom (mer i avsnitt 4.2). Under 2020 har coronapandemin medfört ökade programkostnader för SVT med totalt 109 miljoner kronor.

Stort gensvar från publiken

Publikens gensvar har varit överväldigande. Redan tidigt under våren 2020 fick SVT tydliga kvitton på att publiken uppskattade åtgärderna som vidtagits och i stor utsträckning vände sig till SVT för information och fördjupning. En undersökning genomförd av Novus i april 2020 visade att SVT rankades som det företag med bäst information om coronaviruset (Novus 2020). SOM-institutets specialundersökning under coronapandemins första fas visade att SVT har ett högt förtroende hos 81 procent av befolkningen (Andersson 2020). Det är den högsta noteringen någonsin för ett medieföretag sedan förtroendemätningarna infördes (mer

om hur publiken använt och värderat SVT:s kanaler och tjänster är 2020 i kapitel 3 och 8).

Lärdomar framåt

SVT:s hantering av utmaningarna under året har också haft positiva effekter för verksamheten och utvecklat både kreativitet, teknik och kapacitet. SVT:s sätt att stötta produktionsbolag såväl som kommersiella medier har uppskattats av branschen. Att SVT snabbt anpassat verksamheten till allmänhetens förändrade behov har lett till ökad användning, ökat förtroende och uppskattning från publiken. It-säkerheten och it-kapaciteten har stärkts för att göra det möjligt för fler medarbetare att jobba hemifrån. Förstärkningen har också varit nödvändig för att distansproduktioner med tunga tv-överföringar och ökad användning av SVT:s onlinetjänster skulle fungera under 2020. Det har lett till ökad flexibilitet, kapacitet och effektivitet.

MEDELSVILLKOR 24

"SR, SVT och UR ska i samverkan fortsatt utveckla sin redovisning med inriktning på att så långt som möjligt åstadkomma en gemensam redovisningsform..."

"I arbetet ska ingå att definiera och operationalisera centrala begrepp i tillstånds-

och medelsvillkoren, ta fram konkreta uppföljningsbara resultatmått ... mäta och redovisa olika indikatorer på kvaliteten och särarten i programutbudet."

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

1.4 ÅRETS REDOVISNING

→ MV 24

Redovisningen av verksamhetsåret 2020 är den första under tillståndsperioden 2020–2025. För att visa tydligare hur SVT, SR och UR lever upp till sändningstillstånd och medelsvillkor har programbolagen tillsammans genomfört ett antal förändringar i redovisningarna.

Renodlat. Redovisningarna är utformade så att de tydligt svarar på de krav som ställs i sändningstillstånd och medelsvillkor. I den här redovisningen finns respektive krav citerat och framflytt i anslutning till den text där kravet besvaras.

Likartad struktur. Bolagens redovisningar i år har fler likalydande kapiteltitlar och underrubriker.

Mer lättillgänglig. Ambitionen har varit att göra redovisningarna mer lättlästa för en bred läsekrets. Bolagen fortsätter att utveckla redovisningarna för att uppnå en så gemensam form som möjligt, men även för att stimulera en offentlig diskussion om verksamheten.

En del skillnader kommer dock att kvarstå eftersom bolagen har skilda uppdrag. Bolagen eftersträvar likartade definitioner så långt som möjligt.

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

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 program på minoritetsspråk och tillgänglighetstjänster som parallellsänds i hd-kvalitet räknas in i sändningsstatistiken. Alla timmar som redovisas i public service-redovisningen 2020 gäller sändningsstatistik för broadcast, om inte annat anges.

SVT använder en kombination av olika typer av resultatinformation för att redovisa hur företaget lever upp till kraven i sändningstillstånd och medelsvillkor. Det handlar om kvantitativa indikatorer med jämförelser mellan åren och kvalitativa indikatorer som programexempel, rutiner och andra åtgärder.

Här är innehållet i de olika kapitlen:

1. Inledning

Beskrivning av de viktigaste dragen i företagets verksamhet under år 2020, och hur den pågående coronapandemin respektive de snabba förändringarna på mediemarknaden har påverkat förutsättningarna för SVT.

2. Det här vill SVT

En redogörelse för SVT:s oberoende och övergripande mål att bidra till värde för samhället och värde för dig.

3. Det här har SVT bidragit med

Redovisning och analys av SVT:s bidrag till värde för samhället och för enskilda individer.

4. Kvalitet och utveckling

En beskrivning av hur SVT säkrar att verksamheten lever upp till de kvalitetskrav som ställs i sändningstillstånd och medelsvillkor. I det ingår en beskrivning av den publicistiska kontrollen och beredskapsuppdraget.

5. Här finns SVT

Redovisning av hur det totala utbudet fördelar på kanaler och tjänster på olika plattformar samt hur företagets kärnverksamhet och kompletterande verksamhet utvecklas.

6. Ett utbud för alla

En redovisning av bredden i SVT:s programutbud, inklusive hur SVT levt upp till folkbildningsuppdraget och villkoren om spegling av hela landet.

7. Särskilda uppdrag och målgrupper

Kapitlet beskriver hur SVT svarar upp mot ett antal särskilt utpekade uppdrag i uppdraget, som nyheter, kultur, barn och unga, tillgänglighet och minoritetsspråk.

8. Publik – användarna

Här beskrivs hur publikn tar emot SVT:s samlade utbud och hur den värderar SVT. Med anledning av coronapandemin redogörs också för medieanvändning i kristider.

9. Resursanvändning

Kapitlet redovisar intäkter, kostnader och sidoverksamhet samt hur företaget arbetar med produktivitetsförbättringar.

10. Planer för framtiden

I kapitlet beskrivs översiktligt SVT:s riktning framåt.

Efter de tio kapitlen följer en referenslista för att ge läsaren möjlighet att gå till de externa källor som refereras till i den löpande texten. I appendix samlas samtliga tabeller, grafer och figurer som redovisats för att ge möjlighet till överblick och jämförelser.

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

I appendix presenteras även två index gällande minoritetsspråk för samtliga public servicebolag samt ett antal tabeller som kompletterar de grafer som visas i den löpande texten. På siffror.svt.se finns dessutom mer statistik i form av grafer och tabeller som beskriver SVT:s verksamhet.

KAPITEL TVÅ

Det här vill SVT

SVT:s målsättning är att skapa värde för samhället och för enskilda individer. Program och tjänster ska användas och uppskattas i breda folklager. En förutsättning för att lyckas är att SVT:s verksamhet kan bedrivas oberoende av politiska, kommersiella och andra intressen.



Det här vill SVT

INLEDNINGEN TILL SÄNDNINGSTILLSTÅNDET: "Sveriges Television AB (SVT) har till uppgift att bedriva tv-verksamhet i allmänhetens tjänst. Verksamheten regleras genom ett uppdrag som har beslutats av regering och riksdag för perioden 2020–2025. Uppdraget framgår av företagets sändningstillstånd och särskilda medelsvillkor, som gäller under hela tillståndsperioden. Till såväl staten som olika ekonomiska, politiska och andra intressen och maktfärer i samhället. Det är särskilt viktigt att SVT slår vakt om programområden som är betydelsefulla för allmänintresset."

INTRODUKTION – SVT:S STRATEGISKA ARBETE 2020–2025

SVT:s uppdrag är att bedriva tv-verksamhet i allmänhetens tjänst. Verksamheten regleras genom ett uppdrag som har beslutats av regering och riksdag för perioden 2020–2025. Uppdraget framgår av företagets sändningstillstånd och särskilda medelsvillkor, som gäller under hela tillståndsperioden.

Utifrån uppdraget har SVT formulerat visionen "Vi bidrar till ett Sverige där alla är mer nyfikna och insatta". För 2020–2023 har SVT beslutat om en ny företagsstrategi med utgångspunkt i den visionen. Företagsstrategin syftar till att stärka SVT:s förutsättningar och förmåga att uppfylla uppdraget i allmänhetens tjänst.

SVT:s styrelse har beslutat om den övergripande inriktningen på strategin och formulerat strategiska mål under rubrikerna *Värde för samhället* och *Värde för dig*. *Värde för samhället* svarar mot beskrivningen av SVT som en demokratisk kollektiv nyttighet som gynnar alla oavsett om man själv tar del av den. *Värde för dig* har en tydlig koppling till att public ser-

vice nu har en finansieringsmodell där alla i Sverige är med och betalar. Alla ska kunna finna intressant innehåll i programverksamheten och SVT ska enligt sändningstillståndet tillgodose "skiftande förutsättningar och intressen hos befolkningen i hela landet".

Under rubriken *Värde för samhället* ligger målen: SVT skapar värde för samhället och SVT är till för alla. Under rubriken *Värde för dig* ligger målen: SVT skapar värde för dig och SVT är en del av människors vardag. Räckvidd och användning är fortsatt viktigt.

Vid sidan av de målen bygger SVT:s strategi på fyra huvudsakliga riktlinjer som tillsammans ska bidra till att SVT uppfyller sitt public service-uppdrag och visionen om att SVT bidrar till ett Sverige där alla är mer nyfikna och insatta. De strategiska riktlinjerna är att:

- » förnya vårt utbud för att bli ett självklart val online
- » bygga ett SVT för en ny tids tv-vanor
- » komma närmare alla i Sverige
- » skapa ett mer effektivt, kreativt och lärande SVT.

Värde för samhället

SVT skapar värde för samhället

SVT är till för alla

Värde för dig

SVT skapar värde för dig

SVT är en del av människors vardag



Ljussättning i Babels studio inför sändning. Foto: Anders Molin/SVT.

Riktlinjerna utgör grunden för företagets interna arbete med att utveckla verksamheten de kommande åren. De utecklas i kapitel 10.

Redovisningen inleds med en kort genomgång av förutsättningarna för SVT:s oberoende. Det är inte ett mätbart mål i SVT:s strategi men oberoendet för svensk public service, det vill säga SVT, SR och UR, är viktigare än någonsin och det behöver försvaras, utvecklas och värnas, både genom aktiviteter i bolaget och genom public services reglering, finansiering och institution.

2.1 OBEROENDE

SVT:s oberoende är ett fundament för verksamheten och en förutsättning för att SVT ska kunna skapa värde för samhället och för publiken. Det svenska public service-systemet är konstruerat för att på flera olika sätt bidra till att verksamheten kan bedrivas oberoende i förhållande till det allmänna och andra maktfärer och intressen. Det beskrivs kort nedan under rubrikerna Institutionen public service,

Reglering och Finansiering. SVT avser följa utvecklingen inom de områdena under tillståndsperioden för att se hur förutsättningarna för oberoendet påverkas.

På övergripande nivå påverkas SVT:s och andra mediers förmåga att agera självständigt av utvecklingen när det gäller situationen för medier i stort. Organisationen Reportrar utan gränser publicerar årligen ett så kallat *Pressfrihetsindex*. Sverige bedöms här vara ett land med mycket god pressfrihet, men har samtidigt backat en placering sedan föregående år (från plats 3 till 4), vilket bland annat bedöms bero på ökade hot och trakasserier mot journalister (Reportrar utan gränser 2020).

I europeiska undersökningen *Media Pluralism Monitor 2020* betraktas Sverige som ett land med låg risk när det gäller hot mot mediemångfald. Men även här finns utvecklingstrender som på sikt bedöms utgöra risiker för mångfalden, bland annat när det gäller skyddet för journalisters säkerhet och koncentrationen på mediemarknaden (Brog i med flera 2020).

Institutionen public service

Det svenska public service-systemet är väl förankrat i det svenska samhället och i svensk demokrati. Public service-företagen ska vid sidan av kommersiella och intresse-drivna medier bidra till mediepluralism och till att alla medborgare i landet närs av kvalitativ journalistik och medieinnehåll präglat av saklighet och opartiskhet. Riksdagens och regeringens beslut om sändningstillstånd och medelsvillkor, som baseras på ett omfattande utrednings- och remissarbetet med breda politiska överenskommelser som grund, garanterar institutionen och dess oberoende funktion i samhället. 2020 var det första året i en ny sexårig tillståndsperiod.

Public service-systemets legitimitet bygger på att publiken kan lita på verksamhetens oberoende från kommersiell och politisk påverkan. Lagstiftaren har därför konstruerat ett system som på olika sätt bidrar till att verksamheten kan bedrivas oberoende i förhållande till det allmänna och andra maktsärer och intressen. Även om det är fallet så finns det enligt SVT all anledning att söka vägar för att fortsatt ytterligare stärka det oberoende.

Under 2020 lämnade tryck- och yttrandefrihetskommittén sitt förslag om att åstadkomma ett ändamålsenligt grundlagsskydd för tryck- och yttrandefriheten (SOU 2020:45). En av uppgifterna för kommittén var att analysera om public service-företagens oberoende är tillräckligt garanterat genom nuvarande reglering och överväga om oberoendet kan stärkas ytterligare genom ändringar i grundlagen. Kommittén avstod från att lägga ett förslag om ändring av grundlagen med hänvisning till att det inte fanns tillräckligt brett parlamentariskt stöd.

I remissvar på kommitténs betänkande beklagade SVT detta och konstaterade samtidigt att kommittén heller inte hade utrett själva grundfrågan om public service-verksamhetens oberoende är tillräckligt garanterat genom nuvarande reglering. En sådan genomgång hade bland annat kunnat visa hur snabba förändringar av lag-

stiftning och andra beslut inom ramen för det nu gällande svenska systemet skulle kunna leda till potentiellt radikala förändringar av verksamheten och till en politisering av public service.

Reglering

Villkoren för SVT:s public service-uppdrag för perioden 2020–2025 framgår i sändningstillstånd och medelsvillkor och i särskilda regeringsbeslut om tillgänglighet för personer med funktionsnedsättning. Under 2018 beslutade riksdagen att oberoendet för public service ska stärkas ytterligare genom att tillståndsperioden på sikt ska vara åtta år och genom att aktiva riksdagsledamöter inte längre ska ingå i förvaltningsstiftelsens styrelse.

Från och med den 1 december 2020 gäller också att den som är riksdagsledamot, statsråd eller anställd i Regeringskansliet inte får vara ledamot i Granskningsnämnden för radio och tv. Regeringen har även beslutat att i instruktionen för Myndigheten för press, radio och tv reglera längden på ordförandens och övriga ledamöters förordnanden liksom att alla ledamöter i nämnden inte ska kunna bytas ut vid ett och samma tillfälle.

Finansiering

2020 var det andra året då public service finansierades med en individuell public service-avgift som tas ut via inkomstskatten, istället för den tidigare radio- och tv-avgiften som baserades på hushållens innehav av tv-apparat. En central aspekt i den nya ordningen för finansiering är att den nya avgiften är specialdestinerad till just radio och tv i allmänhetens tjänst. Det innebär att medlen till public service inte blir en del av de årliga budgetförhandlingarna om olika politiska prioriteringar och att tilldelningen ligger utanför utgiftstakten. Att medel tilldelningen till public service dessutom beslutas vid ett tillfälle och gäller för hela tillståndsperioden bidrar ytterligare till att stärka oberoendet från politisk påverkan.

2.2 VÄRDE

SVT:s strategiska mål är *SVT skapar värde för samhället* och *SVT skapar värde för dig*. Tidigare mättes SVT:s bidrag till värde för samhället och individuellt värde genom en enda fråga till publiken om vartdera målet. Resultatet från attitydundersökningar redovisades i SVT:s public service-redovisningar åren 2014–2019.

Vid en utvärdering av målen blev det tydligt att det var svårt för publiken att för-



Vår tid är nu – 1951 med Nina Löwander (Hedda Stiernstedt. Foto: Niklas Maupoix/SVT).

hålla sig till så breda frågor, men också för SVT att kunna dra slutsatser av och agera på den information som publikens svar genererade.

För vart och ett av målen *SVT skapar värde för samhället* och *SVT skapar värde för dig* har SVT därför istället valt att mäta målen med flera frågor till publiken. Det möjliggör för publiken att svara på mer precisa frågor om vilket värde SVT skapar, och det ger SVT mer information att använda för fortsatt utveckling av verksamheten. Ett stort antal indikatorer har testats med publikfrågor för att hitta vilka kvaliteter och drivkrafter som tydligast kan förklara samhällsvärde och individuellt värde. Bland dessa har sex publikfrågor tagits fram där deltagare i opinionsundersökningar genomförda av etablerade undersökningsföretag får ta ställning till ett antal påståenden om SVT.

Frågorna till publiken har valts med

utgångspunkten att fånga olika delar av SVT:s public service-uppdrag och företagets vision och strategi.

Genomslaget för SVT:s verksamhet hos publiken kommer fortfarande att mäts genom räckvidd och användning som utgör delkomponenter i de strategiska målen *Värde för samhället* respektive *Värde för dig*.

Värde för samhället

Målet att *SVT skapar värde för samhället* mäts med tre olika frågor till publiken:

- » SVT har trovärdiga nyheter (målnivå: 75 procent).
- » SVT:s innehåll har hög kvalitet (målnivå: 65 procent).
- » SVT har innehåll som ger människor kunskaper och insikter (målnivå: 65 procent).

Målnivåerna för respektive fråga har satts med ledning från utfall på tidigare publik-

undersökningar och med en fortsatt hög ambition för SVT:s bidrag till samhällsvärde.

I målsättningen att SVT är till för alla ryms en räckviddsambition som handlar om att nå ut till så många som möjligt. Räckvidd anses internationellt vara ett av de viktigaste målen för public service och en förutsättning för att verksamheten ska kunna bidra med ett värde för hela samhället. SVT ska vara till för alla oavsett ålder, geografisk hemvist, bakgrund, kön eller funktionsvariation. Genom en fortsatt god räckvidd trots omvärldsförändringar och ökat konkurrensstryck kan SVT bibehålla sin demokratiska funktion i det svenska samhället.

SVT:s mål är att minst 8 av 10 ska ta del av SVT:s kanaler och tjänster en geometnsnittlig vecka.



Loreen i Melodifestivalen 2020. Foto: Stina Stjernkvist/SVT.



Anders Lundin och Henrik Ekman i **I klimatets spår**. Foto: Peter Lindgren/SVT.



Tomas (Henrik Norlén) i dramaserien **Tsunami**. Foto: Ulrika Malm/SVT.

Värde för dig

Målet att SVT skapar värde för dig mäts med tre olika frågor till publiken:

- » I vilken grad publiken har förtroende för SVT:s innehåll (målnivå: 75 procent)
- » Om publiken anser sig ha nytta av SVT:s innehåll (målnivå: 65 procent)
- » Om SVT har ett innehåll som intresserar publiken personligen (målnivå: 65 procent)

För varje publikfråga har en målnivå satts med ledning från utfall på tidigare publikundersökningar och med en fortsatt hög ambition för SVT:s bidrag till individuellt värde.

Formuleringen att SVT är en del av människors vardag mäts i hur mycket tid som publiken lägger på konsumtion av innehåll i SVT:s kanaler och tjänster.

Tv-branschen räknar med en minskning i användning när en allt större del av tittandet kommer att ske online. Även om den omfattande konkurrensen i dagens medielandskap innebär att publikens tid fördelas på allt fler medieaktörer så är det en central ambition för ett public service-företag som SVT att ha en hög genomsnittlig användning i publiken. SVT:s mål är att den genomsnittliga användningen av SVT:s kanaler och tjänster ska vara minst 40 minuter varje dag.

Fortsatt utveckling av SVT:s redovisning av värde

För att ge ytterligare kraft i ambitionen att skapa värde för samhället och för individer arbetar SVT med olika interna målsättningar.

Ett sådant mål handlar om hur väl SVT speglar och bevakar hela Sverige. 2020 inleddes med målet att alla kommuner i Sverige skulle synas i SVT varje år. Mot bakgrund av att SVT under 2020 har stärkt ambitionen att vara närvärande i och spegla hela landet i nyhetsverksamheten så är målet nu att alla kommuner i Sverige ska omnämñas i SVT minst tre gånger om året (se även kapitel 10).

Ett annat mål följer andelen av SVT:s resurser som går till program med syfte att den andelen ska öka (se också 3.3 och 9.3).

Ytterligare ett mål handlar om att SVT ska komma närmare publiken genom att antalet medarbetare som deltar i lyssnande publikmöten ska öka. Coronapandemin har försvårat för SVT att genomföra traditionella publikmöten och för närvarande utvecklas därför digitala format för möten med publiken.

KAPITEL TRE

Det här har SVT bidragit med

I föregående kapitel redovisas vad SVT vill. I kapitel 3 beskrivs hur SVT har lyckats, genom publikens bedömning av SVT:s bidrag till värde för samhället och för enskilda individer. Även SVT:s genomslag i räckvidd och användning presenteras. Kapitlet avslutas med att koppla resultaten till villkoren i uppdraget om effektivitet och produktivitet.

I kapitel 8 beskrivs ytterligare trender och förändringar i människors mediebeteenden och användning av medier vid kriser.



Det här har SVT bidragit med

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

3.1 VÄRDE FÖR SAMHÄLLET

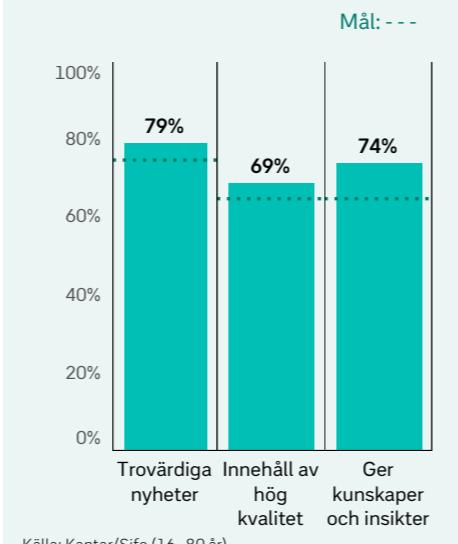
Allmänheten är SVT:s uppdragsgivare och det är viktigt att betydande delar av befolkningen ger ett högt betyg för SVT:s bidrag till värde för samhället. Indikatorer på det är allmänhetens uppfattning om SVT har trovärdiga nyheter, hög kvalitet och ett innehåll som ger kunskaper och insikter. SVT:s mål är att 75 procent av allmänheten ska instämma i påståendet att *SVT har trovärdiga nyheter* (stämmer mycket/ganska bra). För de övriga publikfrågorna: *SVT:s innehåll har hög kvalitet* och *SVT har innehåll som ger människor kunskaper och insikter* är målsättningen att en klar majoritet på 65 procent av befolkningen ska instämma i påståendena (stämmer mycket/ganska bra). I grafen 3.1.1 redovisas utfallet för de tre indikatorerna.

Som framgår i kapitel 2 medför SVT:s nya uppdrag och strategi att företaget utgår från nya mått för att mäta hur SVT bidrar till att skapa värde för samhället och för enskilda individer. SVT har också under året upphandlat ny undersökningsleverantör. Tidigare ställdes frågorna i telefonintervjuer. Idag genomförs undersökningarna av attityder och värderingar som en webbenkät. Därför försvåras jämförelser av nivåer från tidigare mätperioder.

Stort värde för samhället

SVT:s attitydundersökning för 2020 visar att 79 procent av befolkningen instämmer i påståendet att SVT har trovärdiga nyheter. Nast flest instämmer i att SVT ger kunskaper och insikter (74 procent) och något färre instämmer i att SVT har innehåll av hög kvalitet (69 procent). Sammantaget innebär det att SVT under 2020 ligger över målnivåerna för de publikfrågor som har valts som indikatorer på värde för samhället. Andelen som instämmer i de tre påståendena

3.1.1 Värde för samhället



Det vackraste samiska hantverket med Brita Unnes. Foto: Hans-Olof Utsi.

om samhällsvärde stiger med åldern, men skillnaderna är relativt små. De ungas upplevda samhällsvärde har dock stärkts avsevärt under 2020. Kvinnor värderar SVT något högre än män.

Vid en jämförelse med de publikfrågor som SVT har ställt tidigare kan konstateras att resultatet visar en tydlig ökning 2020 jämfört med året innan.

Liknande resultat kan konstateras också i andra undersökningar. Enligt en undersökning från Novus som SVT och SR har låtit genomföra under 2020 ansåg 72 procent att SVT varit den medieaktör som man litar mest på när det gäller rapporteringen om coronaviruset. För SR var motsvarande siffra 68 procent, för TV4 48 procent och för den lokala morgontidningen 42 procent. Undersökningen visar också att publiken anser att SVT är den bästa aktören för snabb information, för fördjupning och för granskning. Mer än var fjärde person (28 procent) sa sig ha blivit mer positivt inställd till SVT som ett resultat av hanteringen av pandemin (Novus 2020).

Stärkt samhällsvärde i kristid

Resultaten tyder på att SVT:s hantering av pandemin har inverkat positivt på publiks upplevelse av SVT:s

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

SVT:s nyhetsverksamhet stärktes tidigt under våren dygnet runt för att möta det ökade behovet av information om själva viruset och om åtgärder för att hantera smittspridningen. SVT sände direkt från myndigheternas presskonferenser under hela året och flera nya program startade där experter svarade på publikens frågor. Online har tittarna fått svar dygnet runt i SVT:s nyhetstjänst och genom specialutvecklad datagrafi som bland annat förklarar smittspridning och vårdläget i landet.

SVT har under 2020 också genomfört flera förändringar i den övriga programverksamheten för att möta publikens ändrade behov och stötta inte minst de riskgrupper som varit isolerade. SVT:s programvärder, eller "hallåor", återinsattes och kunde lotsa publiken genom ett för-

stärkt utbud av dramaserier, underhållning och film. Flera olika specialprogram introducerades, som *Hemmagympa med Sofia*, *Helgstudion* och *Sommaröppet*, liksom ett utökat antal scenföreställningar i SVT Play när landets kulturscener tvingades stänga ner. Exempel på sådana föreställningar: Bob Hanssons poesi-ståupp *Kan vi inte vara snälla* och Lena Anderssons *Egenmäktigt förfarande*. Under året startade SVT också programmet *Ekonomibyrån* med målsättningen att hjälpa publiken förstå de många omfattande konsekvenserna av pandemin och andra skeenden i världen.

Utmärkelser en kvalitetsindikator

Andra indikatorer på hög kvalitet i programverksamheten är priser och utmärkelser som tilldelas medieföretag. Under 2020 utnämndes SVT Play till Sveriges mest populära streamingtjänst av analysinstitutet Nordic Bench i samarbete med affärssnyhtsbrevet TV-nyheterna (Mynewsdesk 2020). Både SVT Nyheters granskning av svenska inrikesfartygs kol dioxideutsläpp och *Uppdrag granskning* avslöjande om Swedbanks roll i internationell penningtvätt belönades med Föreningen grävande journalisters pris

Guldspaden (Föreningen grävande journalister 2020).

Vid den svenska tv-galan Kristallen fick SVT priser i sju kategorier. *Dokument inifrån – Att rädda ett barn* tilldelades priset för årets granskning och *Guldfeber* utsågs till årets dokumentär. Priserna för årets kvinnliga respektive manliga skådespelare i en tv-produktion tilldelades Gizem Erdogan och Amed Bozan för deras roller i *Kalifat. Leif och Billy* tog hem priset för årets humorprogram och *Bäst i test* blev årets underhållningsprogram. Sofia Åhman från *Hemmagympa med Sofia* vann juryns specialpris.

Vid den internationella tv-festivalen Prix Europa fick SVT dokumentären *Josefin & Florin* priset för bästa europeiska tv-program om kulturell mångfald. SVT fick också tre special-

omnämningar för *Kalifat* i kategorin årets bästa dramaserie, *Den stora älvgvandringen* i kategorin årets bästa medieprojekt online och *Guldfeber* i kategorin årets bästa europeiska dokumentärserier. Bland ytterligare priser för SVT:s journalistik kan nämnas att mångåriga sportjournalisten Jacob Hård fick Lukas Bonniers Stora Journalistpris och att SVT Sport tilldelades Svenska jämställdhetspriset.

SVT:s räckvidd i publiken

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

I grafen 3.1.2 redovisas utvecklingen för SVT:s räckvidd, det vill säga hur stor andel av publiken som tar del av SVT:s kanaler och tjänster en genomsnittlig vecka.

Ökad räckvidd 2020

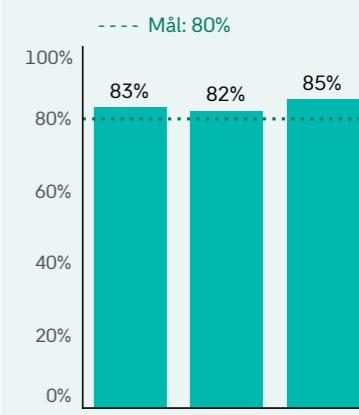
SVT:s samlade räckvidd för kanaler och tjänster låg under 2020 på 85 procent av befolkningen, vilket är en ökning med tre procentenheter jämfört med 2019. Som högst var SVT:s räckvidd 86 procent under det första tertialet 2020. En viktig delförklaring är sannolikt den ökade konsumtionen av nyheter och information i pandemins inledande skede. Det positiva resultatet för 2020 har brutit en tidigare nedåtgående trend med något minskad räckvidd under en längre tid. Det har skett samtidigt som andra delar av SVT:s utbud under 2020 har påverkat räckvidd och konsumtion negativt jämfört med ett normalår. Ett sådant exempel är det attraktiva sportutbudet som har varit mycket begränsat under året på grund av det stora antalet inställda idrottsevenemang och som normalt bidrar till hög räckvidd och användning. Räckvidden skiljer sig betydligt mellan åldersgrupper. Under 2020 har den dock ökat i alla åldersgrupper förutom i åldersgruppen 9–15 år.

Räckvidden varierar också kraftigt mellan plattformar. Fortfarande bidrar det traditionella tv-tittandet till den största delen, men digitaliseringen har som tidigare konstaterats gått rekordsnabbt under 2020 och antalet som tittar digitalt har

ökat kraftigt. Under 2020 har andelen av befolkningen som enbart följer SVT via linjära sändningar i broadcast minskat från 33 procent 2019 till 20 procent 2020. Andelen som använder både nya och gamla plattformar har ökat kraftigt från 31 procent andra halvåret 2019 till 49 procent sista tertianen 2020. Andelen som endast använder SVT online har ökat varje år och uppgår i dag till 16 procent (se även avsnitt 8.1 om publikrörelsen från broadcast till online).

3.1.2 Räckvidd

SVTs totala veckoräckvidd per genomsnittlig vecka - TV/online



3.2 VÄRDE FÖR INDIVIDEN

SVT:s mål är att bidra till värde för enskilda individer. För indikatorn att allmänheten ska ha ett högt förtroende för SVT:s innehåll redovisar SVT utfallet från SOM-institutets undersökning (mycket/ganska stort förtroende). Målnivån är satt till 75 procent, vilket är en nivå som överstiger det senaste kända utfallet på helår (2019) i den ordinarie SOM-undersökningen. För övriga indikatorer, det vill säga *Jag har nyttja av SVTs innehåll* och *SVT har innehåll som intresserar mig* är ambitionen att en klar majoritet på 65 procent av befolkningen ska instämma i de påstående-na (stämmer mycket/ganska bra).

Allmänhetens bedömning av det personliga värdet av SVT ligger överlag något lägre än bedömningen av SVT:s samhällsvärde, vilket är i linje med resultat från tidigare år. Tidigare public service-redovisningar har visat att individer kan anse att SVT:s programverksamhet bidrar med ett högt värde för samhället, till exempel genom en omfattande produktion för barn och unga, utan att de bedömer värdet för sig själva lika högt (se även avsnitt 8.2 Värdering av kanaler och tjänster).

I grafen 3.2.1 framgår hur stora andelar av befolkningen som under 2020 tyckte att SVT ger dem ett högt personligt värde.

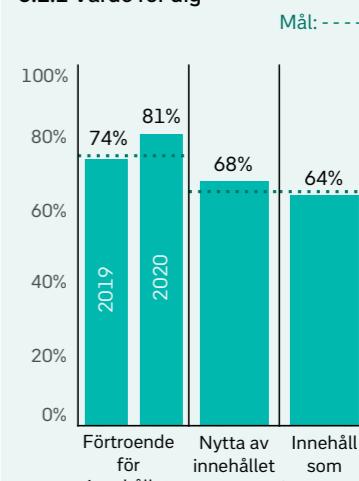
Flest anger att de har mycket eller ganska

stort förtroende för SVT:s innehåll.

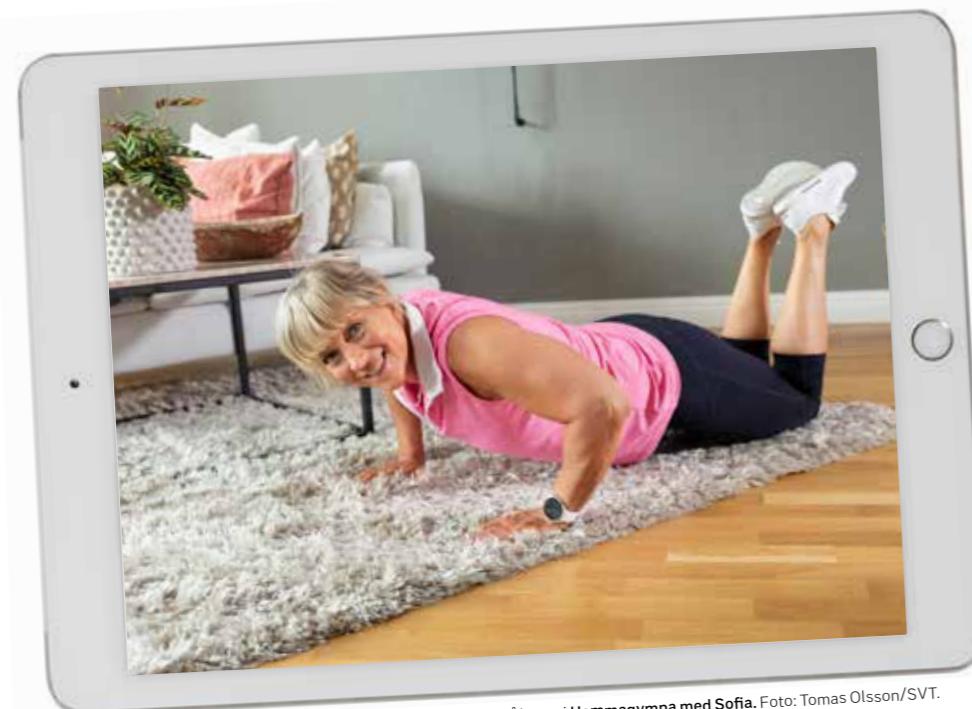
Noteringen vad gäller förtroende för SVT:s innehåll på 74 procent avser resultat från SOM-institutets undersökning 2019, en ökning med en procentenhets jämfört

Källa: Kantar/Sifo (9–80 år)

3.2.1 Värde för dig



Källa: SOM-undersökningen (16–85 år) 2019, extra SOM-undersökning april–juni 2020 Kantar/Sifo (16–80 år))



Sofia Åhman i *Hemmagympa med Sofia*. Foto: Tomas Olsson/SVT.

med året innan. I SOM-institutets specialundersökning om pandemin, som är en tillfällig mätning som genomfördes under april–juni 2020, har förtroendet för SVT ökat till 81 procent, vilket är den högsta noteringen någonsin för ett medieföretag sedan SOM-institutet började mäta medieförtroende (Andersson 2020).

Något färre, men fortfarande drygt två tredjedelar av befolkningen (68 procent), anser att de har nytta av SVT:s innehåll, vilket innebär att SVT ligger över målnivån för den indikatorn. Inte långt färre, men en något lägre andel (64 procent), tycker att SVT har ett innehåll som intresserar dem. Det innebär att SVT hamnar strax under målnivån på 65 procent på den frågan, vilket pekar på ett behov av att stärka arbetet för att öka enskilda tittares upplevelse av värde. Andelen som ger SVT ett ganska eller mycket högt personligt värde ökar något med ålder, men skillnaderna är liksom i utfallet för värde för samhället relativt små.

Ökat förtroende i alla grupper

Ökningen i förtroende för SVT under pandemin slår igenom i alla bakgrundsfaktorer (kön, ålder, utbildning, boendeort med flera) och över hela det politiska spektrummet. Intressant är att störst procentuell ökning har skett i grupper där förtroendet historiskt har varit lägre, som bland personer med låg utbildning (+ 11 procentenheter), bland boende på landsbygd (+ 13 procentenheter) och bland Sverigedemokraternas sympatisörer (+ 11 procentenheter) (Andersson 2020).

ring kring coronaviruset under våren 2020, som SVT och SR lätit genomföra, visar att SVT anses vara den bästa aktören för människors egna berättelser (40 procent) och för att ge den mest balanserade informationen (51 procent) (Novus 2020). Mer om detta i avsnitt 8.3 Medie-användning vid kriser.

**Satsningar på tillgänglighet
bidrar med värde**

SVT:s satsningar på tillgänglighet i vid bemärkelse, på alla företagets plattformar, bedöms ha stor påverkan på det upplevda individuella värdet. Under året har flera åtgärder vidtagits för att förbättra tillgängligheten till SVT:s program och tjänster. Ett sådant exempel är möjligheten att själv kunna välja att sänka ljudnivån för pålagt ljud till förmån för det talade ljuset i program (fler åtgärder redovisas i avsnitt 7.5).

SVT bedriver också ett fortlöpande utvecklingsarbete för att publiken lättare ska hitta det innehåll som intresserar dem, något som blir allt viktigare i en mediesituation där konkurrensen om publikens uppmärksamhet ständigt ökar och där det ofta kan vara svårt att veta var man ska leta. SVT investerar för närvarande resurser för att i högre grad arbeta datadrivet, det vill säga att lyssna på publikens behov och lära av beteenden i mediefället. Tanken är att tittarna ska hitta det de söker men också sådant som de inte visste att de ville ha. Syftet är att bidra till att alla i publiken ska bli mer nyfikna och insatta.

Stort publikt engagemang under pandemin

Ytterligare en indikator på public services betydelse i kristider är det omfattande engagemanget från publiken och antalet frågor som inkommer från publiken. Sedan SVT startade sin dygnet runt-rapportering på SVT Nyheter den 24 februari har tjänsten genererat mer än 128 miljoner besök, vilket är mycket höga siffror för en enskild tjänst. Många tittare har hjälpt till genom att skicka frågor som SVT har förmedlat till olika experter för svar. Publikens

Bilden av det höga förtroendet för SVT under pandemin bekräftas av flera andra mätningar som genomförts under året. Den Novus-rapport om nyhetsrapporte-

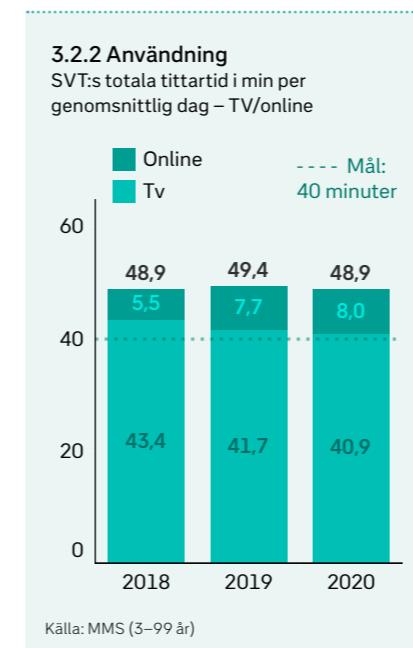
gram genom att visa sin vardag i videodagböcker som *Generation Corona* och *En ovanlig vardag*. Även vårdens nya tunga vardag skildrades med hjälp av vårdarbetare i dokumentären *Berättelser från frontlinjen*.

Sannolikt har SVT:s hantering av pandemin haft en inverkan också på det upplevda individuella värdet hos allmänheten. SVT har i hög grad kunnat leverera på publikens behov av information och uppdateringar genom dygnet runt-leverans på nyhetsområdet och en rad olika specialprogram om coronapandemin. Samtidigt har det stått klart att publiken i en kris-situation som denna inte bara har behov av information och fördjupning, utan också att få vara en del av ett sammanhang, få sällskap, och känna trygghet och stabilitet. Här har SVT kunnat bidra med snabba förändringar i dagtblån under våren,

med utbud som *Hemmagympa med Sofia*, klassiska sportögonblick, specialinsatta program som *En kväll tillsammans*, SVT:s hallåor och ett extra väl utbyggt svt Play med dramaserier, *Den stora älvgvandringen* och scenföreställningar i SVT Scen.

Publikens användning av SVT:s kanaler och tjänster

SVT:s mål är att den genomsnittliga användningen av SVT:s kanaler och tjänster ska vara minst 40 minuter per dag. Publikens uppmärksamhet är i dag spridd på en mängd olika mediekanaler. För ett public service-företag som SVT, som strävar efter att vara en del av människors vardag, är det en viktig ambition att en god andel av publikens genomsnittliga medieanvändning läggs på SVT:s kanaler och tjänster. I grafen 3.2.2 redovisas utvecklingen när det gäller användning, det vill säga antal minuter per dag som publiken i genomsnitt använder SVT:s kanaler och tjänster.



Nyhetsanvändningen ökar

SOM-institutets undersökningar visar att nyhetsanvändningen har ökat under pandemin, särskilt i traditionella medieformer som radio och tv (Andersson, 2020). Den största förändringen står public service och TV4:s respektive nyhetssajter före. Jämfört med hösten 2019 har andelen som minst tre dagar per vecka vänder sig till svt.se, sverigesradio.se och tv4.se för att ta del av nyheter nära fördubblats, från

30 procent till 57 procent. Däremot har den regelbundna användningen av nyheter i sociala medier gått ner under samma period.

Användningsmönstren för rörlig bild skiljer sig kraftigt åt mellan olika grupper i synnerhet mellan yngre och äldre, där yngre har en betydligt större andel av titlantet förlagt online. Ett skifte är dock på gång. Under 2020 ökade den äldre publikens sitt tittande online rejält. I gruppen 50–70-åringar ökade tittandet med drygt 25 procent på SVT Play, vilket är mer än i någon annan åldersgrupp.

Användningen via internet ökar

I grafen 3.2.2 framgår att SVT:s utbud och tjänster användes 49 minuter per person och dag under 2020, vilket är samma nivå som de två föregående åren. Tittandet på SVT via traditionell tv i broadcast var 41 minuter per person och dag, eller 84 procent av det totala tittandet. Därtill kommer tittande på SVT via internet om 8 minuter, eller 16 procent av den totala tittartiden.

Utvecklingen med minskad användning av SVT via traditionell tv och ökning via internet har pågått under en längre tid och kan förväntas fortsätta. 2014 tittade en person i genomsnitt 53 minuter per dag på SVT via traditionell tv i jämförelse med 41 minuter år 2020. 2014 användes internet för att se på SVT i 1,6 minuter i jämförelse med 8 minuter år 2020. Det är en betydande skillnad i tittning i broadcast och online, men man bör då vara medveten om att tittandet mellan de olika formerna skiljer sig åt. Onlinetittandet är ofta mer selektivt och man tittar en kortare stund. Det flödande och något mer passiva tablåttittandet genererar fler tittarminutrar.

**Sammanfattande kommentar till
värde för samhället och värde för dig**
Sammanfattningsvis bedömer SVT att resu-
tatet för 2020 vad gäller värde och genom-
slag för programverksamheten är starkt.

Publikens användning och uppskattning av verksamheten under pandemin är sammantaget ett tydligt exempel på hur SVT:s utbud bidrar till värde för såväl samhället som för enskilda tittare. Sannolikt har SVT:s kraftiga extrasatsningar på nyheter, information och fördjupning under året, med ett stort antal direktsändningar, bidragit i stor utsträckning. SVT ser också ut att ha svarat upp väl mot flera andra behov som publiken har haft under 2020.

SVT:s roll i samhället har synliggjorts och uppskattas i ökad utsträckning. Även om jämförelser med tidigare resultat försvåras på grund av byte av indikatorer så får utfallet för 2020 betraktas som ett trendbrott när det gäller såväl värderingar som räckytt.

Förtroendet för SVT och public service
ligger högt över tid och i jämförelse med

andra samhällsinstitutioner. Samtidigt finns det en viss politisering av förtroendet och det finns grupper med lägre förtroende. Som public service-företag i allmänhetens tjänst tar SVT detta på stort allvar. Företaget arbetar ständigt med att lära av resultaten och att utveckla olika åtgärder för att säkra ett högt förtroende framåt (mer om SVT:s arbete för ökad transparens och fler perspektiv i nyhetsverksamheten i avsnitt 7.1).

SVT har gjort många värdefulla erfarenheter under 2020 som kommer att ligga till grund för ett fortsatt utvecklings-

arbe

ning och bedömningar av det värde SVT bidrar med till samhälle och individer. SVT behöver också fortsatt bedriva ett fokusert utvecklingsarbete för att säkerställa att företaget har utbud och tjänster som tilltalar de grupper där räckvidd och användning är lägre än målet.



Emmi Tjernström och Max Grimerus i **Världens hemskaste sjukdomar**. Foto: Sara Häkansson.

3.3 VÄRDE OCH GENOMSLAG SOM MÅTT PÅ EFFEKTIVITET

Granskningsnämnden för radio och tv har efterfrågat en tydligare redovisning av kopplingen mellan SVT:s effektivitet och företagets kostnader. Nedan följer en redogörelse för hur SVT redovisar utifrån kraven i medelsvillkoren att kontinuerligt vidta åtgärder som syftar till ökad effektivitet och produktivitet samt att redovisa hur uppdraget fullgjorts med avseende på bland annat nyckeltal som visar effektivitet och produktivitet.

Värde och genomslag mäter effektivitet
Det värde som publiken anser att SVT bidrar med och genomslaget hos publiken utgör enligt SVT:s mening ett nyckeltal som mäter aspekter på effekten av företagets verksamhet. Hur väl SVT presterar i förhållande till målsättningarna om Vär-

de för samhället respektive Värde för dig är en av flera möjliga indikatorer på hur effektivt SVT är. SVT har valt värde- skapande som strategiskt mål på grund av att verksamhetens värde för publiken är centralt för ett public service-företag som verkar i allmänhetens tjänst.

Som framgår av redovisningen ovan är det mycket som talar för att SVT:s agerande under pandemin har bidragit till det positiva resultatet för 2020 när det gäller publiken upplevda värde. Det är samtidigt viktigt att konstatera att utfallet när det gäller publiken bedömning av SVT:s värde påverkas av flera olika faktorer. Några av de faktorerna är externa och står i någon mening utanför eller i alla fall längre från SVT:s kontroll. Det gäller till exempel vilka ekonomiska resurser företaget förfogar över, villkoren i SVT:s uppdrag och publiken bedömning av annat medie-

utbud. Det gäller även utvecklingen och konkurrensen på publikmarknaden och på marknaden för rättigheter och medverkande.

Interna faktorer som påverkar effektiviteten

Andra faktorer är interna och de kan SVT påverka, till exempel intern resursfördelning, genrebredd, volym, kvalitet och tillgänglighet, och förstås företagets förmåga att förstå och möta publiken behov med relevant utbud och tjänster. Det är också de faktorerna som SVT redogör för mer ingående i public service-redovisningen, inklusive hur olika delar av verksamheten därmed bidrar till ökad effektivitet. Det är dock svårt, för att inte säga omöjligt, att entydigt koppla de faktorerna till utfallet vad gäller publiken upplevda värde. Det är heller inte möjligt att göra direkta



Linnea Henriksson framför låten Kom närmre från andra deltaglingen i **Melodifestivalen** 2020. Foto: Stina Stjernkvist/SVT.

kopplingar mellan SVT:s arbete för ökad effektivitet och företagets kostnader.

SVT:s effektivitetsmål och åtgärder för produktivitet

När det gäller frågan om resursanvändning redogör SVT i kapitel 9 dels för företagets kostnader för olika delar av verksamheten, dels för hur företaget på flera olika sätt strävar efter en effektiv resursanvändning av de medel som samlas in genom public service-avgiften. Det uppnås genom olika åtgärder för löpande rationaliseringar i verksamheten som redovisas i nyckeltal för produktivitet i avsnitt 9.3.

SVT:s målsättning för effektivitet är att i så stor utsträckning som möjligt lägga resurser på saker som bedöms leda företaget mot att nå sina mål, det vill säga på åtgärder som kan bedömas vara effektiva. Målsättningen är uttryckt som att den an-

del av SVT:s samlade medel som går till program ska öka långsiktigt.

Syftet med att en hög andel av SVT:s resurser ska gå till program är att stärka företagets möjligheter att göra program av hög kvalitet som motsvarar publiken behov och förväntningar och därigenom öka sannolikheten att publiken upplever att SVT bidrar till högt värde och till hög räckvidd och användning. Det är dock inte möjligt att särskilja effekten av just de ökade resurserna från andra faktorer som påverkar utfallet.

SVT menar sammanfattningsvis att företaget på det här sättet redogör för hur verksamheten strävar efter största möjliga effekt genom ett så högt bedömt värde för samhället och individuellt värde från publiken som möjligt. SVT påpekar att det är flera faktorer som samverkar för att bidra till den effekten, men tydliggör vilka åt-

gärder som företaget väljer att fokusera på.

SVT redogör också för hur företaget kontinuerligt säkerställer ökad framgång i det värdeskapande arbetet genom att tillgängliga resurser används på det mest effektiva sättet, det vill säga genom målsättningen att andelen av företagets samlade medel som går till program ska vara hög.

Slutligen redogör SVT för företagets arbete för en effektiv resursanvändning i nyckeltal för produktivitet genom löpande rationaliseringar på en rad områden i verksamheten. SVT menar att företaget på det sättet uppfyller kraven på att kontinuerligt vidta åtgärder som syftar till ökad effektivitet och produktivitet samt att redovisa hur uppdraget fullgjorts bland annat avseende nyckeltal som visar effektivitet och produktivitet.

KAPITEL FYRA

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 det här kapitlet redovisas även program på svenska språket, den decentraliserade organisationen samt beredskap och sändningskvalitet. Områden som alla är avgörande för att skapa värde och utveckling.



Kvalitet och utveckling

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

4.1 UPPDRAGSPROCESS

SVT använder en beställar- och utförarmodell i utbudsarbetet. Företagets mediedirektör och programdirektör fattar alla programbeslut med vd som yttersta instans. Alla programförslag, både interna och externa, bedöms av företagets tio programchefer och fyra programbeställare. I det arbetet vägs programförslagen mot strategi, mål, programbudget, publikinsikter samt de krav på verksamheten som fastslås i sändnings tillstånd, medelsvillkor samt interna policy-dokument och regler.

Långsiktig planering skapar bra förutsättningar

Det stora flertalet av programbesluten fattas cirka ett år innan programmen publiceras för att skapa goda förutsättningar för planering av produktionerna såväl internt som bland externa produktionsbolag (se även avsnitt 4.2). I december varje år tas dessutom beslut om ett antal produktioner som löper under flera år. De har en viktig långsiktig funktion i SVTs publicistiska utgivning och har stor påverkan på produktionen. Exempel på sådana program är *Uppdrag granskning* och *Go'kväll*. God kommunikation skapar bra produktionsförutsättningar.

Tydlighet skapar god kommunikation

SVT:s ambition är att vara en bra och tydlig part vid alla former av samarbeten. SVT:s programchefer har ansvaret för att samtliga programuppdrag är organiserade hos någon av programcheferna. Externa producenter kan när som helst vända sig till någon av SVT:s programchefer eller beställare för att presentera nya programförslag. SVT för lopande dialog med produktionsbolag och anordnar informationstillfällen utifrån olika genrer.

SVT har en särskild sajt för affärsrelationer: b2b.svt.se. Där samlas allt material som är till nytta för produktionsbolag och andra externa intressenter. Dessutom har SVT en särskild förhandlingsavdelning med uppdrag att skapa tydlighet kring affärs villkoren för samarbeten. Det innefattar bland annat vilka kommersiella villkor som ska gälla, som fördelning av rättigheter med mera.

En god partner

Coronapandemin har under året inneburit ett hårt slag mot tv-produktionsbranschen. Många produktioner har fått ställas in eller skjutas på en osäker framtid. Det har inneburit stora utmaningar för både SVT:s interna och



Kalifat Pervin (Gizem Erdogan) och Fatima (Aliette Opheim). Foto: Johan Paulin/SVT.

externa produktioner. SVT har genom krisen försökt vara en god partner för produktionsbolagen och har gemensamt med dem hittat kreativa, logistiska och ekonomiska lösningar.

4.2 EXTERNA PRODUKTIONSBOLAG → MV 19

SVT är en viktig aktör på den svenska produktionsmarknaden. Många kommersiella aktörer arbetar inom ett begränsat antal generer, men eftersom SVT har ett brett programuppdrag läggs produktioner ut på produktionsbolag inom en stor mängd generer. En hög andel av SVT:s programbudget investeras i produktioner gjorda av produktionsbolag samt extern frilansande personal och inspelningarna sker över hela landet. SVT tar löpande emot programförlag och den processen är öppen för produktionsbolag och andra aktörer, exempelvis tideringar, i hela Sverige. Valen av vilka program som produceras avgörs främst av SVT:s utbudstrategi men också av ekonomi, mångfald, tablån samt var i landet produktionen är belägen. SVT:s ambition är att hela Sverige ska speglas i utbudet.

Externa och interna produktioner i hela Sverige

En begränsande omständighet i arbetet med att stärka en livskraftig produktionsmarknad i hela landet är att en mycket stor andel av produktionsbolagen finns i Stockholm. Trots det genomför SVT produktioner i hela Sverige. Det gäller både externa produktioner som produceras av produktionsbolag och SVT:s egna produktioner.

SVT:s egenproduktion finns i Stockholm, Göteborg, Malmö och Umeå. Ofta genomförs de egenproducerade programmen till hälften med extern frilansande personal. Exempel på sådana produktioner är *På spåret* och *Doobidoo* som spelar in i Göteborg, SVT Malmös *Trädgårdstider* som spelar in i Skåne och *Antikrundan* som spelar in i olika delar av landet.

Oavsett om det rör sig om egenproduktion av SVT eller en produktion som gjorts av ett produktionsbolag så genererar den arbete för lokalt frilansande produktionspersonal, som grafiker, snickare, elektriker, fotografer och

projektkoordinatorer. SVT samarbetar med landets filmpooler Film i Väst, Film i Skåne, Film-pool Nord och Film Capital Stockholm och vid de samarbetena sprids produktioner över hela Sverige. Till exempel spelades *Jakten på en mördare* in i Skåne, *Sommaren -85* i Falköping och *Vår tid är nu - 1951* huvudsakligen på västkusten. Utöver samarbetet med de regionala filmfonderna har SVT spelat in exempelvis *Eagles* i Oskarshamn, *Fråga Lund* i Lund, *Dilan & Moa* i Malmö och *Snorkråkan* i Lidköping.

4.3 VARIATION I PRODUKTIONSFÖRMER → ST 7 §

Produktion

SVT arbetar med fyra huvudgrupper av utbud vid sidan av det lokala utbudet: egenproduktion, produktionsutläggning, samproduktion och inköpta program (förvär av visningsrätter). Volymmässigt utgörs den största delen av SVT:s förstasända utbud av egenproduktion, främst nyheter och SVT Forum som produceras inom företaget. Under 2020 var 56 procent av SVT:s förstasända utbud egenproducerat. Utlandska inköp stod för ytterligare 30 procent. Produktionsutläggningar, samproduktioner och svenska förvär svarade för drygt 14 procent av utbudet i SVT. Det är små skillnader jämfört med 2019.

De 3 241 timmarna lokala nyheter (154 timmar per 21 lokalredaktioner) som producerades under 2020 ingår alltså inte i de här siffrorna (se avsnitt 5.1 och 7.1 om lokala nyheter).

Analys av utläggningsgrader görs normalt i linje med EU-regleringen på området, utifrån den del av produktionen där alternativ till egenproduktion regelmässigt förekommer, den så kallade allmänproduktionen (se även avsnitt 6.5). Sammanlagt 1 553 timmar av det totala utbudet räknas som allmänproduktion och av dessa producerades 39 procent i samarbete med eller inköpt av utomstående svensk producent. Det är en ökning med två procentenheter andelsmässigt jämfört med 2019.

4.3 Utomstående medverkan och andra samarbeten, mkr

Medverkande och programanställda

Mkr	2018	2019	2020
Arvoden	159,4	155,2	139,0
Programanställda	64,7	62,5	61,8
Summa	224,1	217,7	200,8

Andra slags produktionssamarbeten

Svenska	2018	2019	2020
Produktionsutläggningar	357,6	385,4	451,5
Samproduktioner	229,5	247,2	212,0
Förvär	137,6	135,1	167,6
Summa	724,7	767,7	831,1

Utländska	2018	2019	2020
Produktionsutläggningar	0,6	0,0	4,2
Samproduktioner	4,8	57,2	15,6
Förvär	236,6	284,4	273,9
Summa	242,0	341,6	293,7

	2018	2019	2020
STIM, IFPI/Sami, NCB	73,2	73,3	79,6
Summa	73,2	73,3	79,6
Totalt	1 264,0	1 400,3	1 405,2

Utomståendes medverkan och andra samarbeten

Sedan flera år tillbaka har SVT ökat antalet samproduktioner och utläggningar. Det svenska dramat får allt större uppmärksamhet i världen och intresset för svenska produktioner växer. Det har medfört att de här samarbetena ökar samtidigt som en något högre andel av SVT:s produktion inom många programkategorier läggs ut på produktionsbolag.

Tabell 4.3 visar SVT:s kostnader som går till utomstående enskilda personer eller produktionsbolag. Under 2020 var totalkostnaden 1,4 miljarder kronor, något högre än 2019. Coronapandemin har haft genomgripande påverkan på ett antal planerade produktioner. En del samproduktioner har behövt ställas in och andra produktionsutläggningar har fördyrats samtidigt som nya ersättningsproduktioner tillkommit. SVT har också försökt stödja och få till stånd svenska produktioner trots hinder på grund av pandemin. Kostnaden för utländska samproduktioner har minskat något jämfört med 2019 då SVT hade ett unikt omfattande samarbete kring bland annat alpina VM i Åre.

4.4 EN LIVSKRAFTIG MEDIEMARKNAD → MV 17

Med sitt breda uppdrag har SVT en viktig roll på mediemarknaden och företaget bidrar till mediemångfalden på många olika sätt. 2020 har varit ett år då SVT på flera sätt skapat nya samarbeten med andra medieföretag, på både nationell och lokal nivå. Pandemin har nödvändiggjort kreativa och i vissa fall ovanliga samarbeten, där SVT delat med sig av live-strömmar och tekniska lösningar till övriga i branschen. SVT har också tagit initiativ till offentlig diskussion om såväl public service som frågor som rör mediemarknaden i sin helhet.

SVT allt viktigare i en global mediavärld

Som en följd av de globala plattformsföretagens intåg på den svenska annonsermarknaden har flera kommersiella nyhetsmedier stora ekonomiska utmaningar som blivit än större under coronapandemin. Hela 40 procent av de totala reklamintäkterna i Sverige går i dag till internationella plattformsföretag utanför Sverige (se mer i avsnitt 1.2). I ett läge där många

MEDELVILLKOR 19

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

SÄNDNINGSTILLSTÅND 7 §

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

MEDELVILLKOR 17

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

kommersiella medier minskar sin bevakning runtom i landet ökar betydelsen av att SVT bevakar hela landet. Genom att finnas på plats med nyhetsredaktioner lokalt, nationellt och internationellt kan SVT koppla samman skeenden och ge perspektiv på sätt som få andra svenska medier kan. SVT tar hänsyn till kommersiella medier på flera sätt, vilket beskrivs nedan. När SVT tar hänsyn till kommersiella medier måste det dock vägas mot möjligheten att uppfylla det nyhetsuppdrag som slås fast i sändningstillståndet.

Den rörliga bilden främst

SVT:s ambition är att vara bäst i Sverige på rörlig bild, i broadcast och online. Fokus i nyhetsverksamheten är därför rörlig bild. Under 2020 sände SVT 1 069 timmar nyheter (exempelvis i *Rapport*, *Aktuellt*, *Uutiset*, *Oddasat* och *Nyhetsveckan*) och 3 241 timmar lokala nyheter (fördelelat på 21 lokala nyhetsredaktioner) i broadcast. Därtill 614 timmar livesända nyheter i SVT Play och en stor mängd klipp online. Mycket arbete läggs ned på att just skapa video för online-format som publiken uppskattar. Inom onlineverksamheten används både video, grafik och text för att nyheterna ska vara begripliga, sökbara och tillgängliga för personer med funktionsnedsättning. SVT har över tid ökat andelen artiklar med video. 2020 var den cirka 60 procent.

Branschgemensam överenskommelse om citeringar

SVT har en hög grad av egna nyheter. Under året har SVT:s nyheter citerats flitigt av andra medier, cirka 45 000 gånger. SVT citerar andra medier restriktivt. Hösten 2020 kom SVT överens med de stora koncernerna Bonnier News Local, Gota, NWT och NTM att uppdatera riktlinjerna för hur bolag ger kredd då man citerar varandras nyheter. SVT har tidigare haft självpåtagna regler, men de är nu ömsesidiga och bygger på att bolagen hänvisar till varandra med stor generositet. Hänvisningar ska ske med länk till ursprungskällan och kredd ska kvarstå även när en annan redaktion bygger vidare på nyheten. Redaktionerna tar ömsesidigt ansvar för att uppmärksamma varandra på om man missat att länka eller ge kredd. Dessutom har SVT tagit på sig att citeringar av andra mediers nyheter på de lokala nyhetssajterna får vara högst 600 tecken.

SVT använder sociala medier huvudsakligen för information och dialog. När SVT informerar om innehåll är det för att publiken ska ta del av det på SVT:s egna plattformar. Postningar inkluderar generellt sett länk till en artikel eller ett program.

I enlighet med sändningstillståndet och publicistisk ambition utökar SVT sin närvär i landet. SVT har aktivt valt att inte starta nya lokala sajter eller editioner, både för att värna kvaliteten i journalistiken och för att ta hänsyn till lokaltidningen på orten. När SVT tagit fram riktlinjer för framtidens utbyggnad vägs övrig närvär av journalister in i bedömningen. Det är inte en enskild avgörande faktor, men finns som en del i beslutsunderlaget.

Samarbeten med andra mediebolag under pandemin

SVT har goda relationer med andra mediebolag inom bland annat branschorganisationen Utgivarna, branschprojektet Framtidens journalistik och nystartade Medieetikens förvaltningsorgan. Regelbundna samtal hålls också på SVT:s initiativ med redaktionellt ansvariga för de stora lokaltidningskoncernerna. Samtliga bolag är måna om mediemångfalden, men diskuterar samarbeten och utbyten som är ömsesidigt gynnsamma för alla parter och för publiken.

Under pandemin har SVT till exempel erbjudit samtliga mediebolag anslutna till Utgivarna att ta del av SVT:s produktion av myndigheternas presskonferenser och specialprogram, som statsminister Stefan Löfvens tal till nationen och partiledarnas första maj-tal. Det underlättade för andra mediebolag under en nationell kris och var en ansats att minska antalet deltagare med fysisk närvär på presskonferenserna. Cirka 40 tidningar har använt sig av SVT:s ström från presskonferenserna. SVT erbjöd också medieföretagen att använda datajournalistik som exempelvis visade antalet inlagda inom intensivvården per kommun.

Många av SVT:s samarbeten med externa produktionsföretag har i hög grad påverkats av coronapandemin. SVT har under året försökt hitta kreativa lösningar tillsammans med produktionsbolagen för att genomföra planerade produktioner och har även tagit en stor del av merkostnader där sådana uppkommit.

SVT skapade en "livegrid" som möjliggjorde



Anna Hedenmo, Anders Holmberg och Camilla Kvartoft i Agendastudion. Foto: Marika Lindgren.

för publiken att delta i livesändningar digitalt vilket användes i *Allsång på Skansen*. Den tekniska lösningen erbjöds sedan TV4 och programmet Idol, som hade efterfrågat den. SVT har även köpt in och visat dokumentären *Hundra dagar* om pandemin som producerades av Göteborgs-Posten.

SVT:s säkerhetsavdelning har också varit rådgivande för andra medier, som när en lokaltidning arbetade med ett riskfyllt grävprojekt.

Stimulera fortlöpande diskussion → MV 24

Public service verkar i allmänhetens tjänst och det är naturligt att en sådan verksamhet debatteras. SVT har under 2020 arrangerat flera digitala seminarier för att stimulera diskussion om både public service och frågor som rör hela mediemarknaden. Seminarierna har bland annat handlat om hur journalister arbetar för att säkerställa saklighet och opartiskhet och hur tv-branschen påverkats av coronapandemin.

I höstas anordnade SVT ett seminarium tillsammans med SR, SOM-institutet och Göteborgs universitet som med grund i SOM-institutets opinionsundersökningar diskuterade hur medier och myndigheter klarat att rapportera

och informera om pandemin. Representanter från public service-bolagen och kommersiella medier medverkade, liksom forskare och experter.

Under de senaste åren har SVT arrangerat Fria ordets dag tillsammans med SR och lokala kommersiella medier på flera platser i landet. Syftet är att öka kunskapen hos barn och unga om demokrati och tryck- och yttrandefrihet. Under 2020 har de planerade arrangemangen tyvärr inte varit möjliga att genomföra, på grund av restriktioner till följd av pandemin och risker för smittspridning.

Företrädare för SVT har även skrivit en lång rad debattartiklar i lokala och nationella tidningar. Under året har SVT bland annat skrivit om de ökade hot som företaget möter online och varför det är viktigt för SVT att producera innehåll inom olika genrer. På SVT:s Om oss-sida (svt.se/omoss) och på svt.se publiceras blogginlägg för att berätta om nya satsningar, utgivarbeslut och kommentera diskussioner om SVT med ambition att öka transparensen och förtroendet för företaget. Ansvariga utgivare för SVT:s lokala nyheter har beskrivit bakgrundsen till publiceringar och utgivarbeslut för att öka förståelse och skapa diskussion.

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



Korrespondenterna live. Foto: Marika Lindgren/SVT.

4.5 PUBLICISTISK KONTROLL

Villkor för reklam, sponsring och produktplacering

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

Samtliga sändningar i SVT har en ansvarig utgivare utsedd av vd. Som regel har programcheferna på programdivisionen och redaktionscheferna på nyhetsdivisionen det ansvaret. Utgivare har enligt yttrandefrihetsgrundlagen befogenhet att utöva tillsyn över offentliggörande av program och att bestämma innehållet så att ingenting införs i programmen mot utgivarens vilja, den så kallade suveräna negativa bestämmanderätten. Utgivaren är ensam straffrättsligt ansvarig för eventuella yttrandefrihetsbrott i eller genom sändning av tv-program eller en websida.

A�delningen 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. A�delningens arbete bedrivs i form av utbildning, rådgivning om program- och tablåfrågor samt yttranden till granskningssämnden.

KRAVEN I SÄNDNINGSTILLSTÅNDET:

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

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

15 § "Den enskildes privatliv ska respekteras i programverksamheten om inte ett oavvisligt allmänt intresse kräver annat."

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

VILLKOR FÖR REKLAM, SPONSRING OCH PRODUKTPLACERING
17 § "SVT får inte sända reklam. Förbudet omfattar inte reklam för egen programverksamhet eller för programverksamhet från SR och UR, utbildningsmaterial eller andra liknande produkter med direkt anknytning till programmen."

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

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

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

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

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

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. Normalt bedrivs en mycket omfattande utbildningsverksamhet med både grundutbildningar för olika redaktioner och yrkesgrupper och mer skräddarsydda kurser för bland annat delar av programverksamheten, speciella projekt och nya medarbetare.

Under 2020 har antalet utbildningar varit något färre än normalt till följd av coronapandemin. Både SVT Programeksperten och företaget i stort fick prioritera andra delar i verksamheten, framförallt under pandemins första månader våren 2020. Under hösten har utbildningsverksamheten åter varit omfattande och då genomförts med hjälp av digitala konferenser. Ett särskilt fokus har under året lagts på bestämmelsen om respekt för enskilda privatlivet. Det har bland annat skett mot bakgrund av införandet av ett nytt medieetiskt system, allmänhetens medieombudsman och Mediernas etiknämnd, där SVT:s samtliga publiceringar inklusive de som gjorts online kan prövas om en enskild anser sig ha lidit en publicitetsskada. Totalt har drygt 300 SVT-medarbetare deltagit i SVT-utbildningarna under 2020.

Kontroll av indirekt sponsring

Sedan flera år tillbaka genomförs kontinuerlig utbildning och rådgivning kring regelverket och vad som krävs för att säkra SVT:s oberoende i samband med indirekt sponsring och vilken finansiering som inte är tillåten. Liksom tidigare är genomförts 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. De grönt kort-utbildningarna som skulle ha genomförts under 2020 flyttades till följd av pandemin fram till januari 2021.

Granskningssärenden

Anmälningar av SVT-program till granskningssärenden 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 granskningssärenden, gör anspråk på att få bemöta ett påstående som framförs i en sändning. Om begäran bedöms vara motiverad

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

De ärenden som granskningssärenden 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 berörda redaktion/programprojekt. Där diskuteras och analyseras nämdens beslut i syfte att förebygga framtida fällningar, till exempel genom förändringar i arbetsställ och rutiner.

Nämnden samlar anmälningar som gäller samma program i samma ärende. Statistiken visar att det var 1 074 beslutade ärenden under 2020 mot 1 037 beslutade ärenden under 2019. SVT fick yttra sig i 74 ärenden under 2020 jämfört med 97 ärenden året innan. Av de ärendena ledde 13 till fällande beslut jämfört med 23 under 2019 (se tabell 4.5.1).

Grunderna för de 13 fällningarna 2020 förde lades på följande sätt: saklighet 4, privatliv 3, gynnande 3, genomslagskraften 2 och opartiskhet 1 (se graf 4.5.2).

SVT analyserar årligen i detalj yttranden och fällningar och anpassar utbildningsverksamheten och rådgivningen utifrån analysen. Flest fällningar 2020 gällde saklighet (4) vilket också var fallet 2019. Det totala antalet fällningar 2020 (13) tangerar den lägsta noteringen under förra tillståndsperioden (2014–2019). Antalet fällningar för bristande opartiskhet 2020 (1) är lägre än under något år under den förra tillståndsperioden.

SVT har inte sättningsmedier med produktplacering enligt definitionen i radio- och tv-lagen.

SVT har inte heller sättningsmedier enligt 17 § i sändningstillståndet.

4.6 NYA TJÄNSTER

→ MV 13

SVT utvärderar löpande om nya utvecklingsprojekt ska genomgå förhandsprövning. Under 2020 har SVT inte lanserat några nya tjänster av större betydelse eller gjort väsentliga ändringar i befintliga tjänster inom den kompletterande verksamheten.

SVT:s strategi fokuserar på utveckling av befintliga tjänster. Ingen försöksverksamhet har startats under året enligt kriterierna i medelsvillkoren.

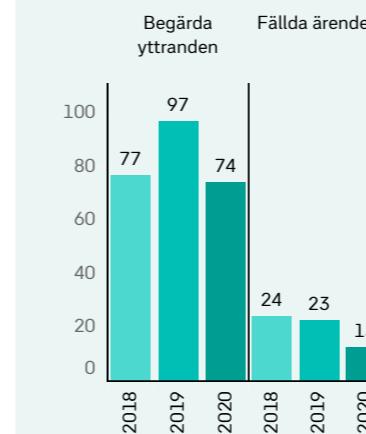
MEDELSVILLKOR 13
"Nya tjänster av större betydelse eller väsentliga ändringar i befintliga tjänster inom ramen för den kompletterande verksamheten som SVT vill lansera ska anmälas till regeringen för godkännande."



42

SVT Nyheters studio. Foto: Marika Lindgren/SVT.

4.5.1 Yttranden och fällningar
i Granskningssärenden för radio och TV



4.5.2 Fällningsgrunder
Ett program kan ha flera fällningsgrunder

	2018	2019	2020
Beriktigande	1	0	0
Genmäle	0	0	0
Genomslag	6	6	2
Gynnande	2	3	3
Offentliggörande	1	0	0
Oparkiskhet	4	2	1
Privatlivet	4	5	3
Saklighet	6	6	4
Sponsring	1	0	0
Varning för våld	0	1	0
Antal fällningar	25	23	13

43

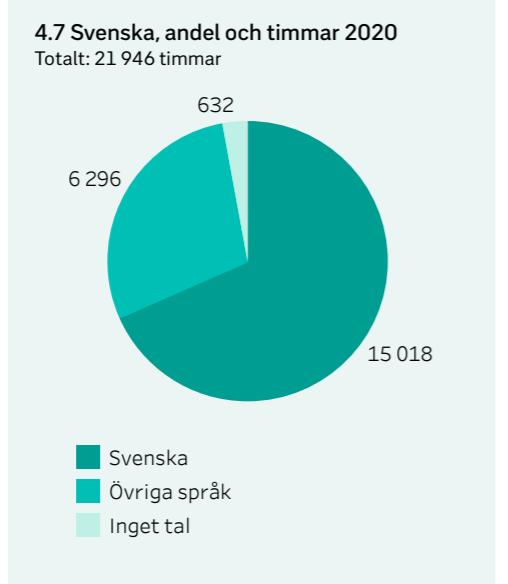
SÄNDNINGSTILLSTÅND 6 §

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

4.7 SVENSKA SPRÅKET

→ ST 6 §

SVT är det tv-bolag i Sverige som sänder störst andel program på svenska. Under 2020 var 68 procent av de 21 946 sända timmarna på svenska (se figur 4.7). På SR finns en särskild avdelning som har till uppgift att vara rådgivande och agendasättande i språkfrågor för de tre programbolagen. Alla medarbetare från de tre bolagen kan vända sig till avdelningens rådgivare för att få hjälp och stöd. Avdelningen anordnar också utbildningar.



Delegerad beslutsmakt över innehåll
SVT ska enligt medelsvillkoren ha en decentralisering som skapar förutsättningar för självständigt beslutsfattande på lokal nivå. SVT har som ett led i det delegerat det ansvariga utgivarskapet till SVT:s programchefer och lokala redaktionschefer. Utgivarna verkar på SVT:s produktions- och redaktionsorter och fattar självständiga beslut. De enda undantagen görs för SVT:s riksnyheter och SVT Sport som har 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. Även verksamheten i Stockholm är en självständig region för såväl allmän-tv-produktionen som den lokala nyhetsverksamheten.

På motsvarande sätt som verksamhet i Stockholm kan vara en del av en decentraliserad organisation kan centrala funktioner förläggas utanför Stockholm. SVT:s grafikproduktion är exempelvis huvudsakligen förlagd till Växjö. Ett annat exempel är programdivisionens videodesk, som är placerad vid SVT i Göteborg. Ytterligare ett exempel är utsändningarna av SVT:s 21 lokala editioner som koncentreras till Göteborg och Malmö.

Sedan flera år tillbaka har SVT:s programdivision samlat den kreativa, publicistiska och ekonomiska ledningen i rollen som programchef. De tio programcheferna är placerade i Göteborg, Malmö, Stockholm och Umeå. Sedan hösten 2019 har de centrala rollerna en plats i divisionens högsta ledningsfunktion. Under 2019 fattades också beslut om att flytta ansvaret för SVT:s program för de nationella minoriteterna och Nyhetstecken från Stockholm till Umeå. Den delen av organisationen började verka under 2020.

MEDELSVILLKOR 14

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

4.8 DECENTRALISERAD ORGANISATION

→ MV 14

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

- » Delegerad beslutsmakt över innehåll
- » Fast närvaro på fler platser i landet
- » Hög andel anställda i den decentraliseringade organisationen
- » Stor möjlighet till närvaro genom flexibilitet i programplaneringen
- » Säkerställande av tillräckliga resurser för spieglinguppdraget.

Fast närvaro på 40 platser

SVT har de senaste åren kraftigt ökat närvoran på olika orter i landet. 2015 fanns SVT på 27 orter och hade under 2020 fast närvaro på 40 platser. Under 2020 stärktes den lokala närvoran genom fast etablering på sex orter: Arvidsjaur, Norrtälje, Nyköping, Skara, Kristianstad och Karlshamn. Förstärkningen innebär bättre förutsättningar för ökad lokal bevakning och bättre förmåga att ge en heltäckande Sverigebild. I slutet av 2020 satte SVT upp målet att kommande år rapportera om varje kommun minst tre gånger om året. Rationaliseringar och effektiviseringar gällande både teknik och personal möjliggör för SVT att öka antalet redaktioner. Inom tre år är målet att SVT ska finnas på minst 50 orter.

Hög andel anställda inom den decentraliseringade organisationen

Fler än häften av SVT:s medarbetare finns inom den decentraliseringade programorganisationen. Inom det som benämns som den centraliserade verksamheten var 517 anställda i företagsövergripande programverksamhet (SVTi, SVT:s riksnyheter och sport). Resterande 656 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 och arkiv med mera. I den gruppen finns också en stor del av företagets ledningsfunktioner.

Att SVT har 1 240 (51 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 4.8.1 samt figur 4.8.2).

4.8.1 Antal anställda per ort 2020

Samtliga anställningsformer

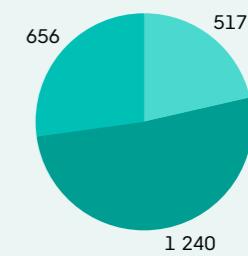
Ort	Antal
Arvidsjaur	1
Borås	2
Eskilstuna	12
Falun	49
Gävle	10
Göteborg, inkl. Angered	174
Halmstad	12
Helsingborg	7
Hudiksvall	5
Jönköping	14
Kalmar	5
Karlshamn	1
Karlskrona	11
Karlstad	23
Kiruna	17
Kristianstad	1
Linköping	3
Luleå	23
Malmö	162
Norrköping	25
Norrtälje	1
Nyköping	1
Skara	1
Skellefteå	2
Stockholm, inkl Rinkeby	1 568
Sundsvall	20
Sälen	2
Söderköping	7
Uddevalla	2
Umeå	127
Uppsala	16
Visby	1
Västerås	15
Växjö	56
Örebro	20
Örnsköldsvik	2
Östersund	14
Övertorneå	1
Antal anställda	2 413



4.8.2 Antal anställda per organisationsform

Samtliga anställningsformer

Organisationsform	Antal
Centraliserad	656
Decentraliserad	1 240
Gemensam	517



Totalsumma: 2 413

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

Stor möjlighet till närvaro genom flexibilitet i programplanering

Antalet orter och andelen anställda i den decentraliserade organisationen är relevanta i beskrivningen av SVT. Organisationen utformas med syfte att ha hög närvaro av medarbetare med förankring i de olika regionerna. Det innebär att SVT kan ta in och använda den kompetens som finns hos andra som arbetar inom mediebranschen även på andra platser än företagets 40 orter. För att det ska kunna ske bör det finnas ett betydande utrymme i organisationen för externa medverkande. 1,4 miljarder kronor användes under 2020 till externa medverkande samt till produktionsutläggningar, samproduktioner och förvärv (se tabell 4.3).

Säkerställande av tillräckliga resurser för speglingsuppdraget

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

Det åligger SVT:s programledning att kontinuerligt säkerställa att den decentraliserade organisationen har tillräckligt med resurser för att kunna svara mot uppdraget. Det säkras i flera led inom ramen för SVT:s programplaneringsprocess, bland annat ur resurs-hänseende genom att övergripande beslut remitteras till divisionerna. Uppdragsprocessen avslutas med en gemensam överenskommelse där SVT:s divisioner och programledning ömsesidigt godkänner uppdraget.

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 speglar respektive områdes särprägel och egenart.

SVT anser sammantaget att kravet på en decentralisera organisation och villkoret att skapa goda förutsättningar för självständigt beslutsfattande på regional och lokal nivå är uppfyllt.

4.9 TEKNISK OCH ANNAN UTVECKLING

→ MV 7

SVT ska delta i den tekniska utvecklingen av produktions- och distributionsteknik för tv. Det innebär att SVT bedriver kontinuerligt utvecklingsarbete för att förbättra, rationalisera och utveckla produktion, distribution och de tjänster som erbjuds publiken linjärt och online. Målet är effektiva lösningar som ger god tillgänglighet och bra upplevelser för publiken och förenklar det redaktionella arbetet. En stor del av arbetet kommande år handlar om att säkerställa smidiga flöden och enhetliga system som fungerar både för broadcast och online.

Under året har delar av utbudet börjat textas automatiskt med hjälp av artificiell intelligens (AI). Systemet med automatisk taligenkänning innebär att ingen mänskliga bearbetar texten. Under år 2020 har 3 500 timmar automattextats. Till exempel har en sändning per dag av SVT:s 21 lokala nyhetsditioner på SVT Play skötts helt med automatisk textning. Genom den egenutvecklade tekniken är det möjligt att för första gången texta de lokala nyheterna, något som länge efterfrågats. SVT har även möjliggjort valbar teckenspråkstolkning i HbbTV (Hybrid broadcast broadband TV).

Ytterligare en nyhet för personer med hörselnedsättning är funktionen Tydligare tal. Till sammans med funktionshindersrörelsen har SVT utvecklat en funktion som gör att användare av SVT Play kan sänka bakgrundsljudet och höja talet på ett urval av titlar. Funktionen har fått ett fint mottagande av publiken (se även avsnitt 7.4).

Tittarna har även uppskattat slow-tv-konceptet som SVT vidareutvecklat med ny teknik under året. Med slow-tv menas långa skeenden som filmas utan redigering efteråt, till exempel *Den stora älvgåvandringen*.

För att publiken lättare ska hitta intressant innehåll har rekommendationerna på SVT Play förbättrats.

Teknikutveckling i pandemins spår

Även teknikutvecklingen har påverkats av coronapandemin. När en stor del av medarbetarna plötsligt skulle arbeta hemifrån stresstestades SVT:s interna system. Lösningar som tidigare användes i undantagsfall blev

rutin och nya lösningar för exempelvis redigering och översättning på distans utvecklades.

Under flera år har SVT arbetat med att utveckla distansproduktion och det har varit viktigt för att skapa redundans, både personellt och tekniskt, och stärkt SVT:s beredskapsförmåga. Det har varit till stor nyttा under året för att säkerställa att innehåll kunnat produceras och distribueras till publiken under pandemin. I januari 2020 sjösattes distansproduktion för lokala nyheter.

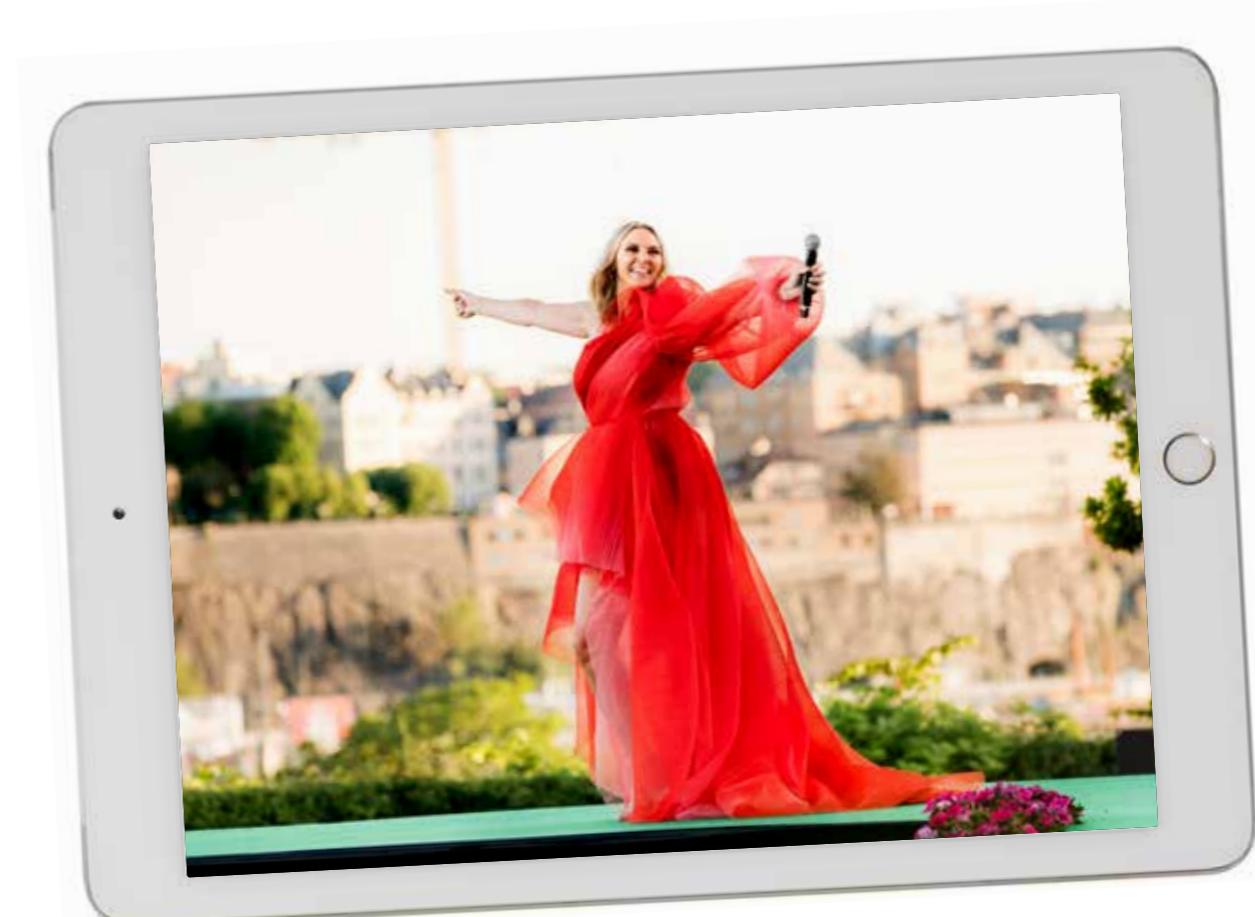
Under året har SVT även höjt it-säkerhetskyddet och stärkt brandväggar för att klara stora påfrestningar och användning av online-tjänsterna.

Teknikutveckling i utbudet

Pandemin och restriktionerna har påverkat en stor del av SVT:s produktioner 2020. Till exempel har det inte varit möjligt på många inspel-

ningar att ha publik. För *Allsång på Skansen* utvecklades en funktion i Duo-appen som innebar att tittarna kunde filma sig själva. Ett urval av tittarnas livevideor visades sedan i sändningen. En utvecklad version av funktionen gjorde *Musikhjälpen* mer levande när man inte som vanligt kunde ha stor publik på plats. SVT lånade ut tekniken till TV4 i samband med höstens direktsändning av Idol.

Under 2021 kommer den automatiska textningen att utvecklas ytterligare och inkludera alla lokala nyhetssändningar online. Även funktionen Tydligare tal ska utvecklas vidare för att omfatta mer innehåll och fler plattformar. Under 2021 arbetar SVT med att stärka it-säkerheten och övervakningen av nätverk och applikationer. Ett stort arbete påbörjas med att bygga en ny programkontroll som är bättre anpassad för att hantera både online och broadcast.



Allsång på Skansen. Sanna Nielsen live från Sollidenscenen på Skansen i Stockholm. Foto: SVT.

SÄNDNINGSTILLSTÅND 22 §
"SVT ska upprätthålla hög säkerhet för produktion och distribution. Sändningarna ska ske med så god säkerhet att eventuella sändningsavbrott blir så korta som möjligt. SVT ska ställa höga krav på de leverantörer som anlitas för programinsamling och distribution av egensändningar."

SÄNDNINGSTILLSTÅND 23 §
"SVT ska kostnadsfritt sända meddelanden som är av vikt för allmänheten om en myndighet begär det. SVT ska se till att meddelandet ges en lämplig utformning och att det inte genom sin omfattning eller på annat sätt inverkar menligt på programverksamheten."

SÄNDNINGSTILLSTÅND 24 §
"SVT ska bedriva beredskapsarbete utifrån en helhetssyn som omfattar både fredstida krissituationer och höjd beredskap. SVT ska utifrån en risk- och sårbarhetsanalys analysera och värdera sändningsverksamheten så att avbrott så långt som möjligt kan undvikas. Detta arbete ska ske efter samråd med Myndigheten för samhällsskydd och beredskap (MSB). Analysen ska resultera i beredskapsplaner som utöver säkerheten i marknätet särskilt ska uppmärksamma säkerheten i distributionen över internet. Beredskapsplanerna ska årligen före den 1 mars lämnas till regeringen (Kulturdepartementet) och till MSB för kännedom."

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

4.10 BEREDSKAP OCH SÄNDNINGSKVALITET → ST 22 § – 24 §

Inledning

SVT:s säkerhets- och beredskapsuppdrag har varit helt centralt i arbetet under coronapandemin. Uppdraget är specifikt för SVT och SR och innebär bland annat att de som bor i Sverige ska kunna nå innehållet även då samhället och företagen utsätts för extraordinära påfrestningar.

Hela utbudet ska säkras så långt som möjligt. Det uppdraget har enbart SVT och SR bland svenska medier.

Långsiktigheten och det förebyggande arbetet som har gjorts tillsammans med andra samhällsinstitutioner har varit avgörande för att uppdraget har kunnat säkras under 2020. Grundläggande är också den garanterade svenska ägarstrukturen för public service, närvaren i hela landet, den stabila finansieringen och det uttalade samhällsuppdraget att fungera i så väl kris som vardag. Under 2020 har SVT:s förebyggande långsiktiga beredskapsarbete varit utgångspunkten för allt arbete på företaget, bland annat utifrån en sedan länge etablerad pandemiplan. Uppdraget har ställts på sin spets, inte minst genom att information till allmänheten har varit avgörande för liv och hälsa.

Granskningen av coronabeslutet i samhället, både på lokal, regional och nationell nivå, samt SVT:s förmåga att ge en helhetsbild över läget i landet har också varit grundläggande. Under den långvariga krisen har även vikten av kontinuitet, sällskap, inspiration, avkoppling och trygghet understrukits. Behoven har varit extra stora för de grupper som har suttit isolerade.

För SVT har det inneburit omfattande förändringar i programverksamhet och organisation för att leva upp till uppdraget och publikens förväntningar. Det har omfattat exempelvis dygnet runt-rapportering, extrainsatta program, en total omställning i arbetssätt för att säkra personalförsörjningen och förändrade och förstärkta tekniska lösningar.

SVT hanterar dagligen säkerhetsincidenter

För att uppfylla säkerhets- och beredskapsuppdraget måste SVT kunna motstå påfrestningar. SVT hanterar en stor mängd säkerhetsincidenter varje dag över hela Sverige. Incidenterna be-

står exempelvis av förhöjd hotbild i samband med inspelningar nationellt och internationellt, hot och hat mot medarbetare och mot SVT som bolag, angrepp på egendom, intrångsförsök och it-attacker. SVT:s kostnader kopplat till säkerhet har fyrdubblats på fem år och under coronapandemin har det förekommit en lång rad incidenter.

SVT:s beredskapsarbete i kris och höjd beredskap

SVT bedriver beredskapsarbete utifrån ett helhetsperspektiv som omfattar både fredstida krissituationer och höjd beredskap. I det arbetet samråder SVT med Myndigheten för samhällsskydd och beredskap (MSB). Beredskapsarbetet sker utifrån en rad scenarier: fredstida kriser som exempelvis terrorattacker, pandemier och omfattande bränder, men även förhöjd beredskap. En rad planer och rutiner har utvecklats utifrån scenarierna i beredskapsarbetet. Under 2020 har SVT:s pandemiplan varit grunden för arbetet och en förutsättning för ett snabbt agerande. Flera förebyggande delar ingår i planeringen.

Medarbetare i kritiska funktioner är säkerhetsklassade och deltar i en planlagd utbildnings- och övningsverksamhet för personal. Viss utbildnings- och övningsverksamhet har genomförts under 2020 men verksamheten har påverkats av pandemin. Produktionen har utvecklats så att den kan skötas från flera orter oberoende av varandra. Exempelvis kan lokala nyheter och de stora nationella nyhetsprogrammen genom distansproduktion produceras från olika orter, vilket minskar sårbarheten vid påfrestningar som till exempel smittspridning.

SVT gör risk- och sårbarhetsanalyser och arbetar löpande med resultaten. Analyserna inkluderar också SVT:s distribution online. Under 2020 gjordes en säkerhetsskyddsanalys kopplat till ny lagstiftning.

För att upprätthålla hög säkerhet för distribution har SVT sedan 2020 ett nytt avtal med Teracom som ställer upp krav med bibeihållen räckvidd och kvalitet för marknätet. För att minska risken för avbrott även i andra distributionsformer kan till exempel kabel-tv-operatörer hämta SVT:s signal på flera skilda sätt. Tekniska lösningar byggs upp för att skapa god robusthet och redundans.

Coronapandemin och ökad beredskap

Pandemin har inneburit att SVT har testat ett antal beredskapsförmågor i skarp läge. Under året har till exempel den kontinuerliga krisinformationen via nyhetsverksamheten varit central. Allmän myndighetsinformation har också gått ut genom etablerade kanaler. För att minska risken för smittspridning har SVT använt tekniska lösningar för att bedriva både produktion och andra funktioner på distans. Under året har SVT även isolerat kritiska funktioner i olika arbetslag, separerat redaktioner och flyttat personal från andra verksamheter till nyheterna för att säkra personalförsörjningen. Tack vare de långsiktiga förberedelserna och förmågan till snabba åtgärder under året har beredskapen varit mycket god.

2020 sände SVT:s programkontroll ut totalt 108 251 program i SVT1, SVT2, SVT Barn, Kunskapskanalen och SVT24. Statistiken över antalet sända program inkluderar både förstasändningar och repriser, förproducerade program och direktsändningar. Om en sändning av ett program drabbats av ett fel rapporteras det i en daglig sändningsrapport. Alla avbrott eller störningar som omöjliggör för publiken att ta del av innehållet och som inte kan åtgärdas inom 60 sekunder betraktas som allvarliga och följs upp.

2020 rapporterade programkontrollen att 50 program (53 program 2019) 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.

SVT ska kostnadsfritt sända meddelanden som är av vikt för allmänheten om en myndighet begär det. Viktiga meddelanden till allmänheten (VMA) går ut i samtliga kanaler, på SVT Play, svt.se, i SVT Nyheter och i text-tv. Sådan information har enligt sändningsrapporterna lämnats vid 41 tillfällen under 2020 (43 gånger 2019).

Arbete för att säkerställa leveransen online

Med Teracom, som äger och driver marknätet för radio och tv i Sverige, skriver SVT ett avtal som inkluderar bland annat kvalitet och räckvidd. När det gäller distributionen online kan SVT inte kravställa mot operatörer på samma sätt som för marknätet. Online finns dessutom många fler aktörer mellan SVT och publiken. SVT arbetar dock för att säkerställa internetdistributionen så långt bolaget kan. Redundans i flera led eftersträvas, både kring var innehåll lagras och hur publiken når över internet.

SVT har fasta uppkopplingar till operatörer och använder sig av flera globala så kallade Content delivery networks-leverantörer (CDN) för att minska sårbarheten. SVT har även utvecklat ett eget CDN för att minska sårbarheten och kostnaderna. Precis som för broadcast finns beredskapsrutiner och SVT bygger in redundans i de egna plattformarna. Under året har SVT stärkt brandväggar och utsändningskapacitet för att kunna klara av påfrestningar och ökad användning.

Organisatoriskt har SVT under 2020 stärkt säkerhets- och beredskapsarbetet genom att samla arbetet inom en enhet. Dessutom har ett nytt cybersäkerhetsteam etablerats.

KAPITEL FEM

Här finns SVT

SVT:s programutbud görs tillgängligt i en mångfald av kanaler och plattformar där publiken finns.

I det här kapitlet redovisas SVT:s tv-kanaler, verksamhet på internet och balansen mellan kärnverksamhet och kompletterande verksamhet.



Här finns SVT

SÄNDNINGSTILLSTÅND 1 §

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

SÄNDNINGSTILLSTÅND 2 §

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

5.1 KANALER

→ ST 1–2 §§

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.

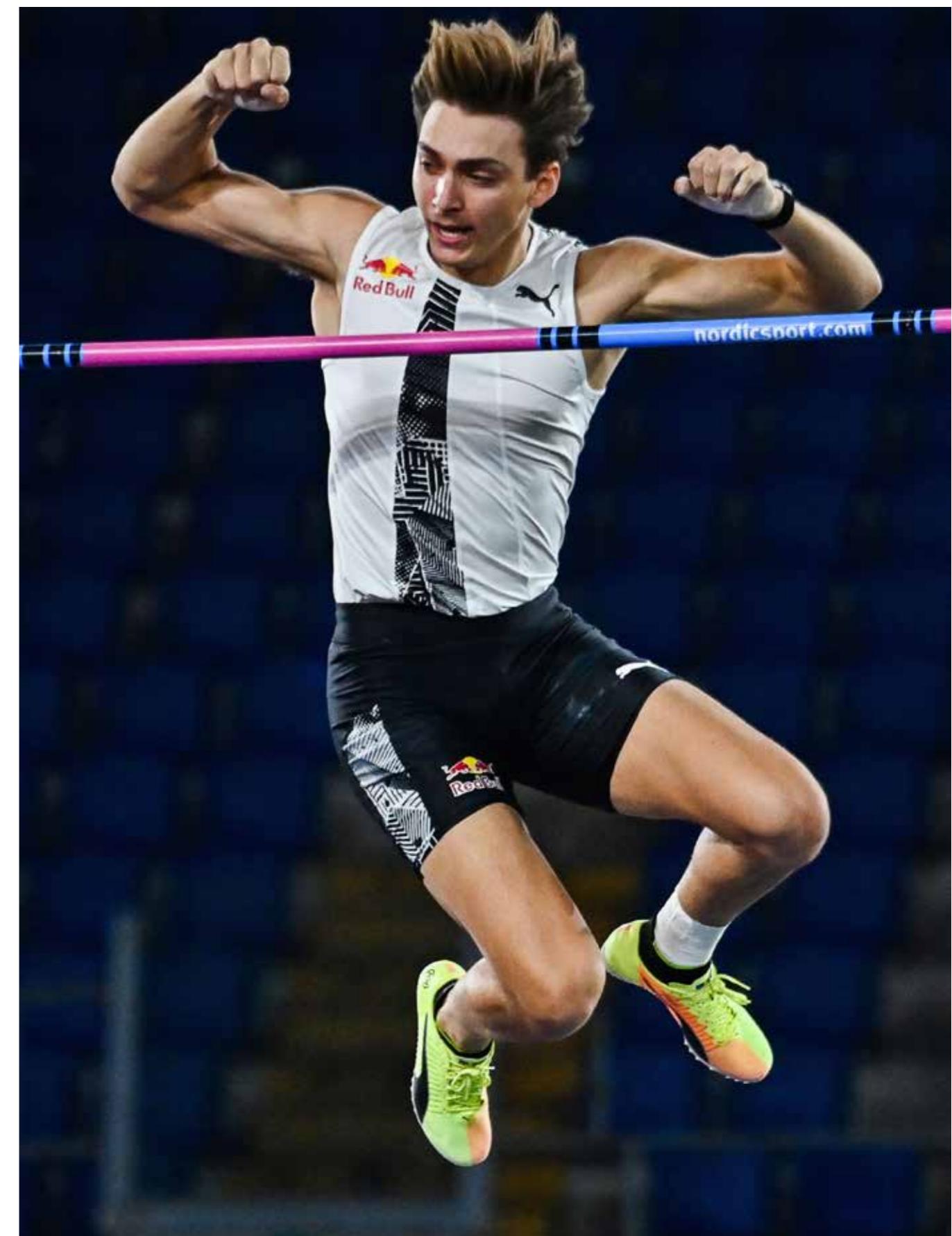
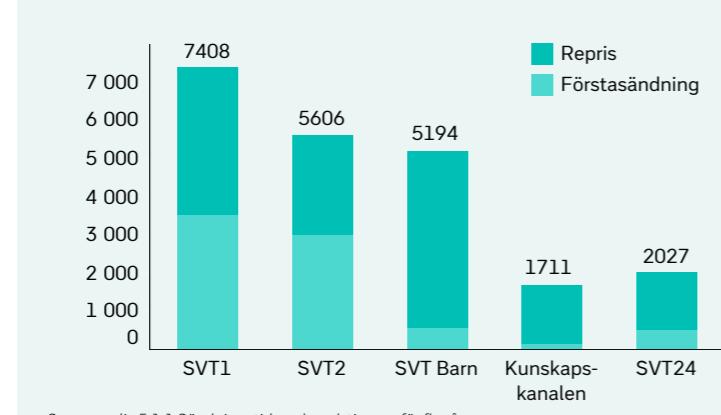
Under 2020 sändes 21 946 timmar i marknätet varav 7 786 timmar var förstasändning. Därutöver sänder lokala nyheter i 21 lokala sändningar. Det lokala utbudet sänds med några få undantag parallellt och varje lokal redaktion sände 154 timmar, vilket innebär att det producerades och sändes sammanlagt 3 241 timmar från de lokala redaktionerna. Från SVT:s fyra kanalplatser i marknätet sänds i genomsnitt minst 50 timmar i veckan. SVT sänder också text-tv.

SVT samlar Sverige

Målet med SVT1 är att samla Sverige genom populära program i alla genrer. Totalt sändes 7 408 timmar i SVT1 under 2020 (se diagram 5.1.1). Kanalen innehåller en bredd av programgenrer som vänder sig till stora delar av publiken med ambitionen att skapa förutsättningar för gemensamma upplevelser. SVT1 är inte bara Sveriges största kanal utan rymmer också Sveriges största nyhetsprogram Rapport och lokala nyheter med åtta sändningar varje vardag. SVT1 har dessutom den största andelen av samhällsfakta och fiktion riktad till en vuxenpublik.

Även 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 till

5.1.1 Sändningstid per kanal 2020, timmar



Armand Duplantis sätter nytt världsrekord i stavhopp på 6,15 meter i Rom 17 september 2020. Foto: Andreas Solaro/AFP.

MEDELSVILLKOR 2

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

SÄNDNINGSTILLSTÅND ÖVERGRIPANDE:

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

MEDELSVILLKOR 22

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

viljan att lära sig mer. På dagtid sänds SVT Forum i SVT2. Totalt sändes 5 606 timmar i SVT2 under 2020.

SVT Barn är Sveriges enda reklamfria kanal för barn i alla åldrar. Den har en omfattande svensk originalproduktion. SVT Barn sänder mellan klockan 05.00 och 20.00. I kanalen erbjuds barnen flera möjligheter att se programmen på olika tider. Här återutsänds också program som tidigare barn generationer har uppskattat. De utländska programmen bearbetas för att passa barnen, främst genom dubbning och textning. Under 2020 sände SVT Barn 5 194 timmar (mer om SVT:s utbud för barn och unga i avsnitt 73).

Kunskapskanalen har ett särskilt uppdrag att bidra till bildning och erbjuda kunskap om vår historia och samtid genom en mångfald av faktaprogram, dokumentärer och utbildningsprogram. Kanalen drivs i samarbete med UR. Kunskapskanalen sände 1 711 timmar under 2020.

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 tecken-språkstolkning. SVT24 sände 2 027 timmar under 2020.

Hög kvalitet i HD

SVT1 HD och SVT2 HD sänds i så kallad high definition, vilket är en teknik som ger högre bildkvalitet jämfört med standard-tv. Kanalerna används av fler än en miljon hushåll i Sverige. Eftersom kanalerna utgörs av parallellsändningar av SVT1 och SVT2 räknas timmarna som sänds här inte in i någon sändningsstatistik.

SVT har i dag inga särskilda sändningar till utlandet förutom program som tillgängliggörs via internet. Eftersom SVT endast tillgängliggör program utomlands som företaget redan har rättigheterna till så tillkommer små kostnader (cirka 100 000 kronor) för trafikavgifter vid användning av utbudet.

→ ST 3 §

Under 2020 förnyades avtalet mellan SVT och UR avseende sändningstid. Det befintliga avtal som reglerar överenskommelser om rutiner och kostnader kring sändningarna har fortsatt att gälla under 2020.

5.2 VERKSAMHET PÅ INTERNET

→ MV 2, ST 6–12 §§, MV 22

SVT:s uppdrag är att producera och sända tv-program till allmänheten. Uppdraget omfattar från och med 2020 både linjära sändningar i marknätet och sändningar och tillhandahållanden på SVT:s egna plattformar som finns på fritt tillgängliga och öppna delar av internet.

Digitaliseringen av mediemarknaden och utvecklingen när det gäller hur befolkningen i Sverige tar del av SVT:s program innebär att verksamheten på internet över tid kommer att öka i omfattning för att möta publikens ändrade behov och användning. Pandemin har dessutom påskyndat digitaliseringen. Andelen svenskar som enbart ser på broadcast minskar stadigt och online ökar. För SVT innebär det bland annat att SVT Play förväntas gå om SVT1 i räckvidd under 2021. SVT behöver genom erbjudandet av program och tjänster följa de nya mediebeteendena för att kunna vara relevant för allmänheten.

För att ge en rättvisande bild av SVT:s samla-de verksamhet avser SVT att förtydliga redovisningen av SVT:s verksamhet på internet. Samtidigt kommer det under nuvarande tillstånds-period fortsatt att behöva finnas ett tydligt fokus i redovisningen på de linjära sändningarna i marknätet, vilket beror på kravet att innehållsvillkoren i sändningstillståndet huvudsakligen ska uppfyllas i marknätet.

SVT ges i sändningstillståndet möjlighet till tillgodoräkande av programverksamhet online för att uppfylla innehållsvillkor i uppdraget. Den möjligheten tillämpas så här långt bara på två områden, dels verksamhet för ökad tillgänglighet för personer med funktionsnedsättningar, där möjligheten att tillgodoräkna verksamhet i beställ-tv har funnits sedan tidigare (se kapitel 7.4), dels i SVT:s sändningar på minoritetsspråk, där företaget för 2020 tillgodoräknar sig de unika sändningar som sker på SVT Play (se avsnitt 75).



SVT:s fotografer under direktsändningen av USA valet från Studio 5 i Stockholm. Foto: Axel Boberg.

Samma krav för verksamheten online

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

SVT:s on demand-utbud, det vill säga det utbud som är tillgängligt på begäran, distribueras på internet via SVT:s egna webbplatser och applikationer. Det finns sedan en rad sätt att ta del av innehållet: över öppna internet (genom

att gå in direkt på svtplay.se i en webbläsare), i mobil-appar, smart-tv-apparater och i mediaspelare som Apple TV och Chromecast.

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

SÄNDNINGSTILLSTÅND 3 §

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

SVT Play

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

Totalt har SVT tillhandahållit 16 843 timmar på SVT Play under 2020. Huvudelen av det innehållet bestod av program som också sänds i SVT:s kanaler i marknätet. Därutöver fanns ett antal webbunika program och livesändningar som endast fanns online. Under 2020 sändes 2 680 timmar live och ytterligare 321 timmar som webbunikt innehåll i SVT Play (se nedan för en förklaring av hur programutbudet på SVT Play redovisas).

De flesta egenproducerade och svenska programmen publiceras ofta i SVT Play före utsändningen i tv och är därefter nor-

malt tillgängliga under sex månader. En del program är tillgängliga under ännu längre tid, i vissa fall upp till ett år. Programmen på SVT Play speglar sammantaget väl den genrebredd som SVT sänder i broadcast.

Alla SVT:s kanaler i Play

Samtliga SVT:s kanaler är möjliga att se i SVT Play i en webbläsare och i mobilapp parallellt med de ordinarie sändningarna i traditionell tv. Utöver parallelsändningarna sänds webbunikt material som ger publiken ett mervärde. Det handlar bland annat om extrasändningar från stora nyhetshändelser och sportsändningar.

Innehållet i SVT Play ska vara lätt att spela upp, även för personer med någon form av funktionsnedsättning, samt hålla en hög teknisk kvalitet på alla typer av skärmar. Under året har SVT fortsatt att utveckla applikationer och tjänster på olika plattformar för att publiken ska ha god tillgänglighet till innehållet (se mer i avsnitt 7.4).

Ökad tillgänglighet och tydligare tal

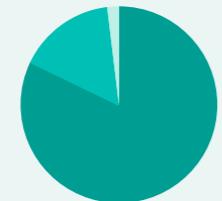
För att underlätta åtkomst till aktuell coronainformation genomfördes under 2020 tydligare märkning av tillgänglighetstjänsterna i SVT Play, till exempel teckenspråk. 2020 introducerades även den nya valbara funktionen *Tydligare tal* i SVT Play. Syftet var att förbättra hörbarheten för människor med permanent eller tillfälligt nedsatt hörsel. Antalet titlar med *Tydligare tal* ökade under året, i dialog med SVT:s tittare (mer i avsnitt 7.5).

Coronaprogram i SVT Play

Under 2020 har ett stort antal extrasändningar skett för att möta publikens behov av information om coronapandemin. Varje vecka har nyheterna sänd internationella, nationella och lokala presskonferenser och kommenterande program. I samband med att landets kulturscener tvingades stänga på grund av pandemin lanserades *SVT Scen* på SVT Play, med scenföreställningar från hela Sverige. SVT erbjuder också unika sändningar från sportevene-

5.2.1 Publiceringar på SVT Play 2020 timmar

- Även sänd i marknätet
- Livesändningar i Play
- Unikt i Play



Tillgängligt i Play totalt	16 843
varav	
Även sänd i marknätet	13 841
Livesändningar i Play	2 680
Unikt i Play	321

Så redovisar SVT programutbudet på SVT Play:

- Publiceringar – SVT räknar förstapubliceringar under året, dvs programmet ska ha publicerats på Play första gången år 2020, oberoende av om och när det har sändts i marknätet.
- Antal timmar – Ett program räknas endast en gång oavsett hur många gånger det har publicerats under året eller hur länge det har varit tillgängligt.
- Unikt i Play – Som unika räknas endast program tillgängliga i Play som inte har sändts i marknätet under året eller tidigare år. (Program som publiceras först i Play och sedan i marknätet under samma år räknas inte som unika).
- Nya versioner, förlängda versioner och parallella sändningar av program i marknätet räknas som nya publiceringar men inte som unika timmar i Play.



Musikhjälpen 2020 med Greekazo & Yei Gonzalez. Foto: Micke Grönberg/Sveriges Radio.

mang där SVT äger rättigheter som inte ryms i eller bedöms passa de linjära sändningarna i marknätet. Under 2020 har dock sportutbudet varit mer begränsat. I viss utsträckning sker också särskilda sändningar över internet för att introducera och sammanfatta evenemang, så kallade uppsnack och eftersnack.

Sajter och appar

SVT:s sajt SVT Nyheter (svt.se) har ett basutbud av nyheter och sport och dessutom ett antal satsningar kopplade till programtitlar eller ämnesområden. På sajten finns utrymme för fler nyheter och mer fördjupning än vad som ryms i sändningarna i broadcast. Under 2020 har SVT Nyheter varit en av de viktigaste källorna till nyheter om pandemin och en avgörande tjänst för att SVT som nyhetsleverantör ska kunna nå ut till alla.

I februari 2020 startade SVT en direktrapportering dygnet runt om coronapandemin som har pågått varje dag sedan

dess. Under 2020 ökade antalet användare av SVT Nyheter med 50 procent jämfört med 2019. SVT når varje vecka 5,5 miljoner unika klienter, en ökning från cirka två miljoner 2016.

Tillgänglighet är en viktig fråga också på SVT Nyheter och en stor del av de korta inslag som publiceras på www.svt.se textas. Det handlar om inslag producerade av både riks- och lokalredaktionerna och av redaktionerna för sport och kultur. Under 2020 publicerades cirka 1 000 timmar sådana textade inslag. Även sporten har en samlad sajt med extramaterial och resultatsidor som också kan nås via en app.

Under året har dessutom lokala nyheter börjat textas på SVT Play (se avsnitt 7.4.). För barn finns SVT Barn (svt.se/barnkanalen) vars navigation är särskilt anpassad för barn som inte är läskunniga än.

För de allra yngsta finns också Bolibompa med fokus på lek och lärande. Både Bolibompa och SVT Barn finns som appar med egna platser, avgränsade från övrigt.

utbud, för att minska risken att barn ser program med olämpligt innehåll.

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

Appen SVT Språkplay riktar sig särskilt till människor med annat modersmål än svenska. Under 2020 har appen uppdaterats och erbjuder nu interaktiva underexter med stöd för 25 språk.

Öppet arkiv

Tjänsten Öppet arkiv finns sedan 2020 på SVT Play. Öppet arkiv är en skattkista fyld med nostalgi, dramaserier och barn- och underhållningsprogram. I Öppet arkiv kan publiken återse hyllade dokumentärer och program inom fakta, nyheter, sport och kultur.

Programmen som publiceras utgör ett



Wolf med mamma Diza från Dokument inifrån: Vaccinkrigarna. Foto: Lars Granstad.

brett urval från hela SVT:s utbud från starten i slutet av 1950-talet fram till 2000-talets början. Under coronapandemin har flera program från SVT:s arkiv lyfts fram i dagtablån för SVT1 som en viktig åtgärd för att stärka utbudet av program för alla som har tvingats stanna hemma på grund av smittspridningen. Exempel på sådana programserier är *Saltön*, *Skärgårdsdoktorn*, *Gäster med gester* och *Här är ditt liv*. En annan viktig del i utbudet på Öppet arkiv är program om och med de nationella minoriteterna, program på teckenspråk samt gudstjänster inom olika trosinriktningar.

SVT i sociala medier

SVT:s närvaro i sociala medier syftar till publikdialog och marknadsföring. Genom publikdialogen får allmänheten möjlighet att kommentera och lämna synpunkter på SVT:s program. Dialogen bidrar till en utveckling av SVT:s tjänster och program och utgör grund för ett stort antal nyhetstips. Under 2020 har publiken ställt ett rekordstort antal frågor till SVT, framför allt kopplade till pandemin.

Marknadsföringen fyller en viktig funktion för att få tittare att uppmärksamma, hitta och ta del av SVT:s program och tjänster. I dagsläget utgörs cirka 80 procent av besöken till SVT Play och SVT Nyheter av direkttrafik, medan cirka 15 procent kommer från sök och sociala medier och ytterligare 5 procent från pushnotiser och andra sajter. Det visar att SVT:s plattformar har en stark ställning. Marknadsföring i sociala medier är ett värdefullt komplement även om SVT lägger begränsat med resurser på det. Många tittare och användare tar sig till SVT via plattformar som Google, YouTube, Twitter, Instagram och Facebook.

Policy för sociala medier

SVT har en decentralisering modell för att hantera sociala medier. Flera redaktioner har egna konton i sociala medier, bland annat SVT Nyheter och SVT Sport samt de programredaktioner som sänder större delar av året. I exempelvis nyhetsverksamheten finns SVT på sociala medier för att väcka nyfikenhet för det redaktionella materialet och nyhetstjänsten.

En särskild policy klargör att SVT:s publiceringar ska följa samma regler om bland annat apartiskhet och saklighet som tillämpas i den ordinarie publicistiska verksamheten samt hur moderering av kommentarer ska ske. Vid sidan om SVT:s egen aktivitet i sociala medier förekommer en betydande vidarespridning av SVT:s artiklar och klipp den vägen.

5.3 MOTTAGNINGSPLATTFORMAR

→ ST 4 §, MV 7

För att SVT ska uppfylla sitt public service-uppdrag behöver utbudet vara tillgängligt så att så många som möjligt kan tillgodogöra sig det. Det är även en tydlig förväntan från publiken. SVT:s ambition är därför att tillhandahålla utbudet på de distributionsplattformar som 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 2020. Kabel-TV användes av närmare hälften av befolkningen. Drygt en tiondel av befolkningen tog emot sin TV-signal via satellit och en fjärde del 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.

Egna plattformar prioriteras

Vid distribution på internet är de egna webbplatserna och SVT:s egna applikationer prioritärade. Det innebär att SVT fokuserar de tekniska resurserna till att utveckla dessa och göra dem lättillgängliga och användarvänliga. SVT lägger även störst kraft på att bygga in redundans i de egna tjänsterna för att de ska vara robusta och ha en hög teknisk säkerhet. Publikens förväntar sig att SVT:s innehåll och tjänster ska kunna nås i alla lägen och SVT arbetar för att säkra det så långt det går i de egna tjänsterna (se även avsnitt 4.10). Det är även på de egna plattformarna som helheten av SVT:s hela utbud finns.

Andra aktörer kan vidaresända och tillgäng-

liggöra SVT:s innehåll, som via distributörer och operatörer egna plattformar. SVT:s närvaro i sociala medier syftar till publikdialog och marknadsföring för att få publiken att hitta till SVT:s egna tjänster. Hela SVT-program finns inte, med några få undantag, tillgängliga på sociala medieplattformar.

Öppna och tydliga riktlinjer för plattformar som inte är SVT:s egna → MV 22

Marknaden för distribution av innehåll, framför allt på internet, är i stor förändring. Det råder stor osäkerhet om hur publiken kommer att ta del av innehåll i framtiden. Den osäkra situationen kräver både flexibilitet och snabbhet från SVT för att kunna anpassa distributionen till rådande förutsättningar.

SVT har under året tagit fram riktlinjer för hur företaget ska förhålla sig till distribution på plattformar som inte är SVT:s egna. Riktlinjerna utgår från SVT:s distributionspolicy. I riktlinjerna sammanfattas delar av distributionsplicyn, som likabehandling, vidaresändning och hur SVT förhåller sig till sociala nätverk. Där beskrivs att SVT på internet prioriterar de egna webbplatserna och applikationerna.

I riktlinjedokumentet beskrivs sedan SVT:s utgångspunkter för att göra en bedömning av plattformar. Centrala utgångspunkter som alltid ska vägas in är:

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

Sammantaget är detta avgörande för att SVT ska kunna upprätthålla allmänhetens förtroende för verksamheten. De övergripande utgångspunkterna, oberoende och tillgänglighet, har sedan brutits ner till områdena redaktionell kontroll och publicistiskt ansvar, tydlig varumärksexponering, framträdande placering, tillgänglighet och används av många, fritt tillgängligt, tillgång till data, reklamfritt och plattformens hållbarhet.

SÄNDNINGSTILLSTÅND 4 §
"SVT ska utforma sändningarna på sådant sätt att de inte bara kan tas emot av en begränsad del av allmänheten i sändningsområdet."

MEDELSVILLKOR 7
"För att nå tittarna är det nödvändigt att kärnverksamheten distribueras på olika plattformar. Vid distributionen på internet bör de egna plattformarna var prioriterade."

MEDELSVILLKOR 22
"SVT ska ha öppna och tydliga riktlinjer om hur företaget förhåller sig till distribution på plattformar som inte är SVT:s egna. Riktlinjerna ska även bifogas redovisningen" (se bilaga Riktlinjer för externa plattformar)



Före detta fotbollsproffset Torbjörn Nilsson coachar ett ungdomslag från Göteborgi **Målet är målet**. Foto: Ola Kjelbye/SVT.

MEDELSVILLKOR 2

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

Återkommande analys av plattformar

SVT gör en analys av en plattform utifrån varje område beskrivet ovan och väger samman dessa till en helhetsbedömning. Den övergripande plattformsbedömningen ligger sedan till grund för om och på vilket sätt olika verksamheter inom SVT redaktionellt agerar på en plattform. Det kan exempelvis vara beslut om den kan användas för distribution av innehåll eller mer begränsat för information om innehåll.

Bedömningarna görs återkommande eftersom plattformarna är i ständig utveckling och förutsättningarna kan förändras. Även publiken kan göra snabba förflyttningar som kräver att SVT ser över sina bedömningar för att underlätta tillgången till innehållet.

Riktlinjerna är publicerade på SVT:s Om oss-sida (svt.se/omoss) och som bilaga i public service-redovisningen.

5.4 KÄRNVERKSAMHET OCH KOMPLETTERANDE VERKSAMHET

→ MV 2

Kärnverksamhet

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

- » SVT:s kanaler i marknätet
- » hela kanaler på webben, antingen simultant med sändning i marknätet eller i webbexklusiva kanaler

- » Play-tjänster där program finns tillgängliga för konsumtion på begäran, både innehåll som har sänts linjärt tidigare och innehåll som publiceras exklusivt på egna plattformar
- » direktsändning över internet, till exempel extrainsatta nyhetsprogram
- » klipp av rörlig bild (på SVT:s egna plattformar).

Kompletterande verksamhet

Kompletterande verksamhet syftar till att utveckla och stödja kärnverksamheten och förbättra möjligheterna för allmänheten att tillgodogöra sig den exempelvis text på webben. Andra exempel på kompletterande verksamhet är SVT:s appar, som Duo-appen och Mello-appen, och SVT:s receptsajt, där SVT samlar recept från programverksamheten. SVT:s tillgänglighetstjänster är också kompletterande verksamhet som har till uppgift att underlätta för allmänheten att ta del av kärnverksamheten (se vidare avsnitt 7.4). Den kompletterande verksamheten ska utgå från och ha en tydlig koppling till kärnverksamheten.

Sociala medier är ytterligare en kompletterande verksamhet. SVT har två syften med sin närvaro i sociala medier. För det första att marknadsföra, informera och synliggöra SVT:s innehåll gentemot målgrupper som är svåra att nå via de traditionella kanalerna. För det andra att föra dialog med publiken och därigenom utveckla programverksamheten. Slutligen finns en mycket liten verksamhet som också tjänar till att förstärka programupplevelsen eller marknadsföra programmen. Det handlar om produkter som SVT:s tryckta julkalender och allsångshäftet.

→ MV 11

Av medelsvillkoren framgår att SVT ska upprätthålla en god balans i omfattningen mellan kärnverksamhet och kompletterande verksamhet. Med god balans menas också balans mellan olika delar av kärnverksamheten. SVT vill inledningsvis tydliggöra att balans inte kan ses som ett fast begrepp utan något som behöver ses i ljuset av användarbeteenden, medieutveckling och publikens behov och förutsättningar. I det följande redogörs för hur SVT förhåller sig till den balansen, med utgångspunkt

i gällande villkor och förarbetena till dessa (prop. 2018/2019:136, bet. 2019/20:KrU2).

Balans mellan kärnverksamhet och kompletterande verksamhet

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

Huvudsaklig uppfyllnad i marknätet

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

Kompletterande verksamhet höjer kvaliteten
SVT:s kompletterande verksamhet, till exempel ren text på webben, är av mycket begränsad omfattning i förhållande till de resurser som läggs på att göra rörlig bild, och bidrar just till att komplettera SVT:s kärnverksamhet.

I förarbetena anges att den kompletterande verksamheten inte får bedrivas på ett sätt som kan riskera att påverka kvaliteten på kärnverksamheten negativt eller att förtroendet för programföretagen ifrågasätts. SVT bedömer att den kompletterande verksamheten inte sänker kvaliteten eller påverkar förtroendet negativt. För det första tillämpar SVT samma principer för den kompletterande verksamheten som för kärnverksamheten. Det innebär att även i den kompletterande verksamheten följs principer som oberoende, opartiskhet, saklighet och förbud mot reklam med mera.

Dessutom stödjer SVT:s kompletterande

MEDELSVILLKOR 11

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

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

Den uppledda kvaliteten på en verksamhet är också en förklarande faktor till vilket förtroende människor har för den. Genom att SVT:s kompletterande verksamhet förhöjer kvaliteten på kärnverksamheten bidrar den till ett ökat snarare än ett sänkt förtroende. Som framgår i kapitel 3 är allmänhetens bedömningar av SVT:s kvalitet, värde och förtroende relativt stabila över tid.

Mot bakgrund av redovisningen ovan bedömer SVT att det råder balans mellan kärnverksamhet och kompletterande verksamhet.

Balans mellan olika delar av kärnverksamheten

I förarbetena till gällande villkor framgår att det ska råda balans också mellan olika delar av kärnverksamheten, det vill säga mellan linjära sändningar i marknätet och sändningar och tillhandahållanden online. Kravet på balans har tillkommit i syfte att säkerställa att programföretagen inte använder för stor del av resurserna till verksamhet som inte alla medborgare har tillgång till och därmed riskerar att skada förtroendet för public service. Samtidigt framgår att kravet inte innebär att SVT ska redovisa hur mycket medel som spenderas på respektive del av verksamheten. Det låter sig inte heller göras.

SVT konstaterar för det första att den absoluta merparten av SVT:s program är tillgängliga i både marknätet och online på SVT Play. Som framgår i redovisningen av SVT Play ovan är det endast en mindre andel av programmen som enbart tillhandahålls online, och som inte också sänts i SVT:s marksändningar.

SVT konstaterar också att publikens användning av plattformar som bygger på

internetdistribution ökar över tid. 98 procent av alla hushåll och företag i Sverige hade 2019 i sin absoluta närhet tillgång till bredband eller it-infrastruktur som medgav hastigheter om minst 30 Mbit/s. Det är långt över vad som krävs för att ta emot strömmad video (Ingman & Tibbling 2020).

Ökad digital mediekonsumtion

Allmänhetens digitala mediekonsumtion har ökat under 2020. Det syns bland annat i utvecklingen för SVT Play, som inom kort kommer att gå om SVT1 i antal tittare. Enligt rapporten Svenskarna och internet 2020 använder 96 procent av befolkningen internet (Internetstiftelsen 2020). Enligt SVT:s egna mätningar använde 65 procent av befolkningen SVT:s online-tjänster en genomsnittlig vecka 2020.

Andelen av befolkningen som enbart följer SVT via linjära sändningar i broadcast minskade från 33 procent per vecka 2019 till 20 procent 2020. Andelen som använder både nya och gamla plattformar har ökat kraftigt från 31 procent per vecka andra halvåret 2019 till 49 procent per vecka sista tertianen 2020. Andelen som endast använder SVT online har ökat varje år och uppgår i dag till 16 procent per vecka. Givet publikens förändrade mediebeteenden och den ökade användningen av SVT:s onlineutbud finns risken att förtroendet för och uppfattningen om SVT:s kvalitet skulle sjunka om SVT inte utvecklade kärnverksamheten online.

Det breda SVT-utbudet både i marknätet och online

En annan aspekt som betonas i förarbetena är att bredden i utbudet i marknätet inte bör minska i någon påtaglig omfattning som ett resultat av att programföretagen får tillgodoräkna sig viss programverksamhet på internet vid uppfyllandet av public service-uppdraget. Som framgår i avsnitt 5.2 tillämpar SVT den möjligheten i begränsad utsträckning. I kapitel 7 framgår även att den genrebredd och mångfald av program som SVT erbjuder i företagets sändningar i marknätet i

huvudsak är desamma som tidigare år. Samtliga program återfinns dessutom på SVT Play, vilket innebär att tillgången till den bredd av program som SVT erbjuder är god både online och i marknätet.

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



KAPITEL SEX

Ett utbud för alla

SVT ska erbjuda ett mångsidigt programutbud som omfattar allt ifrån breda till särpräglade programtyper. Vissa program samlar en stor bred publik medan andra vänder sig till specifika målgrupper. SVT:s mål är inte att publikmaximera utan att säkerställa att det finns program både av allmänt intresse och program som vänder sig direkt till enskilda tittare.

Jens Stråhle (Jesper Rönndahl) och Mimmi Hamilton (Marie Agerhäll) i **Dips**. Foto: Karl Nordlund/SVT.



Ett utbud för alla

SÄNDNINGSTILLSTÅND 6 §
"SVT ska erbjuda ett mångsidigt programutbud som omfattar allt från det breda anslaget till mer särpräglade programtyper. I detta ligger att tillhandahålla ett varierat utbud på det svenska språket."

6.1 SAMLANDE UPPDRAGET

→ ST 6 §

Enligt sändningstillståndet ska SVT sända både program med ett brett anslag och mer särpräglade programtyper. Det tolkar SVT som att företaget ska erbjuda program som är intressanta för en stor publik men också innehåll som tilltalar mindre, specialintresserade grupper.

Både de breda och de särpräglade programmen kan finnas i alla programgenerer och båda typerna av program är viktiga för att uppfylla SVT:s uppdrag i allmänhetens tjänst. Vad som blir ett brett uppskattat program är samtidigt inte givet på förhand. Smalare programtyper kan också komma att vinna mångas hjärtan. Exempel på sådana program finns på flera ställen i den här redovisningen. De särpräglade programmen återfinns vanligtvis inom livsstil/fakta, dokumentär, kultur, men också bland folkbildande program.

Programmen med bredare anslag har ofta möjlighet att samla en större publik och skapar därmed gemensamma upplevelser i Sverige. De upplevelserna 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 heterogent samhälle och i en tid då mediekonsumtionen blir

allt mer individualiserad. Den här typen av program återfinns ofta i underhållnings- och sportgenren samt kring högtider.

Det samlande uppdraget har kanske aldrig varit viktigare än under 2020 när samhörighet över generationer och kulturer uteblivit. Tv:n har varit ett sällskap för många under pandemin.

SVT:s journalistiska uppdrag att bevaka och informera har varit centralt för att ge svenska folket uppdaterad information under coronapandemin. Men det har även funnits behov av att få koppla av och hämta kraft. Även då har SVT spelat en roll. SVT gjorde bland annat en stor omställning av dagstablån i SVT1 under våren. Klassiska dramaserier, matinéer och underhållning sattes in med särskild tanke på de många äldre som tillbringade mycket tid inomhus. Som framgår i avsnitt 4.7 var 68 procent av SVT:s utbud 2020 på svenska.

Direktsänd helkväll med anledning av pandemin

Våren 2020 då påfrestningarna var stora på samhället och många var både osäkra och oroliga mobiliserade SVT och med en veckas varsel förbereddes *En kväll tillsammans*. Den direktsända helkvällen med Mark Levengood som programledare hyllade pandemins vardagshjältar.



Dox: Scheme birds. Dokumentär om den 18-åriga Genna och hennes farfar som föder upp duvor och tränar Genna i boxning. Foto: Sisylos Film Produktion.

Kvällen innehöll framträdanden av Sveriges artistelit från flera olika platser i landet. Förutom i studion i Stockholm fanns reportrar i Umeå, Malmö och Göteborg. Alla som ville kunde också vara med och bidra i Radiohjälpen insamling till dem som drabbats hårdast av läget i Sverige.

Hemmagympa under pandemin

För att möta behoven under pandemin skapade SVT det hyllade programmet *Hemmagympa med Sofia*, producerat av SVT Umeå. Idrottsläraren Sofia Åhman från Umeå blev ett sällskap och en motivation för många att upprätthålla sin fysiska aktivitet och i augusti fick hon pris på Kristallen-galan. SVT fortsatte därefter att inspirera och samla publiken i hemmamiljö med *Slappna av med Ulrika*.

SVT ett sällskap under helgerna

Melodifestivalen genomfördes under sex intensiva veckor. Inför finalen vidtog SVT en rad åtgärder för att minska risken för smittspridning. Pandemin satte dock stopp för *Eurovision Song Contest*. I stället sändes programmet *Shine a light*, med ambitionen att skapa gemenskap över nationsgränserna. SVT sände dessutom *Sveriges tolva*, ett program där publiken fick rösta fram sin vinnare bland tävlingsbidragen.

Julen är en tid för gemenskap, firande och traditioner men den här julhelgen blev inte som vanligt och då blev SVT:s förmåga att erbjuda sällskap extra viktig. I *Musikkalendern* framförde 24 av Sveriges främsta artister personliga hälsningar och låtar direkt till publiken varje dag fram till julafton.

*Luciamorgon från Jukkasjärvi lockade hela två miljoner tittare. Julkalendern *Mirakel* samlade också över två miljoner tittare i broadcast samt över 800 000 i webbpublik på SVT Play varje dag. Programmen fungerade som en uppattività inför julaftonen då årets julvärd Lars Lerin och hans make Junior samlade svenska folket. Nära sju miljoner mäniskor tittade på SVT någon gång under julafton.*

Parisa Amiri och Anders Lundin lotsade sedan tittarna genom nyårsfirandet. Skådespelerskan Sofia Helin läste Nyårsklockan vid den traditionenliga diktläsningen vid tolvslaget på Skansen. Under hela december återinförde SVT "hallåorna" för att skapa närväro och sällskap mellan programmen.

Populära program för hela familjen

Barnfamiljer uppskattar att samlas kring program som vänder sig till alla i familjen, som *Bäst i test* med Babben Larsson och David Sundin. Under 2020 lockade programmet över 1,5 miljoner tittare varje vecka. I *Mästarnas mästare* fick vi åter kärra de främsta vinnarskallarna från sportens värld, en minnenas kaval-kad för de äldre och nya upptäckter för de unga.

Allsång på Skansen samlar i vanliga fall en miljonpublik och tusentals kommer varje vecka till Solliden-scenen för att vara med vid direktsändningarna. Men sommaren 2020 fick redaktionen tänka om. Endast tio personer fick vara med i publiken. Då utvecklade SVT en digital teknik som gjorde det möjligt för tittarna att sjunga med i bild (se avsnitt 4.9).

På spåret visade återigen att inspirerande kunskap på bästa sändningstid har en samlande effekt som saknar motstycke. Över tre miljoner följde varje vecka tävlingen som leds av Kristian Luuk och Fredrik Lindström.

SVT Sport tog ökat nyhetsansvar under pandemin

Idrottsvärlden drabbades precis som övriga samhället hårt av coronapandemin. Under två veckor i mars stängde sportvärlden ner tävling efter tävling i rasande takt. Det dröjde sedan tre månader innan tävlingsdörren försiktigt öppnades på glänt igen.

Sportåret 2020 kom därför att präglas av inställda, uppskjutna och förändrade tävlingar och det hade stor påverkan på SVT:s sportutbud. Bland annat flyttades fotbolls-EM för herrar och Paralympics från 2020 till 2021. Båda SM-veckorna ställdes in, liksom EM i friidrott och en lång rad andra evenemang.

De inställda tävlingarna skapade hål i tablerna, men SVT Sport-redaktionen agerade snabbt. Sportredaktionen gjorde det direkt-sända nyhets- och samhällsprogrammet *Helgstudion* på lördagar och söndagar. Helgstudion sändes under elva helger mellan mars och maj och blev så uppskattad av publiken att programmet fick förynat förtroende under hösten, då i samarbete med SVT Nyheter.



Elever från Musikgymnasiet i Boden i Luciamorgon från Jukkasjärvi. Foto: Hans-Olof Utsi.

Flera nya programformat för sportpubliken

Nästan hälften (44 procent) av svenska folket uppgav 2020 att de är mycket intresserade av sport och att titta på sport i tv (Upplevseinstitutet 2020). Alla uteblivna tävlingar och sändningar skapade därför ett stort tomrum hos många.

SVT Sport mötte behovet med egna, nya programformat. Bland annat återsändes Sveriges samtliga matcher från fotbolls-VM 1994, en satsning under tre helger som rönte stor uppskattning och fick många tittare. *Utanarmötet*, där Sveriges främsta inom tennis, bordtennis och padel möttes i coronasäkrade tävlingar, vann även det publikens gillande. Tävlingarna var nära sändes den enda liveidrott som fanns att tillgå i svensk tv.

2021 är ett stort sportår i SVT med bland annat tre vinter-VM, ishockey-VM för herrar, fotbolls-EM för herrar och Paralympics. Tyvärr ser det ut som att pandemin kommer att ha fortsatt stor påverkan på idrotten. Risken är överhängande att fler evenemang och tävlingar ställs in under 2021.

6.2 FOLKBILDNING

→ ST 6 §

SVT:s vision är att bidra till ett Sverige där alla är mer nyfikna och insatta. Ett demokratiskt samhälle behöver informerade medborgare.

SVT:s uppdrag i allmänhetens tjänst handlar om att fylla demokratiska, sociala och kulturella behov i samhället och hos individer. Ett sådant uppdrag låter sig inte slås fast i vissa genrer eller programtyper. Det måste genomsyra en bredd av genrer, former av berättande och ämnen som sammantaget bidrar till att kittla mäniskors nyfikenhet, öka deras kunskaper och ge nya perspektiv.

Vad som fungerar som bildande eller kunskapsberikande varierar förstås också med vilka som tar del av programmen. Det som är ett kunskapshöjande och stimulerande program för en person kan någon annan avfärdas helt. SVT:s ambition är att nå ut brett till alla med program som berikar och inspirerar till ny kunskap. Men SVT har också som ambition att nå var och en med ett innehåll som tilltalar. Det folkbildande utbudet rymmer både breda och mer särpräglade programtyper, som skapar värde då publiken kan finna innehåll som berikar och fördjupar vars och ens kunskaper.

SÄNDNINGSTILLSTÅND 6 §
"Programutbudet ska spegla förhållanden i hela landet och den variation som finns i befolkningen samt som helhet präglas av folkbildningsambitioner."

SVT producerar ett stort antal program med kunskapsrelaterat material och ämnesområden som religion, historia, natur och kultur återfinns kontinuerligt i SVT:s utbud. Här finns program med långa historiska tidslinjer men också program som skildrar vår samtid.

Dokumentärserier med folkbildningsteman

Under 2020 sändes uppmärksammade dokumentärserien *Stockholms blodbad – kampen om tronen*, som skildrade ett av de mest dramatiska ögonblicken i Nordanas historia. I *Världens sämsta indier* kunde vi följa komikern David Batra och SVT:s korrespondent Malin Mendel i ett sökande efter kulturella rötter och en strävan att förstå det stora landet Indien bättre.

I *Framtiden runt hörnet* träffade forskaren och vetenskapsjournalisten Emma Frans och komikern David Sundin de personer som arbetar i forskningens frontlinjer. Uppdraget var att försöka blicka in i hur vår nära vardagsframtid kommer att se ut. I en tid då allt fler ifrågasätter de påfrestningar vi människor utsätter miljön för ökar intresset för det gröna utanför vår egen dörr. *Trädgårdstider* bygger kunskap och intresse för grön mat och grön miljö.

Populärvetenskapliga dokumentärprogrammet *Vetenskapens värld* fortsätter att ligga i framkant när det gäller att sprida aktuell kunskap till en stor publik genom ett bredd utbud av spänande rapportering om forskningens senaste rön. Under 2020

sändes flera specialprogram med anledning av coronapandemin, exempelvis om smittspridning, virus och vaccinframställning. Vetenskapsredaktionerna bidrog också med expertkunskap i SVT:s nyhetsändningar.

För sportintresserade producerades en dokumentär om pandemins påverkan på idrotten och *Sportspegeln* gjorde specialprogram där idrottsrörelsens främsta diskuterade hur de hanterat pandemin.

Förstärkt nyhetsverksamhet dygnet runt

SVT har en mångfald av nyhetsprogram och samhällsprogram av allmänbildande och kunskapsberikande karaktär. Under pandemin stärktes nyhetsverksamheten kraftigt dygnet runt, för att möta det ökade behovet av information i en situation där desinformation och rykten lätt kan spridas. Myndigheternas dagliga presskonferenser direktsändes och nya program startades där experter svarade på publikens frågor. Onlineplattformen SVT Nyheter bidrog med löpande uppdateringar och fördjupning dygnet runt. SVT:s specialutvecklade datagrafik hjälpte till att förklara smittspridningen.

Under 2020 sände SVT också flera specialprogram med anledning av pandemin, exempelvis *Coronaspecial*. Under året startade både *Utrikesbyrån* och *Ekonomibyrån* som hjälpte publiken förstå de omfattande konsekvenserna av pandemin och andra skeenden i världen.

I *Korrespondenterna live* rapporterade SVT:s korrespondenter om konsekvenser

av pandemin runt om i världen. Ett uppmärksammat program under året var *Bryssel calling* där tittarna fick följa fyra svenska EU-parlamentariker bakom kulisserna i maktens korridorer under arbetet med bland annat Brexit, Europaparlamentets utlysta klimatnödläge och coronapandemin.

På nyhetssidan fortsatte SVT Sport att stärka arbetet med egna nyheter och granskningar. Under våren publicerades flera avslöjanden som fick stort genomslag i debatten, bland annat om matchfixning. Tillsammans med samhällsprogrammet *Agenda* granskade SVT Sport också regeringens hantering av idrotten under coronapandemin.

Aktuella nyheter för barn och unga

För barn och unga finns en genomgående ambition att förmedla information och kunskaper i programmen. *Lilla Aktuellt* är nyhetsprogrammet för barn och unga med aktuella nyheter och fördjupningar inom områden som vetenskap, hälsa, politik och samhällsfrågor. I Duo-appen kan publiken interagera med redaktionen kring nyheter och andra aktuella företeelser. Användarna delar kunskaper, åsikter och känslor både med varandra och med redaktionen. Resultaten redovisas dagligen i tv-programmet och används ofta som underlag när redaktionen planerar och producerar innehåll.

Under pandemin har Lilla Aktuellt både samlat sin coronarapportering och skapat en coronaordbok i särskilda kategorier i SVT Barn och SVT Play. Här finns förklarande videor, frågor och svar för barnen, tips från kuratorer och information om viruset. *Världens hemskaste sjukdomar* var en programserie för barn om de fruktansvärt, smittsamma och ibland dödliga sjukdomar som drabbat mänskligheten genom historien. Publikuccén *Sommarsalov* hade 2020 vänskap och antimobbing som tema.



David Batra och Malin Mendel i *Världens sämsta indier*. Foto: Linda Hörnquist/SVT.

Folkbildande utbud inom kulturområdet

Kulturområdet är också centralt i SVT:s folkbildande verksamhet.

K Special visar varje vecka högkvalitativa kulturdokumentärer från Sverige, Norden och resten av världen. I programmet bjuds tittarna på okända berättelser, djupa porträtt av kulturpersonligheter och möten med konstnärer som överraskar och provocerar.

Hemma hos arkitekten är en serie med besök hemma hos tongivande svenska arkitekter där publiken får titta in i unika och inspirerande hem och höra deras tankar om vad som gör ett hus till ett gott hem. Serien är utformad för att nå en publik som inte behöver ha initierade kunskaper om arkitektur. *Lerins sommarö* är en programserie i sommarmiljö med kända och okända gäster som blandar utflykter och samtal om livet med en målarskola för alla.

I *Mästaren* får tittarna möta några av Sveriges främsta kulturskapare om deras

drivkrafter och kreativa processer. I långköraren *Jills veranda* bjuter Jill Johnson in svenska artister att tillsammans utforska staden Nashville. Programmet kombinerar artistframträden med en djupdykning i countrymusikens historia och amerikanska samhällsfrågor som racism, vapendebatt, homofobi och fattigdom.

Genom SVT:s frågesporter som *Doobido*, *Muren* och *På spåret* testas och förmedlas bildningen hos de tävla i lekfulla och populära format. Här gäller det att vara både snabbtänkt och allmänbildad med spets och djup. *På spåret* är fortsatt Sveriges svåraste, bredaste och mest populära frågesport. Under 2020 kunde publiken delta och tävla i programmet via Duo-appen.

Öppet arkiv – ett gigantiskt tv-bibliotek
Folkbildande tjänsten *Öppet arkiv* innehåller ett bredd urval från hela SVT:s utbud från starten på 1950-talet fram till 2000-talets början. Här kan användaren gå direkt till källorna och fördjupa sig i till

exempel valvakor, dokumentärer, KU-förhör och intervjuer med makthavare. En tanke är att publiken ska kunna återuppleva gamla program den sett tidigare men också upptäcka helt nya spännande, underhållande och intressanta program.

Viktigt främja bildning och kunskap
Kunskapskanalen har ett särskilt uppdrag att bidra till bildning och erbjuda kunskap om historia och samtid genom en mångfald av faktaprogram, dokumentärer och utbildningsprogram. Kanalen drivs i samarbete med UR.

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

Medie- och informationskunnighet centralt för SVT

SVT ser medie- och informationskunnighet (MIK) som en naturlig del av folkbildningsuppdraget. Inte minst är det högst levande inom nyhetsuppdraget, både för barn och vuxna. Det sker främst genom opartisk och tillförlitlig nyhetsrapportering och granskande journalistik. Men det sker också i särskilda program, inslag och tjänster om hur sociala medier fungerar eller hur informationspåverkan sker.

Ett exempel är *Vetenskapens värld – Skärmgenerationen* om hur vuxna och barn påverkas av att leva i en ständigt uppkopplad värld. Ett annat exempel är *Viral på 24 timmar*, ett program för ung publik om världens snabbast växande sociala medie-plattform Tiktok. Under året rapporterade SVT:s tech-korrespondent Alexander Norén om hur ny teknik som exempelvis artificiell intelligens påverkar människor och om hur de stora plattformsbolagen som Facebook och Google har blivit ännu mäktigare under pandemin.

Det kan också handla om inslag i *Lilla Aktuellt* om källkritik eller om vilka rättigheter man har som konsument. *Lilla Aktuellt Skola* tar utifrån MIK i skolans läroplan också varje vecka upp frågor om hur medier fungerar, till exempel genom inslag om hur en reporter eller utrikeskorrespondent jobbar, om nyhetsvärdering, censur och satir och om sociala medier och politiska val. Duo-appen där målgruppen kan interagera kring aktuella händelser är kopplad till detta. De unga tittarna kan chatta med redaktionen om nyhetshändelser och aktuella frågor, de kan bidra med eget videomaterial och de får öva sin förmåga att ta ställning och värdera olika frågor.

Högt betyg och fortsatt utveckling

Programmen med folkbildningsinnehåll får kontinuerligt högt betyg av publiken. Enligt den attitydundersökning som SVT gjort 2020 angav 74 procent att de tycker att SVT har innehåll som ger människor kunskaper och insikter (se kapitel 3).

SVT fortsätter att utveckla den folkbildande dimensionen i programverksamheten för att möta publikens behov, väcka nyfikenhet och förmedla kunskaper och insikter. SVT arbetar

även med att öka transparensen kring journalistiska arbetsmetoder och att främja fler perspektiv i rapporteringen.

SVT ser goda skäl att vidareutveckla företagets aktiviteter inom medie- och informationskunnighet framöver. En sådan aktivitet är *Fria ordets dag* som SVT arrangerar tillsammans med Sveriges Radio och lokala kommersiella medier på flera platser i landet. Syftet är att öka kunskapen hos barn och unga om demokrati och tryck- och yttrandefrihet. Pandemin satte stopp för arrangemanget under 2020, men ambitionen är att det ska återkomma under 2021.

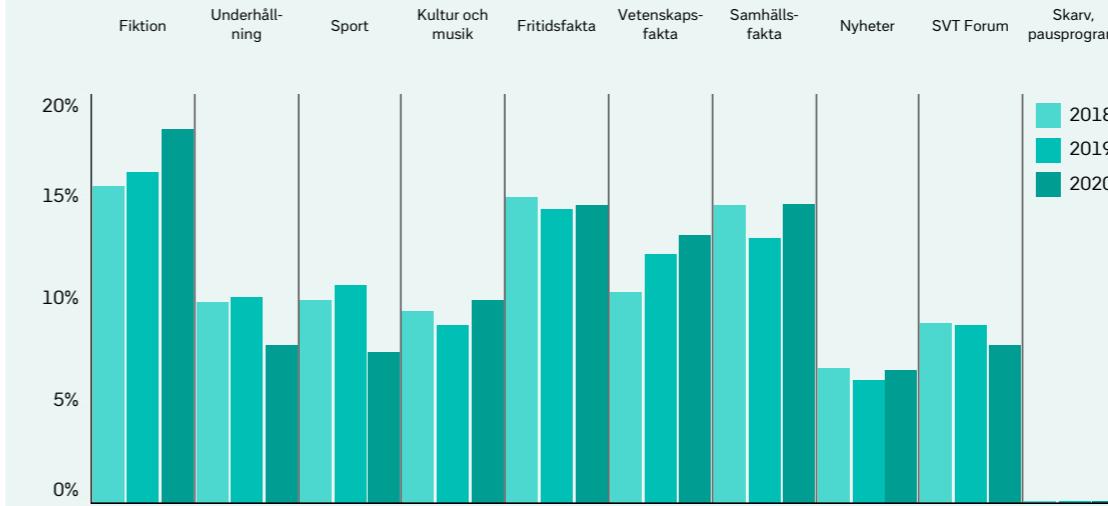
6.3 PROGRAMKATEGORIER

→ MV 23

SVT sände 21 946 timmar 2020. Bredden i utbudet redovisas genom att dela upp programmens timmar i andelar av det totala utbudet (se graf 6.3). Nedanstående redovisning åskådliggör hur vuxenutbudet med totalt 16 297 timmar fördelar sig på olika programkategorier. Fördelningen mellan kategorier varierar mellan åren. Det kan bero på stora sportevenemang, fler inköp av utländsk fiktion eller, som under 2020, ett ihållande intensivt nyhetsläge. Redovisningen inkluderar repriser, vilket påverkar utfallet för kategorierna på olika sätt. Exempelvis sker reprisering inom nyhetsutbudet endast i mycket begränsad omfattning. Exempel på genrer med högre grad av reprisering är vetenskapsfakta, fritidsfakta, fiktion och underhållning.

Utbudet för barn och unga uppgår sammanlagt till 5 649 timmar, vilket utgör en betydande andel av SVT:s totala sändningstid. Utbudet för barn och unga inkluderas inte i graf 6.3 eftersom det redovisas separat i avsnitt 7.3. Till utbudet av nyheter i graf 6.3 ska också SVT:s 21 lokala nyhetssändningar läggas. Varje lokal redaktion sände 154 timmar, vilket innebär att det, utöver det nyhetsutbud som redovisas i grafen, producerades och sändes sammanlagt 3 241 timmar från de lokala redaktionerna under 2020. Se tabell 6.3 samt mer om SVT:s lokala nyheter i avsnitt 7.1.

6.3 Andel av utbudet per programkategori, exklusive lokala nyheter, barn och unga



6.3 Andel av utbudet per programkategori, exklusive barn och unga

	2018	2019	2020			
Fiktion	2 553	16%	2 732	16%	2 985	18%
Underhållning	1 617	10%	1 699	10%	1 255	8%
Sport	1 626	10%	1 802	11%	1 199	7%
Kultur och musik	1 542	9%	1 477	9%	1 616	10%
Fritidsfakta	2 472	15%	2 430	14%	2 373	15%
Vetenskapsfakta	1 705	10%	2 059	12%	2 136	13%
Samhällsfakta	2 394	15%	2 184	13%	2 391	15%
Nyheter	1 093	7%	1 017	6%	1 069	7%
SVT Forum	1 446	9%	1 471	9%	1 260	8%
Skarv, pausprogram	14	0%	14	0%	13	0%
Totalt	16 463	100%	16 886	100%	16 297	100%

Till nyheter tillkommer lokala nyheter, totalt producerade timmar fördelade på 21 lokala nyhetsredaktioner:

Lokala nyheter	2018	2019	2020
Producerade timmar totalt	3 465	3 271	3 241
Sända timmar per redaktion	165	156	154

MEDELSVILLKOR 23

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



Helgstudion med André Pops och Marie Lehmann. Foto: Janne Danielsson/SVT.

Coronaanpassat brett utbud

Coronapandemin har varit en av de främsta orsakerna till en förändrad fördelning mellan programkategorierna under 2020. Sport är en kategori som brukar uppvisa variationer mellan åren men då i huvudsak av rättighetsskäl eller beroende på vilka stora sportarrangemang som ägt rum. 2020 är orsaken till de cirka 600 timmarna minskat sportutbud inställda sportevenemang, både nationellt och internationellt.

Det mest påtagliga utbudsexempel är *Vinterstudion* som blev *Helgstudion*. Innehållet förändrades på kort tid helt till att med sportmedarbetare som programledare bli långa nyhets-sändningar med konkret innehåll om alla aspekter kring coronavirusetts påverkan på människor och samhället.

Tydlig coronapåverkan finns också i programkategorierna nyheter och samhällsfakta som i ett lokalt, nationellt och globalt skarpt nyhetssläge och under lång tid förenade två journalistiska uppdrag: att bidra med viktig samhällsinformation till medborgarna i en kris-situation och att granska de beslut som fattades som en konsekvens av pandemins stora påverkan på samhället. Utbudet inom både nyheter

och samhällsfakta har ökat 2020 jämfört med 2019.

Uppgången i antalet timmar inom programkategorin vetenskapsfakta förklaras också huvudsakligen av pandemin samt satsningen på slow-tv-formatet *Den stora älvgvandringen*.

Under den första coronavågen lanserades ett omfattande utbudspaket inom programkategorin kultur och musik. *SVT Scen* öppnade i mars och visade under året föreställningar från landets många scener, vilket förklarar en uppgång i kultur- och musikkategorin.

Mindre sport och underhållning

Bortsett från sporten var underhållning den programgenre som räknat i timmar över året hade den största minskningen. Den främsta orsaken till det var en lägre grad av repriseringar 2020 jämfört med 2019. Flera av de stora publika underhållningstittlarna som *På spåret* och *Skavlan* kunde sändas enligt den ursprungliga planeringen efter omfattande produktionsförändringar. Exempelvis slopades studiopubliken och medverkande gäster deltog via länk istället för på plats.

6.4 JÄMSTÄLLDHET, MÅNGFALD OCH SPEGLING

→ ST 6 §, ST 8 §, MV 14

Att spegla Sverige

Sändningstillståndet och medelsvillkoren för SVT anger en bred inriktning för innebördens av jämställdhet, mångfald och spegling av samhället som helhet. SVT har med utgångspunkt i företagets policy för Sverigespegling och likabehandling definierat följande aspekter av programverksamheten som relevanta för att genomföra uppdraget:

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

SVT har valt att samla alla de aspekterna av jämställdhet och mångfald samt arbetet med dem under paraplybegreppet Sverigespegling. Utöver de krav som ställs inom ramen för sändningstillståndet och medelsvillkoren ingår också det interna organisationsutvecklingsarbetet med jämställdhet och likabehandling. SVT skiljer på hur frågorna hanteras i programverksamheten respektive i organisationen.

SVT:s företagsstrategi har två strategiska ambitioner som bidrar till att sätta riktningen för Sverigespeglingsarbetet de kommande åren. SVT ska dels utveckla en journalistik som ger

fler perspektiv och värnar saklighet, dels bredda företagets kunskap och erfarenheter för att bli mer relevanta för hela Sverige. Avsikten är att stärka SVT:s förmåga att spegla det mångfaderade Sverige (se även avsnitt 7.1).

Programverksamheten

Arbetet med att spegla hela Sverige bedrivs i all verksamhet, både i programarbetet i stort och i nyhetsverksamheten. I berättelsen om ett land i ständig förändring ska var och en känna igen sig och sin bild av verkligheten. Ansvaret för Sverigespegling är ett delegerat ansvar inom SVT. Det innebär att programdirektörerna och divisionscheferna på program- och nyhetssidan ansvarar för att programutbudet svarar mot de krav som ställs på SVT på ett övergripande plan, och att program- och redaktionschefer ansvarar för hur utbudet i enskilda program lever upp till kraven (se även avsnitt 4.8).

Genom årliga publikundersökningar följer SVT publikens upplevelser av hur väl de upplever att SVT:s programverksamhet speglar den mångfald som finns i Sverige. I undersökningsarna ställs ett antal frågor som sammantaget har ansetts fånga aspekter på jämställdhet, mångfald och spegling. Resultaten från 2018–2020 redovisas i tabell 6.4.

För flera av frågorna har det skett en positiv utveckling från 2018 till 2020. En allt störreandel av publikens åsikter och perspektiv som många känner igen sig i (+ fem procentenheter).

SÄNDNINGSTILLSTÅND 6§

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

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

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

SÄNDNINGSTILLSTÅND 8§

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

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

MEDELSVILLKOR 14

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

6.4 Jämställdhet, spegling och mångfald

	2018	2019	2020
Ha nyheter, innehåll och medverkande från alla delar av landet	66	63	70
Ha en jämställd fördelning mellan Kvinnor och Män	62	62	66
Spegla mångfalden av människor i det svenska samhället	62	61	59
Ge utrymme för många olika åsikter och perspektiv	58	56	59
Spegla åsikter och perspektiv som du känner igen dig i	52	51	56

Källa: Kantar (16–80 år) 2020, Norstat 2018–2019



Milad Hussein-Beley graffitinörd i Nördar på standby. Foto: SVT.

SVT har ambitionen att ytterligare tydliggöra hur verksamheten ska bedrivas utifrån ett jämställdhets- och mångfaldsperspektiv. Under år 2020 fortsatte arbetet med att se över och utveckla indikatorer som ska följas framöver. Syftet är att hitta indikatorer som bättre stöttar verksamheten och som synliggör hur väl SVT uppfyller kraven om spegling.

Exempel från verksamheten

Både nyhetsdivisionen och programdivisionen driver projekt för att utveckla SVT:s förmåga att spegla Sverige. För att säkra att nyhetsförmedling och samhällsbevakning har olika perspektiv och speglar olika regioners mångfald har SVT:s lokala nyheter startat ett arbete med områdesanalyser. De bygger på en genomsyning av bevakningsområdets geografiska och sociala utgångspunkter. SVT:s nyhetsredaktioner i Småland och Halland var först ut. Under 2021 fortsätter arbetet

med områdesanalyser för övriga lokala redaktioner.

För att öka SVT:s närvär i och förmåga att spegla hela landet etablerades fler lokala nyhetsredaktioner under året. SVT ökade närvaren från 34 orter år 2019 till 40 orter år 2020. Som underlag för beslut om närvär används kriterier som direkt svarar upp mot kraven i sändningstillståndet. Det handlar bland annat om att välja orter som inte bevakas tillräckligt i SVT:s lokala nyheter i dag och som genom sin utveckling och demografi speglar ämnen och samhällstrender som berör många (se även avsnitt 4.8 och 7.1). Avsikten med satsningen är att hela Sverige ska synas bättre i SVT. En målsättning är att SVT ska rapportera regelbundet, minst tre gånger per år, om nyheter från alla Sveriges kommuner.

SVT ska ge utrymme åt en mångfald av åsikter och meningsuttryngar. Ett sätt att förmedla olika perspektiv sker i program-

met *Mötet*. Där är grundidén att två män med olika perspektiv och ingångar i en aktuell samhällsfråga möts. Syftet är inte att debattera, utan att försöka förstå och lyssna på varandra.

Mätningar av jämställdhet i utbudet
SVT Sport har i många år haft som mål att vara bäst i världen på jämställd sportbevakning. Arbetet innebär att mäta utbudet varje dag, synliggöra obalanser och leta aktivt efter nyheter om damidrott. Insatsen har bidragit till ett ökat publik intresse för flera svenska damligor. Under året blev redaktionen också flerfaldigt prisbelönad för det arbetet. I februari fick SVT Sport ta emot Svenska jämställdhetspriset för redaktionens arbete med en jämställd sportbevakning. I maj fick SVT Sport det internationella tv-priset SVG Europe Women Award for Diversity in Sports TV, även det för arbetet med en jämställd och inkluderande sportbevakning. Juryn lyfte

fram SVT Sport som en förebild för tv-bolag i hela världen.

SVT Drama för statistik över andelen kvinnor och män i flera roller i produktionen, exempelvis för huvudrollsnehavare, huvudförfattare och avsnittsförfattare. Statistiken bygger på låga absoluta tal och förändringar mellan år ska därför bedömas med försiktighet. Målsättningen om jämställdhet i produktionen innebär inte ett krav på exakt fördelning varje år utan statistiken används som underlag för att över tid sträva efter jämn könsfordelning i produktionen. Fördelningen mellan kvinnor och män som huvudrollsnehavare i SVT:s dramaproduktioner har varit jämn de senaste åren och var så även 2020 med 48 procent kvinnliga huvudrollsnehavare. Även fördelningen vad gäller avsnittsförfattare var relativt jämn med 41 procent kvinnor. Här har överrepresentationen för män respektive kvinnor varierat de senaste åren. När det gäller huvudförfattare var andelen kvinnor 36 procent, jämfört med 33 procent 2019 och 58 procent 2018.

SVT Dokumentär ser över hur jämställdheten ser ut i svenska dokumentärer och dokumentärserier. Under 2020 var andelen kvinnliga huvudpersoner 59 procent och andelen manliga huvudpersoner 41 procent. En del dokumentärer saknar tydliga huvudpersoner vilket gör att det är relevant att titta på hur könsfordelningen ser ut bland samtliga medverkande. 41 procent av dokumentärerna hade en majoritet kvinnliga medverkande, 41 procent av filmerna hade en majoritet manliga medverkande och 18 procent av filmerna hade en jämn könsfordelning. Statistiken används som stöd och påminnelse om att jämställdheten är en viktig aspekt i programproduktionen.

Organisationen
För ett public service-företag i allmänhetens tjänst är det viktigt att män och kvinnor med olika erfarenheter och kunskaper medverkar både i programutbudet och i produktionsarbetet. I syfte att bredda erfarenheter och kunskaper för att bli mer relevant för hela Sverige har SVT startat flera nya initiativ under 2020.

Under 2020 inleddes arbetet med två sårda initiativ. Kompetens är alltid utgångspunkten vid SVT:s rekryteringar. Ett stort antal kommande rekryteringar ska genomlyses ur ett likabehandlingsperspektiv. Syftet är att upptäcka eventuella brister som behöver åtgärdas. Dessutom

görs en pilotundersökning på några avdelningar, med särskilt fokus på upplevd känsla av inkludering och samhörighet på SVT som arbetsplats. Undersökningen ska sedan ligga till grund för fortsatt arbete inom företaget.

För att följa utvecklingen företagsövergripande över tid har SVT sedan 2014 med hjälp av Nyckeltalsinstitutets anonymisrade uppgifter fått en överblick över hur stor del av personalen som har utländsk bakgrund. År 2014 var andelen 19 procent. Andelen har sedan dess ökat och 2020 års mätning visar att knappt 23 procent av SVT:s personal antingen själv är födda utomlands eller har minst en förälder som är det. Under föregående tillståndsperiod fanns målet att andelen skulle öka över tid. För nuvarande tillståndsperiod har SVT inte uttryckt någon målsättning.

På SVT var 49 procent kvinnor och 51 procent män av alla tillsvidareanställda den 31 december 2020. Målet är att könsammansättningen inom varje yrkesområde ska vara jämn, uttryckt som en fördelning på minst 60–40. Under 2020 har målnivån nåtts för 10 av de största yrkesgrupperna (8 under 2019) vilket bedöms som positivt. Exempel på yrkesgrupper med jämn könsfordelning är reporter, redaktör, projektledare, gruppchef och programledare för nyheter. 56 procent av SVT:s chefer var kvinnor och 44 procent män. Mätningarna används som underlag för fortsatt arbete för en jämn könsfordeling på SVT.

Exempel från verksamheten

SVT ser ett värde av utbyte mellan avdelningar och orter för att berika verksamheten. Under coronapandemin har trösklarna för samarbete inom SVT sänkts. Exempelvis kan medarbetare från hela landet arbeta tillsammans enklare med hjälp av videokonferenser och olika chattfunktioner utan att det behöver ta resurser i form av restid eller annat som kan upplevas som hinder.

Ett exempel på det är den dagliga sändningen *Hemmagänget* som SVT Barn initierade i början av coronapandemin. Till

följd av pandemin stannade många barn hemma från skolan och fritidsaktiviteter. SVT Barn ville finnas till för barnen som någon att ställa frågor till och som kunde vara stöd och trygghet i en annorlunda tid. På kort tid startades därför programmet *Hemmahänget* med och för barn i låg- och mellanstadiet. Programmet skapades under tre intensiva dagar före premiären i samarbete mellan medarbetare i Malmö, Växjö, Umeå och Stockholm.

MEDELSVILLKOR 15

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

Under året har den funktion som tillsatts för att ansvara för Sverigespeglingsfrågorna på SVT permanentats. Uppdraget består i att driva och utveckla processer och strukturer som skapar förutsättningar för att SVT ska vara en inkluderande arbetsplats med en mångfald av medarbetare. Funktionen har det interna organisationsutvecklingsarbetet som fokus.

Fortbildning i diskrimineringslagen för chefer

Under hösten 2020 väcktes debatt om mångfalden inom public service. Startskottet var ett uppdrag som medarbetare på Sveriges Radio publicerade. Diskussionerna berörde dels frågor om utbud och publicistik, dels om arbetsmiljö och mångfald. Även på SVT diskuterades det arbete som görs i organisationen och samtal fördes om hur utmaningarna ser ut på arbetsplatsen. Därför har en del av arbetet med Sverigespegling under året handlat om att fånga upp de diskussionerna och ge dem utrymme.

Under hösten erbjöds alla chefer och personer i arbetsledande roller utbildning i diskrimineringslagen. Inom ramen för de olika ledarskapsutbildningarna som sker på företaget har frågan om rekrytering tagits upp och diskuterats utifrån likabehandling och Sverigespegling.

6.5 55-PROCENTSMÅLET

→ MV 15

Andelen allmänproduktion i SVT:s sändningar som produceras utanför Stockholm var 58 procent under 2020.

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

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

Eftersom kravet tar sikte på produktion och inte sändning av program omfattar kvoten de förstagångssända programmen. SVT och SR har

olika definitioner av 55-procentskravet trots att bolagen i möjligaste mån strävar efter gemensamma definitioner. Verksamheterna skiljer sig åt både produktionsmässigt och planeringsmässigt. Även styrningen av programproduktionen skiljer sig åt mellan bolagen.

SVT har en decentraliserad organisation med tio programchefer. Utgångspunkten för företagets definition av 55-procentskravet är var de är placerade. I Malmö och Göteborg finns vardera två programchefer, i Stockholm fem programchefer och i Umeå en programchef. Programcheferna ansvarar för produktion och programutveckling vid egenproduktion, produktionsutläggning, samproduktion och inköp av program.

Det är också programchefen som har ansvar för programmens utformning vad gäller exempelvis gäster, inspelningsplatser och medverkande. Det finns ingen garanti för att hela innehållet i ett program från Malmö inte till någon del produceras i Stockholm. Däremot är det en rad program som produceras från Stockholm, särskilt drama, men som spelas in utanför Stockholm.

För att få kontinuitet i begreppet och uppföljningen har SVT konstaterat att metoden med programchefernas placering och ansvar bäst svarar mot kravet.



Hemmahänget med Malin Olsson och Dante Zia, i bakgrunden Anis don Demia. Foto: SVT.

KAPITEL SJU

Särskilda uppdrag och målgrupper

Kapitel 7 redovisar uppföljningen av ett antal särskilda uppdrag som gäller för SVT:s programverksamhet. Det handlar exempelvis om uppdragen att bedriva nyhetsverksamhet och erbjuda ett mångsidigt kulturutbud samt program för barn och unga. Här beskrivs också utbudet av program på de nationella minoritetsspråken samt SVT:s arbete för att öka tillgängligheten till program för personer med funktionsnedsättning.



Särskilda uppdrag och målgrupper

SÄNDNINGSTILLSTÅND 8 §
"Nyhetssverksamheten i SVT ska bedrivas så att en mångfald i nyhetsurval, analyser och kommentarer kommer till uttryck i olika program."

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

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

"SVT ska sända regionala nyhetsprogram."

SÄNDNINGSTILLSTÅND 8 §
"Nyhetssförmedling och samhällsbevakning ska ha olika perspektiv, så att händelser speglas utifrån olika geografiska, sociala och andra utgångspunkter. Den journalistiska bevakningen av svagt bevakade områden ska stärkas under tillståndsperioden."

7.1 NYHETER OCH SAMHÄLLSBEVAKNING

→ ST 8 §

Verksamhetens omfattning

SVT sände 2020 sammanlagt 3 460 timmar nyheter och samhällsfakta. Det utgjorde drygt 20 procent av SVT:s samlade programutbud för vuxna. För båda kategorierna har det skett en ökning av utbudet 2020 jämfört med 2019, för nyheter med cirka fem procent och för samhällsfakta med knappt tio procent. Till det kommer SVT:s lokala nyhetssändningar som sänds dagligen i 21 olika editioner. Varje lokal redaktion sände 154 timmar under 2020. Totalt producerades och sändes sammanlagt 3 241 timmar från de lokala redaktionerna under året.

Inriktning

Den interna journalistiska diskussionen 2020 präglades av vikten av skilda journalistiska perspektiv och att konkret fylla begreppet konstruktiv journalistik. Att omfatta många perspektiv från människor med olika erfarenheter och utgångspunkter är centralt i en i övrigt polemisk samhällsdebatt.

Det är viktigt att så många som möjligt kan känna igen sig i de bilder av verkligheten som förmedlas i SVT. Det starka värdet i tillämpningen av konstruktiv journalistik är att det bidrar till en diskussion om journalistik som

visar på vägar framåt och på lösningar. Det är en diskussion som under året omvandlades till konkreta aktiviteter och utbudsbeslut – både i broadcast och online.

Några viktiga journalistiska satsningar för SVT under året:

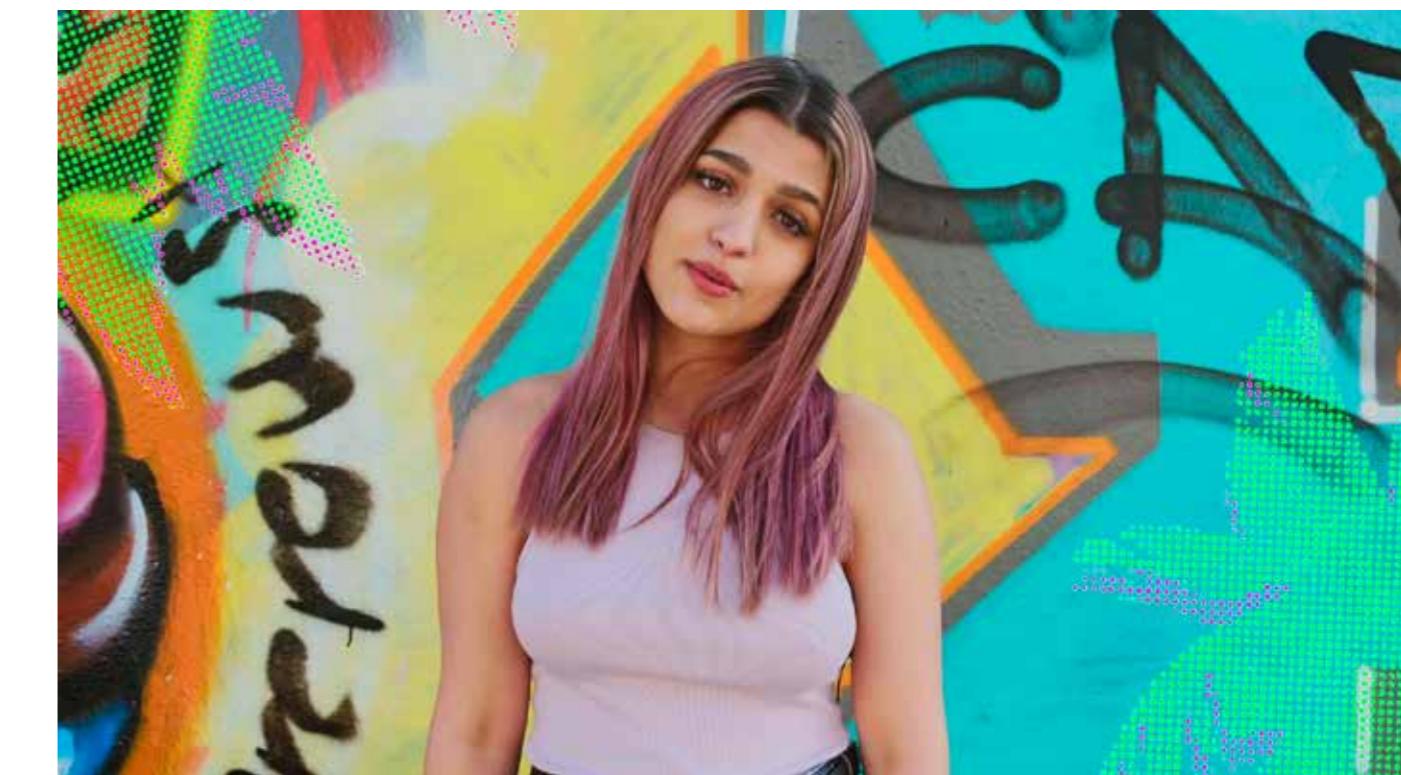
- » **Coronapandemin** – överskuggade allt under 2020
- » **Lokal journalistik** – sex nya lokala redaktioner etablerades
- » **Magasinprogram** – satsning på utrikes- och ekonomifrågor
- » **Opinionsjournalistik** – bytte spår från debatt till dialog och möten
- » **USA-valet** – massiv bevakning trots stora svårigheter på grund av pandemin

Berättelser om Sverige

→ ST 8 §

Det är ett centralt uppdrag att göra hela Sverige synligt och att bevakta hela landet journalistiskt. Alla som bor här ska känna att den egna verkligheten tas upp då och då i nyheterna, och få en inblick i vad som förenar och skiljer norr och söder, ost och väst. SVT utvecklade under året berättelsen om Sverige och adderade fler perspektiv.

Idag har SVT fast närvaro på 40 platser. Det är sex fler orter än 2019. Arvidsjaur, Kristianstad, Nyköping, Skara, Norrtälje och Karlshamn har tillkommit. SVT har därmed stärkt



Hej Morre. Romsk talkshow från 2020 med Elmedina. Foto: SVT.

speglingsambitionen, skapat bättre förutsättningar för ökad lokal bevakning och förbättrat förmågan att ge en heltäckande Sverigebild.

Följande kriterier ligger bakom besluten om vilka orter som ska få fast bemanning:

- » **Befolknings**. Stora och medelstora orter som inte bevakas tillräckligt i SVT:s lokala nyheter. Vita fläckar finns såväl ute i landet som i storstädernas förortsområden och kranskommuner.
- » **Nyhetsintensitet**. Orter som har stor betydelse i sitt område och/eller ur ett riks-perspektiv, genom till exempel stora arbetsplatser, turism eller stora skeenden.
- » **Sverigespeglung**. Orter som genom sin utveckling och demografi speglar ämnen och samhällstrender som berör många och därmed ger en bredare bild av Sverige. Huvudredaktionen ligger långt bort och/eller är svagt bemannad.

Genom att förstärka det redan stora nätverket av reportrar över landet bidrar SVT till att fler

frågor ställs och att fler perspektiv exponeras. Cirka 400 lokala medarbetare ger tillsammans en uppdaterad och sammanhållen bild av Sverige. För att få en maximal publiknytta har ett redaktionellt "Sverigemöte" införts. Varje vecka träffas redaktörer från alla SVT-redaktioner. På mötet ställs den viktiga frågan till var och en: "Vad har ni för journalistik på gång som kan vara ett ämne att lyfta på fler ställen, eller att ta ett större grepp kring?". Ett nytt mål har tagits fram för den lokala journalistiken: alla Sveriges kommuner ska finnas med i SVT:s nyheter minst tre gånger per år.

Till stöd för arbetet med en relevant Sverigeberättelse finns fyra Sverigereportrar som, utöver de nyhetsmedarbetare som arbetar runt om i landet, är speciellt inriktade på att fördjupa journalistiken och lyfta det lokala utbudet.

SVT har en ambition att ha en hög andel lokalt material i det nationella nyhetsutbudet. En målsättning har varit minst två lokala inslag i Rapport varje dag. Under 2020 översteg andelen lokalt material den nivån. Ambitionen handlar

också om att ha en väl utbyggd nyhetsberedskap som gör det möjligt att snabbt vara på plats när något händer och rapportera inte bara i den lokala sändningen utan också i SVT:s nationella fönster, som till exempel Morgonstudion, i appen SVT Nyheter eller i Sverige idag som varje vardag samlar lokalt material i en nationell nyhetssändning.

Till berättelsen om Sverige ska adderas den omfattande publiceringen av samhälls- och dokumentärserier som inte är händelsestydda men som ofta genererar avtryck i samhällsdebatten och som berör tittarna starkt. Serierna *En våldsam kärlek*, om våld i nära relationer, *Älskade Husby*, som skildrade förorten ur ett historiskt perspektiv och *Att rädda ett barn*, om åttaårige Elias som är försvann, var till sammans med flera avsnitt av *Uppdrag granskning* exempel på starka samhällskildringar.

Utrikeskorrespondent Stefan Åberg utanför Vita Huset i Washington DC gör sig klar att rapportera på USA:s valdag. Sittande, NRK:s korrespondent Anders Magnus. Foto: Åke Wehrling.



Fortsatt nyetablering av redaktioner 2021

Under 2021 fortsätter nyetableringen av lokala redaktioner, bland annat med en nyhetsstudio i Kiruna. Diskussion förs även om att utöka antalet Sverigereportrar med uppdrag att bidra med sammanhangsskapande journalistik för de nationella nyhetssändningarna. SVT förstärker även bevakningen genom flexibla lösningar. Det innebär bland annat att lokala redaktioner kan göra tillfälliga publicistiska satsningar som utgår från en geografisk plats eller ett visst ämne.

Nya magasin för utrikes- och ekonomifrågor

Magasinsprogrammen *Utrikesbyrån* och *Ekonomibyrån* sjösattes under 2020. Här var premissen för varje episod tydlig. Kunskap och berättarglädje stod i fokus när experter djupdök i aktuella utrikes- och ekonomifrågor. Programmen lyckades med det som traditionella studio-program sällan lyckas med: att bli valda i en online-miljö som SVT Play.

Den yngre digitala publiken

Publiken under 40 år har generellt en mycket svag vana att ta del av nyheter på särskilda klockslag i en tv-kanal. Ett av skälerna till de senaste årens satsning på rörligt material för publicering online är att också nå de som inte söker upp de tablålagda nyhetssändningarna. Det har fallit väl ut under 2020. Publikens uppskattar SVT:s digitala videofokus. Via SVT:s fokusgrupper finns kunskapen att den yngre publiken tycker om att SVT Nyheter skildrar hela landet och den värderar trovärdighet och pålitlighet.

De två mälen antalet starter och färdigtittning fungerar som en sorts "checks and balances". Publikens ska starta mycket video men även se klart på klippen. 2017 var antalet videostarter på SVT Nyheter 100 000 varje dag. 2020 var motsvarande siffra 800 000 starter och bra dagar upp mot en miljon starter. Samtidigt låg färdigtittning, det vill säga att den som börjar titta på ett program också ser färdigt på hela programmet, på samma höga nivå. Det är



Stina Blomgren från *Korrespondenterna live*. Foto: Pernilla Edholm.

ett uttryck för den ökade relevans som SVT och public service åtnjuter även hos den yngre publiken. Online-bevakningen markerar en ny tid i SVT:s relation med yngre nyhetskonsumenter.

Berättelser om världen

Brexit, coronapandemin och USA-valet var under 2020 självklara delar i folkbildningsambitionen att bidra till ökad förståelse för komplexa och betydelsefulla omvärldhändelser med stark påverkan på det svenska samhället. Den kanske mest spektakulära dokumentären i den genren var publiceringen av *Mullvaden*. SVT var medproducent i en stor internationell granskning av det nordkoreanska systemet. Serien avslöjade hur Nordkorea kringgår de internationella handelsblockaderna och är djupt inblandat i vapen- och drogaffärer runt om i världen.

SVT har elva korrespondenter i världen, två ämneskorrespondenter (tech- respektive klimatkorrespondent) samt ett tiotal utrikesrapporter i Stockholm som reser tillsammans med fotografer för att bevak

viktiga skeenden på plats. SVT kunde i stora drag upprätthålla korrespondentnätverket under coronapandemin, och förstärkte även närvaron i USA med anledning av pandemin och det amerikanska presidentvalet. Men utrikesrapporteringen försvarades naturligtvis på grund av resehinder, karantänkrav och risken att bli smittad och sjuk utomlands.

Resanden från Stockholm begränsades starkt, men redaktionen kompenserade delvis det genom att samarbeta aktivt med lokala journalister som filmade på plats på SVT:s uppdrag. SVT stannade som ett av få svenska mediabolag i både Ryssland och Kina, men under första halvåret tvingades SVT lämna Asien, Mellanöstern och Afrika tillfälligt. Efter sommaren har dock korrespondentnätverket varit fulltaligt igen.

Utrikesredaktionen har ett utvecklingsuppdag med syfte att stärka SVT som leverantör av utrikesjournalistik på digitala plattformar. Programmet *Utrikesbyrån* är ett exempel. Men utrikesredaktionen utforskar fler format för digital fördjupning,

bland annat genom att ta vara på stora självupplevda historier och koppla det till en bredare leverans för svt.se. Inom ramen för projektet har det till exempel publicerats reportage om människohandel i Nigeria med koppling till svensk prostitution i Stockholms innerstad, den envisa kampanjen mellan diktatorn och demonstranterna i Belarus och om hur unga hbtq-aktivister tar till olagliga metoder för att göra sina röster hörda i Polen.

Extremt nyhetsår för SVT

Pandemin placerade omedelbart två grundläggande journalistiska perspektiv på bordet:

- » att vidareförmälva viktig och relevant samhällsinformation till medborgarna
- » att granska politikers och myndigheters beslut utifrån ett medborgarsperspektiv.

Redan i pandemins absoluta inledningsfas mobiliseras hela SVT:s nyhetsverksamhet för att med olika infallsvinklar ge publiken snabb och gedigen information

om virusets påverkan på det svenska samhället. Journalistiken hade lokal närlhet, den erbjöd nationellt- och internationellt sammanhang och den publicerades på alla plattformar. Genom kreativ och innovativ datajournalistik erbjöds besökarna online visuella framställningar som skapade överblick och förståelse för virusets komplexitet. SVT erbjöd tidigt 24/7-uppdatering och nyhetsredaktionen svarade också på publikens frågor om coronapandemin.

Några resultat:

- » 130 "coronasändningar" (presskonferenser, tal till nationen, Coronaspesial)
- » 128 miljoner besök i SVT Nyheters direktrapportering
- » cirka 80 000 inkommende chattinlägg på SVT Nyheter från slutet av april
- » cirka 2 500 besvarade frågor från allmänheten
- » 265 miljoner videostarter på SVT Nyheter.

Pandemin dominade rapportering och granskning

SVT Forums verksamhet har domineras av pandemin sedan våren 2020. Utöver att sända alla myndighetsgemensamma presskonferenser har ett stort antal seminarier och riksdagsdebatter med koppelingar till coronapandemin mött sin publik via SVT Forum.

Flera episoder av det nystartade samtalsprogrammet *Sverige möts* tog upp konsekvenserna av pandemin. Coronapandemin fördjupades också vid flera tillfällen inom ramen för *Vetenskapens värld*. Programmet *Sverige idag* gav en vardagsbaserad bild från olika delar av landet. Till exempel berättade Sverige idag om badvakten i Torsby som från en dag till en annan omplacerades till omsorgen, om krögaren i Mora som såg sitt livsverk försvinna och om de många positiva krafter i lokalsamhället som mobilisrade för att hjälpa extra utsatta.

SVT har sedan starten av pandemin ar-

betat med granskningar i en rad program. SVT Nyheter har alltsedan mars granskat och värderat myndigheternas utsagor om pandemin. Redaktionen har dessutom initierat egna undersökningar som fått stort genomslag i den svenska debatten.

Några exempel:

- » Hälften av alla IVA-patienter är under 65 år.
- » Äldre och svårt sjuka bortprioriteras inom intensivvården.
- » Patienter ordinerades palliativ vård utan att läkare träffat patienterna.
- » Arbetsmiljöverket sänkte kraven på skyddsutrustning för personal inom äldrevården efter påtryckningar från Sveriges kommuner och regioner.

Under hösten publicerade även *Uppdrag granskning* två program där den svenska coronastrategin granskades.

Sammantaget utföll SVT:s journalistik väl i ett medborgarsperspektiv. Enligt SOM-institutets specialundersökning,

som gjordes under våren och sommaren, ökade förtroendet för SVT i samtliga åldersgrupper från 16 år till 85 år under pandemins första fas (se avsnitt 3.2 och 8.3).

Stor satsning på USA-valet

- trots svårigheter

Den 3 november 2020 gick USA till val. Det var ett presidentval som inte liknande något annat. Coronapandemin påverkade både valet och möjligheterna att bevaka det. Det var svårare att ta sig till USA, svårare att rapportera inne i landet och varken republikanerna eller demokraterna höll sedvanliga valvakor.

SVT satsade på att lyfta flera av de viktigaste frågorna i valet och göra skiljelinjerna mellan kandidaterna begripliga samt låta olika röster och perspektiv ta plats. Det handlade bland annat om ekonomin, synen på Black lives matterrörelsen, hanteringen av coronapandemin, klimatpolitiken och hur demografiska för-

ändringar i vissa delstater också påverkar röstningsmönster.

På SVT Nyheter (svt.se) las stor vikt vid att förklara och guida publiken genom valet och de viktigaste sakfrågorna. Med fokus på video och kreativa interaktiva tjänster kunde publiken få en tydlig bild av vad valet handlade om. Publikens intresse för USA-valet 2020 var rekordstort. Aldrig tidigare har en USA-valbevakning från SVT nått en så stor publik enligt SVT:s egna mätningar.

- » 41 procent av alla svenskar nåddes av SVT:s valbevakning i tv.
- » Under valveckan gjordes hela 7,4 miljoner unika besök på SVT Nyheter.
- » Fler än 1,1 miljoner starter av online-video gjordes i genomsnitt per dag under valveckan. Det är rekord i video-starter för SVT Nyheter.

I en studie jämfördes hur svenska medier fördelade sin uppmärksamhet mellan de två presidentkandidaterna och mellan de demokratiska och republikanska partierna (Johansson 2020). Studien visar på en klar dominans i rapporteringens volumn för den sittande presidenten Donald Trump. Men den visar också att etermediernas uppmärksamhet kombinerat med hur positiv och negativ den varit är mer jämnt fördelad mellan kandidaterna och att den balansen är tydligast i SVT.

Anna Kinberg Batra och Cecilia Malmström i SVT:s valvaka inför det amerikanska presidentvalet i **SVT Nyheter**. Foto: SVT.



SVT:s utrikeskorrespondent Fouad Youcef framför Capitolium i Washington DC. Foto: Marco Nilsson/SVT.



SÄNDNINGSTILLSTÅND 9 §
"SVT ska erbjuda ett mångsidigt kulturutbud som ska fördjupas, utvecklas och vidgas under tillståndsperioden." "SVT ska bevara, spegla och kritiskt granska händelser på kulturlivets olika områden i Sverige och i andra länder."

7.2 KULTURUPPDRAGET

→ ST 9 §

Bevaka, spegla och kritiskt granska

Coronapandemin har präglat SVT:s kulturutbud på flera sätt. Samtidigt som den svenska kultursektorn stängde ner ökade SVT kulturbudet med tio procent jämfört med 2019. Totalt sände SVT 1 616 timmar kultur och musik under 2020.

Nyhetsverksamheten på området har haft fullt fokus på restriktionernas följer för kulturlivet, med olika turer kring publikregler, konkurshot och kulturstöd, med debatter, utfrågningar och granskning av regering och myndigheter.

Kulturnyheterna levererar numera dygnet runt: i *Morgonstudion*, *Nyhetstimmen* (18-blocket), *Aktuellt* och på svt.se/kultur. Online tar Kulturnyheterna stora kliv och redovisar en kraftig ökning av det rörliga materialet. Idag har drygt 60 procent av publiceringarna på svt.se/ kultur rörligt material. Innehållet i Kulturnyheterna har ofta präglats av de allt hetare mediefrågorna.

Varje torsdag bjuter dessutom *Kulturveckan* på spaningar, intervjuer och debatter av det som präglat kulturlivet under veckan, under 2020 inte sällan med fokus på effekterna av pandemin. Kulturveckan guidar också och ger aktuella kulturtips. Även *Babel* har ett bevakande uppdrag. I programmet får publiken lästips via de mest aktuella författarna.

Scenkonst

→ ST 9 §

SVT Scen på SVT Play lanserades våren 2020 när många av landets scener stängdes på grund av restriktionerna och människor höll sig hemma. Där utökade SVT utbudet och visade under året hundratals föreställningar i olika genrer från landets många scener. På SVT Scen finns nu teater, dans och opera som gått för utsällda hus men också nyinspelade och utvalda internationella produktioner.

Inom ramen för *Kulturstudion* presenteras fortsatt de många samarbeten SVT gör med landets kulturinstitutioner och andra partners, som inspelade föreställningar, konserter och andra kulturhändelser. Samarbetena sker såväl med statliga kulturinstitutioner som med privat-teatrar och kulturföreningar. Under corona-

pandemin gjordes flera specialsatsningar för att filma och sända konserter och event.

Under hösten skulle Scalateatern sätta upp en ny revy med bland andra Henrik Dorsin, Vanna Rosenberg, Johan Ulveson och Michael Lindgren. Men på grund av pandemin fick premiären flyttas fram och ensemblen blev sysslös. Då gjorde den i samarbete med SVT "mokumentären" *Premiärdatum oklart* (mocumentary är en blandform av komiskt drama och dokumentär) om livet på teatern i väntan på pandemins slut.

Flera föreställningar spelades in – trots pandemin

Under 2020 tvingades flera planerade inspelningar skjutas upp eller ställas in. Men SVT både filmade och sände teater, opera och dansföreställningar från olika delar av landet. *Kulturbärarna* med Andreas T Olsson spelades in i pandemianpassat format under våren 2020. Andra efterfrågade titlar var en nyinspelning av Bob Hanssons poesi-ståupp *Kan vi inte vara snälla nu* från Stora Teatern i Göteborg och Lena Anderssons omtalade *Egenmäktigt förfara* från Helsingborgs stadsteater.

Luciamorgan från Jukkasjärvi blev en efterlängtad ljusglimt för rekordmånga tittare. Drygt 2,3 miljoner människor tog del av sändningen på SVT:s olika plattformar. Produktionen skedde i samarbete med bland annat kulturskolan i Kiruna och musikgymnasiet i Boden.

SVT musikscen under coronapandemin

Musikhjälpen ändrade och utvecklade sitt produktionssätt på rekordtid, och sändes inte som planerat från Norrköping utan från en produktionslokal i Stockholm – utan publik. *Musikkalendern* skapades även på kort tid, med en lucka varje dag. Från den 1 december till den 24 december erbjöd SVT en stund med musik, gemenskap och värme med 24 artister. Med stor variation och mångfald sjöng de varsin låt och gav publiken en personlig hälsning – ett inslag som andades hopp och gemenskap i en mörk tid.

Under 2020 har SVT även samarbetat med Musik i Syd, Moderna Museet, Danasmuseet, Operan, Dramaten och Dansens hus, men också med mer lokala initiativ och organisationer som musikfestivalen Gränslandet från Träd-



Tasha 17K. Natasha Kwick 18 år är en rappare med artistnamnet Tasha 17K. Foto: Tony Zaitoon/UDSY.

gården under Skanstullsbron i Stockholm.

Till jul visade SVT Scen exklusivt Christopher Wheeldons visuella dansmästerverk *Alice i underlandet* från Royal Ballet i London samt en klassisk *Giselle*. Traditionenligt visades *Nötknäpparen* från Stockholmsoperan och *Karl-Bertil Jonssons jul* från Scalateatern. I januari 2020 samlade SVT delar av den svenska artisteliten till en hyllningskväll på Stora Teatern i Göteborg med anledning av Marie Fredrikssons bortgång.

Dokumentärer

→ ST 9 §

Dokumentär produktion är en viktig kulturoch berättarform i SVT:s programutbud. Dokumentärer är uppskattade av publiken och görs inom många genrer, exempelvis nyheter och samhällsfakta, (se avsnitt 7.1) barn och unga (avsnitt 7.3) och i minoritetsutbudet (avsnitt 7.5). Se också avsnitt 6.2 Folkbildning där flera exempel från året lyfts. Här några exempel inom kulturområdet.

SVT:s utbudspaket *Edit* erbjuder den yngre publiken aktuellt och målgruppenpassat kulturinnehåll. Programmen rör sig i gränslandet mellan populärkultur och samtidsfrågor. Här finns utvecklad ung kultur med en mångfald av berättelser som kompletterar och vidgar det mer traditionella kulturutbudet.

K Special visar varje vecka högkvalitativa kulturdokumentärer från Sverige, Norden och resten av världen. I programmet bjuds tittarna på okända berättelser, djupa porträtt av kulturpersonligheter och möten med konstnärer som överraskar och provocerar. *Maddy the Model*, med australienska modellen Madeline Stuart som har Downs syndrom, var en av årets mest uppskattade filmer. Under julhelgen sändes Ann Victorins porträttfilm om Kristina Lugn och i slutet av året dokumentären *Ulf Lundell – Friheten och ensamheten*. Musikdokumentärer är populära hos publiken och sänds ofta inom ramen för *Kulturstudion*.

SÄNDNINGSTILLSTÅND 9 §
"SVT ska spegla de många olika kulturer och kulturytringar som finns i Sverige."



Kalle Zackari Wahlström i **Hjälp, vi har köpt en bondgård!** Foto: Tomma Tunnor.



Amie (Yandeh Sallah) i **Eagles**. Foto: SVT.

SÄNDNINGSTILLSTÅND 9 §
"SVT ska, på egen hand och i samarbete med utomstående producenter och utövare i det svenska kulturlivet, svara för en omfattande produktion av kulturprogram i vid mening. Särskild vikt ska läggas vid dramaproduktion."

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

Programserier → ST 9 §

Populära *Jills veranda* fick en ny säsong. Programserien gjordes i samarbete med produktionsbolaget Warner. *Lerins sommarö* gjordes i samarbete med Nexiko och Äkta Billgrens i samarbete med Mastiff. Den senare är ett exempel på en nyutvecklad produktion som hämtat formspråket från realityprogram, i ett försök att introducera kultur till en bredare publik.

Den populära dansbandsveckan i Malung ställdes in på grund av pandemin. SVT gjorde då dansbandsatsningen *Dansa med SVT* och programserien *Den svenska dansbandshistorien*. Två sätt att vidga SVT:s kulturutbud utifrån publikens behov och önskemål.

Kulturen hade också en given plats i *Sommaröppet* som visade pjäsen *Värmlänningarna* i sex delar. Även det ett sätt att vidga kulturutbudet.

SVT ska bidra till att bygga Sveriges minne. Det innebär att skapa och värna program som har stor betydelse för allmänheten, som fungerar som traditioner och som berättar Sveriges historia. Det betyder även att SVT ska tillgängliggöra program både för samtidens och framtidens publik. En utmaning är att programmen om Sverige ska hålla över tid för en

ny publik, med förändrade behov och medievanor. Serien *Mästaren*, med porträtt av våra största kulturpersonligheter, en sorts Hall of Fame på SVT Play, är exempel på ett sådant program. Tanken är att långsiktigt bygga ett bibliotek för framtiden i SVT Play med den här typen av material.

Nordiska utbyten

Inom ramen för Nordvision, ett samarbete mellan de nordiska public service-bolagen, delas och samproduceras sedan många år program. Under 2020 utväxlades och samproducerades rekordmånga program. Av 4 675 programepisoder var 2 207 samproduktioner (2019 var det 4 172 programepisoder totalt). Nordvisions faktaprogram har fått en framträdande roll i SVT:s utbud, framför allt i den linjära tv-tablån.

På faktasidan kan nämnas historieserien *Finland är finländskt* och *Symbolernas hemliga värd* – också från Finland. I faktaserien *Det omöjliga landet* berättades historien om hur Norge – ett av världens mest svårframkomliga länder – genom århundraden kom att bindas samman av färdvägar och farleder. Inom kulturgenren visades ett antal författarporträtt, bland annat av norske Jon Fosse, och från Finland Kjell Westö och Sirpa Kähkönen.

En stor del av det nordiska utbudet utgörs av program inom livsstilsgenren. Finlandssvenska magasinet *Strömsö* återkom med nya säsonger och norska trädgårdsserien *Min trädgård*. Medicin, hälsa och livsstil behandlas på lättasamt, men faktabaserat vis i danska serien *Kärlek kostar kilon* och i den medicinska kunskapsstävlingen *Diagnoskampen* från Norge.

Den största publika framgången år 2020 var än en gång danska serien *Hundra procent bonde*. Många följde också det nya programformatet *112 Ambulans*, som skildrar ambulans- och lärmpersonalens vardag vid ett sjukhus i nordligaste Norge.

Drama

→ ST 9 §

Produktionsåret för svenska drama 2020 präglades i hög grad av utmaningar kopplade till pandemin. Flera beslutade dramaproduktioner senarelades och serier som skulle ha spelats in utomlands flyttades hem med stora ekonomiska konsekvenser för branschen. Under pandemin har SVT försökt vara en god partner för produktionsbolagen och har gemensamt med dem sökt hitta kreativa, logistiska och ekonomiska lösningar.

Marknaden för tv-drama fortsätter sin om-

välvande förändring, Disney Plus lanserades 2020 och fick på kort tid 450 000 prenumreranter. Netflix har idag 1,5 miljoner betalande kunder i Sverige och har ökat sin produktion av lokalt innehåll. Detsamma gäller de nordiska SVOD-plattformarna CMore, Viaplay, Viasat, SF Anytime och Discovery+. Dessutom har Amazon meddelat att bolaget ska börja ta emot pitchar av svenska produktionsbolag (Ny teknik 2020, Boktugg 2020).

Samarbeten och samproduktioner

Alla SVT:s dramaserier utvecklas och samproduceras i nära samarbete med svenska produktionsbolag och manusförfattare. SVT Drama tog under 2020 emot 76 unika pitchar från bolag och manusförfattare. 165 projekt registrerades i avdelningens "intake", och i slutet av året fanns cirka 60 dramaserieprojekt i aktiv utveckling.

SVT:s serier ska underhålla och tilltala många tittare, men också spegla vår samtid och vår historia, berätta historier ur många olika perspektiv och ge avtryck i samhällsdebatten. Målet är inte att varje serie ska tilltala alla. Men alla ska hitta någon eller några serier som de tycker om i SVT:s repertoar av cirka sju dramaserier varje år.

SÄNDNINGSTILLSTÅND 9 §
"SVT ska, på egen hand och i samarbete med utomstående producenter och utövare i det svenska kulturlivet, svara för en omfattande produktion av kulturprogram i vid mening. Särskild vikt ska läggas vid dramaproduktion."

Ambitionen att ge avtryck i samhällsdebatten uppfylldes av serien *Kalifat* som kombinerade ett modernt, spänande berättande med en komplex och utmanande tematik. Serien slog rekord på SVT Play vad gäller vuxendramaserier – ett tecken på att tittandet alltmer övergår från linjär tv till strömningstjänster som SVT Play.

Vårsäsongen fortsatte med *Dejta* i samarbete med BRF (B-Reel Films), en varm svensk dramakomedi. Något senare lanserades *We got this*, en genreöverskridande miniserie om amerikanen Georges jakt på Olof Palmes mördare, i samarbete med produktionsbolaget Jarowskij

Höstsäsongen startade med *White Wall* som spelades in i Finland, den första samproduktionen någonsin av en dramaserie mellan SVT och finska public service-bolaget Yle. Dramakomedin *Sommaren -85* (i samarbete med Art Bob) var en serie med hög nostalgifaktor och småstadsperspektiv som vann den breda publikens hjärta.

Under hösten sändes också två serier med utgångspunkt i verkliga fall: dansk-svenska *Utredningen* om mordet på Kim Wall (som köptes in av danska Miso Film) och svenska *Jakten på en mördare* som bygger på Tobias Barkmans reportagebok om mordet på Helen Nilsson i Hörby. Året avslutades med julspecialen av *Vår tid är nu – 1951*.

Stärkt satsning på nordiskt drama

För att kunna ge publiken mer nordiskt drama gick de nordiska public service-bolagen samman i ett kraftfullt samarbete 2019 för att förstärka volymen av drama och även säkra bolagens rättigheter över lång tid. Under 2020 har en rad nordiska serier tillgängliggjorts på SVT Play, men också linjärt. Exempel på titlar är *Vargen kommer* (DR), *22 Juli* (NRK) och *Fredsmäklaren* (Yle).

För att fördjupa intresset för dramat som konstform har SVT under året också provat att publicera samtal (så kallade eftersnack) om dramaserierna.

Coronapandemin initierade SVT Play-satsning
I början av coronapandemin lanserades ett paket om 200 extra timmar på SVT Play med en blandning av titlar för olika målgrupper: bred fiktion, rese- och matprogram och dramatitlar

riktade mot en äldre publik som inte kunde lämna hemmet.

På den icke-angloamerikanska sidan publicerades semifinaler för publikfavoriter som franska *Falsk identitet* och tyska *Weissensee*, och även nya bekantskaper som den belgisk thriller *The Day*. SVT:s turkiska seriesatsning hade fortsatt stark publikrespons. Irländska *Normala männskor* köptes in för en yngre publik. Serien blev så småningom ett globalt fenomen.

Långfilm

→ ST 9 §, MV 22

SVT beslutade 2019 att under de kommande tre åren fortsätta satsa på svensk film. Under perioden 2020 till 2022 investeras minst 300 miljoner kronor i långfilmer, barnfilmer, dokumentärfilmer, kulturdokumentärer och kortfilm samt utveckling av nya talanger. Satsningen har redogjorts för i branschforum och i SVT:s externa kommunikation.

Under 2020 ingick SVT ett avtal om samproduktion och förköp av visningsrätt för svensk lång spelfilm för 53,5 miljoner kronor. Av de totalt 18 filmlerna är sex utländska produktioner med svensk samproducent. 50 procent av filmlerna har en kvinnlig regissör.

SVT satsar på långfilm och originalmanus
SVT fortsätter att vara en stark part inom svensk långfilm och satsar cirka 50 miljoner varje år på svensk långfilm. Strategin är dels att säkerställa att publiken får ta del av stora satsningar och familjefilmer, dels att stötta konstnärlig förflytelse och talangutveckling.

Under 2020 genomfördes en stor satsning på svenska originalmanus. SVT utlyste tio manusutvecklingsstöd om 200 000 kronor och fick 530 förslag från manusförfattare i hela landet.

Krisen för svensk filmproduktion under pandemin har medfört att SVT gått in med större belopp i vissa filmer för att säkerställa slutförandet av filmlerna.

SVT sände under året spelfilmer som företaget samproducerat eller förköpt visningsrätt till, bland dem *Tårtgeneralen* (regi: Filip Hammar och Fredrik Wikingsson), *And then we danced* (regi: Levan Akin), *Amatörer* (regi: Gabriela Pichler) och *Om det oändliga* (regi: Roy Andersson).

SVT samarbetar med Svenska Filminstitutet
SVT är även part i *Moving Sweden*, ett samarbete med Svenska Filminstitutet. Det är en talangsatsning med syfte att utveckla upphovspersoner och den svenska filmen. *Moving Sweden* riktar sig till upphovspersoner som, oavsett ålder, är i början av sin filmkarriär. Sedan 2019 har satsningen fokuserat på långfilmsformatet och 2020 hade två långfilmer ur satsningen biografpremiär: *Inland* (regi: Jon Blåhed) och *Andra sidan* (regi: Tord Danielsson och Oskar Mellander). Serien *Amningsrummet* var mycket framgångsrik på SVT Play.

7.3 BARN OCH UNGA

→ ST 10 §

Inledning

SVT vill genom ett varierat utbud för barn och unga väcka nyfikenhet och bidra till nya insikter och kunskaper hos tittarna. Utbudet är ett långsiktigt löfte till Sveriges alla barn och unga och deras familjer.

I SVT:s verksamhet definieras barn som titlare i åldern 3–11 år och unga som titlare i åldern 12–19 år. SVT är medvetet om att den åldersindelningen inte fullt ut harmoniseras med de andra svenska public service-bolagens definitioner. Men målgrupsundersökningar och uppföljning av de olika gruppernas tv-vanor över tid är en integrerad och central del av programutvecklingen, vilket är av stor vikt för att kunna upprätthålla kvalitet i en tid när medievanorna förändras snabbt. En omdefinering av målgrupperna skulle få stor påverkan på programutbudet.

Barns och ungas medievanor har genomgått en radikal förändring de senaste åren och deras tv-tittande sker idag till absolut största delen online. SVT:s program sänds fortfarande i hög grad i de traditionella tv-kanalerna, men som en följd av de förändrade tittarvanorna planeras, producerar och publicerar SVT numera innehållet för barn och unga i första hand för SVT Play. Programmen för barn tillgängliggörs även i appen SVT Barn samt delvis i Bolibompa-appen.

SVT ska enligt sändningstillståndet ha en omfattande nyproduktion och egen produktion av program i olika genrer för barn och unga. För SVT innebär det en ambition att fortsatt

erbjudा ett brett utbud för barn och unga och att en hög andel av programmen ska vara produktioner som görs av SVT eller som utläggningar och samproduktioner där SVT har ett avgörande inflytande. Det innebär också att erbjuda program som i format och innehåll tilltalar och är relevanta för den yngre publik.

I tabell 7.3 visas hur de nyproducerade programmen (förstasändningar och repriser inom 30 dagar) för barn och unga fördelar sig 2020 på några olika kategorier (för jämförelse över tid se tabell 7.3 i appendix). De svenska programmen i SVT:s utbud är genomgående egenproduktioner, samproduktioner och utläggningar där SVT har haft all eller stor påverkan. Nyproducerade program på svenska utgör cirka två tredjedelar av SVT:s förstasändningar, vilket är en omfattande egenproduktion.

Det nyproducerade utbudet i broadcast har minskat med 47 timmar mellan 2019 och 2020. Samtidigt har SVT under 2020 publicerat 145 timmar unika program i SVT Play, det vill säga program som inte också har sänts i marknätet. För 2019 var motsvarande publiceringar online 100 timmar. Sammantaget har utbudet för barn och unga därför legat på ungefärligt samma nivå som föregående år.

Programmen som riktar sig till barn och unga ska enligt sändningstillståndet förmedla nyheter och fakta samt kulturella och konstnärliga upplevelser från olika delar av Sverige och världen. I tabell 7.3 visas hur de nyproducerade programmen fördelar sig i de två kategorier som nämns i sändningstillståndet. En traditionell genre som drama ingår i de flesta fall i kategorin kulturella och konstnärliga upplevelser,

SÄNDNINGSTILLSTÅND 10 §
"SVT ska erbjuda ett varierat utbud av program för och med barn och unga. Programmen ska på barns och ungas egna villkor förmedla nyheter och fakta samt kulturella och konstnärliga upplevelser från olika delar av Sverige och världen."

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

7.3 Barn och unga

Barn (3–11 år) 2020	Svenskt	Utländskt	Summa
Fakta och nyheter	208	0	208
Kultur och konstnärliga upplevelser	181	258	439
Totalt	389	258	647
Unga (12–19 år) 2020	Svenskt	Utländskt	Summa
Fakta och nyheter	216	65	281
Kultur och konstnärliga upplevelser	124	25	149
Totalt	340	90	430
Totalt barn och unga (3–19 år) 2020	729	348	1077

Se appendix 7.3 Barn och unga för fler år



Doreen Månsson i **Hajar med Doreen**. Foto: Ebrahim Hajee/Henrik Henrik Film AB.

medan exempelvis dokumentär ofta är en del av nyheter och fakta. Den kategorin beskriver utbudet bättre än de kriterier och programkategorier som främst är anpassade för vuxenutbudet. De traditionella genrer som utbudet för barn och unga fördeles på är huvudsakligen fiktion, underhållning, fritidsfakta och nyheter. De kategorierna lämpar sig dock mindre väl för att beskriva utbudet för barn och unga och därför avser SVT att inleda ett utvecklingsarbete med sikte på en mer rättvisande kategorisering.

Program för de yngsta barnen

SVT gör olika program för olika delar av målgruppen barn, för att på bästa möjliga sätt möta barnens olika behov av trygghet, identifikation och utveckling.

Bolibompa har utvecklats från en daglig tv-sändning till ett eget litet universum med ett flertal programserier för de allra yngsta tittarna. *Bolibompa*s huvudperson Draken älskar bus, skratt, kompisar och spänande äventyr, som i årets *Draken och de sju prinsessorna* eller *Draken och skattmysteriet*.

En annan nyhet under 2020 var *Bolibompa babys julkalender*, en egen kalender för de allra minsta med klassiska julvisor och överraskningar. För många, både vuxna och barn, är *Bolibompa* förknippat med livets allra första tv-upplevelse. På så sätt samlar *Bolibompa* till gemenskap och bygger gemensamma minnen som sträcker sig över tid och rum.

Två nya dramaserier

Under året sändes också för små barn bland annat de nya dramaserierna *Pussgalen*, om en lågstadieklass där allt handlar om stora känsor som kärlek, och actionspäckade *Ninjan: Sigges hemlighet*, om femåriga Sigge som i hemlighet kan förvandlas till Ninja. Faktaserierna *Doktorerna*, om alla anledningar till att besöka sjukhuset, och *Bilakuten*, om fordon med livsviktiga uppgifter, återkom med nya säsonger. Två helt nya faktaserier var *Hajar med Doreen*, om det allra mest spänande med hajar, och *Djurfakta*, om både vanliga och ovanliga djur.

Lilla Aktuellt är sedan många år SVT:s nyhetsprogram för skolbarn. Tilltal och

ämnesval utgår alltid från målgruppen och har förändrats över tid. I takt med att barnen lämnar tv-kanalen har behovet av ett online-anpassat nyhetsprogram ökat. Under 2020 har *Lilla Aktuellt* därför gjort en stor omställning och anpassat innehållet för moderna plattformar.

Inslag i *Lilla Aktuellt* om pandemin och USA-välet

Det ordinarie *Lilla Aktuellt*, som fortfarande sänds varje vardag i tv-kanalen SVT Barn, versioneras och kompletteras utifrån teman som publiceras i ämneskategorier i SVT Play och SVT Barn-appen. På så sätt kan tittaren enkelt följa en nyhetshändelse över tid. Exempel på sådana ämneskategorier under året är coronavuset, nobelpriset och välet i USA. Även om formen har utvecklats är dock kärnan i *Lilla Aktuellt* fortfarande samma: en säker källa i vardagen såväl som vid stora nyhethändelser. Nyhetsvärderingen utgår alltid från barnen, deras behov, kunskaper, upplevelser och funderingar.

Barnperspektivet har inte minst märkts i rapporteringen om coronapandemin.



Kapten Doris (Marianne Mörck) i **Sommarlov**. Foto: Markus Lindgren/SVT.

Lilla Aktuellt har gjort reportage om barn som behövt vara hemma från skolan, om hur det fungerat att plugga hemifrån och om inställda kalas och läger. *Lilla Aktuellt* har också sändt reportage om barn i andra länder och hur deras vardag påverkats av pandemin. *Lilla Aktuellt* har även intervjuat barn som själva blivit sjuka eller mist en äldre släkting och ställt barnens egna frågor till både experter och statsminister Stefan Löfven. I en särskild serie inslag förklarades ord och uttryck som pandemi, social distansering, flockimmunitet och statsepidemiolog.

Sommarlov – utan publik 2020

Under sommarmånaderna sände SVT traditionenligt *Sommarlov* varje morgon. Årets tema var vänskap och under sommaren startade programledarna en kompisclub tillsammans med Sveriges barn. Ambitionen var att sprida vänskap mellan tittarna och hjälpa dem att stå upp för kompisandan i vardagen. Som vanligt fylldes programmet av underhållning, äventyr, sommarlekar, följetonger och artistframträdanden.

En stor skillnad mot tidigare år var att programmet spelades in helt utan publik. Redaktionen tvingades hitta nya sätt för att både interagera med publiken och manifestera den stora gemenskap som Sommarlov står för. Sommarlov är ett exempel på hur viktigt det kan vara att något får vara nästan som vanligt i en speciell tid. Trots anpassningar utifrån coronapandemin slog programmet tittarrekord online. I genomsnitt sågs programmet dagligen av 122 400 tittare jämfört med 2019 då genomsnittet låg på 101 000.

Ett återkommande inslag i Sommarlov de senaste åren har varit Sommarskuggan, som busar med programledarna och hotar Sommarlovs alla aktiviteter på olika sätt. I arbetet med Sommarskuggan har redaktionen utgått från barns behov av spänning och att bli rädda, som är en del av utvecklingen i att lära känna sina känslor. En viktig del är att varje år visa att Sommarskuggan bara är en dräkt och inbyggd i historiens dramaturgi är därför att varje år avslöja vilken känd profil som har burit dräkten under säsongen. 2020 var det David Sundin. Sommarskuggan har också

en egen serie och Sommarlov lever vidare på SVT Barn under året i serier som *Saibo* och *Mysteriet på SVT Barn*.

Julkalendern lockade tre generationer
Julkalendern är en annan stark tradition sedan precis 60 år tillbaka. 2020 års upplaga *Mirakel* var ett tidsreseäventyr. I centrum stod flickorna Mira och Rakel som bor i samma rum i samma herrgård, men 100 år från varandra. *Mirakel* lockade tre generationer med ett snitt på nära 1,2 miljoner tittare per avsnitt online och 1,8 miljoner tittare i snitt per avsnitt i linjär tv.

Realityprogrammen *Labyrint* och Emmynominerade *Världens hemskaste sjukdomar* återkom med nya säsonger under 2020, liksom det lekfulla vetenskapsprogrammet *Maxat fredag!* som det här året hade motortema.

SVT förmedlade också kulturella och konstnärliga upplevelser med program från olika delar världen, exempelvis brasilianska *Familjen Valentin* och finska *Vilda*. Franska *Simon*, för de allra yngsta, återkom med nya avsnitt liksom tyska

SÄNDNINGSTILLSTÅND 10 §

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

deckarserien *Pepparkornen* och brittiska komedin *Jobbigt läge*. Två spännande nyheter var kanadensiska *De sista*, en framtidsdystopi där allt fler djurarter håller på att dö ut, och australienska *De magiska tingens byrå*, om vanliga Kyra som plötsligt upptäcker att hon har magiska krafter.

Program för unga i hela Sverige → ST 10 §

SVT:s ambition är att utbudet för unga, liksom för de yngre målgrupperna, ska vara långsiktigt och kontinuerligt samt relevant för unga i hela Sverige. Under 2020 har det nyproducerade utbudet i broadcast för äldre barn och unga 12–19 år ökat med nära 100 timmar jämfört med 2019 och ligger nu på 430 timmar.

Lilla Aktuellt gjorde under 2020, precis som tidigare år, veckovisa sändningar anpassade för målgruppen 12–15 år. Även flera av dramaserierna för unga återkom, exempelvis *Eagles*, *Klassen*, *Festen* och *Jobbigt*.

Jobbigt skildrar livet för ungdomar runt 13 år. Hösten 2020 publicerades det femhundrade avsnittet. Ambitionen är att stärka barns kunskap och självförtroende när de går in i puberteten. Ett exempel är några av höstens avsnitt som handlade om karaktären Hampus blandade känslor när han råkade se ett porrklipp och senare visar upp det i skolan. Jobbigt-redaktionen samarbetade med *Lilla Aktuellt* för att belysa glappet mellan sex- och samlevnadsundervisningen i skolan och information som går att hämta på nätet. Jobbigt sänds varje vardag under skolterminerna. Kopplat till Jobbigt görs även lärarhandledningar för att öka möjligheterna att använda programmet i skolundervisningen.

Sverigespegling för de unga tittarna

Dokumentärserien *Snart 13* handlar om det vanliga och viktiga i livet när man är nästan 13 år. Den här säsongen tog serien upp ämnen som att gå i en liten skola, bli retad för att man är kär och personliga berättelser som hur det är att ha en mamma som är sjuk i cancer. *Snart 13* är en del av SVT:s ambition att spegla hela Sverige. De olika säsongernas kompisgäng bor alla på mindre orter.

Avsikten med serier som *Jobbigt*, *Snart 13*, *Klassen* och *Festen* är att bidra till att de unga tittarna känner sig mindre ensamma med sina

problem. Samtidigt ger de, genom igenkänningen, verktyg att hantera utmaningar i vardagen. Alla viktiga delar i livet – utveckling, vänskap, utanförskap, mobbning, familjeliv och kärlek för att nämna några – tas upp ur olika perspektiv. Gemensamt för serierna är också att de skildrar en del av Sverige här och nu som annars sällan syns.

Kultur för unga trots coronapandemin

Som en del av satsningen SVT Scen visades under året flera föreställningar med relevans för den unga publiken, bland annat *Bortbytningen* från Dramaten, en dramatisering av Selma Lagerlöfs klassiska saga.

Musikhjälpen, som vanligt ett samarbete med SR, hade temat "Ingen mänskliga ska lämnas utan vård". Ursprungsplanen var att sända från Norrköping och samla publiken på "Kärlekens torg". Men på grund av pandemin flyttades Musikhjälpen till en produktionslokal i Stockholm.

Under *Edit* på SVT Play finns en mängd kulturprogram och dokumentärer för den unga publiken, exempelvis den uppmärksammade filmen om Gina Dirawi och den racism hon mötte som programledare och julvärd på SVT. På *Edit* publicerades också *Kvartsamtalet* med Parisa Amiri, som tog pulsen på bland andra Bianca Ingrosso, Ebba Busch och Jason Diakité. *Edit* gjorde även 2020 på paus – en satsning om hur pandemin slog mot yngre artister.

Ständig utveckling av utbudet

SVT tolkar uppdraget att särskilt utveckla utbudet för äldre barn (7–11 år) och unga (12–19 år) som att varje år både skapa nya och ständigt utveckla befintliga program. Utvecklingen tar särskilt fasta på uppdraget att erbjuda ett varierat utbud på barn och ungas villkor.

Gården: live var ett helt nytt format: en 14 dagar lång livesändning, så kallad "slow-tv", inspirerad av *Den stora älvgårdningen*. Syftet var att visa de unga tittarna det dagliga livet på en gård. På nära håll fick de följa lamor, kameler, marsvin och andra djur i lugnt tempo, stor skillnad jämfört med andra program för målgruppen. Sändningen från gården i norra Sverige pågick varje dag under sportloven från klockan 6.30 till 20.00 i SVT Play och SVT Barn-appen.



Snart 13 med Leah Mach Sveum, Olivia Fransson, Zanna Permitt och Lea Lotsengård. Foto: Peppe Andersson/SVT.

Spookys var ett helt nytt drama om en hemlig skola för barn med den unika förmågan att kunna se spöken. I realityprogrammet *Lilla Brandstyrkan* fick sex barn prova på en riktig brandmansutbildning. Ambitionen var att berätta om brandsäkerhet på ett spänande och folkbildande sätt.

Humorprogram för barn och vuxna

Kokobäng var ett associativt humorprogram i högt tempo, där barn och vuxna samspelade på lika villkor. Som en del av programmet producerades en handfull låtar och musikvideor. Inom humor sändes också nya komedin *Snorkråkan*, om ett sommarkollo där allt kan hända, och verkligen gör det – tack vare knäppa kolloledare och kluriga kollobarn.

I samband med coronapandemins utbrott skapades det nya programmet *Hemmahänget*, som direktsändes på vardagseftermiddagar. Syftet var att skapa en trygg, rolig och pålitlig samlingspunkt för barn som var tvungna att stanna hemma från skola och fritidsaktiviteter. Programledarna Alex Hermansson, Tobbe Blom och Malin Olsson turades om att både aktivera och roa hemmasittande barn med exempelvis trolleri, mellistips och vardagsrumsparkour. Tittarna kunde själva medverka på distans.

Kärlek, skräck och vänskap för yngre tonåringar

För yngre tonåringar gjordes bland annat *12:13*, en rysare i 42 avsnitt om ett sociala medierkonto som varje dag klockan 12.13, mitt under lunchrasten, publicerar ett smygtaget foto av någon på skolan. Kontot visar sig vara kopplat till en mystisk mobiltelefon som kan avslöja ens allra mest privata hemligheter. Serien utvecklades av manusförfattaren och regissören David Wramneby utifrån ett omfattande researcharbete med tolvåringar.

Kär var ett drama i kortformat om Adam och Bianca som träffades på ett musikläger på sommarlovet. Under hela hösten kunde tittarna genom dagliga publiceringar följa hur deras relation utvecklades i realtid. Dramakomedin *Vi forever*, handlade om trettonåriga Joanna och hennes bästa vänner som börjar högstadiet. Serien kretsade kring hur livet kan vara i huvudet på en tonåring och visade att det faktiskt ganska ofta går att skratta åt saker som i stunden känns jobbiga.

Under 2020 samlades de nordiska public service-bolagen i ett nytt samarbete, *Barn 14*, för att stärka nordiskt barndrama. Bolagen ska de kommande åren samproducenta 14 serier inom barnfiktion. Det ger SVT en möjlighet att investera i nya kreativa talanger och bidra till nyskapande barnfiktion. Visionen är att tittarna ska få tillgång till många fler nordiska drama-serier som kan ligga tillgängliga på SVT Play under lång tid.

Sammanfattning barn och unga

SVT lägger stor vikt vid målgruppernas behov i innehållet för barn och unga. Det sker genom ett varierat utbud och en fortsatt omfattande nyproduktion. Bland de nyutvecklade programmen under 2020 finns helt nya programformer och flera högaktuella ämnesområden. Samtidigt skapas trygghet genom kontinuitet, program som återkommer år efter år.

2020 var ett speciellt år och det märktes förstås även i SVT:s utbud för barn och unga. Flera produktioner, exempelvis *Lilla Aktuellt* och *Hemmahänget*, anpassades för att möta frågor och oro från publiken i samband med pandemin. Samtidigt var utbudet till stora delar precis som vanligt: en rolig och spänande del av barn och ungas vardagsliv. På så sätt står SVT för trygghet och pålitlighet oavsett vad som händer i omvärlden.

SÄNDNINGSTILLSTÅND 11 §

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

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

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

7.4 TILLGÄNLIGHET

→ ST 11 §

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 i utbudet görs för att överbrygga funktionsnedsättningar.

I sändningstillståndet finns tydliga krav på att SVT:s uppdrag ska omfatta alla människor i Sverige. Särskilt betonas barn och unga, personer med minoritetsbakgrund och personer med funktionsnedsättning.

Sändningstillståndets krav för tillgänglighet 2020

Enligt regeringens särskilda beslut för tillgänglighet till tv-sändningar för personer med funktionsnedsättning har SVT kvoter som ska uppfyllas. Kvoterna formuleras i procent av sändningstiden för tv-sändningar.

För 2020 var kraven:

- » textning av icke direktsända program: 100 procent
- » textning av direktsända program: 70 procent
- » syntolkning: 4,5 procent
- » teckenspråkstolkning: 4,5 procent
- » uppläst text för alla program med översättningstext.

I 2020 års utbud har följande andelar av programmen tillgängliggjorts, vilket innebär att kvoterna är uppfyllda:

- » textning av icke direktsända program: 100 procent
- » textning av direktsända program: 78 procent
- » syntolkning: 5,5 procent
- » teckenspråkstolkning: 5,9 procent
- » uppläst text erbjuds för alla program med översättningstext.

Tillgoderäknanden

Det särskilda tillgänglighetsbeslutet slår fast att bedömningen av kvoterna ska omfatta SVT:s samlade programutbud i samtliga programtjänster i marknätet, via satellit och genom tråd. Fördelningen av tillgänglighörandet mellan olika programtjänster får avgöras av SVT efter diskussion med berörda brukarorganisationer.

SVT har under 2020 sänt 15 018 timmar på svenska varav 4 128 timmar var direktsända. Det är cirka 1 000 timmar färre sända timmar på svenska än normalt, vilket beror på pandemin. Bland annat påverkade frånvaron av olika sportmästerskap.

Sändningarna är identiska på alla tre plattformarna (marknät, satellit och tråd).

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

SVT anser att det inte bör göras skillnad mellan sändningarna över marknätet, satellit eller simultansändningarna över internet. De är identiska eftersom de utgår från samma sändning, vilket innebär att de varken skiljer sig innehållsmässigt eller i hur tillgänglighets-tjänsterna visas.

För att program som har tillgängliggjorts i beställ-tv (on demand) under 2020 ska få tillgoderäknas måste samma program också ha sänts i marknätet, via satellit eller genom tråd i programtjänster under 2020.

Innovation

Tillgänglighetsbeslutet innebär att SVT ska använda ny teknik för att öka möjligheterna för publiken att ta del av tillgänglighetstjänsterna. För att utöka textningen ytterligare krävs nya tekniska lösningar och metoder. Det handlar om taligenkänningsteknik, automationslösningar och systemutveckling. SVT arbetar internt och tillsammans med externa aktörer för att ta fram sådana lösningar.

Publik

→ ST 11 §

Dialog

SVT träffar regelbundet användare av samtliga tillgänglighetstjänster genom intressentdialoger och genom möten som fokuserar på specifika tillgänglighetstjänster. Syftet är bland annat att inhämta synpunkter, dela kunskap och insikter med varandra och att identifiera förbättringsområden. Vid mötena diskuteras teknik, kvalitetsfrågor och urvalet av program som tillgängliggörs (mer om möten och dialoger i avsnitt 7.6).

Information vid programstart i broadcast

För att tydliggöra vilka program som tillgängliggörs uppmärksammas det genom grafiska skyttar som i ljud och bild i vinjetten till programmet visar vilken tjänst som erbjuds och var tjänsten finns att tillgå.

Information online

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

För syntolkning och teckenspråkstolkning finns dessutom särskilda rubriker, lätt tillgängliga att klicka på via huvudgränssnittet, där program med de här tjänsterna samlas.

Broadcast. Sändningar som sker linjärt i marknätet, via satellit, kabel-tv och IPTV.

Online. Simultansändningar som sker över öppet internet, andra livesändningar och on demand-tjänster, så kallad beställ-tv.

Sändningar över internet. Tillgängliggörande av tolkningar som sänds i de särskilda SVT Play-kanalerna, parallellt med sändningen i broadcast.

On demand-tjänster. Tillgängliggörandet ligger på SVT Play och kan ses på begäran. Tolkingarna är identiska på alla plattformar.

SÄNDNINGSTILLSTÅND 11 §

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

Utfall – textning i förproduktion

Textningsgraden 2020 var 100 procent av de förproducerade programmen i alla kanaler i broadcast. 2020 sändes sammanlagt 15 018 timmar på svenska. Av dessa var 10 890 timmar förproducerade program och samtliga var textade.

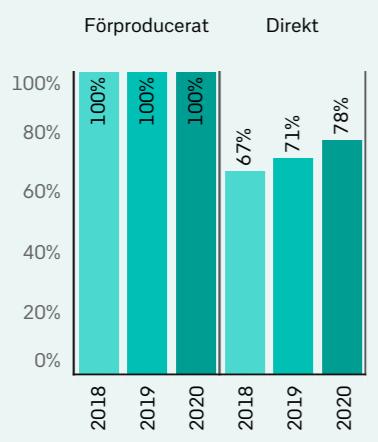
Utfall – direkttextning

Textningsgraden 2020 var 78 procent av de direktsända programmen inklusive nyhetssändningar i alla kanaler i broadcast. 2020 sändes sammantaget 15 018 timmar på svenska. Av dessa var 4 128 timmar direktsändningar.

Många av de sportmästerskap som skulle ha direktsänds i SVT under året genomfördes inte på grund av pandemin. Därför var antalet svenska timmar i direktsändning i SVT:s utbud färre än vanligt. Samtidigt textades många direktsändningar från presskonferenser under året. Därför överstegs årets kvot för direkttextning med råge.

Eftersom många coronarelaterade program sändes med kort varsel innebar det en resursmässig ansträngning, med snabba omställningar av bemanning och leverans av stora volymer på kort tid. Det var dock självklart för SVT att texta allt coronarelaterat material, därför de höga textningsnivåerna.

7.4.1 Textningsgrad



Alla riksnyhetssändningar inklusive extrasändningar textas, liksom galor och andra direktsändningar, som till exempel de som genomfördes under Nobeldagen, *Musikhjälpen*, *Allsång på Skansen* och *Fråga doktorn special*. Under året textades också merparten av alla direktsända coronarelaterade program, samt pressträffarna från Folkhälsomyndigheten och Regeringskansliet.

Lokala nyhetssändningar

Lokala nyhetssändningar är undantagna från textningskravet i sändningstillståndet då det saknats tekniska och resursmässiga förutsättningar. Tack vare ny teknik är det nu möjligt att texta lokala nyhetssändningar online. Det sker med automatiskt genererad textning via transkript och formatanpassningar. Kvaliteten blir en annan än den i ordinarie textningen, vilket under testperioden 2019 diskuterades med representanter för berörda grupper. Publikens vill trots kvalitetsbrister hellre ha den här textningstypen än ingen textning alls. Arbete pågår för att tillsammans med leverantörer förbättra och förfina textningen.

Textning av inslag på webben
SVT textar en stor del av de korta inslag som publiceras på svt.se/nyheter, inslag producerade såväl av riks- som lokalredaktionerna samt sport och kultur. Under 2020 publicerades totalt cirka 1 000 timmar sådana textade inslag.

Syntolkning

Krav för 2020

Kravet 2020 var att 4,5 procent av programmen skulle syntolkas.

Utfall - syntolkning

Syntolkningsgraden 2020 var 5,5 procent. Kravet på 4,5 procent motsvarar 676 timmar (se tabell 7.4.2). SVT tillgängliggjorde totalt 972 timmar syntolkning 2020 varav 342 timmar on demand. Eftersom endast 30 procent av kravet på syntolkning (203 timmar av 676 timmar) får tillgodoräknas blev summan 832 timmar (se tabell 7.4.2), vilket motsvarar 5,5 procent.

Autotextningen publiceras som den är utan korrigeringar och med en skylt i början och slutet av sändningen som talar om att det är automatisk textning och att fel kan förekomma. Korrigeringar görs om redaktionen påtalar fel.

Autotextning

SVT använder textning via transkript som skapas via taligenkänningssystemer som använder artificiell intelligens (AI) och maskininlärning (ML) för utveckling av sina språkmodeller. Systemet med automatisk taligenkänning innebär att ingen mänskliga bearbetar texten. Under år 2020 automattextades 3 500 timmar. Det innebar en lärandeprocess för SVT och ett omfattande arbete med såväl ny teknik som att ta fram nya arbetsmetoder. Taligenkänningssystemernas språkmodeller utvecklas kontinuerligt, liksom insikterna internt och externt om vad som krävs för att förbättra kvaliteten för leveransen till just undertextning.

En extra stor utmaning för språkmodellerna är SVT:s mycket varierade utbud: helt olika programtyper och genrer, nya ord och nytt språkbruk varje dag, tusentals olika röster, alla med sitt sätt att tala och använda språket och så vidare. Viktiga parametrar är även formateringen av underexterna, igenkänning av andra språk med flera funktioner. Arbetet påverkas också av avtals- och säkerhetsfrågor.

var leveransen 2020 av syntolkning högre än kravet i sändningstillståndet.

Hur publiken får del av syntolkningen
SVT tillgängliggör syntolkningen genom parallellsändning i broadcast eller online. Programmen görs även tillgängliga on demand i SVT Play.

Riktlinjer

Syntolkning är en tjänst för personer med helt eller delvis nedsatt synförmåga. Syntolkningen beskriver det som sker i bild som är betydelsebärande, i de luckor som finns i dialogen.

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. 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.

SVT arbetar med flera leverantörer vilket gör att det finns ett brett urval av röster, vilket publiken har visat uppskattning för, bland annat i möten med Synskadades riksförbund.

Urval

Målsättningen är att tillgängliggöra framför allt visuellt berättade program för användarna. Programmen ska vara av stort publik intresse och/eller vara särskilt lämpade för syntolkning, det vill säga att bilden är eniktig del av berättandet. Exempel på program som syntolkades 2020 var *Bäst i test*, *Kalifat*, *Måste gitt*, *På spåret*, *Lerins sommarö* och julkalendern *Mirakel*.

SVT har i urvalet 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, exempelvis *Mysteriet på SVT Barn*, *Sommarskuggan*, *Maxat fredag!*, *Festen* och *Julkalendern*.

7.4.2 Syn- och teckenspråkstolkning i timmar

Syntolkning	2018	2019	2020
Sänt broadcast	562	659	622
Sänt internet	11	10	7
Tillgängligt on demand	318	372	342
Totalt	891	1 041	972
Max tillgängligt on demand 30 %	171	193	203
Ny total	744	862	832

Teckenspråkstolkning	2018	2019	2020
Sänt broadcast	434	374	413
Sänt internet	77	167	275
Tillgängligt on demand	300	358	512
Totalt	811	899	1 201
Max tillgängligt on demand 30 %	171	193	203
Ny total	682	734	891

Krav	2018	2019	2020
(Andel av svenska)	569	643	676

Teckenspråkstolkning

Krav för 2020

Kravet 2020 var att 4,5 procent skulle teckenspråkstolkas.

Utfall - teckenspråkstolkning

Teckenspråkstolkningsgraden var 5,9 procent. Kravet på 4,5 procent motsvarade 676 timmar. SVT tillgängliggjorde totalt 1 201 timmar teckenspråkstolkning (se tabell 7.4.2). Eftersom endast 30 procent av kravet på teckenspråkstolkning (203 timmar av 676 timmar) får tillgodoräknas av det som tillgängliggörs online blev summan 891 timmar.

Antalet programtimmar på svenska var 15 018. Den siffran brukar ligga runt 16 100, men 2020 påverkade pandemin sändningsvolymen. Sändningsvolymen påverkar i sin tur volymen för kravnivå 4,5 procent. Om SVT hade publicerat det antal programtimmar på svenska i år som SVT

vanligen gör (cirka 16 100 timmar) hade 4,5 procent motsvarat cirka 725 timmar och inte 676 timmar, som alltså är 4,5 procent av 15 018 timmar. Det är ett av skälerna till att leveransen 2020 av teckenspråkstolkning var högre än kravet i sändnings tillståndet.

Hur publiken får del av teckenspråkstolkningen

SVT tillgängliggör teckenspråkstolkning en genom parallellsändning i broadcast eller online. Programmen görs även tillgängliga on demand i SVT Play.

Riktlinjer

Teckenspråkstolkning innebär att en teckenspråkstolk översätter det talade språket till teckenspråk, antingen i förväg eller simultant i direktsändning. Tjänsten tillgängliggörs som en bild-i-bildlösning, en bild med teckenspråkstolken och en där programmet ligger infällt bakom tolken/tolkarna. En utveckling som tidigare gjorts i dialog med publiken är att ha två tolkar i bild för att bättre kunna tillgängliggöra snabba dialöger, till exempel i politiska debatter.

Urval

Urvalet görs brett så att publiken kan ta del av den mångfald av dialog- och taltäta program som SVT erbjuder. Varje vardag teckenspråkstolcas nyhetsblocket (*Rapport*, *Sportnytt* och *Kulturnyheter*) klockan 18.00-18.30 med publicering online. Andra program som teckenspråk-

tolkas är *Agenda* varje söndag, inklusive de parti-ledardebatter som anordnas där regelbundet, *Min sanning*, gudstjänster, finalen av *Melodifestivalen* och *Mästarnas mästare*. Bland barnprogrammen teckenspråkstolkades bland annat julkalendern, *Världens hemskaste sjukdomar* och *Draken och de sju prinsessorna*.

SVT har en beredskapsrutin för teckenspråkstolkning i extrema nyhetsslägen. Vid en händelse som inträffar i Sverige, och som av nyhetsredaktionen bedöms så allvarlig att man begär och får tillstånd att bryta ordinarie sändningar i broadcast, ska SVT se till att teckenspråkstolkning av extrasändningen görs snarast möjligt.

Pandemin

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

Sedan i mars 2020 sänder SVT myndigheternas pressträffar med anledning av coronapandemin. SVT valde att tillgängliggöra pressträffarna med tolk separat i bild i samma utsändning som originalsändningen, en så kallad splittad bild, i stället för i en separat sändning i SVT24 eller SVT Play som är brukligt. Från början av mars till slutet av juni tolkades även studioinramningarna som SVT Nyheter sände en stund före och en stund efter pressträffarna.

Totalt sändes 120 timmar teckenspråks-tolkning av coronarelaterade sändningar.

Från slutet av juni fram till årsskiftet vidare-sände SVT bilden på den teckenspråkstolk som myndigheterna har anlitat till sina pressträffar.

Arets deltagare i *Värsta listan* 2020 och nya programledaren Antonia Rodrigues da Silva i mitten. Foto: Alexander Winther.



SVT valde att istället använda resurserna som tidigare lades på pressträffarna och dess inramningar till tolkning av andra program.

Teckenspråksgestaltning

En speciell variant av teckenspråkstolkning är teckenspråksgestaltning, som är tolkning av sång och musik till teckenspråk. Det görs med döva tolkar tillsammans med en hörande tolk som kallas feeder. SVT tillhandahöll 2020 teckenspråksgestaltning i finalen av *Melodifestivalen* och under Nobelsändningarna. 2021 teckenspråksgestaltar SVT för första gången någonsin hela Melodifestivalen, de fyra deltävlingarna, andra chansen och finalen.

Hörbarhet

→ ST 11 §

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

Policy

Enligt hörbarhetspolicy som uppdaterades 2020 ska SVT ha ett genomtänkt ljud med god hörbarhet. Hörbarhetsarbetet är grundläggande för att utbudet ska vara tillgängligt för alla och att publiken, oavsett förutsättningar, ska kunna ta del av SVT:s utbud.

Tillvägagångssätt

Hörbarhetsarbetet består av tre punkter som tillsammans utgör en helhet:

- » information om SVT:s policyer och tekniska specifikationer till ljudtekniker och ljudmixare, såväl interna som externa, samt utbildning av projektledare
- » teknisk kontroll i både mediecenter och leveranscenter
- » återkoppling av information till programansvariga om tittarnas uppfattning av programmens hörbarhet.

Alla program som levereras till SVT kontrolleras i flera steg. Ljud- och bildkvalitet undersöks. Kontroll sker för att säkerställa att undertext är i synk och fungerar, liksom syntolkning och teckenspråkstolkning när tjänsterna är aktuella för programmet.

SVT har tydliga specificationer och höga krav på programmen som levereras. SVT arbetar kontinuerligt med att styra så mycket produktion vi kan mot att ljudbearbetas i multikanal istället för stereo, för att främja den nya funktionen *Tydligare tal* på SVT Play (se nedan).

Sedan 2011 finns en referensgrupp för programverksamheten. I gruppen ingår ljudexperten, ljudteknisk support och representanter från leveranscenter. Uppföljningar och rapporter om hur ljudarbetet fungerar i praktiken görs regelbundet.

Uphovsmakarens tanke om ljudbilden beaktas alltid i arbetet. Hörbarheten komplicerar i takt med att mottagarapparaternas storlek minskar. Telefon och platt-TV är två exempel där högtalarna blir mindre och mindre, vilket gör hörbarhetsfrågorna mer komplexa än de varit tidigare.

Tydligare tal

Under 2020 introducerades den valbara funktionen *Tydligare tal* i SVT Play. Syftet är att förbättra hörbarheten för människor med permanent eller tillfälligt nedsatt hörsel. Funktionen bygger på multikanalljud (3.0 eller 5.1) där dialogen i centerkanalen förstärks medan ljudet i övriga kanaler sänks. Användaren kan sedan välja mellan originalljud och *Tydligare tal* i videospelarens inställningar.

Antalet titlar är inte så många än, men

ökar kontinuerligt i dialog med publiken och i takt med att programproduktionen styrs om till multikanal. Titlarna som har funktionen *Tydligare tal* samlas under en sökbar genre: www.svtplay.se/genre/tydligare-tal. Funktionen finns på webbplatsen för SVT Play, i mobilapparna för iOS och Android samt i tv-apparna för smart-TV, Apple TV och Android TV.

Uppläst textremsa

Uppläst textremsa är en teknisk tjänst där en syntetisk röst läser upp översättningstexten. Tjänsten är främst ett hjälpmittel för synskadade som har svårt att läsa textremsan i program med andra språk än svenska. Tjänsten finns tillgänglig för 100 procent av alla icke direktsända program med översättningstext i SVT:s samtliga programtjänster. Uppläsningen sker simultant med textningen i SVT:s samtliga kanaler som sänds över marknätet.

SVT har inlett utveckling av tjänsten som en on demand-funktion i SVT Play, så att användarna inte behöver passa en viss sändningstid. Det har efterfrågats av bland annat Dyslexiförbundet. 2021 fortsätter utvecklingsarbetet och tester med målgrupperna.

Webb

SVTi

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.

Mycket av tillgänglighetsarbetet online 2020 präglades av coronapandemin. Särskilt fokus las på att granska och åtgärda brister i SVT Nyheters dagliga datavisualiseringar på svt.se och i mobilapparna. Särskilda åtgärder vidtogs också för märkning och exponering i SVT Play av teckenspråkstolkning i extrasändningar och presskonferenser.

Flera påbörjade utvecklingsarbeten från tidigare år har fortsatt, bland annat valbar teckenspråkstolkning via interaktiva broadcastsändningar (Hybrid broadcast broadband TV, HbbTV), talande text

på artiklar i SVT Nyheters iOS-app och ökad synlighet av det teckenspråkstolkade utbudet i SVT Play.

Tillgänglighetsfunktionerna har försetts med uppdaterade iconer och benämningar. Arbetet har samordnats via den heltidstjänst som tillsattes hösten 2019 för att hantera intern och extern dialog kring utveckling av SVT:s tillgänglighetstjänster online.

WCAG

En arbetsgrupp arbetade under 2020 med att utveckla och underhålla SVT:s webbtjänster och appar enligt WCAG (Web Content Accessibility Guidelines, det vill säga riktlinjer för tillgänglighet för webbinnehåll för offentliga organisationer inom EU). SVT bedriver en publik åtkomlig mätning av WCAG med automatiska tester som löpande redovisas på svt.se/accessibility-dashboard.

Användningstester

SVT vill i högre utsträckning genomföra löpande användningstester tillsammans med personer med olika funktionsnedsättningar. I december 2020 inleddes därför en större upphandling för att möjliggöra det. I upphandlingen, som avslutas i april 2021, efterfrågas även extern konsulthjälp för att genomföra tillgänglighetsgranskningar av SVT:s online-tjänster samt konsulter med funktionsnedsättningar från så kallade sociala företag.

Särskilda målgrupper

SVT producerar ett utbud som riktar sig till personer födda döva eller som blivit döva tidigt i livet. SVT redovisar programutbudets innehåll i efterhand inom ramen för public service-redovisningen (mer i avsnitt 7.5).

När det gäller utbudet för den teckenspråkiga publiken erbjuder SVT dels program på teckenspråk, dels program som är teckenspråkstolkade. De teckenspråkiga programmen har ett innehåll som är särskilt utformat för personer med en funktionsnedsättning, inklusive de teckenspråkiga programmen som riktar sig särskilt



Sarah Rhodin (Mira) och Bibi Lenhoff (Rakel) i *Julkalendern Mirakel – en magisk julsga för hela familjen*. Foto: Ulrika Malm/SVT.

SÄNDNINGSTILLSTÅND 11 §

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

till barn och unga. År 2020 sände SVT 56 timmar teckenspråkiga program för barn och unga (utbudet beskrivs utförligare i avsnitt 7.5).

Anpassning av program för barn och unga med funktionsnedsättning

→ ST 11 §

SVT arbetar kontinuerligt med att öka tillgängligheten till utbudet för barn och unga med funktionsnedsättning.

Under 2020 sändes *Bolibompa baby* där stödtecken (TAKK) är en integrerad del av innehållet. Metoden används främst för hörande personer med försenad eller avvikande språkutveckling och innebär kortfattat att den som talar samtidigt tecknar nyckelord.

SVT Barn översatte och sände också den irländska serien *Pablo*, som är skapad med tanke på tillgänglighet för barn med diagnos inom autismspektrumet. Serien har ett anpassat tilltal, språket är förenklat, och genom seriens huvudperson, som själv har autism, får den unga publiken hjälp att skapa verktyg för att hantera utmaningar i vardagen. Serien är både skapad och översatt till svenska i nära samarbete med unga med autism.

SVT lanserade 2020 funktionen Tydligare tal i SVT Play för personer med hörselnedsättning.

SVT valde att speciellt satsa på ungdomsserierna *Maxat fredag!* och *Värsta listan*. Även de 24 avsnitten av julkalendern *Mirakel* ingick i satsningen och var tillgänglig med funktionen Tydligare tal. När tittaren gör valet Tydligare tal i videospelaren sänks bakgrundsljuden och programmets röster hörs tydligare.

SVT har prioriterat syntolkning av vissa barn och ungdomsprogram framför program för vuxna. *Mysteriet på SVT Barn, Sommarskuggan, Maxat fredag!, Festen* och julkalendern har anpassats för unga med synnedsättning, alla program som bedöms ha stor betydelse för målgruppen.

Lilla Aktuellt anpassas genom att det versioneras utifrån teman som publiceras i tydliga ämneskategorier i SVT Play och SVT Barn-appen. Där kan användaren enkelt följa en nyhetshändelse eller ta del av mer tidlösa förklarande videor utifrån egna intressen och förutsättningar. Jämfört med *Lilla Aktuellt* som tv-program, där flera ämnen är paketerade och sänds en gång, så ligger ämneskategorerna över tid på SVT Play och i SVT Barn-appen. Det kan ses flera gånger och spolas fram och tillbaka vilket gör innehållet mer tillgängligt för barn och ungar med kognitiva funktionsnedsättningar.

Nyheter på lätt svenska som sänds varje dag, anpassar sitt tilltal i reportage och studio-presentationer till ett enkelt, rakt språk i lugnt tempo jämfört med traditionell nyhetsrapportering. Programmet vänder sig till de som har svårigheter att följa med i det traditionella nyhetsutbudet, till exempel ungdomar med kognitiva funktionsnedsättningar.

Översättning av nyheter till andra språk

Från mars till midsommar översättes den fem minuter långa Rapport 16-sändningen varje vardag dels till engelska, dels till arabiska för publicering online, så kallade versioneringar.

Det gjordes för att möta behovet av corona-information till personer som inte behärskar svenska. Användandet av versioneringarna var högre i början av perioden och sjönk sedan. SVT valde därför att inte fortsätta med versioneringen efter sommaren. I stället hänvisades publik som efterfrågade nyheter på andra språk vidare till dels SVT Språkplay, en app där man kan markera enskilda ord och hela fraser i undertexterna för att få dem översatta till ett specifikt språk, dels till SR:s utbud av nyheter på andra språk än svenska.

7.5 MINORITETSSPRÅK

→ ST 12 §

SVT:s övergripande mål är att stärka minoritetsspråksutbudet sett till både kvantitet och kvalitet med utgångspunkt i den överenskomelne som finns mellan public service-bolagen.

Enligt sändningstillståndet ska programföretagens insatser på det här området öka när det gäller förstasändningar. Det totala utbudet för alla minoritetsspråk ska, sammantaget för alla programbolagen, uppgå till minst 2019 års nivå.

Eftersom det inte går att jämföra en radiotimme från SR med en tv-timme från SVT eller en från UR har bolagen valt att skapa två gemensamma index för att beskriva utvecklingen. Ett index för förstasändningar och ett för förstasändningar och repriser. Språkutbudet (per språk) 2019 motsvarar index 100. För varje år räknas index per bolag upp eller ner utifrån förändring av sända timmar. Index kan i de tre bolagen växla mellan åren och de olika språken. Indexberäkningen ger en bild av utvecklingen och möjliggör en bedömning av bolagens sammantagna ökning av andelen förstasändningar under tillståndsperioden per språk samt det sammantagna programutbudet på de nationella minoritetsspråken samt svenska teckenspråk (se diagram 7.5.1 samt 7.5.2).

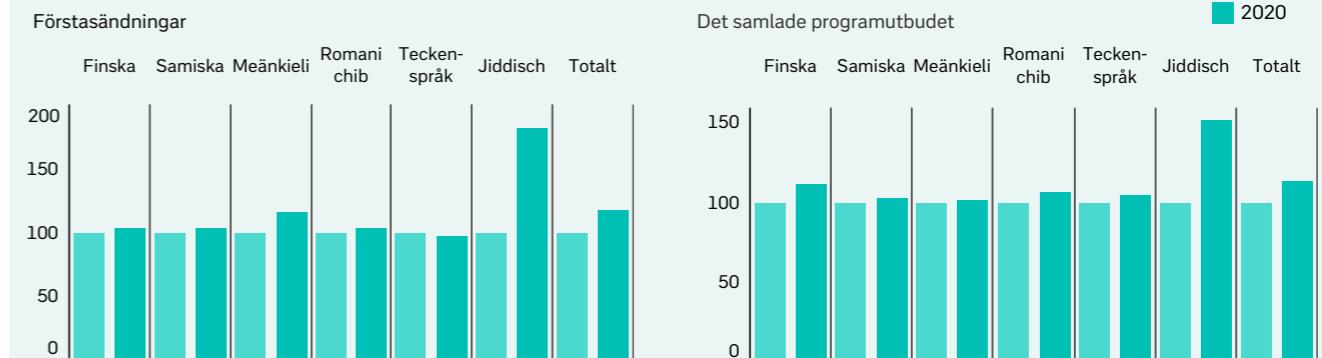
SÄNDNINGSTILLSTÅND 12 §
"SVT:s förstasändningar på vart och ett av de nationella minoritetsspråken samiska, finska, meänkieli, romani chib och jiddisch samt på teckenspråk ska öka under tillståndsperioden jämfört med 2019 års nivå."

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

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

7.5.1–7.5.2 Utveckling av minoritetsspråk

Sammantaget alla bolag, index



Se appendix 7.5.1–7.5.2 Utveckling av minoritetsspråk, sammantaget alla bolag, index

7.5.3 Minoritetsspråk i SVT, timmar

Förstasändningar och totalt

		Finska	Samiska	Meänkieli	Romani Chib	Tecken-språk	Jiddisch	Totalt
	Första	138	92	24	31	85	2	372
	Totalt	377	162	62	76	226	3	906
	Första	149	95	25	32	88	2	391
	Totalt	467	175	66	85	241	5	1 039

7.5.4 Minoritetsspråk online 2020, timmar

	Finska	Samiska	Meänkieli	Romani Chib	Tecken-språk	Jiddisch	Totalt
Publiceringar på Play	156	105	24	32	86	1	405

Varav unika förstapubliceringar för 2020, timmar:

	Finska	Samiska	Meänkieli	Romani Chib	Tecken-språk	Jiddisch	Totalt
Live i Play		4			1		5
Unikt i Play		10	5	5	6		26
Totalt		14	5	5	6		31

nordsamiska, romani, och meänkieli, vilket är ett uttryck för att erbjuda kulturella skatter på minoritetsspråken.

SVT:s utbud på digitala plattformar ökar, således också minoritetsutbudet även om den överväldigande delen av programmen fortsatt har sin första publicering i broadcast. Det är en anpassning till en pågående förändring av hur publiken tar till sig public service-producerat innehåll. Detta är ett tema som varit återkommande i dialogmötena med företrädare för minoritetsgruppernas organisationer.

Karakäristiskt för det här utbudet är » program som vänder sig till grupper som primärt konsumrar rörlig bild online, exempelvis barn- och familje-program (bland annat julkalendern som versioneras på flera språk)
» format som inte enkelt hittar sin plats i broadcastkanaler men har stort värde för play-publiken, exempelvis slow-tv projekt på teckenspråk, *Freddes kök* och på svenska *Musikhjälpen* samt *Den stora älvgvandringen*
» nyheter och aktualitetsprogram som är producerade för mobil konsumtion.

Coronapandemins påverkan

→ MV 18

Minoritetssutbudet har precis som allt annat utbud påverkats av coronapandemin. Program har fått anpassas, nya behov har uppstått och gamla idéer har inte kunnat genomföras.

SVT:s ambition med minoritetssutbudet har varit att finnas till i människors vardag genom att förklara, fördjupa och underhålla.

Nyhetstecken producerade till exempel extra sändningar på grund av coronapandemin och för barn gjordes *Corona-snack* på teckenspråk, ett program som spred kunskap om pandemin och svarade på barnens frågor. *Nya perspektiv* var en specialsatsning på teckenspråk i syfte att fördjupa och förklara för vuxenpubliken. 2020 liksom hela förra tillståndsperioden producerades programmen i tvåspråkig miljö av Nyhetsteckens redaktion i Falun i enlighet med Medelsvillkor 18.

När coronan kom till Tornedalen beskriver den situation som infann sig för invånarna i Tornedalen – ett språk- och kulturområde som delade två olika ländernas coronastrategier. Programmet är ett tidsdokument över en period då coronasmittans spridning bland annat gjorde att Finland stängde gränsen mot Sverige. Dokumentären lyfter också fram glesbygden i en tid med restriktioner.

I serien *Nördar på standby* fick publiken följa familjer som tröttnat på att sitta vid var sin skärm och istället gjorde något tillsammans. Serien berättade om livet hos den samiska målgruppen, utan att vara stereotyp.

Meänkieli. Barnprogrammen på meänkieli är lekfullt randiga, det vill säga rör sig obehindrat mellan meänkieli och svenska och jobbar med språkinlärning, exempelvis som i *Knopp och Kropp*. I *Tomten på Luppioberget* berättades om tomtens spännande äventyr inför jul.

I Proffs på en dag ställdes erfarenhet mot innovation och ungdomlig glädje. Frågan var om ungdomar, med endast sina smarta telefoner som hjälpmmedel, kunde laga lika god mat från Tornedalen som veteraner med livslång nedärvt erfarenhet? *Älskade koskit* handlade om hur det är att vara bonde i Tornedalen.

Romani chib. Programmet *Tasha 17K* handlade om en ung romsk hiphoptej som kämpade för sin karriär som ung artist, men också sin egen väg mitt emellan två kulturer.

Teckenspråk. I serien *Nya perspektiv* lyftes intressanta ämnen för målgruppen i fördjupande diskussioner. I teckenspråksprogrammet *Utan syn och hörsel* synliggjordes dövblindhet och den utsatta situationen en mänskliga kan hamna i. I liveprogrammet *Freddes kök* bjöds på inspirerande recept på teckenspråk i en tid då många satt isolerade hemma.

Samiska. Programmet *Det vackraste samiska hantverket* byggde på hantverk som målgruppen själv valt att lyfta fram. En bildrik och vacker berättelse om hur traditionella hantverk skapas idag.

MEDELSVILLKOR 18
Programverksamhet för teckenspråkiga ska bedrivas i en teckenspråkig miljö. Det innebär att arbetsplatsen ska vara tvåspråkig (svenskt teckenspråk och svenska).

SÄNDNINGSTILLSTÅND 12 §
"SVT, SR och UR får sinse-mellan fördela ansvaret för olika slags insatser avseende den programverksamhet som omfattas av denna bestäm-melse.

Utöver den gemensamma redovisningen redovisas respektive bolag utvecklingen var för sig.

I tabell 7.5.3 visas SVT:s förstasändningar samt förstasändningar och repriser (Totalt) för samtliga minoritetsspråk. Tabellen visar att SVT levte upp till kraven i sändningstillståndet. För 2020 tillgodo-räknar SVT också viss onlineproduktion för minoritetsspråken (se tabell 7.5.4).

Av de totalt redovisade 1 039 timmarna på minoritetsspråk har SVT valt att till-godoräkna sig 31 timmar publicerade online. De 31 timmarna är program, dels livesändningar i SVT Play, dels unika online-publiceringar, som SVT inte tidigare har tillgodoräknat eller sätnt i marknätet.

Tabell 7.5.4 visar SVT:s sändningar on-

line på minoritetsspråk 2020. Totalt till-gängliggjordes 405 timmar program på minoritetsspråk online under 2020. De tillgodoräknade publiceringarna online fördelar sig på minoritetsspråken samiska, meänkieli, romani chib och teckenspråk.

Selmas saga (2016) dubbades 2020 på

7.5.5 Minoritetsspråken i målgrupper, timmar

		Finska	Samiska	Meänkieli	Romani chib	Tecken-språk	Jiddisch	Totalt
2019	Vuxna	316	113	32	48	166	3	678
	Barn 3-11	34	22	13	4	40		114
	Unga 12-19	28	27	17	24	20		115
	Total	377	162	62	76	226	3	906
2020	Vuxna	333	103	23	33	180	5	676
	Barn 3-11	37	53	13	12	41		156
	Unga 12-19	96	20	30	40	21		207
	Total	467	175	66	85	241	5	1 039

På flera minoritetsspråk. I diskussionsprogrammen *Möte med* på finska och *Nya perspektiv* på teckenspråk lyftes för målgruppen intressanta ämnen upp för fördjupad diskussion. Diskussionsprogrammet *Min röst* gjordes på mienkiäli, romani, samiska och finska och tog upp viktiga samhällsfrågor utifrån starka personligheter.

Utveckling av nyhetsutbudet

Den så kallade Girjasdomen kom i början av året. Högsta domstolen slog fast att Girjas sameby nu har ensamrätt att upplåta rätt till småviltjakten och fiske inom samebyns renskötselområde utan statens samtycke. Domslutet följdes upp i nyheterna med reaktioner från det samiska samhället, lokalbefolkningen, politiker och myndigheter. SVT påbörjade 2020 en utveckling av nyhetsutbudet på minoritetsspråk genom en anpassning till digitala konsumtionsvanor av nyheter, på motsvarande sätt som för nyhetsutbudet i övrigt. Den anpassningen kommer att synliggöras för publiken under 2021. Den nyhetsstudio som SVT etablerar i Kiruna under 2021 kommer även att bidra tillökande möjligheter att utveckla nyhetsutbudet.

Program på andra minoritetsspråk

SR har ett större ansvar än SVT när det gäller specialanpassat utbud av minoritetsspråk som inte är nationella minoritetsspråk. Men utöver det redovisade utbudet ovan har SVT även sändt program på 39 språk under 2020.

7.6 MÖTEN OCH DIALOGER

→ ST 12 § MINORITETSSPRÅK

SÄNDNINGSTILLSTÅND 12 § MINORITETSSPRÅK
"SVT ska ha en kontinuerlig dialog med de berörda grupperna."

Beslut om tillgänglighet till tv-sändningar för personer med funktionsnedsättning för SVT och UR.

"SVT och UR ska ha en systematisk och regelbunden dialog med berörda brukarorganisationer."

Nytt sätt att samarbeta genom webbworkshop

Under 2020 anordnade SVT för första gången en digital workshop. Deltagandet under helgen var brett med representation från Funktionsrätt Sverige, en paraplyorganisation där ett 40-tal funktionsrätsrörelseorganisationer ingår. Representanter från Sveriges dövas riks-

förbund (SDR), Synskadades riksförbund (SRF), Hörselskadades riksförbund (HRF) och Delaktighet, Handlingskraft, Rörelsefrihet (DHR) samt deras ungdomsorganisationer, Förbundet Sveriges dövblinda (FSDB), Dyslexiförbundet och Astma- och Allergiförbundet deltog, liksom representanter för de tre public service-bolagen.

Deltagarna var med i fyra grupper efter eget val: rekrytering, tillgänglighet online, tillgänglig arbetsmiljö och speglings och beredskap vid samhällskris. Gruppernas arbete dokumenterades och fördes vidare ut i programbolagen. Utvärderingen av webbworkshopen var positiv, 92 procent ansåg att de hade samarbetat bra eller mycket bra i sin grupp. SVT, SR, UR och Funktionsrätt Sverige utvecklar nu tre dialogseminarier för våren 2021.

Digitalt användarmöte om tillgänglighet

Under 2020 har SVT också bjudit in till ett digitalt användarmöte med presentationer och diskussioner om hur SVT levde upp till kraven på tillgänglighet under coronapandemin. Textning, teckenspråks- och syntolkning samt digital tillgänglighet presenterades och diskuterades. Samtliga användargrupper med flera ungdomsorganisationer var representerade.

SVT har även deltagit i möten med enskilda användargrupper. Representanter från SVT presenterade och diskuterade exempelvis tillgänglighet och kvalitet i utbudet i ett möte som Synskadades riksförbund hade initierat. Även TV4 deltog på mötet. SVT har också haft dialogmöte med Sveriges dövas riksförbund, bland annat om teckenspråkstolkning i samband med coronapandemin. På mötet diskuterades kvalitet, tillgänglighet, tablåplacering samt omfattningen av teckenspråkstolkad information.

Dialog om Tydligare tal med Hörselskadades riksförbund

SVT:s utveckling av den nya tilläggstjänsten *Tydligare tal* skedde bland annat genom dialog med Hörselskadades riksförbund under 2020. Utvecklingen av automattextning för lokala nyheter genomfördes också efter dialog med användare. För att utveckla dialog och tillgänglighet till och på SVT Play ytterligare anställdes en projektledare.

Dialogmöten med minoritetsföreträdare

Under 2020 träffade SVT en rad företrädare från minoritetsspråksgrupperna via digitala möten. Samtal fördes med representanter från Sametinget, Svenska Tornedalingars Riksförbund, Sverefinska Riksförbundet, Judiska centralrådet och Resandefolket. Två dialogmöten hölls med representanter för Sametinget och Svenska Tornedalingars Riksförbund där även SVT:s programchef för minoritetsutbudet deltog.

Samtalens kan tematiskt sammanfattas i tre ord: språk, kultur och identitet. Begreppen avhandlades inte som enskilda företeelser utan byggde tillsammans en helhet som gav en bra grogrund för framtidsytande samtal.

Behov av uppdaterade nyheter online

När det gäller de minoritetsspråk som också har nyhetssändningar diskuterades ingående målgruppens behov av att få kontinuerligt uppdaterade nyheter i en onlinemiljö. Det fanns en stor samsyn om att minoritetsspråkerna, liksom andra nyhetskonsumenter, i allt större utsträckning väljer att ta till sig nyheter på annat sätt än via traditionella sändningar i broadcast. Det gäller även utbud bortom nyheter, även om takten i förändringen mot online inte håller samma tempo som för nyhetsutbudet.

Publiken – användarna

Flera för SVT viktiga och prioriterade aspekter av relationen till publiken beskrivs i kapitel 3: användning, räckvidd, kännedom, förtroende, upplevt individuellt värde och samhällsvärde. I kapitel 8 beskrivs ytterligare några trender och förändringar i människors mediebeteenden samt användning av media vid kriser.



Publikens – användarna

Mästaren med Märta Tikkanen.
Foto: Anders Jansson/SVT.



MEDELSVILLKOR 23 "Redovisningen ska även avse omfattningen av tittandet och publikens reaktioner"

8.1 PUBLIKRÖLESEN FRÅN BROADCAST TILL ONLINE

→ MV 23

Fram till år 2010 ökade tittandet på traditionell tv i Sverige. Sedan dess har antalet tv-tittare minskat med 27 procent, och den totala tittartiden har minskat med 29 procent. Det innebär att det traditionella tv-tittandet på tio år minskat med drygt 1,5 miljoner personer en genomsnittlig vecka och med cirka 50 minuter tv-tid per dag. Det förlorade tittandet har till viss del fångats upp online av tv-bolagen. Men bara delvis. Aktörer som Netflix, YouTube och från och med 2020 Disney Plus har bjudit på ny, hård konkurrens.

Under coronapandemin fick befolkningen nya behov av olika tv- och streamingtjänster. Även förutsättningarna för tv-produktion förändrades för innehållsproducenterna. Vissa produktioner gjordes om, andra kunde inte genomföras och en del blev till som en följd av pandemin. Befolknings behov av information och förströelse ökade under året när många tillbringade mer tid hemma – och de sändande bolagen gjorde förändringar i sitt utbud. SVT:s och hela tv-branschens relation med publikens påverkades av pandemin.

Bruten trend

Den fallande trenden för tittande på traditionell tv bröts 2020 för första gången på tio år. Istället för minskat tv-tittande på 7–8 procent per år var befolkningens tittartid densamma 2020 som 2019. För SVT minskade tittartiden med två procent från att tidigare år ha minskat i mångdubbel takt. SVT:s andel av det traditionella tv-tittandet uppgick år 2020 till drygt 35 procent, vilket är 116 minuter per person och dag. SVT:s tittartidsandelar har rört sig mellan 33 och 38 procent i många år. SVT har varken stått emot det generellt minskade tittandet på traditionell tv bättre eller sämre än övriga aktörer.

Räckviddsnedgång

Trenden med minskad tittartid på traditionell tv avstannade förra året. Men trendbrottet gäller inte räckvidden i broadcast. Nedgången blev sju procent jämfört med 2019, sett till hur många som tog del av tv-kanalerna en genomsnittlig vecka. Knappt 6,5 miljoner personer tog del av traditionellt sänd tv-utbud en genomsnittlig vecka 2020. SVT:s tv-kanaler minskade räckvidden något mindre, minus sex procent. Minskningen av antalet tittare i traditionell tv

for branschen var historiskt stor 2020. Drygt en halv miljon personer färre satt framför tv:n en genomsnittlig vecka. Det trots att befolkningen under året tillbringat mer tid hemma än tidigare år.

Det förändrade beteendet skiljer sig åt i olika befolkningsgrupper. Mediantittaren var 65 år (två år äldre än 2019). SVT:s tv-tittare var ytterligare något äldre: median-tittaren var 69 år (ett år äldre än 2019). Både räckvidden och tittartiden för traditionell tv har minskat mer bland män än bland kvinnor och är som störst bland barn, tonåringar och unga vuxna. Tvtittande på de traditionella tv-kanalerna har istället ökat något i grupper från 60 år och uppåt, grupper som redan sedan tidigare kännetecknas av att titta mycket och mest av alla.

SVT:s totala räckvidd ökar

För SVT:s del har pandemin medfört att nyhetstittandet ökat kraftigt. Tittandet på sport minskade självfallet ett år då många evenemang fick ställas in. Tv-mätningarna avser "live", det vill säga tittande som sker

samtidigt med utsändningen och ej tidsförskjutet tittande (MMS 2020). I kapitel 3, där SVT:s strategiska mål följs upp, framgår att SVT:s totala räckvidd (samliga SVT:s kanaler och tjänster sammantaget) ökar från 82 till 85 procent mellan 2019 och 2020 (Kantar Sifo 2020). Minskningen i antalet traditionella tv-tittare kompenseras av ökat tittande på SVT:s tjänster online. Ökningarna online gäller inte minst nyhetsprogrammen i SVT Play men även SVT Nyheter online.

Dubbelt så många unika besökare

Nyhetsprogrammen har fördubblat antalet unika besökare och uppspelad tid under året. SVT Nyheter har 50 procent fler unika besökare än föregående år (SVT Helix, 2020, Adobe Analytics, 2019). När tittandet på de traditionella tv-kanalerna är ytterst begränsat bland många, och fortsatt kraftigt minskande bland barn, tonåringar och unga vuxna, når SVT färre än var fjärde person på veckobasis i de grupperna genom tv-kanalerna (MMS 2020). SVT:s tjänster online når fler än

vad tv-kanalerna gör i många befolkningsgrupper och är därför en helt central del av SVT:s totala erbjudande för att kunna ge värde till samhället och individen.

8.2 VÄRDERING AV KANALER OCH TJÄNSTER

Det finns inga återkommande undersökningar på den svenska tv-marknaden där befolkningen får värdera tv-kanaler och videotjänster. På uppdrag av SVT genomförs därför varje år mätningar av svenska folkets värdering av ett urval tv-kanaler och tjänster. Undersökningen 2020 genomfördes av Kantar Sifo. Under förra tillståndsperioden gjordes den av Norstat.

Kunskapskanalen uppvärdas

Den genomsnittliga värderingen av SVT:s tv-kanaler och tjänster är 3,7 på en femgradig skala. Värderingarna är stabila över tid och stärktes för SVT och några ytterligare aktörer under 2020. Bland annat höjdes värderingen av Kunskapskanalen till 3,9,

vilket är samma nivå som den avsevärt större tv-kanalen SVT1 får. Det finns inget självklart samband mellan värdering och tittande. Värderingen är ett viktigt komplement som hjälper SVT att förstå om kanaler, tjänster och program uppskattas, oavsett om de är breda och når en större publik eller smala och når en mindre publik (mer om värde i avsnitt 3.1 och 3.2).

SVT Play i topp

SVT Play får SVT:s högsta värdering. Sedan några år tillbaka är SVT Play och Netflix de videotjänster som värderas högst, av alla mätta kanaler och videotjänster. SVT Play är numera med ett undantag bland de högst värderade tjänsterna i alla åldrar. I gruppen 9–15-åringar har YouTube och Netflix ett stort försprång före övriga kanaler och tjänster.

8.3 MEDIEANVÄNDING VID KRISEN

Public service har en särskilt viktig uppdrag att fylla vid stora händelser när befolkningens behov av snabb, korrekt och relevant information ökar. Erfarenheter från bland annat terrorattentat, skogsbränder och ministermord visar att befolkningen både har höga förväntningar på SVT och SR vid de tillfällena och dessutom vändar sig till företagen i hög grad.

Historiskt högt förtroende för SVT
Coronapandemin 2020 har påverkat hela mänskligheten. Informationsbehovet har varit både stort och långvarigt. Det har ställt krav men också gett utrymme för SVT att erbjuda olika perspektiv och former för utbudet.

Hur SVT:s och andra medieaktörers hantering av pandemin har uppfattats av befolkningen har undersökts i flera olika studier under 2020. Studierna SVT tagit del av ger en samstämmig och positiv bild av hur mäniskor uppfattat SVT:s insatser. Två av studierna genomfördes av Novus (Novus 2020) och en av SOM-institutet (Andersson 2020) som kompletterade sin ordinarie undersökning med en extra-

satt coronastudie under april till juni. SOM-institutets coronastudie visade att 81 procent av befolkningen haft högt förtroende för SVT. Det är den högsta noteringen någonsin för ett medieföretag sedan förtroendemätningarna infördes 1986. Jämfört med tidigare ordinarie SOMundersökningar visade sig utfallen ha stärkts med stor bredd i befolkningen. Enligt SOM-institutet har förtroendet för SVT under pandemin ökat i alla åldrar, i samtliga partisympatigrupper och även i grupper som visar låg tillit till institutioner som SVT.

Även om tilliten var rekordhög, och en positiv rörelse kunde ses i alla grupper, kan man fortfarande se en betydande skillnad i olika gruppars förtroende för SVT, men också för andra aktörer. Bland Centerpartiets sympatisörer är förtroendet 95 procent, bland Moderaterna 82 procent och bland de som sympatiserar med Sverigedemokraterna 58 procent. Trots den lägre nivån fanns det dock inte någon annan av de undersökta medieaktörerna som Sverigedemokraternas sympatisörer hade högre förtroende för än för SVT. I andra undersökningar som SOM-institutet genomfört kan man se att Sverigedemokraternas sympatisörer generellt har ett betydligt lägre förtroende för hur olika institutioner utför sitt arbete jämfört med de som sympatiserar med andra partier.

I SOM-undersökningen framgår att 9 av 10 instämde i att SVT informerat och förklarat det pågående skeendet. Enligt en Novus-undersökning (Novus 2020) som SVT och SR lät genomföra vid två tillfällen, en i mars och en i augusti 2020, ansåg 72 procent i den senare studien och ytterligare fler i den tidigare att SVT varit den medieaktör som man litar mest på när det gäller rapporteringen om coronapandemin.

Folkhälsomyndigheten var högre värderad i Novus-studien men inget annat medieföretag nådde högre förtroende-nivå än SVT. Företaget var också den aktör enligt studien, både i mars och i augusti, som flest vände sig till och som användes oftast för att få information om coronapandemin.

SVT snabb, fördjupande och granskande
Undersökningen visar också att SVT anses vara den bästa aktören för snabb information (53 %), för fördjupning (49 %) och för granskning (52 %). Mer än var fjärde person (28 %) säger sig ha blivit mer positivt inställd till SVT som ett resultat av hantingen under pandemin.

Novus-studien innehöll även frågor om aktörers förmåga att erbjuda trygghet och stöd. Den visade att även om nivåerna var till synes modesta var det inget annat medieföretag som ansågs klara den uppgiften bättre än SVT (Novus 2020).

De här mätningarna har inte upprepats under pandemins andra våg under senhösten. Hur olika aktörer klarat att leva upp till befolkningens behov och förväntningar ger Vetenskap & Allmänhet en inblick i. Den ideella föreningen har lätit Kantar Sifo genomföra 1 000 intervjuer varje månad.

Informationsbehoven ökade inför december och studien visar att flertalet medieaktörers förtroendenivåer ökade efter att ha minskat något efter våren. SVT var, tillsammans med SR, även i den mätserien högst värderad av alla aktörer, och det företag som flest vände sig till för att få information.

» 7 av 10 sa att de vänt sig till SVT de "senaste två dygnen" för information om coronaviruset medan 4 av 10 angav TV4, Aftonbladet och SR som källa (Kantar Sifo på uppdrag av Vetenskap & Allmänhet).

Sammantaget ger publikundersökningarna en samstämmig bild av att många behov och förväntningar på SVT till stor del har infriats under perioden.



Dilan och Moa. (Dilan Apak och Moa Lundqvist). Foto: Marc Padoan/SVT.
Can Demirtas i huvudrollen i Mäste gitt. Foto: Stina Stjernkvist.

Resursanvändning

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



Resursanvändning

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

MEDELSVILLKOR 22
"SVT ska redovisa och kommentera hur uppdraget fullgjorts med avseende på bl.a. volym, kostnader och intäkter samt nyckeltal som visar effektivitet och produktivitet. Samarbets- och effektiviseringsåtgärder ska rapporteras i redovisningen." ... "SVT ska särskilt redogöra för företagets intäkter vid sidan av avgiftsmedel. I den redovisningen ska ingå:

- vilka evenemang som sponsrats, hur många sändningar som sponsrats och med vilket belopp sponsringsbidrag totalt har mottagits,
- vilka kommersiella samarbeten som företaget har deltagit i och vilka intäkter de har genererat, med förtydligande exempel,
- eventuella sidoverksamheter som företaget har bedrivit."

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

9.1 INTÄKTER

→ MV 1, MV 22, MV 24

SVT:s verksamhet finansieras sedan 2019 till övervägande del (95 procent) av en public service-avgift i enlighet med förordningen (2018:1897) om finansiering av radio och tv i allmänhetens tjänst. Medelsvillkoren som regeringen fastställer anger under vilka förutsättningar medlen får disponeras. Tilldelade avgiftsmedel jämställs skattemässigt med statliga näringssbidrag, vilket betyder att under året ej förbrukade medel behandlas som förutbetalda (skuldförda) avgiftsmedel och flyttas till kommande år.

Under åren 2016 och 2017 erhöll SVT extra avgiftsmedel för att kompensera för de ökade distributionskostnader som uppstod under förra sändningstillståndsperioden i och med beslutet om utrymning av 700-bandet. De extra anslagsmedlen intäktsfördes till och med år 2019. I övrigt har avgiftsmedlen räknats upp med 2 procent. Den årliga uppräkningen av avgiftsmedlen bidrar till att hålla tillgängliga medel på en förhållandevis konstant nivå i reella termer.

SVT, SR och UR äger och finansierar med avgiftsmedel det gemensamma dotterbolaget Sveriges Radio Förvaltningsaktiebolag (SRF). I och med införandet av en public service-avgift 2019, som inhämtas via skattsedeln, avvecklades det andra gemensamägda dotterbolaget Radiotjänst i Kiruna AB (RIKAB) den 31 december 2019. Överföringarna till dotterbolag uppgick sammanlagt till 93 miljoner kronor 2020 vilket är lägre än 2019 års avstående, då avstående således numera enbart görs till SRF.

Sidoverksamheten genererade 45 miljoner kronor i intäkter och resulterade i ett överskott på 10 miljoner kronor. Intäkterna redovisas som en separat post, och en utförligare beskrivning av sidoverksamheten lämnas i avsnitt 9.4.



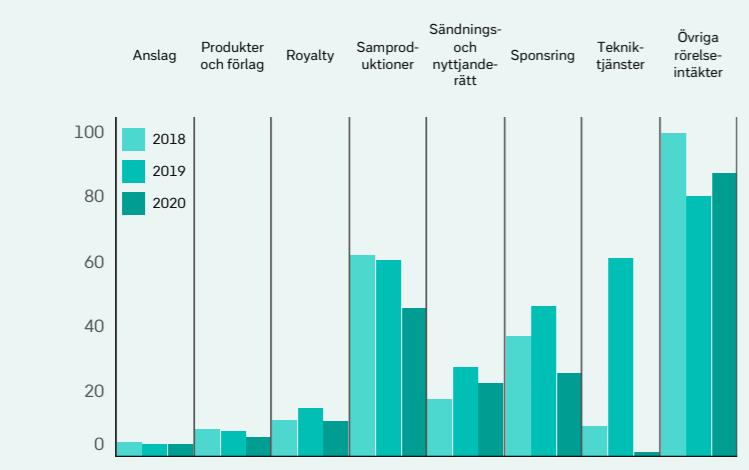
Ljussättning i Babelstudion. Foto: Anders Molin/SVT.

9.1.1 Verksamhetens intäkter, mkr

Mkr	2018	2019	2020
Erhållna avgiftsmedel från rundradiokontot	4 839,4	4 942,3	5 041,2
Korrigeringar mellan programbolagen	-3,8	-1,5	-6,8
Totalt erhållna avgiftsmedel	4 835,6	4 940,8	5 034,4
Avgiftsmedel överförd till RIKAB	-73,2	-59,5	0,0
Avgiftsmedel överförd till SRF	-106,1	-91,6	-92,8
Delsumma överförd avgiftsmedel	-179,3	-151,1	-92,8
Netto erhållna avgiftsmedel	4 656,3	4 789,7	4 941,6
Förändring skuldförda avgiftsmedel *	-129,0	-51,4	-412,3
Summa intäktsförda avgiftsmedel	94% 4 527,3	93% 4 738,3	95% 4 529,3
Visningsrätter, samproduktioner, royalty	98,8	110,4	85,6
Tekniska tjänster	9,4	61,5	1,7
Sponsring	37,1	46,7	25,8
Övrigt	104,5	84,7	91,7
Summa övriga intäkter	5% 249,8	6% 303,3	4% 204,8
Summa	99% 4 777,1	99% 5 041,6	99% 4 734,1
Sidoverksamhet	1% 61,7	1% 58,0	1% 45,2
Summa intäkter	100% 4 838,8	100% 5 099,6	100% 4 779,3

*) Inkluderat justering av förutbetalda medel för distribution; 2018 43,0 Mkr, 2019 37,9 Mkr och 2020 0 Mkr.

9.1.2 Övriga intäkter exklusive sidoverksamhet, mkr



Se appendix 9.1.2 Övriga intäkter exklusive sidoverksamhet, mkr

Övriga intäkter

SVT:s övriga intäkter uppgick till 205 miljoner kronor exklusive sidoverksamheten. Detta är en minskning med närmare 100 miljoner kronor jämfört med 2019 vilket bland annat beror på minskade sponsringsintäkter då många sportevenemang ställdes in 2020 på grund av coronapandemin. En annan väsentlig förklaring är att 2019 innehöll försäljning av tekniska tjänster vid alpina världsmästerskapet i Åre.

Ovan nämnda intäkter på 205 miljoner kronor delas redovisningsmässigt in i åtta 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 affärssetik, redovisar SVT inte enskilda uppgorelser eller avtal. Redovisningen inkluderar dock exempel på såväl produktioner som motparter i appendix 9.1.2b samt en ännu mer detaljerad redovisning av den del av intäkterna som resulterat från kommersiella samarbeten (se separat avsnitt om Kommersiella samarbeten 9.6).

Ovan beskrivs SVT:s övriga intäkter i dessa åtta kategorier, vilka även framgår av diagram 9.1.2,

(se även tabell 9.1.2, 9.1.2b och 9.1.2c i appendix.)

Anslag

Utöver tilldelade avgiftsmedel får SVT anslag för att genomföra särskilda projekt.

Produkter och förlag

Den största delen består normalt av intäkterna från den kompletterande verksamheten i form av försäljning av den traditionella julkalendern och allsångshäftet i pappersformat. Intäkten har minskat något jämfört med 2019.

Royalty

Intäkterna för royalty kommer huvudsakligen från två källor. Den första delen kommer från långfilmer där SVT har varit samproducent och den andra delen från främst dramaproductioner som sänds i andra länder. I båda fallen har den förväntade royaltyintäkten varit en nödvändig förutsättning för finansieringen när produktionsbeslutet togs. Totalt sett har intäkterna minskat något jämfört med 2019.

Bland filerna kan nämnas *Lasse-Majas detektivbyrå*, *Sune vs Sune*, *Om det oändliga* och *Sameblod*. Den andra delen kommer från tidigare samproduktioner där SVT erhåller del av intäkter från vidareförsäljning eller andra sätt som rättigheter har kunnat nyttjas på. Som exempel kan nämnas *Bron*, *Jordskott* och *Äkta männskor*, dramaproductioner som producerades för flera år sedan. Intäkterna kommer från andra tv-bolag, produktionsbolag och distributörer beroende på hur de olika kontraktene 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 samproducenter enas om en finansieringsplan där parterna finansierar produktionen och erhåller rättigheter i förhållande till insats och överenskommelse. Totalt sett har de intäkterna minskat jämfört med 2019.

Coronapandemin 2020 har påverkat genomförandet av ett antal samproduktioner, och därmed även intäkterna. Som ex-

empel på dramaproductioner som gjorts i samarbete med andra bolag och gett större intäkter kan nämnas *12:13*, *Dejta*, *Labyrint*, *Måste gitt*, *Snöänglar* och *Språkresan*. Totalt handlar det om cirka 25 produktioner där intäkterna varierar från 100 000 kronor till mer än 10 miljoner kronor. För mer detaljer se appendix 9.1.2b. Även under avsnitt 9.6 Kommersiella samarbeten beskrivs upplägget kring samproduktioner.

Sändnings- och nyttjanderätt

En ytterligare kategori resulterar i intäkter från sändnings- och nyttjanderätter. Den största delen av sändnings- och nyttjanderätter består av sublicensiering av sporträttigheter och vidareförsäljning utländska förvärv av programrättigheter. Även i det fallet är det i första hand andra tv-företag som genererar intäkterna. Som exempel kan för 2020 nämnas rättigheter rörande ishockey. Det kan också förekomma försäljning av rättigheter för översättning och försäljning av arkivmaterial som inte klassas som sidoverksamhet. Den samlade intäkten för sändnings- och nyttjanderätt har minskat något jämfört med 2019.

Sponsring

Intäkterna från sponsring beskrivs utförligare i detalj senare i kapitlet. Minskningen jämfört med föregående år uppgår till cirka 21 miljoner kronor vilket till största del förklaras av att färre stora sportevenemang genomfördes 2020 på grund av coronapandemin. Stora evenemang som fotbolls-EM, friidrotts-EM och Paralympics ställdes in 2020.

Tekniktjänster

Uthyrning och försäljning av tekniska resurser sker bland annat till andra medieföretag. Intäkten har minskat jämfört med föregående år främst på grund av att 2019 inkluderade försäljning av tekniska resurser i samband med alpina VM i Åre och VM i skidskytte i Östersund.

9.1.3 Sponsring i SVT 2020

Evenemang	Antal sändningar i broadcast	Antal billboards i broadcast
Skidskytte: VM Antholz	12	23
Längdskidor: Vasaloppet	2	2
Fotboll: EM-kval, damer (5 matcher)	5	20
Friidrott: Diamond League 2020	4	8*
Alpint: WC-serien vårt/höst 2020	102	180
Längd: WC-serien vårt/höst 2020	52	98
Skicross: WC-Freestyle (bla snowboard/skicross)	9	16
Skidskytte: WC-serien höst vårt/höst	56	98
Fotboll: Damallsvenskan (14 matcher)	14	56
Motor: WRC, inkl Svenska Rallyt	35	69
Fotbollsstudion (Allsvenskan), inkl repriser	40	80
Ridsport: WC-serien hoppning	5	10**
Ishockey: Junior-VM (26 dec 2020-6/1 2021)	26	74
Ishockey: EHT Channel one (3 matcher)	4	18
Längdpremiären: Bruksvallarna	5	10
Skidskyttepremiären: Idre	2	8
Melodifestivalen (finalen + repriser)	6	12
Summa	379	782

Intäkt totalt: 25,8 milj. (exkl. Melodifestivalen)

* många tävlingar inställda under året ** endast sändningar våren 2020

vissa sjukpenningförmåner med anledning av sjukdomen covid-19.

Övriga rörelseintäkter består av många skilda verksamheter. I övriga rörelseintäkter ingår intäkter kopplade till Melodifestivalen. SVT uppbrar intäkter vid licensiering av varumärket och tillhörande rättigheter som hör samman med produktionen samt för biljettkärtorna. Samarbetena kring Melodifestivalen beskrivs mer utförligt nedan under avsnitt 9.6.

Andra exempel på intäkter rör ett samarbete med Nobel Prize Outreach i samband med utdelningarna av Nobelpriset.

Samarbetet kring Nobel beskrivs mer i avsnitt 9.6.

En annan större post är valutakursvinster som uppgick till nästan 8 miljoner kronor 2020. I sammanhanget bör nämnas att nettot av valutakursvinster och förluster är mycket lågt. SVT har erhållit återbetalning av sjuklönekostnader från Försäkringskassan på cirka 9 miljoner kronor i enlighet med förordning (2020:195) om

I appendix, tabell 9.1.2b och 9.1.2c, finns en schematisk uppställning av samtliga intäkter, med exempel på aktörer och produktioner samt förtigligad och komplett redovisning vad gäller intäkter som SVT klassar som resultat av kommersiella samarbeten (se även avsnitt 9.6).

SVT har därmed sammanfattningsvis, genom beskrivningarna ovan, redogjort för intäkter vid sidan av avgiftsmedel. För redovisning av sidoverksamhetens intäkter, se avsnitt 9.4.

SÄNDNINGSTILLSTÅND 18 §

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

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

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

SÄNDNINGSTILLSTÅND 19 §

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

MEDELSVILLKOR 22

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

SPONSRING

→ ST 18–19 §§, MV 22, MV 24

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

Under 2020 uppgick intäkterna från sponsringen till 26 miljoner kronor, en minskning med 21 miljoner kronor jämfört med 2019. En förklaring är att antalet stora sportevenemang minskade på grund av coronapandemin, och det fanns få sportevenemang att sända live från slutet av mars till mitten av juni. Totalt sponsrades 16 sportevenemang istället för 19 som är det normala.

Intäkterna kommer från 16 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. 379 sändningar under året var sponsrade. Det är en minskning jämfört med 2019 (674 sändningar) och förklaras främst med att antalet sportevenemang minskat 2020 under coronapandemin, men även av det stora antalet sändningar från hockey-VM 2019.

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



Från SVT:s studio 1. Foto: Anders Molin/SVT.

MEDELSVILLKOR 24

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

9.2.1 Verksamhetens kostnader, mkr

Mkr	2018	2019	2020			
Programkostnader	3 613,2	75%	3 960,3	78%	3 694,5	77%
Distributionskostnader	219,9	5%	192,7	4%	193,1	4%
Övriga kostnader	944,0	20%	888,7	17%	846,5	18%
Summa	4 777,1	99%	5 041,7	99%	4 734,1	99%
Sidoverksamhet	47,8	1%	46,7	1%	35,7	1%
Summa kostnader	4 824,9	100%	5 088,4	100%	4 769,8	100%

9.2 KOSTNADER

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

Programkostnader

Som programkostnad räknas kostnader för de programproducerande enheterna, den programbeställande funktionen, gemensamma programavtal, rättighetskostnader och webbverksamhet. I det nya sändningstillståndet betraktas webbverksamheten som en naturlig del av SVT:s kärnverksamhet och kostnaderna särredovisas därför inte längre.

Kostnaderna för programverksamheten har minskat markant 2020 jämfört med 2019, vilket främst är en effekt av coronapandemin som inneburit att till exempel flera resurstragna sportevenemang och dramaproductioner flyttats till 2021.

Distributionskostnader

→ MV 5

Som distributionskostnad räknas kostnaden för distribution av marksändningar samt kostnad för internetdistribution. Sedan 2014 har SVT tagit över kostnaderna för marksändningarna för UR:s räkning. Kostnaden har ökat marginalt jämfört med 2019.

Övriga kostnader

Övriga kostnader består till största delen av kostnader för ledningsenheterna ekonomi, teknik, kommunikation, HR, juridik, strategi, fastighet och säkerhet. I posten ingår också tekniska investeringar, lokalkostnader och hyror, centrala teknikkostnader, utbildningsverksamhet med mera. Övriga kostnader ska alltså inte

MEDELSVILLKOR 5

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

MEDELSVILLKOR 23

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

Totala kostnader per programkategori → MV 23

SVT delar upp kostnaderna i huvudkategorierna beskrivna i avsnitt 9.1 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 även i kronor.

Kostnaderna per programkategori varierar mellan åren beroende på produktionsmixen. Det finns inget särskilt uppsatt mål för vad som är en idealisk mix. Vissa år görs extra satsningar på drama och andra år är sportintensiva. Ett valår medför exempelvis omfördelningar till nyheter och samhälle. Diagrammet 9.2.2 visar den andelsmässiga fördelningen av den totala kostnaden från och med 2018.

Som information kan även nämnas att SVT har valt att inte separera kostnaden för utbudet för barn och unga så som fördelningen redovisas i avsnitt 6.3 och 7.3. Drygt 300 miljoner kronor avsätts årligen till utbudet för barn och unga. Kostnaderna fördelar i de ordinarie programkategorierna, främst fiktion och underhållning, vilket gör att dessa kategorier är något större än de skulle ha varit utan kostnader för utbudet för barn och unga.

Värt att notera är även att utbudssiffrorna i

kapitel 6 visar vad SVT sänd 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 2020 års sända program togs stora kostnader 2019 och av 2020 års kostnader kommer många program sändas först 2021 eller 2022. 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.

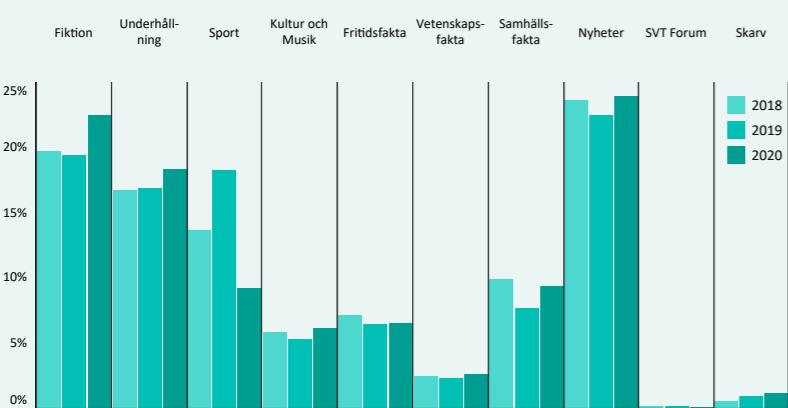
Fördelningen mellan olika gener varierar mellan åren. Fiktions andel har ökat, trots senarelagd dramaproduktion med anledning av coronapandemin. Det förklaras bland annat av satsningar på fiktionsätt berättande samt en betydligt större utgivning av inköpt fiktion och långfilm för att möta publikens ökade behov under pandemin. För underhållningsgenren har bland annat coronaanpassningar för att minska smittspridning vid inspelning och ökade säkerhetsåtgärder inneburit ökade kostnader.

Sportutbudets andel av kostnaderna har minskat kraftigt 2020 vilket, som tidigare nämnts, förklaras av att flera sportevenemang, till exempel fotbolls-EM, flyttats framåt i tiden med anledning av pandemin. 2019 var dessutom ett sportintensivt år, vilket även innebär att jämförelsetalet är högt. 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. Under året har det även gjorts en stor satsning på olika program inom samhällsfakta, till exempel *Helgstudion*, för att fånga frågor kring pandemin.

När någon programkategoris andel förändras kraftigt, som till exempel sporten 2020, innebär det även påverkan på övriga kategorier andelar. I tabellen 9.2.2 i Appendix redovisas även nedlagda kostnader per programkategori, vilket också kan vara till hjälp vid analys av år med stora svängningar.

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

9.2.2 Andel av totala kostnader per programkategori



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

9.3 PRODUKTIVITETSÖKNING OCH VERKSAMHETSUTVECKLING

→ MV 22 Effektivitet

Redovisningen av SVT:s effektivitet beskrivs i kapitel 3. Där redogörs dels för vilka effekter SVT har nått utifrån de strategiska målen att skapa värde, dels för ett mer utvecklat resonemang kring SVT:s målsättning att öka andelen medel till program, och på vilket sätt det bidrar till att uppnå hög effektivitet (se avsnitt 3.3). Där förtydligas även varför det inte är möjligt att särskilja effekten av just de ökade resurserna från andra faktorer, huvudsakligen externa, som påverkar utfallet på de olika effektivitetsmåttet.

Eftersom måttet, "andel medel till program", går att utläsa i den ekonomiska redovisningen, se tabell 9.2.1, redovisas utfallet i det här kapitlet.

Andelen medel till program ska öka långsiktigt
SVT:s bedömning är att en hög andel medel till program, som också ökar över tid, gynnar hela utbudet och därmed svarar mot också publikens förväntningar på en alltmer kvalitetsinriktad produktion som står sig väl i en internationell jämförelse.

Andelen kan skilja sig åt mellan enskilda år på grund av stora sportevenemang, valår eller liknande.

För 2020 minskade andelen med 1 procentenhetsförlagd jämfört med 2019 (se även tabell 9.2.1). Den stora minskningen av programkostnaden i belopp, som beskrivs i avsnitt 9.2, får inte samma genomslag när man tittar på andelen i procent. Det beror på att även SVT:s totala kostnad har minskat.

Målet med en ökande andel programkostnader ska ses långsiktigt över tid där variationer förekommer mellan åren.

För att kunna öka programbudgetens andel över tid krävs rationaliseringar i verksamheten eftersom SVT har begränsade möjligheter att öka intäkterna. SVT har därför kompletterande 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.

För SVT:s verksamhet är inte ett mått som timkostnad ett relevant sätt att visa på utvecklingen av produktivitet i företaget. SVT har inte som mål att öka antalet sändningstimmar och inte heller att sänka den totala kostnaden för programverksamheten, utan istället att öka den, vilket beskrivs i föregående avsnitt under rubriken "Andelen medel till program ska öka långsiktigt".

Det i kombination med att kostnaderna per programkategori varierar mellan åren beroende på produktionsmixen (se avsnitt 9.2 Produktionskostnad per programkategori), innebär att ett mått som timkostnad för att visa produktivitet enligt SVT:s bedömning inte är tillämpligt som ett produktivitetsmått. Eventuella förändringar av timkostnader har många förklaringar som till exempel ökade kvalitetssatsningar, ändrad produktionsmix, rationaliseringar och kostnadsökningar. Utvecklingen över tid ger därmed ingen indikation på produktiviteten i verksamheten utan är ett resultat av många olika faktorer.

SVT tog därför 2019 istället fram ett nyckeltal där olika rationaliseringar och förbättringar som genomförts i verksamheten under året värderas. Nyckeltalet har som huvudsyfte att visa produktivitet och att löpande produktivitetsförbättringar sker kontinuerligt.

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

MEDELSVILLKOR 22

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



Berättelser från frontlinjen – kampen mot coronaviruset. Alida Bjelvenmark, sjuksköterska på akademiska sjukhuset i Uppsala. Foto: Emil Larsson/SVT.

SVT kommer att följa nyckeltalets utveckling under tillståndsperioden och planerar att sätta en rimlig målnivå efter tre år, det vill säga efter utgången av år 2021. Eftersom SVT periodvis genomför större tekniska rationaliseringar varierar produktivitetsförbättringarna från år till år. En målnivå kan utifrån det bestämmas på olika sätt beroende på hur stora de årliga variationerna är. Det kan exempelvis handla om en miniminivå eller en genomsnittlig nivå över tillståndsperioden. Oberoende av målnivå så har nyckeltalet som huvudsyfte att visa på att produktivitetsförbättringar sker fortlöpande, det vill säga måttet i sig visar att SVT bedriver verksamheten på ett rationellt sätt, oavsett storlek på nyckeltalet.

Värdet av de åtgärder som gått att beräkna uppskattas till sammanlagt 79,2 miljoner kronor 2020, vilket motsvarar 1,6 procent av storleken på avgiftsmedlen. Motsvarande siffra 2019 var 97,9 Mkr eller 2,0 procent av avgiftsmedlen.

För att kunna finansiera nya satsningar

och ökad kvalitet av utbudet, det vill säga mer medel till program, arbetar SVT kontinuerligt med rationaliseringssättgärder i verksamheten. Åtgärderna delas in i två områden:

- » rationaliseringar och effektiviseringar i verksamheten
- » andelen upphandlingar enligt LOU ska öka.

Rationaliseringar och effektiviseringar i verksamheten

Det här området har som tidigare nämnts genererat rationaliseringar till ett värde av 79,2 miljoner kronor.

Nedan följer en rad exempel på rationaliseringssättgärder 2020:

Inom ramen för programbudgeten bedrivs det löpande rationaliseringssättgärder till stor del genom ett konstant kostnadsstryck på programproduktionen. Som princip medges därför ingen kostnadsökning för återkommande egenproducerade program trots att kostnader för personal, rättigheter och medverkande ständigt

ökar. Det gäller egenproducerade program utom nyheterna. De medel som frigörs på det sättet används för utveckling av nya program men även utveckling av befintliga program. Nyheterna är det enda programområdet som får en årlig ökning av medel motsvarande två procent.

Den under 2019 egenutvecklade tekniken för distansproduktion av lokala nyheter, som nämntes redan i public service-redovisningen 2019, innebar att utsändningsorterna kunde minskas från tio orter till två och därmed spara resurser kopplade till återinvesteringar i teknik. Rationaliseringen innebar även en förändring inom nyhetsredaktionerna där behovet av teknisk personal minskade vilket har inneburit besparingar under 2020. Den rationaliseringen har möjliggjort nya satsningar som till exempel att stärka de lokala inslagen i Rapport genom Sverigereportrar, utöka med fler tjänster inom verksamheten för online, Sverigeresearcher, förbättrad väderleverans i de lokala nyheterna samt en lokal spelplats i Umeå.

Flera programproduktioner producerar smartare. Till exempel har en ny produktionsmetod för *Skavlan* under 2020 med flera parallella spelplatser inom ramen för samma program (bland annat Oslo, Stockholm och London) inneburit en ökad effektivitet avseende inspelningen, minskade resekostnader samt ökad coronasäkerhet genom distansproduktion mellan de olika spelplatserna.

Coronapandemin har även inneburit andra smarta lösningar kring programproduktionen som kommer vara användbara även när pandemin är över. Till exempel skapades en inspelningsplats i Stockholm för medverkande på distans i exempelvis *Go'kväll*, *Sommaröppet* och *Skavlan*, vilket bland annat höll nere resekostnader.

Därutöver skapades "livegrid" som möjliggjorde för publiken att delta i livesändningar digitalt. Det har till exempel använts i *Allsång på Skansen*, *Musikhjälpen* och *Hemmakören*. Verktyget var värdefullt under 2020 då publiken inte kunnat delta på plats, men det sparar också pengar i andra sammanhang när man vill ha publikänsla i programmet utan att publiken är fysiskt närvarande.

Det nya egenutvecklade mätverktyget Helix har effektiviserat analysprocessen kring leverans av data för statistik, vilket har förenklat arbetet och frigjort tid för annan utveckling. Även arbetsflödet för det grafiska arbetet har effektivisrats och man levererar nu betydligt mer material utan att kostnaderna har ökat.

SVT fortsätter kontinuerligt arbetet med att utveckla personalens kompetens och underlätta utlåning mellan avdelningar och orter för att undvika onödiga kostnader. Inte minst under 2020 har detta varit viktigt med anledning av coronapandemin. Stora programförändringar med inställda eller framflyttade evenemang och produktioner samt ett ökat tryck på nyhetsverksamheten ledde till att SVT skapade en bemanningsakut. Medarbetare från olika avdelningar stärkte både riks-

nyheterna och de lokala nyheterna. Därmed kunde externa intag hållas nere och konsekvenserna för framflyttade sportevenemang och programprodukter i form av ett sämre internt resursutnyttjande har till stor del kunnat undvikas. Till exempel länades ett trettiotal medarbetare på sporten ut till SVT Nyheter från våren fram till sommaren för att förstärka och avlasta i det allmänna nyhetsarbetet.

som hanterats på den egna plattformen. Inom administrationen fortsätter digitaliseringen vilket innebär mindre manuellt arbete kring till exempel lön- och gageprocessen. Det både sparar tid och minskar risken för fel. Därutöver arbetar företaget kontinuerligt med att se över avtal i syfte att säkerställa att de är marknadsmässiga och ger bästa möjliga utdelning för pengarna.

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 centralisats och standardiserts. 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 769 000 kronor inklusive moms, gränsen för direktupphandling. Resultatet för 2020 blev en ökning och inköpsandelen för avtal hamnade på 92 procent jämfört med 89 procent för 2019.

I avsnitt 9.5 beskrivs SVT:s samarbeten med övriga public service-bolag där bland annat koncerngemensamma upphandlingar ingår.

Sammanfattningsvis har SVT i avsnitt 9.3 redovisat ekonomiska nyckeltal som visar produktivitet i enlighet med medelsvillkoren 1 och 22 samt även visat hur måttet andel medel till program utvecklats. I avsnitt 3.3 beskrivs och utvecklas vidare hur måttet tillsammans med övriga faktorer samspelear med redovisningen av SVT:s effektivitet.



För online-distributionen fortsätter arbetet med att rationalisera verksamheten. Under 2020 har volymen av strömmande video fortsatt att öka. SVT arbetar aktivt för att hålla distributionskostnaderna så låga som möjligt och utvecklade därför under 2016 ett eget CDN (content distribution network). Det syftar till att förlägga delar av online-trafiken till en intern CDN-plattform istället för att köpa tjänsten externt. Under 2020 har utbyggnaden av SVT:s egen kapacitet fortsatt och SVT har, trots den totala ökningen av trafik under året, kunna bibehålla den andel

Jag är Klimpen, motherfucker! Svensk dokumentär från 2020. Foto: Mattias Sjöstedt.

MEDELSVILLKOR 3
"Sidoverksamheter till SVT:s sändningsverksamhet ska bäräna sina egna kostnader och i övrigt bedrivas på ett konkurrensneutralt sätt i förhållande till andra företag som tillhandahåller motsvarande tjänster. Sidoverksamheter ska redovisas som egna resultatområden."

MEDELSVILLKOR 11
"Sidoverksamheter ska inte ges en sådan omfattning eller vara av sådan karaktär att de kan riskera att inkräkta på kärnverksamheten eller skada förtroendet för radio och tv i allmänhetens tjänst."

MEDELSVILLKOR 22
"SVT ska särskilt redogöra för företagets intäkter vid sidan av avgiftsmedel. I den redovisningen ska ingå:
- eventuella sidoverksamheter som företaget har bedrivit."

9.4 SIDOVERKSAMHET

→ MV 3, MV 11, MV 22

Sidoverksamheten riktar sig både till tittarna och till företagsmarknaden. Generellt kan sidoverksamheten sägas syfta till att erbjuda och utnytta 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 sex resultatområden.

Trots att det inte finns särskilda enheter eller avdelningar som enbart ägnar sig åt sidoverksamheten 2020 har minskat något jämfört med 2019 samtidigt som resultatet har minskat något, främst inom arkivförsäljning.

beräknas med hjälp av en schablonfördelning av kostnaderna för de resurser som används blandat, det vill säga gemensamt i de olika verksamheterna, kärnverksamheten och kompletterande respektive sidoverksamheten. Vid försäljning av till företaget anknutna produkter belastas inte sidoverksamheten till någon del av den ursprungliga kostnaden för en tv-produktion, eftersom detta utgör kärnverksamhet. Sidoverksamhetens del av fastighetskostnader, tele-, distributions- samt servicekostnader, alltså för programbolagen gemensamma kostnader som redovisas i Sveriges Radio Förvaltnings AB, belastar dock sidoverksamheten. Det gemensamma påslaget har fördelats proportionellt mot respektive verksamhets intäkt.

Omsättningen och kostnaderna av sidoverksamheten 2020 har minskat något jämfört med 2019 samtidigt som resultatet har minskat något, främst inom arkivförsäljning.

Ella (Maria Sundbom Lörelius) och Arvin (Peshang Rad) i *Dejta*. Foto: Johan Bergmark/SVT.



9.4 Sidoverksamhet, mkr

		2018	2019	2020
Produktionsresurser	Intäkter	16,8	23,2	13,4
	Kostnader	14,0	19,3	11,3
	Gemensamt påslag	1,7	2,5	1,8
	Resultat	1,1	1,3	0,3
Fastighet	Intäkter	8,3	0,0	0,0
	Kostnader	8,3	0,0	0,0
	Gemensamt påslag	0,9	0,0	0,0
	Resultat	-0,9	0,0	0,0
Hela tv-program	Intäkter	6,9	4,6	4,9
	Kostnader	2,9	3,4	2,3
	Gemensamt påslag	0,7	0,5	0,7
	Resultat	3,3	0,7	1,9
Försäljning rättigheter	Intäkter	7,2	7,3	7,1
	Kostnader	3,5	4,2	3,6
	Gemensamt påslag	0,8	0,8	0,9
	Resultat	2,9	2,2	2,6
Arkivförsäljning	Intäkter	11,3	10,0	7,9
	Kostnader	3,1	3,4	2,8
	Gemensamt påslag	1,2	1,1	1,1
	Resultat	7,0	5,5	4,0
Rekvisita o kostym	Intäkter	11,2	12,9	11,9
	Kostnader	5,6	6,8	7,0
	Gemensamt påslag	1,2	1,4	1,6
	Resultat	4,4	4,6	3,3
Totalt	Intäkter	61,7	58,0	45,2
	Kostnader	37,4	37,2	27,0
	Gemensamt påslag	6,5	6,4	6,1
	Skatt	3,9	3,1	2,6
	Resultat	13,9	11,3	9,5

Produktionsresurser

Detta gäller uthyrning av studiolokaler, produktionsteknik och personal som i mån av utrymme i den egna produktionsplaneringen hyrs ut till andra producenter av tv. Det bidrar till att öka tillgänglighet och mångfald på mediemarknaden eftersom det möjliggör för mindre produktionsbolag och kanaler att göra produkter 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. En väsentlig del hyrs av produktionsbolag som SVT har anlitat för produktionsutläggningar av egna program. Under coronapandemin har uthyrningen minskat.

Fastighet

Under många år har SVT kraftigt minskat sina behov av lokalytor och i bland annat Stockholm har all verksamhet samlats på Gärdet. Under sommaren 2018 kunde SVT äntligen lämna sina kvarvarande lokaler i

Värtahamnen. SVT hade lyckats hyra ut delar av den fastigheten som inte nyttjats för den egna verksamheten under flera år. Det var dock endast möjligt att hyra ut till rådande marknadspris, vilket under senare år har varit lägre än när SVT skrev kontraktet. Därför har SVT redovisat ett underskott för resultatområdet till och med 2018. Sedan 2019 redovisas inget underskott.

Hela tv-program

Försäljning av hela tv-program består av vidareförsäljning av visningsrädder av program som uppmärksammades 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 så som vid samproduktioner. Exempel på det kan vara prisbelönta dokumentärer eller dramaserier med SVT som huvudproducent. Försäljningen har ökat något jämfört med 2019.

Försäljning rättigheter

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

Arkivförsäljning

Det finns också en efterfrågan från tv-bolag och andra produktions- eller reklamföretag på enskilda klipp från tidigare SVT-produktioner. Dessutom har SVT en omfattande samling från andra filmarkiv som används för den egna verksamheten men som också efterfrågas av andra bolag. Under 2020 har försäljningen minskat jämfört med 2019 bland annat till följd av att externa parter inte kunnat släppas in till SVT under coronapandemin.

Rekvisita och kostymer

SVT har under många år byggt upp stora förråd av rekvisita och kostymer. För att även låta andra ta del av denna unika tillgång sker uthyrning till främst andra medie- och reklambolag.

Totalt

Nettoresultatet från de sex resultatområdena av sidoverksamhet balanseras i fritt eget kapital och uppgick 2020 till 9,5 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 kostnader, vilket är det primära syftet med regleringen. De samlade intäkterna uppgick 2020 till 45,2 miljoner kronor vilket motsvarar 0,9 procent av SVT:s samlade kostnaderna uppgick till 35,7 miljoner vilket motsvarar 0,7 procent av SVT samlade kostnader.

SVT:s kontroll av sidoverksamheten

Inom i princip samtliga områden finns etablerade prisbilder för motsvarande produkter som SVT tillhandahåller. Detta då det finns en mängd av såväl konkurrerande leverantörer som potentiella kunder. Som exempel kan nämnas priser för visningsrätter, dvd-försäljning, uthyrning av produktionsteknik och uthyrning av fastigheter i Stockholm. SVT beaktar de priser som vid förhandling efter offertgivning, i de fall kändedom om prisbilden finns. SVT:s del av de här marknaderna är normalt så liten att SVT inte är prisräckande. 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 relativt kostnaden för mindre studior som SVT och andra aktörer tillhandahåller.

Ett belägg för att det finns en fungerande konkurrens samt att SVT:s priser inte är för låga, är också att det inte är helt ovanligt att SVT förlorar offerter just på grund av prissättningen.

Tilläggas bör att SVT:s produktionsresurs i första hand är dimensionerad för intern kapacitet. SVT har generellt sett en självförsörjningsgrad som ligger väsentligt under den resurs som

behövs. SVT:s möjligheter att hyra ut resurser är därmed kraftigt begränsad. Offertförfrågningar kommer normalt från bolag som fått i uppdrag att leverera en produktion åt SVT.

SVT ser regelbundet över prissättningen inom de olika områdena. Det har inte förekommit någon debatt eller kritik som ger anledning att tro att SVT:s förtroende har minskat till följd av sidoverksamheten.

Det centrala med kontrollen över sidoverksamheten, i förhållande till den reglering som ligger till grund för kravet i medelsvilkoren, 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 vinstdrift.

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

SVT menar sammanfattningsvis att SVT ovan visat att kravet på att sidoverksamheterna ska bärä sin egen kostnad och bedrivas på ett konkurrensneutralt sätt är uppfyllt. SVT har även försökt visa att sidoverksamheten inte har givits en sådan omfattning eller är av sådan karaktär att den kan riskera att inkräkta på kärnverksamheten eller skada förtroendet.

9.5 KONCERNSAMARBETEN

→ MV 4, MV 22

Koncerngemensamma upphandlingar

Under 2020 avslutade de tre programbolagen i samarbete med SRF 12 större gemensamma upphandlingar.

Avslutade koncerngemensamma upphandlingar omfattande samtliga programbolag avsåg återförsäljare av Protools (digitalt ljudbearbetningssystem), återförsäljare av intercom-system, drift av personalmatsal, passerkortsämnin och förbrukningsmaterial, licensspecialist och återförsäljare av mjukvara, profilprodukter, kaffemaskiner samt tillhörande varor och tjänster, brandskyddsprodukter och sjukvårdsutrustning, byggservice och mindre byggentreprenader i Stockholm samt rörservicetjänster och mindre rörentreprenader i Stockholm.

SVT, SRF och UR har genomfört en gemen-

sam upphandling av mobiltelefoni. SVT, Sveriges Radio och UR har genomfört en gemensam upphandling av evenemangssäkerhet.

SVT och SRF har genomfört gemensamma upphandlingar för renovering av delar av tv-huset i Stockholm i syfte att effektivisera lokaler, och för modulbyggnader samt byggbodar.

Under 2020 påbörjades vidare koncerngemensamma upphandlingar av konstruktörtjänster, arkitekttjänster, posttjänster, utrikes transporttjänster, företagspaket och gods inrikes samt bud i Stockholms län, försäkringsförmedlingstjänster, tryckeritjänster, köp/leasing av personbilar, nätverksprodukter, sändningsryggsäckar, AV-teknik inklusive installationer, LTO-band, säkerhetsprodukter it samt miljö-konsulter.

Sveriges Radio Förvalnings AB (SRF)

SRF är ett kunskaps- och serviceföretag som ansvarar för gemensamma service- och stödfunktioner åt SVT, Sveriges Radio 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), Sveriges Radio (34,4 procent) och UR (4,6 procent) och finansieras genom att programbolagen avstår avgiftsmedel enligt en kostnadsfördelningsmodell. SRF har 64 anställda.

Lokaler

Programbolagen samlokaliseras och samutnyttjar lokaler där så är möjligt och rationellt. Alla tre bolagen är samlokalisade i Göteborg och Stockholm. Sveriges Radio och SVT är samlokalisade i Borås, Halmstad, Kalmar, Karlskrona, Kiruna, Linköping, Norrköping, Skellefteå, Uddevalla, Visby och Örnsköldsvik. Bolagen har gemensamt med SRF ett fastighetsråd som samordnar lokal- och fastighetsfrågor.

Programsamarbeten

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

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

SVT, Sveriges Radio 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.

Sammantaget redovisas SVT i avsnitt 9,5 de samarbetsområden med de två övriga programbolagen som bidrar till att verksamheten bedrivs rationellt enligt de ekonomiska förutsättningarna i medelsvilkoren 1 och 4.

9.6 KOMMERSIELLA SAMARBETEN

→ MV 22

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

Samarbete med kommersiell aktör som genererar intäkter till respektive bolag.

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 royaltyutbetalningar eller sponsring.

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

När det gäller *Melodifestivalen* står SVT för kostnader som är direkt kopplade till själva tv-produktionen, enkelt uttryckt allt som syns i bild. För de tävlande bidragen är pyroteknik, specialeffekter, scen och rekvisita exempel på sådana kostnader som SVT står för, men upp till ett maxbelopp som är lika för samtliga artister. SVT ger dock varje artist rätt att bygga ut sitt scenframträdande på egen bekostnad. Detta för att inte begränsa den konstnärliga friheten i bidraget. Det ställs inga krav om det i några avtal utan är en valfri möjlighet.

För själva turnén saknar SVT rätt kompetens. Därför upphandlar SVT tjänsten turné-samordning, en upphandling som genomförs i enlighet med lagen om offentlig upphandling. Turnésamordnaren svarar för kostnader som är relaterade till själva turnéproduktionen, exempelvis resor, logi, lokalhyra, transporter,

MEDELSVILLKOR 22

"SVT ska särskilt redogöra för företagets intäkter vid sidan av avgiftsmedel. I den redovisningen ska ingå:

- vilka kommersiella samarbeten som företaget har deltagit i och vilka intäkter de har genererat, med förtydligande exempel"

MEDELSVILLKOR 4

"SVT ska tillsammans med SR och UR avstå medel för Sveriges Radio Förvaltnings AB:s kostnader enligt avtal mellan programföretagen. I avtalet ska även eventuella medelsavståenden mellan programföretagen som följer av punkt 1 redovisas."

MEDELSVILLKOR 22

"Samarbetsåtgärder ska rapporteras i redovisningen."

catering, säkerhet på plats, ackreditering och sjukvård. För närvarande är det Blixten & Co som är den upphandlade parten, och för det betalar SVT en ersättning till Blixten & Co.

Dessutom uppbär SVT intäkter vid licensieringen av varumärket och tillhörande rättigheter som hör samman med produktionen samt för biljettintäkterna. Under 2020 var Live Nation SVT:s partner för detta. Det gäller bland annat möjligheten för externa bolag att nyttja varumärket Melodifestivalen på exempelvis arenorna eller vid annonsering. Inför 2020 års melodifestival beslutade SVT att avstå helt från att ha spelbolag som sponsorer. I samband med 2020 års final utgjordes huvudsponsorerna av Coca-Cola, Coop, Elon, Marabou och Nordea samt partners som bestod utav Ahlgrens Bilar, Expressen, Malaco, OKQ8, OLW, Santa Maria, Silja Line och Westfield. Supporter var Mercedes-Benz (ny kategori som endast får synlighet via Melfest Livekanalerna). Live Nations officiella leverantörer utgjordes av Brand Factory, Elite Hotels, SCM och Workman.

MEDELSVILLKOR 22

"SVT ska särskilt redogöra för företagets intäkter vid sidan av avgiftsmedel. I den redovisningen ska ingå: hur företaget har säkerställt sitt oberoende vid kommersiella samarbeten och vid indirekt sponsring."

Vad gäller samarbetet kring Nobel har SVT ett produktionsuppdrag för vilket en betalning erhålls. Nobel Prize Outreach äger samtliga rättigheter till det SVT producerar åt Nobel Prize Outreach. Samtidigt förvarar 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 andra public service-bolag, men det kan vara svårt att särskilja i redovisningen. Flera samproducenter enas om en finansieringsplan där parterna finansierar produktionen och erhåller rättigheter i förhållande till insats och överenskommelse. En del av intäkterna kommer från andra källor än rent kommersiella bolag. Det går dock inte att härleda exakt vilka av intäkterna som finansieras på kommersiell grund, vilka som är finansierade med avgiftsmedel och vilka som till del eller till fullo finansieras av det offentliga. Förklaringen är att 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.

De här tre formerna av kommersiella samarbeten, samproduktioner, samarbetet kring Melodifestivalen 2020 samt samarbetet kring Nobel, genererade intäkter på sammanlagt 96 miljoner kronor, varav 50 miljoner kronor härrör från samarbetena kring Melodifestivalen och Nobel.

I appendix, tabell 9.1.2b, redovisas samtliga intäkter från kommersiella intäkter med komplett förteckning över motparter samt berörda programproduktioner.

Sammanfattningsvis har SVT här redovisat för det första vilka kommersiella samarbeten SVT har haft samt vilka aktörer bolaget då samarbetat med, för det andra vilka slags intäkter som har genererats från samarbetena och för det tredje i vilka produktioner som samarbeten ingått. SVT har även förtydligat vilka kostnader som bärts av SVT vid kommersiella samarbeten och har därmed också försökt visa att SVT inte erhållit annan slags kompensation som reducerat kostnaderna.

Oberoendet vid kommersiella samarbeten → MV 22

Som framgår ovan utgörs kommersiella samarbeten av samproduktioner, samarbetet kring Melodifestivalen samt samarbetet kring Nobel. Som beskrivs i avsnitt 4.5 Publicistisk kontroll blir alla program som produceras eller köps in av SVT föremål för en publicistisk bedömning utifrån SVT:s publiceringsregler för att följa reglering gällande exempelvis oberoende, opartiskhet, indirekt sponsring och otillbörligt gynnande. Det omfattar även kommersiella samarbeten.

Avtal om samproduktion, produktionsutläggning och förköp/inköp av visningsrätt som upprättas av SVT inkluderar reglering om att produktionsbolaget inte har rätt att i programmet medge reklam eller otillbörligt gynna särskilda intressen. Produktionsbolaget får inte heller utnyttja sin medverkan i/till programmet i sammanhang som sätter SVT:s opartiskhet eller oberoende i fråga. Produktionsbolaget åläggs vidare att i de avtal det ingår med medverkande ta med motsvarande reglering.

I överenskommelserna med Nobel Prize Outreach säkerställs SVT:s oberoende genom att SVT självständigt avgör vilka program som ska sändas och hur de programläggs.

I Melodifestivalen kan externa bolag nyttja varumärket Melodifestivalen på exempelvis

arenorna eller vid annonsering. Den exponeeringen visas aldrig i bild och SVT säkerställer att det aldrig innebär att sponsorerna har någon som helst påverkan på programmet. Varken Blixten & Co, som upphandlas för turnésamordning, eller Live Nation, som sköter licensiering av varumärket Melodifestivalen och biljettförsäljning, har någon redaktionell roll i produktionen. Överenskommelserna med Live Nation respektive Blixten & Co innehåller regleringar som säkerställer SVT:s oberoende. SVT ger de tävlande bidragen rätt att bygga ut sitt scenframträdande på egen bekostnad, men SVT har slutlig bestämmanderätt över utformningen.

Se avsnitt 4.5 Publicistisk kontroll för särrandet av oberoendet vid indirekt sponsring.

KAPITEL TIO

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 närmaste tiden med fokus på 2021.



Planer för framtiden

MEDELSVILLKOR 23
"Redovisningen ska avse... företagets planer för kommande år."

10 PLANER FÖR FRAMTIDEN

→ MV 23

SVT ska bidra till ett Sverige där alla är mer nyfikna och insatta. SVT:s vision ligger fast och inspirerar såväl nyhetsverksamheten som övrig programverksamhet.

- I SVT:s strategi kompletteras visionen av fyra strategiska riktlinjer som vägleder arbetet framåt:
- » komma närmare alla i Sverige
 - » förnya SVT:s utbud för att bli ett självklart val online
 - » bygga ett SVT för en ny tids tv-vanor
 - » skapa ett mer effektivt, kreativt och lärande SVT.

Komma närmare alla i Sverige

Publikssiffrorna under pandemiåret talar sitt tydliga språk: i den ständigt pågående berättelsen om Sverige spelar SVT en viktig roll. SVT:s utbud ska spegla förhållanden i hela landet och hela befolkningen och för att kunna vara hela Sveriges television behöver SVT komma närmare publikens, både geografiskt, i möten och med utbudet. SVT arbetar löpande med publikundersökningar för att förstå människors behov, medieanvändning och uppfattning om SVT.

Fika med SVT och Sverige möts är initiativ där SVT träffar publiken för att lyssna och lära mer. SVT utvecklar nu digitala mötesplatser för att fortsätta det arbetet. SVT fortsätter också arbetet med att bli mer transparent med journalistiska metoder, motivera publiceringar tydligare, skilja noga på fakta och åsikter och förmå ge flera perspektiv.

I SVT:s bloggar förklarar ansvariga utgivare sina beslut. SVT:s publikkontakt har haft mer än 140 000 dialoger med tittare under 2020, utöver alla samtal direkt till redaktioner. SVT undersöker just nu alla kontaktvägar in till SVT för att stärka dialogen med publiken.

SVT planerar också för en ökad lokal närvaro för att ge flera perspektiv och komma närmare människors vardag. Idag är SVT närvarande på 40 orter, 2021 öppnas ytterligare fyra lokala nyhetsredaktioner i Flemingsberg, Fagersta, Lund och Sveg.

Inom tre år ska SVT finnas på 50 orter, tio fler än idag. Ambitionen är också att ytterligare öka andelen lokalt material i det nationella utbudet och på så sätt stärka både SVT:s spegelning av Sverige och mediemångfalden.



Skolstrejk för klimatet. Foto: Anders Hellberg.

Förnya utbudet för att bli ett självklart val online

Publikens har aldrig haft så många tjänster och så mycket högkvalitativt utbud att välja mellan. Investeringarna i internationell innehållsproduktion, särskilt online, är massiva och nya streamingtjänster från jättar som Disney och Apple ökar den redan starka konkurrensen.

SVT:s svar på den ökade internationaliseringen är att utveckla berättandet inom alla gener för att bli ett självklart val online för hela publikens. SVT:s breda utbud av granskande journalistik, samhällsfakta, kulturbekvämning och andra programgenererar av hög kvalitet på svenska språket fyller ett unikt behov i den internationella konkurrensen.

Gemensamma upplevelser har visat sig vara viktigare än någonsin under det gångna året. Nu skapas och utvecklas framtidens samlande program av SVT:s programmakare.

Samtidigt som möjligheterna att informera sig är oändliga, ökar behovet av trovärdig journalistik och sammanhang. SVT behöver utveckla en journalistik som ger fler perspektiv, värnar saklighet och säkerställer oberoendet.

I berättelsen om Sverige spelar SVT en viktig roll. SVT ska vara med och bygga Sveriges minne. Det innebär att skapa och värna program som har stor betydelse för allmänheten, som fungerar som traditioner och berättar Sveriges historia. Det betyder att företaget ska tillgängliggöra program både för samtidens och framtidens publik. Utmaningen är att programmen om Sverige ska hålla över tid för ny publik, med förändrade behov och medievanor.

Bygga ett SVT för en ny tids tv-vanor

Medievanorna förändras i snabb takt och 2021 förväntas SVT Play nå fler än SVT1. Förflyttningen mot online sker i alla åldrar men i olika takt. Förändringen är särskilt tydlig hos publikens under 50 år där skiften till online redan skett. Pandemin har dock skyndat på förflyttningen också av den äldre publikens från broadcast till SVT Play.

Online eller broadcast, SVT:s uppdrag är att nå hela publikens. I en tid med nya medievanor blir det viktigt hur många SVT når totalt sett. SVT:s kanaler och tjänster behöver komplettera och stärka varandra. Stora delar av befolkningen är nu vana vid att kunna ha tillgång till programinnehåll när och var det passar dem.

SVT Play ska fortsätta att erbjuda den flexibilitet, valfrihet och det stöd för navigering och rekommendationer som publiknens förväntar sig av en modern streamingtjänst. SVT investerar för närvanande resurser för att arbeta mer datadrivet genom att lyssna på publikens behov och lära av beteenden i medieföretet. Tanken är att de kunskaper som detta genererar kommer att leda till ett mer relevant och överraskande utbud i SVT:s tjänster.

SVT1 kommer fortsatt ha en hög ambition att möta tv-publikens behov och förväntningar. SVT Nyheter fortsätter att stärka nyhetserbjudandet med de format som passar bäst för nyhetskonsumtion online. När det gäller hur publikens tar del av SVT:s utbud online blir företaget alltmer beroende av plattformar som kontrolleras av globala storföretag. För att upprätthålla allmänhetens förtroende när utbudet förekommenderar på sådana plattformar måste SVT därför säkerställa frågor som oberoende, tillgänglighet, redaktionell kontroll och reklamfrihet.

Skapa ett mer effektivt, kreativt och lärande SVT

Under pandemin har SVT utvecklat snabbare processer i att gå från program till publicering. Personalen har rest mindre och möts digitalt i högre utsträckning. Kreativa medarbetare har startat samarbeten mellan redaktioner på olika orter vilket lett till snabba startar av program under coronapandemin. Erfarenheterna från året som gått ser SVT som värdefulla för den fortsatta effektiviseringen av verksamheten.

Ledarskapet har prövats det senaste året och SVT arbetar med att tydliggöra mål och ansvar för att klara en högre grad av distansledarskap. SVT inleder nu dess-

utom ett stort arbete för att bibehålla en hög grad av nytänkande, kreativitet och förmåga att snabbt anpassa verksamheten till nya behov. SVT ska vara en spännande arbetsplats där människor vill utveckla och utvecklas.

Ett led i att utveckla SVT som arbetsplats är renoveringen av bolagets 3 000 kvadratmeter stora lokaler på Gårdet i Stockholm. Efter beslutet som togs 2019 sker nu en stegvis modernisering och effektivisering samt minskning av lokalytan. SVT kommer att anpassa företagets lokaler till de förändrade behov som uppkommer i spåren av coronapandemin, minska bolagets miljöavtryck och skapa ekonomiskt utrymme för nya programsatsningar.

SVT jämförs i dag med globala företag som kan göra enorma investeringar i utbud över många marknader samtidigt. Det ger publikens ett stort utbud av fantastiskt innehåll, men det gör även att konkurrensen om kompetens inom mediebranschen ökar. SVT behöver vara en attraktiv samarbetspartner.

Sedan 2019 betalar alla i Sverige för SVT genom public service-avgiften. Det ställer ännu högre krav på SVT att tillgodose människors olika behov och att använda avgiftsmedlen på ett effektivt och ansvarsfullt sätt. SVT:s mål ska alltid vara att skapa utrymme och frigöra pengar för ännu bättre innehåll och tjänster.

Externa referenser

- Andersson, U. (2020). *Förändrade nyhetsvanor under coronapandemin*. Göteborg: SOM-institutet, Göteborgs universitet. gu.se/som-institutet.
- Andersson, U. (2020). Hur står sig svenska mediers förtroendekapital? I: *Regntunga skyar*. SOM antologi nr 76. Göteborg: SOM-institutet, Göteborgs universitet. gu.se/som-institutet.
- Andersson, U. (2020). *Medieförtroende i pandemitider*. Göteborg: SOM-institutet, Göteborgs universitet. gu.se/som-institutet.
- Boktugg (2020). Disney+ har redan 450 000 abonnenter i Sverige. 2020-10-05. www.boktugg.se
- Brogi, E, Carlini, R, Nenadic, I, Parcu, PL & de Azevedo Cunha (2020). *Media Pluralism Monitor 2020*. Florens: Centre for Media Pluralism and Media Freedom, European University Institute.
- Dagens Media (2020). *1,5 miljarder i statligt stöd – här är mediehusen som kammar hem mest*. 2020-12-18. dagensmedia.se.
- Dagens Media (2020). *Banijay Group slutför köp av Endemol Shine – oklart hur de svenska bolagen påverkas*. 2020-07-03. dagensmedia.se.
- Dagens Media (2020). *Bonnier och Amedia köper Hall Media*. 2020-02-25. dagensmedia.se.
- Dagens Media (2020). *Efter Banijays uppköp – Sto-Cph och Nordisk Film TV läggs ned*. 2020-10-05. dagensmedia.se.
- Föreningen grävande journalister (2020). *Guldspadar för 2019 års bästa gräv äntligen utdelade*. www.gravseminariet.se
- Ingman, J & Tibbling, H (2020). *PTS mobiltäcknings- och bredbandskartläggning 2019*. Stockholm: Post- och telestyrelsen. www.pts.se.
- IRM (2020). *Hushållens medieutgifter 2020*. Rapport. irm-media.se.
- IRM (2020). *Journalistik & reklam*. Rapport. irm-media.se.
- IRM (2020). *Reklam- och medieprognos 2020–2021*. irm-media.se.
- Internetstiftelsen (2020). *Svenskarna och internet 2020*. www.svenskarnaochinternet.se
- Johansson, B (2020). *Kampen om Vita huset – det amerikanska presidentvalet 2020 i svenska nyhetsmedier*. Göteborg: Institutet för mediestudier, Göteborgs universitet. mediestudier.se.
- Kantar Sifo (2020). *Förtroendet för mediers covidrapportering – framtida affärer och effektiv kommunikation*. kantarsifo.se.
- Kantar Sifo (2020). *Onlineankäter 9–80 år* på uppdrag av SVT. kantarsifo.se.
- Mediavision (2020). *Disneys streamingtjänst i rekordsnabb tillväxt*. Pressmeddelande. 2020-10-05. www.mediavision.se
- MMS (2020). Lopande branschmätningar av tv- och onlinetittande.
- Myndigheten för press, radio och tv (2020). *Medieutveckling 2020 – mediekonsumtion*. www.mppt.se.
- Mynewsdesk (2020). *SVT Play årets streamingtjänst när kunderna själva får bestämma*. 2020-05-19.
- Novus (2020). *Nyhetsrapportering kring coronaviruset*. Rapport.
- Ny teknik (2020). *Netflix tappar – trots att fler strömmar video*. 2020-10-26. www.nyteknik.se
- Regeringens proposition (2018/2019). *Ett modernt public service nära publiken – villkor 2020–2025*. Prop. 2018/19:136, bet. 2019:20: KrU2. data.riksunden.se.
- Reportrar utan gränser (2020). *Pressfrihetsindex 2020*. reportrutantranser.se/pressfrihetsindex.
- SOU 2020:45 *Ett ändamålsenligt skydd för tryck- och yttrandefriheten*.
- SVT Helix (2020), Adobe Analytics (2019). Lopande trafikmätningar.
- TU-Medier i Sverige (2020). *Hushållen lägger mer pengar på morgonpress*. Pressmeddelande. 2020-12-08. www.tu.se.
- Upplevseinstutet (2020). *Sportnavigatorn*. www.upplevseinstutet.se.

Appendix

I appendix finns 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 i ett appendix är bland annat att bidra till att lättare kunna göra jämförelser.

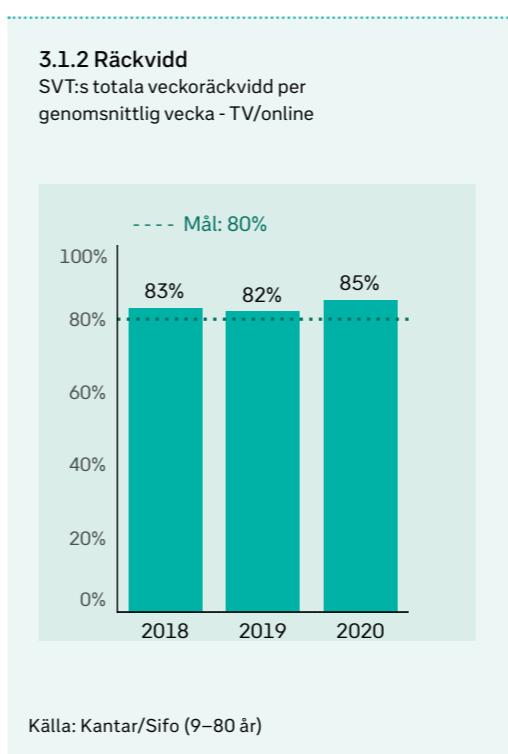
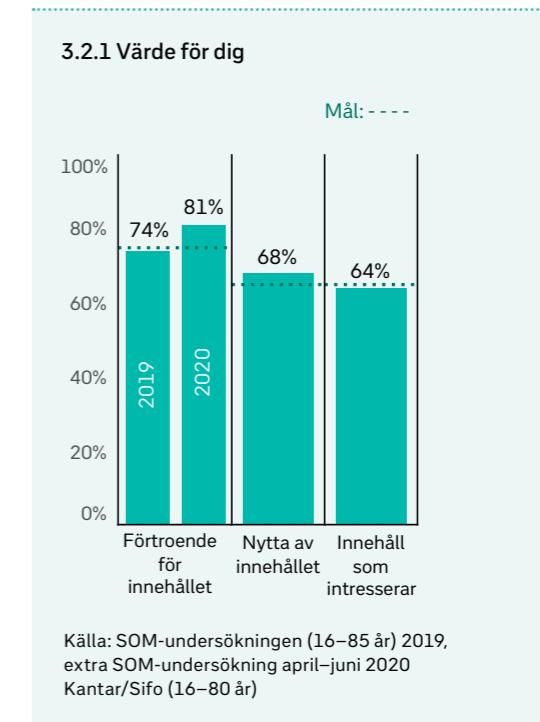
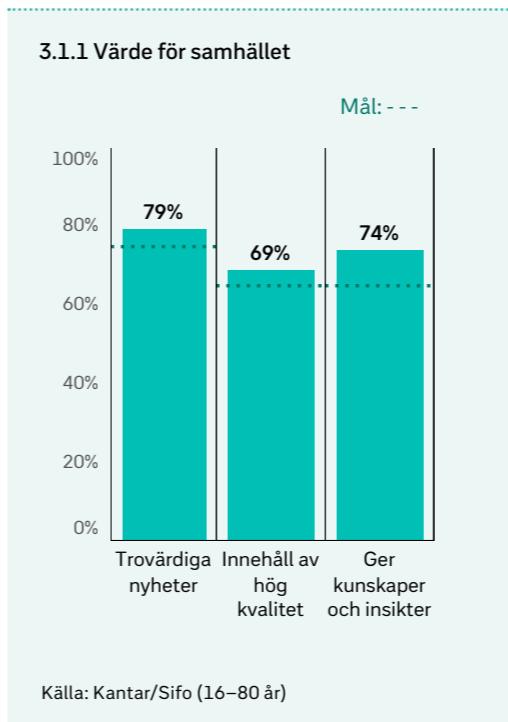
Appendix inleds med en sammanfattning av samtliga kapitel sedan följer tabeller och figurer i kapitel 1, 2 osv.

Sammanfattning

Villkor	Utfall	Kapitel
ST 1 Sända minst 4 programtjänster mm	SVT har sänd 5 kanaler i 4 programtjänster om minst 50 timmar i veckan i genomsnitt till 99,8 % av befolkningen.	5.1 5.2
ST 2 Sända text-tv	SVT sänder 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 okrypterade.	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 digital utsändningsteknik och sänder i hög kvalitet. Samverkan enligt överenskommet avtal sedan 2020. Senaste avtalet är från 2020 om programguider. SVT använder API enligt europeisk standard (Hbb-TV). Samverka om multiplexering och åtkomstkontroll	4.9
ST 6 Mångsidigt programutbud Svenska språket Jämstäldhet, mångfald och spegling av landet Programmen ska ha folkbildningsambitioner	SVT har en jämn fördelning mellan olika programkategorier. 68 % av alla sändningar är på svenska. Stort arbete bedrivs internt och 64 % anser att SVT är bra på att spegla mångfalden i landet. SVT:s folkbildande ambitioner beskrivs i stycke 6.2	6.3 4.7 6.4 6.2
ST 7 Variation i produktionsformer	56 % egen produktion och 44 % annan. 2020 går 1,4 miljarder kronor till utomstående medverkan och andra samarbeten.	4.3
ST 8 Nyhetsverksamhet	Många olika programtyper, allmänna och granskande program. Satsning på Coronabevakning och valet i USA 2020 samt sex nya lokala redaktioner etablerade.	7.1
ST 9 Kulturutbudet	Utbudet utvecklas årligen, många programtyper, stor satsning på drama. Specialprogram i och med coronapandemin, många samarbeten, ökat nordiskt utbyte samt direkt och indirekt satsning på svensk film motsvarande ca 100 mkr per år 2020–2022, totalt minst 300 mkr.	7.2
ST 10 Barn och unga Språkliga behov hos barn och unga	Stort utbud, satsning på nyheter för unga, drama och nyproduktion samt särskild utveckling för äldre barn och unga i år även satsning på specialprogram i och med coronapandemin. Sänder de flesta minoritetsspråksprogrammen som tvåspråkiga.	7.3 7.5
ST 11 Tillgänglighet	Utvecklas i dialog med användargrupper, särskilt ungdomsförbund. Fortsatt satsning på hörbarhet. Program produceras för döva. Kraftig ökning av syn- och teckenspråkstolkning b la pga. coronapandemin.	7.4
ST 12 Minoritetsspråk Förstasändningar ska öka under tillståndsperioden	Bolagen ökar sammantaget minoritetsspråkens utbud. I år även bolagsgemensamt minspråksindex för förstasändningar. SVT sänder på 39 olika språk förutom minoritetsspråken. SVT har dialoger med användargrupperna.	7.5 7.6
ST 13 Opartiskt och sakligt	Trots ökat antal anmälningar till Granskningens nämnden sjunker antalet fällningar totalt jämfört med 2019, även för opartiskhet och saklighet.	4.5
ST 14 Genmäle	SVT ger utrymme till genmäle.	4.5
ST 15 Enskildes privatliv	Utbildningar genomförs för att minska risken.	4.5
ST 16 Tv:s särskilda genomslagskraft	Utbildningar genomförs för att minska risken, b la ny utbildning för nyanställda.	4.5
ST 17 Reklam	SVT sänder inte reklam.	4.5

Villkor	Utfall	Kapitel
ST18 Direkt sponsring	17 evenemang har sponsrats vilket understiger maxtaket på 20 enligt villkoret.	9.1
Indirekt sponsring	Tydliga rutiner har upparbetats. Översyn skedde 2017.	4.5
ST19 Bestämmelser om sponsringsmeddelande	SVT har redogjort för vilka 17 evenemang som sponsrats, i antal sändningar och bidragets samlade storlek.	9.1
ST20 Reklam enligt §17	Reglerna följs.	4.5
ST21 Produktplacering	Ingen produktplacering förekommer.	4.5
ST22 Hög säkerhet	Endast 53 program orsakade störningar över 60 sekunder. SVT reglerar kvalitet med avtalsparterna.	4.10
ST23 Sända meddelande	SVT har 41 gånger sätta viktigt meddelande till allmänheten (VMA) enligt villkoren.	4.10
ST24 Beredskapsarbete utifrån helhetssyn	SVT bedriver beredskapsarbete utifrån såväl fredstida kriser som höjd beredskap.	4.10
Beredskapsplaner	SVT skickar årligen in en beredskapsplan till MSB och Kulturdepartementet.	
Samråd med MSB	SVT för dialog med MSB.	
ST 25 Höjd beredskap	Höjd beredskap har inte rått i landet.	
Villkor	Utfall	Kapitel
MV1 Verksamheten ska bedrivas rationellt.	SVT beskriver sin effektivitet. SVT beskriver sin produktivitet.	3.1–3.5 9.3
MV2 Kärn- och kompletterande	Definitionen beskrivs och god balans råder.	5.4 5.2
MV3 Sidoverksamhet	Verksamheten beskrivs utförligt och delas upp i sex resultatområden.	9.4
MV4 SVT, SR och UR ska avstå medel för Sveriges Radio Förvaltnings AB:s kostnader.	SVT avstår medel enligt avtal.	9.1+ 9.5
MV5 SVT ska betala SVT:s och UR:s sammanlagda distributionskostnader.	SVT betalar SVT:s och UR:s distributionskostnader.	9.2
MV6 SVT:s sändningar riktade till Sverige ska kunna tas emot av allmänheten utan villkor om särskild betalning.	Ingår särskild avgift erfordras för att ta emot SVT:s sändningar i Sverige.	9.2
MV7 SVT ska delta i den tekniska utvecklingen av produktions- och distributionsteknik för tv.	SVT redovisar uppfyllnad av teknisk utveckling i stycke 4.9 SVT:s plattformar redovisas i stycke 5.3	4.9 5.3
Vid distribution på internet bör de egna plattformarna vara prioriterade.		
MV8 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
MV9 SVT ska ha öppna och tydliga riktlinjer för distribution på plattformar som inte är SVT:s egna.	SVT har tagit fram föreskrivna riktlinjer.	5.3

MV10	SVT sändningar i Finland och övriga världen ska bärä sin egna kostnader.	Beskrivs på ett flertal ställen i redovisningen.
MV11	Kärn-, kompletterande och sidoverksamhet	Beskrivs på ett flertal ställen i redovisningen. Främst i kap 5 och kap 9.
MV12	Överenskommelser mellan bolagen	Har gjorts mellan bolagen och sändts in till Kulturdepartementet och MPRT.
MV13	Anmäljan av nya permanenta tjänster och väsentligen förändrade tjänster.	Inga nya tjänster har startats och inga tjänster väsentligen ändrats under 2020.
MV14	Decentraliserad organisation	Beskrivs i eget kapitel.
MV15	55-procentskravet	58 procent av all allmän-tv producerades utanför Stockholm.
MV16	Olika självständiga nyhetsredaktioner	De olika nyhetsredaktionerna beskrivs.
MV17	SVT ska i sin nyhetsverksamhet ta hänsyn till kvalitativa nyhetsmediers konkurrensförsättningar, för att värna en livskraftig mediemarknad.	Beskrivs i eget avsnitt i kap 4.
MV18	Teckenspråkig miljö	Teckenspråksprogrammen från Falun bedrivs i en teckenspråkig miljö.
MV19	SVT ska bidra till att stärka en livskraftig produktionsmarknad i hela landet.	Verktyg beskrivs för utvecklad dialog.
MV20	UR:s sändningstider	Avtal finns och ingen oenighet har uppstått.
MV21	Upphörande av sändnings-tillstånd	Inte aktuellt.
MV22	Budgetunderlag SVT ska säkra oberoendet vid kommersiella samarbeten och indirekt sponsring	Lämnades den 1 mars. SVT säkrar oberoendet vid kommersiella samarbeten och indirekt sponsring se Kapitel 4 och 9.
MV23	Redovisning av uppdraget	Sker genom denna redovisning. Bland annat fördelningen i olika programkategorier.
MV24	SVT, SR UR sammutveckla PSR SVT ska bidra till offentlig diskussion om företaget	Se 1.3 men också exempel så som nytt gemensamt minspråksindex. Se 1.3, 4.4 samt 5.4 som exempel.
MV25	Revisorer	Revisorer granskar denna redovisning. Revisorsintyg skickas med denna redovisning.
Krav på tillgänglighet till tv-sändningar för personer med funktionsvariation enligt särskilt beslut. Svensk textning, syn- och teckenspråkstolkning samt uppläst text.	Beskrivs i redovisningen.	7.4



4.3 Utomstående medverkan och andra samarbeten, mkr

Medverkande och programanställda

Mkr	2018	2019	2020
Arvoden	159,4	155,2	139,0
Programanställda	64,7	62,5	61,8
Summa	224,1	217,7	200,8

Andra slags produktionssamarbeten

Svenska	2018	2019	2020
Produktionsutläggningar	357,6	385,4	451,5
Samproduktioner	229,5	247,2	212,0
Förvärv	137,6	135,1	167,6
Summa	724,7	767,7	831,1

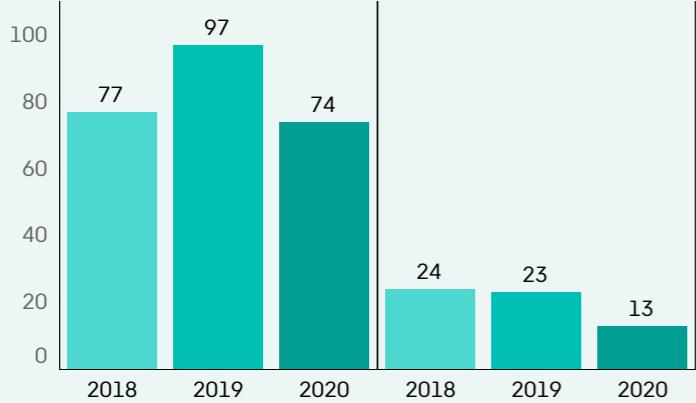
Utländska	2018	2019	2020
Produktionsutläggningar	0,6	0,0	4,2
Samproduktioner	4,8	57,2	15,6
Förvärv	236,6	284,4	273,9
Summa	242,0	341,6	293,7

	2018	2019	2020
STIM, IFPI/Sami, NCB	73,2	73,3	79,6
Summa	73,2	73,3	79,6

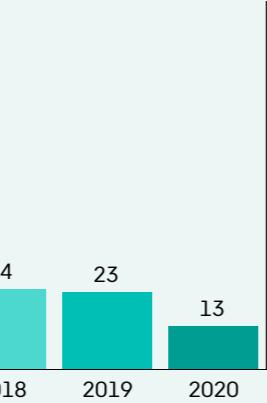
Totalt	1 264,0	1 400,3	1 405,2
--------	---------	---------	---------

4.5.1 Yttranden och fällningar i Granskningsnämnden för radio och TV

Begärda yttranden



Fälda ärenden



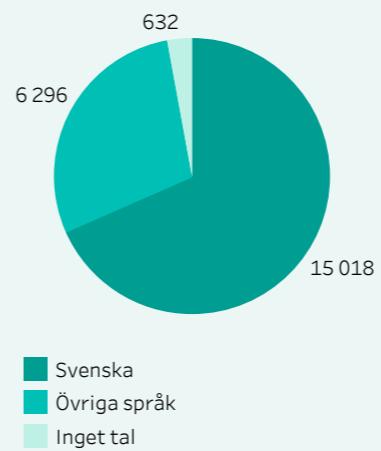
4.5.2 Fällningsgrunder

Ett program kan ha flera fällningsgrunder

	2018	2019	2020
Beriktigande	1	0	0
Genmäle	0	0	0
Genomslag	6	6	2
Gynnande	2	3	3
Offentliggörande	1	0	0
Opartiskhet	4	2	1
Privatlivet	4	5	3
Saklighet	6	6	4
Sponsring	1	0	0
Varning för våld	0	1	0
Antal fällningar	25	23	13

4.7 Svenska, andel och timmar 2020

Totalt: 21 946 timmar



4.8.1 Antal anställda per ort 2020

Samtliga anställningsformer

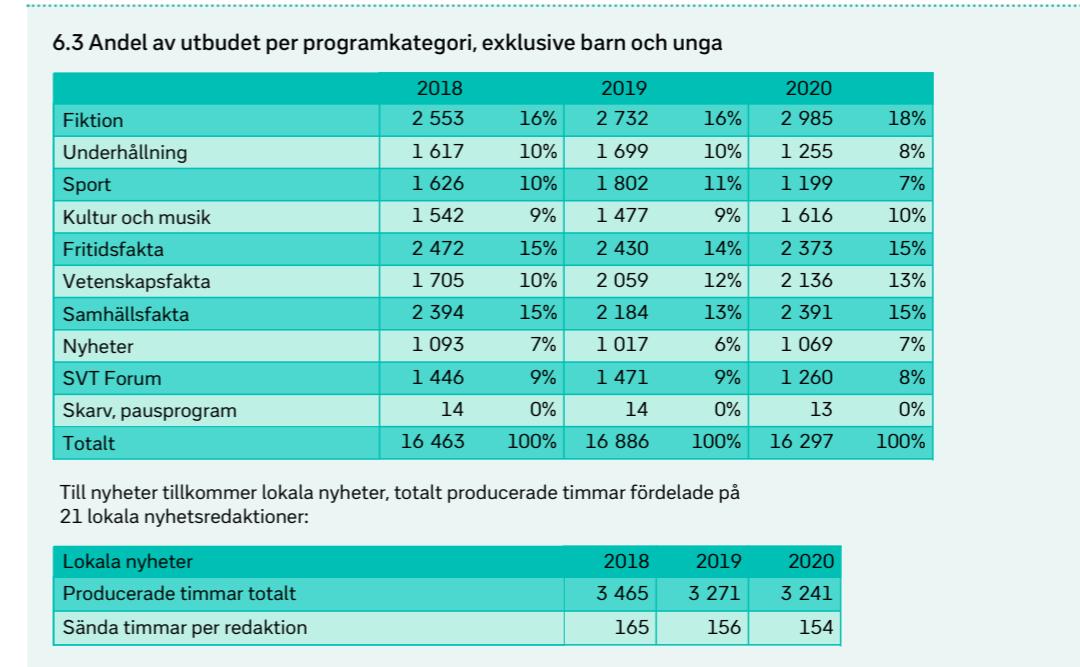
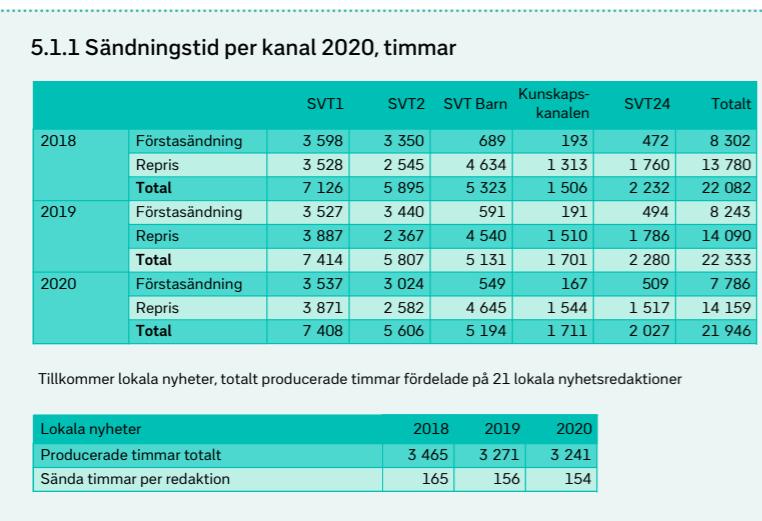
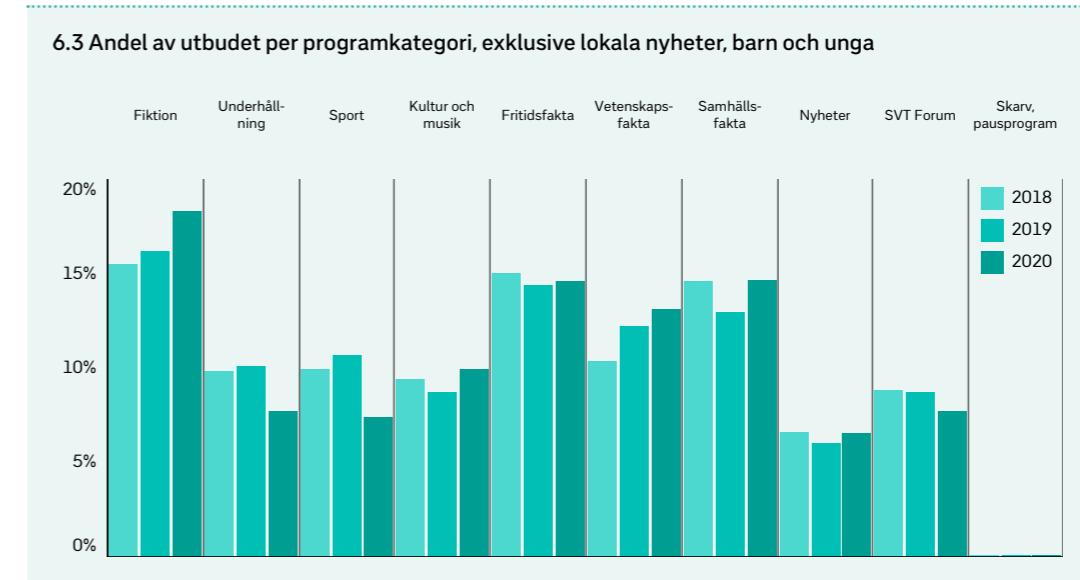
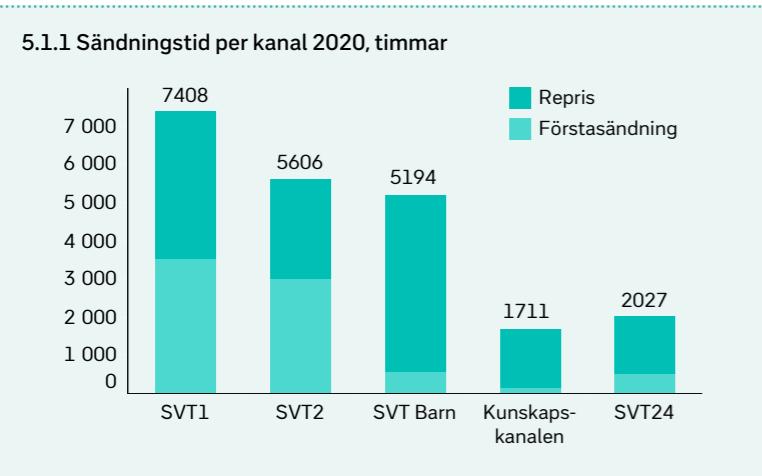
Ort	Antal
Arvidsjaur	1
Borås	2
Eskilstuna	12
Falun	49
Gävle	10
Göteborg, inkl. Angered	174
Halmstad	12
Helsingborg	7
Hudiksvall	5
Jönköping	14
Kalmar	5
Karlshamn	1
Karlskrona	11
Karlstad	23
Kiruna	17
Kristianstad	1
Linköping	3
Luleå	23
Malmö	162
Norrköping	25
Norrköping	1
Nyköping	1
Skara	1
Skellefteå	2
Stockholm, inkl Rinkeby	1 568
Sundsvall	20
Sälen	2
Södertälje	7
Uddevalla	2
Umeå	127
Uppsala	16
Visby	1
Västerås	15
Växjö	56
Örebro	20
Örnsköldsvik	2
Östersund	14
Överkalix	1
Antal anställda	2 413

4.8.2 Antal anställda per organisationsform

Samtliga anställningsformer

Organisationsform	Antal
Centraliserad	656
Decentraliserad	517
Gemensam	1 240

Totalsumma: 2413



Så redovisar SVT programutbudet på SVT Play:

- Publiceringar – SVT räknar förstapubliceringar under året, dvs programmet ska ha publicerats på Play första gången år 2020, oberoende av om och när det har sändts i marknätet.
- Antal timmar – Ett program räknas endast en gång oavsett hur många gånger det har publicerats under året eller hur länge det har varit tillgängligt.
- Unikt i Play – Som unika räknas endast program tillgängliga i Play som inte har sändts i marknätet under året eller tidigare år. (Program som publiceras först i Play och sedan i marknätet under samma år räknas inte som unika).
- Nya versioner, förlängda versioner och parallella sändningar av program i marknätet räknas som nya publiceringar men inte som unika timmar i Play.



7.2 Film, beslutade samproduktioner 2020

Långfilm 55,8

Den största förbrytelsen (2023)
Diorama (2022)
Jag är Zlatan (2023)
København findes ikke (2023)
Reply to a letter to Helga (2023)
Viften/Empire (2023)
Vinterviken (2022)
Comedy Queen (2022)
Exodus (2023)
Habibi Goodbye (2023)
Kalak (2022)
LasseMaja och Midnattjuven (2023)
Lill-Zlatan och morbror raring (2022)
Mira (2022)
Scener med Ragnar (2023)
You can dance (2023)

Talang 12,0

Excess will save us (2021)
Dogborn (2022)

Bullets (2022)

Amina (2022)

Dokumentär 16,0

Kvinnohistoria - rösträtten 100 år
Dox: The hair revolution
Mysteriet vid Djatlovpasset
Utredarna special
Barnen från Camp Ashraf
Cowboybåten
Nr. 1 / No. 1
Min vän Freddie
Abolis resa
Soran & Tony
Hockeyns historia 4
En skilsmässa
Nunnan II
Kärlek på svenska
Gondolens fall (förproj)

Kortfilm 3,8

Grab Them
Bron
Lång utdragen olyckshändelse
Man med duvor
Punani Steam
Arne möter döden
Verksamhetsservice
Rosengård
Arkivfilmen om arbete
Lastbilschauffören
Det sista äktenskapet
Roadkill
Först som fars
You can't show my face
I mina drömmar är du alltid 20
Vi var barn då
Fanny och Lova snor en bil
Habib & The Thief
Jag ska fucking bara!

Kulturdokumentär 8,7

Stay real / Where is the prison
Gert Wingårdhs nobelhus vr
Jag gömmer mig i konsten - Björn Evensen vr
Color
Calender Girls
Kulturhuset
Sara Parkman (utv)
By the Grace of God - Hellacopters
Griståget
Miniatyrmakaren - Niki Lindroth von Bahr
Den kvinnliga rapscenen - SVEA
Kaos är granne med gun
Folkhemmets estetik vr
England 79 remix
Ingela Lind
Eva Klasson

Totalt 96,3 Mkr

7.3 Barn och unga

Barn (3–11 år) 2020	Svenskt	Utländskt	Summa
Fakta och nyheter	208	0	208
Kultur och konstnärliga upplevelser	181	258	439
Totalt	389	258	647

Unga (12–19 år) 2020	Svenskt	Utländskt	Summa
Fakta och nyheter	216	65	281
Kultur och konstnärliga upplevelser	124	25	149
Totalt	340	90	430

Totalt bar och unga (3–19 år) 2020 729 348 1077

7.3 Barn och unga 2018–2020

Barn (3–11 år) 2020	Svenskt	Utländskt	Summa
Fakta och nyheter	208	0	208
Kultur och konstnärliga upplevelser	181	258	439
Totalt	389	258	647

Unga (12–19 år) 2020	Svenskt	Utländskt	Summa
Fakta och nyheter	216	65	281
Kultur och konstnärliga upplevelser	124	25	149
Totalt	340	90	430

Totalt barn och unga (3–19 år) 2020 1077

Barn (3–11 år) 2019	Svenskt	Utländskt	Summa
Fakta och nyheter	257	5	262
Kultur och konstnärliga upplevelser	173	357	530
Totalt	430	362	792

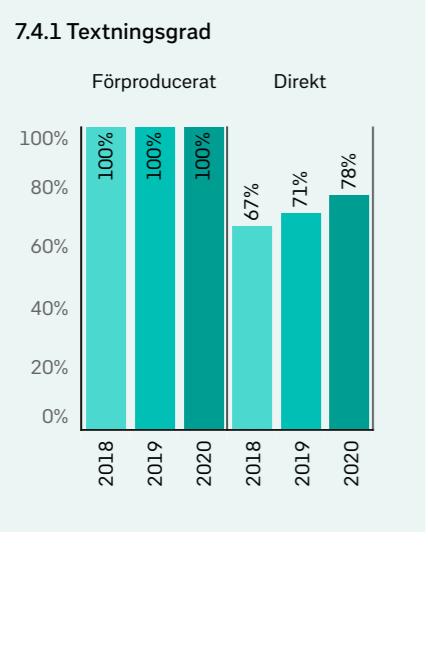
Unga (12–19 år) 2019	Svenskt	Utländskt	Summa
Fakta och nyheter	178	3	181
Kultur och konstnärliga upplevelser	131	21	152
Totalt	309	24	333

Totalt barn och unga (3–19 år) 2019 1124

Barn (3–11 år) 2018	Svenskt	Utländskt	Summa
Fakta och nyheter	287	0	287
Kultur och konstnärliga upplevelser	200	410	610
Totalt	487	410	897

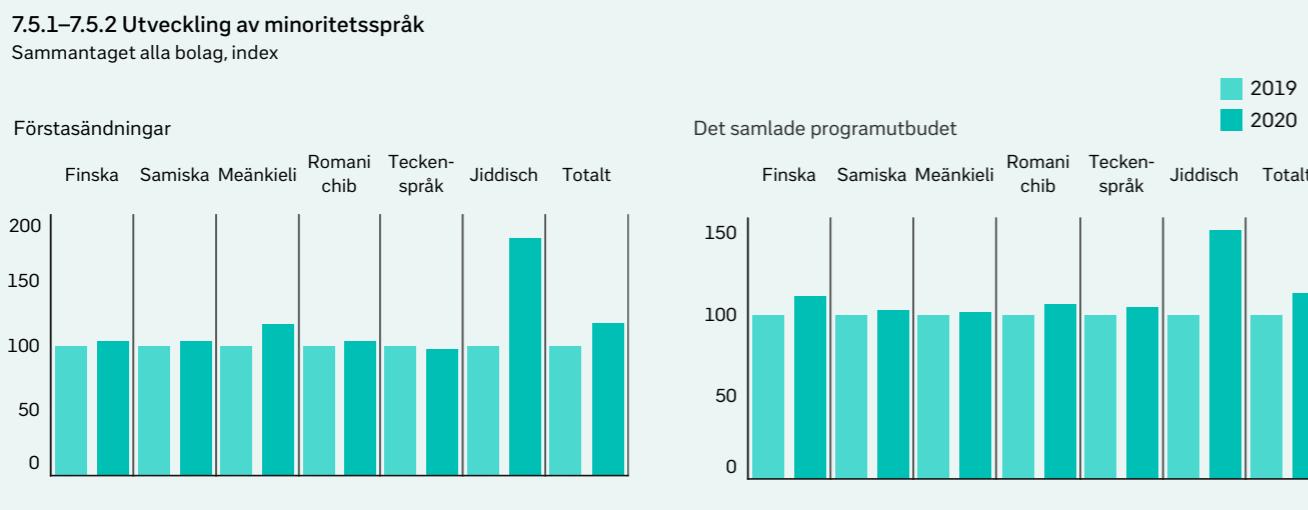
Unga (12–19 år) 2018	Svenskt	Utländskt	Summa
Fakta och nyheter	205	5	210
Kultur och konstnärliga upplevelser	93	25	118
Totalt	298	30	328

Totalt barn och unga (3–19 år) 2018 1225



7.4.2 Syn- och teckenspråkstolkning i timmar

	2018	2019	2020
Syntolkning			
Sänt broadcast	562	659	622
Sänt internet	11	10	7
Tillgängligt on demand	318	372	342
Totalt	891	1 041	972
Max tillgängligt on demand 30 %	171	193	203
Ny total	744	862	832
Teckenspråkstolkning			
Sänt broadcast	434	374	413
Sänt internet	77	167	275
Tillgängligt on demand	300	358	512
Totalt	811	899	1 201
Max tillgängligt on demand 30 %	171	193	203
Ny total	682	734	891
Krav			
(Andel av svenska)	569	643	676



7.5.1 Minoritetsspråk förstasändningar, alla bolagen

	SR	SVT	UR	Totalt
2019				
Finska	3 659	138	17	3 814
Samiska	741	92	8	841
Meänkieli	376	24	4	404
Romani chib	157	31	7	195
Teckenspråk		85	16	101
Jiddisch	3	2	1	6
Totalt	4 936	372	53	5 361
2020				
Finska	4 330	149	15	4 494
Samiska	743	95	9	847
Meänkieli	382	25	5	412
Romani chib	158	32	7	197
Teckenspråk		88	14	102
Jiddisch	4	2	3	8
Totalt	5 616	391	53	6 060
SR				
100	100	100	100	100
100	100	100	100	100
102	104	142	116	103
100	103	105	103	103
	104	90	97	97
127	100	318	182	182
109	104	141	117	117
SVT				
118	108	84	103	103
100	103	106	103	103
102	104	142	116	116
100	103	105	103	103
	104	90	97	97
127	100	318	182	182
109	104	141	117	117
UR				
100	100	100	100	100
100	100	100	100	100
100	100	100	100	100
100	100	100	100	100
100	100	100	100	100
100	100	100	100	100
100	100	100	100	100
Snitt				
100	100	100	100	100
100	100	100	100	100
102	104	142	116	103
100	103	105	103	103
104	90	97	97	97
127	100	318	182	182
109	104	141	117	117

7.5.2 Minoritetsspråk det samlade utbudet, alla bolagen

	SR	SVT	UR	Totalt
2019				
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
Jiddisch	7	3	3	13
Totalt	10 488	906	142	11 536
2020				
Finska	7 495	467	46	8 008
Samiska	1 432	175	21	1 629
Meänkieli	1 123	66	19	1 208
Romani chib	446	85	22	553
Teckenspråk		241	38	279
Jiddisch	9	5	5	18
Totalt	10 505	1 039	151	11 694
SR				
100	124	109	111	111
100	108	101	103	103
101	106	100	102	102
100	112	108	107	107
	107	104	105	105
123	167	163	151	151
105	121	114	113	113
SVT				
100	100	100	100	100
100	100	100	100	100
101	106	100	102	102
100	112	108	107	107
	107	104	105	105
123	167	163	151	151
105	121	114	113	113
UR				
100	100	100	100	100
100	100	100	100	100
100	100	100	100	100
100	100	100	100	100
100	100	100	100	100
100	100	100	100	100
Snitt				
100	100	100	100	100
100	100	100	100	100
102	106	100	102	102
100	112	108	107	107
	107	104	105	105
123	167	163	151	151
105	121	114	113	113

7.5.3 Minoritetsspråk i SVT, timmar

Förstasändningar och totalt

		Finska	Samiska	Meänkieli	Romani Chib	Tecken-språk	Jiddisch	Totalt
2019	Första	138	92	24	31	85	2	372
	Totalt	377	162	62	76	226	3	906
2020	Första	149	95	25	32	88	2	391
	Totalt	467	175	66	85	241	5	1 039

7.5.4 Minoritetsspråk online 2020, timmar

	Finska	Samiska	Meänkieli	Romani Chib	Tecken-språk	Jiddisch	Totalt
Publiceringar på Play	156	105	24	32	86	1	405

Varav unika förstapubliceringar för 2020, timmar:

	Finska	Samiska	Meänkieli	Romani Chib	Tecken-språk	Jiddisch	Totalt
Live i Play		4			1		5
Unikt i Play		10	5	5	6		26
Totalt		14	5	5	6		31

7.5.5 Minoritetsspråken i målgrupper, timmar

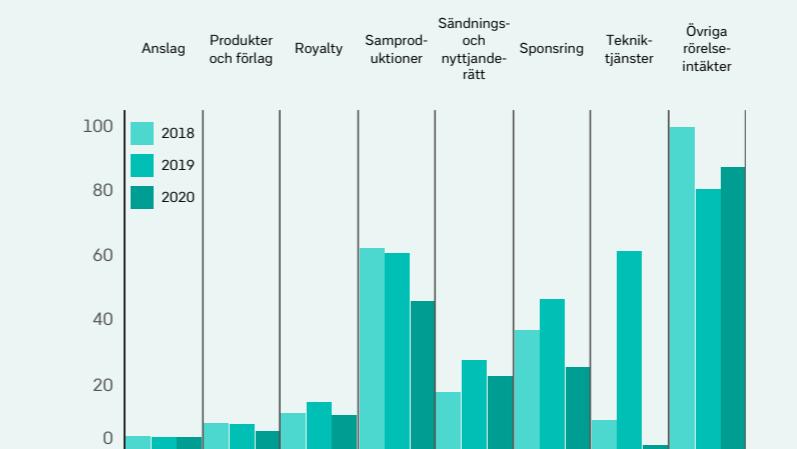
		Finska	Samiska	Meänkieli	Romani chib	Tecken-språk	Jiddisch	Totalt
2019	Vuxna	316	113	32	48	166	3	678
	Barn 3-11	34	22	13	4	40		114
	Unga 12-19	28	27	17	24	20		115
	Total	377	162	62	76	226	3	906
2020	Vuxna	333	103	23	33	180	5	676
	Barn 3-11	37	53	13	12	41		156
	Unga 12-19	96	20	30	40	21		207
	Total	467	175	66	85	241	5	1 039

9.1.1 Verksamhetens intäkter, mkr

Mkr	2018	2019	2020
Erhållna avgiftsmedel från rundradiokontot	4 839,4	4 942,3	5 041,2
Korrigeringar mellan programbolagen	-3,8	-1,5	-6,8
Totalt erhållna avgiftsmedel	4 835,6	4 940,8	5 034,4
Avgiftsmedel överförda till RIKAB	-73,2	-59,5	0,0
Avgiftsmedel överförda till SRF	-106,1	-91,6	-92,8
Delsumma överförda avgiftsmedel	-179,3	-151,1	-92,8
Netto erhållna avgiftsmedel	4 656,3	4 789,7	4 941,6
Förändring skuldförda avgiftsmedel *)	-129,0	-51,4	-412,3
Summa intäktsförråda avgiftsmedel	94% 4 527,3	93% 4 738,3	95% 4 529,3
Visningsrädder, samproduktioner, royalty	98,8	110,4	85,6
Tekniska tjänster	9,4	61,5	1,7
Sponsring	37,1	46,7	25,8
Övrigt	104,5	84,7	91,7
Summa övriga intäkter	5% 249,8	6% 303,3	4% 204,8
Summa	99% 4 777,1	99% 5 041,6	99% 4 734,1
Sidoverksamhet	1%	61,7	1% 58,0
Summa intäkter	100% 4 838,8	100% 5 099,6	100% 4 779,3

*) Inkluderat justering av förutbetalda medel för distribution; 2018 43,0 Mkr, 2019 37,9 Mkr och 2020 0 Mkr.

9.1.2 Övriga intäkter exklusive sidoverksamhet, mkr



9.1.2 Övriga intäkter exklusive sidoverksamhet, mkr

Mkr	2018	2019	2020
Anslag	4,4	3,9	4,2
Produkter och förlag	8,2	7,7	6,1
Royalty	11,2	14,8	11,0
Samproduktioner	62,1	60,6	46,0
Sändnings- och nyttjanderätt	17,6	27,5	22,5
Sponsring	37,1	46,7	25,8
Tekniktjänster	9,4	61,5	1,7
Övriga rörelseintäkter	99,8	80,6	87,5
Totalsumma	249,8	303,3	204,8

9.1.2 b Tabell övriga intäkter inklusive intäkter från kommersiella samarbeten 2020

Kategorier	Exempel	Mkr	Typ av aktör	Exempel på vem	Exempel på vad	Varav kommersiella	Samtliga aktörer vid intäkter från kommersiella samarbeten	Samtliga produktioner vid intäkter från kommersiella samarbeten
Anslag	Bidrag från staten	4,2	Stat och myndighet	MSB	Särskild beredskapsverksamhet			
Produkter och förlag	Direkt program-relaterad försäljning	6,1	Allmänheten samt parti-handel med pappersvaror	Alrik Hellund AB	Försäljning av pappers-julkalender			
Royalty	Royalties från film och drama där SVT varit samproducent	11,0	Tv-bolag, produktionsbolag samt distributörer	European collection agency, Film-lance, Matador film, Nordisk filmproduction Sverige, Palladium Fiction	Bron, Jordskott, Lassemajia, Millennium, Om det oändliga, Sameblod, Sune, Äkta mäniskor			
Samproduktioner	Bidrag från andra samproducenter där SVT producerar produktionen. Totalt cirka 20 produktioner	46,0	Andra tv-bolag, film- och tv-fonder, externa produktionsbolag		46,0	Avanti Film, Danmarks radio, European Collection Agency, Garagefilm International, Nordiska samarbetsfonden, Nordvisionssekretariatet, NRK, RUV, TV2 Danmark, Union Européenne de Radio-Télévision, Yellow Bird Sweden, Yleisradio	1, 12:13, 20/20, Banana action, De utvalda, Dejta, Det krokiga och det raka, Flygflottlinjen, Fångelseexperimentet, Little Scandinavia, Kampen om tronen, Labyrint, My four chinese friends, Måste gitt, Nelly och Nadine, Pelle Svanslös, SFI historia, Snöänglar, Spookys, Språkresan, Stopp, Trex, UG nordvision, Utv Kultur, Övervakat land, Min pappa Marianne	
Sändnings- och nyttjande-rätter	Vidareförsäljning av rätten att visa olika sportevenemang eller andra rättigheter SVT har	22,5	Andra mediebolag	Danmarks radio, FLX TV, Nordic Entertainment group	Bonusfamiljen, Granchester, Jakten på en mördare, svensk ishockey			
Sponsring	Intäkter från försäljning av exponering på sponsorsskyltar	25,8	Intäkterna kommer via ett av SVT upphandlat företag som sköter försäljningen.	More Space	Exempel på sponsorer: Clas Ohlson, Goodyear, Sector Alarm			
Teknik-tjänster	Försäljning av tekniska resurser	1,7	Företag inom tv-verksamhet	Infront, Monkberry, NRK	Försäljning och uthyrning till andra tv-bolag av tekniska resurser tex i anslutning till Ski Tour Nordic			
Övriga rörelse-intäkter	Varumärkes-licensiering, valutavinster, telefonintäkter, public viewing, försäljning inventarier, nordiskt EU-kontor	87,5	Blandade. För de kommersiella samarbetena kommer intäkterna från rättighets- och evenemangs-företag	BBC, Danmarks radio, ITV, NRK, Radio-hjälpen, Telia	Ersättning för sjuklöne-kostnader, lönebidrag, Nordiskt EU-kontor, valutavinster, Världens barn	49,6	Live Nation, Nobel media	Melodifestivalen, Nobel
		204,8				95,6		

9.1.2 c Övriga intäkter, inklusive intäkter från kommersiella samarbeten

Typ av intäkt	2018		2019		2020	
	Totalt	Varav kommersiella	Totalt	Varav kommersiella	Totalt	Varav kommersiella
Anslag	4,4		3,9		4,2	
Produkter och förlag	8,2		7,7		6,1	
Royalty	11,2		14,8		11,0	
Samproduktioner	62,1	62,1	60,6	60,6	46,0	46,0
Sändnings- och nyttjanderätter	17,6		27,5		22,5	
Sponsring	37,1		46,7		25,8	
Tekniktjänster	9,4		61,5		1,7	
Övriga rörelseintäkter	99,8	48,8	80,6	49,6	87,5	49,6
Totalsumma	249,8	110,9	303,3	110,2	204,8	95,6

9.1.3 Sponsring i SVT 2020

Evenemang	Antal sändningar i broadcast	Antal billboards i broadcast
Skidskytte: VM Antholz	12	23
Längdskidor: Vasaloppet	2	2
Fotboll: EM-kval, damer (5 matcher)	5	20
Friidrott: Diamond League 2020	4	8*
Alpint: WC-serien vår/höst 2020	102	180
Längd: WC-serien vår/höst 2020	52	98
Skicross: WC-Freestyle (bla snowboard/skicross)	9	16
Skidskytte: WC-serien höst vår/höst	56	98
Fotboll: Damallsvenskan (14 matcher)	14	56
Motor: WRC, inkl Svenska Rallyt	35	69
Fotbollsstudion (Allsvenskan), inkl repriser	40	80
Ridsport: WC-serien hoppning	5	10**
Ishockey: Junior-VM (26 dec 2020-6/1 2021)	26	74
Ishockey: EHT Channel one (3 matcher)	4	18
Längdpromären: Bruksvallarna	5	10
Skidskyttepromären: Idre	2	8
Melodifestivalen (finalen + repriser)	6	12
Summa	379	782

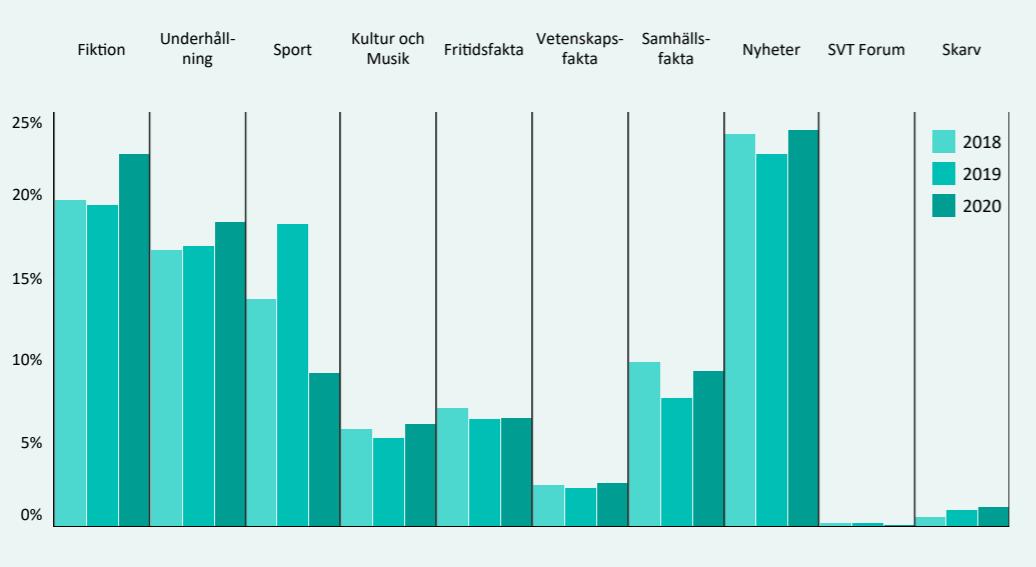
Intäkt totalt: 25,8 milj. (exkl. Melodifestivalen)

* många tävlingar inställda under året ** endast sändningar våren 2020

9.2.1 Verksamhetens kostnader, mkr

Mkr	2018	2019	2020	
Programkostnader	3 613,2	75%	3 960,3	78%
Distributionskostnader	219,9	5%	192,7	4%
Övriga kostnader	944,0	20%	888,7	17%
Summa	4 777,1	99%	5 041,7	99%
Sidoverksamhet	47,8	1%	46,7	1%
Summa kostnader	4 824,9	100%	5 088,4	100%

9.2.2 Andel av totala kostnader per programkategori



9.2.2 Andel av totala kostnader per programkategori, mkr

	2018	2019	2020			
Fiktion	940,9	20%	980,5	19%	1 064,8	22%
Underhållning	795,9	17%	849,9	17%	869,3	18%
Sport	655,6	14%	920,5	18%	438,8	9%
Kultur och Musik	280,1	6%	267,0	5%	290,7	6%
Fritidsfakta	343,3	7%	323,7	6%	311,1	7%
Vetenskapsfakta	120,6	3%	115,1	2%	124,7	3%
Samhällsfakta	475,3	10%	391,5	8%	444,1	9%
Nyheter	1 127,6	24%	1 133,2	22%	1 132,3	24%
SVT Forum	8,9	0%	9,6	0%	5,2	0%
Skarv	28,9	1%	50,7	1%	53,2	1%
Summa	4 777,1	100%	5 041,7	100%	4 734,1	100%

9.4 Sidoverksamhet, mkr

Produktionsresurser		2018	2019	2020
		Intäkter	Kostnader	Gemensamt påslag
Fastighet	Intäkter	8,3	0,0	0,0
	Kostnader	8,3	0,0	0,0
	Gemensamt påslag	0,9	0,0	0,0
	Resultat	-0,9	0,0	0,0
Hela tv-program	Intäkter	6,9	4,6	4,9
	Kostnader	2,9	3,4	2,3
	Gemensamt påslag	0,7	0,5	0,7
	Resultat	3,3	0,7	1,9
Försäljning rättigheter	Intäkter	7,2	7,3	7,1
	Kostnader	3,5	4,2	3,6
	Gemensamt påslag	0,8	0,8	0,9
	Resultat	2,9	2,2	2,6
Arkivförsäljning	Intäkter	11,3	10,0	7,9
	Kostnader	3,1	3,4	2,8
	Gemensamt påslag	1,2	1,1	1,1
	Resultat	7,0	5,5	4,0
Rekvisita o kostym	Intäkter	11,2	12,9	11,9
	Kostnader	5,6	6,8	7,0
	Gemensamt påslag	1,2	1,4	1,6
	Resultat	4,4	4,6	3,3
Totalt	Intäkter	61,7	58,0	45,2
	Kostnader	37,4	37,2	27,0
	Gemensamt påslag	6,5	6,4	6,1
	Skatt	3,9	3,1	2,6
	Resultat	13,9	11,3	9,5

Bilaga 1

Riktlinjer gällande distribution av SVT:s innehåll och tjänster på externa plattformar

Dessa riktlinjer har sin grund i den övergripande policy som SVT tillämpar på all distribution. Nedan sammanfattas först vissa delar av SVT:s distributionspolicy och därefter beskrivs SVT:s utgångspunkter för hur dessa tillämpas på externa plattformar.

För att SVT ska kunna uppfylla sitt public service-uppdrag behöver utbudet vara tillgängligt så att så många som möjligt kan tillgodogöra sig det. Det är även en tydlig förväntan från publiken. Det innebär att utbudet behöver distribueras på olika plattformar, som marknät, satellit, kabel, IPTV och internet. SVT bedriver egensändning av de linjära kanalerna – i dag SVT1, SVT2, SVT Barn, SVT24 och Kunskapskanalen - i marknätet, via satellit och över internet. De linjära kanalerna vidaresänds av andra aktörer i kabelnät, IPTV-nät och över internet. SVT:s on demand-utbud distribueras på internet via SVT:s egna webbplatser och applikationer. De program som vidaresänds i linjära kanaler kan även tillgängliggöras som on demand av tv-operatörer. Vid distribution på internet är SVT:s egna webbplatser och applikationer prioriterade.

Likabehandling

SVT utgår från likabehandling i relationerna till externa plattformar. Det betyder att aktörer med jämförbara tekniska förutsättningar och affärsupplägg behandlas lika, men också att SVT:s avtal kan skilja sig mellan aktörer med olika förutsätt-

ningar. SVT har inte möjlighet att teckna avtal med alla som önskar ingå distributionsavtal med SVT och prioriterar därför distributionssamarbeten som inte kräver särlösningar. SVT deltar i utvecklingen när det gäller produktions- och distributionsteknik och har en öppen inställning till nya möjligheter att tillgängliggöra programutbudet. I praktiken måste dock avvägningar göras mellan kostnader och nytta för allmänheten.

Vidaresändning av linjära kanaler

All vidaresändning av SVT:s linjära kanaler ska ske samtidigt och oförändrat i förhållande till den ursprungliga sändningen. I de fall där vidaresändningen omfattas av vidaresändningsplikt, ska sändningarna ha det innehåll som är avsett att tas emot inom visst geografiskt område (lokala sändningar). Avvikelse (digital/analogomvandling, begränsning av antalet programtjänster) regleras av lag och rättstillämpning.

On demand vid vidaresändning av linjära kanaler

TV-operatör som vidaresänder SVT:s linjära kanaler ges möjlighet att inom sina plattformar erbjuda omstart och/eller tillgängliggörande på begäran i upp till sju dagar (s.k. catch-up) av program som sänds i SVT:s linjära kanaler. Licens ges med stöd av avtalslicens som regleras i avtal med Copyswede.

Sociala nätverk

SVT använder sociala nätverk för marknadsföring och dialog med publiken. Syftet med innehåll i sociala nätverk är att skapa kännedom och engagemang för att öka användningen av innehåll på SVT:s egna webbplatser och applikationer.

Övergripande utgångspunkter för distribution på externa plattformar

I förhållande till varje enskild plattform görs en bedömning av om, och i så fall på vilket sätt, SVT:s utbud ska finnas på plattformen. Centrala utgångspunkter som alltid ska vägas in är a) i vilken grad den aktuella plattformen bidrar till att förenkla publikens tillgång till och användning av SVT:s innehåll och tjänster och b) SVT:s oberoende i förhållande till kommersiella aktörer. Sammantaget är detta avgörande för att SVT ska kunna upprätthålla allmänhetens förtroende för verksamheten. Dessa centrala utgångspunkter bryts ner i nedanstående områden utifrån vilka SVT gör en helhetsbedömning och löpande uppföljningar av plattformen.

A) Redaktionell kontroll och publicistiskt ansvar

SVT ska kunna upprätthålla redaktionell kontroll och publicistiskt ansvar. Plattformar får inte förändra eller förvansa SVT:s innehåll, metadata eller presentera SVT:s utbud med material som inte tillhandahållits av SVT. SVT:s utbud utgör en helhet. Plattformar tillåts inte välja att tillhandahålla delar av utbudet.

B) Tydlig varumärkesexponering. SVT ska tydligt framgå som avsändare av SVT:s utbud. SVT ska ha tillräckliga möjligheter att inom plattformen exponera relevanta varumärken så att publiken lätt kan identifiera vad som är SVT:s innehåll och tjänster.

G) Reklamfritt. Användarna ska inte exponeras för reklam eller kommersiella budskap som kan associeras med SVT:s innehåll och tjänster.

H) Plattformens hållbarhet. Plattformens ägare ska ha finansiell, teknisk och säkerhetsmässig kompetens och kapacitet att tillhandahålla

C) Framträdande placering. SVT:s program och tjänster bör ges en framträdande exponering och inte missgynnas i förhållande till andra innehållsleverantörer.

D) Tillgängligt och används av många. SVT prioriterar plattformar som är tillgängliga för och används av stora delar av befolkningen. Oprövade och mindre plattformar bedöms utifrån dess framtida potential. Plattformar kan även prioriteras för att nå särskilda målgrupper. De ska i största möjliga utsträckning vara tillgängliga för personer med funktionsvariationer.

E) Fritt tillgängligt. Vid sidan om kostnader för till exempel internetabonnemang och datatrafik ska det inte krävas särskild betalning för SVT:s innehåll och tjänster.

F) Tillgång till data. SVT ska ha tillgång till data inom plattformen relaterat till SVT:s innehåll och tjänster. SVT ska eftersträva kännedom gällande hur plattformen använder data som genereras från användning av SVT:s program och tjänster.

svt