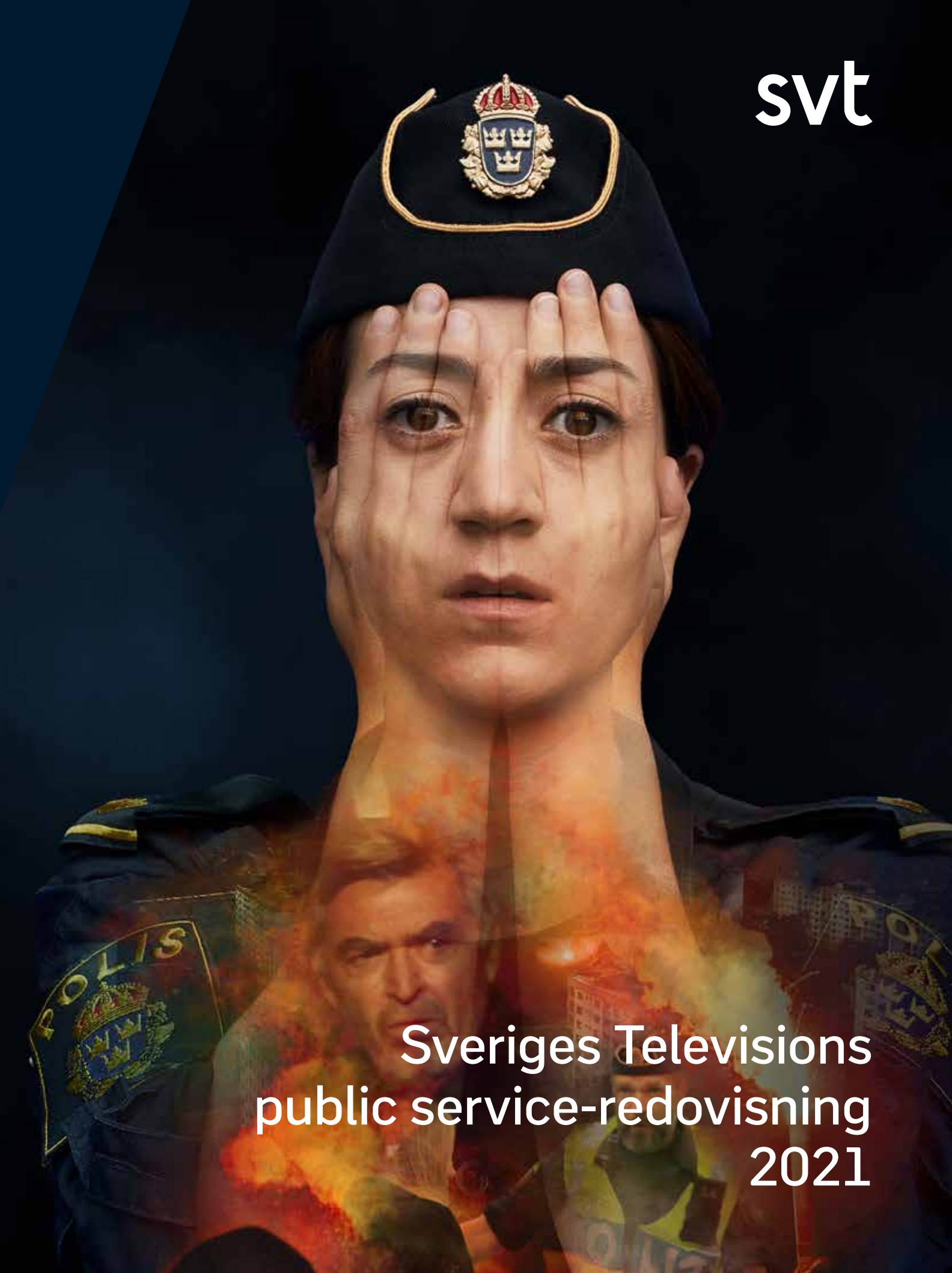
svt



Sveriges Televisions public service-redovisning 2021

Sveriges Televisions public service-redovisning 2021

© Sveriges Television AB 2022
Kontakt: SVT Strategi, 105 10 Stockholm
Redaktör: Alexandra Hjelm
Redaktion: Lena-Marie Bergstrand, Pauline Klang Burvall, Ulrika von Celsing, Marianne Falksveden, Johanna Gårdare, AnnaElisa Hedman, Anders Hvidfeldt, Annika Hägglund, Tomas Lindhé, Henrik Selin, Eva Sundberg, Albert Svanberg, Seher Yilmaz och Anna Zettersten.
Layout: Anna Markevärn
Omslag framsida: Gizem Erdogan i rollen som polisen Lena i dramaserien *Tunna blå linjen* 2021. Foto: Petrus Olsson/SVT, Håkan Schüler/Anagram. Omslag baksida: *En kunglig affär* med Sverrir Gudnason som Kurt Haijby och Staffan Götheson som Kung Gustaf V. Foto: Johan Paulin/SVT.
SVT äger rätt till bilder i dokumentet.

Tryck: Tryckservice i Ängelholm AB, 2022

Innehåll

1. SVT:s roll **4**
1.1 Vd har ordet 7
1.2 Årets redovisning i korthet 8
1.3 SVT i ett föränderligt medielandskap 10
1.4 SVT under coronapandemin 12
1.5 Det här vill SVT 14
2. Värdet av SVT **16**
2.1 Värde för samhället 20
2.2 Värde för individen 22
2.3 Värde och genomslag som mått på effektivitet 24
3. Kvalitet och utveckling **26**
3.1 Uppdragsprocess 28
3.2 Variation i produktionsformer 30
3.3 Externa produktionsbolag 31
3.4 En livskraftig mediemarknad 32
3.5 Publicistisk kontroll 34
3.6 Decentraliserad organisation 38
3.7 Nya tjänster 39
3.8 Svenska språket 39
3.9 Teknisk och annan utveckling 40
3.10 Beredskap och sändningskvalitet 42
4. Här finns SVT **44**
4.1 Kanaler 46
4.2 Verksamhet på internet 48
4.3 Mottagningsplattformar 52
4.4 Kärnverksamhet och kompletterande verksamhet 53
5. Ett utbud för alla **56**
5.1 Det samlande utbudet 58
5.2 Folkbildning 60
5.3 Programkategorier 62
5.4 Sverigespegling 64
5.5 55-Procentsmålet 68
6. Särskilda uppdrag och målgrupper **70**
6.1 Nyheter och samhällsbevakning 72
6.2 Kulturuppdraget 76
6.3 Barn och unga 81
6.4 Tillgänglighet 84
6.5 Minoritetsspråk 90
6.6 Möten och dialoger 92
7. Resursanvändning **94**
7.1 Intäkter 96
7.2 Kostnader 101
7.3 Produktivitet och verksamhetsutveckling 103
7.4 Sidoverksamhet 106
7.5 Koncernsamarbeten 108
7.6 Kommersiella samarbeten 110
8. Planer för framtiden **112**
Appendix **116**
Bilaga **134**

KAPITEL ETT

SVT:s roll

Välkommen till SVT:s public service-redovisning för 2021!

Redovisningen, som lämnas en gång per år till Granskningsnämnden vid Myndigheten för press, radio och tv, visar hur SVT har arbetat för att uppfylla kraven i sändnings-tillstånd och medelsvillkor för perioden 2020–2025.

Detta första kapitel handlar om SVT:s roll i samhället och för publiken. Här beskrivs det föränderliga medielandskap som SVT verkar i och vilka mål och strategier som företaget arbetar utifrån. Här lämnas också en översiktlig beskrivning av hur SVT arbetat under pandemin.

Armand Duplantis efter guldvinsten under sommar-OS i Tokyo. Foto: Björn Larsson Rosvall/TT .

1.1 VD HAR ORDET

2021 var ett år som präglades av pandemi men också av ett kraftfullt arbete för att uppfylla uppdraget i allmänhetens tjänst och möta tittarnas alltmer digitaliserade medievanor.

Året både inleddes och avslutades med omfattande smittspridning i Sverige. SVT:s nyhetsbevakning fortsatte att vara intensiv, granskningen av de svenska coronaåtgärderna likaså. Behoven av att samlas runt tv-skärmen, längtan efter gemensamma upplevelser, efter kunskap och att få inspiration var minst lika stora 2021 som i inledningen av pandemin.

SVT fortsatte att möta människors behov med allt från kultursatsningar, när scenerna stängdes ner, till rörelseinitiativ för både barn i *Sommarlov* och för vuxna som gympade med Sofia. Stora förändringar gjordes för att säkra programutbudet, med omgjorda dramainspelningar och *Melodifestivalen* utan publik på plats. 2021 var också ett år då svenskarna samlades runt sport i SVT, när idrottsarenorna kunde börja öppna.

Sammantaget har coronaåtgärder kostat SVT mer än 130 miljoner kronor netto och satt stark press på bolagets ekonomi. Men coronaperioden har också visat det folkliga stödet, med både historiskt högt förtroende och historiskt höga tittarsiffror. Drygt 8,5 miljoner svenskar tog del av något från SVT varje vecka under 2021, långt fler än från något annat medieföretag i Sverige.

2021 var också året då digitaliseringen och den globala konkurrensen tog ännu mer fart. En rad nya internationella strömningstjänster etablerades i Sverige, produktionskostnaderna skenade och tv-utbudet exploderade. Samma år som Sveriges första strömningstjänst SVT Play fyllde 15 år blev strömmad tv en tittarvana hos i stort sett alla generationer.

Mitt i den starka förändringen fortsatte SVT Play att vara landets mest uppskattade strömningstjänst. Fokus låg på starka berättelser om Sverige, som dramaserien *Tunna blå linjen* som utsågs till årets bästa tv-program av Sveriges alla tv-tittare. SVT Nyheter online fortsatte växa, inte minst bland unga, och nya redaktioner öppnade i Fagersta, Flemingsberg och Lund. 2015 hade SVT redaktioner på 27 platser i Sverige, 2021 hade det ökat till 43 med målet att finnas på minst 50 orter 2023. SVT utvecklade också banbrytande innovationer, som hörbarhetsfunktionen Tydligare tal.

SVT är hela Sveriges Television. Under 2021 har det blivit ännu tydligare att det är ett unikt uppdrag. Att vara nära tittare över hela landet. Att förstå publikens behov i kristider och i vanlig vardag. Att verka i allmänhetens tjänst och att stå oberoende och med stark integritet i förhållande till alla maktsfärer i samhället.

Det är avgörande för hela Sveriges Television – varje dag.

Hanna Stjärne
vd SVT

SVT:s roll

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

1.2 ÅRETS REDOVISNING I KORTHET

Format och definitioner

SVT, SR och UR har under 2021 fortsatt att förtydliga hur bolagen lever upp till sändningstillstånd och medelsvillkor.

Likartat. Bolagen har fler likalydande kapiteltitlar och underrubriker.

Renodlat. Krav citeras i anslutning till text där redovisning av uppfyllelse sker.

Lättillgänglig. Utveckling för att uppnå så gemensam form som möjligt och för att stimulera offentlig diskussion om verksamheten. En ambition har varit att minska redovisningens omfattning bland annat genom färre kapitel och en koncentration av innehållet.

En del skillnader kvarstår mellan bolagen eftersom uppdragen skiljer sig.

SVT definierar 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 (tjänster som sker på begäran), så kallad beställ-tv. De kallas också sändningar, tillhandahållanden och tjänster på internet eller webben. SVT använder publiceringar synonymt med sändningar. Fram till september 2021 har SVT parallellsänt SVT1 och SVT2 i hd-kvalitet. Dessa parallellsändningar räknas inte in i sändningsstatistiken. Alla timmar som redovisas gäller sändningsstatistik för broadcast om inte annat anges.

SVT använder en kombination av olika informationskällor 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. Målnivåer redovisas där de bedöms vara relevanta för indikatorerna.

Innehåll i korthet

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

Den allt skapare konkurrensen på marknaden för rörlig bild sätter press på svenska aktörer och understryker vikten av att SVT fortsätter att erbjuda ett brett innehåll av nyhets- och samhällsjournalistik, kulturbevakning och andra programgenrer av hög kvalitet på svenska.

2. Värdet av SVT
Redovisning av SVT:s bidrag till värde för samhället och för enskilda individer, hur publiken använder och värderar SVT:s utbud samt en analys av SVT:s effektivitet.

SVT konstaterar att trots stora omvärldsförändringar, ökade programkostnader till följd av pandemin och ett ständigt skärpt konkurrenstryck förmår SVT inom ramen för befintliga resurser upprätthålla förmågan att skapa värde.

Utrikeskorrespondent Stina Blomgren och fotograf Pernilla Edholm i Mellanöstern. Foto: Pernilla Edholm/SVT.

3. Kvalitet och utveckling
Om hur SVT säkrar att verksamheten lever upp till de kvalitetskrav som ställs i sändningstillstånd och medelsvillkor. Även om den publicistiska kontrollen samt beredskapsuppdraget.

En redogörelse lämnas för SVT:s samarbeten med andra medieföretag och hur SVT på olika sätt tar hänsyn till andra mediers förutsättningar i syfte att värna en livskraftig mediemarknad.

4. Här finns SVT
I kapitel 4 presenteras SVT:s samlade erbjudande av verksamhet i form av kanaler i marksänd television, olika tjänster på internet och närvaro på olika plattformar.

En redovisning lämnas av hur SVT:s kärnverksamhet samt kompletterande verksamhet och sidoverksamheter utvecklas och hur SVT har säkerställt att det råder balans mellan kärnverksamheten och kompletterande verksamhet.

5. Ett utbud för alla
Kapitel 5 innehåller en redogörelse för bredden i SVT:s samlade programutbud och hur det fördelas på olika programkategorier.

SVT:s samlade utbud präglas fortsatt av mångfald och stor variation. I särskilda analyser visas hur SVT uppfyller viktiga delar av public service-uppdraget som folkbildning och spegling av hela landet.

6. Särskilda uppdrag och målgrupper
I kapitel 6 redogörs för hur SVT uppfyller ett antal särskilt utpekade uppdrag i sändningstillståndet, som nyheter och samhällsbevakning, kultur, barn och unga, tillgänglighet och minoritetsspråk.

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

SVT har som målsättning att andelen resurser som läggs på program ska vara så stor som möjligt. För att klara målet arbetar SVT kontinuerligt med rationaliseringsåtgärder och effektiviseringar.

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

För att kunna fortsätta skapa värde i en alltmer hårdnande konkurrens har SVT riktlinjer som vägleder arbetet framåt: Förnya utbudet för att bli ett självklart val online, bygga ett SVT för en ny tids tv-vanor, komma närmare alla i Sverige och skapa ett mer effektivt, kreativt och lärande SVT.

Appendix innehåller en sammanfattning av hur SVT uppfyllt samtliga krav i sändningstillstånd och medelsvillkor. Samtliga tabeller, grafer och figurer är samlade här liksom ett fåtal kompletterande grafer. Även två index gällande minoritetsspråk för de tre public service-bolagen redovisas.

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

Ridsport: Top 10 finalen Peder Fredricson Foto: Bildbyrån/SVT

Det svenska spelundret Berättelsen om hur svenska spelutvecklare går från små kompisgäng till börsnoterade bolag. Foto: SVT

1.3 SVT I ETT FÖRÄNDERLIGT MEDIELANDSKAP

Förändringarna i det svenska medielandskapet fortsätter med oförminskad kraft. Pågående digitalisering och globalisering där allt fler internationella medieaktörer etablerar sig i Europa, Norden och Sverige har radikalt stöpt om förutsättningarna för såväl medieekonomi som innehålls- och publikmarknader. Till detta kommer pandemin, som har satt sin prägel också på medieåret 2021, om än inte lika genomgripande som 2020.

Allt fler internationella aktörer på marknaden för rörlig bild

De fem största medieföretagen i Sverige är Telia Company (med en omsättning på 89 miljarder kronor år 2020), Spotify (83 mdkr), Tele2 (27 mdkr), Bonnier Group (21 mdkr) och Nent (12 mdkr).[1] Till dessa ska läggas flera globala storbolag som på senare år har etablerat verksamhet i Norden och Sverige. På området för rörlig bild handlar det om bolag med omfattande medieverksamheter som Disney (600 mdkr), Apple (493 mdkr), Warner Media (308 mdkr), Amazon (231 mdkr) och Netflix (229 mdkr).[2] Dessa bolag konkurrerar i dag på allvar med svenska aktörer om såväl intäkter som svenska folkets tid och uppmärksamhet. Innehållet från SVT, som har en budget på knappt 5 miljarder kronor, jämförs i dag med innehållet från dessa globala jättar.

De största aktörerna med tv-kanaler på den svenska tv-marknaden vid sidan av SVT är Telia, som bland annat äger TV4 och C More, Nent som äger TV3, TV6 och Viaplay och Discovery som bland annat äger Kanal 5 och Discovery+.[3] Dessa aktörer har sedan några år fått sällskap av det växande antalet utländska mediebolag inom strömmande tv. Det handlar om varumärken som Netflix, HBO Max, Disney+, Facebook Watch, Youtube och Apple TV+, som sedan några år konkurrerar på samma marknad. Kännetecknande för många av dem är att de söker kontroll över hela värdekedjan från innehållsproduktion via fri-tv och betal-tv-kanaler till strömningstjänster. Ett exempel är Warner Media, som bland annat äger filmbolaget Warner Brothers, tv-kanalen Discovery Channel och strömningstjänsterna Discovery+ och HBO Max. Ett annat är Apple, som äger såväl hårdvara som mjukvara, mediaspelare och egen strömningstjänst.

En annan trend är samgåenden och uppköp där medieaktörer vill säkra tillgång till innehåll och skapa synergier över marknader. Exempel på det är samgåendet mellan Discovery och Warner Media som en del i en affär på 43 miljarder dollar.[4] Netflix har kontor i nio europeiska huvudstäder, däribland Stockholm, något som ses som en investering för närvaro på den viktiga nordiska marknaden. Närvaron på plats handlar inte om marknadsföring utan också om produktion av lokalt innehåll, även om den är begränsad i jämförelse med exempelvis SVT:s produktion.

Samtidigt sker alltmer av distributionen av rörlig bild online, vilket leder till att medieföretag i dag möter en betydligt mer komplex distributionskedja som involverar en lång rad aktörer. Många av de aktörerna fungerar som grindvakter som avgör vilket innehåll som når ut och vad publiken ser. Detta begränsar i många fall mediernas självständighet och förmåga att garantera att innehållet når publiken. Också SVT tvingas förhålla sig till en rad aktörer av det slaget (se avsnitt 4.3).

Högre kostnader för rättigheter och medverkande

Samtliga stora amerikanska strömningsplattformar har aviserat att man avser öka investeringar i produktion av europeiskt originalinnehåll. Ett exempel på det är Disney som har som mål att skapa 50 europeiska originalproduktioner på sin plattform Disney+ till 2024. Globalt förväntas Disney lägga motsvarande 320 mdkr på innehållsutveckling under 2022.[5] Netflix investeringar i innehåll förväntas uppgå till 170 mdkr. Denna utveckling beror dels på en insikt om att publiken vill ha lokalt innehåll, dels på att den amerikanska marknaden är mättad och att aktörerna därför söker framtida tillväxt i andra delar av världen. Till det kommer att allt fler länder i Europa, med stöd i det så kallade AVMS-direktivet, ställer krav på utländska vod-aktörer att bidra till produktion av europeiskt innehåll.

En ökad internationell närvaro på nationella marknader öppnar för fler vägar till finansiering och kan gynna den kreativa sektorn. Men det leder också till högre kostnader för rättigheter, talanger och medverkande och det skapar flaskhalsar i produktionen. Europeiska Audiovisuella Observatoriet rapporterade 2020 om genomsnittliga budgetökningar på upp till 30 procent för europeiska kvalitetsproduktioner.[6] Ytterligare en utmaning är att globala strömningstjänster tenderar att köpa upp alla rättigheter av de svenska produktionsbolagen.

Lägre reklaminvesteringar för medier med journalistiskt innehåll

Den ökade mediekonsumtionen under pandemin har bidragit till ökade intäkter hos flera svenska mediehus. Delar av dagstidningsbranschen har sett en ökning av antalet digitala prenumeranter och några tidningsföretag har gjort rekordresultat under 2021. Men den långvariga trenden med minskade reklamintäkter till medier med journalistiskt innehåll tog ytterligare fart genom en kraftig nedgång under 2020. Den negativa trenden ser ut att hålla i sig också för helåret 2021.[7] Sedan 2008 har reklamintäkterna för medier med journalistiskt innehåll i Sverige minskat med 60 procent. År 2020 gick 18,1 miljarder kronor av reklaminvesteringarna till utomnordiska bolag som Google och Facebook, och 7,3 miljarder kronor till nordiska bolag.[8] Vid sidan av digitala intäkter har det förstärkta mediestöd som beslutades av riksdag och regering bidragit till att kompensera dagspressens ekonomi under 2021.[9]

Intensiv kamp om publiken

Konkurrensen om publiken har aldrig varit så intensiv. Efter en ökning i nyhets- och mediekonsumtion under pandemins början har medieanvändningen under 2021 gått tillbaka till nivåer som liknar de före pandemin. Flera tidigare trender i medieanvändningen fortsätter i samma riktning som tidigare. Mätningar från MMS visar att tittandet på tablålagd tv minskar samtidigt som tittande på strömmande tv online ökar.[10] Den nedåtgående trenden för broadcast-tv fortsätter i hela tv-branschen där alla aktörer på marknaden

tappar tid och räckvidd i det linjära erbjudandet. Den stora andelen dagliga tittare på strömmad tv finns i åldersgrupper upp till 45 år. Minst andel tittare på strömmad tv finns i gruppen över 65 år.

Störst veckoräckvidd bland svenska tv-kanaler 2021 hade SVT1 med cirka 59 procent och TV4 med 56 procent. Därefter följer SVT2 (43 procent), Kanal 5 (33 procent), TV3 (31 procent), Sjuan (27 procent) och TV6 (26 procent).[11] Dessa uppgifter fångar dock enbart tittande på traditionell tv. Tittande på strömmande tv är den form för tittande som ökar mest. Störst veckoräckvidd 2021 hade Youtube (67 procent), därefter SVT Play (51 procent), Netflix (49 procent) och TV4 Play (26 procent). Nya aktörer som Disney+ (16 procent) och HBO Max (12 procent) växer snabbt och har redan tagit en stor andel av tittandet på rörlig bild.[12] Disney+, som lanserades så sent som tredje kvartalet 2020, används i dag av var tredje barn/tonåring i Sverige en genomsnittlig vecka.

Den ökning som har skett i antalet vod-abonnemang under senare år ser nu ut att ha mattats av och marknadsanalytiker bedömer att marknaden har mognat.[13] Hushållspenetrationen för abonnemang på vod-tjänster är enligt analysföretaget Mediavision 58 procent och utvecklingstakten framöver bedöms vara blygsam. Den tillväxt som fortsatt sker beror huvudsakligen på att vissa hushåll skaffar flera abonnemang. Det innebär samtidigt att en stor del av de svenska hushållen inte abonnerar på en strömningstjänst. Här återfinns framför allt ensamhushåll och hushåll med lägre inkomster.[14]

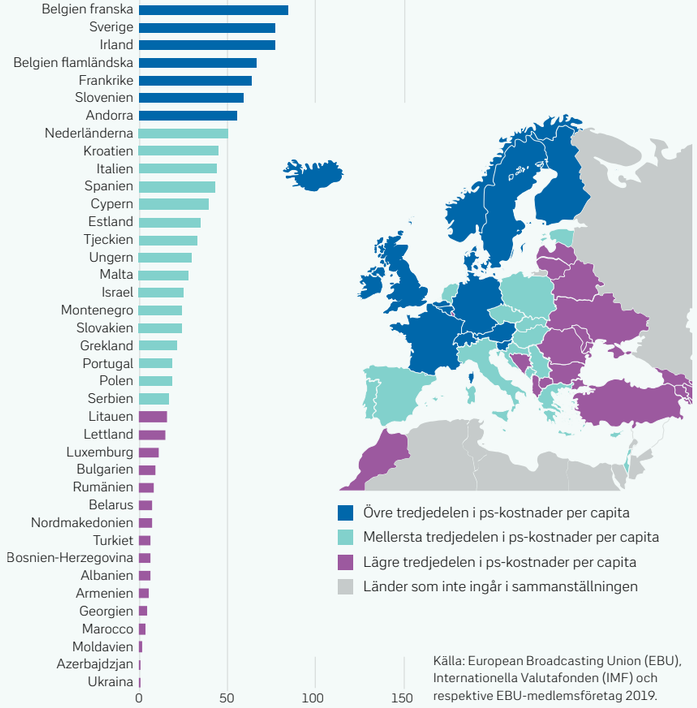
Lägre public service-intäkter per capita i Sverige

Den europeiska samarbetsorganisationen European Broadcasting Union (EBU) har sammanställt information om ekonomin för public service-bolag i Europa.[15] De samlade intäkterna för Europas public service-bolag uppgår till 36 miljarder euro. Sverige återfinns på elfte plats med en kostnad på 77 euro/person och år och är det land i Norden där intäkterna för public service per capita är lägst. Länder som Tyskland (114 euro/person) och Storbritannien (102 euro/person) ligger väsentligt högre medan länder i främst östra Europa ligger klart lägre.

Sammanfattning – SVT i internationell konkurrens

SVT konkurrerar i dag med internationella storföretag som producerar för en världsmarknad med enorma programbudgetar. Utvecklingen mot en allt hårdare konkurrens på marknaden för rörlig bild visar inga tecken på att mattas av. Snarare stärks trenden genom etableringen av fler internationella strömningsaktörer som på allvar utmanar svenska tv-aktörer om publikens uppmärksamhet. De dominerande teknik- och innehållsplattformarna sätter standarder för tjänster och produkter som påverkar medieföretag också på nationell och lokal nivå. Alla aktörer, även små

Kostnaden för public service per capita i Europa (beräknat i euro 2019)



Källa: European Broadcasting Union (EBU), Internationella Valutafonden (IMF) och respektive EBU-medlemsföretag 2019.

spelare på mindre marknader, måste kunna erbjuda en nivå på service och kvalitet som publiken vänjer sig vid och förväntar sig.

Till skillnad från de globala strömningsjättarna, med ett i huvudsak anglosaxiskt utbud, erbjuder SVT ett brett innehåll av nyhets- och samhällsjournalistik, kulturbevakning och andra programgenrer av hög kvalitet på svenska. SVT kan genom sitt uppdrag och särskilda roll säkerställa en inhemsk produktion med närhet till ämnen, geografi och frågeställningar som är relevanta för publiken. För att vara attraktiva behöver SVT kombinera en stark egenproduktion inom olika genrer med bra inköp som anpassas, översätts och tolkas för att komplettera erbjudandet för olika målgrupper.

Så här långt har SVT klarat utmaningen väl. SVT är fortfarande det svenska tv-företag som har högst samlad daglig räckvidd på 85 procent. Samtidigt står alla aktörer på den svenska tv-marknaden kommande år inför mycket stora utmaningar från den allt tuffare internationella konkurrensen. Det kan handla om risken att inte förmå hänga med i den tekniska utvecklingen och fortsätta driva innovationer liksom svårigheter att anställa och behålla talanger. För ett public service-företag som SVT kan det bli allt svårare att leverera värde till publiken om man till exempel inte kan förvärva rättigheter till viktiga evenemang och nå publiken utan mellanhänder. För att SVT i denna konkurrenssituation ska kunna fortsätta att skapa värde för samhället och publiken genom ett attraktivt utbud och tjänster som är tillgängligt för alla så är goda ekonomiska förutsättningar helt avgörande.

1.4 SVT UNDER CORONAPANDEMIN

Precis som för resten av samhället har coronapandemin ställt SVT inför många utmaningar. Det har exempelvis handlat om att möta publikens behov av information och skildra vår samtid, och samtidigt om att iaktta försiktighet i en tid av smitta både för programdeltagare och medarbetare. Det har också varit viktigt för SVT att vara en kreativ och ansvarstagande partner till produktionsbolag när produktionsförutsättningar förändras. Konsekvenserna av pandemin för film- och tv-branschen är ännu svåra att överblicka fullt ut, men det finns indikationer på att de senaste årens svåra produktionsförutsättningar kommer att märkas i tv-tablåerna under 2022.

Dygnet runt-rapportering om pandemin sedan februari 2020

Publikens informationsbehov kring coronapandemin och dess effekter har varit fortsatt mycket högt under det gångna året. SVT Nyheter har hållit i och utvecklat direktrapporteringen om pandemin i nyhetstjänsten online. SVT har sedan den 24 februari 2020 haft en pågående direktrapportering med uppdatering av coronaläget på SVT.se. Här har användarna kunnat följa nyhetsutvecklingen och myndigheternas presskonferenser och kunnat få svar på sina frågor om smittan dygnet runt, oavbrutet under hela året. Under 2021 har direktrapporteringen haft över 78 miljoner besök, sedan starten 2020 handlar det om 205 miljoner besök (se avsnitt 6.1). SVT har också erbjudit material från presskonferenser, statistik med mera till andra mediebolag att fritt använda för att på så sätt bidra till en bred bevakning.

Vid sidan om ordinarie nyhetsbevakning i Rapport, Aktuellt och de lokala nyheterna gavs under våren även utrymme för publikens frågor i program som *Coronaspecial, Helgstudion* och *Fråga doktorn*.

Investeringar för ännu bättre beredskap och säkerhet.

SVT:s beredskapsuppdrag ställer höga krav på att verksamheten ska fungera säkert och stabilt även i en allvarlig kris. SVT har kontinuerligt utvecklat företagets beredskap och säkerhet och har investerat i ökad kapacitet och robusthet för att säkerställa hög funktionalitet vid olika typer av krissituationer. Under året har beredskapsplaner vidareutvecklats och journalistisk personal har övat att arbeta under allvarliga beredskapsförhållanden. SVT har också fortsatt att utveckla kapaciteten att sköta den tekniska utsändningen av program från flera olika platser med distansteknik, bland annat för att minska sårbarheten. Parallellt har it-säkerheten stärkts för att möjliggöra distansarbete för flera funktioner. Allt detta har bidragit till ökad flexibilitet, kapacitet, effektivitet och förstås stärkt säkerhet.

En intern samordningsgrupp för coronafrågor utsågs tidigt under pandemin, med uppgift att stötta företagsledning och verksamhet i de åtgärder och beslut som behövts fattas. Under 2021 har fortsatt prioritet varit att säkerställa verksamhetens funktion och att så få medarbetare som möjligt smittas. Under större delen av året har SVT, precis som under 2020, isolerat kritiska funktioner i olika arbetslag, separerat redaktioner, skapat rutiner för att hålla avstånd på arbetsplatserna och flyttat personal från andra verksamheter till nyheterna för att säkra personalförsörjningen.

SVT har under pandemin noga följt Folkhälsomyndighetens rekommendationer, i vissa fall valt en striktare hållning och viss eftersläpning i lättnaden av restriktioner av försiktighetsskäll. När myndigheten tog bort alla restriktioner den 30 september 2021 följde SVT efter 14 dagar senare.

På grund av ökande smitta under senhösten 2021 infördes restriktioner återigen. För SVT:s del innebar det att hemarbete rekommenderades för de som hade möjlighet, att begränsningar för besök i SVT:s lokaler återinfördes och att inga större fysiska möten eller events arrangerades. För program med publik infördes från 1 december 2021 ett krav på vaccinationspass om antalet i publiken skulle överstiga 100 personer.

Särskilda programsatsningar under pandemin

I en samhällelig kris har människor inte bara behov av information, utan även av att få känna normalitet och gemenskap, att vara en del av ett sammanhang och få sällskap. Lärdomar från 2020 kring publikens behov har påverkat programutbudet även 2021.

En särskild satsning har gjorts på *Hemmakultur* för att tillgängliggöra kulturupplevelser i världsklass för alla hemma i tv-soffan. Satsningen rymmer 20 nyproducerade verk inom poesi, konst och dans – alla på temat hopp. *SVT Scen*, som lanserades på Play under 2020, är nu en etablerad plats där teater, opera, dans och konserter samlas, tillgängligt dygnet runt för alla i Sverige (se kapitel 6).

Hemmagympa med Sofia har fortsatt varit publikt uppskattat. Programmet kom till för att just möta publikens behov av att röra på sig, trots begränsningar och restriktioner. Barnens behov av aktivitet gav temat för årets *Sommarlov,* där rörelse var i fokus. ”All rörelse räknas” var uppmaningen, och tillsammans med den unga publiken skapades en rörelsedagbok i Duo-appen. Mer än 1,2 miljoner rörelseaktiviteter loggades av barn i hela landet (se avsnitt 6.3).

Festen har också fått ta plats i SVT. *Melodifestivalen* genomfördes 2021 helt utan publik på plats och utan traditionell arenaturné, men gav ändå stjärnglans under några intensiva vårveckor. Sommarens *Allsång på Skansen* bjöd på musikalisk fest, inför en publik som både sjöng och höll avstånd.

Sporten har haft stor betydelse för tv-tittarna. När coronapandemin höll Sverige i ett järngrepp i början av året samlades svenskarna runt de stora sportevenemang som kunde genomföras och som sändes i SVT. Exempelvis såg rekordmånga något från de vinter-VM i sex olika grenar som SVT sände. Och fotbolls-EM för herrar, som sändes i SVT och TV4 under sommaren, nådde sju av tio svenskar. Mot slutet av året, när smittspridningen åter tagit fart, drabbades idrotten än en gång av inställda matcher och tävlingar. Till exempel avbröts junior-VM i ishockey under mästerskapets gång, vilket gjorde att SVT fick ställa in planerade sändningar.

Ökade kostnader till följd av pandemin

Pandemin har haft stora konsekvenser för flera branscher, inte minst inom film och tv. I skrivande stund är pandemin långt ifrån över, utan i högsta grad påtaglig, med stor smittspridning och begränsningar i samhället som följd. Under de två år som pandemin pågått har många på frilansmarknaden lämnat branschen, troligen en konsekvens av att arbetsmarknaden varit delvis stängd och oförutsägbar. Det kan på sikt innebära problem att bemanna produktioner, hitta rätt kompetens och medföra ökade kostnader.

SVT har under året arbetat hårt för att vara en god samarbetspartner till produktionsbolagen. I konstruktiva samtal har lösningar och åtgärder för att möta de problem som uppstått till följd av pandemin tagits fram. Produktioner har fått flyttas fram i tid, eller resulterat i färre avsnitt, och SVT har skjutit till extra medel för att täcka oförutsedda merkostnader orsakade av pandemin.

Även under 2021 har SVT haft omfattande kostnader kopplade till pandemin. Det har varit kostnader för stärkt nyhetsbevakning, för planerade program som med kort varsel fått omarbetas för att kunna genomföras samt för produktioner som skjutits upp och därmed orsakat extrakostnader. Under 2021 har coronapandemin medfört en ökad nettokostnad på 57 miljoner kronor. Totalt har pandemin sedan utbrottet 2020 fört med sig en ökad nettokostnad om 133 miljoner kronor som hanterats inom ordinarie budget.

Publikens förtroende för SVT fortsatt stort

Som framgår i kapitel 2 har SVT lyckats behålla flera av de höga noteringar i förtroende, användning och uppskattning av programutbudet som uppnåddes under pandemins första år. Engagemanget för de specialsatsningar SVT gjort i pandemins spår, som till exempel nyhetstjänstens direktrapportering, visar också fortsatt stort gensvar från publiken. SVT:s viktiga roll, både som informationskälla och sällskap, är tydlig. SVT är det medieföretag som når flest. Under 2021 använde 85 procent av svenskarna SVT en genomsnittlig vecka.

1.5 DET HÄR VILL SVT

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. Utifrån uppdraget har SVT formulerat visionen ”Vi bidrar till ett Sverige där alla är mer nyfikna och insatta”.

SVT:s vision och strategi för 2020–2022 tar sin utgångspunkt i uppdraget från regering och riksdag och den konkurrenssituation som beskrivs i avsnitt 1.3. I kapitel 2 redovisas SVT:s strategiska mål för perioden samt utfallet på de indikatorer som SVT har valt att följa för att bedöma måluppfyllelse.

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

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

De områdena utgör grunden för företagets interna arbete med att utveckla verksamheten de kommande åren.

FOTNOTER

1 Myndigheten för press, radio och tv (2021): Medieutveckling 2021. www.mprt.se
2 Institute of Media and Communications Policy: Media database. www.mediadb.eu. Uppgifter om intäkter avser medieverksamhet (omräknat från euro).
3 Myndigheten för press, radio och tv (2021): Medieutveckling 2021. www.mprt.se
4 MSN (2021): Bekräftat: Warner Media och Discovery går samman. www.msn.com
5 Forbes (2022): Streaming wars price tag continues to mount. Likely to top $140 billion this year. www.forbes.com
6 European Audiovisual Observatory (2020): www.obs.coe.int/en/web/observatoire/
7 Institutet för mediestudier (2021): Mediestudiers årsbok 2021. www.mediestudier.se
8 Myndigheten för press, radio och tv (2021): Medieutveckling 2021. www.mprt.se
9 Institutet för mediestudier (2021): Mediestudiers årsbok 2021. www.mediestudier.se
10 MMS (2021): Löpande branschmätningar av tv- och online-tittande. www.mms.se
11 MMS (2021): Löpande branschmätningar av tv- och online-tittande. www.mms.se
12 MMS (2021): Löpande branschmätningar av tv- och online-tittande. www.mms.se
13 Mediavision (2021): www.mediavision.se
14 Mediavision (2021): www.mediavision.se
15 European Broadcasting Union (2020): EBU – Funding of Public Service Media. www.ebu.ch

KAPITEL TVÅ

Värdet av SVT

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

Studio 5 i tv-huset i Stockholm med programledarna Anders Holmberg och Camilla Kvartoft i bakgrunden. Foto: Axel Boberg/SVT

Värdet av SVT

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

INTRODUKTION – SVT:S STRATEGISKA MÅL

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 sändningstillstånd och medelsvillkor. SVT:s oberoende i förhållande till det allmänna och till andra maktsfärer och intressen i samhället är ett fundament för verksamheten och en förutsättning för att SVT ska kunna skapa värde för samhället och för publiken.

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

Värde för samhället svarar mot beskrivningen av SVT som en demokratisk kollektiv nyttighet som gynnar alla oavsett om man själv tar del av den eller inte. *Värde för dig* har en tydlig koppling till att public service har en finansieringsmodell där alla i Sverige är med och betalar. Alla ska kunna finna intressant innehåll i programverksamheten och SVT ska enligt sändningstillståndet tillgodose "skiftande förutsättningar och intressen hos befolkningen i hela landet".

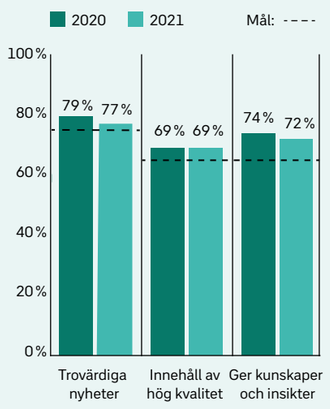
Som indikatorer på *Värde för samhället* har SVT valt att följa allmänhetens uppfattning om SVT:s nyhetsverksamhet och övrig programverksamhet samt uppgifter om SVT:s samlade räckvidd varje vecka. Som indikatorer på *Värde för dig* har SVT valt att följa publikens bedömning av ett antal frågor om SVT:s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

Tusse, Tousin Chiza, efter vinsten i ***Melodifestivalen*** 2021. Foto: Stina Stjernkvist/SVT.

2.1 VÄRDE FÖR SAMHÄLLET

Allmänheten är SVT:s uppdragsgivare och det är viktigt att betydande delar av befolkningen ger ett högt betyg för SVT:s bidrag till värde för samhället. SVT:s mål är att 75 procent av allmänheten ska instämma i påståendet att *SVT har trovärdiga nyheter.* För de övriga publikfrågorna *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 grafen nedan redovisas utfallet för de tre indikatorerna.

2.1.1 Värde för samhället



Källa: Kantar/Sifo (16–80 år)

Fortsatt högt värde för samhället

SVT:s attitydundersökning för 2021 visar att 77 procent av befolkningen instämmer i påståendet att SVT har trovärdiga nyheter. 72 procent instämmer i att SVT ger kunskaper och insikter och något färre instämmer i att SVT har innehåll av hög kvalitet (69 procent). För två av frågorna har resultatet minskat något jämfört med de höga resultaten under det första pandemiåret 2020, men sammantaget ligger SVT 2021 fortsatt över målnivåerna för de publikfrågor som har valts som indikatorer på värde för samhället. Andelen som instämmer i de tre påståendena är hög i samtliga åldersgrupper. Kvinnor värderar SVT genomgående högre än män.

Stärkt samhällsvärde i kristid

I 2020 års redovisning angavs att SVT:s hantering av pandemin sannolikt hade inverkat positivt på publikens upplevelse av värde för samhället. Det fanns flera undersökningar som pekade i den riktningen, bland annat en undersökning från Novus som visade att SVT varit den medieaktör som människor litat mest på när det gäller rapporteringen om coronaviruset.[16] Den slutsatsen står sig också under 2021.

Föreningen Vetenskap & Allmänhet har under perioden mars 2020 till april 2021 genomfört ett antal enkätundersökningar om allmänhetens syn på medierapporteringen om corona.[17] De visar att traditionella nyhetsmedier som tv, tidningar och radio har varit allmänhetens främsta källor till information om viruset. SVT är den nyhetskanal som allra flest, 63 procent, har följt rapporteringen från. Därefter kommer TV4 och SR med 37 procent. SVT och SR är också de medier som allmänheten har haft högst förtroende för i rapporteringen, med 76 procent respektive 74 procent följt av TV4 med 53 procent, Dagens Nyheter 48 procent och Min lokala morgontidning med 43 procent.

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

Också under 2021 har SVT:s nyhetsverksamhet haft ett stort fokus på att bevaka och informera om utvecklingen av pandemin och att granska hur den har hanterats av regering, myndigheter och andra ansvariga. SVT har fortsatt sända direkt från myndigheternas presskonferenser under hela året och har sänt särskilda program där experter svarat på publikens frågor. Online har tittarna fått svar dygnet runt i SVT:s nyhetstjänst och genom specialutvecklad datagrafik som bland annat förklarar smittspridning och vårdläget i landet.

SVT har fortsatt erbjuda mediehus anslutna till gemensamma branschorganisationen Utgivarna att utan kostnad ta del av SVT:s direktsändningar från myndig-

Räven och den magiska figuren Glotten i det samiska barnprogrammet ***Hejolojla***. Foto: SVT.

Melodifestivalens första deltävling med artisten Kadiatou, Claudine Holm Keita Foto: Stina Stjernkvist/SVT.

heternas presskonferenser. Under 2021 har erbjudandet utvidgats till att omfatta alla SVT:s direktsändningar från presskonferenser och större nyhetshändelser i Sverige.

Utmärkelser en kvalitetsindikator

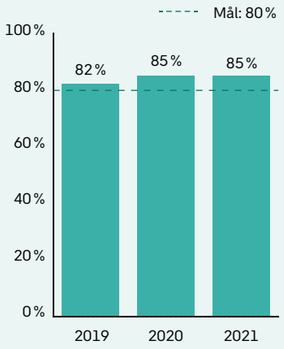
En indikator på hög kvalitet i programverksamheten är priser och utmärkelser. Vid den svenska tv-galan Kristallen 2021 vann SVT i 10 av totalt 21 kategorier (SVT vann 7 priser 2020). Dramaserien *Tunna blå linjen* utsågs till Årets tv-drama och Årets program alla kategorier. Tareq Taylor i *Tareq Taylors matresa* blev Årets tv-personlighet och programmet vann i kategorin Årets livsstilsprogram. *Greta* blev Årets dokumentärprogram och Play-tjänsten Tydligare tal Årets nyskapande/förnyare. *Premiärdatum oklart* tog hem priset för Årets humorprogram. *Vinterstudion* med VM-vintern fick pris för Årets sportproduktion. SVT:s Carina Bergfeldt utsågs till Årets kvinnliga programledare och David Sundin till Årets manliga programledare.

Under 2021 utnämndes SVT Play för andra året i rad till Sveriges mest populära strömningstjänst.[18] SVT Nyheters reporter Diamant Salihu erövrade Stora Journalistpriset i kategorin Årets berättare. Två SVT-program belönades med Föreningen grävande journalisters pris Guldspaden: SVT Nyheters granskning av *Fallet Sofie* om en ung flickas placering på HVB-hem mot sin vilja och dokumentären *Dokument inifrån: Vaccinkrigarna* om antivaccinationsrörelsen.[19]

Charlotta Friborg, programchef för Riksnyheterna på SVT, vann Mommapriset som Årets utgivare och *Lilla Aktuellt* prisades med silver vid Global Youth & News Media Prize för sin bevakning av coronapandemin. På *Det svenska humorpriset* fick SVT tre priser: Årets humorprogram för *Trevlig helg*, Årets komedi för *Dips* och Barnens pris för *Kokobäng*. Vid internationella Banff World Media Festival vann *Kalifat* en Rockie Award för bästa icke-engelska dramaserie. Dokumentärfilmen *PUSH* tilldelades ett specialpris vid Prix Italia.

2.1.2 Räckvidd

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



Källa: Kantar/Sifo (9–80 år)

2.2.1 Värde för dig

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

SVT:s räckvidd i publiken

SVT ska vara till för alla oavsett ålder, geografisk hemvist, bakgrund, kön eller funktionsvariation. Räckvidd, det vill säga hur stor del av publiken som tar del av en medieaktörs innehåll, 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.

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

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

Fortsatt hög räckvidd 2021

SVT:s samlade räckvidd för kanaler och tjänster låg under 2021 på 85 procent av befolkningen, vilket innebär att SVT har lyckats behålla den höga räckvidd som uppnåddes under pandemiåret 2020. Räckvidden skiljer sig betydligt mellan åldersgrupper, från 64 procent i åldersgruppen 9–15 år till över 90 procent i åldersgrupperna 45 år och uppåt. I jämförelse mellan 2020 och 2021 är räckvidden relativt stabil i de flesta befolkningsgrupper med undantag för de yngre. Det sker en fortsatt nedgång i den yngsta delen av publiken (9–15 år) medan det har skett en ökning i gruppen 16–29 år.

Räckvidden varierar också mellan plattformar. Fortfarande bidrar det traditionella tv-tittandet till den största delen, men antalet som tittar online har ökat kraftigt. Under pandemin har onlinetittandet fått en kraftig skjuts framåt. Under 2021 har andelen av befolkningen som enbart följer SVT via linjära sändningar i broadcast fortsatt minska, från 33 procent 2019 till 18 procent 2021. Andelen som använder både nya och gamla plattformar har ökat kraftigt från 31 procent andra halvåret 2019 till 50 procent 2021. Andelen som endast använder SVT online har ökat varje år och uppgår i dag till 17 procent.

2.2 VÄRDE FÖR INDIVIDEN

SVT:s andra strategiska mål är att bidra med värde till enskilda individer. För indikatorn *förtroende för SVT:s innehåll* redovisar SVT utfallet från SOM-institutets årliga undersökningar och målnivån är satt till 75 procent. För övriga indikatorer, *Jag har nytta av SVT:s innehåll* och *SVT har innehåll som intresserar mig*, är ambitionen att en klar majoritet på 65 procent av befolkningen ska instämma.

Allmänhetens bedömning av det personliga värdet av SVT ligger överlag något lägre än bedömningen av SVT:s samhällsvärde, 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.

I graf 2.2.1 framgår hur stora andelar av befolkningen som under 2021 tyckte att SVT ger dem ett högt personligt värde, fördelat på tre olika frågor till publiken. Flest anger att de har mycket eller ganska stort förtroende för SVT:s innehåll.

Under coronapandemins inledande skede, när behovet av information var som störst, kunde SOM-institutet i sina mätningar se en ökning av det redan höga förtroendet för SVT till exceptionella nivåer. I en extraundersökning från våren 2020 angav 81 procent av befolkningen att de hade mycket eller ganska stort förtroende för SVT. Det är den högsta noteringen någonsin för ett medieföretag i SOM-mätningen och ett tydligt bevis på att SVT hade lyckats svara upp mot publikens behov och förväntningar under pandemin. När SOM-institutets ordinarie mätning publicerades i mars 2021 redovisades en viss tillbakagång för de flesta medier jämfört med våren 2020.[20] SVT:s förtroendesiffra hamnade då på 76 procent, vilket är fortsatt högst av alla svenska medier och två procentenheter högre än 2019. Samma utveckling har skett för andra medier och tyder på en stabilisering av förtroendet på nivåer som före coronapandemin.

Deg med Philip Oros i rollen som Steffe. Foto: Joe Maples.

Det finns samtidigt grupper där förtroendet för SVT är lägre, till exempel bland Sverigedemokraternas sympatisörer. Forskningen visar att detta är grupper som har lägre förtroende för samhällsinstitutioner över lag och det är således inte en fråga om förtroendet specifikt för public service-medier. Det är också viktigt att konstatera att det är en mycket begränsad andel av befolkningen som svarar att de har lågt förtroende för SVT. Det är bara sex procent som svarar att de har mycket litet eller ganska litet förtroende för SVT, och den gruppen har varit ungefär lika stor över tid.

Något färre, men fortfarande drygt två tredjedelar av befolkningen, 67 procent, anser att de har nytta av SVT:s innehåll. 66 procent tycker att SVT har ett innehåll som intresserar dem, en ökning med två procentenheter jämfört med 2020. 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 ovan relativt små.

Satsningar på tillgänglighet bidrar med värde

SVT:s satsningar på tillgänglighet på alla företagets plattformar bedöms ha stor påverkan på det upplevda individuella värdet. Under året har två funktioner online rullats ut på bred front: automatiskt genererad textning av samtliga lokala nyhetssändningar och möjligheten för publiken att själv kunna välja att sänka ljudnivån för omgivande ljud till förmån för det talade ljudet i program. Tjänsten *Tydligare tal* har under året tillämpats på allt fler program och SVT har noterat en tydlig ökning i användning och uppskattning. Ett exempel på det är mätningen av antalet klagomål om störande bakgrundsljud som har sjunkit markant sedan SVT införde Tydligare tal. Även kritiken mot svårigheten att hitta teckenspråkstolkade nyheter har minskat under 2021. (se avsnitt 6.4).

SVT bedriver också ett fortlöpande utvecklingsarbete i Play-tjänsten 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.

Fortsatt stort publikt engagemang

SVT har under 2021 hållit i flera av de satsningar som initierades under 2020, både när det gäller förstärkt nyhetsförmedling, information och granskning och den kraftsamling som SVT har gjort i övrig programverksamhet, som drama, dokumentärer och långfilmer. Fortsatt positiva bedömningar och stort engagemang från publiken tyder på att SVT har kunnat leverera väl på publikens behov också under 2021. Publiken har i en krissituation som denna inte bara behov av information och fördjupning, utan också behov av att få vara en del av ett sammanhang, få sällskap och känna trygghet och stabilitet.

Användning av SVT:s kanaler och tjänster

Publikens uppmärksamhet är i dag spridd på en mängd olika mediekanaler. Tv-branschen räknar med en minskning i användning när en allt större del av tittandet kommer att ske online. För ett public service-företag som strävar efter att vara en del av alla människors vardag är det en viktig ambition att en god andel av publikens genomsnittliga medieanvändning läggs på SVT:s kanaler och tjänster. SVT:s mål är att den genomsnittliga användningen av SVT:s kanaler och tjänster ska vara minst 40 minuter varje dag.

I grafen nedan redovisas utvecklingen när det gäller användning, det vill säga antal minuter per dag som publiken i genomsnitt använder SVT:s kanaler och tjänster.

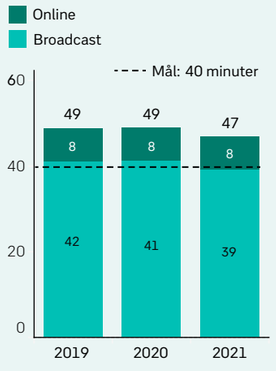
SVT:s utbud och tjänster användes 47 minuter per person och dag under 2021, vilket är en minskning med två minuter jämfört med 2020. Den viktigaste förklaringen till detta är sannolikt den ökade konkurrensen på tv-marknaden där publiken har ett allt större utbud att välja på och ges allt fler möjligheter att avgöra när man vill titta. Tittandet på SVT via traditionell tv i broadcast 2021 var 39 minuter per person och dag, eller 83 procent av det totala tittandet. Därtill kommer tittande på SVT via internet om 8 minuter, eller 17 procent av den totala tittartiden.

Användningen via internet fortsätter öka

Utvecklingen med minskad användning av SVT via traditionell tv och ökning via internet har pågått under en längre tid och kan förväntas fortsätta. 2014 tittade en person i genomsnitt 53 minuter per dag på SVT via traditionell tv jämfört med 39 minuter år 2021. 2014 användes internet för att se på SVT i 1,6 minuter jämfört med 8 minuter år 2021. 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 tablåtittandet genererar fler tittarminuter.

Användningsmönstren för rörlig bild skiljer sig kraftigt åt mellan olika grupper, i synnerhet mellan yngre och äldre, där yngre har en betydligt större andel av tittandet förlagt online. Ett skifte är dock på gång. Under pandemiåret 2020 ökade den äldre publiken sitt tittande online rejält och denna ökning har fortsatt också under 2021.

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



Källa: MMS (3–99 år)

2.3 VÄRDE OCH GENOMSLAG SOM MÅTT PÅ EFFEKTIVITET

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

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

Villkoren i SVT:s uppdrag sätter tillsammans med de ekonomiska resurserna för tillståndsperioden ramarna för SVT:s arbete med att skapa effektivitet. Exempel på externa faktorer som SVT därutöver har liten eller ingen möjlighet att påverka är:

- publikens konsumtion och bedömning av annat medieinnehåll
- utvecklingen och konkurrensen på publikmarknaden och på marknaden för rättigheter och medverkande
- externa händelser utanför företagets kontroll, till exempel kriser och annat, som i sig kan påverka bedömningen av och genomslaget för SVT

Det finns samtidigt flera interna faktorer som påverkar effektiviteten och som SVT kan råda över. De genomsyrar hela SVT:s verksamhet och är viktiga exempel på områden där SVT löpande, utifrån forskning och erfarenhet, vidtar åtgärder för att stärka genomslag och effekt. SVT:s arbete med dessa interna faktorer redovisas mer ingående på flera ställen i public service-redovisningen. Samtidigt är det, som har påpekats tidigare, inte möjligt att entydigt koppla faktorerna till utfallet vad gäller publikens upplevda värde eller verksamhetens publika genomslag.

» **Mångfald, genrebredd, volym och kvalitet.** SVT:s uppdrag är att göra program för såväl breda publikgrupper som mindre grupper med specialintressen. Ett brett utbud av hög kvalitet som uppskattas och väljs av olika delar av befolkningen bidrar till SVT:s förmåga att skapa värde. Medieforskningen visar att ett brett genomslag i befolkningen bidrar till högt förtroende för public service-företagens innehåll.
» **Närvaro i och spegling av hela landet.** SVT genomför för närvarande en historisk satsning på att stärka företagets lokala närvaro i syfte att skapa värde genom att förbättra den journalistiska bevakningen i hela landet och upprätthålla en hög andel lokala inslag i riksnyheterna (se avsnitt 6.1).

Korrespondenterna live Fouad Youcefi vid Kapitolium i Washington DC. Foto: Marco Nilsson/SVT.

» **Hantering av händelser i omvärlden.** Som medieföretag i allmänhetens tjänst ska SVT ha en beredskap att kunna hantera oväntade händelser i omvärlden. Det handlar dels om att ha en god beredskap och höga nivåer på säkerhet och kvalitet för att säkerställa verksamhetens funktion i alla lägen, till exempel vid en kris. Det handlar också om en förmåga att kunna ställa om och snabbt kunna anpassa utbud och tjänster utifrån behov. I 2020 års redovisning var bedömningen att SVT:s hantering av pandemin hade bidragit till det positiva utfallet när det gäller värdering av och genomslag för SVT.
» **Tillgänglighet.** SVT strävar efter att alla program och tjänster ska vara tillgängliga och ha hög kvalitet. Många åtgärder för tillgänglighet kompletterar varandra och långt fler publikgrupper än enbart personer med funktionshinder drar nytta av dem, exempelvis textade sändningar och god hörbarhet (se avsnitt 6.4).
» **Fokuserade programsatsningar.** SVT gör regelbundna analyser för att identifiera områden som bedöms svagt bevakade eller för att bättre kunna möta publikens behov av relevant utbud och tjänster (se exempelvis avsnitt 6.1 och 6.3).
» **Fler perspektiv i nyhets- och samhällsjournalistiken.** SVT arbetar löpande med att utveckla journalistiken i riktning mot att omfatta många perspektiv från olika platser och miljöer i landet (se avsnitt 6.1).
» **Andelen av SVT:s resurser som läggs på program**. SVT:s målsättning är att den andelen ska vara så stor som möjligt. Syftet är att genom kvalitativa program som motsvarar publikens behov och förväntningar kunna locka fler att ta del av SVT:s utbud och uppleva att SVT skapar värde. För 2021 ökade andelen med 3 procentenheter till 80 procent jämfört med 2020. Ökningen förklaras i huvudsak av att 2021 var ett sportintensivt år (se även avsnitt 7.2). Målet med en ökande andel medel till program ska ses långsiktigt över tid där variationer förekommer mellan åren. För att klara målet krävs ständiga rationaliseringar i SVT:s verksamhet eftersom SVT har begränsade möjligheter att öka intäkterna. Läs mer om hur SVT arbetar för stärkt produktivitet i avsnitt 7.3.

Måluppfyllelse i relation till använda resurser

Granskningsnämnden har efterlyst ett fördjupat och utvecklat resonemang från SVT om graden av måluppfyllelse i relation till använda resurser. Det är som SVT har framhållit tidigare inte möjligt att göra direkta kopplingar mellan SVT:s arbete för ökad effektivitet och företagets kostnader. SVT:s förmåga att uppnå måluppfyllelse inom ramen för de resurser som företaget förfogar över påverkas som framgått av en rad externa faktorer som SVT inte råder över.

Utvecklingen mot skärpt konkurrens på marknaden för rörlig bild har bland annat lett till ökade kostnader för produktion och programrättigheter. Denna utveckling visar inga tecken på att mattas av. Snarare stärks trenden genom etableringen av fler internationella bolag som på allvar utmanar svenska tv-aktörer om publikens uppmärksamhet. Att i det medielandskapet fortsatt upprätthålla höga nivåer för värde och genomslag är en utmaning som över tid kan förväntas bli allt större.

SVT har som public service-företag relativt stabila ekonomiska förutsättningar genom en medelstilldelning som ligger fast under tillståndsperioden och där SVT:s resurser ökar med två procent årligen. Det kompenserar dock långtifrån den samlade kostnadsutvecklingen för exempelvis programrättigheter, löner, produktionsutläggningar och samarbeten.

Sammanfattningsvis är SVT:s bedömning att utfallet av värde för samhället och värde för enskilda individer är gott. Trots stora omvärldsförändringar, ökade programkostnader till följd av pandemin och ett ständigt skärpt konkurrenstryck förmår SVT inom ramen för befintliga resurser upprätthålla förmågan att skapa värde för samhället och för enskilda. Genom ständiga rationaliseringar skapas ett utrymme för programsatsningar som, tillsammans med andra åtgärder SVT vidtar för att skapa värde, bidrar till utfallet på de indikatorer som SVT följer för att bedöma verksamhetens effekt.

FOTNOTER

16 Novus (2020): Nyhetsrapportering kring coronaviruset. Rapport. www.novus.se
17 Vetenskap & Allmänhet (2021): Kommunikation om corona – medierapportering och förtroende i samband med covid-19-pandemin. VA-rapport 2021:4. www.v-a.se
18 Streamingbarometern (2021)
19 Föreningen grävande journalister (2021): Guldspadar för 2020 års bästa gräv utdelade. www.fgi.se
20 Andersson, U (2021): Förtroende för samhällets och pandemins aktörer. www.gu.se

KAPITEL TRE

Kvalitet och utveckling

Inom SVT finns ett antal kärnprocesser för att säkra kvalitet och utveckling, exempelvis inom programuppdrags-processen, SVT:s relation med externa produktionsbolag och publicistisk kontroll. I kapitlet redovisas också den decentraliserade organisationen, program på svenska språket samt beredskap och sändningskvalitet.

Mästaren med Eva Dahlgren Foto: André Prtic/SVT.

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."

3.1 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, gås igenom och bedöms av företagets programchefer (10) och programbeställare (4). I det arbetet vägs programförslag mot strategi, mål, programbudget, publikinsikter och kraven på verksamheten i sändningstillstånd, medelsvillkor samt interna policydokument och regler.

Ny utbudsprocess sjösattes 2021

Under året har SVT infört en ny uppdragsprocess för att möta behovet av både långsiktig planering och behovet att kunna fatta löpande beslut över året. Det högtryck som råder i tv-branschen ställer också högre krav på tidiga beslut och långa planeringshorisonter för att kunna knyta upp relevanta upphovsmän och ge bra produktionsförutsättningar till produktionsbolag. I den nya utbudsprocessen beslutar SVT om kommande års utbudsstrategi i oktober och i slutet av året fattas beslut om uppdrag som ska löpa under flera år.

Dialog med externa produktionsbolag

SVT:s ambition är att vara en bra och tydlig part vid alla former av samarbeten. SVT:s programchefer har ansvaret för samtliga programuppdrag. Externa producenter kan när som helst vända sig till någon av SVT:s programchefer eller beställare för att presentera nya programförslag. SVT för löpande 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 affärsvillkor för samarbeten. Det innefattar bland annat vilka kommersiella villkor som gäller, exempelvis fördelning av rättigheter.

Ett gott betyg som beställare och partner

Det fortsatt osäkra läget på grund av pandemin har inneburit stora utmaningar för tv-produktionsbranschen. SVT har genom krisen försökt vara en god partner för produktionsbolagen och har gemensamt med dem hittat kreativa, logistiska och ekonomiska lösningar. Som en del av utvärderingen av SVT:s samarbete med

Dreja – en kärlekshistoria med Ika Johannesson. Foto: Karl Nordlund/SVT

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

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

tv-produktionsbranschen har SVT under året genomfört en enkätundersökning av bolagens upplevelser av SVT som beställare av program. Resultatet av undersökningen visade att beställare och samarbetspartners hade en övervägande positiv attityd till SVT. SVT framstår som en trygg och professionell samarbetspartner, särskilt under pandemiperioden och respondenterna anser sig få snabba beslut och tydliga beställningar. Ett fåtal kritiska kommentarer riktar in sig på SVT:s ersättningsnivåer.

3.2 VARIATION I PRODUKTIONSFORMER

Produktion

SVT arbetar med fyra huvudgrupper av utbud vid sidan av det lokala utbudet: egenproduktion, produktionsutläggning, samproduktion och inköpta program (förvärv av visningsrätter). Volymmässigt utgörs den största delen av SVT:s förstasända utbud av egenproduktion, främst nyheter och SVT Forum som produceras inom företaget. Under 2021 var 53 procent av SVT:s förstasända utbud egenproducerat. Utländska inköp stod för ytterligare 34 procent medan produktionsutläggningar, samproduktioner och svenska förvärv svarade för 13 procent av utbudet.

De 3 190 timmarna lokala nyheter (151,9 timmar producerade och sända av SVT:s 21 lokalredaktioner) under 2021 ingår inte i de här siffrorna (se avsnitt 4.1 och 6.1 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 1 711 timmar av det totala utbudet räknas som allmänproduktion och av dessa producerades drygt 36 procent i samarbete med eller inköpt av utomstående svensk producent. Det är i nivå med 2019 och något lägre än 2020.

Utomståendes medverkan och andra samarbeten

Sedan flera år tillbaka har SVT ökat antalet samproduktioner och utläggningar. Svenska dramaserier får allt större uppmärksamhet i världen och intresset för svenska produktioner växer. Det har medfört att antalet samarbeten ökar från år till år samtidigt som en något högre andel av SVT:s produktion inom många programkategorier läggs ut på produktionsbolag. Tabell 3.2 visar SVT:s kostnader som går till utomstående enskilda personer eller produktionsbolag. Under 2021 var totalkostnaden 1,43 miljarder kronor, vilket är något högre än 2020. Pandemin har slagit hårt mot många planerade produktioner, men under 2021 har flertalet produktioner som pausats trots allt kunnat genomföras. Därför överstiger siffran på svenska samproduktioner de senaste årens siffror. Däremot har pandemin medfört att utländska samproduktioner inte kunnat genomföras i samma omfattning som under ett normalt år.

3.2 Utomstående medverkan och andra samarbeten, mkr

Medverkande och programanställda

Mkr	2019	2020	2021
Arvoden	155,2	139,0	146,6
Programanställda	62,5	61,8	63,7
Summa	**217,7**	**200,8**	**210,3**

Andra slags produktionssamarbeten

Svenska	2019	2020	2021
Produktionsutläggningar	385,4	451,5	442,0
Samproduktioner	247,2	212,0	271,4
Förvärv	135,1	167,6	164,7
Summa	**767,7**	**831,1**	**878,1**

Utländska	2019	2020	2021
Produktionsutläggningar	0,0	4,2	1,0
Samproduktioner	57,2	15,6	9,5
Förvärv	284,4	273,9	258,0
Summa	**341,6**	**293,7**	**268,5**

	2019	2020	2021
STIM, IFPI/Sami, NCB	73,3	79,6	78,3
Summa	**73,3**	**79,6**	**78,3**

Totalt	**1 400,3**	**1 405,2**	**1 435,2**

Eagles med Yandeh Sallah i rollen som Amie. Foto: Magnus Liam Karlsson/SVT.

3.3 EXTERNA PRODUKTIONSBOLAG

SVT är en viktig aktör på den svenska produktionsmarknaden. Många kommersiella aktörer arbetar inom ett begränsat antal genrer, men eftersom SVT har ett brett programuppdrag läggs produktioner inom en stor mängd genrer ut på produktionsbolag.. 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 programförslag i en process som är öppen för produktionsbolag och andra aktörer i hela Sverige. Valen av program som produceras avgörs utifrån SVT:s utbudsstrategi, ekonomi, tablåläggning samt var i landet produktionen är belägen.

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 som spelats in under 2021 är *Uppdrag granskning* och *På spåret*, som spelas in i Göteborg, *Här kommer degen,* inspelad i Degerfors och *Antikrundan*, som spelas in i olika delar av landet.

Oavsett om det rör sig om egenproduktion av SVT eller en produktion som gjorts av ett produktionsbolag så genereras arbete för lokalt frilansande produktionspersonal. SVT samarbetar med landets filmpooler Film i Väst, Film i Skåne, Filmpool Nord och Film Stockholm. Vid de samarbetena sprids produktioner över hela Sverige. Under 2021 spelade SVT till exempel in *Tunna blå linjen* säsong två i Malmö, *Händelser vid vatten* i Arjeplog, *Kenny Starfighter II* i Göteborg och *Spelskandalen* i Luleå. På långfilmsområdet har titlar som *Ur spår* och *Lill-Zlatan och morbror raring* spelats in under året, bland annat i Norrbotten och Dalarna. Utöver samarbetet med de regionala filmpoolerna har SVT spelat in exempelvis *Bror* i Eslöv, *Fråga Lund* i Lund och *Klassen* i Malmö.

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

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

3.4 EN LIVSKRAFTIG MEDIEMARKNAD

SVT är en stor aktör på den svenska mediemarknaden. SVT erbjuder publiken en stor mängd innehåll och bidrar därigenom till mediemångfalden. Genom det breda uppdraget säkrar SVT att det finns innehåll på svenska språket och med svenska perspektiv i en bredd av genrer, inte bara i de genrer som är kommersiellt intressanta. Innehållet är dessutom producerat i olika delar av Sverige.

SVT:s många nyhetsredaktioner gör nyheter och granskningar som speglar hela landet. Genom att finnas på plats både lokalt, nationellt och internationellt kan SVT koppla samman skeenden och ge perspektiv på sätt som få andra svenska medier kan. När SVT tar hänsyn till kommersiella medier måste det därför vägas mot möjligheten att erbjuda ett brett nyhetserbjudande och därigenom uppfylla sändningstillståndets nyhetsuppdrag.

SVT arbetar på flera områden för att ta hänsyn till kommersiella medier. Som indikatorer på det arbetet följer SVT kontinuerligt följer SVT kontinuerligt utvecklingen på ett antal områden: fokus på rörlig bild, restriktiva citeringar, samarbeten och kontinuerlig dialog med kommersiella medier. Nedan beskrivs hur det bidrar till hänsyn och hur SVT arbetar med dessa områden.

SVT:s fokus: bli bäst på nyhetsvideo

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

Under 2021 sände SVT 1 057 timmar nyheter (exempelvis i *Rapport, Aktuellt, Uutiset* och *Oddasat*) och 3 190 timmar lokala nyheter (fördelat på 21 lokala nyhetsredaktioner) i broadcast. Över tid har det skett en kraftig ökning av antalet videoklipp i nyhetstjänsten. Under 2021 publicerades i genomsnitt 160 videoklipp varje dag (159 klipp 2020), vilket är en kraftig ökning jämfört med 2017. Därtill kommer livesända nyheter som bara går på SVT Play och SVT Nyheter.

För nyhetsverksamheten online är mål, strategi och utveckling fokuserat på att stärka videoberättandet. Under året har SVT bland annat arbetat med att utveckla format, tilltal och liveman rapporterar om samma nyhet.

Sedan 2020 har SVT och samtliga lokaltidningskoncerner gemensamma riktlinjer för hur man citerar varandras nyheter. Hänvisningar ska ske med länk till ursprungskällan och erkännande (kredd) ska kvarstå även när en annan redaktion bygger vidare på nyheten. Redaktionerna tar ömsesidigt ansvar för att uppmärksamma varandra på om man missat att länka eller ge kredd. Dessutom har SVT tagit på sig att citeringar av andra mediers nyheter på de lokala nyhetssajterna får vara högst 600 tecken. I SVT:s dialog med lokaltidningschefer under 2021 upplevs att riktlinjerna fungerar väl och att de efterlevs.

SVT följer även i vilken utsträckning de egna nyheterna citeras, för att se hur SVT bidrar till originaljournalistik. Under året har SVT:s nyheter citerats 45 000 gånger, vilket är i linje med 2020 års siffra.

Så samarbetar SVT med kommersiella medier

SVT samarbetar med kommersiella medier för att ge mervärde både för publiken och för andra medier. Genom samarbeten kan parterna sänka kostnader, spara resurser och få fler nyheter vilket bidrar till en livskraftig mediemarknad. Under 2021 har nya samarbeten tagits fram och befintliga fördjupats.

SVT Nyheter med programledaren Anna Oscarius. Foto: SVT.

Under 2020 erbjöd SVT andra medier inom ramen för organisationen Utgivarna att utan kostnad ta del av SVT:s livesändningar från de myndighetsgemensamma presskonferenserna om corona. SVT har sedan början av hösten 2021 utökat erbjudandet till alla livesändningar av presskonferenser och nyhetshändelser där SVT har rättigheter. Detta görs under en provperiod och ska utvärderas.

SVT har samarbetat med kommersiella medier och SR och UR inom ramen för Fria ordets dag (se nedan). SVT och Utgivarna har också tagit initiativ till ett samarbete mellan medier och forskningen kring frågor som rör hot och hat mot journalister. Det handlar bland annat om att möjliggöra regelbundna mätningar av omfattningen av dessa utmaningar och studier om konsekvenser för såväl enskilda journalister och deras arbetsmiljö som för medier och den svenska demokratin i stort. SVT har även gjort innehållssamarbeten med lokaltidningar. Exempelvis arbetade SVT Uppsala med Upsala Nya Tidning för att bredda perspektivet på granskning av Uppsalas narkotikahandel. SVT har stöttat flera kommersiella medier i deras säkerhetsarbete samt förberett en rad samarbeten som ska ske under valåret 2022.

Kontinuerlig dialog

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

Under året har SVT tagit initiativ till möten med de stora lokaltidningskoncernerna och enskilda tidningar. I samtalen framkommer att relationen fungerar väl, att man uppfattar att SVT lägger mer fokus på rörlig bild och att citeringspolicyn efterföljs.

Andra exempel på hänsyn

I enlighet med sändningstillståndet och publicistisk ambition utökar SVT sin närvaro 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 framtida utbyggnad vägs övrig närvaro av journalister in i bedömningen. Det är inte en enskild avgörande faktor, men en del i beslutsunderlaget.

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 tjänster, inte på annonsfinansierade plattformar som konkurrerar med kommersiella medier. Postningar inkluderar generellt sett alltid länk till en artikel eller ett program på någon av SVT:s egna plattformar.

En levande diskussion om verksamheten

Public service verkar i allmänhetens tjänst och det är naturligt att den verksamheten diskuteras. SVT bidrar till den offentliga debatten bland annat genom att anordna seminarier om både public service och mediemarknaden i stort. Under året har SVT arrangerat seminarier om exempelvis vetenskapsjournalistiken som hamnat alltmer i rampljuset på grund av pandemin och klimatkrisen. Det handlade bland annat om de utmaningar det innebär att bevaka hett diskuterade ämnen som skogsbruket, klimatförändringar och vaccin. Lokaljournalistiken diskuterades i ett annat SVT seminarium med fokus på svagt bevakade områden och vilka demografiska eller ämnesmässiga områden som borde skildras och speglas bättre. Med anledning av att programserien *Sommarlov* hade rörelse som tema hölls ett seminarium om barns hälsa. Framtiden för strömningstjänster diskuterades i ytterligare ett seminarium med anledning av SVT Plays 15-årsjubileum.

I november samlade SVT representanter från alla minoritetsspråken och teckenspråk för en konferens i Umeå. Där diskuterades minoritetsspråkens betydelse för identitet, kultur och samhälle och SVT:s uppdrag. En återkommande aktivitet de senaste åren har varit *Fika med SVT*. Publiken kan anmäla sig till en fikaträff

KRAVEN I SÄNDNINGS-TILLSTÅNDET:

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

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

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

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."

KRAVEN I SÄNDNINGS-TILLSTÅNDET:

18 § "SVT får inte sända sponsrade program där sponsorbidraget har tillfallit SVT direkt. Utan hinder av första stycket får sponsring förekomma – i SVT:s sändningar i samband med sportevenemang – av program som innebär utsändning av en allmän sammankomst eller offentlig tillställning där SVT är arrangör. Inom ramen för ovanstående bestämmelser får sponsring förekomma i samband med högst 20 evenemang per år."
"SVT får sända sådana indirekt sponsrade program – som framställs eller har framställts i samarbete med någon annan som fått bidrag från utomstående för sin andel av produktionen."

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

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

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

och i samtal med SVT-medarbetare diskutera public service, programinnehåll och medievanor. På grund av pandemin blev träffarna digitala under 2021, men inte mindre uppskattade av de många deltagarna från hela landet.

Även *Fria ordets dag* fick ställa in och bli en digital turné. SVT, SR, UR och lokala kommersiella medier träffade sjätteklassare som fick lära sig mer om journalistik, yttrandefrihet och sociala medier. Det digitala konceptet gjorde att man nådde ut till hela 250 skolklasser och tusentals elever. Turnén fortsätter under 2022. SVT har även arbetat för att nå ut till unga genom projektet *SVT-ambassadörer*. SVT-medarbetare har föreläst om journalistik och public service på högstadie- och gymnasieskolor för att öka kunskapen om journalistyrket och public service.

Under året har företrädare för SVT skrivit debattartiklar om bland annat SVT:s beredskapsuppdrag och hot och hat riktat mot journalister. På SVT:s Om oss-sida (omoss.svt.se) och på SVT.se publiceras regelbundet bloggin-lägg om nya satsningar och utgivarbeslut och där kommenteras diskussioner om SVT med ambition att öka transparensen och förtroendet för företaget. Ansvariga utgivare för SVT:s lokala nyheter beskriver bakgrunden till publiceringar och utgivarbeslut för att öka förståelsen och skapa diskussion.

3.5 PUBLICISTISK KONTROLL

Villkor för reklam, sponsring och produktplacering

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

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

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

Utbildning

SVT genomför kontinuerligt interna utbildningar med syfte att öka kunskapen och kompetensen när det gäller den praktiska och publicistiska tillämpningen av regelverken och de egna 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.

Efter att under 2020 haft något färre utbildningar än normalt till följd av coronapandemin så har mängden åter ökat under 2021, inte minst olika typer av utbildningar via digitala möten. Ett nytt initiativ under 2021 var en etikvecka, där medarbetare kunde delta på olika typer av pass med programetisk inriktning; seminarier, föreläsningar och panelsamtal. Totalt har SVT Programetiks utbildningar samlat över 800 deltagare under 2021.

Kulturfrågan Kontrapunkt Frågesporten om musik, konst och litteratur under ledning av Ella Pettersson och Eva Beckman. Foto: Karl Nordlund/SVT.

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 år genomförs så kallade grönt kort-utbildningar för externa produktionsbolag som producerar program på uppdrag åt SVT. Genom föreläsningar och diskussioner utifrån konkreta programexempel har produktionsbolagen fått ökad kunskap om de regler och principer som är grundläggande för SVT:s programverksamhet. Under 2021 deltog
41 personer från 16 olika produktionsbolag i grönt kort-utbildningen.

Så hanteras anmälningar till granskningsnämnden

Anmälningar av SVT-program till granskningsnämnden skickas till berörda programansvariga som snarast möjligt ska kontrollera de aktuella sakuppgifterna. Om det visar sig att ett program eller inslag innehåller felaktiga, missvisande eller

ofullständiga uppgifter görs ett beriktigande i en relevant tv-sändning.

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

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

Nämnden samlar anmälningar som gäller samma program i samma ärende. Statistiken visar att det var 884 beslutade ärenden under 2021 mot 1 074 beslutade ärenden under 2020. SVT fick yttra sig i 67 av dessa ärenden under 2021 jämfört med 74 ärenden året innan. Av de ärendena ledde 12 till fällande beslut jämfört med 13 under 2020 (se tabell 3.5.1). En förklaring till en något lägre nivå avseende antalet yttranden till granskningsnämnden är att bestämmelsen om respekt för enskilds privatliv från och med den 1 januari 2021 inte längre finns i sändningstillståndet. Sådana ärenden prövas numera av Allmänhetens medieombudsman/Mediernas etiknämnd. Under 2021 hade SVT sex ärenden som beslutades i Mediernas etiknämnd. Av dessa klandrades inget.

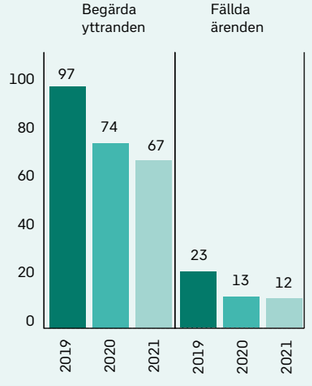
Grunderna för de 12 fällningarna i granskningsnämnden 2021 fördelades på följande sätt: saklighet 9 och genomslagskraften 3 (se tabell 3.5.2).

SVT analyserar årligen i detalj yttranden och fällningar och anpassar utbildningsverksamheten och rådgivningen utifrån analysen. Det totala antalet fällningar 2021 (12) är den lägsta noteringen sedan 2007. Antalet fällningar totalt fördelades på bara två fällningsgrunder, saklighet (9) och mediets genomslag (3). Inga fällningar noterades gällande regeln om opartiskhet.

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

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

3.5.1 Yttranden och fällningar
i Granskningsnämnden för radio och tv



3.5.2 Fällningsgrunder
Ett program kan ha flera fällningsgrunder

	2019	2020	2021
Beriktigande	0	0	0
Genmäle	0	0	0
Genomslag	6	2	3
Gynnande	3	3	0
Offentliggörande	0	0	0
Opartiskhet	2	1	0
Privatlivet	5	3	0
Saklighet	6	4	9
Sponsring	0	0	0
Varning för våld	1	0	0
Totalsumma	**23**	**13**	**12**

Tunna blå linjen med Sandra Stojiljovic som Daniela och Anna Sise som Faye. Foto: Carolina Romare.

MEDELSVILLKOR 14
"SVT ska ha en decentraliserad organisation som skapar goda förutsättningar för självständigt beslutsfattande på regional och lokal nivå."

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

SÄNDNINGSTILLSTÅND 6 §
"SVT har ett särskilt ansvar för det svenska språket och dess ställning i samhället. Språkvårdsfrågor ska beaktas i verksamheten."

3.6 DECENTRALISERAD ORGANISATION

En betydande del av SVT:s verksamhet både styrs och sker lokalt och regionalt. SVT har i enlighet med medelsvillkoren en decentraliserad organisation som skapar goda förutsättningar för självständigt beslutsfattande runt om i landet.

SVT består idag av fyra stora avdelningar:

- Programdivisionen med verksamhet i huvudsak på de fyra programorterna Umeå, Stockholm, Göteborg och Malmö
- Nyhetsdivisionen med verksamhet på 43 orter runt om i landet
- SVT Produktion och Teknik med verksamhet i huvudsak på de fyra programorterna
- Ledningsenheterna med verksamhet i huvudsak på de fyra programorterna

Fast närvaro på många platser

Idag finns SVT på 43 platser i Sverige. Det är en kraftfull utbyggnad som skett under de senaste åren. 2015 fanns SVT på 27 orter. Under 2021 etablerade SVT redaktioner i Fagersta, Flemingsberg och Lund. I januari öppnas en redaktion i Sveg och därefter är planen att under 2022 öppna redaktioner i Åmål, Västervik, Märsta och Dorotea. Målet är att SVT ska finnas på 50 orter 2023.

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

Ansvariga utgivare i hela Sverige

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

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

2 461 medarbetare från norr till söder

Av SVT:s 2 461 anställda (2 413 år 2020) arbetar 536 i det som kan kallas centraliserad organisation. Det är i huvudsak medarbetare i företagsövergripande programverksamhet (SVTi, SVT:s Riksnyheter, SVT Sport), men det finns även centrala funktioner utanför Stockholm. SVT:s grafikproduktion är huvudsakligen förlagd till Växjö och utsändningstekniken för SVT:s 21 lokala program finns i Malmö och Göteborg.

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

1 257 (51 procent) av medarbetarna finns i den decentraliserade organisationen. Hög närvaro av medarbetare runt om i Sverige bygger förutsättningar för en god journalistisk bevakning och spegling av hela landet i utbudet.

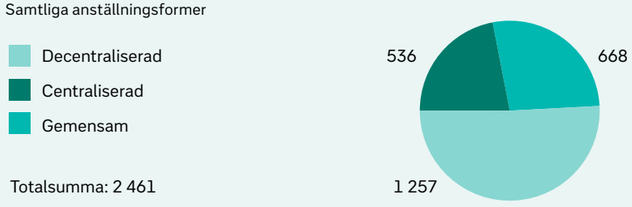
Det åligger SVT:s programledning att kontinuerligt säkerställa att den decentraliserade organisationen har tillräckligt med resurser för att kunna svara mot uppdraget att spegla hela Sverige. Det säkras i flera led inom ramen för SVT:s programplaneringsprocess, bland annat ur resurshänseende genom att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

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, kunskap och nätverk i de olika regionerna, men också ha ett betydande utrymme i organisationen för externa medverkande. Det möjliggör för SVT att använda den kompetens som finns inom mediebranschen regionalt. 1,4 miljarder kronor användes under 2021 till externa medverkande samt till produktionsutläggningar, samproduktioner och förvärv (se tabell 3.2).

3.6.1 Antal anställda per ort 2021
Samtliga anställningsformer

Ort	Antal
Arvidsjaur	1
Borås	2
Eskilstuna	13
Fagersta	1
Falun	48
Gävle	11
Göteborg, inkl. Angered	177
Halmstad	11
Helsingborg	8
Huddinge (Flemingsberg)	2
Hudiksvall	5
Jönköping	12
Kalmar	5
Karlshamn	2
Karlskrona	10
Karlstad	22
Kiruna	18
Kristianstad	1
Linköping	2
Luleå	23
Lund	1
Malmö	159
Norrköping	24
Norrtälje	1
Nyköping	1
Skara	1
Skellefteå	2
Stockholm, inkl Rinkeby	1 604
Sundsvall	24
Sälen	2
Södertälje	11
Uddevalla	3
Umeå	129
Uppsala	15
Visby	1
Västerås	15
Växjö	55
Örebro	18
Örnsköldsvik	3
Östersund	16
Övertorneå	2
Antal anställda	2 461

3.6.2 Antal anställda per organisationsform
Samtliga anställningsformer



Totalsumma: 2 461

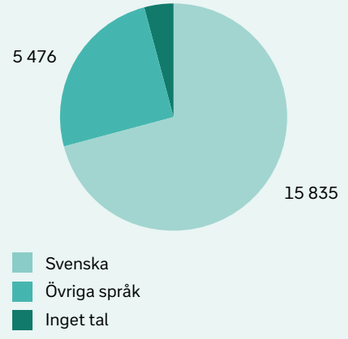
3.7 NYA TJÄNSTER

Under 2021 har SVT inte startat några nya tjänster av större betydelse eller gjort väsentliga ändringar i befintliga tjänster inom den kompletterande verksamheten. Ingen försöksverksamhet har heller startats enligt kriterierna i medelsvillkoren.

3.8 SVENSKA SPRÅKET

SVT är det tv-bolag i Sverige som sänder störst andel program på svenska. Under 2021 var 72 procent (68 procent 2020) av de totalt 22 127 sända timmarna på svenska. SVT och SR har en gemensam avdelning som är rådgivande och agendasättande i språkfrågor. Alla bolagens medarbetare kan vända sig dit för hjälp och stöd samt delta i utbildningar.

3.7 Svenska, andel och timmar 2021
Totalt: 22 127 timmar



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

3.9 TEKNISK OCH ANNAN UTVECKLING

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. Det kan även handla om utveckling som minskar miljöpåverkan.

Under året har publiken kunnat ta del av mycket ny och utvecklad funktionalitet. 2020 introducerades Tydligare tal. Den innebär att användare av SVT Play kan sänka bakgrundsljudet och höja talet på ett urval av titlar. Under 2021 har antalet titlar ökat från ett tiotal till över 400. En annan nyhet på tillgänglighetsområdet är att SVT under året har utvecklat tjänsten uppläst text på SVT Play, vilket innebär att alla program med inbränd undertext också har tillgång till uppläst text.

För barnen har året bjudit på en hel del förbättringar. Tusentals barn har genom åren skickat in teckningar till Bolibompa. Nu kan de skicka in sina bilder till Bolibompa-appen och många fler bilder syns i appen än vad som ryms i tv-programmet. En annan favorit för barnen är julkalendern. I år presenterades själva kalendern som en visuell vy på SVT Play och SVT Barn, där publiken kunde öppna luckor och sedan komma till dagens avsnitt.

En annan nyhet i SVT Play är förbättrat sök. SVT Play fylls ständigt på med nytt innehåll. För att tittarna lättare ska hitta intressant innehåll förbättras rekommendationerna kontinuerligt och sökbarheten i eftertexterna utvecklas.

För att skapa interaktivitet i programmen finns Duo-appen. Numera kan man se chatten som en del av skärmen då man ser på programmet på SVT Play. Det gör att alla som tittar kan se den och det kan bidra till en känsla av gemenskap, exempelvis för de som tittar ensamma.

Nyhetssändningarna kan styras från flera orter

Under 2020 sjösattes remoteproduktion för lokala nyheter. Det innebär att sändningar kan styras från flera orter, vilket ökar utsändningssäkerheten. Under 2021 har fler titlar producerats genom samma teknik, till exempel *Rapport* dagtid, *Sverige idag*, och *Nyhetstecken*. SVT kommer arbeta vidare med detta 2022.

SVT har infört en kodningsplattform som gör onlinevideo i den kvalitet som en genre kräver. Det innebär högre kvalitet för sport och drama och mer normal kvalitet för till exempel tecknad film. Genom att optimera kvaliteten för respektive genre sparar SVT distributionskostnader och tittarna får en optimerad upplevelse samtidigt som de inte gör av med mer data än nödvändigt.

Arbetet fortsätter med att bygga en ny programkontroll och utsändningsplattform som är bättre anpassad för att hantera både online och broadcast. SVT har investerat i ny teknik för att kunna ta emot strömmad video när SVT själva inte är på plats och filmar. Det kan gälla exempelvis vid mindre sportevenemang. Den nya tekniken möjliggör för SVT att ta emot video och paketera den som en sändning på SVT Play. Därmed kan SVT enkelt och kostnadseffektivt erbjuda publiken ett ökat utbud av framför allt sport.

En kunglig affär med Sverrir Gudnason som Kurt Haijby och Staffan Götheson som Kung Gustaf V. Foto: Johan Paulin/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."

3.10 BEREDSKAP OCH SÄNDNINGSKVALITET

Inledning

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

SVT:s långsiktiga och förebyggande beredskapsarbete har varit avgörande för att kunna leva upp till sändningstillståndets krav under pandemiåren 2020 och 2021.

Precis som under 2020 har SVT fyllt en viktig roll för att förmedla information, nyheter och granskningar om coronapandemin. Under stora delar av året har restriktioner kvarstått, vilket inneburit att behoven av sällskap, kontinuitet och avkoppling har varit stora. SVT har haft dygnet-runt-rapportering och gjort en lång rad extrainsatta program för att möta behoven, vilket beskrivs utförligare i avsnitt 1.4 samt i respektive kapitel. SVT är den källa flest vänder sig till för att få information om pandemin, ett mönster även vid tidigare kriser, som vid skogsbränderna 2018 och efter terrorattacken på Drottninggatan (se avsnitt 2.1).

SVT:s kris- och beredskapsarbete

SVT:s kris- och beredskapsarbete omfattar planering inför fredstida kriser, förhöjd beredskap och ytterst krig. Det kan vara omfattande bränder, långvariga elavbrott, telestörningar, allvarliga it-incidenter, pandemier och terrorattentat. SVT gör risk- och sårbarhetsanalyser för distributionen i broadcast och online samt arbetar löpande med resultaten. I den sekretessbelagda beredskapsplan som SVT varje år lämnar till regeringen och Myndigheten för samhällsskydd och beredskap (MSB) beskrivs kris- och beredskapsarbetet mer utförligt.

För att uppfylla beredskaps- och säkerhetsuppdraget måste SVT kunna motstå olika typer av påfrestningar. SVT hanterar en stor mängd säkerhetsincidenter varje dag över hela Sverige. Incidenterna består exempelvis av förhöjd hotbild i samband med inspelningar nationellt och internationellt, hot och hat mot medarbetare och mot SVT som bolag, angrepp på egendom, intrångsförsök och it-attacker.

Medarbetare i kritiska funktioner är säkerhetsklassade och deltar i en planlagd utbildnings- och övningsverksamhet. Under 2021 har säkerhetsveckor genomförts i Malmö, Göteborg, Umeå och Stockholm för att öka kunskapen hos alla medarbetare. Säkerhetsveckorna har innehållit föreläsningar om hur man ska agera vid allvarliga händelser, verksamhetsskydd (skydd av personal, information, lokaler och utrustning) samt it-säkerhet, hjärt-lungräddning och krisberedskap.

För att upprätthålla hög säkerhet för distribution har SVT sedan 2020 ett nytt avtal med Teracom som ställer upp krav med bibehållen 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 olika sätt. Tekniska lösningar finns för att skapa robusthet och större utsändningssäkerhet.

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 sändas från olika orter, vilket minskar sårbarheten vid påfrestningar som till exempel smittspridning.

Ökad robusthet och redundans online

Vid distribution online kan SVT inte ställa krav 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 nås över internet.

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

Julkalendern: Lucköppningen Markus Granseth i Julköket med gästen Nassim Al Fakir. Foto: Marcus Ljung/SVT

Hanteringen av covid-19

Pandemin har inneburit att SVT under 2020–2021 har testat ett antal beredskapsförmågor i skarpt läge. Den kontinuerliga krisinformationen via nyhetsverksamheten har 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. Det innebär extra säkerhet vid till exempel ett sjukdomsutbrott på en redaktion eller ort. Under större delen av året har SVT, precis som under 2020, isolerat kritiska funktioner i olika arbetslag, separerat redaktioner och flyttat personal från andra verksamheter till nyheterna för att säkra personalförsörjningen. It-säkerheten har höjts kontinuerligt.

Avbrott och VMA

2021 sände SVT:s programkontroll ut totalt 106 638 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.

2021 rapporterade programkontrollen att 55 program (50 år 2020) 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 lämnats vid 32 tillfällen under 2021 (41 tillfällen 2020).

Under 2021 påbörjades arbetet för SVT avseende extra fokus på säkerheten kring höstens val. Ytterligare insatser görs för att utbilda personal inom nyhetsverksamheten i att identifiera och skydda sig mot påverkansförsök och desinformation. Förmågan att hantera hot och hat mot SVT:s personal förstärks. Bolagets it-säkerhet fortsätter att förstärkas. Åtgärder genomförs också för att stärka den fysiska säkerheten i tv-huset i Stockholm.

KAPITEL FYRA

Här finns SVT

SVT:s programutbud görs tillgängligt i en mångfald av kanaler, tjänster och plattformar där publiken finns. Här beskrivs SVT:s tv-kanaler, verksamhet på internet och balansen mellan kärnverksamhet och kompletterande verksamhet.

Korrespondenterna Live Foto: Axel Boberg/SVT.

Här finns SVT

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

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

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

4.1 KANALER

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

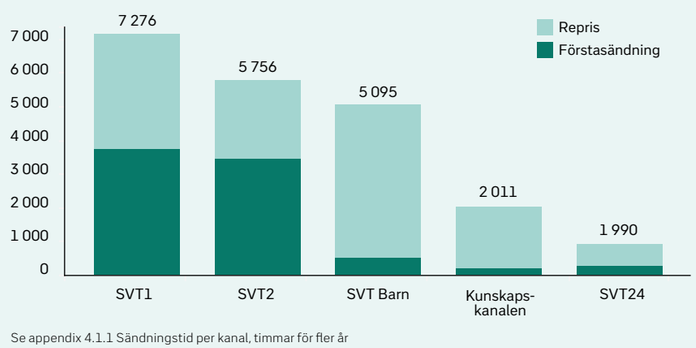
Under 2021 sändes 22 127 timmar i marknätet varav 8 560 timmar var förstasändning. Därutöver sändes lokala nyheter i 21 lokala sändningar. Det lokala utbudet sänds med några få undantag parallellt och varje lokal redaktion sände 152 timmar per vecka. Totalt producerades och sändes under året 3 190 timmar från de lokala redaktionerna. Från SVT:s fyra kanalplatser i marknätet sänds i genomsnitt minst 50 timmar i veckan. SVT sänder också text-tv.

SVT samlar Sverige

SVT1 ska samla Sverige genom populära program i alla genrer. Totalt sändes 7 276 timmar i SVT1 under 2021 (se diagram 4.1.1). Kanalen innehåller en bredd av programgenrer som vänder sig till stora delar av publiken med ambitionen att bidra till 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 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

4.1 Sändningstid per kanal 2021, timmar



Se appendix 4.1.1 Sändningstid per kanal, timmar för fler år

Bonusfamiljen Vera Vitali i rollen som Lisa och Erik Johansson i rollen som Patrik. Foto: Ulrika Malm/SVT.

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."

innehåll och infallsvinklar till nya intressen och till viljan att lära sig mer. På dagtid sänds programmet SVT Forum i SVT2 som möjliggör för tittarna att ta del av sändningar från riksdagen, men även seminarier, debatter och pressträffar inom en bredd av ämnen från hela landet. Totalt sändes 5 756 timmar i SVT2 under 2021.

SVT Barn är Sveriges enda reklamfria kanal för barn i alla åldrar. Den har en omfattande svensk originalproduktion. SVT Barn sänder mellan klockan 05.00 och 20.00. I kanalen erbjuds barnen flera möjligheter att se programmen på olika tider. Här återutsänds också program som tidigare barngenerationer har uppskattat. Utländska program bearbetas för att passa barnen, främst genom dubbning och textning. Under 2021 sände SVT Barn 5 095 timmar (se diagram 4.1) och totalt sändes 5 589 timmar för barn och unga i broadcast och online oavsett kanal (se avsnitt 6.3).

Kunskapskanalen, som drivs i samarbete med UR, har ett särskilt uppdrag att bidra till bildning genom en mångfald av faktaprogram, dokumentärer och utbildningsprogram. Kunskapskanalen sände 2 011 timmar under 2021.

SVT24 delar plats med SVT Barn och återutsänder allmän-tv-program från SVT1 och SVT2. Kanalen används ofta till både parallell- och efterhandssändningar för syn- och teckenspråkstolkning. SVT24 sände 1 990 timmar under 2021.

Hög kvalitet i hd
SVT1 och SVT2 har parallellsänts i hd (high definition) under flera år. Under året har Teracom AB uppdaterat sändningstekniken, vilket gör att kanalerna sedan september enbart sänds i hd i marknätet. Under perioden januari till september pågick parallellsändningar, men de timmarna räknas inte in i sändningsstatistiken.

SVT har i dag inga särskilda sändningar till utlandet förutom program som tillgängliggörs via internet. Eftersom SVT endast tillgängliggör program utomlands som företaget redan har rättigheterna till så tillkommer endast små kostnader (cirka 100 000 kronor) för trafikavgifter vid användning till utlandet. De avtal mellan SVT och Sveriges Utbildningsradio AB som reglerar sändningstid samt överenskommelser om rutiner och kostnader kring sändningarna har fortsatt att gälla under 2021.

4.2 VERKSAMHET PÅ INTERNET

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

Digitaliseringen av mediemarknaden och utvecklingen 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 kom att påskynda digitaliseringen och utvecklingen har fortsatt under 2021. 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 2022 om utvecklingen fortsätter som de senaste åren. I befolkningen under 50 år har en majoritet sin huvudsakliga kontakt med SVT via SVT Play. SVT behöver genom erbjudandet av program och tjänster följa de nya mediebeteendena för att kunna vara relevant för allmänheten.

SVT ges i sändningstillståndet möjlighet till tillgodoräknande 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 en funktionsnedsättning, där möjligheten att tillgodoräkna verksamhet i beställ-tv har funnits sedan tidigare (se avsnitt 6.4), dels i SVT:s sändningar på minoritetsspråk, där företaget från och med 2020 tillgodoräknar sig de unika sändningar som sker på SVT Play (se avsnitt 6.5).

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

SVT:s on demand-utbud, det vill säga det utbud som är tillgängligt på begäran online, distribueras på internet via SVT:s egna webbplatser och applikationer. Det finns 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

Julvärden Tareq Taylor tänder ljuset på julafton. Foto: Shutterstock

och i mediaspelare som Apple TV och Chromecast.

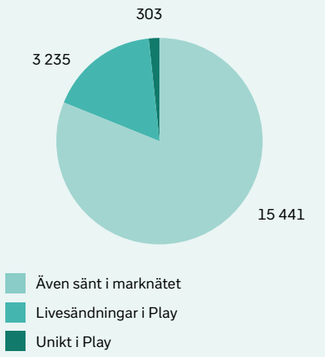
SVT har börjat utveckla former för att kunna redovisa omfattningen av SVT:s verksamhet online. Fokus ligger på det utbud som görs tillgängligt via SVT Play och i det livesända utbud som sänds över internet. Det utbudet omfattar den absoluta merparten av SVT:s verksamhet online.

18 979 timmar på SVT Play
SVT Play ger publiken goda möjligheter att nå SVT:s samlade utbud på en mångfald plattformar och när det passar var och en.

Totalt har SVT tillhandahållit 18 979 timmar på SVT Play under 2021. Huvuddelen av det innehållet bestod av program som också sänts i SVT:s kanaler i marknätet. Därutöver fanns ett antal webbunika program och livesändningar som enbart fanns online. Volymen livesändningar har ökat under 2021, vilket framför allt beror på att sportutbudet, som var frånvarande under 2020, återkom 2021. Under 2021 sändes 3 235 timmar live och ytterligare 303 timmar som unikt innehåll i SVT Play.

SVT har en ambition att nå nya generationer av tittare som framför allt tar del av innehåll online. Det innebär ett utforsk-

4.2 Onlineutbudet 2021
Tillgängligt i Play totalt: 18 979 timmar



Så redovisar SVT programutbudet på SVT Play:
- Publiceringar. SVT räknar förstapubliceringar under året, det vill säga programmet ska ha publicerats på Play första gången år 2021, oberoende av om och när det har sänts 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 sänts 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.

ande i berättarformer som fungerar väl på SVT Play. Det kan till exempel handla om berättande i serieformat på SVT Play inom ramen för granskande journalistik, som sedan paketeras om i ett traditionellt tv-format för sändning linjärt. Det kan också vara versioner av program, där material adderas för att skapa mervärde, eller versioner som kortas för att bli mer lättillgängliga.

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

Samtliga SVT:s kanaler är möjliga att se i SVT Play i webbläsare, mobilappar, Apple TV och Android TV. Utöver parallellsändningarna sänds webbunikt material som ger publiken ett mervärde. Det handlar bland annat om extrasändningar från stora nyhetshändelser och sportsändningar.

Ökad tillgänglighet och tydligare tal

Innehållet i SVT Play ska vara lätt att spela upp, även för personer med någon form av funktionsnedsättning, samt hålla 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 avsnitt 6.4). Också under 2021 har SVT haft ett stort antal extrasändningar i SVT Play för att möta publikens behov under pandemin.

Under 2021 utökades märkningen av tillgänglighetstjänsterna i SVT Play till alla plattformar i syfte att underlätta åtkomst till information och tjänster, till exempel på teckenspråk. Under 2021 vidareutvecklades och automatiserades *Tydligare tal*, en ny funktion för bättre hörbarhet som introducerades 2020. Antalet titlar med Tydligare tal ökade under året (se avsnitt 6.5).

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 2021 har SVT Nyheter fortsatt 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 direktrapportering dygnet runt om coronapandemin och den har pågått varje dag sedan dess. Vid utgången av 2021 hade tjänsten haft drygt 205 miljoner besök. SVT Nyheter når varje vecka i genomsnitt 5,5 miljoner besökare.

Tillgänglighet är en viktig fråga också på SVT Nyheter och en stor del av de korta inslag som publiceras på svt.se textas. Det handlar om inslag producerade av både riks- och lokalredaktionerna och av redaktionerna för sport och kultur. Under 2021 publicerades cirka 1 000 timmar sådana textade inslag. Sedan 1 januari 2021 tillgängliggörs lokala nyhetssändningar på SVT Play genom automatiskt genererad textning (se avsnitt 6.4).

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

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

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

Öppet arkiv

Tjänsten *Öppet arkiv* finns sedan 2020 på SVT Play och är en skattkista fylld med nostalgi, dramaserier och barn- och underhållningsprogram. I Öppet arkiv kan publiken återse hyllade dokumentärer och program inom fakta, nyheter, sport och kultur. Programmen som publiceras utgör ett brett urval från hela SVT:s utbud från starten i slutet av 1950-talet fram till 2000-talets början. 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. I kommentarsfälten finns möjlighet att lämna synpunkter samt möjlighet för SVT att ge svar som kan läsas av många. Dialogen bidrar till en utveckling av SVT:s tjänster och program och utgör grund för ett stort antal nyhetstips. Under 2021 tog SVT emot nära 750 000 kommentarer i sociala medier.

Marknadsföringen fyller en viktig funktion för att få tittare att uppmärksamma, hitta och ta del av SVT:s program och tjänster. Cirka 10 procent av trafiken till SVT Play kommer från sociala medier och nästan 40 procent från sökmotorer. SVT:s plattformar har en stark ställning och marknadsföring i sociala medier är ett värdefullt komplement för att påminna om det rika utbudet.

SVT har en decentraliserad modell för att hantera sociala medier. SVT Nyheter och SVT Sport samt programredaktioner som sänder större delen av året hanterar sina egna sociala medier-konton. En särskild policy klargör att publiceringar ska följa de regler som tillämpas i den ordinarie publicistiska verksamheten samt hur moderering av kommentarer ska ske. Vid sidan om SVT:s egen aktivitet i sociala medier förekommer en betydande vidarespridning av SVT:s artiklar och klipp den vägen.

Sjukt med skådespelaren Carla Sehn som Alice. Foto: Malin Gutke/Nexiko

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).

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."

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."

4.3 MOTTAGNINGSPLATTFORMAR

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 publiken väljer att använda.

Alla SVT-kanaler sänds okrypterade och utan krav på betalning via det digitala marknätet, som täcker 99,8 procent av den fast bosatta befolkningen i landet. Under året har marknätet uppgraderats till ny komprimeringsteknik (MPEG4) och SVT1 HD och SVT2 HD flyttats till den multiplex som har 99,8 procents befolkningstäckning. Kanalerna är även tillgängliga via kabel-tv, satellit, IPTV genom fiber samt det öppna internet.

Egna plattformar prioriteras

Vid distribution på internet prioriterar SVT de egna webbplatserna och applikationerna. Det innebär att SVT fokuserar de tekniska resurserna till att utveckla dessa och göra dem lättillgängliga och användarvänliga. SVT lägger störst kraft på att säkerställa att de egna tjänsterna är robusta och har hög teknisk säkerhet. Det är även på de egna plattformarna som helheten av SVT:s utbud finns.

Andra aktörer kan vidaresända och tillgängliggöra SVT:s innehåll via distributörers och operatörers egna plattformar. SVT:s närvaro i sociala medier syftar till publikdialog och marknadsföring för att få publiken att hitta till SVT:s egna tjänster.

Tydliga riktlinjer för plattformar som inte är SVT:s egna

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

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

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

SVT gör en analys av en plattform utifrån områdena ovan och väger samman dessa till en helhetsbedömning. Den ligger sedan till grund för om och på vilket sätt olika verksamheter inom SVT redaktionellt agerar på en plattform. Bedömningarna görs återkommande eftersom plattformarna är i ständig utveckling och förutsättningarna kan förändras. Under 2021 har SVT arbetat med bedömningar av existerande och nya plattformar. Riktlinjerna är publicerade på SVT:s Om oss-sida (svt.se/omoss) och som bilaga i public service-redovisningen.

Frakt med Alain Azérot i rollen som Sammy. Foto: Jarkko T. Laine/YLE.

4.4 KÄRNVERKSAMHET OCH KOMPLETTERANDE VERKSAMHET

Kärnverksamhet

SVT:s kärnverksamhet är att producera och sända tv-program till allmänheten. Det gäller både de linjära sändningarna i marknätet och det som sänds och tillhandahålls på företagets egna plattformar som finns fritt tillgängliga på öppna delar av internet. Rörlig bild är i fokus för SVT:s verksamhet. Därutöver kan SVT bedriva kompletterande verksamhet. SVT:s kärnverksamhet inkluderar idag all produktion av program 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 sociala medier och appar, som Duo-appen och Mello-appen, och SVT:s receptsajt med recept från programverksamheten. SVT:s tillgänglighetstjänster är också kompletterande verksamhet som ska underlätta för allmänheten att ta del av kärnverksamheten. Produkter som SVT:s tryckta julkalender och allsångshäftet syftar till att förstärka programupplevelsen och marknadsföra programmen.

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 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

På spåret med Marcus Samuelsson och Jason Diakité. Foto: Bo Håkansson, Bilduppdraget/SVT.

och förarbetena till dessa (regeringens proposition 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 tillståndsperioden.

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. SVT tillämpar samma principer för den kompletterande verksamheten som för kärnverksamheten. Det innebär att även i den kompletterande verksamheten följs principer som opartiskhet, saklighet och förbud mot reklam.

Dessutom stödjer SVT:s kompletterande verksamhet kärnverksamheten så att upplevelsen av kärnverksamheten ofta förhöjs snarare än 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 Allsång på Skansen med allsångshäftet.

Den upplevda 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 2 är allmänhetens förtroende och bedömningar av SVT:s värde 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 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.

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

Allmänhetens mediekonsumtion online fortsätter att öka. 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 2021* använder 95 procent av befolkningen internet.[21] Enligt SVT:s egna mätningar använde 67 procent av befolkningen SVT:s onlinetjänster en genomsnittlig vecka 2021.

Andelen av befolkningen som enbart följer SVT via linjära sändningar i broadcast har minskat från 33 procent per vecka 2019 till 18 procent 2021. Andelen som använder både nya och gamla plattformar har under samma period ökat kraftigt från 31 procent till 50 procent. Andelen som endast använder SVT online har ökat varje år och uppgår i dag till 17 procent per vecka. Om SVT inte utvecklar kärnverksamheten online finns mot denna bakgrund risken att allmänhetens bedömning av SVT:s kvalitet skulle påverkas negativt.

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 6.4 och 6.5 tillämpar SVT den möjligheten i begränsad utsträckning. I kapitel 6 framgår även att den mångfald av program som SVT erbjuder i marknätet i huvudsak är densamma 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.

FOTNOT

21 Internetstiftelsen (2021): Svenskarna och internet. www.internetstiftelsen.se

KAPITEL FEM

Ett utbud för alla

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

Babel med programledaren Jessika Gedin. Foto: Jan Danielsson/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."

5.1 DET SAMLANDE UTBUDET

SVT:s uppdrag är att erbjuda ett mångsidigt utbud, alltifrån breda program som tilltalar många till mer särpräglade program som riktar sig mot olika intressen. Svenska språket har en särställning i SVT som är enda tv-bolag i Sverige med ett uttalat uppdrag att erbjuda ett varierat utbud på svenska. Under 2021 var 72 procent av SVT:s totala utbud på svenska.

Program med bredare anslag har ofta möjlighet att samla en större publik och skapar därmed gemensamma upplevelser som 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 alltmer individualiserad.

Under pandemin har SVT arbetat hårt för att bidra till att skapa gemensamma upplevelser när samhörighet över generationer och kulturer på andra sätt uteblivit. Tv:n och SVT har varit ett viktigt sällskap och en central informationskälla för svenska folket under de två år som pandemin pågått.

Flera satsningar som sjösattes under pandemins första år fick fortsatt förtroende. Ett exempel är *Hemmagympa med Sofia* som fortsatte att aktivera publiken. Runt 200 000 personer gympade med Sofia varje vardag. Många såg något från de sex vinter-VM i olika grenar som SVT sände i början på året och under vintersäsongen i sin helhet ökade tittandet på sport med hela 23 procent jämfört med säsongen 2016/2017. Med sommaren kom lättnader i restriktionerna och fotbolls-EM för herrar blev en tv-fest. SVT och TV4 delade på sändningarna, som nådde sju av tio svenskar. Under året utvecklade SVT en rad nya format för de sportintresserade, till exempel *Bäst när det gäller* som lät publiken komma nära de svenska längdskidstjärnorna och *Blågula hjältar* som speglade den rasism och de fördomar som vissa idrottsstjärnor möts av.

Coronapåverkade favoriter

Säsong 13 av *Mästarnas mästare* bjöd i vanlig ordning på dramatik och nostalgi. På grund av coronapandemin spelades programmen in på Bjärehalvön i stället för vid Medelhavet. *Melodifestivalen* skippade turnén och alla programmen sändes från Stockholm utan publik på plats men hemma i tv-soffan såg hela 3,6 miljoner finalen. *Allsång på Skansen* genomfördes med mycket begränsad publik framför Sollidenscenen, men sågs på TV av nästan 1,5 miljoner personer. *Scenen är din* med Benjamin Ingrosso lockade stor publik mitt i sommaren.

Skavlan sista programmet efter 12 år. Fredrik Skavlan firas av Bo Kaspers orkester och Bo Sundström. Foto: Pillan Thelaus.

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

Talkshow och kunskapsprogram samlar

Under hösten tackade *Skavlan* för sig efter 12 år och 300 program. Nyvalda statsministern Magdalena Andersson var gäst i sista programmet. SVT fortsätter att bjuda på aktuell talkshow på fredagarna. Våren 2021 lanserades *Bergfeldt*, med SVT:s tidigare USA-korrespondent Carina Bergfeldt. Programmet blev en publik framgång med som mest nära 2 miljoner tittade i broadcast och online. Talkshowen fortsätter sändas 2022.

SVT:s fakta- och livsstilsprogram engagerar. *Tareq Taylors matresa* och *Husdrömmar* är två program som hittat sin publik, inte minst online. Dokumentären *De utvalda barnen* som skildrade en waldorfskola i Järna inifrån väckte stor uppmärksamhet och debatt. *På spåret*, kronjuvelen i SVT:s folkbildande utbud, fortsätter vara en stor publikfavorit. Finalprogrammet i februari 2021 sågs av drygt 3,5 miljoner tittare.

Högtider samlar

Julen är en tid för gemenskap, firande och traditioner och för många är SVT en viktig del, inte minst som sällskap under helgerna. *Bäst i test julspecial* sågs av nästan 2 miljoner tittare i broadcast och ytterligare nästan 400 000 personer i SVT Play. *Luciamorgon från Tällberg* sågs i tv av cirka 1,3 miljoner. Ytterligare en kvarts miljon såg programmet i SVT Play. Julkalendern *En hederlig jul med familjen Knyckertz* roade både vuxna och barn. Tareq Taylor var årets julvärd. Drygt 7 miljoner personer tittade på SVT någon gång under julafton.

Svenskt drama samlar

SVT:s dramaserier är attraktiva publikval trots den allt tuffare konkurrensen från de globala strömningstjänsterna. Dramaserien *Tunna blå linjen* skildrade polisens vardag och serien sågs av över 2,3 miljoner. Serien prisades som Årets tv-drama och Årets program vid Kristallengalan 2021. Publikfavoriten *Bonusfamiljen* återkom under hösten med en onlinetittning på 800 000 och nära 600 000 i broadcast. Den kompletterades med playprogrammet *Bonussnack*, om livet i en bonusfamilj.

5.2 FOLKBILDNING

SVT:s vision är att bidra till ett Sverige där alla är mer nyfikna och insatta. SVT:s uppdrag att fylla demokratiska, sociala och kulturella behov i samhället och hos individer måste genomsyra en bredd av genrer, former av berättande och ämnen som bidrar till att kittla människors nyfikenhet, öka deras kunskaper och ge nya perspektiv.

Vad som fungerar som bildande eller kunskapsberikande varierar förstås också med vilka som tar del av programmen. Det som är ett kunskapshöjande och stimulerande program för en person kan någon annan avfärda helt. Det folkbildande utbudet rymmer både breda och mer särpräglade programtyper. SVT producerar ett stort antal program med kunskapsrelaterat material. Ämnesområden som religion, historia, natur och kultur återfinns kontinuerligt i SVT:s utbud, både program med långa historiska tidslinjer och program som skildrar vår samtid.

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

Programserier med folkbildningsteman

Under 2021 sändes uppmärksammade dokumentärserien *Metoo – hösten som förändrade Sverige*, om hur sexuella övergrepp och trakasserier genom vittnesmål och upprop kom att synliggöras i samhällets alla delar. Andra dokumentärer gjorde nedslag i historiska skeenden och omvälvande händelser i Sverige, till exempel *Året var 1971*, *Palmemördaren, En film om Skandiamannen* och *IT-bubblan som aldrig sprack*. I slutet av året sändes *Evert! Evert! Evert!,* den senaste i raden av dokumentärer om det svenska kulturlivets giganter. I serien *Kneg* tolkade sex av Sveriges mest profilerade dokumentärfilmare temat arbete. Kategorin *Dox* samlade några av världens mest kritikerrosade och omtalade dokumentärer.

Vetenskapens värld firade 50 år under året och fortsatte sprida aktuell kunskap till en stor publik genom ett brett utbud om forskningens senaste rön. Under 2021 sändes flera specialprogram med anledning av pandemin, exempelvis om fenomenet virusmutationer och om priset för nedstängningar i samhället. De olika perspektiven kring den svenska skogen skildrades i serien *Slaget om skogen*. Under året anlitades vetenskapsredaktionens medarbetare många gånger i nyhetsprogrammen för att kommentera framför allt covid-19, men också frågor som Nobelpriset, energifrågor och slutförvaring av kärnavfall.

Barnprogrammet ***Världens värsta kungar*** med Happy Jankell i rollen som Marie-Antoinette. Foto: SVT.

Kulturområdet är centralt i SVT:s folkbildande verksamhet. Flera programsatsningar tog sikte på många människors stora intresse för historia, exempelvis *Antikrundan, Arvinge okänd* och *Det sitter i väggarna*.

Under 2021 sändes flera andra program av folkbildande karaktär, som *Utrikesbyrån, Ekonomibyrån* och nystartade *Politikbyrån*. Debattprogrammet *Sverige möts* avhandlade aktuella samhällsfrågor som könsdysfori, utsatta områden, kyrkans roll i samhället och rapmusik och kriminalitet. *Agenda* gjorde i samarbete med vetenskapsredaktionen den uppmärksammade och hyllade specialsändningen om klimatutmaningen som följdes av en liknande om gängvåldet (se avsnitt 6.1)

Kulturfrågan Kontrapunkt erbjöd en lättsam och underhållande paketering av de klassiska konstarterna för att inkludera en bredare publik än den som vanligtvis tar del av kulturutbudet.

I *Fråga Lund* svarade några av Sveriges mest kunniga och spännande forskare på frågor om allt mellan himmel och jord med en underhållande och lekfull inramning. I SVT:s frågesporter *Doobidoo, Muren* och *På spåret* testas och förmedlas bildningen hos de tävlande i lekfulla och populära format.

Barn och ungdomsutbud med bildningsambition

SVT:s ambition är att förmedla information och kunskap även i utbudet för barn och unga, gärna på ett underhållande sätt. *Världens värsta kungar* var en infotainmentserie om världshistoriens mest kända och fruktade despoter. Under 2021 satsade *Lilla Aktuellt* utöver den ordinarie nyhetsbevakningen på allmänbildande reportageserier på olika teman i *Vad hände då?* om historiska händelser som tsunamikatastrofen 2004 och kristallnatten 1938. Temasatsningen *Stopp min kropp* från SVT Barn syftade till att lära barn och unga att sätta gränser (se avsnitt 6.3).

Medie- och informationskunnighet centralt för SVT

Medie- och informationskunnighet (MIK) är en naturlig del av SVT:s folkbildningsuppdrag. Inte minst är det högst levande inom nyhetsuppdraget, både för barn och vuxna. Det sker främst genom opartisk och tillförlitlig nyhetsrapportering och granskande journalistik. Under 2021 gjorde SVT dessutom särskilda programsatsningar som bidrog till ökad kunskap inom området. Ett exempel är humoristiska frågesporten *Är du helt hundra?* där kända profiler utmanas i att avgöra vad som är sant och falskt i nyhetsflödet. Serien *Hackad* belyste sårbarhet och säkerhet i våra alltmer digitala liv.

Programledaren Micke Leijnegard och finalmotståndaren Johanna Larsson gratulerar vinnaren i ***Mästarnas Mästare*** André Myhrer. Foto: Janne Danielsson/SVT.

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."

I *Lilla Aktuellt* och *Lilla Aktuellt Skola*, ett samarbete mellan SVT, SR och UR, tas MIK-frågor upp varje vecka. Programmet *Mediasnacket* hanterar tematik som nyhetsvärdering, satir, sociala medier och politiska val. *Bakom kulisserna* beskrev hur olika journalistiska yrkesroller arbetar.

Under 2021 har SVT återupptagit arbetet med *Fria ordets dag* som SVT arrangerar 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 2021 träffade SVT uppskattningsvis närmare 8 000 barn och unga från 250 klasser runt om i landet.

Programmen med folkbildningsinnehåll får kontinuerligt högt betyg av publiken. Enligt den attitydundersökning som SVT gjorde 2021 angav 72 procent att de tycker att SVT har innehåll som ger människor kunskaper och insikter (se kapitel 2).

5.3 PROGRAMKATEGORIER

SVT sände totalt 22 128 timmar 2021. Bredden i utbudet redovisas genom att dela upp programmens timmar i andelar av det totala utbudet. Nedanstående redovisning visar det totala utbudet för vuxna samt barn och unga. Fördelningen illustreras med ett cirkeldiagram (se graf 5.3.1) för att förenkla överblicken av olika kategorier.

Fördelningen mellan olika vuxenkategorier varierar något mellan åren. Det kan exempelvis bero på stora sportevenemang eller händelser i omvärlden. Under 2020 minskade sportutbudet med cirka 600 timmar jämfört med 2019 på grund av inställda sportevenemang som en följd av coronapandemin. Under 2021 ökade sportutbudet och det ligger nu på motsvarande nivå som före pandemin.

Redovisningen inkluderar repriser, som förekommer i mycket begränsad omfattning i nyhetsutbudet men i högre grad inom områden som underhållning, fiktion, vetenskapsfakta och fritidsfakta. I avsnitt 6.3 beskrivs utbudet för barn och unga mer detaljerat.

SVT:s 21 lokala nyhetsredaktioner sände vardera 152 timmar. Det innebär att det producerades och sändes sammanlagt 3 190 timmar lokala nyheter under 2021. (se avsnitt 6.1). SVT erbjuder utöver det redovisade utbudet i broadcast (5.3.1 och 5.3.2) också nyheter online på svt.se.

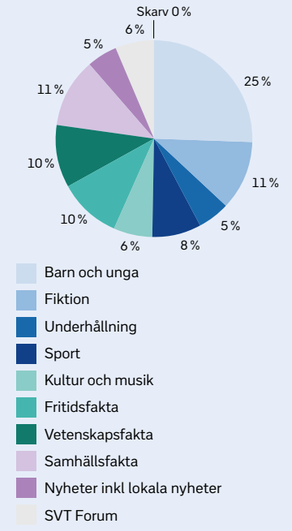
Fortsatt coronapåverkan 2021

Tydlig coronapåverkan, både 2020 och 2021, kan också ses i programkategorierna nyheter och samhällsfakta, som i ett lokalt, nationellt och globalt skarpt nyhetsläge under lång tid har förenat två journalistiska uppdrag. Det har dels handlat om att bidra med viktig samhällsinformation till medborgarna i en krissituation, dels att granska hanteringen av pandemins påverkan på samhället. Särskilt utbudet av samhällsfakta och vetenskapsfakta har fortsatt att öka 2021 jämfört med 2020.

Under 2020 lanserades ett omfattande utbudspaket inom programkategorin kultur och musik. *SVT Scen* visade under året föreställningar från landets många scener, vilket förklarar en uppgång i kultur- och musikkategorin 2020. Satsningen har fortsatt 2021 men med ett något mindre omfattande musikutbud.

Programkategorierna fiktion och underhållning har sjunkit i jämförelse med senaste två åren, vilket i stor utsträckning beror på färre repriser. Barnutbudet har varit relativt stabilt över tid.

5.3.1 Andel av utbudet per programkategori under 2021



5.3.2 Utbud per programkatergori, inkl lokala nyheter

	2019		2020		2021	
Barn och unga	5 450	24 %	5 648	26%	5 589	25%
Fiktion	2 722	12%	2 985	14%	2 428	11%
Underhållning	1 687	8%	1 254	6%	1 175	5%
Sport	1 802	8%	1 199	5%	1 848	8%
Kultur och musik	1 485	7%	1 614	7%	1 423	6%
Fritidsfakta	2 417	11%	2 373	11%	2 285	10%
Vetenskapsfakta	2 051	9%	2 136	10%	2 319	10%
Samhällsfakta	2 215	10%	2 394	11%	2 504	11%
Nyheter inkl lokala nyheter	1 173	5%	1 223	6%	1 209	5%
SVT Forum	1 471	7%	1 260	6%	1 331	6%
Skarv	14	0%	13	0%	17	0%
Total:	**22 487**	**100%**	**22 099**	**100%**	**22 128**	**100%**

Lokala nyheter	2019	2020	2021
Producerade timmar totalt	156	154	152
Sända timmar per redaktion	3 271	3 241	3 190

5.4 SVERIGESPEGLING

Sändningstillståndet och medelsvillkoren anger en bred inriktning på uppdraget att spegla förhållanden och befolkning i hela landet. SVT har valt att samla alla aspekter av spegling, regional och lokal närvaro, jämställdhet och mångfald samt arbetet med dem under paraplybegreppet *Sverigespegling*.

SVT:s företagsstrategi pekar ut två områden som viktiga för sverigespeglingsarbetet. 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 mångfacetterade Sverige (se även avsnitt 6.1).

SVT har definierat följande aspekter av programverksamheten som relevanta för Sverigespeglingsarbetet:

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

Utöver kraven i SVT:s uppdrag ingår det interna organisationsutvecklingsarbetet med likabehandling och inkludering i SVT:s arbete med Sverigespegling.

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

Utökad närvaro i och spegling av hela landet

Ansvaret för Sverigespegling är delegerat inom SVT. Programdirektören och mediedirektören samt divisionscheferna på program- och nyhetssidan ansvarar för att programutbudet svarar mot kraven på ett övergripande plan och program- och redaktionschefer har motsvarande ansvar för utbudet i enskilda program (se avsnitt 4.8).

Ett prioriterat område ur ett speglingsperspektiv under tillståndsperioden är SVT:s närvaro i och förmåga att spegla hela landet. SVT har valt att stärka den journalistiska närvaron i Sverige genom en satsning på fler lokala redaktioner. Detta har skett stegvis. 2015 fanns SVT på 27 orter, 2020 var ambitionen att finnas på 38 orter med målet att på sikt finnas på 40 orter. Under 2021 öppnade SVT redaktioner på ytterligare tre orter och fattade beslut om att höja målsättningen ytterligare. Nu är målet att SVT ska ha redaktioner på 50 platser före utgången av 2023 (se även avsnitt 6.1).

För att komplettera det arbetet och skapa förutsättningar för genomslag i tv-sändningarna har SVT därutöver satt ett mål för den journalistiska bevakningen av Sverige. Under 2020 var målsättningen att varje kommun i Sverige ska synas i SVT:s nyhetssändningar en gång varje år. Inför 2021 skärptes målsättningen ytterligare. Alla kommuner i Sverige ska besökas av reportrar och landets 290 kommuner omnämnas minst tre gånger per år. Under 2021 har samtliga kommuner, med några få undantag, omnämnts tre gånger. Samtliga kommuner har haft besök av en reporter under året.

Under 2021 har SVT tydliggjort hur programverksamheten som helhet ska bedrivas utifrån ett jämställdhets- och mångfaldsperspektiv. Med utgångspunkt i publikens behov har SVT under 2021 arbetat aktivt med att bredda perspektiven både i utbudet och i det interna arbetet med inkludering. För att säkerställa mångsidighet i utvecklingskedjan bjuds externa kreatörer som kan tillföra nya kompetenser in för att utveckla program tillsammans med SVT:s programutvecklare. Ett internt råd inrättas för att säkra förståelse för nya målgrupper vid programbeställning. Dessutom utvecklas nya metoder för medveten reflektion kring jämställdhet, mångfald och inkludering vid programproduktion. Utvecklingen följs upp genom SVT:s årliga publikundersökningar om hur publiken upplever att SVT:s programverksamhet speglar Sverige.

Exempel från verksamheten

SVT:s programverksamhet ska som helhet bedrivas ur bland annat ett mångfaldsperspektiv samt utmärkas av nyskapande form och innehåll. Ett exempel är *Sexy hands*, världens första dejtingprogram på teckenspråk. Teckenspråksprogram visas vanligtvis i SVT2. Sexy hands bröt ny mark genom att sändas på bästa sändningstid i SVT1. Tack vare det, och att programmet funnits tillgängligt på SVT Play, nådde produktionen ut bredare och bidrog till att skapa medvetenhet och kunnande om ett språk som sällan annars syns i stora underhållande studioproduktioner.

SVT Barn fortsätter att arbeta aktivt för att spegla Sveriges barn och lyfta deras berättelser. I *Bolibompaklubben* medverkar varje vecka barn från hela landet digitalt. Det är ett sätt att ha med barn med olika dialekter och bakgrunder i ett återkommande program för yngre barn. Serierna *Strula* och *Jobbigt* riktar sig till unga mellan 10 och 15 år. Programskaparna arbetar aktivt med insikter från målgruppsundersökningar för att vara relevanta. Det har bland annat bidragit till att skådespelarna speglar den synliga bredden av unga som bor i Sverige. Serierna lyfter aktuella teman som jämställdhet, samtycke, rätten till sin egen kropp, funktionsnedsättning och rasism. Båda serierna har lyckats nå en publik som SVT traditionellt sett haft svårt att nå.

SVT:s nyhetsförmedling och samhällsbevakning ska ha olika perspektiv så att händelser speglas utifrån olika utgångspunkter. Som ett verktyg för redaktionell innehållsutveckling genomförde SVT:s lokala nyhetsredaktioner under 2021 omfattande områdesanalyser. Syftet var att fördjupa bilden av olika bevakningsområden och identifiera konkreta idéer på innehåll som är relevant för befolkningen i respektive område. En mängd parametrar studerades, bland annat invånarnas födelseort, sysselsättning, boendeformer, fritidsintressen och utbildning (läs mer i avsnitt 6.1). Områdesanalyserna har även påverkat rekryteringen av reportrar då analysen visat behov av språkkompetens, exempelvis arabiska och dari.

Interna mätningar av jämställdhet i utbudet

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

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 tillgodoser 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 meningsyttringar."

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 närvaro av personer ute i landet med kunskap om och förankring i de olika regionerna."

Metoo – hösten som förändrade Sverige med skådespelaren Sofia Helin. Foto: Brand new content.

De kommer att drunkna i sina mödrars tårar med Rita Lemivaara och Tina Pour Davoy. Foto: Mats Bäcker/Unga Klara AB.

SVT Drama och SVT Dokumentär
SVT Drama har länge fört statistik om andelen kvinnor och män i olika roller i produktionerna, exempelvis huvudrollsinnehavare, huvudförfattare och regi. Statistiken bygger på låga absoluta tal och förändringar mellan år ska därför bedömas med försiktighet. Målet om jämställdhet i produktionen innebär inte ett krav på exakt fördelning utan statistiken används som ett underlag för utveckling och en indikator för att över tid sträva efter jämlika förutsättningar för män och kvinnor att arbeta i branschen.

Fördelningen mellan kvinnor och män i produktioner varierar mellan åren. När det gäller huvudrollsinnehavare i SVT:s dramaproduktioner har fördelningen varit relativt jämn över tid, men 2021 var 15 av 23 huvudrollsinnehavare kvinnor och 8 män. Av 11 huvudförfattare 2021 var 7 kvinnor och 4 män. Av årets 15 huvud- och avsnittsregissörer var 8 män och 7 kvinnor.

Också SVT Dokumentär för statistik över könsfördelning bland huvudpersoner, regissörer och producenter och även här varierar utfallet mellan åren. Målsättningen är en variation på max 60 till 40 procent, vilket har uppnåtts med stabila siffror för de senaste tre åren (2021 kvinnor 53 procent, män 47 procent, 2020 58/42, 2019 47/53). För regissörer och producenter varierar utfallet mer, vilket bland annat beror på låga absoluta tal. 2021 var 40 procent regissörer kvinnor och 60 procent män. Bland producenter var 39 procent kvinnor och 61 procent män. De förhållandevis stabila resultaten i jämn könsfördelning bedöms vara positiva. Eftersom huvudrollsinnehavare ges mer utrymme än övriga medverkande och därmed påverkar vems liv och erfarenheter som skildras i en berättelse är de rollerna särskilt viktiga att följa.

Sport
SVT Sport har sedan 2015 som mål att vara världsledande inom jämställd sportbevakning. Arbetet innebär att mäta utbudet, synliggöra obalanser och aktivt leta efter nyheter om damidrott. Precis som inom andra programområden påverkas sportutbudet av saker utanför SVT:s kontroll, till exempel rättigheter, intervall för mästerskap och som under pandemin då damidrotten drabbades av fler inställda mästerskap och ligor än herridrotten. För att nå målet jämställd bevakning har redaktionen gjort bedömningen att bevakningen ska ligga inom spannet 60–40 procent, vilket har gällt under 2021. Under 2021 var sju av tio mästerskap som SVT Sport sände jämställda. Av nyheter publicerade i Sportnytt, på SVTsport.se och i sociala kanaler utgjorde bevakning av damidrott 43 procent.

Organisation med nya krav på ledarskap

För ett medieföretag i allmänhetens tjänst är det viktigt att människor med olika erfarenheter och kunskaper utvecklar program och produktioner. I syfte att öka kunskapen om mångfaldsfrågor internt har SVT under en tid i samarbete med Nyckeltalsinstitutet kartlagt andelen medarbetare med utländsk bakgrund. Från och med 2021 görs inte längre dessa mätningar, utan SVT arbetar med frågan på andra sätt.

Under året har ett initiativ för att säkerställa att rekryteringar sker med fokus på kompetens och likabehandling påbörjats. Syftet är att upptäcka eventuella brister i de kompetensbaserade rekryteringarna. Analysen ska ligga till grund för åtgärd av eventuella brister.

Ett annat initiativ är genomförandet av en medarbetarundersökning med fokus på personalens upplevelse av inkludering och att deras kompetens och erfarenheter tas till vara. Undersökningen visar bland annat att kvinnor och personer med annat modersmål än svenska upplever sig vara inkluderade i mindre utsträckning än andra. Under 2021 arbetade interna arbetsgrupper med att ta fram åtgärdsförslag utifrån resultaten.

Coronapandemin har ställt helt nya krav på ledarskapet. SVT står inför ett hybridarbetsliv där självledarskap, förmåga att leda digitalt, ständigt lära nytt, samarbeta och ha ett inkluderande ledarskap är avgörande. För att möta behoven genomfördes under året en pilot av en ledarutbildning med fokus på lärande och inkludering. Utvärderingen visade goda resultat och ledarutbildningen ska de kommande åren erbjudas ledare inom hela företaget.

Den 31 december 2021 var 50 procent kvinnor och 50 procent män av alla tillsvidareanställda på SVT. Målet är att könssammansättningen inom varje yrkesområde ska vara jämn, uttryckt som en fördelning på minst 60–40. Under 2021 har målnivån nåtts för 8 av de största grupperna (10 under 2020). Exempel på yrkesgrupper med jämn könsfördelning är reporter, redaktör, projektledare, gruppchef och programledare för nyheter. 57 procent av SVT:s chefer var kvinnor och 43 procent män. Mätningarna används som underlag för fortsatt arbete för en jämn könsfördelning på SVT.

Publikens uppfattning om programmen ur ett speglingsperspektiv

För SVT är det viktigt att förstå publikens behov och förutsättningar och ta del av tankar kring programutbudet. I SVT:s årliga publikundersökningar ställs ett antal frågor om hur publiken upplever att SVT:s programverksamhet speglar Sverige. Exakta mål formuleras inte utan utfallet utgör kontrollmått som används som ett av flera underlag för arbetet med Sverigespegling. I tabell 5.4 redovisas andelen av befolkningen som svarar ”Mycket bra” eller ”Ganska bra” på fem olika frågor under 2019–2021.

För tre av fem frågor har det skett en positiv utveckling i publikens bedömning mellan 2019 och 2021. Ökningen var som störst mellan 2019 och 2020, men också under 2021 har andelen av publiken som instämmer i påståendena om SVT:s programutbud kopplat till olika aspekter på Sverigespegling varit högre än 2019.

5.4 Publikfrågor om Sverigespegling

	2019	2020	2021
Ha nyheter, innehåll och medverkande från alla delar av landet	63	70	70
Ha en jämställd fördelning mellan kvinnor och män	62	66	64
Spegla mångfalden av människor i det svenska samhället	61	59	58
Ge utrymme för många olika åsikter och perspektiv	56	59	56
Spegla åsikter och perspektiv som du känner igen dig i	51	56	54

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

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

5.5 55-PROCENTSMÅLET

Andelen allmänproduktion i SVT:s sändningar som produceras utanför Stockholm var 61 procent under 2021.

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 till att olika perspektiv och skeenden synliggörs i utbudet. Programproduktionen är främst förlagd till Malmö, Göteborg, Stockholm och Umeå. Program produceras även i Kiruna, Luleå och Falun. Dokumentärproduktion sker i så gott som hela landet.

I begreppet allmänproduktion ingår programkategorierna fiktion, underhållning, kultur och musik, fritidsfakta, vetenskapsfakta, samhällsfakta, nyhetsmagasin riktade till barn och ungdom, sportdokumentärer och korta pausprogram. Eftersom kravet tar sikte på produktion och inte sändning av program omfattar kvoten de förstagångssända programmen. SVT och SR har olika definitioner av 55-procentskravet eftersom verksamheterna skiljer sig åt både produktionsmässigt och planeringsmässigt. Även styrningen av programproduktionen skiljer sig åt mellan bolagen.

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

Det är också programchefen som har ansvar för programmens utformning vad gäller exempelvis gäster, inspelningsplatser och medverkande. Den lokala programchefen har därmed ett avgörande inflytande på utformningen av program.

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

Ur den samiska serien ***Kebnekaise – åtta årstider*** Foto: Peter Lindgren/SVT.

KAPITEL SEX

Särskilda uppdrag och målgrupper

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

Ur den samiska serien ***Kebnekaise – åtta årstider*** föreståndare för Kebnekaise fjällstation Marit Saari. Foto: Peter Lindgren/SVT.

Särskilda uppdrag och målgrupper

SÄNDNINGSTILLSTÅND 8 §
"Nyhetsverksamheten i SVT ska bedrivas så att en mångfald i nyhetsurval, analyser och kommentarer kommer till uttryck i olika program."
"SVT ska meddela nyheter, stimulera till debatt, kommentera och belysa händelser och skeenden och därvid ge den allsidiga information som medborgarna behöver för att vara orienterade och ta ställning i samhälls- och kulturfrågor."
"SVT ska granska myndigheter, organisationer och företag som har inflytande på beslut som rör medborgarna. "
"SVT ska sända regionala nyhetsprogram."
"Nyhetsförmedling och samhällsbevakning ska ha olika perspektiv, så att händelser speglas utifrån olika geografiska, sociala och andra utgångspunkter. Den journalistiska bevakningen av svagt bevakade områden ska stärkas under tillståndsperioden."

MEDELSVILLKOR 16
"SVT:s nyhetsverksamhet ska bedrivas så att de olika självständiga nyhetsredaktionerna inom företaget oberoende av varandra kan fatta beslut med skilda perspektiv."

6.1 NYHETER OCH SAMHÄLLSBEVAKNING

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

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

Verksamhetens omfattning

SVT sände 2021 sammanlagt 3 559 timmar nyheter och samhällsfakta. Det utgjorde drygt 21 procent av SVT:s samlade programutbud för vuxna. Till det kommer SVT:s lokala nyhetssändningar som sänds dagligen i 21 olika editioner. Varje lokal redaktion sände 152 timmar 2021. Totalt producerades och sändes sammanlagt 3 190 timmar lokal journalistik under året.

Berättelser om Sverige

Alla som bor i Sverige ska känna att den egna verkligheten tas upp i nyheterna. Under 2021 har pandemin fortsatt att påverka berättelsen om Sverige. SVT har stått för en omfattande löpande nyhetsrapportering och uppföljande granskningar om hur myndigheter och andra hanterat pandemin och dess konsekvenser. Klimat och gängkriminalitet är andra ämnen som präglat året vid sidan av dramatiken i inrikespolitiken, med både regeringskris och statsministeromröstning.

Lokala nyheter

SVT:s lokala nyheter har som mål att publicera nyheter från varje kommun minst tre gånger per år, och varje kommun ska besökas av en reporter minst en gång per år. Under 2021 har samtliga kommuner, med några få undantag, omnämnts tre gånger. Samtliga kommuner har haft besök av en reporter under 2021.

Under året utökades SVT:s närvaro i landet ytterligare. Tre nya lokala redaktioner öppnades, i Lund, Fagersta och Flemingsberg. I dag finns SVT på 43 orter (se avsnitt 3.6). I januari 2022 öppnas en redaktion i Sveg och ytterligare fyra redaktioner startas under 2022. Utbyggnaden av lokala nyheter utgår från följande kriterier:

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

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

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

Etableringen på nya orter följs noggrant. När en redaktion öppnar ökar rapporteringen av händelsenyheter stort initialt. Men eftersom SVT har som mål att bidra till ökad granskning och ge fler perspektiv avtar den effekten med tiden, då resurserna styrs mot mer kvalificerad bevakning.

Omfattande analysarbete

SVT har under 2021 genomfört områdesanalyser för att fördjupa bilden av olika bevakningsområden. En mängd parametrar har studerats, till exempel utbildningsnivå, yrke, fritidsintressen och födelseort. Kunskaperna har bland annat lett fram till flera konkreta idéer för rapportering. Ett exempel är intresset för A-traktorer som ökat stort de senaste åren. Flera lokala SVT-redaktioner publicerade under året nyheter om A-traktor-boomen, något som både SVT:s riksnyheter och flera lokaltidningar sedan plockade upp. Ett annat exempel på journalistik sprungen ur områdesanalyserna var en granskning av migrationsverkets långa handläggningstider för ansökningar av medborgarskap. I många fall dröjer besked betydligt längre än vad lagen föreskriver. Områdesanalyserna kommer att uppdateras årligen för att vara ett relevant verktyg för stärkt bevakning av områden och ämnen.

Flexibla satsningar för bättre bevakning

SVT förstärker även bevakningen av Sverige genom flexibla lösningar. Med extra tillskott av resurser kan lokala redaktioner göra tillfälliga publicistiska satsningar som utgår från en geografisk plats eller ett visst ämne. Under 2021 gjordes sju sådana satsningar. Exempelvis fick SVT Nyheter i Gävle förstärkning för att bevaka glesbygden i Gävleborgs och Jämtlands län.

Reportrarna Omar Daham och Michelle Derblom Jobe utanför den nyöppnade lokalredaktionen i Flemingsberg.

Tillsammans med SVT:s datajournalister kunde redaktionen bland annat visa hur flyttströmmarna gått det senaste 20 åren och konstatera att det nu är fler som flyttar till Gävleborg än från. Ett annat exempel är SVT Nyheter Östs arbete för att stärka bevakningen av de socioekonomiska utsatta områdena Skäggetorp, Ryd och Berga i Linköping. Under året drabbades Linköping av flera skjutningar, några med dödlig utgång. Flera publiceringar som gjordes i samband med dessa kunde berikas av den kunskap och de kontakter redaktionen fått i projektet.

Målsättningen är att göra tio tillfälliga satsningar per år i syfte att stärka bevakningen av områden eller ämnen som annars riskerar att hamna i medieskugga.

Riksnyheter

SVT sänder nyheter från tidig morgon till sen kväll. *Morgonstudion*, *Rapport* och *Aktuellt* kompletteras vid nyhetslägen av *SVT Direkt* och nyheterna uppdateras hela tiden i appen *SVT Nyheter. Sverige idag* samlar varje vardag lokalt material i en nationell nyhetssändning. Utbudet möjliggör bredd och djup i bevakning och i val av perspektiv. SVT:s ambition är att ha en hög andel lokalt material i det nationella nyhetsutbudet. Under 2021 utgjorde det lokala materialet 30–40 procent av nyheterna på SVT.se. Att en dryg tredjedel av materialet utgörs av lokalt material kan ses som en hög nivå. Målet att Rapport varje dag ska innehålla minst två lokala inslag nåddes 2021.

Sedan 2020 finns som stöd för arbetet med en relevant Sverigeberättelse fyra Sverigereportrar inriktade på att stärka bevakningen av hela landet och lyfta lokala perspektiv i riksbevakningen. Ett sådant exempel är SVT:s rapportering om Trafikverkets förslag att sänka hastigheten på E14 mellan Sundsvall och norska gränsen, något som väckte starka känslor. Sverigereportrarna har också bidragit till riksnyheternas satsning på stärkt klimatbevakning. Satsningen har bland annat omfattat ett nyhetsbrev som samlat allt SVT-utbud kring klimatet varje vecka, en interaktiv sida på SVT.se som visualiserar klimatförändringarnas effekter och en granskning av svenska kommuners brister i klimatanpassning.

30 minuter där programledaren Anders Holmberg intervjuar socialminister Lena Hallengren (S). Foto: Moa Golster/SVT.

Nyheternas samlande kraft

SVT:s nyheter spelar en central roll i tider av kris. Publikens informationsbehov kring pandemin har varit fortsatt mycket högt under året. SVT har hållit i och utvecklat direktrapporteringen om pandemin i nyhetstjänsten SVT Nyheter. Publiken har fått svar på sina frågor om smittan dygnet runt, oavbrutet under hela året. Under 2021 har direktrapporteringen haft drygt 78 miljoner besök. Sedan starten i februari 2020 handlar det om 205 miljoner besök. SVT Nyheter har fortsatt göra visualiseringar av pandemins olika aspekter. Vaccinationstakten globalt är ett exempel, med nära tio miljoner besök. I samband med sommarens regeringskris och höstens fortsatta politiska turbulens blev SVT:s samlande roll återigen tydlig. Genom direktsändningar från presskonferenser och fördjupning i nyhetsprogrammen med initierade analyser och kommentarer gav SVT publiken möjlighet att följa och förstå det politiska spelet från första parkett.

Ur sportdokumentären ***Blågula hjältar*** Alhaji Jeng och ishockeyspelaren Johnny Oduya. Foto: Filmridning .

Journalistik som gör skillnad

Riksnyheterna har gjort en rad viktiga publiceringar under 2021. Vid sidan av granskningen av pandemin har redaktionen också gått på djupet kring gängkriminaliteten och skjutningarna. Dokumentären *Våra barn dör* gav en unik röst åt de som lever med det dödliga våldet alldeles nära och som tidigare inte hörts. Flera granskningar har gjorts av situationen på HVB-hem, där samhällets allra mest utsatta bor. En av de granskningarna belönades med Guldspaden, mediebranschens finaste pris för granskande journalistik. Uppdrag granskning gjorde under 2021 flera granskningar där man lyckats nå nya tittargrupper som historiskt sätt inte sökt sig till granskande journalistik, bland annat genom en serie om Försäkringskassans bedömningar. Satsningen föddes ur en efterlysning på sociala medier där tittarna bjöds in att dela med sig av sina erfarenheter. Ett annat exempel är samarbetet mellan Uppdrag granskning och SVT Sport som resulterade i dokumentärserien *Idrottens gränsland.* Serien, som undersökte gränsen mellan fusk och tillåtna träningsmetoder, sändes i anslutning till sommar-OS.

Nya grepp i SVT:s samhällsutbud

Vid sidan av det nyhetsbevakande och granskande uppdraget ska SVT:s utbud vara nyskapande, stimulera till debatt och ge fler perspektiv på skeenden och händelser. Att utforska berättarformer för att locka nya grupper att ta del av samhällsutbudet är en viktig ambition.

Vetenskapsredaktionen och Agendaredaktionen lanserade 2021 *Utmaningen*, ett nytt koncept för utfrågningar. Forskare och politiker gavs utrymme att gå till botten i en aktuell samhällsfråga, där vetenskapliga fakta och partiernas lösningar stod i fokus. Konceptet hyllades av både publik och kritiker. Hösten 2021 användes formatet framgångsrikt för att ge djup och kunskap kring klimatet och gängkriminaliteten. Intervjuprogrammet *30 minuter*, där makthavare frågas ut kring aktuella frågor, har etablerat sig som en viktig arena för det politiska samtalet i Sverige. *Politikbyrån*, som lanserades under våren 2021, blev också snabbt ett uppskattat komplement till SVT:s övriga politikbevakning genom oväntade och intresseväckande vinklar. Programmet kommer att vara en viktig del av SVT:s valbevakning 2022.

Hösten 2021 sändes dokumentärserien *En kropp till salu*, om prostitution och människohandel. Serien byggde på verkliga åtal och skådespelare gestaltade de utsatta kvinnornas berättelser. Rasism och fördomar var temat för SVT Sports serie *Blågula hjältar* där svenska landslagsstjärnor i samtal med friidrottsexperten Alhadji Jeng beskrev hur det påverkat deras idrottande och stolthet att tävla för Sverige. Serien fick stor uppmärksamhet både inom och utanför Sveriges gränser. Under året sändes dessutom ett antal program som belyste metoo-rörelsen ur olika perspektiv.

SÄNDNINGSTILLSTÅND 9 §
"SVT ska erbjuda ett mångsidigt kulturutbud som ska fördjupas, utvecklas och vidgas under tillståndsperioden."
"SVT ska bevaka, spegla och kritiskt granska händelser på kulturlivets olika områden i Sverige och i andra länder."
"SVT ska göra föreställningar, konserter och andra kulturhändelser tillgängliga för hela publiken genom samarbeten med kulturinstitutioner samt fria kulturproducenter på skilda kulturområden i hela Sverige."
"SVT ska spegla de många olika kulturer och kulturyttringar som finns i Sverige."
"Program om och från de nordiska grannländerna ska sändas i syfte att stärka den nordiska kulturgemenskapen."
"SVT ska bidra till utvecklingen av svensk filmproduktion."

MEDELSVILLKOR 22
"SVT ska redovisa omfattningen av och formerna för företagets engagemang för utvecklingen av svensk filmproduktion. SVT ska även återkommande redogöra för filmbranschen i vilken utsträckning företaget avser att satsa på svensk filmproduktion."

Berättelser om världen

När USA lämnade Afghanistan i början av hösten var SVT på plats. Under några dramatiska dagar skildrade SVT:s team talibanernas maktövertagande och människors desperata kamp att få plats på något av de evakueringsflyg som lyfte från flygplatsen i Kabul. Detta var en av många nyhetshändelser som bevakades på nära håll av SVT:s 13 korrespondenter.

Pandemin fortsatte att sätta käppar i hjulen också för utrikesverksamheten under 2021, med reserestriktioner, nedstängningar och återkommande coronatester. SVT försökte upprätthålla korrespondentnätet så långt möjligt och kunde på nära håll bevaka såväl efterdyningarna av det amerikanska valet som genomförandet av Brexit. Det tyska valet och de återkommande spänningarna mellan öst och väst inom EU var andra ämnen som bevakades ingående av SVT:s utrikesredaktion under 2021.

Sedan 2020 har SVT även haft två ämneskorrespondenter, med uppdrag att fördjupa bevakningen av aktuella ämnen. 2021 var fokus techindustrin och klimatfrågorna. Till exempel kunde SVT med hjälp av klimatkorrespondenten stärka bevakningen inför under och efter det stora klimattoppmötet som hölls i Glasgow i början på november. Med hjälp av övriga korrespondenter och den samlade nyhetsredaktionen från norr till söder bevakades klimatförändringarna globalt och kopplades till utvecklingen i Sverige.

SVT:s ambition att bidra till ökad förståelse för komplexa omvärldshändelser och hur de påverkar det svenska samhället är en viktig utgångspunkt för programmet *Utrikesbyrån*. Det lanserades under 2020 och hanterade under 2021 ämnen som sport och politik inför fotbolls-VM i Qatar 2022, abortkampen i Nordamerika och vår tids digitala pirater som tar kommuner, företag och privatpersoner som gisslan. Dokumentärserien *I skuggan av el Chapo* gav en unik inblick i knarkets väg från de colombianska kokaodlarna, via mexikanska karteller och langare till nattlivet i Stockholms innerstad. Serien gjordes av SVT:s Uppdrag granskning och SVT:s korrespondent i Latinamerika med hjälp av lokala journalister i Mexiko och Colombia.

6.2 KULTURUPPDRAGET

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

Under 2021 har den svenska kulturscenen fortsatt påverkats starkt av pandemin. SVT har gjort sitt yttersta för att erbjuda publiken kulturupplevelser hemma i tv-soffan. SVT fortsätter satsningen på nordiskt utbyte och på svensk långfilm.

Totalt sände SVT under året 1 423 timmar kultur och musik, vilket var något lägre än 2020, men i nivå med 2019.

Kulturnyheterna bevakar och granskar – dygnet runt

Daglig kulturbevakning och granskning hanteras av *Kulturnyheterna* som är en del av SVT:s nyhetsverksamhet, med sändningar från tidig morgon till sen kväll och dygnet runt i appen *SVT Nyheter*. Under 2021 har *Kulturnyheterna* bevakat stora kulturhändelser, men pandemin och dess effekter på kulturlivet har också tagit stor plats i bevakningen. Andra teman var gansterrap, trenden med remakes och återföreningar och pressetiska problem med att fritt fiktionalisera verkligheten.

SVT har också veckoprogram med uppgift att bevaka kulturen och spegla vår samtid. *Cyklopernas land* som lanserades hösten 2021 vänder sig till en yngre kultur- och samtidsintresserad publik. *Sverige!* speglar det aktuella kulturlivet i hela Sverige genom reportage och intervjuer. *Babel* fortsätter att bevaka litteratursverige och ge publiken lästips via aktuella författare.

Snöänglar med Josefin Asplund i rollen som Jenni. Foto: Stina Stjernkvist/SVT.

Scenkonst

Våren 2020 lanserades *SVT Scen* för att möta kultursektorns nedstängning till följd av pandemin. SVT Scen är nu en etablerad plats på SVT Play där teater, opera, dans och konserter samlas, tillgängligt dygnet runt för alla.

Under våren 2021 satsade SVT på *Hemmakultur*. Svenska kreatörer skapade nya verk av konst, poesi och dans i kortformat och levererade kultur i världsklass till publiken när kulturinstitutioner och scener var stängda. Satsningen är ett exempel på de många samarbeten SVT gjorde 2021 med kulturinstitutioner och fria kreatörer. I *Kulturstudion* presenteras många liknande samarbeten:

På grund av restriktioner hade få möjligheter att se Moderna Museets storsatsning på Giacometti-utställningen Face to face. SVT tog initiativ till ett samarbete där två unga dansare bjöds in för att dansa och inspirera bland de ikoniska skulpturerna. Resultatet blev dansfilmen *Moving Giacometti*.

Opera som konstform har varit extra utsatt under pandemin. SVT gjorde i samarbete med Sveriges Radios symfoniorkester och Drottningholms slottsteater en omfattande operaproduktion, *Mozartopera på Drottningholm* och nyinspelningar av flera operaföreställningar, som *Dido och Aeneas* på Confidencen och Verdis *Don Carlos* på Folkoperan. 100-årsminnet av operasopranen Christina Nilsson uppmärksammades genom en hyllningskonsert inspelad på Konserthuset i Stockholm med Kungliga filharmonikerna.

SVT fortsatte också producera runt om i landet, exempelvis Regionteater Västs föreställning för unga vuxna *Peter och Janne gör slut*.

Musiken tar plats i SVT

Musikhjälpen, ett samarbete mellan SVT och SR, direktsändes i 144 timmar från Gamla Torget i Norrköping. Årets tema var ”för en värld utan barnarbete”. Under våren sändes en konsert med Zara Larsson och Sveriges Radios symfoniorkester inspelad i Berwaldhallen och strax före jul en minneskonsert för Mikis Theodorakis med den grekisk-svenska folkmusikgruppen Taximi, inspelad i Eric Ericsson-hallen i Stockholm. SVT sände även konserten *Together for a better day* från Avicii Arena i Stockholm för att uppmärksamma psykisk ohälsa bland unga.

Musiken är också viktig i samband med årets högtider. Lunds studentsångare sjöng traditionsenligt in våren och SVT bjöd på midsommarkonsert från Nääs i Västergötland. Med *Luciamorgon från Tällberg* spreds ljus i decembermörkret och *Tolvslaget på Skansen* satte musikalisk punkt för 2021.

Dokumentärer och programserier

Ett sätt att vidga kulturutbudet och göra det tillgängligt för fler är via dokumentärt berättande, som är mycket uppskattat av publiken.

Varje vecka sänds kvalitetsdokumentärer inom ramen för *K Special*. Exempel från 2021 är *Yung Lean: In my head*, en berättelse om berömmelse, droger och psykisk ohälsa, *Shut up, Sona!* om den frispråkiga megastjärnan Sona Mohapatra som står upp mot musikindustrins strukturer och *Funkiskoden* som gör upp med schablonmässiga skildringar av människor med funktionsvariationer.

Exempel på musikdokumentärer under 2021 är *Griståget*, som skildrade historien om Errol Norstedts och Micke Dubois alteregon Eddie Meduza och Svullo, filmen *Broder Daniel Forever* och dokumentären *Vi är barn av vår tid – en film om Nationalteatern*.

SVT:s utbudspaket *Edit* bjuder en yngre kulturintresserad publik på aktuellt innehåll. Programmen rör sig i gränslandet mellan populärkultur och samtidsfrågor och vidgar det traditionella kulturbegreppet. Här behandlades fenomen som den digitala plattformen Onlyfans som sägs bidra till en normalisering av porr, eller hur man skapar ett meme som får internationellt genomslag.

Hösten 2021 sändes *Den svenska hiphopens pionjärer,* en dokumentärserie i fyra delar om genrens utveckling från 1980-talet och framåt. Dokumentärserien *Det svenska spelundret* fokuserade på svensk innovation och ungdomskultur och i *Designhistorier* mötte dåtidens svenska formgivare nutidens utövare. Året avlutades med dokumentärsatsningen *Evert!, Evert!, Evert!* om nationalskalden Evert Taubes liv och kändisskap.

Under året gjordes också satsningar på nya ämnen. *Dreja, en kärlekshistoria* var en berättelse i sex avsnitt om passion och hantverk som bjöd in tittare att utforska vad som är så lockande med lera. *Under nålen,* ett samarbete med produktionsbolaget Nexiko, handlade om konsten att tatuera och om tatueringar som konst. I realityserien *Hjälp jag ska gå på opera* bjöd operasångaren Rickard Söderberg in kända svenskar till Operan. Syftet var att sprida konstformen till en ny publik genom moderna berättargrepp.

Två programserier fick förnyat förtroende under 2021: *Helt lyriskt* där namnkunniga artister tolkar svenska poeters mästerverk och *Mästaren*, en porträttserie av våra största kulturpersonligheter.

Drama

Konkurrensen på den svenska och nordiska strömningsmarknaden är hård (se avsnitt 1.3). Med fler tjänster och större utbud blir det allt viktigare för SVT att ha en repertoar av unika högkvalitativa serier som engagerar den svenska publiken. SVT Dramas ambition är att gestalta den ständigt pågående berättelsen om Sverige. SVT arbetar fokuserat med att värna samarbetet med de bästa manusförfattarna, regissörerna och producenterna i den nya konkurrensen, och kraft läggs på talangutveckling av ”nya röster”. Under året arrangerade SVT en introduktionskurs i manusskrivande för tv-drama för unga författare. SVT bjöd också in manusförfattare, producenter, regissörer och klippare till en unik masterclass med den israeliske manusförfattaren och regissören Hagai Levi.

SVT:s dramaserier samproduceras med externa produktionsbolag och SVT har under pandemin gjort stora ansträngningar för att vara en stark samarbetspartner och ett stöd för branschen. SVT Drama tog under 2021 emot 77 unika ”pitchar” från bolag och manusförfattare, 202 projekt registrerades i avdelningens ”intake”, och i slutet av året fanns cirka 50 dramaserieprojekt i aktiv utveckling. Under 2021 omfattade SVT:s repertoar sex dramaserier.

Först ut 2021 var *Tunna blå linjen* som fick ett fantastiskt mottagande av publiken och utsågs till Bästa nordiska tv-serie vid Aarhus International Series Festival. Inspelning av säsong två har inletts. *Snöänglar* var en dramathriller på temat föräldraskap. Serien samproducerades med DR och utsågs till bästa internationella serie vid Geneva International Film Festival. *Sjukt* var årets talangsatsning och har beskrivits som ”den roligaste serien som någonsin kommer göras om livmoderscancer”. Hösten inleddes med serien *Deg* som ställde frågan: Vad skulle du göra om du i ett desperat läge hittade en väska med 47 miljoner kronor i skogen? I november hade fjärde säsongen av *Bonusfamiljen* premiär. Året avslutades med julspecialen *En kunglig affär* om relationen mellan Kurt Haijby och Gustav V och den rättsskandal som följde.

Långfilm

SVT har i uppdrag att bidra till utvecklingen av svensk filmproduktion. Under perioden 2020–2022 investerar SVT 300 miljoner kronor i svensk film och i utveckling av nya talanger.

SVT söker ett brett och varierat utbud till hela publiken, med en blandning av filmer för en riktigt stor publik, barn- och familjefilm och mer utmanande film för cineasterna. En ambition är att identifiera starka originalberättelser i en bransch som lutar sig allt tyngre på kända varumärken. Under året har SVT ingått

Luciamorgon från Tällberg. Elever vid Musikkonservatoriet i Falun samt en barnkör från Kulturskolan bjuder på luciatåg och körsång. Foto: Hilla Aspman/Warner.

Ur dokumentären ***Alltid Amber*** med Amber 17 år och bästa vännen Sebastian är två unga queer-personer som delar en värld där de kan undkomma omvärldens trångsynthet. Foto: Lia Hietala.

Axel Adelöw i rollen som Ture i julkalendern ***En hederlig jul med Knyckertz.*** Foto Olof Johnson United Stories.

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."

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

avtal om samproduktion och förköp av visningsrätt för svensk lång spelfilm för drygt 60 miljoner kronor. Av de totalt 21 filmerna är sex utländska produktioner med svensk samproducent och tre är en del av talangprojektet Moving Sweden.

Bland beslutade samproduktioner återfinns *Bränn alla mina brev* (regi Björn Runge), *UFO Sweden* (Crazy Pictures) och *Kyssen* (regi Emma Bucht). Dessutom finns två produktioner för barnpubliken: *Bamse och vulkanön* (Nordisk Film) och *Nelly Rapp – Svartskogens hemlighet* (SF Studios). Under året sändes en rad spelfilmer som SVT samproducerat eller förköpt visningsrätt till, bland dem *Spring Uje spring*, *Min pappa Marianne*, *Charter* och *The Square*.

SVT samarbetar med Svenska Filminstitutet

SVT är part i Moving Sweden, ett samarbete med Svenska Filminstitutet med syfte att stötta upphovspersoner i början av sin filmkarriär. Filmer som får produktionsstöd får distribution via visningsrättsavtal med SVT och satsningen innehåller stöd i form av coachning och nätverkande. 2021 hade en långfilm ur satsningen biografpremiär, *Knackningar* (regi: Frida Kempff). En rad filmer visades på SVT: *Andra sidan* (Tord Danielsson och Oskar Mellander), *Snälla kriminella* (Sarah Young) och *Inland* (Jon Blåhed).

Nordiska utbyten och nordiskt drama

Inom ramen för Nordvision, ett samarbete mellan de nordiska public service-bolagen, delas och samproduceras sedan många år program. Under 2021 utväxlades 4 165 programepisoder, varav 2 469 var samproduktioner. Antalet utväxlade episoder är i nivå med 2019, men något lägre än 2020. Däremot har antalet samproduktioner ökat.

Det nordiska samarbetet innehöll också nya säsonger av välkända format som danska *Hundra procent bonde*, norska *Där ingen skulle tro att någon kunde bo* och finlandssvenska livsstilsmagasinet *Strömsö*. I genren natur- och vildmarks-tv sändes nya säsonger av *Jens i vildmarken*, *Lars Monsen på villovägar* och *Lars Monsen och hundarna*.

Inom kulturgenren handlade det framför allt om musik. SVT sände flera konserter med norska radioorkestern Kringkastingsorkestret, bland annat en nationaldagskonsert med Sissel Kyrkjebø. Även andra musikgenrer har synts i SVT: hårdrock från Färöarna (*Tyr: Metal från Färöarna*), isländsk fusionjazz (*Sagan om mezzoforte*) och norsk black metal (*Helvete – historien om norsk black metal*).

För att säkerställa att lokalt drama förblir ett starkt kännetecken för de nordiska public servicebolagen i den moderna strömningsvärlden satsar Nordvision sedan 2019 på att öka volymen av drama och säkra längre rättigheter. Projektet *Nordic 12* innebär att de nordiska public service-bolagen delar tre titlar per år med varandra. Under 2021 har nordiska serier funnits på Play, men också linjärt. Exempel på titlar är *Av hela mitt hjärta* (Yle), *Exit 2* (NRK), *Gullregn* (RÚV), *Frakt* (Yle), *Jordbrukarna* (NRK), *Kvinnor och cava* (NRK), *Var ligger Lökken?* (DR) och *Atlantic Crossing* (NRK).

6.3 BARN OCH UNGA

Genom ett varierat utbud för barn och unga vill SVT väcka nyfikenhet och bidra till nya insikter och kunskaper. Utbudet är ett långsiktigt löfte till Sveriges alla barn, unga och deras familjer. SVT ska enligt sändningstillståndet ha en omfattande nyproduktion och egen produktion av program i olika genrer för barn och unga. För SVT innebär det en ambition att fortsatt erbjuda 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.

I SVT:s verksamhet definieras barn som tittare i åldern 0–11 år och unga som tittare i åldern 12–19 år. SVT är medvetet om att indelningen inte fullt ut harmoniserar med övriga public service-bolags definitioner, men indelningen är den mest relevanta för tv-produktion. En omdefiniering av målgrupperna skulle få stor påverkan på programutbudet.

Barns och ungas tv-tittande sker idag nästan uteslutande online. Därför planerar och publicerar SVT numera innehållet för barn och unga i första hand för SVT Play, även om program-

men också visas i de traditionella tv-kanalerna. MMS-data visar att det framför allt är de minsta barnen som konsumerar innehåll linjärt. SVT:s analys är att föräldrarnas medievanor påverkar konsumtionen, men när barnen själva väljer så konsumerar de utbudet i SVT:s playtjänster och i Bolibompa-appen.

I tabell 6.3 visas hur de nyproducerade programmen (förstasändningar) för barn och unga fördelade sig 2021 på några olika kategorier (för jämförelse över tid se tabell 6.3 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 bedöms vara en omfattande egenproduktion. Det förstasända utbudet i broadcast har legat runt cirka 800 timmar de senaste åren. (se 6.3 Appendix)

Program för barn och unga ska förmedla nyheter och fakta samt kulturella och konstnärliga upplevelser från Sverige och världen. I tabell 6.3 visas hur nyproducerade program fördelar sig på dessa två kategorier. De traditionella genrer som används för vuxenutbudet är inte fullt ut tillämpbara på utbudet för barn och unga, där många program är hybrider mellan genrer med syfte att fylla flera funktioner, exempevis underhållning och kunskap. SVT har därför valt att slå ihop kategorier i enlighet med villkoren i sändningstillståndet för en mer relevant beskrivning av barnutbudet.

Fokus på föräldrar och barn samt 13–15-åringar

SVT utvecklar befintlig produktion men undersöker också nya format och olika målgruppers behov för att utbudet ska vara relevant. Under 2021 har programutvecklingen riktats mot några specifika målgrupper och deras behov.

Att bli förälder är ett stort känslomässigt steg för de allra flesta och en tid då man behöver identifiera sig med andra i samma situation. *Bolibompa baby – för föräldrar* var en ny programserie grundad på vetenskap och erfarenhet för förstagångsföräldrar.

Föräldrar och barn har ett behov av att samlas runt gemensamma tv-upplevelser, att skratta, lära sig och upptäcka saker tillsammans. SVT har därför under samlingsnamnet ”fredagsmys” experimenterat med innehåll som *Världens värsta kungar* och *Mer panik i tomteverkstan*.

SVT har även lagt särskilt fokus på 13–15-åringarna, exempelvis i nya serien *Strula*, som i dramatiserad form hanterar aktuell tematik från tonåringarnas värld.

6.3 Barn och unga, förstasändningar

Barn (3–11 år) 2021	Svenskt	Utländskt	Summa
Fakta och nyheter	166	0	166
Kultur och konstnärliga upplevelser	156	199	355
Totalt	322	199	520

Unga (12–19 år) 2021	Svenskt	Utländskt	Summa
Fakta och nyheter	105	30	135
Kultur och konstnärliga upplevelser	135	22	157
Totalt	240	52	291

Totalt barn och unga (3–19 år) 2021	562	251	811

Se appendix 6.3 Barn och unga för fler år.

Programserier för de yngre barnen

Bolibompa är ett universum med flera programserier med syfte att möta de yngsta barnens behov av identifikation och utveckling. Under året lanserades det nya programmet *Bolibompaklubben* för att hjälpa småbarnsfamiljerna med en daglig rutin klockan 18.00. Bolibompaklubben är ett interaktivt program där barn från hela landet medverkar både via videosamtal och på plats i studion. Under 2021 skickade över 10 000 barn in teckningar via Duo-appen.

I femårsåldern sker stora biologiska och psykologiska utvecklingssteg och SVT har sedan flera år satsat på program för just femåringar. Programserien *Kom och köp* tar avstamp i femåringens behov att imitera vuxnas värld – i det här fallet att leka affär. Populära serien *Stopp* tar sin utgångspunkt i många barns dröm att ha en superkraft och att kunna påverka sin tillvaro.

Rörelse var årets tema i populära *Sommarlov*. Rapporter från Folkhälsomyndigheten visar att barn i Sverige rör på sig för lite och att de rört sig än mindre under pandemin. Programmet fokuserade på det lustfyllda med rörelse och hur viktigt det är att röra på sig för att må bra. Barnen kunde själva logga sina rörelser i Duo-appen och drygt 1,2 miljoner rörelseaktiviteter loggades under sommaren.

Varje år samlar och engagerar julkalendern generationer svenskar. 2021 års kalender *En hederlig jul med familjen Knyckertz* handlade om en kriminell familj som ställer allt vi tänker om rätt och fel i nytt ljus. Det var också en saga med ett allmänmänskligt budskap om utanförskap och vikten av att få bli accepterad för den man är. Närmare en miljon tittare följde i genomsnitt varje avsnitt online och cirka 1,6 miljoner följde julkalendern i linjär tv.

Nytt innehåll i Lilla Aktuellt alla dagar i veckan

Lilla Aktuellt är sedan många år SVT:s nyhetsprogram för skolbarn. I takt med att barnen lämnat broadcast har behovet av ett online-anpassat nyhetsprogram ökat.

Ur ungdomsserien ***Jobbigt*** med Moa Fritze och Nandi Noree. Foto: Karl-Oskar Bjurenstedt.

Under 2021 har SVT analyserat tittardata för att utveckla innehåll och publiceringar. För att bli mer relevant har Lilla Aktuellt bland annat ökat sin kontinuitet och publicerar nu nytt innehåll alla veckans dagar.

Barn söker sig till Lilla Aktuellt vid stora nyhetshändelser. De frågor som berört och engagerat flest under 2021 har varit dödsskjutningen av artisten Einár, regeringskriser och klimatet. I *Klimatkollen* ges svar på frågor om växthuseffekten, klimatmål och vad som släpper ut mest växthusgaser på jorden. Lilla Aktuellt var även på plats under klimattoppmötet COP-26 i Glasgow för att visa och förklara för den unga publiken vad som hände på mötet.

Lilla Aktuellt har gjort en rad temasatsningar under året. *Vad hände då?* handlar om historiska händelser som Kristallnatten 1938 och högertrafikomläggningen i Sverige 1967. I *Jorden runt* jämförs vad barn i olika delar av världen tänker om pandemin och hur olika julfiranden ser ut. Andra satsningar har handlat om målgruppsnära ämnen som nätsmarthet och pubertet.

Varje vecka i Lilla Aktuellt och *Lilla Aktuellt Skola*, ett samarbete mellan SVT och UR, tas medie- och informationskunnighet (MIK) upp på olika sätt. Exempel på ord som förklaras är pressfrihet, algoritmer och konspirationsteorier. *Fria ordets dag* är en dag om yttrandefrihet och källkritik för sjätteklassare, ett samarbete mellan alla public service-bolag och lokaltidningar runt om i landet. I år arrangerades Fria ordets dag digitalt och hela 250 klasser deltog (se avsnitt 5.2).

Program för unga i hela Sverige

SVT:s ambition är att utbudet för unga ska vara långsiktigt och relevant för unga i hela Sverige. Under 2021 har det förstasända utbudet i broadcast för gruppen 12–19 år ökat med 28 timmar jämfört med 2020 och ligger nu på 291 timmar. Framför allt är det en ökning inom kategorin kultur och konstnärliga upplevelser med titlar ur utbudspaketet *Edit* och serien *Det svenska spelundret*.

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 inom flera genrer, på barns och ungas villkor. SVT lägger stor vikt vid att lära känna olika målgrupper och deras behov. All programutveckling utgår från insikter från målgruppsundersökningar.

SVT:s framgångsrika och återkommande serier som *Klassen*, *Jobbigt* och *Festen* utvecklas kontinuerligt för att vara relevanta för unga. Ambitionen är att unga ska känna sig mindre ensamma med sina problem och serierna skildrar dessutom en del av Sverige som annars sällan syns.

Dramaserien *Jobbigt* syftar till att skapa identifikation och igenkänning för ungdomar i yngre tonåren. Manus är skrivna utifrån ungas egna berättelser med en ambition att stärka tonåringars

SÄNDNINGSTILLSTÅND 11 §
"SVT ska beakta behoven hos personer med funktionsnedsättning. Ambitionsnivån när det gäller möjligheterna för personer med funktionsnedsättning att tillgodogöra sig SVT:s utbud ska höjas och tillgängligheten förbättras. Det långsiktiga målet är att hela utbudet görs tillgängligt för alla medborgare."
"Tillgängligheten till program för barn och unga ska prioriteras."
"Program ska produceras för särskilda målgrupper. I fråga om program om och för personer med funktionsnedsättning får SVT, Sveriges Radio AB (SR) och UR sinsemellan fördela ansvaret för olika slags insatser."
"SVT ska ha en kontinuerlig dialog med de berörda grupperna. Se också regeringens beslut om tillgänglighet till tv-sändningar för personer med funktionsnedsättning för SVT och UR."
"SVT ska fortsatt prioritera god hörbarhet, bl.a. genom att vid utformningen av sändningarna beakta att bakgrundsljud kan försämra möjligheten för personer med hörselnedsättning att ta del av utbudet."

självförtroende och ge verktyg till hur man kan hantera utmanande situationer i livet. Serien *Du är inte ensam* syftar till att ge hopp och tips till unga när det känns extra jobbigt i livet. Redaktionen publicerar även ett veckobrev till mellanstadielärare med handledning kopplat till serien.

Kultur och fördjupande journalistik för unga
Under *Edit* på SVT Play finns många kulturprogram och dokumentärer för den unga publiken. Ett exempel är *Aldrig mera utbränd,* om artisten Ana Diaz som efter utbrändhet kommit tillbaka flera gånger. Flera dokumentärserier lyckades fånga den yngre publiken, bland dem *Den svenska hiphopens historia* och *Det svenska spelundret*. Den granskande journalistiska serien *Beauty or bullshit* satte hudvårdsindustrin under lupp och slog hål på myter och vilseledande fakta. Under 2021 återkom även humorserien *Leif och Billy* med en ny säsong.

Musikhjälpen, ett samarbete med SR, hade 2021 temat För en värld utan barnarbete och sändes från Norrköping. 54 miljoner kronor samlades in, vilket är den näst största summan i Musikhjälpens historia.

Under 2020 samlades de nordiska public service-bolagen i samarbetet Barn 14 för att stärka nordiskt barndrama. Bolagen ska kommande år samproducera 14 serier inom barnfiktion med visionen att ge tittarna många fler nordiska dramaserier som kan vara tillgängliga på SVT Play under lång tid.

6.4 TILLGÄNGLIGHET

Tillgänglighet är ett högt prioriterat område för SVT, såväl utifrån uppdraget som i företagets egna strategier. SVT ska nå hela befolkningen med ett brett utbud och tjänster av hög kvalitet, och god tillgänglighet är därför en central ambition i all verksamhet och på alla plattformar.

Sändningstillståndets krav för tillgänglighet 2021

Utöver villkoren i sändningstillståndet finns ett särskilt regeringsbeslut för tillgänglighet. Enligt detta har SVT kvoter som ska uppfyllas, formulerade i procent av sändningstiden för tv-sändningar.

För 2021 var kraven:
- textning av icke direktsända program: 100 procent
- textning av direktsända program: 75 procent
- syntolkning: 5 procent
- teckenspråkstolkning: 5 procent
- uppläst text för alla program med översättningstext

I 2021 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: 75 procent
- syntolkning: 5,9 procent
- teckenspråkstolkning: 5,4 procent
- uppläst text erbjuds för alla program med översättningstext

Tillgodoräknanden
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 tillgängliggörandet mellan olika programtjänster får avgöras av SVT efter diskussion med berörda brukarorganisationer.

SVT har under 2021 sänt 15 683 timmar på svenska (exklusive lokala nyheter) varav 4 826 timmar var direktsända.

Teckenspråkstolkning och syntolkning som tillhandahålls genom sändning över internet samtidigt som ett tv-program sänds linjärt i en programtjänst får tillgodoräknas.

Program som syn- och teckenspråkstolkas, och som finns tillgängliga i beställ-tv, får tillgodoräknas upp till 30 procent av det totala tillgänglighetskravet.

Syntolkning eller uppläst text som tillhandahålls genom ett ljudspår i en separat enhet mobiltelefon eller läsplatta, samtidigt som ett tv-program sänds linjärt i en programtjänst, får också tillgodoräknas som ett tillgängliggörande.

Sändningarna över marknätet, satellit och simultansändningarna över internet är identiska, vilket innebär att de varken skiljer sig innehållsmässigt eller i hur tillgänglighetstjänsterna visas. För att program som har tillgängliggjorts i beställ-tv under 2021 ska få tillgodoräknas måste samma program också ha sänts i marknätet, via satellit eller genom tråd i programtjänster under 2021.

Innovation

SVT ska använda ny teknik för att öka möjligheterna för publiken att ta del av utbudet och tillgänglighetstjänsterna. För att utöka och effektivisera textningen 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 – information och dialog

SVT träffar regelbundet användare av tillgänglighetstjänster genom intressentdialoger och möten om specifika tillgänglighetstjänster. Syftet är att inhämta synpunkter, dela kunskap och insikter med varandra och att identifiera förbättringsområden. Vid mötena diskuteras bland annat teknik, kvalitetsfrågor och urvalet av program som tillgängliggörs. Se också avsnitt 6.6.

I syfte att tydliggöra program som tillgängliggörs i linjära sändningar används grafiska skyltar som i ljud och bild i vinjetten till programmet visar den tjänst som erbjuds och var tjänsten finns att tillgå.

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, enkelt tillgängliga att klicka på via huvudgränssnittet, där program med de här tjänsterna samlas.

SVT tillhandahåller programinformation genom automatiserad pressinformation som inkluderar information om tillgänglighetstjänster. Tjänsten ligger till grund för all extern programinformation och används för tv-tablåer i tidningar och tv-sajter. Samma information finns för elektroniska programguider (EPG). SVT styr inte över vad som publiceras i de olika medierna, men informationen om tillgänglighetstjänsterna finns åtkomlig i sin helhet genom SVT:s kommunikationsavdelning. Vissa operatörer kortar texterna och då kan viktig information falla bort, vilket är olyckligt.

Textning – krav och utfall 2021

Krav: Enligt tillgänglighetsbeslutet skulle SVT texta 100 procent av de förproducerade programmen år 2021. För direktsändning var kravet 75 procent.

Utfall textning i förproduktion: Textningsgraden 2021 var 100 procent av de

Dansvloggen Ida On har bjudit in Stella Borglin och Tova Söderlin för att göra en dansvideo till låten Bad Guy. Foto: Marcus Ljunggren/SVT.

Ur dejtingprogrammet ***Sexy hands på teckenspråk*** med programledarna Marie Ester Axelsson och Romel Belcher. Foto: Henrik Norrthon/SVT.

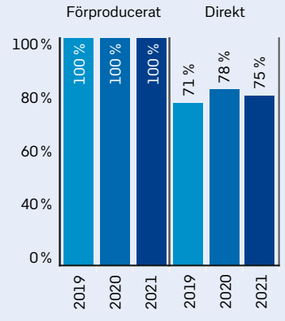
förproducerade programmen i alla kanaler i broadcast. 2021 sändes sammantaget 15 835 timmar på svenska (inklusive lokala nyhetssändningar). I den av bas av svenska program som gäller för textningskravet räknas inte sändningstiden i broadcast för lokala nyhetssändningar in. Av de då 15 683 timmarna som sändes var 10 854 timmar förproducerade.

Utfall direkttextning: Textningsgraden 2021 var 75 procent av de direktsända programmen inklusive nyhetssändningar dock inte lokala nyhetssändningar. 2021 sändes 15 683 timmar på svenska (exklusive lokala nyhetssändningar). Av dessa var 4 826 timmar direktsändningar.

Alla riksnyhetssändningar inklusive extrasändningar textas, liksom galor, sportmästerskap och andra direktsändningar, till exempel *Nobelveckan, Musikhjälpen, Allsång på Skansen* och *Fråga doktorn special.* Under året textades också merparten av alla direktsända coronarelaterade program, inklusive samtliga pressträffar från Folkhälsomyndigheten och Regeringskansliet.

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

6.4.1 Textningsgrad



Teckenspråkstolken tolkar när SVT Nyheters Lisbeth Åkerman presenterar nyheterna. Foto: SVT.

Textning av lokala nyhetssändningar
Lokala nyhetssändningar är undantagna från textningskravet i sändningstillståndet då det saknas tekniska och resursmässiga förutsättningar. Tack vare ny teknik är det nu möjligt att förse lokala nyhetssändningar online med textning. Det sker med automatiskt genererad textning via transkript och formatanpassningar. Textningen skapas via taligenkänningsmotorer som använder artificiell intelligens (AI) och maskininlärning (ML) för utveckling av språkmodeller. I begreppet autotextning ligger att ingen människa bearbetar texten. Kvaliteten blir en annan än ordinarie textning, men taligenkänningsleverantörernas språkmodeller utvecklas kontinuerligt. Detsamma gäller insikterna internt och externt om vad som krävs för att förbättra kvaliteten för textformen undertexter (se avsnitt 6.6).

Från 1 januari 2021 är samtliga lokala nyhetssändningar online autotextade i beställ-tv. Det innebär cirka 65 timmar mer textning per vecka, eller cirka 3 400 timmar mer per år. Autotextningen publiceras som den är utan korrigeringar och med en skylt i början av sändningen som talar om att det är automatisk textning och att fel kan förekomma. Korrigeringar görs om redaktionen påtalar fel.

Textning av inslag på webben
SVT textar en stor del av de korta inslag som publiceras i appen SVT Nyheter och på svt.se/nyheter. 2021 publicerades cirka 40 000 textade inslag som tillsammans utgör cirka 1 000 timmar textning.

Syntolkning – krav och utfall 2021

Krav: Kravet 2021 var att 5 procent av programmen skulle syntolkas.

Utfall syntolkning: Syntolkningsgraden 2021 var 5,9 procent. Kravet på 5 procent motsvarar 792 timmar (se tabell 6.4.2). SVT tillgängliggjorde totalt 1 044 timmar syntolkning 2021 varav 335 timmar på begäran. Eftersom endast 30 procent av kravet (i detta fall 238 timmar av 792 timmar) på det som tillgängliggörs online får tillgodoräknas blev summan 947 timmar, vilket motsvarar 5,9 procent.

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

Målsättningen är att tillgängliggöra framför allt visuellt berättade program. Programmen ska vara av stort publikt intresse och/eller vara särskilt lämpade för syntolkning, det vill säga att bilden är en viktig del av berättandet. Exempel på program som syntolkades 2021 var *Tunna blå linjen*, *Melodifestivalen*, *Designhistorier*, *Metoo – hösten som förändrade Sverige*, *Kvarteret Skatan 20 år* och julkalendern *En hederlig jul med Knyckertz*. SVT har i urvalet av syntolkade program valt att prioritera syntolkning av barn- och ungdomsprogram före syntolkning av program för vuxna. Särskild hänsyn har tagits till program som bedöms ha stor betydelse för målgruppen, exempelvis *Eagles*, *Sommarskuggan*, *Klassen*, *Labyrint* och Julkalendern.

Teckenspråkstolkning – krav och utfall 2021

Krav: Kravet 2021 var att 5 procent skulle teckenspråkstolkas.

Utfall teckenspråkstolkning: Teckenspråkstolkningsgraden var 5,4 procent. Kravet på 5 procent motsvarade 792 timmar. SVT tillgängliggjorde totalt 1 012 timmar teckenspråkstolkning (se tabell 6.4.2). Eftersom endast 30 procent av kravet (i detta fall 238 timmar av 792 timmar) på det som tillgängliggörs online får tillgodoräknas blev summan 849 timmar, vilket motsvarar 5,4 procent.

Teckenspråkstolkning innebär att en teckenspråkstolk översätter det talade språket till teckenspråk, antingen i förväg eller simultant i direktsändning. Tjänsten tillgängliggörs som en bild-i-bild-lösning, det vill säga en bild med teckenspråkstolken och en där programmet ligger infällt bakom tolken/tolkarna. Ibland är två tolkar i bild för att kunna tillgängliggöra snabba dialoger, till exempel i politisk debatt. SVT tillgängliggör teckenspråkstolkningen genom parallellsändning i broadcast eller online. Programmen görs även tillgängliga på begäran i SVT Play.

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

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

Teckenspråksgestaltning
En speciell variant av teckenspråkstolkning är teckenspråksgestaltning, som är tolkning av sång och musik till teckenspråk. Det görs med döva tolkar tillsammans med en hörande tolk som kallas feeder. SVT tillhandahöll 2021 teckenspråksgestaltning i *Melodifestivalen* och *Nobelsändningarna*. Hela Melodifestivalen gestaltades, inklusive de fyra deltävlingarna, *Andra chansen* och finalen.

6.4.2 Syn- och teckenspråkstolkning i timmar

Syntolkning	2019	2020	2021
Sänt broadcast	659	622	693
Sänt internet	10	7	16
Tillgängligt on demand	372	342	335
Totalt	**1 041**	**972**	**1 044**
Max tillgängligt on demand 30 %	193	203	238
Ny Total	**862**	**832**	**947**

Teckenspråkstolkning	2019	2020	2021
Sänt broadcast	374	413	344
Sänt internet	167	275	268
Tillgängligt on demand	358	512	400
Totalt	**899**	**1 201**	**1 012**
Max tillgängligt on demand 30 %	193	203	238
Ny Total	**734**	**891**	**849**

Krav	2019	2020	2021
(andel av svenskt)	643	676	792

Hörbarhet

Sedan 2011 finns en ljudreferensgrupp bestående av ljudexperter, ljudteknisk support och representanter från leveranscenter. Uppföljningar av hur ljudarbetet fungerar i praktiken görs regelbundet. Upphovsmakarens tanke om ljudbilden beaktas alltid i arbetet. Hörbarheten kompliceras 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 tidigare. SVT har tydliga specifikationer och höga krav på programleverantörerna. Så mycket produktion som möjligt styrs dessutom mot att ljudbearbetas i multikanal istället för stereo, för att främja funktionen *Tydligare tal* på SVT Play.

Tydligare tal
Hösten 2020 lanserade SVT den valbara funktionen *Tydligare tal* i SVT Play. Funktionen är en SVT-innovation som rönt stor

uppskattning av publiken och väckt stort intresse från andra medieaktörer. Funktionen bygger på multikanalljud (3.0 eller 5.1) där dialogen i centerkanalen förstärks medan ljudet i övriga kanaler sänks. Användaren kan sedan välja mellan originalljud och Tydligare tal i videospelarens inställningar.

Antalet titlar ökar kontinuerligt i takt med att programproduktionen styrs om till multikanal. För program där funktionen kan tillämpas är den enkel att hitta genom ett tillval i form av en ikon på samma plats som andra ikoner i videospelaren (till exempel textning). Titlarna som har funktionen Tydligare tal är även samlade under en sökbar genre. Funktionen finns på webbplatsen för SVT Play, i mobilapparna för iOS och Android samt i tv-apparna för smart-tv, Apple TV och Android TV. I augusti 2021 utsågs funktionen Tydligare tal till vinnare av tv-priset Kristallen i kategorin Årets nyskapande/förnyare. Andra europeiska mediebolag visar stort intresse för tjänsten.

Uppläst textremsa

Uppläst textremsa är en teknisk tjänst där en syntetisk röst läser upp översättningstexten. Tjänsten är främst ett hjälpmedel för synskadade som har svårt att läsa textremsan i program med andra språk än svenska. Tjänsten är tillgänglig för 100 procent av alla icke direktsända program med översättningstext i SVT:s samtliga programtjänster. Uppläsningen sker simultant med textningen i SVT:s kanaler som sänds i marknätet, och sedan 1 april 2021 även på begäran på alla plattformar.

Webb

Under 2021 har arbetet fortsatt med att förse tillgänglighetsfunktionerna på SVT:s onlineplattformar med uppdaterade ikoner och benämningar. Ytterligare åtgärder har också vidtagits för att underlätta åtkomst i SVT Play av teckenspråkstolkning i extrasändningar och presskonferenser om pandemin. Insatser för att höja medvetenhet och kompetens kring kognitiv tillgänglighet har genomförts i samarbete med SVT:s upphandlade tillgänglighetskonsulter.

En arbetsgrupp har sedan 2020 stöttat och följt upp utvecklingen av SVT:s webbtjänster och appar enligt WCAG (Web Content Accessibility Guidelines), riktlinjer för tillgänglighet online. WCAG 2.1 nivå AA är det lagkrav som EU:s webbdirektiv ställer på svenska myndigheter. SVT bedriver sedan tidigare en publikt åtkomlig mätning av WCAG med automatiska tester som löpande redovisas på SVT.se/accessibility-dashboard. Under 2021 utökades testerna även till SVT:s mobilappar för SVT Play, SVT Nyheter och SVT Duo på både Android- och iOS-plattformarna.

SVT avser i större utsträckning genomföra användningstester tillsammans med personer med olika funktionsnedsättningar. 2020 inleddes därför en större upphandling som avslutades i april 2021 och som under året möjliggjort användningstester av både externa och interna digitala tjänster.

Tillgänglighet i beställ-tv

Från 1 januari 2021 till 31 december 2022 har SVT ett nytt tillgänglighetskrav som gäller textning, teckenspråkstolkning, syntolkning och uppläst text i beställ-tv:

”SVT ska genom textning tillgängliggöra samtliga program på svenska som tillhandahålls i beställ-tv.”
”Ett program som tidigare direktsänts enbart via internet omfattas inte/.../”

SVT har under 2021 genom textning tillgängliggjort samtliga förproducerade program på svenska som utöver publicering i marknätet, via satellit eller tråd tillhandahållits i beställ-tv, samt verkat för att texta program som tidigare direktsänts enbart via internet.

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

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

SVT har under 2021 i beställ-tv tillhandahållit samtliga syntolkade och teckenspråkstolkade program som publicerats i marknätet, via satellit eller tråd. Endast ett fåtal program i SVT:s utbud publiceras enbart i beställ-tv. Oftast är det fråga om korta uppföljningar av längre program, till exempel extramaterial. Under 2019 tillhandahöll SVT inga syn- respektive teckenspråkstolkade program som enbart erbjöds i beställ-tv.

SVT har levt upp till kravet att utbudet av förstapubliceringar av teckenspråkstolkade och syntolkade program som enbart erbjuds i beställ-tv ska öka jämfört med 2019 års nivå. Under 2021 tillhandahöll SVT 2 timmar förstapublicerade teckenspråkstolkade program och 0,5 timmar förstapublicerade syntolkade program som enbart erbjöds i beställ-tv.

SVT har även verkat för att uppläst text ska kunna erbjudas i beställ-tv.

Anpassning av program för barn och unga med funktionsnedsättning

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

Under året har SVT Barn utvecklat och lanserat ett dagligt innehåll, *Bolibompaklubben*, riktat till förskolebarn. Genomgående i Barnplays programgrafik och gränssnitt används en färgkodning av veckodagarna enligt en vedertagen modell som används som kognitivt stöd i bland annat förskoleverksamhet. Det ger ett bra stöd i lärandet av veckodagar för barn med kognitiva funktionsnedsättningar.

Bolibompababy har fortsatt arbetet med att integrera stödtecken (TAKK) i Bolibompadrakens manér och i innehållet. Antalet nyckelord som stödtecknas utvidgas successivt. Metoden används främst för hörande personer med försenad eller avvikande språkutveckling och innebär kortfattat att den som talar samtidigt tecknar nyckelord.

Lilla Aktuellt har fortsatt arbetet som påbörjades 2020 med att publicera innehåll i tydliga ämneskategorier i SVT Play och SVT Barn-appen. Innehållet sorteras under spellistor med tydlig och personlig rubriksättning. Innehållet kan ses hur ofta publiken vill och det kan spolas fram och tillbaka vilket gör innehållet mer tillgängligt för barn och ungdomar med kognitiva funktionsnedsättningar.

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

Funktionen *Tydligare tal* i SVT Play är sedan hösten 2020 en ny tillgänglighetstjänst för personer med hörselnedsättning. Under 2021 valde SVT att speciellt satsa på att producera 3.0-ljud (som gör att Tydligare tal kan användas) för ungdomsserierna *Maxat* och *Zombie och* julkalendern *En hederlig jul med Knyckertz*, samt barnprogrammet *Mini-Agenterna*. När tittaren gör valet Tydligare tal i videospelaren sänks bakgrundsljuden och programmets röster hörs tydligare.

Ur ***Teckenspråksartisterna i Mello 2021*** teckenspråksgestaltar Jamila Quahid ett av tävlingsbidragen.

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

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

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

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

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

6.5 MINORITETSSPRÅK

SVT:s övergripande mål är att stärka minoritetsspråksutbudet både kvantitativt och kvalitativt med utgångspunkt i den överenskommelse 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.

Bolagen har skapat 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 svenskt teckenspråk. Bolagen har under 2021 sammantaget ökat både förstasändningarna samt förstasändningar och repriser på de nationella minoritetsspråken och svenskt teckenspråk jämfört med 2019 (se diagram 6.5.1 samt 6.5.2). Bolagens stora ökning på jiddisch är ett svar på de starkare skrivningarna om jiddisch i nuvarande sändningstillstånd jämfört det förra. Den relativa ökningen utgår dock från en låg nivå, som det för SVT:s del finns planer på att fortsätta att öka under tillståndsperioden.

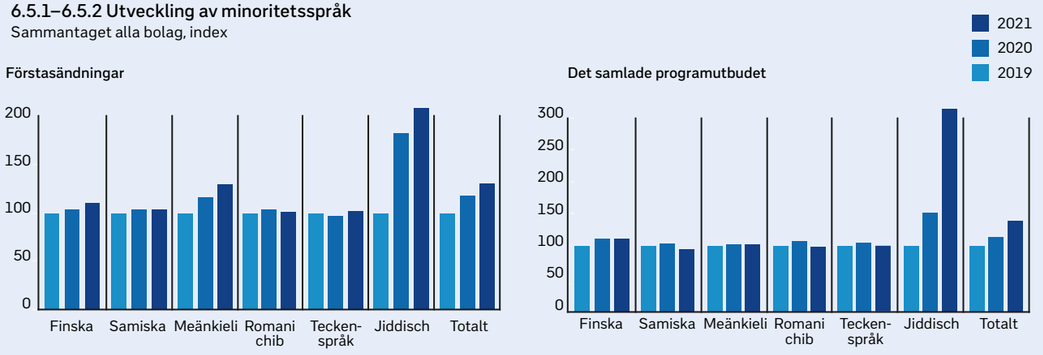
Utöver den gemensamma redovisningen redovisar respektive bolag utvecklingen var för sig. Nedan visas SVT:s förstasändningar samt förstasändningar och repris (Totalt) för samtliga minoritetsspråk i tabellen 6.5.3. För 2021 tillgodoräknar SVT också viss onlineproduktion för minoritetsspråken (se tabell 6.5.4) vilket gjordes också 2020.

Av de totalt redovisade 937 timmarna på minoritetsspråk har SVT valt att tillgodoräkna sig 44 timmar publicerade online. De 44 timmarna är dels unika livesändningar i SVT Play, dels unika online-publiceringar.

Tabell 6.5.4 visar SVT:s sändningar online på minoritetsspråk 2021. Totalt tillgängliggjordes 366 timmar program på minoritetsspråk online under 2021. De tillgodoräknade publiceringarna online fördelar sig på minoritetsspråken finska, samiska, romani chib och teckenspråk. Sammantaget ligger minoritetsutbudet något över indexår 2019 men under 2020. Det beror på att SVT satsat på kvalitetsutveckling och digital transformation, som en ny samisk nyhetssajt med många kortare rörliga klipp, snarare än på stor volym i befintlig programproduktion.

SVT har fördelat sina insatser på de olika målgrupperna enligt överenskommelse mellan SR, UR och SVT. Beskrivningen av fördelningen mellan public service-bolagen för 2022 skickades in till kulturdepartementet den 13 december 2021 (se tabell 6.5.5).

6.5.1–6.5.2 Utveckling av minoritetsspråk
Sammantaget alla bolag, index



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

6.5.3 Minoritetsspråk i SVT, timmar
Förstasändningar och totalt

		Finska	Samiska	Meänkieli	Romani Chib	Teckenspråk	Jiddisch	Totalt
2019	Första	138	92	24	31	85	2	372
	Totalt	377	162	62	76	226	3	906
2020	Första	149	95	25	32	88	2	391
	Total	467	175	66	85	241	5	1 039
2021	Första	152	86	29	29	90	2	388
	Total	407	150	66	77	227	10	937

6.5.4 Minoritetsspråk online, timmar

2020	Finska	Samiska	Meänkieli	Romani Chib	Teckenspråk	Jiddisch	Totalt
Publiceringar på Play	156	105	24	32	86	1	405

2020	Finska	Samiska	Meänkieli	Romani Chib	Teckenspråk	Jiddisch	Totalt
Live i Play		4			1		5
Unikt i Play		10	5	5	6		26
Totalt		14	5	5	6		31

2021	Finska	Samiska	Meänkieli	Romani Chib	Teckenspråk	Jiddisch	Totalt
Publiceringar på Play	137	87	28	30	82	2	366

2021	Finska	Samiska	Meänkieli	Romani Chib	Teckenspråk	Jiddisch	Totalt
Live i Play	0,3	0,2			3		4
Unikt i Play	11	11		7	12		40
Totalt	11	11		7	15		44

6.5.5 Minoritetsspråken i målgrupper, timmar

		Finska	Samiska	Meänkieli	Romani Chib	Teckenspråk	Jiddisch	Totalt
2019	Vuxna	316	113	32	48	166	3	678
	Barn 3–11	34	22	13	4	40		114
	Unga 12–19	28	27	17	24	20		115
	Total	377	162	62	76	226	3	906
2020	Vuxna	333	103	23	33	180	5	676
	Barn 3–11	37	53	13	12	41		156
	Unga 12–19	96	20	30	40	21		207
	Total	467	175	66	85	241	5	1 039
2021	Vuxna	336	106	15	32	156	10	655
	Barn 3–11	38	27	24	23	49		162
	Unga 12–19	32	16	28	22	21		120
	Total	407	150	66	77	227	10	937

Minoritetsspråksproduktioner med fler perspektiv
Huvudinriktningen för minoritetsutbudet 2021 har varit att nå fler i målgruppen både i broadcast och online främst i respektive språkmålgrupp men också med viljan att nå majoritetsbefolkningen. Minoritetsutbudet har under 2021 ökat sin publik inom flera språksegment och uppnått för området rekordhöga nivåer.

Minoritetsutbudet innehåller precis som övrigt SVT:s utbud en blandning av populära genrer och tidsdokument med kulturella och dokumentärt viktiga frågor. Med serier som *Kebnekaise – åtta årstider* (samiska), lekfulla datingprogram som *Sexy hands*, (teckenspråk) och barnprogram som *Hästäventyret* (samiska) breddadews även bilden av Sverige.

Berättelserna i program som *Resan längs älven – Torneälven* (meänkieli) och *Resan längs älven – Vindelälven* (umesamiska) fängslar långt utanför det egna språkområdena och ger tittarna både natur, historia och en samtidsskildring med perspektivet i den tornedalska och samiska kulturen samt språket. Serierna *Woodskis värld* (jiddisch) och *Inte till salu* (meänkieli) samt *Idrotten är mitt liv* (teckenspråk) lyfter aktuella frågor som skildrar en svensk samtid.

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."

Dokumentären *Gravplundrarna* (samiska) och *Siklöjefiskarna* (finska) lyfter historiska ämnen med inifrånperspektiv som fördjupar bilden av Sveriges historia.

Språket diskuteras och ventileras i serier som *Finska rycket* (finska) och i serien *Jag och min hund* (teckenspråk) är kommunikationen i centrum. Den populära julkalendern *Tjuvarnas jul* från 2011 dubbades till nordsamiska, romska dialekterna lovari och kalerash samt meänkieli, vilket är ett uttryck för viljan att bjuda kulturella skatter på minoritetsspråken. I den egenproducerade serien om *Jassabarnen* får de unga tittarna fängslande berättelser på flera olika språk.

I samtalsprogrammet *Nya perspektiv* (teckenspråk) ges fördjupande diskussioner om aktuella ämnen. Året sammanfattades av nyårskrönikor, på både samiska och teckenspråk.

Exempel på bredden av program inom minoritetsutbudet:

» **Finska.** Med programmet *Finland i våra hjärtan* firades Finlands självständighetsdag, *Game on* och *Good gaming* fortsatte roa unga och barn med nya och lekfulla spel.

» **Samiska.** *Räven är ute på nya äventyr,* maten står i centrum i *Min Ahkkus mat* och gamla sagor får nytt liv i *Jassabarnen.*

» **Meänkieli.** *Allt är inställt* berättar om vägen tillbaka efter corona, i *Sommartomten* fick tittarna äntligen veta hur tomten har det på sommaren.

» **Romani chib.** Musik, mat och bus erbjuds i livsstilsprogrammen *Ketanes, Kiravas* och barnprogrammet *Glotten tittar på djur.*

» **Teckenspråk.** *Freddes kök* liksom barnprogrammet *Orka* fortsatte engagera publiken och *Min historia* visade viktiga delar av den teckenspråkiga historien genom personliga möten.

» **Jiddisch.** I *Woodskis värld* utforskade Tomas Woodski den här gången Stockholm.

» **Flera minoritetsspråk**. Samtalsformatet *Möte med* har producerats på flera språk liksom lekprogrammet *Bästa familjen* där tvåspråkiga familjer tävlat mot och med varandra.

Liksom för SVT:s övriga utbud ökar minoritetsutbudet online även om flertalet programmen fortsatt har sin första publicering i broadcast. Det är en anpassning till en pågående förändring av hur publiken tar till sig innehåll.

Utveckling av nyhetsutbudet

SVT påbörjade 2020 en utveckling av nyhetsutbudet på minoritetsspråk genom en anpassning till digitala konsumtionsvanor av nyheter. 2021 startade SVT Sápmi en samisk nyhetssajt på SVT.se anpassad till ett lättillgängligt mobilt utbud när och var man vill. Den nyhetsstudio som SVT etablerat i Kiruna under 2021 har också ökat möjligheterna att utveckla ett fördjupande nyhetsutbud, exempelvis det nya magasinprogrammet *15 min från Sápmi* för SVT2 och SVT Play. Under 2022 kommer även det finska nyhetsprogrammet *Uutiset* att erbjuda ett fördjupande nyhetsmagasin, *15 min från Uutiset.*

SVT bedriver programverksamheten för teckenspråk i en teckenspråkig miljö. Det innebär att arbetsplatsen är tvåspråkig i form av svenskt teckenspråk och svenska.

SVT har utöver minoritetsspråken sänt program på 35 olika språk 2021 och i nyhetssändningarna har cirka 80 olika språk översatts till svenska.

6.6 MÖTEN OCH DIALOGER

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

Under 2021 anordnades istället för en årlig konferens tre digitala dialogseminarier med fokus på *Digitalt utanförskap, Spegling i utbudet* och *Inkludering på arbetsplatsen.* Med vid dialogseminarierna var representanter från Sveriges dövas riksförbund (SDR), Synskadades riksförbund (SRF), Unga med synnedsättning (US), Hörselskadades riksförbund (HRF), Riksförbundet för barn, unga och vuxna med utvecklingsstörning (FUB), Afasiförbundet, Förbundet Unga rörelsehindrade, Autism- och Aspergerförbundet, Riksförbundet för social och mental hälsa (RSMH) och Nordens välfärdscenter. Från de tre public service-bolagen deltog ansvariga för olika delar av verksamheterna. Majoriteten av deltagarna var nöjda med tillgängligheten och presentationerna men i den utvärdering som gjordes efterfrågades mer tid för dialog.

Digitala användarmöten

Under 2021 har SVT också bjudit in till användarmöten med företrädare för respektive minoritetsspråk. Under dessa har diskussion förts om hur SVT levt upp till kraven på tillgänglighet. Textning, teckenspråks- och syntolkning samt digital tillgänglighet togs upp. Sammantaget har SVT anordnat fyra användarmöten för SDR, SRF och HRF. Mötena har exempelvis lett till samarbete kring att sprida information om tillgänglighet. Inför 2022 är målet att locka fler unga att delta.

SVT har även bjudits in att delta i möten och konferenser hos till exempel Unga Hörselskadade (UH) där AI-textning och Tydligare tal togs upp. Ett annat exempel är ett möte med FUB där SVT:s valutbud och tillgängligheten för personer med intellektuell funktionsnedsättning diskuterades. I båda fallen bidrog mötena till värdefullt kunskapsutbyte.

I samarbete med Hörselskadades Riksförbund genomförde SVT en enkät om autotextningen av lokala nyheter online (SVT Play). Frågor ställdes om hur publiken upplever autotextningen och vilken nytta de har av den. Svarsfrekvensen var hög med 2 800 respondenter. 58 procent uppgav att de hellre ville ha autotextning än ingen textning alls, trots att fel förekommer. Det fel flest personer ansåg mest störande var när det saknas text på något som sägs i ett inslag (textbortfall).

Dialogmöten med företrädare för de svenska minoriteterna

SVT höll 2021 en minoritetsspråkskonferens i Umeå. Sammanlagt deltog ett 40-tal representanter från Sverigefinska riksförbundet, Sveriges Tornedalingars riksförbund, Jiddischförbundet, Judiska centralrådet, Frans Wagnersällskapet, Malmö Ungdomscentral, Nättidskriften DIKKO, Sveriges dövas riksförbund, Samernas riksförbund och Umeå Sameförening, liksom chefer, projektledare och redaktörer från SVT. Konferensen innehöll presentationer av SVT:s utbud, mål och strategier samt intervjuer och dialogsamtal med företrädare för minoritetsspråken. Vid utvärderingen tyckte en majoritet av deltagarna att konferensen varit nyttig och att den givit fler perspektiv och ökad förståelse för de olika minoriteterna och för SVT:s uppdrag.

Under 2021 träffade SVT även företrädare för samtliga minoritets- och teckenspråk i enskilda användarsamtal. Samtalen var digitala och fördes med representanter från Sametinget, Svenska Tornedalingars Riksförbund, Sverigefinska Riksförbundet, Jiddischförbundet och Resandefolket. Dialogsamtal fördes även med SDR.

Jag satsar allt – en film om Funkisfestivalen här med artisten Isabella Olofsson. Foto: Jonas Embring/SVT.

KAPITEL SJU

Resursanvändning

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

Bäst i köket med familjen Mbaye: Jolie Mbaye och Kiné Mbaye. Foto: Stina Stjernkvist/SVT.

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

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

7.1 INTÄKTER

SVT:s verksamhet finansieras 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 näringsbidrag, vilket betyder att medel som inte förbrukats under året 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 årligen, vilket 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). Överföringar till dotterbolaget SRF uppgick sammanlagt till 96 miljoner kronor 2021 vilket är något högre än 2020 års avstående. I och med införandet av en public service-avgift 2019, som inhämtas via skattsedeln, avvecklades det andra gemensamägda dotterbolaget Radiotjänst i Kiruna AB (RIKAB) den 31 december 2019. Under 2021 erhölls slutreglering av avgiftsmedel hänförliga till likvidationen av RIKAB.

Sidoverksamheten genererade 51 miljoner kronor i intäkter och resulterade i ett överskott på 8 miljoner kronor. Intäkterna redovisas som en separat post, och en utförligare beskrivning av sidoverksamheten lämnas i avsnitt 7.4.

Fiskeliv med programledarna Emilie Björkman och Martin Falklind. Foto: Daniel Hallin/SVT

Övriga intäkter

SVT:s övriga intäkter uppgick till 224 miljoner kronor exklusive intäkter från sidoverksamheten. Detta är en ökning med närmare 20 miljoner kronor jämfört med 2020. Den enskilt största förklaringsposten är ökade sponsringsintäkter 2021 jämfört med 2020 då många sportevenemang ställdes in på grund av pandemin.Fler förklaringar utvecklas under respektive intäktskategori.

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

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

Anslag

Utöver 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 tryckta julkalendern.

Royalty

Intäkterna för royalty kommer huvudsakligen från två källor. Den första delen kommer från långfilmer där SVT har varit samproducent och den andra delen från främst dramaproduktioner som sänts i andra länder. I båda fallen har den förväntade royaltyintäkten varit en nödvändig förutsättning för finansieringen när produktionsbesluten togs. Totalt sett har intäkterna minskat något jämfört med 2020.

Bland långfilmerna kan nämnas *Spring Uje spring, Sune – Best man, Min pappa Marianne* och *Bamse*. 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* och *Äkta människor*, dramaproduktioner som producerades för flera år sedan. Intäkterna kommer från andra tv-bolag, produktionsbolag och distributörer beroende på hur de olika kontrakten är skrivna.

Sändnings- och nyttjanderätt

En ytterligare kategori resulterar i intäkter från sändnings- och nyttjanderätter. Den största delen av sändnings- och nyttjanderätter består av sublicensiering av sporträttigheter och vidareförsäljning av utländska förvärv av programrättigheter. Även i det fallet är det i första hand andra tv-företag som genererar intäkterna. Som exempel kan för 2021 nämnas rättigheter rörande fotbolls-EM och ishockey-VM för herrar. Det kan också förekomma försäljning av rättigheter för översättning och försäljning av arkivmaterial som inte klassas som sidoverksamhet. Den samlade intäkten för sändnings- och nyttjanderätt har ökat med cirka 15 miljoner kronor jämfört med 2020. Under coronapandemin 2020 senarelades planerade sportevenemang till 2021 vilket medfört ökade intäkter 2021.

Sponsring

Intäkterna från sponsring beskrivs utförligare senare i kapitlet. Ökningen jämfört med föregående år uppgår till cirka 23 miljoner kronor vilket till största del förklaras av att färre stora sportevenemang genomfördes 2020 på grund av pandemin.

Tekniktjänster

Uthyrning och försäljning av tekniska resurser sker bland annat till andra medieföretag. Intäkten har ökat med cirka 23 miljoner kronor jämfört med 2020. Som exempel kan för 2021 nämnas intäkter i samband med sportevenemangen *världscupen i skidskytte* i Östersund och *fotbolls-EM 2020* (ett evenemang som var planerat till 2020 men som på grund av pandemin senarelades till 2021).

Samproduktioner och andra rörelseintäkter

Under detta intäktsslag redovisas samtliga intäkter från kommersiella samarbeten (samproduktioner, *Nobel* och *Melodifestivalen*) men även andra intäkter från icke-kommersiella samarbeten. Totalt sett har de samlade intäkterna från samproduktioner och andra rörelseintäkter minskat med cirka 40 miljoner kronor jämfört med 2020. Under 2020 erhöll SVT två större återbetalningar; en betalning gällande sjuklönekostnader från Försäkringskassan med anledning av sjukdomen covid-19 och en återbetalning gällande pensionspremier. Därtill har samarbetet kring Melodifestivalen inte kunnat genomföras 2021 som under ett normalt år på grund av pandemin.

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

Som exempel på dramaproduktioner som gjorts i samarbete med andra bolag och gett större intäkter kan nämnas *Deg, Eagles 3, En kunglig affär, Jakten på en mördare, Snöänglar* och *Tunna blå linjen*. Totalt handlar det om cirka 30 produktioner 2021 där intäkterna varierar från 100 000 kronor till mer än 10 miljoner kronor. För mer detaljer se appendix 7.1.2b. Även under avsnitt 7.6 Kommersiella samarbeten beskrivs upplägget kring samproduktioner mer.

Andra rörelseintäkter består av många skilda verksamheter, bland annat ingår intäkter rörande ett samarbete med Nobel Prize Outreach i samband med utdelningarna av Nobelpriset. Samarbetet kring *Nobel* beskrivs mer i avsnitt 7.6.

Ett annat exempel är intäkter kopplade till Melodifestivalen. SVT uppbär normalt intäkter vid licensiering av varumärket och tillhörande rättigheter som hör samman med arrangemanget av de publika föreställningarna. Under 2021 kunde Melodifestivalen inte genomföras med vanligt upplägg, på grund av då gällande begränsningar kring allmänna sammankomster, varför intäkter uteblev 2021. Eftersom tabell 7.1.2 visar jämförelsesiffror för 2019 och 2020, då intäkter erhölls, kommenteras ändå samarbetet. Samarbetet beskrivs utförligt under avsnitt 7.6 Kommersiella samarbeten.

En annan större post bland andra rörelseintäkter är valutakursvinster som uppgick till nästan 8 miljoner kronor 2021. I sammanhanget bör nämnas att nettot av valutakursvinster och förluster är mycket lågt.

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

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

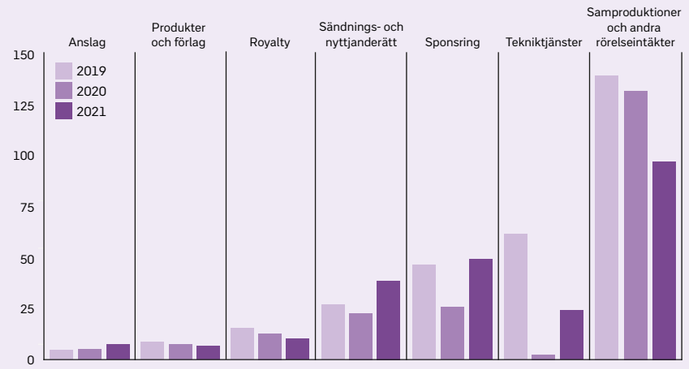
SVT har därmed sammanfattningsvis, genom beskrivningarna ovan, redogjort för intäkter vid sidan av avgiftsmedel. För redovisning av sidoverksamhetens intäkter, se avsnitt 7.4. Under avsnitt 7.6 beskrivs intäkter från kommersiella samarbeten utförligt.

7.1.1 Verksamhetens intäkter, mkr

Mkr	2019		2020		2021	
Erhållna avgiftsmedel från rundradiokontot	4 942,3		5 041,2		5 142,0	
Korrigeringar mellan programbolagen	-1,5		-6,8		-4,0	
Totalt erhållna avgiftsmedel	4 940,8		5 034,4		5 138,0	
Avgiftsmedel överförda till RIKAB	-59,5		0,0		0,0	
Avgiftsmedel överförda till SRF	-91,6		-92,8		-96,2	
Delsumma överförda avgiftsmedel	-151,1		-92,8		-96,2	
Netto erhållna avgiftsmedel	4 789,7		4 941,6		5 041,8	
Förändring skuldförda avgiftsmedel *)	-51,4		-412,3		-14,7	
Summa intäktsförda avgiftsmedel	4 738,3	93%	4 529,3	95%	5 027,1	95%
Övriga intäkter	303,3		204,8		224,2	
Summa övriga intäkter	303,3	6%	204,8	4%	224,2	4%
Summa	5 041,6	99%	4 734,1	99%	5 251,3	99%
Sidoverksamhet	58,0	1%	45,2	1%	51,3	1%
Summa intäkter	5 099,6	100%	4 779,3	100%	5 302,6	100%

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

7.1.2 Övriga intäkter exklusive sidoverksamhet, mkr



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 17 §
"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.

MEDELSVILLKOR 5
"SVT ska betala SVT:s och UR:s sammanlagda distributionskostnader i enlighet med avtal mellan bolagen."

Sponsring

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

Under 2021 uppgick intäkterna från sponsringen till närmare 49 miljoner kronor, en ökning med cirka 23 miljoner kronor jämfört med 2020. En förklaring till skillnaden är att antalet stora sportevenemang var färre 2020 på grund av coronapandemin och det fanns få sportevenemang att sända live 2020. Två stora evenemang flyttades från 2020 till 2021: fotbolls-EM/UEFA Euro 2020 och Paralympics. Därutöver hölls tre stora vinter-VM 2021 och hockey-VM för herrar. Under 2021 sponsrades totalt 19 sportevenemang.

Ett evenemang kan gälla endast en sändning med repris, eller ett skid-VM som varar i två veckor med en mängd olika tävlingar och därmed många sändningar. Det kan också bestå av den alpina världscupen som sänds under hela vintersäsongen. Under 2021 var 682 sändningar sponsrade. Det är en ökning jämfört med 2020 (379 sändningar), vilket alltså beror på färre sportevenemang än normalt 2020.

SVT brukar under ett normalt år sponsra ett antal sportevenemang samt den internationella sändningen av finalen av Melodifestivalen som är ett evenemang inom ramen för åtagandet gentemot EBU. Under 2021 kunde Melodifestivalen inte genomföras med normalt upplägg på grund av coronapandemin och ingen sponsring skedde av evenemanget 2021. Inga intäkter erhölls.

Sponsringsintäkterna 2021 kommer från 19 sportevenemang.

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

7.1.3 Sponsring i SVT 2021

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

19 Sportevenemang	Antal sändningar i broadcast	Antal billboards i broadcast
Ishockey: VM 2021 Riga	112	263
Fotbolls-EM: UEFA EURO 2020 (flyttat från 2020)	123	214
Skidskytte: VM Pokljuka	12	24
Alpint: VM Cortina	19	37
Längd: VM Oberstdorf	28	68
Fotboll: Damlandskamper	10	27
Ski Classics (Långlopp)	2	6
Fotbollsstudion (Allsvenskan)	34	60
Alpint: Världscupen vår 2021 & Österrike/Schweiz hösten	79	156
Längd: Världscupen vår 2021 & 2 tävlingar hösten	40	72
Skicross: Världscupen (endast våren)	6	13
Skidskytte: Världscupen (vår/höst)	62	115
SHL-magasin: Hockeykväll	4	8
Motor: WRC, inkl Svenska Rallyt 2021	55	105
Paralympics 2021 Tokyo (flyttat från 2020)	28	74
Fotboll: Damallsvenskan	16	52
Ishockey: Junior-VM (2021/2022) Kanada (delvis inställt)	12	32
Friidrott: Diamond League	12	14
Ishockey: Champions Hockey League (CHL)	28	90
Summa	682	1 430
Antal företag/varumärken: 65 st		
Intäkt totalt: 48,7 milj.		

7.2.1 Verksamhetens kostnader, mkr

Mkr	2019		2020		2021	
Programkostnader	3 960,3	78%	3 694,5	77%	4 230,5	80%
Distributionskostnader	192,7	4%	193,1	4%	162,4	3%
Övriga kostnader	888,7	17%	846,5	18%	858,5	16%
Summa	5 041,7	99%	4 734,1	99%	5 251,4	99%
Sidoverksamhet	46,7	1%	35,7	1%	43,0	1%
Summa kostnader	5 088,4	100%	4 769,8	100%	5 294,4	100%

7.2 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.

Kostnaderna för programverksamheten ökade markant 2021 jämfört med 2020, vilket till stor del förklaras av att 2021 var ett extra sportintensivt år. Inte minst eftersom det även innehöll sportevenemang som på grund av coronapandemin flyttats från 2020 till 2021. Ett exempel på det är fotbolls-EM för herrar.

Distributionskostnader

Som distributionskostnad räknas kostnaden för distribution av marksändningar samt kostnad för internetdistribution. Sedan 2014 har SVT, i enlighet med avtal mellan bolagen, tagit över kostnaderna för marksändningarna för UR:s räkning.

Under 2021 har utsändningsformatet för marknätet uppgraderats och SVT:s kanaler sänds nu enbart i hd, vilket bidragit till att distributionskostnaden sjunkit.

Övriga kostnader

Övriga kostnader består till största delen av kostnader för ledningsenheterna ekonomi, teknik, kommunikation, HR, juridik, strategi, fastighet och säkerhet. I posten ingår också tekniska investeringar, lokalkostnader och hyror, centrala teknikkostnader, utbildningsverksamhet med mera.

Övriga kostnader ska alltså inte ses som enbart overhead utan kostnader som är helt nödvändiga för produktionen men som inte direkt kan fördelas på de olika programmen. Kostnaderna är högre jämfört med föregående år. Det beror framförallt på ökade tekniska investeringar under 2021 som till exempel investering i ny utsändningsteknik.

I studion inför fotbolls-EM med programledaren André Pops och kommentatorerna Daniel Nannskog och Jonas Eriksson. Foto: Marika Lindgren/SVT.

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."

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."

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 resultatmått baserade på dessa och att utveckla arbetet med att mäta och redovisa olika indikatorer på kvaliteten och särarten i programutbudet. Resultatmåtten 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."

Totala kostnader per programkategori

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

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

Som information kan nämnas att kostnaderna för barn och unga ingår i de ordinarie programkategorierna, främst fiktion och underhållning, vilket gör att dessa kategorier är något högre än de skulle ha varit utan kostnader för barn och unga. Under 2021 har 377 miljoner kronor avsatts till utbudet för barn och unga. I avsnitt 5.3 redovisas utbudet för barn och unga som en egen kategori. I avsnitt 6.3 beskrivs vidare hur SVT arbetar med utbudet för barn och unga.

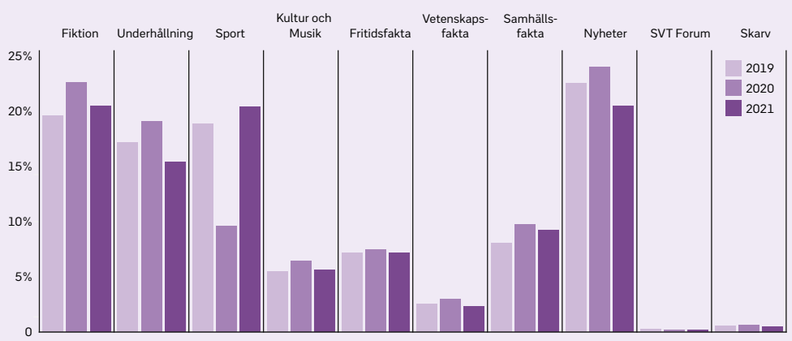
Värt att känna till är även att utbudssiffrorna i kapitel 5 visar vad SVT sänt under året och är en avspegling av utbudet medan ekonomisiffrorna visar vilka kostnader SVT har haft under året. Kostnaderna uppstår inte alltid det år som programmet sänds, utan när det produceras. SVT har alltså ingen sändningsekonomi utan produktionsekonomi. Av 2021 års sända program togs en del kostnader redan 2020 och av 2021 års kostnader kommer en del program sändas först 2022 eller 2023. 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.

Sportutbudets andel av kostnaderna har ökat kraftigt 2021 vilket, som tidigare nämnts, förklaras av att flera sportevenemang flyttats från 2020 med anledning av pandemin, men också av att större evenemang som till exempel hockey-VM genomförts planenligt under 2021. Vad gäller sport varierar kostnaderna i hög grad mellan åren beroende på vilka evenemang som SVT har rättighet att sända och med vilka intervall som mästerskapen hålls. På grund av inställda evenemang 2020 blev sportkostnaden det året relativt låg och förändringen jämfört med 2021 blir då extra stor.

Värt att notera är att SVT Sports stora andelsökning 2021 även innebär att sportkostnaden får bära en ovanligt stor del av de övriga kostnaderna (inklusive distributionskostnaden) med den proportionella fördelningsmetod av kostnaderna som beskrivs inledningsvis i avsnittet. Övriga kategorier får som en följd därav bära en betydligt lägre andel av dessa kostnader. Den effekten medför även ett stort genomslag på programkategoriernas respektive totala kostnad 2021 som går att utläsa i tabellen 7.2.2 i Appendix.

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.

7.2.2 Andel av totala kostnader per programkategori



7.3 PRODUKTIVITET OCH VERKSAMHETSUTVECKLING

Effektivitet

Redovisningen av SVT:s effektivitet beskrivs i kapitel 2 i avsnitt 2.3.

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. Ambitionen är att ständigt jobba för att mer medel överförs till programverksamhet från administration.

Det i kombination med att kostnaderna per programkategori varierar mellan åren beroende på produktionsmixen (se avsnitt 7.2 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 värderats. 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.

Värdet av de åtgärder som gått att beräkna uppskattas till sammanlagt 96,9 miljoner kronor 2021, vilket motsvarar 1,9 procent av storleken på avgiftsmedlen. Motsvarande siffra 2020 var 79,2 miljoner kronor eller 1,6 procent av avgiftsmedlen.

SVT:s bedömning av nyckeltalets utfall under de två första åren av sändningstillståndsperioden är att det visar att verksamheten bedrivs på ett rationellt sätt och konstaterar samtidigt att nyckeltalet kan variera mellan åren exempelvis på grund av mängden tekniska innovationer från år till år.

Utöver den tvåprocentiga ökningen av SVT:s avgiftsmedel har SVT begränsade möjligheter att öka intäkterna. Därför arbetar SVT med ständiga produktivitetsförbättringar. Produktivitetsförbättringar uppstår genom att SVT med regelbundenhet genomlyser olika verksamheter, arbetssätt och processer vilket i sin tur leder till krav på större eller mindre rationaliseringar. Förbättringar kan även uppstå i det dagliga arbetet i SVT:s verksamheter där behov av och möjlighet till nya metoder kan uppstå snabbt. Eftersom SVT periodvis genomför större rationaliseringar, till exempel till följd av tekniska innovationer, varierar nivån på produktivitetsförbättringarna från år till år.

SVT har tidigare övervägt att ange en målnivå för nyckeltalet men har landat i att en fast målnivå för nyckeltalet inte är ändamålsenlig. SVT strävar efter att stimulera till ständiga förbättringar i all verksamhet, samtidigt som SVT säkerställer att det går att leverera på uppdraget. När SVT ställs inför utmaningar i omvärlden,

Inspelning av serien ***Snöänglar*** med Ardalan Esmaili i rollen som Salle. Foto: Johan Paulin/SVT.

som till exempel under de senaste två årens coronapandemi, blir det nödvändigt att snabbt söka nya metoder och innovationer. En del kan leda till kostnadsbesparingar medan annat kan leda till ökade kostnader. Att på övergripande nivå bestämma en viss målnivå riskerar därför att leda fel. Nyckeltalets huvudsyfte är 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. SVT kommer fortsatt följa, analysera och kommentera utfallet av nyckeltalet.

För att kunna finansiera nya satsningar och ökad kvalitet i utbudet genom mer medel till program arbetar SVT kontinuerligt med rationaliseringsåtgärder 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 96,9 miljoner kronor 2021. Nedan följer en rad exempel på rationaliseringsåtgärder 2021:

Inom ramen för programbudgeten bedrivs det löpande rationaliseringsarbetet till stor del genom ett konstant kostnadstryck 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. Under året har exempelvis samplanering av inspelningar av program och samarbete mellan olika redaktioner skapat utrymme för mer effektiv resursanvändning. Exempel på program som har berörts är *Kulturfrågan Kontrapunkt*, *På spåret*, *Muren* och flera program på minoritetsspråksområdet. De medel som frigörs på det sättet används för utveckling av nya program men även utveckling av befintliga program. Nyheterna är det enda programområdet som får en årlig ökning av medel motsvarande cirka två procent.

Under 2021 har ett arbete pågått för att förenkla standarden på den produktionstekniska utrustningen på SVT:s lokala redaktioner. Den tekniska utvecklingen har gjort det möjligt att övergå till mindre tung teknik som mobilkameror och surfplattor för redigering, vilket är en väsentligt billigare lösning. Andra tekniska förbättringar som effektiviserat verksamheten är ombyggnad av ett kontrollrum med enklare/billigare teknik samt ny utvecklad teknik för produktion av marknadsföring i de linjära kanalerna som sänker produktionskostnaden.

SVT Sport har startat flera samarbeten med övriga nordiska bolag. Till exempel initierade SVT Sport i samband med fotbolls-EM för herrar under 2021 ett produktionstekniskt samarbete tillsammans med samtliga skandinaviska rättighetsinnehavare. Istället för att de åtta skandinaviska

Ur Scenföreställningen ***Peter och Janne gör slut*** med skådespelarna Jan Coster och Peter Lorentzon Foto: Lina Ikse/SVT.

bolagen skulle bygga upp och bemanna var sitt tekniskt kontor i Amsterdam byggdes ett gemensamt kontor som servade samtliga länder med gemensam yta, teknik och fiberkapacitet hem till Norden.

It-verksamheten har byggt upp ett närmare samarbete med större leverantörer som är kostnadseffektivare och säkrare, till exempel databastjänster. SVT nyttjar även avtalen mer fullt ut och har därmed kunnat minska nedlagda resurser.

SVT fortsätter kontinuerligt arbetet med att utveckla personalens kompetens och underlätta utlåning mellan avdelningar och orter för att undvika onödiga kostnader. Nya arbetssätt möjliggör omprioriteringar av resurser som kan omfördelas till nya satsningar alternativt göra det möjligt att inte återbesätta tjänster.

Inom administrationen fortsätter digitaliseringen vilket innebär mindre manuellt arbete inom till exempel löne- och redovisningsavdelningen. Digitala möten och utbildningar inom olika delar av SVT har ökat med gott resultat. Arbetssätt som uppstod som en effekt av pandemin, men som fungerat bra, har nu blivit ett naturligt inslag.

Kostnaderna för resor har sänkts (ej medräknat effekter av coronapandemin). Erfarenheter från 2020 visade att arbetet kunde bedrivas effektivt även med ett minskat resande och det resulterade i ett krav på att sänka resekostnaderna generellt i SVT under 2021. Detta har inte gällt programproduktionen men alla övriga verksamheter och har syftat till att sänka kostnaderna och att minska belastningen på miljön.

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

Andelen 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 centraliserats och standardiserats. SVT följer löpande upp kostnadsutvecklingen inom olika inköpskategorier i syfte att förstå de olika inköpsbehoven och tidigt identifiera omotiverade kostnadsökningar. SVT mäter även hur stor del av den totala utgiften (utbetalningar till leverantörer) som går till leverantörer som har upphandlats och där avtal finns. Detta är ett relevant mått då modellen för LOU är utformad för att gynna största möjliga 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 2021 minskade något och inköpsandelen för avtal hamnade på 89 procent jämfört med 92 procent för 2020. Det är normalt att andelen fluktuerar något mellan åren, speciellt under år med stora mästerskap eftersom sporträttigheter inte omfattas av LOU.

I avsnitt 7.5 beskrivs SVT:s samarbeten

MEDELSVILLKOR 4
"Sidoverksamheter till SVT:s sändningsverksamhet ska bära 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."

med övriga public service-bolag där bland annat koncerngemensamma upphandlingar ingår.

Sammanfattningsvis har SVT i avsnitt 7.3 redovisat ekonomiska nyckeltal som visar produktivitet i enlighet med medelsvillkoren 1 och 22. SVT menar därför att SVT visat att verksamheten inom ramen för uppdraget bedrivs på ett rationellt sätt samt att SVT har vidtagit åtgärder som syftar till ökad produktivitet. I avsnitt 2.3 utvecklas vidare ett resonemang om graden av måluppfyllelse i effektivitetsmåtten i relation till använda resurser och kostnader.

7.4 SIDOVERKSAMHET

Sidoverksamheten riktar sig både till tittarna och till företagsmarknaden. Generellt kan sidoverksamheten sägas syfta till att erbjuda och utnyttja rättigheter, resurser och goodwill. Det är alltså inte själva omfattningen och vinsten som är det viktiga utan snarare att SVT har en mängd rättigheter och produkter som det finns en naturlig efterfrågan på. Detta skiljer SVT:s sidoverksamhet från sidoverksamheten i vissa andra public service-bolag, vilken snarare syftar till att expandera eller generera ett betydande överskott som sedan kan användas för programproduktion. Sidoverksamheten delas in i fem resultatområden.

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

Omsättningen och kostnaderna för sidoverksamheten 2021 har ökat något jämfört med 2020 samtidigt som resultatet har minskat något, främst inom rekvisita och kostym.

Kanotisten Helene Ripa från ***Paralympics***. Foto: SVT

7.4 Sidoverksamhet, mkr

		2019	2020	2021
Produktionsresurser	Intäkter	23,2	13,4	19,4
	Kostnader	19,3	11,3	17,1
	Gemensamt påslag	2,5	1,8	1,9
	Resultat	1,3	0,3	0,4
Hela tv-program	Intäkter	4,6	4,9	4,3
	Kostnader	3,4	2,3	1,5
	Gemensamt påslag	0,5	0,7	0,4
	Resultat	0,7	1,9	2,4
Försäljning rättigheter	Intäkter	7,3	7,1	7,1
	Kostnader	4,2	3,6	3,6
	Gemensamt påslag	0,8	0,9	0,7
	Resultat	2,2	2,6	2,8
Arkivförsäljning	Intäkter	10,0	7,9	7,5
	Kostnader	3,4	2,8	3,0
	Gemensamt påslag	1,1	1,1	0,8
	Resultat	5,5	4,0	3,7
Rekvisita o kostym	Intäkter	12,9	11,9	13,0
	Kostnader	6,8	7,0	10,7
	Gemensamt påslag	1,4	1,6	1,3
	Resultat	4,6	3,3	1,0
Totalt	Intäkter	58,0	45,2	51,3
	Kostnader	37,2	27,0	35,9
	Gemensamt påslag	6,4	6,1	5,1
	Skatt	3,1	2,6	2,1
	Resultat	11,3	9,5	8,2

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 produktioner som förutsätter stora studior och kompetens. SVT:s strategiska inriktning är att endast bedriva uthyrning av produktionskapacitet där det inte är rationellt att lämna resursen. SVT har således ingen överkapacitet i syfte att hyra ut. En väsentlig del hyrs av produktionsbolag som SVT har anlitat för produktionsutläggningar av egna program. Under coronapandemin 2020 minskade uthyrningen något men har under 2021 legat på en mer normal nivå.

Hela tv-program

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

Försäljning rättigheter

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

Arkivförsäljning

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

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 fem resultatområdena av sidoverksamhet balanseras i fritt eget kapital och uppgick 2021 till 8,2 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 2021 till 51,3 miljoner kronor vilket motsvarar 1 procent av SVT:s samlade intäkter. De samlade kostnaderna uppgick till 43,0 miljoner vilket motsvarar 1 procent av SVT:s samlade kostnader.

MEDELSVILLKOR 1
”SVT ska kontinuerligt vidta åtgärder som syftar till ökad effektivitet och produktivitet. Ett led i detta är att söka samarbetsområden med Sveriges Radio AB (SR) och Sveriges Utbildningsradio AB (UR).”

MEDELSVILLKOR 4
”SVT ska tillsammans med SR och UR avstå medel för Sveriges Radio Förvaltnings AB:s kostnader enligt avtal mellan programföretagen. I avtalet ska även eventuella medelsavståenden mellan programföretagen som följer av punkt 1 redovisas.”

SVT:s kontroll av sidoverksamheten

Inom i princip samtliga områden finns etablerade prisbilder för motsvarande produkter som SVT tillhandahåller. Detta då det finns en mängd av såväl konkurrerande leverantörer som potentiella kunder. Som exempel kan nämnas priser för visningsrätter, dvd-försäljning och uthyrning av produktionsteknik. SVT beaktar de priserna vid förhandling efter offertgivning, i de fall kännedom om prisbilden finns. SVT:s del av de här marknaderna är normalt så liten att SVT inte är prispåverkande. Marknadsmässigheten säkras även genom att SVT alltid kräver kostnadstäckning plus ett påslag.

För enstaka tjänster finns inte samma etablerade modeller. Exempelvis har SVT Nordens största renodlade tv-studio. SVT:s priser kan där jämföras med närliggande verksamheter, det vill säga andra arenor, och den relativa kostnaden för mindre studior som SVT och andra aktörer tillhandahåller.

Ett 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 medelsvillkoren, är att avgiftsmedel inte subventionerar andra verksamheter än dem som avgiftsmedlen är avsedda för, det vill säga kärn- och kompletterande verksamhet. Inga avgiftsmedel på SVT har tillförts sidoverksamheten utan den bedrivs på marknadsmässig grund och genererar som helhet en vinst.

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

SVT menar sammanfattningsvis att SVT ovan visat att kravet på att sidoverksamheterna ska bära sina egna kostnader och bedrivas på ett konkurrensneutralt sätt är uppfyllt. SVT har även försökt visa att sidoverksamheten inte givits en sådan omfattning eller är av sådan karaktär att den kan riskera att inkräkta på kärnverksamheten eller skada förtroendet.

7.5 KONCERNSAMARBETEN

Samarbeten mellan public service-bolagen SVT, SR och UR återfinns inom en rad områden som presenteras under följande punkter:

- upphandlingar som syftar till kostnadssänkningar och effektiviseringar
- evenemang, galor, utmärkelser och viss kulturverksamhet
- överenskommelser för insatser på minoritetsspråk och teckenspråk samt för personer med funktionsnedsättning, som ligger till grund för verksamheterna som beskrivs i avsnitt 6.4 – 6.5.
- medfinansiering av medieforskning och publikundersökningar
- kunskapsförmedling kring public service-uppdraget och mediernas roll i demokratin, som exempel *Fria ordets dag* som också beskrivs i avsnitt 5.2.
- språkvård, rådgivning och utbildningar inom svenska språket, vilket beskrivs i avsnitt 3.8.
- utbildningar inom programjuridiska frågor
- tät dialog och erfarenhetsutbyten inom hållbarhetsfrågor, juridik och lagstiftningsfrågor samt flera andra områden som påverkar verksamheterna
- löpande dialog och samarbete kring utveckling av public service-redovisningarna

De tre bolagen har också ett nära samarbete med de andra nordiska bolagen i en rad frågor, bland annat inom Nordvision vars syfte är att stärka public service i Norden. Medlemmarna samproducerar och utväxlar program, utvecklar format och delar kunskap över gränserna (se avsnitt 3.4).

Koncerngemensamma upphandlingar

Under 2021 avslutade de tre programbolagen SR, SVT och UR i samarbete med Sveriges Radio Förvaltnings AB (SRF) 26 större gemensamma upphandlingar.

Upphandlingar som omfattade samtliga programbolag avsåg konstruktörstjänster, arkitekttjänster, försäkringsförmedlingstjänster, elservice och mindre elentreprenader, byggservice och mindre byggentreprenader, posttjänster, företagspaket, gods inrikes, bud i Stockholms län samt utrikes transporttjänster.

SVT och UR genomförde gemensamma upphandlingar av nätverksprodukter, sändningsryggsäckar, robotsystem för studiokameror, camera tracking-system, kameror och kameratillbehör, säkerhetskonsulter samt service och support på print samt tillbehör. SVT, SRF och UR genomförde en gemensam upphandling av mobiltelefoner och tillbehör.

SVT, SR och UR genomförde gemensamma upphandlingar av tryckeritjänster, AV-teknik och installationer, köp/leasing av personbilar, säkerhetsprodukter inom it, miljökonsulter samt säkerhetsutrustning med tillhörande tjänster.

SVT och SR genomförde en gemensam upphandling av en röstnings- och insamlingstjänst.

Under 2021 påbörjades koncerngemensamma upphandlingar av företagshälsovård, synundersökningar och bildskärmsglasögon, prenumerationstjänster, låssystem och tillhörande tjänster, persondatorer och surfplattor, SAK-försäkringar, växter och växtservice samt hotelltjänster.

Gemensamt serviceföretag (SRF)

SRF är ett serviceföretag med cirka 60 anställda som ansvarar för gemensamma service- och stödfunktioner åt SVT, SR och UR. Företaget arbetar på uppdrag av de tre programbolagen och sköter verksamheter som research, arkiv, telefonväxel, distribution, friskvård och fastighetsförvaltning. SRF är även fastighetsägare i Stockholm, Göteborg och Umeå. SRF ägs av SVT (61 procent), SR (34,4 procent) och UR (4,6 procent) och finansieras genom att programbolagen avstår avgiftsmedel enligt en kostnadsfördelningsmodell.

Samordning av lokaler

Bolagen har gemensamt med SRF ett fastighetsråd som samordnar lokal- och fastighetsfrågor, och programbolagen samlokaliserar och samutnyttjar lokaler där så är möjligt och rationellt. Alla tre bolagen är samlokaliserade i Göteborg och Stockholm. SR och SVT är samlokaliserade i Arvidsjaur, Borås, Kalmar, Karlskrona, Kiruna, Linköping, Norrköping, Skellefteå, Visby och Örnsköldsvik.

Dialog och kunskapsförmedling

De tre bolagen arrangerar tillsammans med lokala tidningshus Fria ordets dag där sjätteklassare får lära sig mer om journalistik, tryck- och yttrandefrihet och källkritik.

Tillsammans arrangerar programbolagen den årliga konferensen PS Funk, där företrädare för olika organisationer med fokus på frågor om tillgänglighet och funktionsrätt möter företrädare för SR, SVT och UR. 2021 hölls tre digitala halvdags- seminarier istället för en fysisk konferens.

Programsamarbeten

SR och SVT samarbetar kring *Vi i femman, Världens barn, P3 Guld, Melodifestivalen, Idrottsgalan* samt en del av Berwaldhallens konserter. SVT och UR samarbetar kring programmen *Lilla Aktuellt* och *Lilla Aktuellt skola*. SVT, SR och Radiohjälpen samarbetar kring *Musikhjälpen*. SR och SVT samarbetar redaktionellt med Sameradion och SVT Sápmi.

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 redovisar SVT i avsnitt 7.5 de samarbetsområden med de två övriga programbolagen som bidrar till att verksamheten bedrivs rationellt enligt de ekonomiska förutsättningarna i medelsvillkoren 1 och 4.

MEDELSVILLKOR 22
"SVT ska särskilt redogöra för företagets intäkter vid sidan av avgiftsmedel. I den redovisningen ska ingå:
– vilka kommersiella samarbeten som företaget har deltagit i och vilka intäkter de har genererat, med förtydligande exempel"

"SVT ska särskilt redogöra för företagets intäkter vid sidan av avgiftsmedel. I den redovisningen ska ingå hur företaget har säkerställt sitt oberoende vid kommersiella samarbeten och vid indirekt sponsring"

7.6 KOMMERSIELLA SAMARBETEN

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

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. Dit 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 *Nobel* samt samarbetet kring *Melodifestivalen*.

Vid 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, produktionsbolag och Svenska Filminstitutet. Storleken på intäkterna från samproduktioner kan variera mellan åren beroende på mängd och typ av samarbeten.

Vad gäller samarbetet kring Nobel har SVT ett produktionsuppdrag för vilket SVT erhåller en betalning. Uppdragsgivare är Nobel Prize Outreach, som äger samtliga rättigheter till det SVT producerar åt dem. Samtidigt förvärvar SVT visningsrätt och viss arkivrätt till de program SVT producerar.

När det gäller Melodifestivalen genomfördes inget samarbete under 2021 med Live Nation på grund av coronapandemin, men då jämförelsebelopp för åren 2019 och 2020 ingår i tabell 7.1.2 och 7.1.2c beskrivs därför ändå det samarbete som normalt föreligger.

Under Melodifestivalen står SVT för kostnader som är direkt kopplade till själva tv-produktionen, enkelt uttryckt allt som syns i bild. För de tävlande bidragen är pyroteknik, specialeffekter, scen och rekvisita exempel på sådana kostnader som SVT står för, men upp till ett maxbelopp som är lika för samtliga artister. SVT ger dock varje artist rätt att bygga ut sitt scenframträdande på egen bekostnad. Detta för att inte begränsa den konstnärliga friheten i bidragen. Det ställs inga krav om det i några avtal utan är en valfri möjlighet.

Ett normalt år genomförs en turné, men under 2021 genomfördes ingen turné på grund av coronapandemin. SVT saknar rätt kompetens för själva turnén. Därför upphandlar SVT normalt tjänsten turnésamordning, en upphandling som genomförs i enlighet med lagen om offentlig upphandling. Turnésamordnaren svarar då för kostnader som är relaterade till själva turnéproduktionen, exempelvis resor, logi, lokalhyra, transporter, catering, säkerhet på plats, ackreditering och sjukvård. De senaste åren har Blixten & Co varit den upphandlade parten, och för det betalar SVT normalt en ersättning till Blixten & Co. Under 2021 genomfördes som nämnts ovan ingen turné. Istället upphandlades tjänsten produktionsstöd, där Blixten & Co blev den upphandlade parten. Produktionsstödsparten svarar då för kostnader i form av exempelvis catering, städning, säkerhet på plats och sjukvård. För detta har SVT betalat en ersättning till Blixten & Co under 2021.

Dessutom uppbär SVT normalt intäkter vid licensieringen av varumärket och tillhörande rättigheter som hör samman med arrangemanget av de publika föreställningarna. Det gäller bland annat möjligheten för externa bolag att nyttja varumärket Melodifestivalen till att marknadsföra biljettkampanjen kopplad till de allmänna sammankomsterna. Sedan 2020 års melodifestival har SVT beslutat att avstå helt från att ha spelbolag som sponsorer. De senaste åren har Live Nation varit SVT:s partner för detta. Under 2021 genomfördes inget samarbete med Live Nation på grund av då gällande begränsningar kring allmänna sammankomster.

I enlighet med förväntningarna på SVT, framför allt vad gäller affärsetik, redovisar SVT inte enskilda ekonomiska uppgörelser eller avtal. De tre formerna av kommersiella samarbeten, samproduktioner, samarbetet kring Nobel samt samarbetet kring Melodifestivalen, genererade sammanlagt intäkter på 71 miljoner kronor 2021 (96 miljoner kronor 2020), där Melodifestivalen inte genererade några intäkter 2021.

I appendix, tabell 7.1.2b, 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 ingåtts. SVT har även förtydligat vilka kostnader som bärs av SVT vid kommersiella samarbeten och har därmed också försökt visa att SVT inte erhållit annan slags kompensation som reducerat kostnaderna.

Oberoendet vid kommersiella samarbeten

Som framgår ovan utgörs kommersiella samarbeten av samproduktioner, samarbetet kring Nobel samt samarbetet kring Melodifestivalen. Som beskrivits i avsnitt 3.5 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, ett normalt år (men ej 2021), nyttja varumärket Melodifestivalen till att marknadsföra biljettkampanjen kopplad till de allmänna sammankomsterna. Den exponeringen visas aldrig i bild och SVT säkerställer att det aldrig innebär att sponsorerna har någon som helst påverkan på programmet. Varken Blixten & Co, som upphandlats för turnésamordning och produktionsstöd, 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 3.5 Publicistisk kontroll för säkrandet av oberoendet vid indirekt sponsring.

Jassabarnen och gudarnas gåva *en serie barnprogram på flera minoritetsspråk. Foto SVT.*

KAPITEL ÅTTA

Planer för framtiden

Här redovisas SVT:s planer i form av prioriterade projekt och satsningar den närmaste tiden med fokus på 2022.

Finito – 2121 En film om framtiden med skådespelaren Lennart Jähkel. Året är 2121 med nya hot efter att klimatkrisen övervunnits. Foto: Simon Rudholm/SVT.

Planer för framtiden

Konkurrensen på mediemarknaden har aldrig varit större än idag. De senaste åren har globala strömningsjättar etablerat sig på den svenska marknaden och utmanat svenska medieaktörer om såväl publikens uppmärksamhet som resurser, talanger och rättigheter för innehållsproduktion.

För att kunna fortsätta skapa värde i en alltmer hårdnande konkurrens har SVT riktlinjer som vägleder arbetet framåt: Förnya utbudet för att bli ett självklart val online, bygga ett SVT för en ny tids tv-vanor, komma närmare alla i Sverige och skapa ett mer effektivt, kreativt och lärande SVT.

Förnya utbudet för att bli ett självklart val online

Tv-marknaden är global, aktörerna många och utbudet har formligen exploderat. SVT erbjuder ett brett utbud på svenska i alla genrer. Det gör SVT unikt. På SVT hittar tittarna granskande samhällsjournalistik, spännande drama, engagerande sportprogram, inspirerande kunskapsprogram och allt däremellan. Det ska finnas något för alla.

SVT dokumenterar och beskriver Sveriges moderna historia; allt från nyhetshändelser som påverkar oss starkt till kulturupplevelser som formar vår tid. En rad nya satsningar tar sin utgångspunkt i det och finns tillgängliga för kommande generationer. Publikens nyhetskonsumtion är i stor förändring. SVT möter den utvecklingen genom en journalistik som ger fler perspektiv, värnar saklighet och säkerställer oberoendet. Under pandemin har SVT gjort stora framsteg i att nå unga med nyheter genom SVT Nyheters app. Det arbetet fortsätter med sikte på att nå årets förstagångsväljare.

Bygga ett SVT för en ny tids tv-vanor

SVT Play når sex miljoner svenskar varje vecka. Strömmad tv är nu en tittarvana hos i stort sett alla generationer. Under 2022 förväntas SVT Play gå om SVT1 i räckvidd. Gamla framgångsmått gäller inte längre. Tillsammans med branschkollegor arbetar SVT på att ta fram mått för räckvidd och användning som bättre beskriver den nya tidens tv-vanor. SVT fortsätter skapa ännu bättre tjänster. SVT är till för alla. Det ska vara enkelt att använda, hitta och ta del av SVT:s innehåll. Tydligare tal är en egenutvecklad tjänst med syfte att göra programutbudet tillgängligt för fler. En framgångsfaktor har varit att utvecklas tillsammans med våra tittare och användare. Det fortsätter vi med under 2022.

Komma närmare alla i Sverige

I år kommer SVT att ha 14 fler lokala redaktioner jämfört med valåret 2018. Det är en historisk satsning på utbyggd lokal närvaro i Sverige och utbyggnaden fortsätter. Under 2022 öppnar SVT nya redaktioner i Märsta, Västervik, Åmål och Dorotea. Målet är att SVT ska finnas på 50 platser år 2023.

SVT är hela Sveriges television. Att lyssna på publiken är en nyckel för att kunna möta publikens behov och utveckla innehåll som är angeläget och relevant. Det sker genom dialogprojekt som *Fika med SVT* och genom synpunkter från alla tittare som varje dag hör av sig till SVT. Så snart pandemiläget tillåter blir det åter fysiska möten med publiken i samband med program som *Sommarlov* och *Sverige möts*. Programmet Sverige möts gör under 2022 en valturné från Luleå till Trelleborg. Dessutom kommer SVT att göra 312 valkompasser, en för riksdagsvalet, en för valet till 21 landsting och regioner samt en för valet till landets 290 kommuner. SVT:s ambition är att valbevakningen ska ligga närmare publiken än någonsin tidigare.

Skapa ett mer effektivt, kreativt och lärande SVT

Den skärpta konkurrensen på mediemarknaden är inte bara en kamp om publikens uppmärksamhet, utan också om resurser och talang. Kostnaderna för tv-produktion har stigit kraftigt. Under 2020 och 2021 tillkom pandemirelaterade extrakostnader som berodde på uppskjutna och förändrade produktioner. Det ekonomiska trycket är stort och SVT:s kanaler och tjänster jämförs i dag med utbud och innehåll från stora internationella jättar med enorma programbudgetar. Under 2022 fortsätter SVT effektivisera verksamheten för att en allt större del av public service-avgiften ska gå till innehåll och tjänster i världsklass.

Digitalisering och tekniska förbättringar ökar SVT:s produktivitet på flera områden, till exempel utsändning av lokala nyheter. Sedan 2019 arbetar SVT med att modernisera och effektivisera tv-huset på Gärdet i Stockholm. Renoveringen möjliggör för SVT att minska den totala ytan på Gärdet med cirka 20 procent. Projektet kommer att ge en bättre arbetsmiljö, minska byggnadens miljöavtryck och frigöra medel till program.

SVT ska bidra till en livskraftig produktionsmarknad i Sverige. Därför fortsätter SVT arbetet med att vara en favoritpartner till produktionsbolag och fria kreatörer. Samarbeten med kulturinstitutioner och andra medier är centralt för att vi ska lyckas. Sedan hösten 2021 erbjuds medier via branschorganisationen Utgivarna att utan kostnad använda SVT:s sändningar från presskonferenser och större nyhetshändelser.

Ledarskapet har prövats under pandemin. En ny utbildning med fokus på inkludering och lärande ska stärka ledarskapet på SVT de kommande åren.

Säkerhet, fakta och publikens förtroende 2022

Just nu rustas verksamheten för att ge svenska folket bästa möjliga valbevakning. Nära, engagerat och på djupet. Inför valet 2022 lägger SVT stor vikt vid de många perspektiven och att söka svar på frågor som svenska folket tycker är viktiga. Valbevakningen kommer att genomsyra nyhets- och samhällsjournalistiken under 2022 och förhoppningen är att SVT ska vara samlingspunkten när Sverige går till val i september.

SVT:s omfattande erbjudande av program som förmedlar kunskap inom många olika områden blir allt viktigare i en tid av informationsöverflöd och utmaningar mot det demokratiska samtalet. Genom opartisk och tillförlitlig nyhetsrapportering och granskande journalistisk ska SVT bidra till att Sverige kan stå emot desinformation och påverkan från krafter som vill störa det offentliga samtalet.

SVT hanterar i snitt 37 säkerhetsärenden om dagen, många polisanmäls och företagets kostnader för personskydd har blivit fyra gånger högre på bara några år. Under valår blir journalister extra utsatta och SVT tar det på stort allvar. Men samhället behöver också tydligt stå upp för Sveriges journalister och markera att brott mot och trakasserier av journalister aldrig kan accepteras.

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

Appendix

I appendix har vi samlat alla tabeller och figurer som förekommit i den löpande texten, kapitel för kapitel. Ett fåtal tabeller finns enbart i appendix men är hänvisade till från respektive kapitel. Syftet med att samla allt statistiskt material är bland annat för att bidra till att lättare kunna göra jämförelser. För samtliga tabeller gäller följande:

På grund av automatiserad avrundning kan enskilda celler ha avrundats på ett sätt som gör att en summering av celler inte överensstämmer med den angivna totalsumman. Den angivna totalsumman är den korrekta summeringen.

Appendix inleds med en sammanfattning av samtliga kapitel. Sedan följer tabeller och figurer i kapitel 1, 2 och så vidare.

Sammanfattning

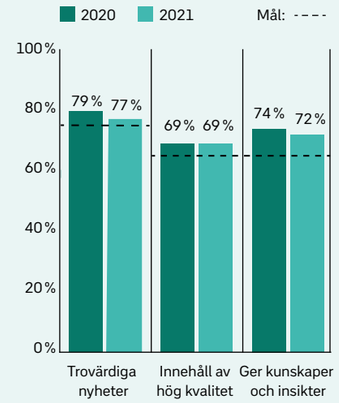
	Villkor	Utfall	Kapitel
ST 1	Sända minst 4 programtjänster mm	SVT har sänt fem kanaler i fyra programtjänster om minst 50 timmar vardera till 99,8 % av befolkningen.	4.1
ST 2	Sända text-tv	SVT sänder text-tv.	4.1
ST 3	Bereda utrymme för UR	UR sänder i SVT:s programtjänster enligt avtal.	4.1
ST 4	Ska kunna tas emot av alla	Alla kanaler sänds okrypterade.	4.3
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). Överenskommelse om multiplex enligt avtal sedan 2020.	4.3
ST 6	Mångsidigt programutbud Svenska språket Jämställdhet, mångfald och spegling av landet Programmen ska ha folkbildningsambition	SVT har sänt program i en bredd av genrer. 72 % av alla sändningar är på svenska. Stort arbete bedrivs internt. 58 % av publiken anser att SVT är bra på att spegla mångfalden i landet. SVT:s utbud har i alla genrer haft folkbildande ambitioner. Beskrivs i stycke 5.2.	5.3 3.8 5.4 5.2
ST 7	Variation i produktionsformer	53 % egen produktion och 47 % annan. 2021 gick drygt 1,4 miljarder kronor till utomstående medverkan och andra samarbeten.	3.2
ST 8	Nyhetsverksamhet	Många olika programtyper, allmänna och granskande program som bevakat en stor bredd av ämnen. Fortsatt satsning på coronabevakning men även klimat och gängkriminalitet. Regionala program har sänts och tre nya lokala redaktioner etablerats.	6.1
ST 9	Kulturutbudet	Utbudet utvecklas årligen. Bevakande, speglande och granskande program om svensk, nordisk och utomnordisk kultur har sänts. Flera satsningar på drama. Specialprogram i och med coronapandemin. Samarbeten med kulturinstitutioner, satsning på svensk film motsvarande cirka 100 mkr per år 2020–2022, totalt minst 300 mkr.	6.2
ST 10	Barn och unga Språkliga behov hos barn och unga	Stort och varierat utbud, mycket nyproduktion. Satsning på de allra yngsta och föräldrar, program för hela familjen, nyheter och drama för äldre barn och unga. SVT sänder de flesta minoritetsspråksprogram-men som tvåspråkiga.	6.3 6.5
ST11	Tillgänglighet	Tillgängligheten förbättras och utvecklas i kontinuerlig dialog med användargrupper. Fortsatt satsning på hörbarhet. Program produceras på teckenspråk. Samtliga lokala nyhetssändningar textas i beställ-tv och nytt tillgänglighetskrav för beställ-tv uppfyllt. Ny teknik används för att utveckla tillgänglighetstjänsterna.	6.4
ST12	Minoritetsspråk Förstasändningar ska öka under tillståndsperioden	Bolagsgemensamt minoritsspråksindex för förstasändningar samt för det totala utbudet där bolagen ligger över indexmål (2019). SVT sänder program på 35 olika språk förutom minoritetsspråken. SVT har haft dialog med användargrupperna samt under 2021 en större minoritets-språkskonferens.	6.5 6.6
ST13	Opartiskt och sakligt	Lägsta antalet fällningar i granskningsnämnden sedan 2007 och inte en enda gällande kravet på opartiskhet.	3.5
ST14	Genmäle	SVT ger utrymme till genmäle enligt kraven.	3.5
ST15	Enskildes privatliv	SVT respekterar enskilds privatliv enligt kraven. Satsning på utbildningar under året.	3.5
ST16	Tv:s särskilda genomslagskraft	Utbildningar genomförs bland annat för nyanställda.	3.5
ST17	Reklam	SVT sänder inte reklam.	3.5

ST18	Direkt sponsring Indirekt sponsring	19 evenemang har sponsrats vilket understiger maxtaket på 20 enligt villkoret. Tydliga rutiner och utbildningar om indirekt sponsring.	7.1 3.5
ST19	Bestämmelser om sponsrings-meddelande	SVT har lämnat sponsringsmeddelanden vid sponsrade program.	3.5
ST20	Reklam enligt §17	Reglerna följs.	3.5
ST21	Produktplacering	Ingen produktplacering förekommer.	3.5
ST22	Hög säkerhet	Endast 55 program hade störningar över 60 sekunder. SVT arbetar för att säkerställa hög säkerhet genom tekniska lösningar, rutiner och i avtal.	3.10
ST23	Sända meddelande	SVT har 32 gånger sänt viktigt meddelande till allmänheten (VMA) enligt villkoren.	3.10
ST24	Beredskapsarbete utifrån helhetssyn	SVT bedriver beredskapsarbete utifrån såväl fredstida kriser som höjd beredskap. SVT skickar årligen in en beredskapsplan till MSB och kulturdepartementet. Planlagd utbildnings- och övningsverksamhet bedrivs.	3.10
ST 25	Höjd beredskap	Inte aktuellt.	

	Villkor	Utfall	Kapitel
MV1	Verksamheten ska bedrivas rationellt.	SVT beskriver sin effektivitet. SVT beskriver sin produktivitet. SVT samarbetar med UR och SR.	2.1–2.5 7.3, 7.5
MV2	Kärn- och kompletterande verksamhet	Definitionen beskrivs och god balans råder. Verksamheten på internet beskrivs.	4.4 4.2
MV3	Sidoverksamhet	Verksamheten beskrivs utförligt och delas upp i sex resultatområden.	7.4
MV4	SVT, SR och UR ska avstå medel för Sveriges Radio Förvaltnings AB:s kostnader.	SVT avstår medel enligt avtal.	7.1 7.5
MV5	SVT ska betala SVT:s och UR:s sammanlagda distributions-kostnader.	SVT betalar SVT:s och UR:s distributionskostnader enligt avtal.	7.2
MV6	SVT:s sändningar riktade till Sverige ska kunna tas emot av allmänheten utan villkor om särskild betalning.	Ingen särskild avgift erfordras för att ta emot SVT:s sändningar i Sverige.	4.2
MV7	SVT ska delta i den tekniska utvecklingen av produktions- och distributionsteknik för tv. Egna plattformar ska prioriteras	SVT har deltagit i den tekniska utvecklingen. SVT:s innehåll distribueras på flera plattformar och de egna prioriteras.	3.9 4.2 4.3
MV8	Utforma utbud så att så många som möjligt kan tillgodogöra sig det.	SVT utbud kan tas emot på många olika sätt. Egensändningar sker i marknät, satellit och över öppna internet. Sändningarna vidaresänds också över kabel och IPTV. Utbud tillhandahålls även i beställ-tv.	4.2
MV9	SVT ska ha öppna och tydliga riktlinjer för distribution på platt-formar som inte är SVT:s egna.	SVT har tagit fram riktlinjer.	4.3
MV10	SVT sändningar i Finland och övriga världen ska bära sina egna kostnader.	SVT bedriver inga sändningar av den typen 2021.	

MV11	Kärn-, kompletterande och sidoverksamhet	Beskrivs på ett flertal ställen i redovisningen. Främst i kapitel 4 och kapitel 7.	4.4 7.4
MV 12	Överenskommelser mellan bolagen	Överenskommelser har gjorts mellan bolagen och sänts in till kulturdepartementet och MPRT.	6.5
MV 13	Anmälan av nya permanenta tjänster och väsentligen förändrade tjänster.	Inga nya tjänster har startats och inga tjänster väsentligen ändrats under 2021.	3.7
MV 14	Decentraliserad organisation	SVT har en decentraliserad organisation.	3.6
MV 15	55-procent av produktion utanför Stockholm	61 % av all allmän-tv producerades utanför Stockholm.	5.5
MV 16	Olika självständiga nyhets-redaktioner	Delegerat utgivarskap i decentraliserad organisation.	6.1
MV 17	Nyhetsverksamheten ska ta hänsyn till kvalitativa nyhetsme-diers konkurrensförutsättningar.	SVT har tagit hänsyn genom bland annat fokus på rörlig bild, dialog, restriktiva citeringar och samarbeten.	3.4 6.1
MV 18	Teckenspråkig miljö	Teckenspråksprogrammen bedrivs på tvåspråkiga arbetsplatser vilket innefattar svenskt teckenspråk och svenska.	6.5
MV 19	SVT ska bidra till att stärka en livskraftig produktionsmarknad i hela landet.	SVT har stärkt produktionsmarknaden i hela landet. Program och programserier har spelats in över hela landet.	3.3 3.4
MV20	UR:s sändningstider	Avtal finns och ingen oenighet har uppstått.	4.1
MV 21	Upphörande av sändnings-tillstånd	Inte aktuellt.	
MV 22	Redovisning av uppdraget	Sker genom denna redovisning. Tillgodoräknande av internet gällan-de minoritetsspråk redovisas i kapitel 6.5.	6.5
MV23	Redovisning av uppdraget	Sker genom denna redovisning, bland annat fördelningen i olika programkategorier.	5.3
MV 24	SVT, SR, UR ska utveckla PSR. SVT ska stimulera till offentlig diskussion om verksamheten.	Se 1.2. SVT har bidragit till att stimulera offentlig diskussion om verksamheten.	1.3 3.4
MV 25	Revisorer	Revisorer granskar denna redovisning. Revisorsintyg skickas med denna redovisning.	
Krav på tillgänglighet till tv-sändningar för personer med funktionsvariation enligt särskilt beslut. Svensktextning, syn- och teckenspråkstolkning samt uppläst text.		Beskrivs i redovisningen.	6.4

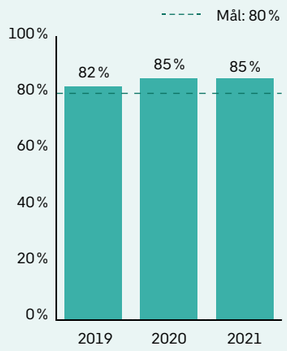
2.1.1 Värde för samhället



Källa: Kantar/Sifo (16–80 år)
För frågan om *Hög kvalitet* saknas referens för tertial 1 2020

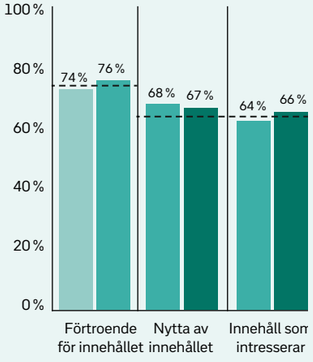
2.1.2 Räckvidd

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



Källa: Kantar/Sifo (9–80 år)

2.2.1 Värde för dig

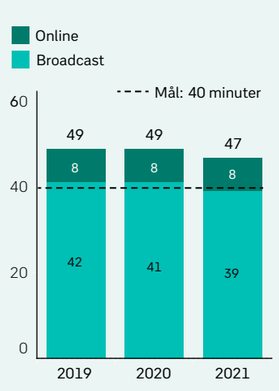


Källa: SOM-undersökningen (16–85 år) 2019, 2020
Kantar/Sifo (16–80 år)

För frågorna *Nytta av* och *Innehåll som intresserar* saknas referens för tertial 1 2020

2.2.2 Användning

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



Källa: MMS (3–99 år)

3.2 Utomstående medverkan och andra samarbeten, mkr

Medverkande och programanställda

Mkr	2019	2020	2021
Arvoden	155,2	139,0	146,6
Programanställda	62,5	61,8	63,7
Summa	**217,7**	**200,8**	**210,3**

Andra slags produktionssamarbeten

Svenska	2019	2020	2021
Produktionsutläggningar	385,4	451,5	442,0
Samproduktioner	247,2	212,0	271,4
Förvärv	135,1	167,6	164,7
Summa	**767,7**	**831,1**	**878,1**

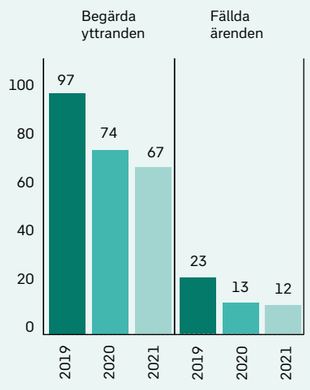
Utländska	2019	2020	2021
Produktionsutläggningar	0,0	4,2	1,0
Samproduktioner	57,2	15,6	9,5
Förvärv	284,4	273,9	258,0
Summa	**341,6**	**293,7**	**268,5**

	2019	2020	2021
STIM, IFPI/Sami, NCB	73,3	79,6	78,3
Summa	**73,3**	**79,6**	**78,3**

Totalt	1 400,3	1 405,2	1 435,2

3.5.1 Yttranden och fällningar

i Granskningsnämnden för radio och tv



3.5.2 Fällningsgrunder

Ett program kan ha flera fällningsgrunder

	2019	2020	2021
Beriktigande	0	0	0
Genmäle	0	0	0
Genomslag	6	2	3
Gynnande	3	3	0
Offentliggörande	0	0	0
Opartiskhet	2	1	0
Privatlivet	5	3	0
Saklighet	6	4	9
Sponsring	0	0	0
Varning för våld	1	0	0
Totalsumma	**23**	**13**	**12**

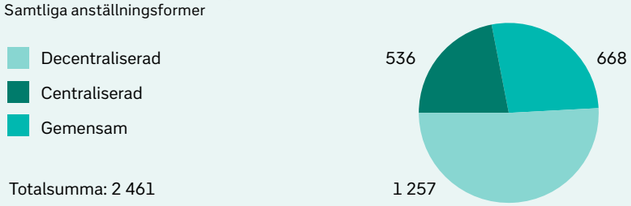
3.6.1 Antal anställda per ort 2021

Samtliga anställningsformer

Ort	Antal
Arvidsjaur	1
Borås	2
Eskilstuna	13
Fagersta	1
Falun	48
Gävle	11
Göteborg, inkl. Angered	177
Halmstad	11
Helsingborg	8
Huddinge (Flemingsberg)	2
Hudiksvall	5
Jönköping	12
Kalmar	5
Karlshamn	2
Karlskrona	10
Karlstad	22
Kiruna	18
Kristianstad	1
Linköping	2
Luleå	23
Lund	1
Malmö	159
Norrköping	24
Norrtälje	1
Nyköping	1
Skara	1
Skellefteå	2
Stockholm, inkl Rinkeby	1 604
Sundsvall	24
Sälen	2
Södertälje	11
Uddevalla	3
Umeå	129
Uppsala	15
Visby	1
Västerås	15
Växjö	55
Örebro	18
Örnsköldsvik	3
Östersund	16
Övertorneå	2
Antal anställda	2 461

3.6.2 Antal anställda per organisationsform

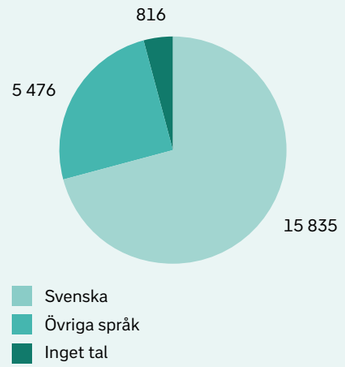
Samtliga anställningsformer



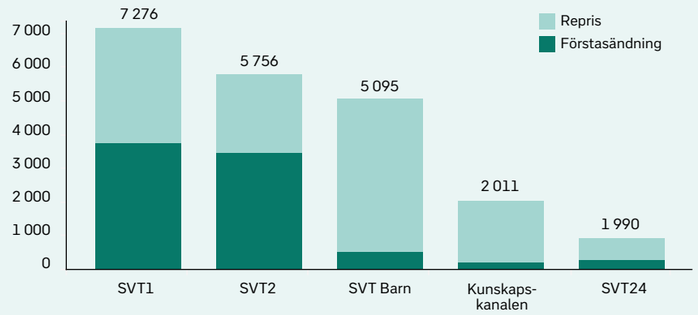
Totalsumma: 2 461

3.7 Svenska, andel och timmar 2021

Totalt: 22 127 timmar



4.1 Sändningstid per kanal 2021, timmar



4.1 Sändningstid per kanal 2021, timmar + lokalt utbud

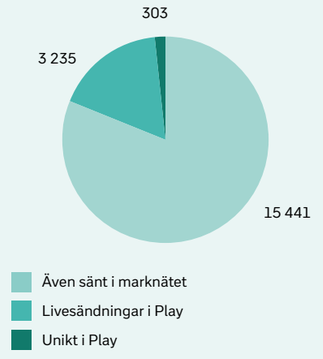
		SVT1	SVT2	SVT Barn	Kunskaps-kanalen	SVT24	Summa
2019	Förstasändning	3 527	3 440	591	191	494	8 244
	Repris	3 887	2 367	4 540	1 510	1 786	14 089
	Total	7 414	5 807	5 131	1 701	2 280	22 333
2020	Förstasändning	3 537	3 024	549	167	509	7 786
	Repris	3 871	2 582	4 645	1 544	1 517	14 159
	Total	7 408	5 606	5 194	1 711	2 027	21 946
2021	Förstasändning	3 759	3 457	517	217	612	8 560
	Repris	3 365	2 299	4 579	1 794	1 378	13 415
	Total	7 124	5 756	5 095	2 011	1 990	21 975

Tillkommer lokala nyheter, totalt producerade timmar fördelade på 21 lokalredaktioner

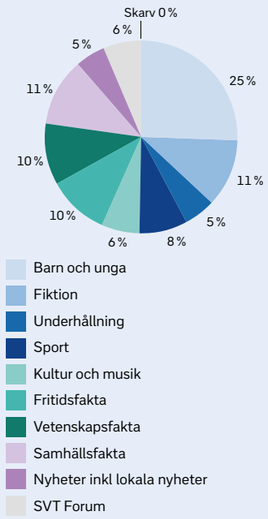
Lokala nyheter	2019	2020	2021
Producerade timmar totalt	156	154	152
Sända timmar per redaktion	3 271	3 241	3 190

4.2 Onlineutbudet 2021

Tillgängligt i Play totalt: 18 979 timmar



5.3.1 Andel av utbudet per programkategori under 2021



5.3.2 Utbud per programkategori, inkl lokala nyheter

	2019		2020		2021	
Barn och unga	5 450	24 %	5 648	26%	5 589	25%
Fiktion	2 722	12%	2 985	14%	2 428	11%
Underhållning	1 687	8%	1 254	6%	1 175	5%
Sport	1 802	8%	1 199	5%	1 848	8%
Kultur och musik	1 485	7%	1 614	7%	1 423	6%
Fritidsfakta	2 417	11%	2 373	11%	2 285	10%
Vetenskapsfakta	2 051	9%	2 136	10%	2 319	10%
Samhällsfakta	2 215	10%	2 394	11%	2 504	11%
Nyheter inkl lokala nyheter	1 173	5%	1 223	6%	1 209	5%
SVT Forum	1 471	7%	1 260	6%	1 331	6%
Skarv	14	0%	13	0%	17	0%
Total:	**22 487**	**100%**	**22 099**	**100%**	**22 128**	**100%**

Lokala nyheter	2019	2020	2021
Producerade timmar totalt	156	154	152
Sända timmar per redaktion	3 271	3 241	3 190

5.4 Publikfrågor om Sverigespegling, i procent

	2019	2020	2021
Ha nyheter, innehåll och medverkande från alla delar av landet	63	70	70
Ha en jämställd fördelning mellan kvinnor och män	62	66	64
Spegla mångfalden av människor i det svenska samhället	61	59	58
Ge utrymme för många olika åsikter och perspektiv	56	59	56
Spegla åsikter och perspektiv som du känner igen dig i	51	56	54

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

6.3 Barn och unga, förstasändningar

Barn (3–11 år) 2021	Svenskt	Utländskt	Summa
Fakta och nyheter	166	0	**166**
Kultur och konstnärliga upplevelser	156	199	**355**
Totalt	**322**	**199**	**520**

Unga (12–19 år) 2021	Svenskt	Utländskt	Summa
Fakta och nyheter	105	30	**135**
Kultur och konstnärliga upplevelser	135	22	**157**
Totalt	**240**	**52**	**291**

Totalt barn och unga (3–19 år) 2021	811

Se appendix 6.3 Barn och unga för fler år.

Avrundningsfel förekommer i tabell, redovisningen av utbudet sker i hela timmar, underlaget innehåller minuter.

6.2 Film, beslutade samproduktioner 2021

Långfilm **58,8**

Bonusfamiljen (2023)
Bränn alla mina brev (2023)
Four little Adults (2023)
Håkan Bråkan (2023)
La elva leve (2023)
UFO Sweden (2023)
Vem är du, Mamma Mu? (2023)
Sick of myself (2023)
Bamse och världens minsta äventyr (2024)
Ebba (2025)
From Malta to Oblivion (2023)
Hammarskjöld (2024)
Kongens Land (2024)
Kyssen (2023)
Nelly Rapp och svartskogens hemlighet (2024)
Nie Allein (2025)
Passage (2023)
Systrar (2024)

Talang **10,0**

Stammisar (2022)
Hypnosen (2023)
Jakt på vitt fält (2023)

Dokumentär **30,4**

Miraklet i Gullspång
Vi minns Fadime
Regeringen vs Corona
Inget liv utan hästar
Bobby - rätten att älska
Vår kärlek
Black Angels
När rymden kom till Altuna
Israel och Palestina i tv 1959–1989
Carl Jan Granqvist
Tre pappor
Mellanrum
Finnes: Singeldam med hotell
De dolda makthavarna
Livet längs vägen
Vad hände med Sjögren?
Vår gröna dröm
Sveriges sista kungar
Morfar planerar sin död
Sessorna
Dok 30 min: Mammahjärtat
Dok 30 min: Djuped
Dok 30 min: Vänner efterlyses
Dok 30 min: Slottet
Dok 30 min: Betlehem, Dawit och Moses
Dok 30 min: Ödesåren
Dok 30 min: Klimatkämpen Gurgin – no more kebabs
Dok 30 min: Tupé
Dok 30 min: Prison yoga
Robothanden
Fosterfamiljen
G (Gottsunda)
Lapporten på lina
De sårbara
Två döttrar och pappa äventyraren
Väggen é klar

Kortfilm **4,3**

Grab Them
Bron
Lång utdragen olyckshändelse
Man med duvor
Punani Steam
Arne möter döden
Verksamhetsservice
Rosengård
Arkivfilmen om arbete
Lastbilschaufförен
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 **8,4**

Stay real / Where is the prision
Gert Wingårdhs nobelhus
Jag gömmer mig i konsten – Björn Evensen
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
England 79 remix
Ingela Lind
Eva Klasson

Totalt **111,9 Mkr**

6.3 Barn och unga 2019–2021

Barn (3–11 år) 2021	Svenskt	Utländskt	Summa
Fakta och nyheter	166	0	166
Kultur och konstnärliga upplevelser	156	199	355
Totalt	**322**	**199**	**520**

Unga (12–19 år) 2021	Svenskt	Utländskt	Summa
Fakta och nyheter	105	30	135
Kultur och konstnärliga upplevelser	135	22	157
Totalt	**240**	**52**	**291**

Totalt barn och unga (3–19 år) 2021	811

Barn (3–11 år) 2020	Svenskt	Utländskt	Summa
Fakta och nyheter	169	0	169
Kultur och konstnärliga upplevelser	137	206	343
Totalt	**306**	**206**	**513**

Unga (12–19 år) 2020	Svenskt	Utländskt	Summa
Fakta och nyheter	117	16	133
Kultur och konstnärliga upplevelser	100	29	129
Totalt	**217**	**45**	**263**

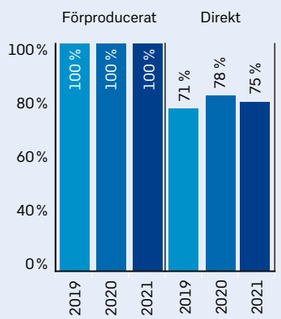
Totalt barn och unga (3–19 år) 2020	776

Barn (3–11 år) 2019	Svenskt	Utländskt	Summa
Fakta och nyheter	176	5	181
Kultur och konstnärliga upplevelser	123	264	387
Totalt	**299**	**269**	**567**

Unga (12–19 år) 2019	Svenskt	Utländskt	Summa
Fakta och nyheter	104	0	104
Kultur och konstnärliga upplevelser	96	22	118
Totalt	**217**	**45**	**222**

Totalt barn och unga (3–19 år) 2019	789

6.4.1 Textningsgrad



6.4.2 Syn- och teckenspråkstolkning i timmar

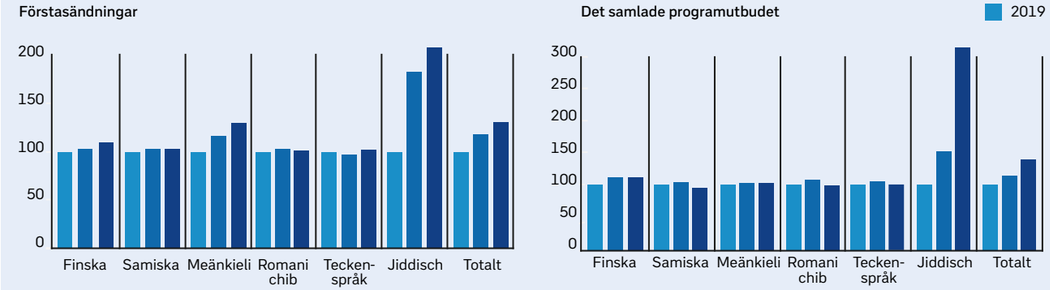
Syntolkning	2019	2020	2021
Sänt broadcast	659	622	693
Sänt internet	10	7	16
Tillgängligt on demand	372	342	335
Totalt	**1 041**	**972**	**1 044**
Max tillgängligt on demand 30 %	193	203	238
Ny total	**862**	**832**	**947**

Teckenspråkstolkning	2019	2020	2021
Sänt broadcast	374	413	344
Sänt internet	167	275	268
Tillgängligt on demand	358	512	400
Totalt	899	1 201	1 012
Max tillgängligt on demand 30 %	193	203	238
Ny total	**734**	**891**	**849**

Krav	2019	2020	2021
(andel av svenskt)	643	676	792

6.5.1–6.5.2 Utveckling av minoritetsspråk

Sammantaget alla bolag, index



6.5.3 Minoritetsspråk i SVT, timmar

Förstasändningar och totalt

		Finska	Samiska	Meänkieli	Romani Chib	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**
	Total	467	175	66	85	241	5	**1 039**
2021	Första	152	86	29	29	90	2	**388**
	Total	407	150	66	77	227	10	**937**

6.5.4 Minoritetsspråk online, timmar

2020	Finska	Samiska	Meänkieli	Romani Chib	Tecken-språk	Jiddisch	Totalt
Publiceringar på Play	156	105	24	32	86	1	405

2020	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

2021	Finska	Samiska	Meänkieli	Romani Chib	Tecken-språk	Jiddisch	Totalt
Publiceringar på Play	137	87	28	30	82	2	366

2021	Finska	Samiska	Meänkieli	Romani Chib	Tecken-språk	Jiddisch	Totalt
Live i Play	0,3	0,2			3		4
Unikt i Play	11	11		7	12		40
Totalt	11	11		7	15		44

6.5.5 Minoritetsspråken i målgrupper, timmar

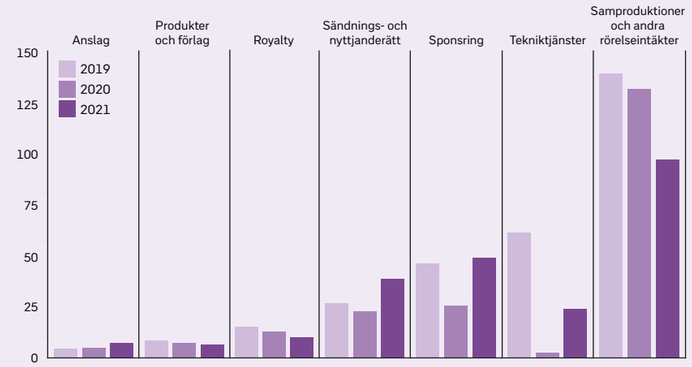
		Finska	Samiska	Meänkieli	Romani Chib	Teckenspråk	Jiddisch	Totalt
2019	Vuxna	316	113	32	48	166	3	678
	Barn 3–11	34	22	13	4	40		114
	Unga 12–19	28	27	17	24	20		115
	Total	377	162	62	76	226	3	906
2020	Vuxna	333	103	23	33	180	5	676
	Barn 3–11	37	53	13	12	41		156
	Unga 12–19	96	20	30	40	21		207
	Total	467	175	66	85	241	5	1 039
2021	Vuxna	336	106	15	32	156	10	655
	Barn 3–11	38	27	24	23	49		162
	Unga 12–19	32	16	28	22	21		120
	Total	407	150	66	77	227	10	937

7.1.1 Verksamhetens intäkter, mkr

Mkr	2019		2020		2021	
Erhållna avgiftsmedel från rundradiokontot	4 942,3		5 041,2		5 142,0	
Korrigeringar mellan programbolagen	-1,5		-6,8		-4,0	
Totalt erhållna avgiftsmedel	4 940,8		5 034,4		5 138,0	
Avgiftsmedel överförda till RIKAB	-59,5		0,0		0,0	
Avgiftsmedel överförda till SRF	-91,6		-92,8		-96,2	
Delsumma överförda avgiftsmedel	-151,1		-92,8		-96,2	
Netto erhållna avgiftsmedel	4 789,7		4 941,6		5 041,8	
Förändring skuldförda avgiftsmedel *)	-51,4		-412,3		-14,7	
Summa intäktsförda avgiftsmedel	4 738,3	93%	4 529,3	95%	5 027,1	95%
Övriga intäkter	303,3		204,8		224,2	
Summa övriga intäkter	303,3	6%	204,8	4%	224,2	4%
Summa	5 041,6	99%	4 734,1	99%	5 251,3	99%
Sidoverksamhet	58,0	1%	45,2	1%	51,3	1%
Summa intäkter	5 099,6	100%	4 779,3	100%	5 302,6	100%

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

7.1.2 Övriga intäkter exklusive sidoverksamhet, mkr



7.1.2 Övriga intäkter exklusive sidoverksamhet, mkr

Mkr	2019	2020	2021
Anslag	3,9	4,2	6,2
Produkter och förlag	7,7	6,1	5,9
Royalty	14,8	11,0	8,7
Sändnings- och nyttjanderätt	27,5	22,5	37,7
Sponsring	46,7	25,8	48,7
Tekniktjänster	61,5	1,7	24,8
Samproduktioner och andra rörelseintäkter	141,2	133,5	92,2
Totalsumma	303,3	204,8	224,2

7.1.2 b Tabell övriga intäkter inklusive intäkter från kommersiella samarbeten 2021

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	6,2	Stat och myndighet	MSB	Särskild beredskapsverksamhet			
Produkter och förlag	Direkt programrelaterad försäljning	5,9	Allmänheten samt partihandel med pappersvaror	Alrik Hedlund AB	Försäljning av pappersjulkalender			
Royalty	Royalties från film och drama där SVT varit samproducent	8,7	Tv-bolag, produktionsbolag samt distributörer	European collection agency, Filmlance international, Matador film, Nordisk Film Produktion	Bamse, Bron, Min pappa Marianne, Millenium, Spring Uje spring, Sune best man, Äkta människor			
Sändnings- och nyttjanderätter	Vidareförsäljning av rätten att visa olika sportevenemang eller andra rättigheter SVT har	37,7	Andra mediebolag	Danmarks radio, FLX TV, Nordic Entertainment group, NRK AS, TV4 AB	Bonusfamiljen, Fotbolls-EM, svensk ishockey, Snöänglar			
Sponsring	Intäkter från försäljning av exponering på sponsorsskyltar	48,7	Intäkterna kommer via ett av SVT upphandlat företag som sköter försäljningen.	More Space	Exempel på sponsorer: Advisa, Dina försäkringar, Hallon, Sector alarm, Thermia, Volkswagen			
Tekniktjänster	Försäljning av tekniska resurser	24,8	Företag inom tv-verksamhet	Infront, Monkberry, NRK	Försäljning och uthyrning till andra tv-bolag av tekniska resurser tex vid Världscupen i skidskytte, Fotbolls-EM			
Samproduktioner och andra rörelseintäkter	Bidrag från andra samproducenter där SVT producerar produktionen. Totalt cirka 30 produktioner. Valutavinster, telefonintäkter, försäljning inventarier, nordiskt EU-kontor	92,2	Andra tv-bolag, film- och tv-fonder, externa produktionsbolag. I övrigt blandade. För de kommersiella samarbetena kommer intäkterna från samproducenter, rättighets- och evenemangsföretag	Danmarks radio, NRK, Radiohjälpen, Sveriges Radio, Telia, YLE	Lönebidrag, Nordiskt EU-kontor, valutavinster, Världens barn	70,7	Danmarks radio, European Collection Agency, Filmlance International, Nice Drama, Nordiska public service-samarbetsfonden, Nordvisionssekretariatet, NRK, RUV, Yleisradio, Nobel Prize Outreach AB	Be inte om nåd, Deg, Den nordiska bedrägerihärvan, Döttrar, Eagels 3, En mot En, Fejk, Haijbyaffären, Jakten på en mördare, Konstdetektiverna, LEA, Spring Uje spring, Muren 2, Narcos, NV Utv vilda spår, På spåret, Snöänglar, Spelskandalen, Spookys 1 och 2, Trex 3, Tunna blå linjen, Tuta Alfons, UG Corona pandemin, UG Fusk eller framgång i idrottens gråzon, Utv Den försvunna historien, Utv Genjakten, Utv Edit talks, Utv Reportage series women, Nobel
		224,2				**70,7**		

SVT har i år valt att redovisa samtliga kommersiella intäkter på en rad, istället för uppdelat på två rader, för att, med beaktande av affärsetik, undvika att redovisa enskilda affärsuppgörelser.

7.1.2 c Övriga intäkter, inklusive intäkter från kommersiella samarbeten

	2019		2020		2021	
Typ av intäkt	Totalt	Varav kommersiella	Totalt	Varav kommersiella	Totalt	Varav kommersiella
Anslag	3,9		4,2		6,2	
Produkter och förlag	7,7		6,1		5,9	
Royalty	14,8		11,0		8,7	
Sändnings- och nyttjanderätter	27,5		22,5		37,7	
Sponsring	46,7		25,8		48,7	
Tekniktjänster	61,5		1,7		24,8	
Samproduktioner och andra rörelseintäkter	141,2	110,2	133,5	95,6	92,2	70,7
Totalsumma	**303,3**	**110,2**	**204,8**	**95,6**	**224,2**	**70,7**

SVT har i år valt att redovisa samtliga kommersiella intäkter på en rad, istället för uppdelat på två rader, för att, med beaktande av affärsetik, undvika att redovisa enskilda affärsuppgörelser.

7.1.3 Sponsring i SVT 2021

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

19 Sportevenemang	Antal sändningar i broadcast	Antal billboards i broadcast
Ishockey: VM 2021 Riga	112	263
Fotbolls-EM: UEFA EURO 2020 (flyttat från 2020)	123	214
Skidskytte: VM Pokljuka	12	24
Alpint: VM Cortina	19	37
Längd: VM Oberstdorf	28	68
Fotboll: Damlandskamper	10	27
Ski Classics (Långlopp)	2	6
Fotbollsstudion (Allsvenskan)	34	60
Alpint: Världscupen vår 2021 & Österrike/Schweiz hösten	79	156
Längd: Världscupen vår 2021 & 2 tävlingar hösten	40	72
Skicross: Världscupen (endast våren)	6	13
Skidskytte: Världscupen (vår/höst)	62	115
SHL-magasin: Hockeykväll	4	8
Motor: WRC, inkl Svenska Rallyt 2021	55	105
Paralympics 2021 Tokyo (flyttat från 2020)	28	74
Fotboll: Damallsvenskan	16	52
Ishockey: Junior-VM (2021/2022) Kanada (delvis inställt)	12	32
Friidrott: Diamond League	12	14
Ishockey: Champions Hockey League (CHL)	28	90
Summa	682	1 430

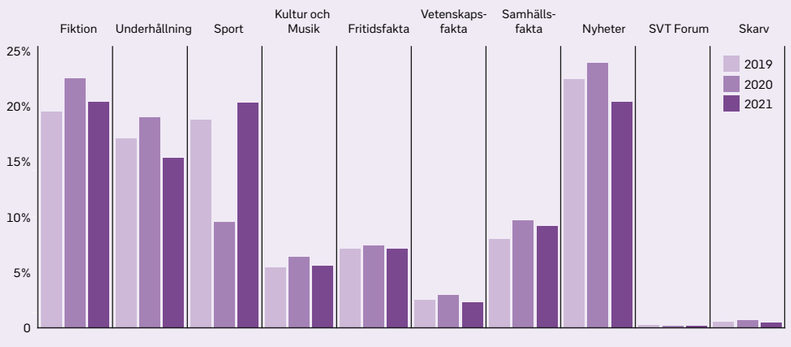
Antal företag/varumärken: 65 st

Intäkt totalt: 48,7 milj.

7.2.1 Verksamhetens kostnader, mkr

Mkr	2019		2020		2021	
Programkostnader	3 960,3	78%	3 694,5	77%	4 230,5	80%
Distributionskostnader	192,7	4%	193,1	4%	162,4	3%
Övriga kostnader	888,7	17%	846,5	18%	858,5	16%
Summa	5 041,7	99%	4 734,1	99%	5 251,4	99%
Sidoverksamhet	46,7	1%	35,7	1%	43,0	1%
Summa kostnader	5 088,4	100%	4 769,8	100%	5 294,4	100%

7.2.2 Andel av totala kostnader per programkategori



7.2.2 Andel av totala kostnader per programkategori, mkr

Mkr	2019		2020		2021	
Fiktion	980,5	19 %	1 064,8	22%	1 070,3	20%
Underhållning	849,9	17%	869,3	18%	798,9	15%
Sport	920,5	18%	438,8	9%	1 069,0	20%
Kultur och Musik	267,0	5%	290,7	6%	283,7	5%
Fritidsfakta	323,7	6%	311,1	7%	334,9	6%
Vetenskapsfakta	115,1	2%	124,7	3%	107,1	2%
Samhällsfakta	391,5	8%	444,1	9%	465,6	9%
Nyheter	1 133,2	22%	1 132,3	24%	1 068,6	20%
SVT Forum	9,6	0%	5,2	0%	5,4	0%
Skarv	50,7	1%	53,2	1%	47,9	1%
Summa	5 041,7	100%	4 734,1	100%	5 251,4	100%

7.4 Sidoverksamhet, mkr

		2019	2020	2021
Produktionsresurser	Intäkter	23,2	13,4	19,4
	Kostnader	19,3	11,3	17,1
	Gemensamt påslag	2,5	1,8	1,9
	Resultat	1,3	0,3	0,4
Hela tv-program	Intäkter	4,6	4,9	4,3
	Kostnader	3,4	2,3	1,5
	Gemensamt påslag	0,5	0,7	0,4
	Resultat	0,7	1,9	2,4
Försäljning rättigheter	Intäkter	7,3	7,1	7,1
	Kostnader	4,2	3,6	3,6
	Gemensamt påslag	0,8	0,9	0,7
	Resultat	2,2	2,6	2,8
Arkivförsäljning	Intäkter	10,0	7,9	7,5
	Kostnader	3,4	2,8	3,0
	Gemensamt påslag	1,1	1,1	0,8
	Resultat	5,5	4,0	3,7
Rekvisita o kostym	Intäkter	12,9	11,9	13,0
	Kostnader	6,8	7,0	10,7
	Gemensamt påslag	1,4	1,6	1,3
	Resultat	4,6	3,3	1,0
Totalt	Intäkter	58,0	45,2	51,3
	Kostnader	37,2	27,0	35,9
	Gemensamt påslag	6,4	6,1	5,1
	Skatt	3,1	2,6	2,1
	Resultat	11,3	9,5	8,2

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 förutsättningar. SVT har inte möjlighet att teckna avtal med alla som önskar ingå distributionsavtal med SVT och prioriterar därför distributionssamarbeten som inte kräver särlösningar. SVT deltar i utvecklingen när det gäller produktions- och distributionsteknik och har en öppen inställning till nya möjligheter att tillgängliggöra programutbudet. I praktiken måste dock avvägningar göras mellan kostnader och nyttan för allmänheten.

Vidaresändning av linjära kanaler
All vidaresändning av SVT:s linjära kanaler ska ske samtidigt och oförändrat i förhållande till den ursprungliga sändningen. I de fall där vidaresändningen omfattas av vidaresändningsplikt, ska sändningarna ha det innehåll som är avsett att tas emot inom visst geografiskt område (lokala sändningar). Avvikelser (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 förvanska 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.

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.

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 plattformen över tid.

svt