

Sveriges Televisions
public service-redovisning
2023



svt

Sveriges Televisions
public service-redovisning
2023

Innehåll

<u>1. SVT:s roll</u>	4	<u>5. Ett utbud för alla</u>	54
1.1 Vd har ordet	6	5.1 Det breda uppdraget	56
1.2 Årets redovisning	8	5.2 Folkbildning	58
1.3 SVT i ett föränderligt medielandskap	11	5.3 Programkategorier	61
1.4 SVT:s mål och strategier	15	5.4 Sverigespegling	62
<u>2. Värdet av SVT</u>	16	5.5 55-procentsmålet	62
2.1 Värde för samhället	20	<u>6. Särskilda uppdrag och målgrupper</u>	66
2.2 Värde för individen	22	6.1 Nyheter och samhällsbevakning	68
2.3 Värde och genomslag som mått på effektivitet	24	6.2 Kulturuppdraget	72
<u>3. Så arbetar SVT</u>	28	6.3 Barn och unga	76
3.1 Uppdragsprocess	30	6.4 Tillgänglighet	80
3.2 Variation i produktionsformer	32	6.5 Minoritetsspråk	86
3.3 Samarbeten med produktionsbolag	33	6.6 Möten och dialog	89
3.4 SVT:s bidrag till en livskraftig mediemarknad	34	<u>7. Resursanvändning</u>	90
3.5 Publicistiskt ansvar och granskning av innehåll	36	7.1 Intäkter	92
3.6 SVT finns i hela landet	38	7.2 Kostnader	97
3.7 Nya tjänster	38	7.3 Produktivitet och verksamhetsutveckling	99
3.8 Svenska språket	39	7.4 Sidoverksamhet	103
3.9 Teknisk utveckling och tjänsteinnovation	41	7.5 Så samarbetar public service-bolagen	105
3.10 Beredskap och sändningskvalitet	42	7.6 Kommersiella samarbeten	107
<u>4. Här finns SVT</u>	44	<u>8. Planer för framtiden</u>	110
4.1 Marksänt utbud	47	<u>Appendix</u>	114
4.2 Verksamhet på internet	48	<u>Bilaga</u>	134
4.3 Mottagningsplattformar	51		
4.4 Kärnverksamhet och kompletterande verksamhet	51		

KAPITEL ETT

SVT:s roll

Välkommen till SVT:s public service-redovisning 2023!

Redovisningen som lämnas en gång per år till granskningsnämnden vid Mediemyndigheten, visar hur SVT har arbetat för att uppfylla kraven i sändningstillstånd och medelsvillkor.

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



1.1 VD HAR ORDET

2023 blev ett mörkt år både i Sverige och i världen. Krig i Europa och i Mellanöstern, klimatkris och en världsekonomi i gungning. Sverige plågades av brutaliteten i gängkrig och terrorhotet ökade. Samtidigt blev Sveriges ansökan om medlemskap i Nato en utdragen process.

SVT har rapporterat om de omvälvande nyhetshändelserna dygnet runt. Korrespondentteam har varit publikens ögon och öron i städer som Kiev, Jerusalem och Washington. I världskonflikternas spår har desinformation, påverkansförsök och AI-manipulering ökat och för att möta det har SVT tagit en rad grepp. En särskild verifieringsdesk har startat på nyhetsredaktionen där specialreportrar använder digitala verktyg för att säkerställa äkthet i bilder och information. *Lilla Aktuellt* har fått mer resurser för att möta barns frågor och oro. En ny större vetenskapsredaktion har bildats.

2023 var också året då SVT Play lyfte ännu mer. Antalet unika besökare ökade med 10 procent. SVT Play är både Sveriges största streamingtjänst och den som har högst förtroende. Ett frivilligt inlogg som ska ge publiken bättre rekommendationer infördes med över en miljon inloggade. Även SVT:s digitala nyhetstjänst samlade Sverige, med tittartoppar vid de stora nyhetshändelserna.

I SVT:s företagsstrategi är kunskap och gemenskap bärande ambitioner. Under 2023 sände SVT sin största historiesatsning hittills – *Historien om Sverige*. Från istid till nutid skildrades Sveriges historia och genomslaget var massivt, med den största vuxna premiärpubliken genom tiderna på SVT Play. Hundratals historiker och experter medverkade i serien som spelades in på fler än 200 platser runt om i landet. Skolor, museer, arkiv och bibliotek inspirerades att arrangera diskussioner, evenemang och utställningar.

I oroliga tider har också behovet av gemenskap blivit extra tydligt. Det kan handla om att följa direktsändningar som *Den stora älgvandringen* eller högläsning av *Gösta Berlings saga*. Eller om att dansa framför tv:n med Bolibompadraken, se Loreen vinna *Eurovision Song Contest* eller sjunga med i *Allsång på Skansen* med nya programledaren Pernilla Wahlgren.

Många kröp upp i soffan för att följa julkalendern *Trolltider – legenden om bergatrollet* och prisbelönta dramaserien *Händelser vid vatten*. Publiken fick en ny blick på gängkriminaliteten genom dramaserien *Taelgia*. Sverige samlades när Sebastian Samuelsson och Hanna Öberg på skidskytte-VM:s sista dag tog var sitt guld.



Foto: Jan Danielsson/SVT

I slutet av 2023 öppnade SVT sin 50:e redaktion i Sverige: Rosengård i Malmö. Bara några veckor tidigare invigdes en nyhetsredaktion i Eksjö. Därmed har antalet lokalredaktioner närapå fördubblats sedan 2015 – en historiskt stor utökning av den lokala journalistiken.

Under 2023 var SVT:s ekonomi satt under ett fortsatt hårt tryck. Kraftigt ökade kostnader för tv-produktion och rättigheter, snabbt stigande kostnader för säkerhet och beredskap och mycket hög inflation ledde till ett nytt omfattande sparpaket.

Mot en mörkare fond, en pressad ekonomi och ett allvarligt världsläge, har SVT gjort allt för att under 2023 bidra till kunskap och gemenskap i Sverige. SVT är hela Sveriges television, ett uppdrag som är viktigare än någonsin.

Hanna Stjärne
vd SVT

SVT:s roll

MEDELSVILLKOR 24

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

”I arbetet ska ingå att definiera och operationalisera centrala begrepp i tillstånds- och medelsvillkoren, ta fram konkreta uppföljningsbara 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 public service-redovisningen beskrivs hur SVT har arbetat under året för att uppfylla public service-uppdraget. Redovisningen lämnas till Kulturdepartementet och Mediemyndigheten den 1 mars varje år. Granskningsnämnden gör sedan med redovisningen som underlag en bedömning av om SVT har uppfyllt uppdraget.

SVT arbetar gemensamt med SR och UR för att göra public service-redovisningarna likartade, renodlade och lättillgängliga. Det innebär bland annat att kapitel- och underrubriker har samma formuleringar i flera kapitel och att villkor citeras i anslutning till text där redovisning sker. Bolagen strävar också efter att redovisningarna så långt möjligt ska ha en gemensam och koncis form. För att nå fler och stimulera till offentlig diskussion om verksamheten gör SVT även sajten *Året med SVT*.

I det följande lämnar SVT kommentarer med anledning av granskningsnämndens bedömning av 2022 års redovisning. Kapitlet avslutas med definitioner av centrala begrepp och en kort sammanfattning för hjälp att hitta i redovisningen.

Kommentarer till några av nämndens bedömningar av PSR 2022

Bolagen uppskattar de motiveringar som granskningsnämnden lämnar. Det är också värdefullt med nämndens lättöverskådliga översikt av graden av uppfyllnad för alla krav.

Däremot ställer sig bolagen frågande till nämndens bedömning av bolagens verksamhet online 2022. De två föregående åren godkändes dessa utan invändningar. SVT:s redovisning för 2022 gjordes på samma sätt men bedömdes nu, utan information om ändrad bedömningsgrund, som bristfällig. Även om nämnden gör särskilda granskningar vissa år

menar bolagen att det är rimligt att nämnden är konsekvent över tid.

Nämndens invändningar handlade bland annat om SVT:s tillgodoräkning av verksamhet online för ökad tillgänglighet och minoritetsspråk. SVT har beaktat de frågorna i redovisningen i avsnitt 6.4, 6.5 samt i appendix. I grunden gäller att SVT har valt att tillämpa möjligheten att tillgodoräkna verksamhet online endast för att bidra till att uppfylla de kvantitativa kraven i regeringsbeslut för tillgänglighet och minoritetsspråk. Övrig onlineredovisning utgör kompletterande information om hur SVT uppfyller public service-uppdraget, men det sker inga formella tillgodoräkningen.

Nämnden anser även att bolagen så långt som möjligt bör åstadkomma en gemensam redovisningsform för onlineutbudet. Det är en ständig strävan och bolagens bedömning är att förutsättningarna att uppnå en mer likartad redovisning kommer att förbättras från och med 2026 inom ramen för ett teknikneutralt uppdrag.

Omfattande egenproduktion och nyproduktion

Granskningsnämnden vill se ett förtydligande av varför samproduktioner och produktionsutlägg räknas till egenproduktion när det gäller barn och unga men inte när det gäller utbudet i stort. Svaret är att de två villkoren i sändningstillståndet tar fasta på två skilda aspekter: å ena sidan villkoret att verka för en mångfald i all programverksamhet genom en variation av produktionsformer (egenproduktion, samproduktion, utlägg och inköp) och å andra sidan villkoret om en omfattande ny- och egenproduktion för barn och unga.¹ Det senare villkoret har tillkommit för att betona att public service-bolagen (till skillnad från



Kungliga Operan – svensk nationalopera i 250 år Ett program om Sveriges nationalscen för opera och balett. Foto: Markus Garder/Kungliga Operan

Sammanfattning för hjälp att hitta i redovisningen

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

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

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

Trots stora omvärldsförändringar och ett ökat kostnadstryck förmår SVT upprätthålla höga nivåer på de indikatorer för värde som SVT följer.

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

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

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

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

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

SVT redovisar produktivitetsnyckeltal och kontinuerligt arbete med rationaliseringsåtgärder.

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

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

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

På siffror.svt.se finns mer statistik som beskriver SVT:s verksamhet.

kommersiella bolag) ska värna ett svenskproducerat utbud som bland annat stimulerar språket. Skälet till att SVT betonar sambandet mellan egenproduktion och samproduktioner och utlägg i samband med barnutbudet är för att det efterfrågas där.

Nämndens övriga önskemål inför PSR 2023

Granskningsnämnden efterlyser också följande uppgifter:

- » Att företagen förtydligar sina redovisningar om hur jämställdhet, mångfald och spegling säkerställs i inköpta program. Det arbetet beaktas av SVT liksom för övrig programverksamhet. SVT:s arbete för Sverigespeglings omfattar även de program som köps in, exempelvis att ett jämställdhetsperspektiv beaktas både framför och bakom kameran också i inköpta produktioner.
- » Att företagen förtydligar vilka nya samarbeten de sökt – det besvaras i avsnitt [7.5](#).
- » Att bolagen ger mer beskrivande, detaljerade redovisningar av utbudet på andra minoritetsspråk – det besvaras i avsnitt [6.5](#).

Definitioner av centrala begrepp

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

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



Inspelning av *Historien om Sverige* där fotograf Pia Lehto filmar dansgruppen Pied en l'aire med Myra Mayers som drottning Kristina. Foto: Ulrika Malm

1.3 SVT I ETT FÖRÄNDERLIGT MEDIELANDSKAP

Det är nästan 30 år sedan SVT tog ett första steg in i onlinevärlden med svt.se (1995) och snart 20 år sedan lanseringen av SVT Play (2006). Under de senaste decennierna har det svenska medielandskapet förändrats i grunden. Digitalisering och globalisering med allt fler internationella medieaktörer som etablerar sig i Europa, Norden och Sverige har radikalt stöpt om förutsättningarna för såväl medieekonomi som innehålls- och publikmarknader. Till detta kommer de många konsekvenserna av anfallskriget i Ukraina, stigande kostnader i tv-branschen, historiskt hög inflation, pressade annonsintäkter samt medföljande ekonomisk osäkerhet som har satt sin prägel på medieåret 2023. Därutöver har det säkerhetspolitiska läget försämrats i en tid av fortsatt oro vilket inte minst påverkat SVT som har en central roll i den civila beredskapen i Sverige och som behövt initiera besparingsåtgärder för att möta kraftigt ökade kostnader för säkerhet och beredskap.

Allt fler globala aktörer på marknaden för rörlig bild

De fem största medieföretagen i Sverige är Spotify (med en omsättning på 129 miljarder kronor år 2022), Telia Company (91 mdkr), Tele2 (28 mdkr), Bonnier Group (23 mdkr) och Viaplay Group (16 mdkr). Svenska företag är dock långtifrån störst vad gäller medieverksamhet i Sverige. Trenden med globala storbolag som på senare år har etablerat verksamhet i Norden och Sverige fortsätter. På området för rörlig bild handlar det om bolag med omfattande medieverksamheter som Comcast (1 226 mdkr) som exempelvis kontrollerar Skyshowtime, Disney (846 mdkr, Disney+), Bytedance (808 mdkr, Tiktok), Apple (789 mdkr, Apple TV+) och Amazon (737 mdkr, Amazon Prime).² Alla konkurrerar de i dag på allvar med svenska aktörer om såväl intäkter som svenska folkets tid och uppmärksamhet. Innehållet från SVT, som har en budget på drygt 5 miljarder kronor, jämförs i dag med innehållet från dessa globala jättar.

De största aktörerna på marknaden för kommersiell tv i Sverige är Telia (som äger

TV4), Viaplay Group (som äger TV3, TV6 och Viaplay) och Warner Bros Discovery (som äger Kanal 5, Discovery+ och HBO Max m.fl.).³ Dessa aktörer har sedan några år fått sällskap av ett växande antal utländska mediebolag inom strömmande tv (subscription video on demand, SVOD) med varumärken som Netflix, Disney+, HBO Max, Amazon Prime och Apple TV+. Utvecklingen visar att också tidigare helt svenska bolag snabbt kan komma att bli föremål för utländskt inflytande. Viaplay har nyligen fått huvudägare från Frankrike och Tjeckien. Också TV4 är till salu med flera utländska intressenter.

Kärvt ekonomiskt läge för svensk tv-produktion

Likt SVT har många kommersiella tv-bolag pressats under 2023 av rejäla ekonomiska utmaningar. Orsakerna är flera. Efter en expansiv tid med flera år av påkostade satsningar på bland annat film, tv och sport har en svag annonsmarknad i kombination med hög inflation och ökat kostnadsläge för tv-produktion lett till krisåtgärder och sparpaket.



Bland de drabbade företagen är Viaplay, som under året sagt upp 25 procent av personalen, pausat och sålt planerade film- och tv-produktioner samt tagit in nya pengar från befintliga ägare och från två nya storägare (franska Canal+ och tjeckiska PPF) för att parera en miljardförlust.⁴ Efter sommaren genomförde Telia ett sedan tidigare aviserat beslut att lägga ner C More och flytta innehållet till TV4 Play. TV4 har sedan dess aviserat sparåtgärder i omgångar som sammanlagt innebär att ett hundratal tjänster tas bort och att ett antal produktioner pausas. 2023 har varit tufft ekonomiskt för marknaden för rörlig bild.

För att möta dessa utmaningar vidtas åtgärder så som prishöjningar och lansering av hybridtjänster som kombinerar abonnemang och reklam. I kölvattnet av det oroliga marknadsläget har även licensiering av innehåll ökat, exempelvis finns HBO:s innehåll nu på Netflix. Det kan tolkas som ett skifte från fokus på prenumeranter som lockas med exklusivt innehåll till den egna plattformen till en annan distributionsmodell där aktörer strävar efter intäkter för konsumtion av det egna innehållet på flera plattformar. Flera strömningstjänster försöker också

förhindra att abonnemang delas med personer utanför hushållen. Allt fler aktörer söker sig också till de mest attraktiva programområdena genom samarbeten med innehållsleverantörer eller spektakulära köp av innehåll. Ett aktuellt exempel är sporträttigheter, där aktörer som tidigare inte varit aktiva, till exempel Netflix, nu köper attraktivt innehåll.⁵

Följdeffekter för produktion av svenskt innehåll

En effekt av det ekonomiska läget kan under kommande år innebära att kommersiella aktörers beställningar av kostsamt svenskt drama och annat utbud stoppas eller begränsas kraftigt. Ett tunnare utbud av svenskt innehåll kan också komma att kombineras med svagare tillgång till utbud från exempelvis Hollywood på grund av de strejker som pågick 2023 i USA och som påverkat alla som visar internationellt innehåll. Ledtiderna i branschen är långa och de svenska produktionsbolagen är oroliga för utvecklingen. De globala aktörernas närvaro på den svenska produktionsmarknaden har inte visat sig vara en stabil grund för svenska kreativa sektorer.

Högre kostnader för rättigheter och medverkande

Internationella aktörer som etablerar sig i Sverige öppnar för fler vägar till finansiering och kan gynna den kreativa sektorn här. Men det leder också till högre kostnader för rättigheter, talanger och medverkande och det skapar flaskhalsar i produktionen. Även om vissa tv-bolag och strömningstjänster har börjat få problem i sin tillväxt så sker flera internationella sammanslagningar och förvärv, vilket lär leda till ännu starkare erbjudanden inom vissa programgenrer. Därtill samarbetar streamingtjänster med telekomoperatörer som paketerar bredbandslösningar med tv-innehåll. En konsekvens av en fortsatt ökad kamp om attraktivt innehåll kan därmed bli ökade produktionskostnader, i synnerhet i tv-branschen där konkurrensen är som tuffast.

Lägre reklaminvesteringar för medier med journalistiskt innehåll

Efter att reklaminvesteringarna fallit under pandemins första år vände de kraftigt uppåt under 2021. Under 2023 väntas annonsmarknaden backa med -2,1 procent till en omsättning på 48,5 miljarder kronor varav det mesta inte går



till nyhetsmedier. Sedan 2008 har reklamintäkterna för medier med journalistiskt innehåll i Sverige minskat med över 62 procent.⁶ År 2022 gick 25,4 miljarder av reklaminvesteringarna i digitala medier till utomnordiska bolag som Google och Facebook, och 9,4 miljarder till nordiska bolag.⁷ I Sverige går runt 4,6 miljarder till nyhetsmedier.⁸ Av de medel som går till nordiska bolag återinvesteras stora andelar i nytt journalistiskt innehåll, medan medel som går till utländska bolag i princip inte återinvesteras alls här, eller endast i liten utsträckning.

I Institutet för mediestudiers årsbok lyfts som ett positivt tecken för dagstidningsbranschen att betalningsviljan för digital journalistik i Sverige är hög. Branschen har också sett en ökning av antalet digitala prenumeranter och några tidningsföretag gjorde goda resultat under 2022 och 2023.⁹ Årsboken poängterar däremot att tidningsbranschen – precis som tv-branschen – behövt genomföra stora besparingspaket både på dagstidningarnas nyhetsredaktioner och inom distributionsleden. Samtidigt har ägarkoncentrationen i lokalpressen ökat. Den andel av lokala redaktioner som ägs av de fem största koncernerna (Bonnier,

Gota Media, NTM, NWT och Stampen) har ökat från 37 procent 2015 till 62 procent 2023. Samtidigt står de tryckta prenumerationerna fortfarande för en stor del av dagspressens intäkter och där är utmaningarna fortsatt stora. Rapporten noterar också att SVT ökat antalet lokala redaktioner under året, och utan dessa satsningar "skulle nettoantalet redaktioner ha varit sakta nedåtgående".¹⁰

Fortsatt intensiv kamp om publiken

Efter en ökning i nyhets- och mediekonsumtion under pandemins början har medieanvändningen gått tillbaka till nivåer som liknar de före pandemin. Flera tidigare trender i medieanvändningen fortsätter i samma riktning som tidigare. Tittandet på linjär-tv (broadcast) har minskat stadigt den senaste tioårsperioden, med undantag för pandemiåret 2020. Sedan 2019 har veckoräckvidden för broadcast-tv gått från 75 procent i befolkningen till 61 procent 2023.¹¹ Motsvarande räckviddsnivåer för streamingtjänster var 2023 över 90 procent.¹²

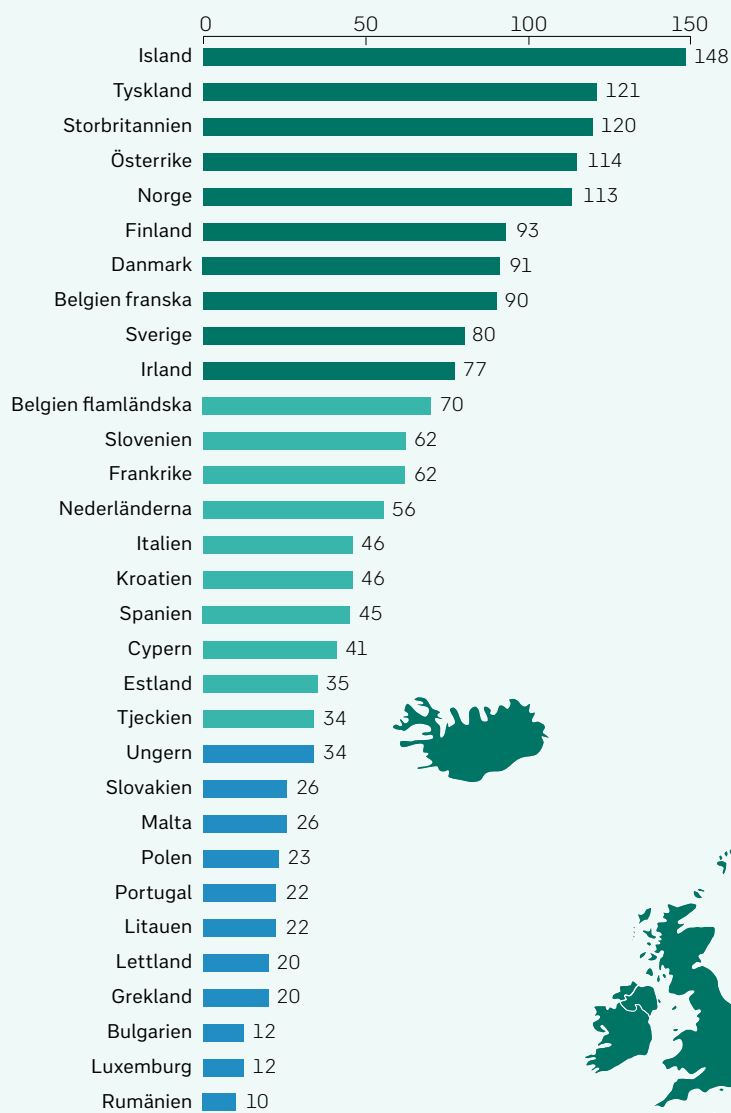
Störst veckoräckvidd bland svenska tv-kanaler 2023 hade SVT1 med cirka 53 procent och TV4 med 48 procent. Därefter följer SVT2 (36 %), Kanal 5

(29 %), TV3 (26 %), Sjuan (25 %) och TV6 (25 %).¹³ Dessa uppgifter fångar dock enbart tittande på broadcast. Bland on demand tv-aktörer hade Youtube störst veckoräckvidd 2023 (66 %), därefter SVT Play (55 %), Netflix (49 %) och TV4 Play (36 %). Yngre aktörer som Disney+ (20 %) och HBO Max (18 %) växer snabbt och har redan tagit en stor andel av tittandet på rörlig bild.¹⁴ Disney+, som lanserades tredje kvartalet 2020, används i dag av mer än var tredje ung vuxen (20–29 år) i Sverige en genomsnittlig vecka.

Nyhetsundvikandet ökar markant

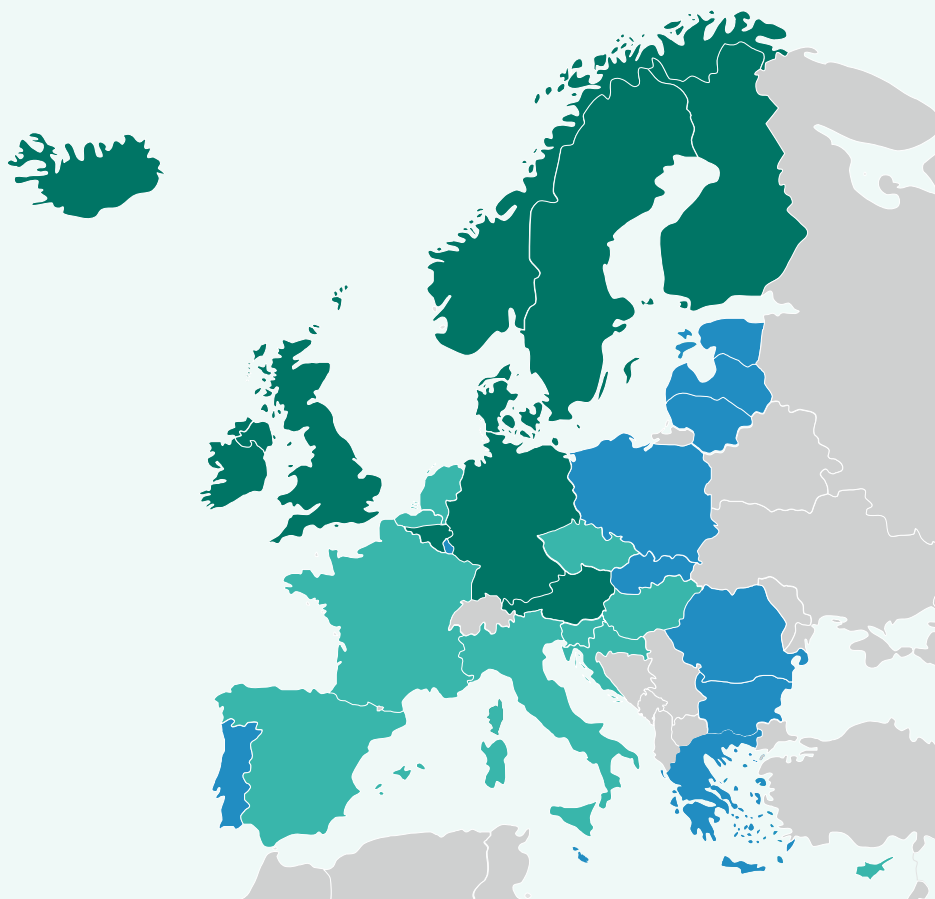
Forskning från Reuters Institute lyfter fram nyhetsundvikande, det vill säga att människor aktivt undviker nyheter, som en allvarlig trend.¹⁵ Andelen som undviker nyheter har ökat kraftigt i alla undersökta länder. I Sverige är andelen 22 procent, i Storbritannien 41 procent, i Norge 23 procent och i Danmark och Finland 21 procent. Vanliga skäl till att undvika nyheter är att man inte litar på rapporteringen eller att man känner sig illa till mods av den (se avsnitt 2.2).

Kostnaden för public service per capita i EU, Storbritannien, Island och Norge (beräknat i euro 2022)



Staplarna visar kostnader för respektive lands public service-verksamheter fördelat per capita.

Genomsnittlig kostnad: 57 euro



Övre tredjedelen i ps-kostnader per capita.

Lägre tredjedelen i ps-kostnader per capita.

Mellersta tredjedelen i ps-kostnader per capita.

Länder som inte ingår i sammanställningen.

Källa: European Broadcasting Union (EBU), Internationella Valutafonden (IMF) och respektive EBU-medlemsföretag 2022.

Lägre public service-intäkter per capita i Sverige

European Broadcasting Union (EBU) sammanställer information om ekonomin för public service-bolag i Europa.¹⁶ De samlade intäkterna för Europas public service-bolag uppgår till 38 miljarder euro. Sverige återfinns på nionde plats med en kostnad på 80 euro/person och år och är det land i Norden där avgiften för public service per capita är lägst. Också länder som Tyskland (121 euro/person) och Storbritannien (120 euro/person) ligger väsentligt högre medan länder i främst östra Europa ligger klart lägre. Bland de EBU-medlemmar som har separata bolag för tv och radio är den genomsnittliga fördelningen av resurser 74 procent till tv och 26 procent till radio, vilket ska jämföras med fördelningen i Sverige som är 58,9 procent till tv, 35,9 procent till radio och 5,2 procent till utbildningsprogram.

Sammanfattning – SVT i internationell konkurrens

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

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

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

SVT kan genom sitt uppdrag och särskilda roll säkerställa en långsiktighet i produktion på svenska med närhet till ämnen och frågeställningar relevanta för publiken. SVT har också en särskilt viktig roll i att möta den växande trenden av nyhetsundvikande och sjunkande tillit till nyhetsjournalistik.

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

1.4 SVT:S MÅL OCH STRATEGIER

SVT:s uppdrag i allmänhetens tjänst har beslutats av regering och riksdag för perioden 2020–2025. Utifrån uppdraget har SVT formulerat visionen "Vi bidrar till ett Sverige där alla är mer nyfikna och insatta". SVT:s vision och strategi tar sin utgångspunkt i uppdraget 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.

Efter en översyn beslutades 2023 att revidera den övergripande inriktningen på SVT:s strategi för de tre sista åren av innevarande tillståndperiod (2023–2025). Visionen och de grundläggande strategiska målen om *Värde för samhället* och *Värde för dig* kvarstår, men samtidigt har nya särskilt viktiga utvecklingsområden identifierats i strategin för att SVT

ska fortsätta kunna skapa värde i en allt hårdare konkurrens:

- » Stärka SVT som hela Sveriges samlingsplats för kunskap och gemenskap
- » Öka takten i förflyttningen mot online
- » Tillsammans arbeta mer effektivt och hållbart

Dessa områden utgör från och med 2023 viktiga byggstenar i SVT:s arbete med att utveckla verksamheten som en del av SVT:s strategi.

FOTNOTER

- 1 Enligt sändningstillståndets 10 § ska SVT ha en omfattande nyproduktion och egenproduktion av program för barn och unga och enligt 7 § ska SVT verka för mångfald i programverksamheten genom en variation i produktionsformer. Detta villkor tar fasta på att vid sidan om en omfattande egenproduktion utläggningar, samarbetsprojekt och inköp av program bidrar till denna variation och härigenom kan SVT även bidra till en livskraftig produktionsmarknad. I tabellen 3.2 redovisar SVT fördelningen mellan olika produktionsformer utifrån 7 § i sändningstillståndet.
- 2 [Institute of Media and Communications Policy: Media Database](#). Uppgifter om intäkter avser medieverksamhet (omräknat från euro).
- 3 [Mediemyndigheten](#), Medieekonomi 2023
- 4 Brakförlust i Viaplays försenade rapport – kollapsar på börsen | [SVT Nyheter](#)
- 5 Netflix to Become New Home of WWE 'Raw' Beginning 2025 - [About Netflix](#)
- 6 IRM 2024. Reklam- och medieprognos 2023–2024
- 7 [Mediemyndigheten](#), Medieekonomi 2023
- 8 Nyhetsmedier i IRM:s statistik inkluderar dagspress, gratistidningar och renodlat digitala nyhetsaktörer
- 9 [Institutet för mediestudier](#) 2023, Mediestudiers årsbok 2023.
- 10 [Institutet för mediestudier](#) 2023, Mediestudiers årsbok 2023.
- 11 MMS/Nielsen People Meter 2023
- 12 MMS Trend och Tema Q4 2023
- 13 MMS (2023). Årsrapport 2023 (1 minut sammanhängande tittande)
- 14 MMS (2023). Trend och Tema
- 15 Reuters Institute, Digital News Report 2023.16
- 16 European Broadcasting Union (2023). Funding of Public Service Media.

KAPITEL TVÅ

Värdet av SVT

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





Värdet av SVT

INLEDNINGEN TILL SÄNDNINGSTILLSTÅNDET:

“Sveriges Television AB (SVT) har till uppgift att bedriva tv-verksamhet i allmänhetens tjänst. Verksamheten ska präglas av oberoende och stark integritet och bedrivs 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 i allmänhetens tjänst har beslutats av regering och riksdag för perioden 2020–2025 och 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 kunna uppfylla uppdraget. Utifrån uppdraget har SVT formulerat visionen “Vi bidrar till ett Sverige där alla är mer nyfikna och insatta”.

SVT:s företagsstrategi för tillståndsperioden, som har sin utgångspunkt i den visionen, syftar till att stärka SVT:s förutsättningar och förmåga att uppfylla uppdraget i allmänhetens tjänst. När strategin lanserades 2020 beslutades, givet utvecklingstakten på mediemarknaden, om en halvtidsöversyn av strategin. De senaste åren har inneburit kraftiga förändringar i branschen och i SVT:s omvärld. SVT bedömer att utvecklingen har ökat SVT:s betydelse för den svenska demokratin och för svenskt innehåll av hög kvalitet. SVT utgör en unik resurs för svensk krisberedskap och för uppgiften att stärka befolkningens motståndskraft mot desinformation.

Mot den bakgrunden beslutade SVT 2023 om en revidering av den övergripande inriktningen på strategin. De grundläggande strategiska målen om *Värde för samhället* och *Värde för dig* kvarstår, men det har skett en förändring av de indikatorer som SVT väljer att följa för att bedöma måluppfyllelse. Flera av indikatorerna är samma som tidigare, vilket är viktigt för långsiktighet och möjlighet att följa utvecklingen över tid.

Förändringar har framför allt skett utifrån en strävan att identifiera indikatorer som ännu tydligare och bättre kan bidra till måluppfyllelse, men också för att vissa av de tidigare indikatorerna har upplevts som svåra att koppla till konkreta åtgärder i verksamheten. Indikatorn *Förtroende för SVT* flyttas till *Värde för samhället*, beroende på förtroendets särskilda betydelse på samhällsnivå. Att antalet indikatorer är något färre (från åtta till sex) skapar ökad tydlighet om vad som är viktigast för att nå målen under resterande del av tillståndspanoraden.



Som indikatorer på *Värde för samhället* följer SVT för 2023–2025 uppgifter om:

- » *SVT:s samlade räckvidd i befolkningen en genomsnittlig vecka* (kvarstår)
- » *Allmänhetens förtroende för SVT:s innehåll* (kvarstår, men tidigare under *Värde för dig*)
- » *Publikens bedömning av om SVT har innehåll som ger kunskaper och insikter* (kvarstår)

Som indikatorer på *Värde för dig* följer SVT för 2023–2025 uppgifter om:

- » *Publikens användning av SVT:s program och tjänster, uttryckt i daglig tittartid* (kvarstår)
- » *I vilken utsträckning publiken återkommer till SVT Play* (ny)
- » *I vilken utsträckning publiken vill rekommendera SVT:s innehåll till andra* (ny)

SVT:s bedömning är att företaget med dessa indikatorer fortsatt kommer att följa väsentliga aspekter på public service-uppdraget samt att SVT:s innehåll ska vara relevant för fler. SVT:s uppdaterade företagsstrategi för 2023–2025 lägger också ett tydligt fokus på att SVT:s utbud ska bidra till ökad kunskap och insikter hos publiken.

2.1 VÄRDE FÖR SAMHÄLLET

Värde för samhället svarar mot beskrivningen av SVT som en demokratisk kollektiv nytthet som gynnar alla oavsett om man själv tar del av den eller inte. 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.

Som framgår nedan följer SVT tre indikatorer på *Värde för samhället*. I graferna nedan redovisas utfallet för de tre indikatorerna.

SVT:s räckvidd i befolkningen

SVT ska vara till för alla oavsett ålder, geografisk hemvist, bakgrund, kön eller funktionsvariation. Den första indikatorn på *Värde för samhället* är uppgifter om SVT:s samlade räckvidd i befolkningen, med målet att minst 8 av 10 svenskar ska ta del av SVT:s kanaler och tjänster en genomsnittlig vecka. SVT:s samlade räckvidd för 2023 ligger på 83 procent av befolkningen. Det är en procentenhet lägre än 2022, men fortsatt över målnivån.

Räckvidden varierar mellan plattformar. Fortfarande bidrar traditionellt tv-tittande till största delen, men antalet som tittar online har ökat kraftigt över tid. Under 2023 har andelen av befolkningen som enbart följer SVT via linjära sändningar i broadcast fortsatt minska, från 33 procent 2019 till 14 procent 2023.

Förtroende för SVT

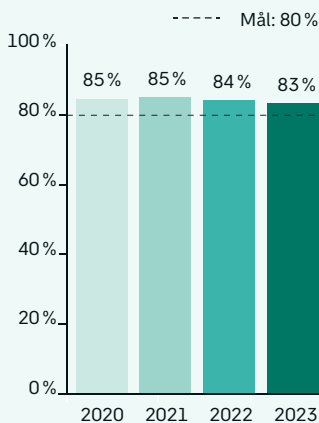
Den andra indikatorn på *Värde för samhället* som SVT följer är allmänhetens förtroende för SVT. Målet är att minst 75 procent av allmänheten ska ha högt förtroende, vilket mäts via SOM-institutets årliga undersökning (den senaste gjordes under september–december 2022, 2023 års undersökning publiceras först i slutet av mars 2024), med frågan "Vilket förtroende har du för innehållet hos följande medier och internetjänster?". Förtroendet för SVT:s innehåll har varit stabilt högt de senaste åren och ligger på 77 procent i senaste mätningen 2022, en ökning med två procentenheter från 2021 och fortsatt högst av alla svenska medier. Det finns samtidigt grupper där förtroendet är lägre, det gäller huvudsakligen grupper som har lägre förtroende för samhällsinstitutioner överlag. Endast sju procent svarar att de har mycket litet eller ganska litet förtroende.

Innehåll som ger kunskap och insikter

Den tredje indikatorn på *Värde för samhället* handlar om publikens värdering av om SVT:s innehåll ger kunskap och insikter. Mot bakgrund av att SVT:s företagsstrategi för 2023–2025 har ett stärkt fokus på utbud som ger kunskap och gemenskap har målsättningen höjts från att 65 procent ska instämma i

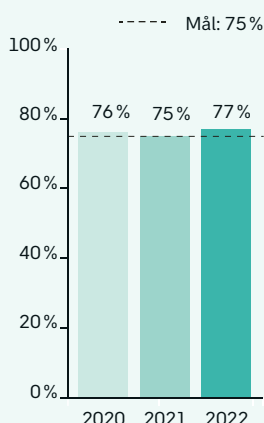
2.1.1 Räckvidd

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



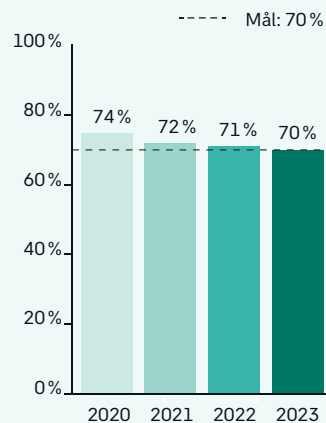
Källa: Norstat, 9–80 år (Kantar Sifo 2020–2022)

2.1.2 Förtroende för innehåll



Källa: SOM-undersökningen 16–85 år

2.1.3 Ger kunskaper och insikter



Källa: Norstat, 16–80 år (Kantar Sifo 2020–2022)



Reportage om hur fattigdomen drabbar kvinnor och barn i Afghanistan av Samir Abu Eid och Salim Alsabbagh. Foto: Salim Alsabbagh

påståendet att SVT:s utbud ger kunskap och insikter till 70 procent. Resultatet för 2023 är att 70 procent instämmer i påståendet. Kvinnor instämmer i något högre utsträckning än män och andelen som instämmer ökar med ålder. Men också bland de yngre tittarna instämmer två tredjedelar i påståendet.

Under året har storsatsningar som bland annat *Historien om Sverige* bidragit till publikens upplevda värde av SVT. Enligt en undersökning som genomfördes i samband med seriens lansering anser 80 procent av de som svarat att de blivit mer intresserade av Sverige och landets historia efter att ha tittat på *Historien om Sverige*. Enligt samma undersökning har programserien också ökat människors kunskaper, ökningen är större hos män (63 procent) än hos kvinnor (55 procent). SVT:s förhoppning är att detta och andra exempel på program med fokus på kunskap och vetenskap ska stärka resultatet i kommande mätningar.¹⁷

Liksom tidigare år finns anledning att lyfta fram utmärkelser och priser som en indikator på verksamhetens kvalitet, vilket utgör ett viktigt värde för samhället. Exempel på utmärkelser för SVT-produktioner under 2023 är *Händelser vid vatten*, som fick pris för årets bästa dramamini-

serie vid festivalen Prix Europa i Berlin och *Invandrare för svenskar*, som fick Svenska humorpriset. Rysslandsdesken på SVT Nyheter tilldelades medieinstitutet Fojos pris för grävande journalistik Gyllene Bjällran, för sitt arbete med att verifiera bilder och fakta från kriget i Ukraina. *Lilla Aktuellt* firade 30 år, och fick Brispriset för sitt arbete med att ge barn korrekta och pålitliga nyheter. Liksom tidigare år röstades också SVT Play fram i Streamingbarometern som svenska folkets favorit bland streamingtjänster. 73 procent av befolkningen föredrar SVT Play, framför TV4 Play med 58 procent och Netflix med 47 procent.

Stärkt journalistik ger värde

Kriget i Mellanöstern har än en gång visat på behovet av en nyhetsverksamhet som kan förmedla en saklig och allsidig bild av händelseutvecklingen och lägga kraft på att verifiera uppgifter och bilder från och om kriget. SVT har under senare år satsat på sådan verifiering, först inom ramen för den så kallade Rysslandsdesken, som under 2023 har fått ett förstärkt uppdrag och resurser för att bevaka, verifiera och källkontrollera bilder och uppgifter från fler områden, och som numera kallas SVT verifierar.

SVT har också på andra sätt stärkt journalistiken, bland annat genom ökade resurser till *Lilla Aktuellt*, som får möjligheter att göra fler specialsändningar och chattar för och med barn och unga för att möta deras oro över vad de ser i nyhetsrapporteringen. SVT har också under året beslutat att stärka vetenskapsutbudet i en tid när konspirationsteorier och informationspåverkan frodas. Vetenskapsredaktionen i Stockholm blir navet i en större satsning där både Umeå och Stockholm kommer producera program i det nya utbudsområdet SVT Vetenskap. Det handlar om att bygga vidare på och utveckla SVT:s spetskompetens inom allt från populärvetenskap, vetenskapsjournalistik och forskningsförankrade faktaserier till naturprogram, historia, teknik, klimat och miljö.

Som SVT redovisat tidigare visar undersökningar från de senaste årens utmaningar med pandemi och krig i Europa att SVT:s rapportering och förmåga att möta publikens behov av annat programutbud sannolikt har inverkat positivt på publikens uppfattning av värde för samhället. Denna effekt bedöms bidra också till 2023 års utfall på de indikatorer som SVT följer.

2.2 VÄRDE FÖR DIG

SVT:s andra strategiska mål är att bidra med värde till enskilda individer. *Värde för dig* har en tydlig koppling till att public service i Sverige har en finansieringsmodell där alla är med och betalar. Alla ska kunna hitta intressant innehåll i programverksamheten och SVT ska enligt sändningstillståndet tillgodose "skiftande förutsättningar och intressen hos befolkningen i hela landet".

I graferna nedan redovisas utfallet för de tre indikatorer som SVT följer för *Värde för dig*. Målnivåerna är satta med ledning av utfall från tidigare år, där historik finns, samt en bedömning av framtida utveckling.

Användning av SVT:s kanaler och tjänster

Den första indikatorn på *Värde för dig* är publikens användning av SVT:s program och tjänster, uttryckt i daglig tittartid. Publikens uppmärksamhet är idag spridd på en mängd olika mediekkanaler. För ett public service-företag som vill vara en del av alla människors vardag är det en viktig ambition att en god andel av publikens genomsnittliga medieanvändning läggs på SVT:s kanaler och tjänster.

Målet är liksom tidigare år att den genomsnittliga tittartiden ska vara

40 minuter per dag, vilket givet utvecklingen på mediemarknaden är ett mycket ambitiöst mål för tillståndsperioden. Det linjära traditionella tv-tittandet har i Sverige och flertalet västländer sedan ett tiotal år en negativ trend. I Sverige har hela tv-branschen sedan 2010 tappat tittartid som en konsekvens av att ett mer selektivt tittande online ersätter tittandet på linjära flödande kanaler.

Tittartiden för SVT 2023 var just 40 minuter per dag, vilket är en minskning med tre procentenheter från 2022. Hela SVT:s minskning gäller för tv-tittande i broadcast, medan tittandet online istället ökar med två minuter. Trots den minskande tittartiden finns inga tecken på att värdet för publiken minskar. Tvärtom ger publiken SVT:s onlinetjänster en högre värdering än man gör för tv-kanalerna. Möjligheten att välja innehåll och tidpunkt själv är viktigt för det högre upplevda värdet.

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

Återkommande tittare

Den andra indikatorn på *Värde för dig* är återkommandegrad, som visar hur många tittare som regelbundet återkommer till SVT Play. Mätningen relateras till föregående vecka.

Målet är att 2,6 miljoner tittare ska återkomma till SVT Play veckan efter föregående besök och är en ny indikator från och med 2023. Målet är satt för att uppnå en situation där minst 60 procent unika besökare från föregående vecka ska välja att återkomma till SVT Play.

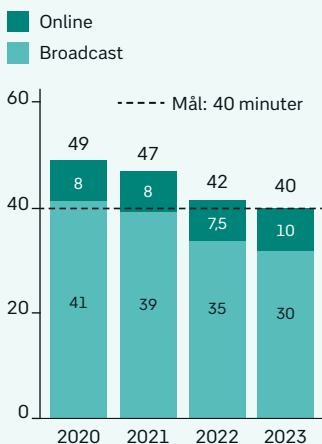
Utfallet visar att det var drygt 2,4 miljoner tittare som återkom under 2023 jämfört med knappt 2,2 miljoner under 2022, då frågan också ställdes. Det är en tydlig ökning men fortfarande en bit kvar till målet.

SVT rekommenderas

Den tredje indikatorn på *Värde för dig*, som också är ny för 2023, tar sikte på målsättningen att publiken ska vilja rekommendera SVT:s utbud till andra. Här är målet att 40 procent av publiken ska uppge att de rekommenderat SVT:s innehåll den senaste månaden. Målnivån är satt med ledning av provmätningar och satt som ett mål att sträva mot under tillståndsperioden.

2.2.1 Användning

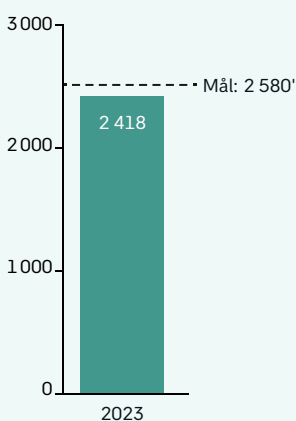
SVT:s totala tittartid i min per genomsnittlig dag – Broadcast/Online



Källa: MMS (3–99 år)

2.2.2 Återkommandegrad

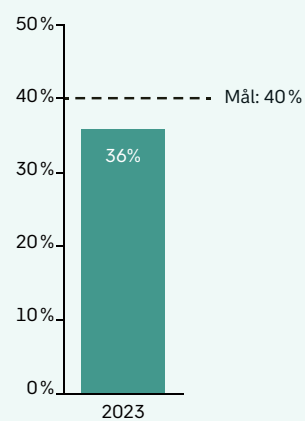
Andelen tittare som återkommer till SVT Play veckan efter föregående besök



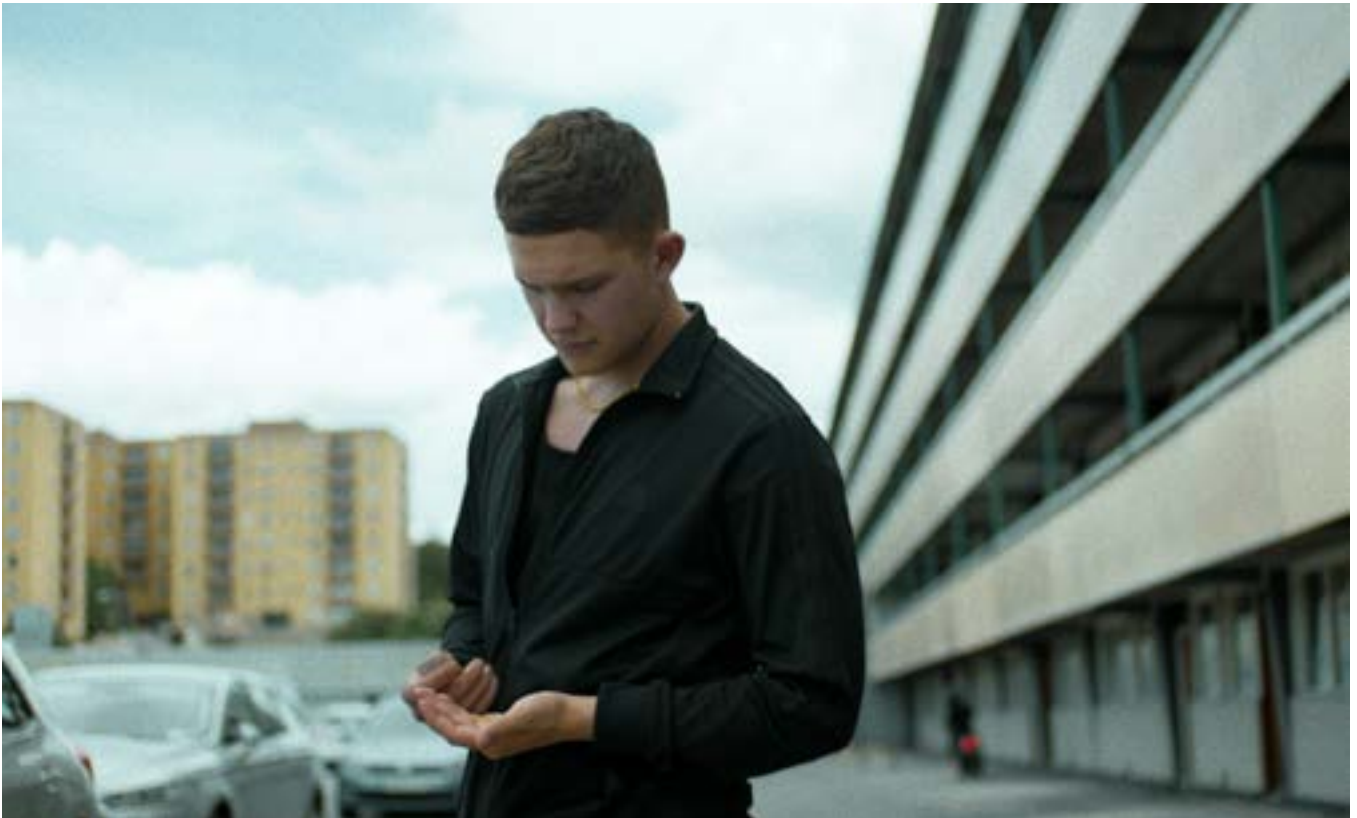
Källa: Helix

2.2.3 Rekommendation

Andelen tittare som väljer att rekommendera SVT:s utbud till andra



Källa: Norstat, 16–80 år (Kantar Sifo 2020–22)



Marko, spelad av Jonay Pineda Skallak, i dramaserien *Taelgia*. Foto: Petrus Sjövik/SVT

För 2023 uppger 36 procent att de rekommenderat innehåll från SVT. Här finns ingen jämförelse från tidigare år eftersom frågan är ny. Skillnaderna mellan olika grupper är relativt små, men det är vanligare bland män att rekommendera SVT till andra (40 procent) än bland kvinnor (33 procent). Benägenheten att rekommendera SVT till andra ökar också något med ålder.

Satsningar för att bidra till värde för enskilda

För att stärka SVT:s bidrag till värde för enskilda och förbättra utfallet på indikatorer som användning, återkommandegrad och vilja att rekommendera innehållet till andra behöver företaget arbeta ännu hårdare på att erbjuda utbud och tjänster som i kvalitet och relevans möter publikens skiftande behov och önskemål.

SVT bedömer att behovet av att förklara nyheter och hjälpa publiken förstå samhällsutvecklingen är särskilt stort i dag och framöver. Utmaningar som desinformation och informationspåverkan

från stater och andra aktörer har blivit en naturlig del av mediebruset. En del tittare tröttnar på nyhetsrapporteringen och undviker att ta del av den (se avsnitt [1.3](#)). Här har SVT en särskild roll.

Ett sätt att möta denna utveckling – och samtidigt ge en mer rättvisande bild av verkligheten – är att fortsätta utveckla den konstruktiva journalistiken. Att berätta om lösningar på problem och också lyfta de positiva, framåtblickande exemplen i journalistiska granskningar och ansvarsutkrävande. SVT:s arbete med Medie- och informationskunnighet (MIK) är en annan viktig del som främst sker genom opartisk och tillförlitlig nyhetsrapportering och granskande journalistik, men också genom särskilda satsningar för både barn och vuxna. SVT har på senare år stärkt det journalistiska arbetet med verifiering av bilder och uppgifter. *Lilla Aktuellt* gör ett stort och viktigt arbete i att möta den unga publikens många frågor och ibland oro kring allvarliga händelser i samhället.

Korta nyhetssammanfattningar,

minidokumentärer i aktuella ämnen och höjdpunkter ur längre program är andra exempel på hur SVT försöker möta publikens behov och förändrade medievanor med kvalitativt innehåll. Viktigt är också fortsatt utvecklat videoberättande i SVT:s nyhetsverksamhet med fler korta klipp som ger publiken svar på aktuella frågor.

Från övrig programverksamhet kan bland annat lyftas SVT:s dramasatsningar, som tar vid där nyhetsrapporteringen tar slut. Det är en tydlig satsning på senare år, med samtidsdrama som väcker engagemang och diskussion och ger ytterligare perspektiv på komplexa samhällsutmaningar. Exempel på det är program som *Kalifat*, *Tunna blå linjen* och *Taelgia*.

SVT:s satsningar på tillgänglighet på alla företagens plattformar bedöms också fortsatt ha stor påverkan på det upplevda individuella värdet, exempelvis frivillig inloggning som lanserades 2023 i SVT Play. Det kommer bland annat att möjliggöra inställning av tillgänglighetsfunktioner för personligt konto, som följer

med vid byte av avsnitt och program (se avsnitt 7.4).

Att SVT Play under 2023 återigen röstades fram i Streamingbarometern som Sveriges mest populära streaming-tjänst före TV4 och Netflix ger ytterligare en indikation på det värde som publiken tillmäter SVT.

2.3 VÄRDE OCH GENOMSLAG SOM MÅTT PÅ EFFEKTIVITET

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

Vid en bedömning av resultatet är det viktigt att beakta att det påverkas av flera olika ingående värden eller faktorer, varav en del är sådana som SVT kan påverka medan andra är externa 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. Exempel på externa faktorer eller ingående värden som SVT har liten eller ingen möjlighet att påverka är konkurrensen på publikmarknaden, utvecklingen av kostnader för tv-produktion och ett fortsatt ansträngt nyhetsläge med krig i Europa och Mellanöstern.

Villkoren i SVT:s uppdrag sätter tillsammans med de ekonomiska resurserna för tillståndsperioden ramarna för SVT:s arbete med att skapa effektivitet i strävan mot måluppfyllelse. Det finns samtidigt flera faktorer som påverkar effektiviteten och som SVT kan påverka. De genomsyrar hela SVT:s verksamhet och är områden där SVT löpande vidtar åtgärder för att stärka genomslag och effekt.

» **Mångfald, genrebredd, volym och kvalitet.** SVT:s uppdrag är att göra program för såväl breda publikgrupper som olika specialintressen. Ett brett utbud av hög kvalitet som uppskattas och väljs

av olika delar av befolkningen bidrar till SVT:s förmåga att skapa värde. Medieforskning visar att ett brett genomslag i befolkningen bidrar till högt förtroende för public service-mediers innehåll. *Som framgår i kapitel 5 och 6 är SVT:s genrebredd fortsatt stor, med program både för den breda publiken och för specifika intressen.*

» **Närvaro i och spegling av hela landet.** SVT har ökat företagets närvaro i landet från 34 nyhetsredaktioner vid ingången av tillståndsperioden till 50 under 2023. Syftet är att skapa värde genom att förbättra den journalistiska bevakningen i hela landet och ha en hög andel lokala inslag i riksnyheter (se avsnitt 6.1). *Under 2023 har SVT stärkt närvaron genom ytterligare två redaktioner.*

» **Hantering av händelser i omvärlden.** Som medieföretag i allmänhetens tjänst ska SVT ha en beredskap att kunna hantera oväntade händelser i omvärlden och snabbt anpassa utbud och tjänster utifrån behov. *SVT prioriterar uppgiften att erbjuda publiken snabb och tillförlitlig information och fördjupning i en osäker tid, inklusive förstärkta insatser för verifiering av bilder och uppgifter från bland annat krig i omvärlden (se avsnitt 6.1). SVT fortsätter också stärka förmågan att stå emot hot av olika slag (se avsnitt 3.10).*

» **Tillgänglighet.** SVT strävar efter att alla program och tjänster ska vara tillgängliga och ha hög kvalitet. Många åtgärder kompletterar varandra och långt fler än enbart personer med funktionshinder drar nytta av exempelvis textade sändningar och god hörbarhet. *SVT har under 2023 fortsatt stärka tillgängligheten på flera områden (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. SVT:s uppdaterade företagsstrategi sätter ett särskilt fokus på program som bidrar till kunskap och gemenskap. *Exempel under året är en stor satsning på kunskap och historia i*

Historien om Sverige och kompletterande programsatsningar om historia också inom andra programområden.

» **Andelen av SVT:s resurser som läggs på program.** Målsättningen är att den andelen ska vara så stor som möjligt för att kunna användas till kvalitativa program som motsvarar publikens behov och förväntningar och locka fler att ta del av SVT:s utbud och uppleva värde. *För 2023 var andelen av SVT:s resurser som går till program 79 procent (77, 2022, se tabell 7.2.1).*

SVT har här beskrivit hur de faktorer eller ingående värden som SVT kan påverka har förstärkts eller förbättrats under året.

Kostnadseffektivitet, eller måluppfyllelse i relation till resursanvändning

Granskningsnämnden fortsätter efterlysa att SVT:s nyckeltal tydligare sätts i relation till insatserna.

SVT:s kostnadseffektivitet, det vill säga förhållandet mellan måluppfyllelse och resursanvändning låter sig inte enkelt uttryckas i mått som kan ställas i direkt relation till resursanvändningen. Det beror framför allt på att SVT ska uppfylla ett stort antal samhällsrelaterade mål i sitt public service-uppdrag. Flertalet av formuleringarna i uppdraget är inte direkt mätbara, och vid en värdering av SVT:s effektivitet är därför jämförelser av nyckeltal som exempelvis kostnaden för producerade eller sända volymer, eller mått som exempelvis används i kommersiell verksamhet, inte meningsfulla.

En undersökning av Oslo Economics (OE) på uppdrag av norska Kulturdepartementet från 2021 av public service-företaget NRK:s arbete med kostnadseffektivitet gör en liknande analys. OE, som har haft full tillgång till NRK:s verksamhets- och ekonomidata, konstaterar att NRK:s kostnadseffektivitet inte låter sig uttryckas i enkla relationsmått där måluppfyllelse ställs i direkt relation till företagets resurser. OE presenterar därför inga kvantitativa uppgifter där måluppfyllelsen sätts i relation till företagets resursanvändning,



Bauhausgalan 2023 Armand Duplantis har klarat 6.05 på stadion i Stockholm. Foto: Maxim Thore

utan redovisar ett antal indikatorer på att NRK:s verksamhet bedrivs kostnadseffektivt, på samma sätt som SVT gör i denna redovisning.¹⁸

För att fånga så många dimensioner som möjligt av public service-uppdraget har SVT valt att mäta effektivitet genom de strategiska målen *Värde för samhället* och *Värde för dig*. Sammanfattningsvis är SVT:s bedömning att SVT:s bidrag till värde för samhället och värde för enskilda individer är fortsatt gott. Utfallet på de indikatorer som företaget följer är fortsatt höga och stabila trots en allt hårdare konkurrens. För fyra av sex indikatorer ligger utfallet över mål.

Det är samtidigt viktigt att analysera sambandet mellan SVT:s effektivitet och resursanvändning. I det följande redovisas ett antal indikatorer som relaterar måluppfyllelsen på *Värde för samhället* och *Värde för dig* till SVT:s resursanvändning. Det inkluderar aspekter som fångar såväl produktivitet som kvalitet i verksamheten.

För det första kan utfallet vad gäller nyckeltalen värde för samhället och värde för enskilda sättas i relation till SVT:s samlade resurser. SVT:s medelstilldelning räknas upp med två procent årligen. Den genomsnittliga prisökningen i samhället, mätt i KPI exklusive energi, har varit 4 procent per år under 2020–2023. Den genomsnittliga löneökningen för de tre senaste avtalsperioderna har varit mellan 1,8 och 4,1 procent. Givet denna utveckling tillsammans med den ökade kostnaden för tv-produktion och behoven av investeringar i säkerhet och beredskap, så innebär detta att SVT:s medelstilldelning i reala termer har minskat, vilket utgör ett avsevärt rationaliseringstryck på företaget. Att SVT med dessa förutsättningar förmår upprätthålla ett högt och stabilt värde för samhället och för individer med ett utfall över mål för fyra av sex indikatorer tyder på god kostnadseffektivitet.

För det andra kan utfallet för SVT:s effektivitet sättas i relation till hur resurser för programverksamhet fördelas mer

generellt. Vid fördelning av resurser i bolaget gäller att merparten av SVT:s programverksamhet, med undantag för nyhetsverksamheten som i detta avseende prioriteras, inte får någon uppräknings alls. Det sätter ett ytterligare rationaliseringstryck på programverksamheten, vilket ger en ytterligare indikation på att SVT:s programverksamhet bedrivs kostnadseffektivt.

För det tredje kan SVT:s effektivitet sättas i relation till SVT:s arbete med löpande rationaliseringar och extraordinära besparingar. Detta arbete har som syfte att generera ytterligare medel för programverksamheten (se [kapitel 7](#)). De medel som frigörs på detta sätt investeras i program- och tjänsteutveckling i enlighet med SVT:s strategier. Värdet av de produktivetsförbättringar som har genomförts under 2023 är 94,1 miljoner kronor, vilket satt i relation till SVT:s avgiftsmedel är 1,8 procent (se [avsnitt 7.3](#)). Att företaget för närvarande befinner sig mitt i ett omfattande besparings-



Artisterna Tusse Chiza och Linnea Henriksson i *Den blomstertid*. Foto: SVT

arbete för en ekonomi i balans är ytterligare en indikator på SVT:s förmåga att upprätthålla en hög effekt i verksamheten på ett kostnadseffektivt sätt.

För det fjärde kan graden av måluppfyllelse avseende värde för samhälle och individer relateras till SVT:s prioriteringar vid intern resursfördelning. Tanken är att SVT:s effektivitet kan förväntas öka om företaget i högre grad använder medel till verksamhet som ger ett positivt utfall på indikatorerna på värde. SVT har under senare år prioriterat resurser till verksamheter som bedöms påverka såväl värde för samhället som värde för individer i positiv riktning. Som framgår i kapitel 2 och på andra ställen i denna redovisning finns flera exempel på att dessa satsningar möter behov såväl i samhället som hos publiken. De utgör därför tydliga exempel på åtgärder som är ägnade att ytterligare stärka relationen mellan måluppfyllelse och företagets resursanvändning:

Programverksamhet – SVT prioriterar satsningar på program som stärker kunskap, exempelvis *Historien om Sverige*, och kompletterande program om svensk historia inom områden som barn och unga, dokumentärfilm, litteratur och musik (se avsnitt 6.2). Andra exempel är en ny satsning på vetenskapsjournalistik (se avsnitt 5.2), en förstärkning av journalistiskt arbete för verifiering av uppgifter och bilder samt satsningar för att stärka allmänhetens motståndskraft mot desinformation (se avsnitt 6.1).

Tjänsteinnovation och tillgänglighet – SVT fortsätter satsa på starkt tillgänglighet genom åtgärder som Tydligare tal, automatisk textning och höjd och sänkt uppspelningshastighet med mera (se avsnitt 7.4). Andra exempel är SVT:s fokus på ökad volym och förbättrad kvalitet i videoberättandet i nyhetstjänsten SVT Nyheter samt korta förklarande nyhetsklipp i SVT Nyheter och SVT Play (se avsnitt 6.1).

Säkerhet och beredskap – SVT har mot bakgrund av skärpta hotbilder i och runt Sverige behövt stärka och utveckla företagets motståndskraft mot olika typer av hot och risker. Under året har SVT fortsatt vidta åtgärder för att stärka företagets säkerhet och beredskap. SVT:s höga digitala räckvidd utgör en unik tillgång för svensk medieberedskap (se avsnitt 3.10).

Ytterligare ett förhållande som indikerar att SVT:s verksamhet bedrivs kostnadseffektivt handlar om volymen av sändningar och tillgängliggöranden. SVT har under en följd av år upprätthållit en sändningsvolym i broadcast om cirka 22 000 timmar per år. 2023 har antalet sända timmar ökat med 2,7 procent. Samtidigt har SVT över tid utvecklat en publikt framgångsrik verksamhet online, med drygt 32 000 tillgängliggjorda timmar i SVT Play under 2023, varav drygt 2 000 timmar är unika förstasändningar, samt omfattande publiceringar i SVT Nyheter. Denna utveckling, som med hög sannolikhet bidrar till utfallet på nyckeltalen för värde, har skett inom ramen för befintliga resurser.

Under 2023 har SVT beslutat om en reviderad företagsstrategi och ändrat några av indikatorerna på *Värde för samhället* och *Värde för dig* i syfte att kunna göra tydligare prioriteringar för att stärka verksamhetens måluppfyllelse och kostnadseffektivitet under resten av tillståndsperioden.

FOTNOTER

- 17 Not/källa: Origo Group, på uppdrag av SVT 2023
18 [evaluering-av-nrks-arbeid-med-effektiv-drift-oslo-economics-okt-2021.pdf](#) (regjeringen.no)



Artisten Jireel i *Songland*. Foto: SVT

KAPITEL TRE

Så arbetar SVT

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





Så arbetar SVT

MEDELSVILLKOR 19

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

3.1 UPPDRAGSPROCESS

SVT använder en beställar- och utförarmodell i utbudsarbetet. Företagets sport- och nyhetsdirektör samt programdirektör fattar programbesluten med vd som yttersta instans. Alla programförslag, både interna och externa, bedöms av företagets programchefer, på nyhetsdivisionen och på programdivisionen. I arbetet vägs programförslag mot strategi, mål, programbudget, publikinsikter och kraven på verksamheten i sändningstillstånd, medelsvillkor samt interna policydokument och regler. Efter en omorganisation av programdivisionen hösten 2023 har antalet programchefer dragits ner (från tio till fem) och samtidigt har tio utbudsansvariga tillsatts vars uppgift är att driva programutveckling och ansvara för slutgiltig programleverans.

SVT:s uppdragsprocess ska möta såväl behovet av långsiktig planering som behovet av att fatta löpande beslut under året. Tv-branschen ställer krav på tidiga beslut och långa planeringshorisonter för att knyta till sig relevanta upphovsmän och ge bra produktionsförutsättningar. SVT:s utbudsprocess inleds av program- och nyhetsledningen i oktober då riktning och fokus för kommande års utbud sätts. Beslut om flerårsuppdrag och huvudriktning fattas av vd. Därefter fattas löpande programbeslut under året.

Löpande dialog med externa produktionsbolag

SVT:s ambition är att vara en bra och tydlig part vid alla former av samarbeten. Externa producenter kan när som helst vända sig till någon av SVT:s programchefer eller utbudsansvariga för att presentera nya programförslag. SVT för löpande dialog med produktionsbolag och anordnar informationstillfällen utifrån olika genrer. SVT har en 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, exempelvis fördelning av rättigheter. SVT vill vara en god partner för produktionsbolagen och gemensamt med dem hitta lösningar på logistiska och ekonomiska utmaningar.

SVT har också under 2023 genomfört en undersökning av bolagens upplevelser av SVT som beställare av tv-program. Ett 60-tal personer i ledande ställning på produktionsbolagen deltog i en intervjuundersökning och liksom 2022 får SVT ett gott betyg. Respondenterna värderar särskilt tydlighet, snabba beslut och kompetenta projektledare. SVT upplevs vara en trygg och professionell partner.



SM-veckan 2023 med basket 3x3. Foto: Fredrik Karlsson/Bildbyrån

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 utomstående medverkan i den egna programproduktionen."

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

3.2 VARIATION I PRODUKTIONSFORMER

Produktion

SVT arbetar med fyra huvudgrupper av utbud: egenproduktion, produktionsutläggning, samproduktion och inköpta program (förvärv av visningsrätter). Volymmässigt utgörs den största delen av SVT:s förstasända utbud av egenproduktion, främst sport, SVT Forum, samhällsfakta och nyheter som produceras inom företaget. Under 2023 var 57 procent av SVT:s förstasända utbud egenproducerat. Utländska inköp stod för ytterligare 29 procent medan produktionsutläggningar, samproduktioner och svenska förvärv svarade för 14 procent av utbudet.

De 3 424 timmarna lokala nyheter (drygt 163 timmar producerade och sända per lokal redaktion totalt 21) under 2023 ingår inte i de här siffrorna (se avsnitt 4.1 och 6.1).

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

egenproduktion regelmässigt förekommer, den så kallade allmänproduktionen (se även avsnitt 5.5). Sammanlagt 1 944 timmar av det totala utbudet räknas som allmänproduktion och av dessa producerades drygt 32 procent i samarbete med eller inköpt av utomstående svensk producent.

Utomståendes medverkan och andra samarbeten

Svenska dramaserier uppmärksammas och intresset för svenska produktioner växer i världen. Det har medfört att antalet samarbeten ökar samtidigt som en något högre andel av SVT:s produktion inom många programkategorier läggs ut på produktionsbolag. Tabell 3.2.1 visar SVT:s kostnader som går till utomstående enskilda personer eller produktionsbolag. Under 2023 var totalkostnaden drygt 1,5 miljarder kronor, vilket är en ökning med cirka 100 miljoner kronor jämfört med 2022 och gäller främst svenska produktionssamarbeten.

3.2.1 Utomståendes medverkan och andra samarbeten, mkr

Medverkande och programanställda

Mkr	2020	2021	2022	2023
Arvoden	139,0	146,6	148,5	143,4
Programanställda	61,8	63,7	60,8	58,1
Summa	200,8	210,3	209,3	201,5

Andra slags produktionssamarbeten

Svenska	2020	2021	2022	2023
Produktionsutläggningar	451,5	442,0	454,3	491,1
Samproduktioner	212,0	271,4	247,0	318,6
Förvärv	167,6	164,7	159,8	163,5
Summa	831,1	878,1	861,1	973,2

Utländska	2020	2021	2022	2023
Produktionsutläggningar	4,2	1,0	0,0	0,0
Samproduktioner	15,6	9,5	13,1	7,2
Förvärv	273,9	258,0	255,2	244,6
Summa	293,7	268,5	268,3	251,8

STIM, IFPI/Sami, NCB	79,6	78,3	73,9	79,8
Summa	79,6	78,3	73,9	79,8

Totalt	1 405,2	1 435,2	1 412,6	1 506,3
---------------	----------------	----------------	----------------	----------------



Bakom trolltider Matilda Gross gör rollen som människan Saga. Foto: Johan Paulin/SVT

3.3 SAMARBETEN MED PRODUKTIONSBOLAG

SVT:s samarbete med externa produktionsbolag, innehållsleverantörer och medverkande i hela Sverige har stor betydelse för Sveriges kreativa sektorer och näringsliv. Det säkerställer att det produceras svensk tv och film i hela landet och om hela landet. Inspelningar i hela landet skapar dessutom arbetstillfällen för lokalt förankrade medarbetare och för besöksnäring och verkstäder. En hög andel av SVT:s programbudget investeras i produktioner gjorda av produktionsbolag samt extern frilansande personal. Det ger ett betydande bidrag till svensk produktionsmarknad.

Externa produktioner i hela Sverige

Att producera program utanför företaget är delvis resultatet av särskilda villkor i sändningstillståndet, men för SVT är det en naturlig del i public service-uppdraget eftersom det gynnar utveckling av programverksamheten och stärker leveransen till publiken. För SVT är en livskraftig svensk produktionsmarknad en avgörande förutsättning för att skapa värde för publiken genom närvaro i och spegling av hela landet. Extern produktion bidrar även till mångfald i alla delar av en tv-produktion, vilket i förlängningen bidrar till högre kvalitet på programmen och en bättre upplevelse för publiken. Exempel på det externt producerade som speglar landet

är *Händelser vid vatten* som spelades in i Arjeplog, *Klassen* i Malmö samt *Taelgia* i Stockholm och Södertälje.

SVT samarbetar med landets filmpooler. Cirka 78 procent av SVT:s dramaproduktioner görs i samarbete med en filmpool. Vid de samarbetena sprids produktioner över hela landet. Under 2023 spelade SVT till exempel in dramaserierna *Tunna blå linjen* säsong III (Film i Skåne), *Pirate bay* (Film i Stockholm), *Smärtpunkten* (Film i Väst och Stockholm) och *Stenbeck* (Film i Väst).

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 fort-löpande offentlig diskussion om verksamheten."

3.4 SVT:S BIDRAG TILL EN LIVSKRAFTIG MEDIEMARKNAD

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

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

SVT:s strategi: att vara bäst på nyhetsvideo

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

Under 2023 sände SVT 1 025 timmar nyheter (exempelvis i *Rapport*, *Aktuellt*, *Utiset* och *Oddsat*) och 3 424 timmar lokala nyheter (cirka 163 timmar fördelat på 21 lokala nyhetsredaktioner) i broadcast. Nyhetsverksamheten fortsätter att kraftsamla kring att stärka videoberättandet och utnyttja synergier mellan nyhetsutsändningarna i tv och SVT:s digitala tjänst. Precis som i tv-sändningarnas telegram och text-tv:s utbud är text en viktig del i den videocentriska nyhetstjänsten. Under året har SVT Nyheter användning av text debatterats. Text är en kompletterande del av SVT:s nyhetserbjudande och nödvändigt för att SVT ska möta uppdraget att vara relevant för alla, inklusive unga, personer med funktionsnedsättningar och för SVT:s unika roll i den svenska krisberedskapen.

Som ett led i att ta hänsyn till andra medier har SVT valt att satsa kraftfullt på video och begränsa textlängder i nyhetstjänsten online. Att begränsningarna efterlevs följs upp varje månad. Längre reportage i text förekommer inte. 2023 var andelen artiklar med video 74 procent (70 % 2022, 66 % 2021, 60 % 2020 och 40 % 2019). Målet är inte att årligen öka

andelen artiklar med video, men den ska över tid ligga på en stabil hög nivå. Ingen motsvarighet finns bland tidningshusen, eller public service-företag i Europa.

SVT:s fokus på rörlig bild har gett tydliga resultat. Över tid har videoinnehållet i nyhetstjänsten ökat kraftigt. 2017 publicerades i snitt 20 klipp per dag. 2023 var motsvarande siffra 159 videoklipp. Därtill kommer livesända nyheter i SVT Play och SVT Nyheter.¹⁹

Förklaringen till den höga nivån är bland annat utvecklingen av SVT:s videoformat. I tematiserade videospelare med korta nyhetsklipp ges fördjupning av olika ämnen. Onlineverksamhetens kombination av video, grafik och text gör tjänsten attraktiv och relevant. Det gör också nyheterna begripliga, sökbara och tillgängliga för personer med funktionsnedsättning. Användningen är också hög. 2023 skedde 87 procent av alla besök på SVT Nyheter på en sida med video (85 % 2022, 78 % 2021).

Riktlinjer för citeringar efterlevs

SVT har en hög grad av egna nyheter. Citeringar är dock en del av journalistikens ekosystem och en självklar praxis för alla medier. För att ta hänsyn till andra medier citerar SVT restriktivt, begränsar citeringar i text och hänvisar till det medieföretag som var först med nyheten.

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 erkännande. Dessutom är SVT:s citeringar högst 600 tecken. I den dialog som SVT har haft med lokaltidningschefer samt med branschorganisationen TU under 2023 upplevs att riktlinjerna fungerar väl och att de efterlevs.

Så samarbetar SVT med kommersiella medier

SVT samarbetar med kommersiella medier för att ge mervärde både för publiken och för andra medier. Genom samarbeten kan parterna sänka kostnader, spara resurser och få fler nyheter samtidigt, vilket bidrar till en livskraftig mediemarknad. Under 2023 har nya samarbe-



ten tagits fram och befintliga fördjupats.

Sedan hösten 2021 har SVT erbjudit andra medier som är medlemmar i organisationen Utgivarna att utan kostnad ta del av alla livesändningar av presskonferenser och nyhetsändelser där SVT har rättigheter.

SVT har också samarbetat med kommersiella medier, SR och UR inom ramen för Fria ordets dag (se nedan). Inom ramen för branschföreningen Utgivarna driver SVT dessutom frågor för att stärka den svenska tryck- och yttrandefriheten, för att motverka hot och hat mot journalister och för att värna det medieetiska systemet. Under 2023 inleddes ett arbete där Utgivarna i samarbete med Nordic AI Journalism utforskar en eventuell branschgemensam märkning av AI-genererat material. SVT, Fojo/Linnéuniversitetet, Reportrar utan gränser, Schibsted och Bonnier News erbjuder tillsammans också utbildningen Ny kollega för studenter eller personer med tidigare erfarenhet som journalist utanför Sverige som vill jobba inom svenska medier.

SVT har gjort en rad innehållssamarbeten med lokaltidningar runt om i landet 2023. Ett exempel är att SVT Nyheter Uppsala, Upsala Nya Tidning och Sveriges Radios P4 Uppland i november 2023 gjorde en gemensam direktsändning om höstens våldsvåg i Uppsala. SVT Nyheter Väst har under året haft ett utbyte med Lysekilsposten för att dela research kring en gemensam kommunal granskning. SVT Nyheter Värmland samarbetade med lokala tidningar och SR kring Föreningen grävande journalisters årliga konferens i Karlstad.

Kontinuerlig dialog

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

SVT har under året träffat redaktionella företrädare för de stora lokaltidningskoncernerna såväl som representanter för enskilda dagstidningar och branschorganisationen TU. Under mötena delas erfarenheter, samarbeten diskuteras och utvärderas.

Andra exempel på hänsyn

När SVT stärker sin närvaro runt om i landet med nya redaktioner har SVT valt att inte starta nya lokala sajter eller editioner, både för att värna kvaliteten i journalistiken och för att ta hänsyn till lokaltidningen på orten.

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

En levande diskussion om verksamheten

Public service verkar i allmänhetens tjänst och det är viktigt att verksamheten diskuteras brett i samhället. SVT bidrar till den offentliga debatten bland annat genom att anordna seminarier om public

service och mediemarknaden i stort. Under 2023 har representanter för SVT deltagit i seminarier och debatter i forum som Folk och försvar, Almedalsveckan, Folk och kultur, Bok- och bibliotek samt grävseminarier. SVT anordnar även egna seminarier, exempelvis inom områden som *Informationskrig och medieanvändning i kris och krig* och *Väljarströmmarna 2022*. Det årliga PS Funk-konferens som SVT, SR, UR och Funktionsrätt Sverige anordnar fokuserade 2023 på AI och hur tillgänglighet och spegling påverkas.

Programmet *Landet Runt* har sedan hösten 2023 inlett ett initiativ där programmet fyra gånger per säsong spelas in på orter där SVT:s lokala nyheter har mindre redaktioner. I anslutning till inspelningarna i Visby, Dorotea, Fagersta och Kalmar hölls under hösten lokala fikamöten med publiken. Under våren 2023 hölls publikmöten i samband med Melodifestivalen. I Linköping, Lidköping och Örnsköldsvik fanns medarbetare från lokala redaktioner på plats på torget tillsammans med Bolibompadraken, Sommarskuggan och några av melloartisterna. Publiken fick prova att vara reportrar, spela in hälsningar och lyfta frågor med SVT:s personal.

Projektet *Fria ordets dag* fortsatte under 2023 i ett utvecklat format. Sjätteklassare träffade SVT, SR, UR och lokala tidningsredaktioner i digitala klassrum för att lära sig mer om journalistik, yttrandefrihet och källkritik/källtillit. Under 2023 deltog 33 000 elever i drygt 1 450 klasser, vilket är en kraftig ökning jämfört med 2022 (14 500 elever i drygt 670 klasser). Under 2023 har ett utvecklingsarbete genomförts och Fria ordets dag byggts ut med en version för niondeklassare under 2024.

För att skapa en levande diskussion om verksamheten både internt och externt har SVT under 2023 fortsatt det prisbelönta arbetet med *Året med SVT*, en sajt där SVT:s public service-redovisning erbjuds i lättillgängligt digitalt kortformat för en bredare publik. Regelbundet skickas också ett fördjupande och förklarande nyhetsbrev ut, och på SVT:s Om oss-sida (svt.se/omoss) och på svt.se publiceras regelbundet blogginlägg om nya satsningar, utgivarbeslut och andra aktuella frågor.

KRAVEN I SÄNDNINGSTILLSTÅNDET:

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

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

16 § "SVT ska ta hänsyn till tv:s särskilda genomslagskraft när det gäller programmets 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."

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 sponseringsmeddelande finns i 7 kap. 4–8 §§ radio- och tv-lagen."

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

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

3.5 PUBLICISTISKT ANSVAR OCH GRANSKNING AV INNEHÅLL

Villkor för reklam, sponsring och produktplacering

Alla program som produceras och köps in av SVT blir föremål för en publicistisk bedömning innan de sänds. Förutom yttrandefrihetsgrundlagen grundas SVT:s interna publiceringsregler på sändningstillståndet, radio- och tv-lagen samt interna 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 en policy som innebär att samma publicistiska principer som gäller för tv-sändningarna ska gälla för publiceringar på webben och i sociala medier, även om bara delar av den verksamheten formellt granskas.

Samtliga sändningar från SVT har en ansvarig utgivare utsedd av vd. Som regel har programcheferna på programdivisionen och programchefer och redaktionschefer 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 SVT:s 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. Arbetet bedrivs i form av utbildning, rådgivning om program- och tablåfrågor samt yttranden till granskningsnämnden och Medieombudsmannen/Mediernas etiknämnd.

Utbildning

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

Antalet utbildningar har legat på en hög nivå under 2023, både via digitala och fysiska möten. En särskild satsning gjordes på utbildningar kopplade till publiceringar online i samband med uppdatering av SVT:s "Policy för publiceringar på SVT:s sidor på webben och i sociala medier". Totalt samlade SVT Programetikets utbildningar nästan 700 deltagare under 2023.

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 2023 deltog 46 personer från 20 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.

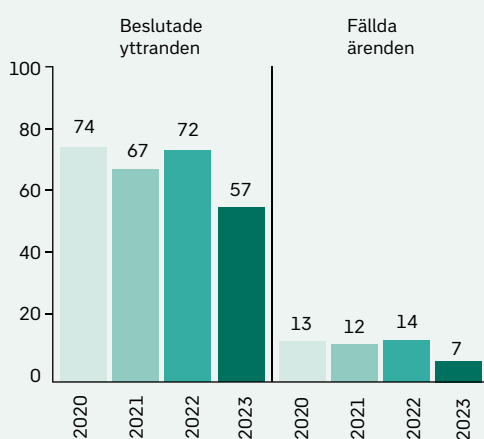
Nämnden samlar anmälningar som gäller samma program i samma ärende. Statistiken visar att det var 835 beslutade ärenden under 2023 vilket är i stort sett på samma nivå som under 2022. SVT hade yttrat sig i 57 av dessa ärenden under 2023 jämfört med 72 ärenden året innan. Av de ärendena ledde sju till fällande beslut jämfört med 14 under 2022 (se tabell 3.5.1). Under 2023 hade SVT också tre ärenden som beslutades i Mediernas etiknämnd, varav inget klandrades.

SVT analyserar årligen i detalj yttrandena och fällningar och anpassar utbildningsverksamheten och rådgivningen utifrån analysen. Flest fällningar 2023 gällde saklighet (5) vilket också var fallet 2022. Det totala antalet fällningar (7) är den lägsta siffran sedan granskningsnämnden bildades 1994 (se tabell 3.5.2).

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 Yttrandena och fällningar i granskningsnämnden för radio och tv



3.5.2 Fällningsgrunder

Ett program kan ha flera fällningsgrunder

	2020	2021	2022	2023
Beriktigande	0	0	0	0
Genmäle	0	0	0	0
Genomslag	2	3	2	0
Gynnande	3	0	2	0
Offentliggörande	0	0	0	0
Opartiskhet	1	0	2	2
Privatlivet	3	0	0	0
Saklighet	4	9	8	5
Sponsring	0	0	0	0
Varning för våld	0	0	0	0
Totalsumma	13	12	14	7

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 SVT FINNS I HELA LANDET

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

Programdivisionens verksamhet utgår i huvudsak från de fyra programorterna Umeå, Stockholm, Göteborg och Malmö

- » Nyhetsdivisionen finns på 50 orter runt om i landet
- » SVT Produktion och Teknik och Ledningsenheterna har verksamhet i huvudsak på de fyra programorterna

Det åligger SVT:s programdirektör samt divisionschef för program att tillsammans kontinuerligt säkerställa att den decentraliserade organisationen har tillräckligt med resurser för att kunna svara mot uppdraget att spegla hela Sverige. Beslut om programuppdrag och resurser fattas i samverkan mellan programdirektör, sport- och nyhetsdirektör och chefen för programdivisionen.

SVT har gjort en kraftfull utbyggnad av lokala redaktioner de senaste åren. 2015 fanns SVT på 27 orter. Under 2023 etablerades redaktioner i Eksjö och Rosengård i Malmö och därmed har SVT uppnått målet att finnas på 50 orter i landet.

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



Vd Hanna Stjärne och reporter Ebba Öberg inviger SVT:s redaktion i Eksjö. Foto: Zahraa Abdul Reda

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 programmets innehåll och utformning.

De 19 redaktionscheferna för SVT:s lokala program är ansvariga utgivare och programdivisionens fem programchefer placerade på de fyra programorterna är ansvariga utgivare för programverksamheten vid sidan av nyheterna.²⁰ Utgivarna för SVT Sport, Kulturnyheter och Riksnyheter finns i Stockholm.

2 415 medarbetare från norr till söder

Av SVT:s 2 415 anställda, (2 422 år 2022) arbetar 434 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. Till exempel är utsändningstekniken för SVT:s lokala program placerad i Malmö och Göteborg.

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

1 237 (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.

Organisationen utformas med syfte att ha hög närvaro av medarbetare med förankring, kunskap och nätverk i landet, men också ett betydande utrymme i organisationen för externa medverkande. Det gör det möjligt för SVT att arbeta med människor inom mediebranschen i hela Sverige. Drygt 1,5 miljarder kronor användes under 2023 till externa medverkande samt till produktionsutläggningar, samproduktioner och förvärv (se tabell 3.2).

3.7 NYA TJÄNSTER

Under 2023 har SVT inte startat några nya tjänster av större betydelse eller gjort väsentliga ändringar i befintliga tjänster inom den kompletterande verksamheten. Ingen försöksverksamhet har heller startats enligt kriterierna i medelsvillkoren.

3.6.1 Antal anställda per ort 2023

Samtliga anställningsformer

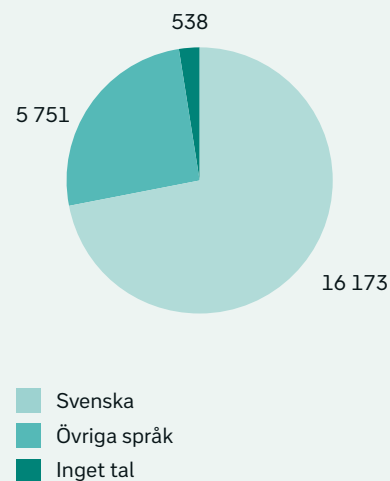
Ort	Antal
Arvidsjaur	2
Borås	2
Dorotea	1
Eksjö	1
Eskilstuna	14
Falun	47
Fagersta	1
Gävle	15
Göteborg, inkl. Angered	183
Halmstad	12
Helsingborg	8
Huddinge (Flemingsberg)	2
Hudiksvall	3
Jönköping	15
Kalmar	5
Karlshamn	1
Karlskrona	13
Karlstad	21
Kiruna	12
Kristianstad	1
Linköping	3
Luleå	26
Lund	2
Malmö inkl. Rosengård	167
Märsta/Sigtuna	1
Norrköping	19
Norrköping	1
Nyköping	1
Skara	1
Skellefteå	2
Stockholm, inkl Rinkeby	1 554
Sundsvall	24
Sveg	1
Sälen	2
Södertälje	6
Uddevalla	1
Umeå	130
Uppsala	18
Visby	1
Västervik	1



Ort	Antal
Västerås	17
Växjö	40
Åmål	2
Örebro	18
Örnsköldsvik	2
Östersund	15
Övertorneå	1
Antal anställda	2 415

3.8 Svenska, andel och timmar 2023

Totalt: 22 462 timmar



3.8 SVENSKA SPRÅKET

SVT är det tv-bolag i Sverige som sänder störst andel program på svenska. Under 2023 var 72 procent (72 % 2022, 72 % 2021, 68 % 2020) av de totalt 22 462 sända timmarna på svenska. SVT arbetar dagligen med det svenska språket och språkvårdsfrågor genom:

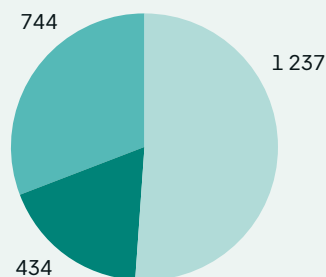
- » SVT:s policy och rekommendationer för publicistisk verksamhet
- » SVT, SR och UR:s gemensamma språkvårdsavdelning som är rådgivande och agendasättande i språkfrågor och som erbjuder en språkdatabas med cirka 20 000 rekommendationer på uttal
- » Publikdialog, där SVT tar del av publikens synpunkter i språkfrågor

3.6.2 Antal anställda per organisationsform

Samtliga anställningsformer

- Decentraliserad
- Centraliserad
- Gemensam

Totalsumma: 2 415





Ina <3 Bruce med Ina Lundström. Foto: Emma Grann/SVT

3.9 TEKNISK UTVECKLING OCH TJÄNSTEINNOVATION

SVT bedriver ett kontinuerligt utvecklingsarbete för att förbättra, rationalisera och utveckla produktion, distribution och tjänster linjärt och online. Målet är effektiva lösningar som ger god tillgänglighet och bra upplevelser för publiken, förenklar det redaktionella arbetet samt minskar miljöpåverkan.

2020 introducerades *Tydligare tal*. Funktionen innebär att användare av SVT Play kan sänka bakgrundsljudet och öka volymen på talet. Antalet program med tjänsten uppgick i slutet av december 2023 till 330. Funktionen *Uppläst text* i SVT Play gäller för samtliga program med översättningstext. 2023 ökade antalet veckoanvändare av *Tydligare tal* med 186 procent och *Uppläst text* med 90 procent jämfört med 2022.

Under 2023 lanserades frivillig inloggning i SVT Play. Det kommer bland annat att möjliggöra inställning av tillgänglighetsfunktioner för personligt konto, som följer med vid byte av avsnitt och program.

Sedan 2021 kan publiken ta del av textade lokala nyhetssändningar online i efterhand tack vare autotextning – textning via språkmodeller som styrs av AI och maskininlärning. Fortsatt utforskning och utveckling för att texta direktsända produktioner via autotextning i broadcast och online har pågått under hela 2023. SVT har även utvecklat en funktion som gör det möjligt att ändra hastigheten på tv-program. Funktionen finns på webben, Apple tv och iOS.

Ny teknik ökar effektiviteten och ger säkrare nyhetsleverans

SVT Nyheters redaktioner har under 2023 bytt publiceringsverktyg till ett egenutvecklat som är skräddarsytt för redaktionernas behov. Med det nya verktyget blir det lättare för publiken att hitta fler nyheter och mer fördjupning, och för medarbetarna går det snabbare att publicera och lättare att presentera sammanhang och perspektiv.

Under 2023 har även text-tv, som är en av SVT:s viktigaste publiceringsytor vid höjd beredskap, flyttat hela publiceringskedjan till ett nytt verktyg som är säkrare och stabilare, och som säkrar leveransen av text-tv i såväl broadcast som online.

Ett nytt flöde för distribution av videoklipp från redaktionella mobiltelefoner har sjösatts

under 2023, vilket har gett fler publiceringar direkt från fältet.

Genom bättre nätverksinfrastruktur och automationssystem har flertalet sportsändningar genomförts med kommentatorer i Stockholm och kontrollrummet antingen i Göteborg eller Umeå. En lösning som främjar ekonomin och minskar miljöpåverkan.

SVT har därtill utvecklat arbetsflöden för att kunna redigera och bearbeta material i webb-läsare snarare än i en fysisk redigeringsmiljö. Detta förbättrar teknik- och arbetsflöden samt är mer resurseffektivt då behovet av kraftfulla datorer på redaktionen minskar och flexibiliteten ökar.

Ny studioteknik och AI utvecklar utbudet

Med hjälp av AI har SVT genomfört förädling av arkivvideomaterial, för exempelvis restaurering och färgläggning av video från skadade eller lågkvalitativa filmer och band på ett kostnads-effektivt och snabbt sätt. Utforskning, utveckling och produktion med AI pågår på flera håll i bolaget. Ett exempel är programmet *Min story* som är helt bildsatt med AI-genererade bilder, det första i sitt slag på SVT.

Genom bygget av en större LED-vägg och greenscreen i en stor studio har SVT kunnat samla alla sportens studioproduktioner och ge en rikare tittarupplevelse med VR (Virtual Reality), det vill säga teknik som gör det virtuella mer verklighetstroget, och AR (Augmented Reality), det vill säga teknik som utgår från verkligheten och tillför digitala element för att addera värde.

MEDELSVILLKOR 7

“SVT ska delta i den tekniska utvecklingen av produktions- och distributionsteknik för tv.”



Eftersnack Guldbaggegalan – Kulturmyheterna special med programledare Ika Johannesson. Foto: Viktor Fremling/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

SVT har ett unikt beredskaps- och säkerhetsuppdrag. Det innebär att säkra att allmänheten kan ta del av nyheter, program och samhällsinformation i vardagen, i fredstida kriser, vid höjd beredskap och ytterst i krig. SVT har också den viktiga uppgiften att sända varningsmeddelandet Viktigt meddelanden till allmänheten (VMA).

SVT arbetar löpande med att stärka och utveckla företagets motståndskraft mot olika typer av hot och risker. Under 2023 har SVT fortsatt vidta åtgärder för att stärka företagets säkerhet och beredskap samt bidra till stärkt motståndskraft mot informationspåverkan och desinformation.

SVT:s kris- och beredskapsarbete

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

När kriser eller katastrofer inträffar är människors första instinkt att söka information. Flera undersökningar visar att SVT vid de senaste årens dramatiska händelser, som terrorattacken på Drottninggatan i Stockholm, Coronapandemin och det pågående anfallskriget i Europa, varit den källa som flest i befolkningen använt sig av för att informera sig om nyhetsläget och få fördjupning. Att SVT är i topp grundar sig på flera faktorer, varav några av de viktigaste är:

» **SVT:s trovärdighet och höga förtroende i befolkningen** – SVT har fortsatt högst förtroende av alla medier i Sverige, 77 procent, enligt SOM-institutets senaste mätning.

» **SVT:s unika förmåga att nå allmänheten via egna digitala tjänster** – allt fler har för vana att vända sig till SVT:s digitala tjänster både i vardag och i kris. Undersökningar visar att en

klar majoritet av befolkningen vid kriser söker information via en nyhetsapp online. Hög räckvidd för SVT:s egna digitala tjänster är därför särskilt viktigt ur ett beredskapsperspektiv. I snitt använder 7 av 10 SVT:s onlinetjänster en genomsnittlig vecka. Enbart SVT Nyheter besöks av fem miljoner unika webbläsare varje vecka, vilket ger SVT en unik förmåga att nå ut med samhällsviktig information. Kombinationen av video, grafik och text är avgörande i krissituationer och gör nyheterna mer begripliga, sökbara och tillgängliga för personer med funktionsnedsättning och för personer som inte behärskar det svenska språket.

» **SVT:s nyhetsjournalistik i och från hela landet** – genom en sammanhållen nyhetsorganisation med närvaro på 50 orter i landet kan SVT:s lokala redaktioner snabbt agera i kris. Att samtliga medarbetare är krigsplacerade garanterar att SVT har förmåga att fungera väl också i händelse av höjd beredskap.

» **SVT:s förmåga att nå ut med viktig information till allmänheten i krislägen** – en lärdom från krigets Ukraina är att det krävs förberedelser för ett flertal samtidiga scenarier, där elförsörjningen kan vara utslagen under vissa perioder i vissa delar av landet, men fungerar fullt ut i majoriteten av landet. Här har SVT – vid sidan av marknätssändningar – väl utvecklade och publikt starka digitala tjänster i form av SVT Play och SVT Nyheter, som utgör allt viktigare tillgångar för samhällets medieberedskap.

Under tillståndperioden har SVT genomfört omfattande satsningar för att stärka företagets förmåga att fortsätta erbjuda allmänheten trovärdig nyhetsjournalistik och gemenskap också i oroliga tider.

» **SVT:s journalistiska verksamhet och produktion** – SVT har fortsatt stärka företagets motståndskraft för att kunna producera och tillgängliggöra innehåll oavsett vad som inträffar. SVT har under året också förstärkt reservkraften för företagets lokaler.

» **SVT:s arbete mot desinformation och informationspåverkan** – SVT:s insatser mot desinformation består av tre delar: att verifiera fakta, att rapportera om desinformation, och att sprida kunskap hos publiken om hur desinformation fungerar. SVT har under 2023 kraftigt förstärkt resurserna för verifiering av uppgifter och källor, särskilt i video (se också avsnitt [5.2](#) och [6.1](#)).

» **SVT:s interna organisation och förmågor** – SVT har under 2023 bland annat beslutat om en ny krisledningsorganisation utifrån digitala hot, och en ny roll som vice vd med ett utpekat ansvar för beredskap. Utökad samverkan sker med bland andra MSB och Försvarsmakten, it-säkerheten förstärks liksom utbildningsverksamhet på området och en kraftfull ökning av övningar och penetrationstester.

» **SVT:s distribution via marknät, kabel, satellit och internet** – SVT har fortsatt fokus på säkerhet och robusthet i distributionen över internet. SVT arbetar alltmer utifrån en "hydradistribution", vilket innebär att företaget inte ska vara beroende av en enda aktör inom online-distribution utan alltid ha flera vägar ut till publiken.

Robusthet i produktion och distribution

För att upprätthålla hög säkerhet för distribution ställer SVT krav på räckvidd och kvalitet i marknätet i avtal med Teracom. SVT:s produktion har utvecklats så att den kan skötas från flera orter oberoende av varandra. Exempelvis kan lokala nyheter och de nationella nyhetsprogrammen genom distansproduktion sändas från olika orter, vilket minskar sårbarheten vid påfrestningar.

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

Försvarsberedningen understryker i sin rapport Kraftsamling (Ds 2023:34) att konsumtionen av innehåll från public service såväl som andra medier i allt större utsträckning övergår till internet, varför robusthet i informationsinfrastrukturen har ökat markant i betydelse. Försvarsberedningen anser också att frågan om prioritering av totalförsvarsviktig trafik, till exempel public service-bolagens internetbaserade tjänster, under höjd beredskap och krig bör analyseras.



Processen med Sveriges tidigare utrikesminister Anne Linde (s). Foto: SVT

Avbrott och Viktiga Meddelanden till Allmänheten

2023 sände SVT:s programkontroll ut totalt 112 893 program i SVT1, SVT2, SVT Barn, Kunskapskanalen och SVT24 (inklusive förstasändningar och repris, förproducerade program och direktsändningar). Fel vid sändningar rapporteras i en daglig sändningsrapport och avbrott eller störningar som inte kan åtgärdas inom 60 sekunder betraktas som allvarliga och följs upp.

Under 2023 har 87 program (57, 2022) drabbats av någon form av störning eller avbrott som varade längre än 60 sekunder. Den vanligaste orsaken är olika problem vid direktsändningar, till exempel överföringsproblem från produktionsplatsen till programkontrollen eller andra tekniska problem.

SVT ska kostnadsfritt sända meddelanden som är av vikt för allmänheten om en myndighet begär det. Viktiga meddelanden till allmänheten (VMA) går ut i samtliga kanaler, på SVT Play, www.svt.se, i appen SVT Nyheter och i text-tv. Sådan information har lämnats vid 28 tillfällen under 2023 (38 gånger 2022).

FOTNOTER

19 Siffran har legat på en hög nivå de senaste åren men kan fluktuerat något. 2023 har den minskat med i snitt sju videoklipp per dag jämfört med föregående år vilket främst beror på en minskning i antalet publicerade artiklar totalt.

20 Efter en omorganisation av programdivisionen hösten 2023 har antalet programchefer minskat (från tio till fem) och samtidigt har tio utbudsansvariga tillsatts på de fyra programorterna med uppgift att driva programutveckling och ansvara för slutgiltigt programleverans.

KAPITEL FYRA

Här finns SVT

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





Renaida Braun i *Sommarlov*. Foto: Peter Bergström/SVT

Här finns SVT

4.1 MARKSÄNT UTBUD

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 2023 sändes 22 462 timmar i marknätet varav 8 879 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 drygt 163 timmar 2023. Totalt producerades och sändes under året 3 424 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 samlar Sverige genom populära program i alla genrer. Totalt sändes 7 346 timmar i SVT1 under 2023 (se diagram 4.1). Kanalen innehåller en bredd av programgenrer som vänder sig till stora delar av befolkningen med ambitionen att bidra till gemensamma upplevelser. SVT1 är den kanal som når flest tittare i Sverige och rymmer Sveriges största nyhetsprogram *Rapport* och lokala nyheter med nio 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 faktabaserade program inom

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.”

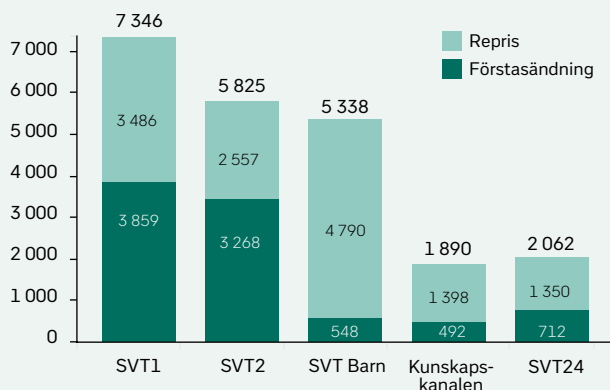
SÄNDNINGSTILLSTÅND 2 §

“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 Sändningstid per kanal 2023, timmar



Se appendix 4.1.1 Sändningstid per kanal, timmar för fler år

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.”

kultur, vetenskap och samhälle. Programmen uppmuntrar nya intressen och viljan att lära sig mer. På dagtid sänds 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 5 825 timmar i SVT2 under 2023.

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 dubbing och textning. Under 2023 sände SVT Barn 5 338 timmar (se diagram 4.1).

Kunskapskanalen, som drivs i samarbete med UR, har ett särskilt uppdrag att bidra till bildning genom en mångfald av faktaprogram, dokumentärer och utbildningsprogram. SVT sände 1 890 timmar i Kunskapskanalen under 2023.

SVT24 delar plats med SVT Barn och kanalen används främst till parallell- och efterhandssändningar för syn- och teckenspråkstolkning. Utöver det sänds bland annat repriseringar av program från SVT1 och SVT2 och direktsända sportsändningar. SVT24 sände 2 062 timmar under 2023.

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 överenskomelser om rutiner och kostnader kring sändningarna har fortsatt att gälla under 2023.

4.2 VERKSAMHET PÅ INTERNET

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

Mediemarknadens digitalisering och utvecklingen av befolkningens mediekonsumtion

innebär att verksamheten på internet ökar i omfattning över tid, för att möta publikens ändrade behov och användarbeteenden. Andelen svenskar som enbart ser på broadcast minskar stadigt medan tittandet online ökar. SVT följer de nya mediebetendena för att fortsatt vara relevant för allmänheten.

SVT ges i sändningstillståndet möjlighet till tillgodoräkning av programverksamhet online för att uppfylla innehållsvillkor i uppdraget. Den möjligheten tillämpas så här långt bara på redovisningen av regeringens särskilda tillgänglighetsbeslut och som avser kvantitativa krav; verksamhet för ökad tillgänglighet för personer med funktionsnedsättning (se avsnitt 6.4) samt för SVT:s sändningar på minoritetsspråk (se avsnitt 6.5). Övrig onlineredovisning utgör viktig kompletterande information om hur SVT uppfyller uppdraget i övrigt, men det sker inga formella tillgodoräkningen.

Sedan länge tillämpar SVT de villkor som gäller för marknätssändningar även 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 på svtplay.se i en webbläsare), i mobil-appar, smart-tv-apparater och i mediaspelare som Apple TV och Google Chromecast.

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

32 442 timmar på SVT Play

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

I graf 4.2.1 framgår att totalt tillgängligt utbud på SVT Play under 2023 var 32 442 timmar. Av detta var 15 622 timmar, eller 48 procent, förstapubliceringar och 16 820 timmar, eller 52 procent, återpubliceringar. Genom att SVT Play återpublicerar program som gått i broadcast längre tillbaka i tiden får publiken tillgång till ett mycket större utbud än bara det som sänds i broadcast under ett



Cyklopernas land med Moa Wallin och Krister Henriksson. Foto: Claudio Bresciani/TT

år. Under 2023 har tidigare säsonger av serier som *Bron*, *Fröken Frimans krig*, *Historieätarna*, *Jills veranda*, *Den svenska dansbandshistorien*, *Hårdrock på export* och *Eagles* återpublicerats och även ett stort antal filmer.

I cirkeldiagrammet 4.2.2 över förstapubliceringar i SVT Play under 2023 framgår, liksom tidigare år, hur stor andel av programmen som även har sänts i marknätet, som har direktsänts i SVT Play respektive unika program i SVT Play. När det gäller förstapubliceringar så framgår att utbudet på SVT Play fortsatt i huvudsak är en spegling av det utbud som har sänts i marknätet under året. Även här finns information för att även för det direktsända utbudet på SVT Play skilja mellan program som också har sänts i marknätet respektive unika program. För att möjliggöra jämförelser bakåt i tiden finns informationen i diagrammet för tidigare år i appendix.

Under 2023 sändes totalt 3 867 timmar live och ytterligare 651 timmar som unikt innehåll i SVT Play. SVT vill påminna om att definitionen av vad som räknas som unika program på SVT Play har justerats från att endast gälla hela program, till att från 2022 också gälla

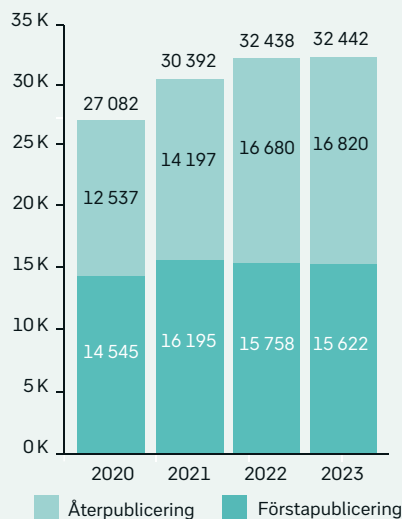
enstaka episoder av en programserie för en mer detaljerad redovisning. Andra exempel på unika program är extramaterial till befintliga programtitlar som *Melodifestivalen*, *Uppdrag granskning*, *Lilla Aktuellt* och *Bolibompa*.

SVT har en ambition att nå nya generationer av tittare, som framför allt tar del av innehåll online. Det innebär bland annat ett utforskande i berättarformer utifrån

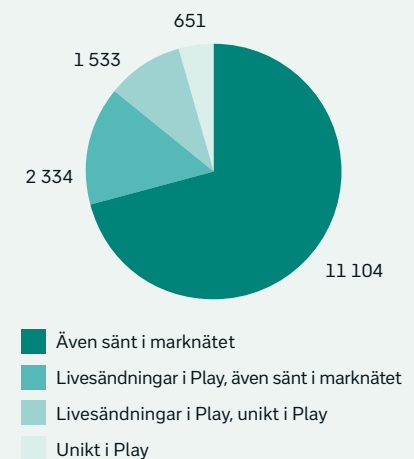
publikens ändrade medievänor. Det kan till exempel handla om berättande i serieformat på SVT Play inom ramen för granskande journalistik, som sedan paketeras om i ett traditionellt tv-format för sändning linjärt. Det kan också vara versioner av program som kortas för att bli mer lättillgängliga eller nyhetsnära minidokumentärer om aktuella ämnen.

De flesta egenproducerade och

4.2.1 Tillgängligt i Play, timmar



4.2.2 Förstapubliceringar i Play 2023, timmar



Så redovisas programutbudet på SVT Play:

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

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

Ökad tillgänglighet

Innehållet i SVT Play ska vara lätt att spela upp, även för personer med någon form av funktionsnedsättning, samt hålla en hög teknisk kvalitet på alla typer av skärmar. Under året har SVT fortsatt att utveckla applikationer och tjänster på olika plattformar för att publiken ska ha god tillgänglighet till innehållet (se mer i avsnitt 6.4). Också under 2023 har SVT haft ett stort antal extrasändningar i SVT Play för att möta publikens behov av information om kriget i Ukraina, kriget i Mellanöstern och vid andra nyhetslägen.

Under 2023 har SVT börjat publicera program på SVT Play i högre upplöst bildkvalitet, som UHD/4K och HDR, och program med Dolby Atmos-ljudkvalitet samt lanserat möjligheten att ändra uppspelningshastigheten.

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 2023 har SVT Nyheter fortsatt varit en av de viktigaste källorna till nyheter och fördjupning om kriget i Ukraina, kriget i

Mellanöstern, terrorattentatet i Bryssel, gängbrottsligheten i Sverige och den höjda hotnivån. Nyheterna online är en avgörande tjänst för att SVT som nyhetsleverantör ska kunna nå ut till alla. SVT Nyheter når varje vecka i genomsnitt fem miljoner unika besökare.

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

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

Via Duo-appen kan publiken interagera med programmen, rösta, göra quiz, chatta, påverka utformningen av program och tycka till. Bland annat finns upplevelser kopplade till program som *På spåret*, *Musikhjälpen*, *Lilla Aktuellt*, *Vem bor här*, *Sommarlov* och *Fråga doktorn*.

Sveriges minne i Öppet arkiv

Tjänsten *Öppet arkiv* finns sedan 2020 på SVT Play där allmänheten har tillgång till svensk tv-historia och kan återse hyllade barnprogram, dramaserier, dokumentärer, nyhets- och samhällsprogram och sportsändningar och kultur. Programmen som har samlat Sverige och skapat gemensamma minnen genom

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

SVT i sociala medier

SVT har en decentraliserad modell för att hantera sociala medier. En särskild policy klagör att publiceringar ska följa de regler som tillämpas i den ordinarie publicistiska verksamheten samt hur moderering av kommentarer ska ske.

SVT:s närvaro i sociala medier syftar till publikdialog och information om SVT:s utbud och tjänster. I kommentarsfälten finns möjlighet att lämna synpunkter och SVT:s svar kan läsas av många. Dialogen bidrar till en utveckling av SVT:s tjänster och program och utgör grund för ett stort antal nyhetstips. Informationen och länkning till SVT:s egna plattformar fyller en viktig funktion för att få tittare att uppmärksamma och ta del av SVT:s rika utbud av program och tjänster, särskilt bland grupper som sällan tittar på eller använder SVT.



4.3 MOTTAGNINGSPLATTFORMAR

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

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

Egna plattformar prioriteras

Vid distribution på internet prioriterar SVT egna webbplatser och applikationer. Det innebär att SVT fokuserar de tekniska resurserna till att säkerställa att de egna tjänsterna utvecklas, är robusta och lättillgängliga. Det är även på de egna plattformarna som helheten av SVT:s utbud finns. Andra aktörer kan vidareända och tillgängliggöra SVT:s innehåll via distributörers och operatörers egna plattformar.

Tydliga riktlinjer för plattformar som inte är SVT:s egna

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

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

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

SVT analyserar plattformar utifrån områdena ovan och väger samman till en helhetsbedömning. Den ligger sedan till grund för

beslut om och på vilket sätt olika verksamheter inom SVT redaktionellt agerar på en plattform. Bedömningarna görs återkommande, av existerande såväl som nya plattformar, eftersom plattformarna är i ständig utveckling och förutsättningarna förändras. Riktlinjerna publiceras på SVT:s Om oss-sida (omoss.svt.se) och som bilaga i public service-redovisningen.

4.4 KÄRNVERKSAMHET OCH KOMPLETTERANDE VERKSAMHET

Kärnverksamhet

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

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

Kompletterande verksamhet

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

SVT ska upprätthålla en god balans i omfattningen mellan kärnverksamhet och kompletterande verksamhet, men också mellan olika delar av kärnverksamheten. Balans i

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."



Kristofer Hivju, Carolina Gynning och Måns Möller gästar *Carina Bergfeldt*. Foto: Annika Berglund/Monkberry

detta sammanhang behöver ses i ljuset av användarbeteenden, medieutveckling och publikens behov och förutsättningar. I det följande redogörs för hur SVT förhåller sig till den balansen.

Balans mellan kärnverksamhet och kompletterande verksamhet

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

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.

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

I förarbetena anges att den kompletterande verksamheten inte får bedrivas på ett sätt som kan riskera att påverka 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 eller att ett inslag med rörlig bild får ökad begriplighet genom kompletterande grafik.

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 stabila över tid.

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

Balans mellan olika delar av kärnverksamheten

I förarbetena framgår att det ska råda balans också mellan olika delar av kärn-



Jesper Rönndahl live. Foto: All Things Live

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

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

Allmänhetens mediekonsumtion online fortsätter att öka. Enligt rapporten *Svenskarna och internet 2023* använder 96 procent av befolkningen internet och nästan alla gör det dagligen²¹. Enligt SVT:s egna mätningar använde 69 procent (68, 2022) av befolkningen SVT:s onlinetjänster en genomsnittlig vecka 2023.

Andelen av befolkningen som enbart följer SVT via linjära sändningar i broadcast har minskat från 33 procent per vecka 2019 till 14 procent 2023. Andelen som använder både nya och gamla plattformar har under samma period ökat kraftigt från 31 procent till 52 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 allmänheten inte längre uppfattar verksamheten som relevant och tillgänglig.

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 stabil över tid. Samtliga program återfinns dessutom på SVT Play, vilket innebär att tillgången till den bredd av program som SVT erbjuder är god både online och i marknätet.

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

FOTNOT

21 Rapporten *Svenskarna och internet 2023*

KAPITEL FEM

Ett utbud för alla

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



Ett utbud för alla

SÄNDNINGSTILLSTÅND 6 §

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

5.1 DET 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 det enda tv-bolag i Sverige med ett uttalat uppdrag att erbjuda ett varierat utbud av hög kvalitet utan reklam på svenska. På en expansiv global mediemarknad med ett utbud där hela världen är målgrupp, får det svenska innehållet, det svenska språket, den svenska berättelsen, en särskild betydelse. Under 2023 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, exempelvis ålder, bostadsort eller åsikter. Det bidrar till gemenskap i ett heterogent samhälle där mediekonsumtionen blir alltmer fragmenterad och individualiserad.

En central uppgift för SVT är att bidra till gemenskap och sammanhållning i oroliga tider. En undersökning av allmänhetens medieanvändning i kris visar att 80 procent av befolkningen anser att SVT har en viktig roll för att bidra till gemenskap.²²

Det finns många exempel i SVT:s utbud som samlar befolkningen till gemensamma tv-upplevelser. Programserien *Historien om Sverige* slog rekord på SVT Play och premiäravsnittet hade med över 800 000 tittare efter två veckor den största onlinepubliken sedan MMS började med sina onlinemätningar. Därtill såg drygt 850 000 personer programmet live i broadcast. I anslutning till serien engagerade sig också bibliotek och muséer över hela landet med kompletterande verksamheter. Under höstlovet arrangerade exempelvis ett sextiotal bibliotek och muséer olika evenemang för barn och familjer.

Melodifestivalen sänder från olika platser i landet och samlar en stor och bred publik – närmare 3 miljoner tittare varje sändningsvecka – som tillsammans tar del av nyskriven musik. Genom *På spåret* erbjuder SVT kunskap på ett underhållande sätt till över 2,5 miljoner människor varje vecka, och såväl äldre som yngre som tävlar tillsammans med hjälp av Duo-appen. *Hotell Romantik*, programmet med deltagare över 65 år som söker kärleken, sågs av en miljon publik, över hälften av tittarna online var under 44 år. SVT:s dramaserier är också attraktiva program som samlar en stor



Cyklopernas uppesittarkväll med Christopher Garplind. Foto: Viktor Sjödin/SVT

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

publik trots den allt tuffare konkurrensen från de globala strömningstjänsterna. Ett avsnitt av *Händelser vid vatten* sågs exempelvis i snitt av drygt 940 000 tittare i SVT Play och drygt en halv miljon i broadcast.

Vid högtider har SVT särskilt stor betydelse, inte minst som sällskap. 2023 samlades 3,3 miljoner människor när julvärden David Batra tände ljuset på julafton. Årets julkalender *Trolltider – legenden om bergatrollet* blev också en publik framgång med närmare 1,3 miljoner tittare i snitt per avsnitt online och drygt 700 000 i snitt per avsnitt i broadcast.

Samlingsplats för specialintresserade

SVT:s fakta- och livsstilsprogram engagerar tittare som är särskilt intresserade av olika ämnen. *Trädgårdstider* fortsätter att tipsa och inspirera miljontals människor och under 2023 hade ytterligare ett trädgårdsprogram premiär, *Drömträdgården*. *Husdrömmar* fyllde 10 år och fortsätter att samla nästan 1,5 miljoner tittare varje vecka. I år hade även *Husdrömmar dokumentär* premiär. Under hösten 2023 lanserades ett samarbete mellan *Go'kväll* och kulturprogrammet *Sverige!* som under fem lördagar tog sig an ett decennium i taget utifrån ämnena kultur, mat, musik, och mode. *Musikhjälpens* maratonsändning under 145 timmar är numera en viktig tradition för många och årets tema "Ingen ska behöva dö av hunger" väckte stort engagemang och nästan 60 miljoner kronor samlades in till Radiohjälpen.

Under året har SVT sänt flera stora idrottsmästerskap som samlat svenska folket framför matcher och tävlingar. VM i skidskytte som avgjordes i tyska Oberhof var en blågul succé med 11 medaljer, men också en publiksuccé – hela 65 procent av befolkningen tog del av SVT:s sändningar. Herrarnas ishockey-VM i Finland/Lettland nådde, trots att Sverige åkte ut redan i kvartsfinal, fyra av tio svenskar.

5.2 FOLKBILDNING

SVT:s vision är att bidra till ett Sverige där alla är mer nyfikna och insatta. För att göra det, och vara hela Sveriges samlingsplats för kunskap och gemenskap, behöver olika genrer och berättarformer användas. Det behövs även en bredd av ämnen och perspektiv.

Uppgiften att främja bildning och kunskap blir allt viktigare i en tid av informationsöverflöd och utmaningar mot det demokratiska samta-

let. Propaganda och falsk information sprids och det blir svårare att bedöma vad som är sant och falskt. Det finns ett stort behov av kunskap om desinformation och källkritik, både för barn och vuxna och SVT kraftsamlar därför särskilt på dessa områden.

Kunskapsprogram i olika genrer

Historien om Sverige är SVT:s största historiesatsning någonsin och ett storslaget exempel på folkbildning där SVT med hjälp av historiker, arkeologer och andra experter berättar Sveriges historia från istid till nutid. Genom samarbeten med kulturinstitutioner och muséer ges publiken också möjlighet att ta del av fördjupad lokal historia runt om i landet. SVT har även gjort en barnversion, specialsatsningar inom kultur- och minoritetsutbudet samt fördjupningar i form av uppföljande samtalsprogram med publikfrågor. En publikundersökning som SVT låtit göra i samband med serien visade att 80 procent av de som sett första avsnittet av *Historien om Sverige* fått ett ökat intresse för historia.²³

Fråga Doktorn är ett annat exempel på folkbildande program, med svar på publikens frågor och fördjupad kunskap i hälsorelaterade frågor. Dokumentärserien om *Karin och Carl Larsson* gav tittarna möjlighet att lära känna konstnärsparet och Sveriges mest kända konstnärshem. Underhållande kunskap erbjuds i den tredje säsongen av *Din hjärna* och i serien *Sov Gott*, som går på djupet kring hur människor kan sova bättre. I *Fråga Lund* svarar några av Sveriges mest kunniga och spännande forskare på frågor om allt mellan himmel och jord med en underhållande inramning. I SVT:s frågesporter *Muren* och *På spåret* testas och förmedlas kunskap hos de tävlande i lekfulla och populära format.

Flera programsatsningar tar sikte på många människors stora intresse för kulturhistoria, exempelvis *Antikrundan* och *Det sitter i väggarna*. *Kulturfrågan Kontrapunkt* erbjuder en lättsam och underhållande paketering av de klassiska konsterna för att inkludera en bredare publik än den som vanligtvis tar del av kulturutbudet.

Satsning på vetenskap

Vetenskapens värld fortsätter att leverera vetenskapsdokumentärer från Sverige och världen. Med serien om *Vasaskeppets hemligheter* nåddes en stor och intresserad



Vetenskapens värld I den grekiska mytologin sågs berget Olympen som gudarnas hemvist. Foto: SVT

publik. I naturserien *I brändernas spår* ges perspektiv från Sverige och världen på hur ett varmare klimat riskerar fler och allvarligare skogsbränder.

SVT har dessutom beslutat om en förstärkning av vetenskapsutbudet. Vetenskapsredaktionen blir navet i en större satsning där både Umeå och Stockholm kommer producera program i det nya utbudsområdet – SVT Vetenskap. Det ska ledas av en utbudsansvarig med ansvar för företagets spetskompetens inom populärvetenskap, vetenskapsjournalistik, forskningsförankrade faktaserier, naturprogram, historia, teknik, klimat och miljö.

Folkbildande om samhällsfenomen

En viktig folkbildande uppgift för SVT är att på olika sätt öka förståelse och ge kunskap om vår samtid och vårt samhälle. Det kan göras i underhållningens form, som i *Drag Race Sverige* där publiken får kunskap om dragkulturen samtidigt som de medverkandes personliga historier belyser inkludering och samhällsfrågor.

Men framförallt bidrar nyhetsverk-

samheten och samhällsprogrammen med saklig journalistik som förmedlar kunskap och information med lokala, nationella och globala perspektiv. SVT gör stora ansträngningar för att nå en ny publik med samhälls- och nyhetsutbudet. Genom nyhetsnära minidokumentärer på SVT Play, utforskande av berättarformer inom samhällsjournalistiken och korta nyhetsklipp som snabbt ger överblick och fakta vill SVT göra kunskapsinnehåll tillgängligt för målgrupper som inte har en självklar relation till SVT.

Under 2023 fortsatte flera program av folkbildande karaktär att sändas, som *Utrikesbyrån*, *Ekonomibyrå* och *Politikbyrå*. I debattprogrammet *Sverige möts* gavs fler perspektiv i aktuella samhällsfrågor.

I dokumentärserien möter tittarna de som berörs av konflikterna: unga kriminella, anhöriga till offren, poliser och åklagare, frivilligorganisationer och boende som försöker rädda sitt område. Särskilda granskningar har också gjorts om gängkriminalitet ur ett ekonomiskt perspektiv.

Information och kunskap för barn och unga

Kunskapsmaterial har en naturlig plats i SVT:s barnutbud. Under 2023 fyllde *Lilla Aktuellt* 30 år, och fortsätter leverera nyhetsjournalistik som förklarar svåra ämnen och möter barnen nära deras verklighet. I chattar får publiken prata om viktiga ämnen och får pedagogiska svar på sina frågor från experter. För sitt engagemang i att leverera korrekta nyheter till barn fick programmet *Brispriset 2023*. För den lite äldre barnpubliken har dramaserier som *Jobbigt*, *Strula* och *Skyldig* tagit upp frågor om livskunskap och ungas vardag.

Barnversionen av *Historien om Sverige* syftade till att möta barns intresse för historia och *Quiz med Markus* är en lekfull serie med syfte att locka de unga tittarna att ta del av fakta som de kanske inte visste att de var intresserade av, inom ämnen som geografi, natur, sport, och matematik.



Dox En explosion i ett hyreshus efter att ryska arméns stridsvagnar öppnat eld i Mariupol, Ukraina. Foto: Evgeniy Maloletka/AP

Stärkt motståndskraft mot desinformation

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

SVT har under 2023 fortsatt lägga extra kraft i det dagliga nyhetsarbetet för att belysa det växande problemet med falsk video. Det kan antas ha goda effekter på allmänhetens motståndskraft mot desinformation och informationspåverkan

att se i realtid hur SVT:s erfarna journalister jobbar med att verifiera bilder och att identifiera desinformation. Det görs ofta i inslag med rubriker så som "Så bekräftar SVT krigets bilder" och "Här är tre falska klipp som sprids just nu". Under året har SVT utökat uppdraget till den grupp som arbetar med verifiering och bemanningen har stärkts (se avsnitt [6.1](#)).

I *Lilla Aktuellt* och *Lilla Aktuellt Skola*, ett samarbete mellan SVT och UR, tas MIK-frågor upp varje vecka. Programmet *Mediesnacket* hanterar tematik som nyhetsvärdering, censur och satir, sociala medier och politiska val. *Bakom kulisserna*

beskriver journalistiska yrkesroller.

Under 2023 har SVT fortsatt arbetet med *Fria ordets dag* som SVT arrangerar tillsammans med SR, UR och lokala dagstidningar på flera platser i landet. Syftet är att öka kunskapen hos barn och unga om demokrati, journalistik och tryck- och yttrandefrihet.

Programmen med folkbildningsinnehåll får kontinuerligt högt betyg av publiken. 70 procent av befolkningen tycker att SVT har innehåll som ger människor kunskaper och insikter (se avsnitt [2.1](#)).

5.3 PROGRAMKATEGORIER

SVT sände totalt 22 462 timmar 2023. Bredden i utbudet redovisas genom att dela upp programmets timmar i andelar av det totala utbudet. Nedanstående redovisning visar det totala utbudet. Fördelningen illustreras med ett cirkeldiagram (se graf 5.3) för att förenkla överblicken.

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

SVT:s 21 lokala nyhetsredaktioner sände vardera drygt 163 timmar. Det innebär att det producerades och sändes sammanlagt 3 424 timmar lokala nyheter under 2023 (se avsnitt 6.1). SVT erbjuder utöver det redovisade utbudet i broadcast också nyheter online på svt.se.

2023 var ett nyhetsintensivt år med kriget i Ukraina och i Mellanöstern, hög inflation och gängvåld i Sverige. SVT:s lokala nyheter utökades med en extra morgonsändning men programkategorierna nyhets- och samhällsfakta ligger 2023 lägre än 2022 men i nivå med

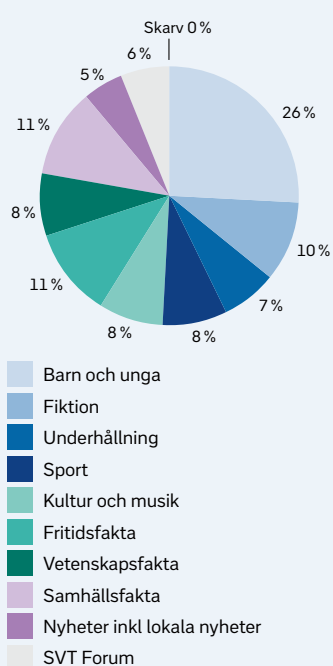
2021. Den högre nivån 2022 berodde främst på samsändningen av engelskspråkiga nyheter från tyska public service-kanalen Deutsche Welle med anledning av Rysslands invasion av Ukraina, men också på valet.

Som en del i SVT:s ambition att vara en samlingsplats för kunskap och gemenskap gjordes under 2023 den största historiesatsningen någonsin, *Historien om Sverige*, samt en rad andra program som kompletterade serien. Detta bidrog till att programkategorierna Fritidsfakta samt Kultur och musik ökade jämfört med 2022. En viktig orsak till ett ökat kulturutbud 2023 var att kulturnyheterna ökade bland annat med en rad specialprogram.

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.”

5.3 Andel av utbudet per programkategori under 2023



5.3 Utbud per programkategori, andel och timmar

	2020	2021	2022	2023
Barn och unga	5 648 26%	5 589 25%	5 665 26%	5 779 26%
Fiktion	2 985 14%	2 428 11%	1 957 9%	2 195 10%
Underhållning	1 254 6%	1 175 5%	1 419 6%	1 580 7%
Sport	1 199 5%	1 848 8%	2 091 10%	1 846 8%
Kultur och musik	1 614 7%	1 423 6%	1 421 7%	1 702 8%
Fritidsfakta	2 373 11%	2 285 10%	2 118 10%	2 474 11%
Vetenskapsfakta	2 136 10%	2 319 10%	1 760 8%	1 793 8%
Samhällsfakta	2 394 11%	2 504 11%	2 749 13%	2 540 11%
Nyheter inkl lokala nyheter	1 223 6%	1 209 5%	1 599 7%	1 188 5%
SVT Forum	1 260 6%	1 331 6%	1 075 5%	1 354 6%
Skarv	13 0%	17 0%	12 0%	12 0%
Totalt	22 100 100%	22 126 100%	21 866 100%	22 462 100%

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 meningssyftningar.”

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.”

5.4 SVERIGESPEGLING

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

- » 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

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

Programverksamhet med utökad närvaro i hela landet

Ansvaret för Sverigespeglings är delegerat inom SVT. Programdirektör, nyhets- och sportdirektör samt divisionschefen för program ansvarar för att programutbudet svarar mot kraven på ett övergripande plan och program- och redaktionschefer har motsvarande ansvar för utbudet i enskilda program (se även avsnitt 3.1). Ett prioriterat område ur ett speglingsperspektiv under tillståndsperioden är SVT:s närvaro i och förmåga att spegla hela landet. SVT har gjort en kraftfull utbyggnad av den lokala närvaron i syfte att stärka den journalistiska bevakningen av hela landet. 2015 fanns SVT på 27 orter. Vid utgången av 2023 finns SVT på 50 platser runt om i landet (se även avsnitt 6.1). SVT har satt som mål för den journalistiska bevakningen att alla kommuner ska besökas varje år och att landets 290 kommer ska omnämnas minst tre gånger per år. Båda målen nåddes under 2023.

SVT arbetar för att all programverksamhet ska bedrivas utifrån ett jämställdhets- och mångfaldsperspektiv. Sedan 2022 har SVT med utgångspunkt i publikens behov arbetat aktivt med att bredda perspektiven i utbudet. Bland annat har SVT bjudit in externa kreatörer för att utveckla program tillsammans med SVT. Under 2023 har detta resulterat i en rad nya

program. Ett exempel på det är *Gruppchatten*, en direktsänd eftermiddagstalkshow med aktuella ämnen och gäster riktade mot en yngre målgrupp.

Exempel från verksamheten

SVT har ett särskilt uppdrag att göra program för Sveriges fem nationella minoriteter samt förmedla kunskap om dem. Ungdomsprogrammet *Blottad i Sápmi* avslöjar fördomar om samer och sprider kunskap om minoriteten. I dokumentären *Vildmarksdivan* flyttar operasångerskan Carina Henriksson tillbaka till sin hembygd i Tornedalen för att återupptäcka sin kultur och sitt språk.

Serien *Draken följer med* lär barn hur det fungerar att gå till BVC, tandläkaren, åka buss och andra vardagshändelser. Programmen är till hjälp för barn med särskilda behov och deras familjer. Serien har även stödtecken och bildstöd. I serien *Epaliv* får tittarna följa några kompisar i Östersund och deras kärlek till sina EPA-traktorer. Serien *Haffa* utspelar sig i en av Stockholms mest problemtyngda områden. Majoriteten av medverkande kommer från området och debuterar som skådespelare i serien.

SVT:s nyhetsförmedling och samhällsbevakning ska ha olika perspektiv så att händelser speglas utifrån olika utgångspunkter. Som verktyg för innehållsutveckling genomförde SVT:s lokala nyhetsredaktioner 2021 särskilda områdesanalyser (se även 6.1). Under 2022 och 2023 har de lokala redaktionerna fortsatt utveckla journalistik och rekryteringsprocesser baserad på analyserna.

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.

SVT Drama och SVT Dokumentär 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, varför förändringar mellan år ska bedömas med försiktighet. Målet om jämställdhet innebär inte



Fotboll: Nations League. Foto: Mathias Bergeld/Bildbyrå

ett krav på exakt fördelning utan statistiken används som en indikator för att över tid sträva efter jämlika förutsättningar för män och kvinnor att arbeta i branschen. När det gäller huvudrollsinnehavare i SVT:s dramaproduktioner har fördelningen varit relativt jämn över tid. Av 15 huvudrollsinnehavare 2023 var 8 kvinnor och 7 män. Av 6 huvudförfattare var 2 kvinnor och 4 män och av 5 huvudregissörer var 3 män och 2 kvinnor.

Också SVT Dokumentär för statistik över könsfördelning bland huvudpersoner, regissörer och producenter. Målsättningen för huvudpersoner är en variation på mellan 60–40 procent, vilket har uppnåtts med stabila siffror de senaste fyra åren. För 2023 var fördelningen 55 procent kvinnor och 45 procent män. För regissörer och producenter varierar utfallet mer, vilket bland annat beror på låga absoluta tal. 2023 var 46 procent av regissörerna kvinnor och 54 procent män. Bland producenter var 44 procent kvinnor och 56 procent män. De stabila resultaten i könsfördelning bland huvudpersoner bedöms vara positiva. Eftersom huvudpersoner 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. För regissörer och producenter följs utvecklingen för balans över tid.

SVT Sport har sedan 2015 som mål att vara världsledande inom jämställd sportbevakning. Under 2023 lyckades SVT bättre än någonsin – drygt 44 procent av rapporteringen av sportnyheter har handlat om damidrott. I januari genomförde SVT Sport även en unik satsning på parasport och direktsände för första gången tre olika VM i parasport: alpint, längd och skidskytte.

Organisation med stärkt förmåga att möta fler perspektiv

Att vara en bra arbetsgivare och erbjuda en god arbetsmiljö är en strategisk viktig fråga för SVT. För att stärka chefernas förmåga att skapa tillit och inkludering har de flesta ledare under 2022–2023 genomgått en särskild utbildning i inkluderande ledarskap.

För att stärka inkluderingsarbetet ingår ett inkluderingsindex i den årliga medarbetarundersökningen. År 2022 gjordes en

nollmätning och 2023 års resultat visar att index för inkludering ökat med två procentenheter. Enligt resultatet upplever medarbetare sig generellt inkluderade på arbetsplatsen, men upplevelsen varierar mellan grupper. Exempelvis upplever de äldsta, yngsta och medarbetare med utländsk bakgrund sig mindre inkluderade.

Den 31 december 2023 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 2023 har målet nåtts för åtta av de största grupperna (8 under 2022). Exempel på yrkesgrupper med jämn könsfördelning är reporter, redaktör, projektledare, systemutvecklare och gruppchef. 57 procent av SVT:s chefer var kvinnor och 43 procent män.



Emma Ring och Tove Helgesson i dokumentären *Motortjejer*. Foto: Matz Eklund

Publikens uppfattning om programmen ur ett speglingsperspektiv

För SVT är det avgörande att förstå publikens behov, förutsättningar och synpunkter på programutbudet. I SVT:s årliga publikundersökningar ställs ett antal frågor om hur publiken upplever att programverksamheten speglar Sverige. Exakta mål formuleras inte utan utfallet utgör kontrollmått som används som ett av flera underlag för arbetet med Sverige-speglning. I tabell 5.4 redovisas andelen

av befolkningen som svarar "Mycket bra" eller "Ganska bra" på fem olika frågor.

Publikens bedömning av frågorna ligger stabilt på en hög nivå under hela tillståndsperioden, där flera har en positiv utveckling och ökar även 2023. Det är svårt att dra direkta slutsatser om orsaken till utvecklingen, men generellt är det ett positivt kvitto på det systematiska arbete som SVT genomför på dessa områden.

5.5 55-PROCENTSMÅLET

Andelen allmänproduktion i SVT:s sändningar som produceras utanför Stockholm var 65 procent under 2023 (64 %, 2022, 61 % 2021, 58 % 2020).

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

5.4 Publikfrågor om Sverigespeglning, i procent

	2020	2021	2022	2023
Ha nyheter, innehåll och medverkande från alla delar av landet	70%	70%	75%	75%
Ha en jämställd fördelning mellan kvinnor och män	66%	64%	68%	70%
Spegla mångfalden av människor i det svenska samhället	59%	58%	62%	64%
Ge utrymme för många olika åsikter och perspektiv	59%	56%	61%	60%
Spegla åsikter och perspektiv som du känner igen dig i	56%	54%	58%	56%

Källa: Norstat 16–80 år (Kantar 2020–2022)



Jesus i Örskelljunga De radikala kristna vännerna Nils och Oscar har ett mål – att frälsa Örskelljunga. Foto: Nils-Hugo Produktion

men. SVT:s utbud styrs av en decentraliserad organisation med tio programchefer på programdivisionen. Utgångspunkten vid definition av 55-procentskravet är var ansvarig programchef är placerad. Det har också vid beslut om programproduktioner under 2023 varit fem i Stockholm, två i vardera Malmö och Göteborg och en i Umeå. Programcheferna ansvarar för produktion och programutveckling vid egenproduktion, programutläggning, samproduktion och inköp av program. Den lokala programchefen har också ett avgörande inflytande på utformning av programmen genom att ansvara för programmets utformning vad gäller exempelvis gäster, inspelningsplatser och medverkande.

Under senhösten 2023 har programdivisionen genomfört en omorganisation där tio programchefer blivit fem. De fem programcheferna (en i Umeå, två i Stockholm, en i Göteborg, en i Malmö) är ansvariga utgivare och har fortsatt ett övergripande ansvar kopplat till

programområden. Samtidigt har tio utbudsansvariga tillsatts. De är placerade på de fyra programterna och har en exekutiv roll med delegerat ansvar för att driva programutveckling och ansvara för slutgiltig programleverans. Syftet med omorganisationen är att effektivisera programproduktionen, stärka det kreativa arbetet och säkerställa en fortsatt decentraliserad programproduktion.

Det finns ingen garanti för att innehållet i ett program med programchef eller utbudsansvarig från exempelvis Malmö inte till någon del produceras i Stockholm. *Sommarlov* förbereds i och direktsänds från Malmö, men kan ha reportage producerade i exempelvis Göteborg. Det omvända gäller också. En rad program som produceras i Stockholm spelas in utanför Stockholm, exempelvis dramaserier som *Händelser vid vatten* som spelades in i Arjeplog i Norrbotten. Redaktionen för direktsända *Go'kväll* finns i Umeå, men programmet innehåller även reportage från andra delar av Sverige.

MEDELSVILLKOR 15

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

FOTNOTER

- 22 Allmänhetens medieanvändning i kris, Demoskop & Norstat, på uppdrag av SVT 2023
23 Origo Group, på uppdrag av SVT 2023

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 om tillgänglighet för personer med funktionsnedsättning.





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 händelser från hela Sverige, granska maktutövning och ge människor möjlighet att förstå sin omvärld är en grundbult i SVT:s vision om att bidra till ett Sverige där alla är mer nyfikna och insatta.

Den journalistiska bevakningen av svagt bevakade områden ska stärkas under perioden. För SVT betyder det en kraftfull utökning av redaktionell närvaro runt om i landet och 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.

Självständiga redaktioner

SVT:s nyhetsjournalistik, inklusive kulturjournalistik bygger på en decentraliserad organisation med delegerat utgivarskap, exempelvis har varje lokal redaktion en egen utgivare, riksnyhetererna en utgivare och Kulturnyheterna en annan (se kapitel 6.2). Det skapar grunden för en ständigt pågående publicistisk dialog och för det redaktionella oberoendet. En naturlig följd är bland annat de granskningar som olika redaktioner gör av varandra, exempelvis när SVT:s Kulturnyheterna granskar arbetet kring *Melodifestivalen*.

Verksamhetens omfattning

SVT sände 2023 sammanlagt 3 565 timmar nyheter och samhällsfakta i rikssändningarna.

Det utgjorde drygt 21 procent av SVT:s samlade programutbud för vuxna. Minskningen på drygt 600 timmar eller 15 procent jämfört med 2022 beror delvis på att 2022 var valår vilket föranledde en ökning i antalet timmar nyheter och samhällsfakta jämfört med 2021. SVT:s lokala nyhetsändringar sänds dagligen i 21 olika editioner. Varje lokal redaktion sände drygt 163 timmar 2023. Totalt producerades och sändes sammanlagt drygt 3 424 timmar lokal journalistik under året.

Berättelser om Sverige och världen

2023 har varit ett oroligt år. Krigen i Ukraina och Mellanöstern, den ökade nivån av terrorhot och gängvåldet har påverkat hela samhället. Till det kommer ekonomiska utmaningar för såväl marknadsaktörer som hushållen. Under 2023 har SVT:s förmåga att kombinera den journalistiska kapaciteten hos utrikes-, riks- och lokala nyhetsredaktionerna blivit allt viktigare. Världsnyheter kan få konsekvenser som sprider sig i hela landet, och händelser i olika delar av Sverige kan i det nya säkerhetsläget snabbt få geopolitiska följdverkningar.

Lokala nyheter

SVT:s lokala nyheter har som mål att publicera nyheter från varje kommun minst tre gånger per år, och varje kommun ska besökas av en reporter minst en gång per år. Båda målen har uppnåtts 2023.

Under året utökades SVT:s närvaro i landet ytterligare. Två nya lokala redaktioner etablerades; Eksjö och Rosengård. Nu finns SVT på 50 orter och har nått målet med utbyggnaden av

lokala redaktioner, som har utgått från följande kriterier:

- » **Befolkning.** Stora och medelstora orter som inte bevakas tillräckligt i SVT:s lokala nyheter. Dessa finns såväl ute i landet som i storstädernas förortsområden och kranskommuner
- » **Nyhetsintensitet.** Orter som har stor betydelse i sitt område och/eller ur ett riksperspektiv, genom till exempel stora arbetsplatser, turism eller viktiga skeenden
- » **Sverigespeglning.** 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

Analysarbete för fler perspektiv

Sedan 2021 arbetar SVT:s lokala nyheter med omfattande områdesanalyser som syftar till att ge en fördjupad bild av bevakningsområdet och används som ett verktyg i det lokala nyhetsarbetet. Under 2023 genomförde samtliga lokala redaktioner en förnyad områdesanalys där kunskaperna exempelvis använts för att identifiera relevanta frågor i kommunerna på småländska höglandet inför starten av redaktionen i Eksjö.

Flexibla satsningar för bättre bevakning

SVT:s lokala nyheter använder flexibla satsningar för att stärka bevakningen av områden eller ämnen som annars riskerar att hamna i medieskugga. Målsättningen att göra tio sådana satsningar per år uppnåddes 2023. Exempelvis lät SVT Nyheter Skåne en reporter utgå från Sjöbo, ett av länets minst bevakade områden, under två månader. Det resulterade bland annat i publiceringar om tillgången på läkare i Tomelilla och nyheter om hur flyktingkrisen 2015 påverkat Sjöbo som samhälle. Ett annat exempel är hur SVT Nyheter Västerbotten fick förstärkning för att skildra hur unga bor i glesbygden på platser som Storuman och Stensele.

Riksenheter

Nyhetsåret har präglats av kriget i Ukraina och Mellanöstern, den organiserade brottsligheten i Sverige, klimatkrisen och ett tufft ekonomiskt läge för många företag och hushåll.

SVT sänder nyheter från tidig morgon till sen kväll. *Morgonstudion*, *Rapport* och *Aktuellt* kompletteras vid nyhetslägen av SVT

Direkt och SVT Nyheter online som ständigt uppdateras. *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 2023 utgjorde det lokala materialet 44 procent av nyheterna på svt.se. Det är en ökning från en redan hög nivå 2022 (35 procent). Målet att Rapport varje dag ska innehålla minst två lokala inslag uppnåddes.

Säkerhet, gängkrig och klimat – teman i nyhetsbevakningen

Det förvärrade säkerhetsläget runt de nordiska länderna har varit ett återkommande tema. I ett samarbete med de nordiska public service-bolagen har SVT Nyheter och *Uppdrag granskning* gjort en rad publiceringar om det ryska hybridkriget mot de nordiska länderna. Avslöjandena ledde till att flera underrättelseofficerare vid den ryska ambassaden i Stockholm förklarades persona non grata av svenska UD.

2023 har även präglats av ett allt brutalt våld mellan grupperingar inom den organiserade brottsligheten. Dessa konflikter har inte bara skördat många dödsoffer bland gängmedlemmar utan också drabbat anhöriga och utomstående. Här har en stor del av SVT Nyheter resurser lagts under året, inte bara på riksenheter utan även inom lokala nyheter eftersom våldet är spritt till många mellanstora städer och orter. Här har SVT också dragit nytta av korrespondentnätet eftersom flera av anstiftarna till våldet gömmer sig utomlands, exempelvis i Turkiet. För att skapa överblick har SVT:s datajournalister kontinuerligt gjort uppdaterade visualiseringar över skjutningar och sprängningar.

Efter sommaren höjdes terrorhotnivån till 4 på en 5-gradig skala. SVT har gjort flera granskningar om den desinformationskampanj om LVU som förkommit under drygt ett år. Till detta har kommit ett antal koranbränningar och hoten mot svenska intressen i utlandet har blivit alltmer påtagliga. SVT rapporterade på plats efter att ambassaden i Bagdad stormats i en våldsamt protest. Terrordådet i Bryssel, där två svenska fotbollsfans mördades, var en händelse som tog stor plats i SVT:s nyhets- och sportsändningar.

SVT har producerat flera nyhetsnära dokumentärer under 2023, om det accelererande gängkriget, NATO-processen, transvården





Salim Alsabbagh och Samir Abu Eid är SVT:s utsända i Mellanöstern. Foto: Salim Alsabbagh/SVT

av unga samt om kryptoekonomin. I en särskild satsning berättas om svenskarna som strider för Ukraina.

Klimatkrisen har varit ännu ett viktigt tema under året, där SVT:s klimatkorrespondent visat den globala utvecklingen och de utmaningar som världen står inför, men också spanat efter tänkbara lösningar från andra länder och regioner. I *Agenda Special* har klimatfrågan analyserats och debatterats av forskare, experter och politiker.

Samarbeten ger djup och perspektiv i bevakningen

Riksredaktionen och de lokala redaktionerna samarbetar för att ge publiken en allsidig Sverigebild och lyfta de lokala perspektiven i de stora samhällsfrågorna. Ett exempel vid sidan av gängkriminaliteten under 2023 är kartläggningen av klimatförändringar vintertid och sommartid över landet, där en specialbyggd grafik visade det förändrade klimatet ur olika perspektiv. Ett annat exempel är rapporteringen om hur det kärvare ekonomiska läget påverkat regioner och kommuner. Även Kulturnyheter och lokala redaktioner

samarbetar för att fördjupa bevakningen av kultur i SVT. Det kan handla om att skildra och bevaka evenemang från hela landet, men också aktuella frågor som berör kultur. Ett exempel är bevakningen av den kulturdebatt som blossade upp i samband med att kommunledningen i Norrköping minskade anslag till kulturen.

Samhällsprogram och journalistik som gör skillnad

Samhällsprogrammen har en viktig plats i SVT:s utbud – de bidrar med nya perspektiv, förklarar, fördjupar, granskar och avslöjar.

Seriellt berättande är ett sätt att locka en ny publik till samhällsutbudet. *Uppdrag granskning* har gjort en rad uppmärksammade serier om allt från det ryska spionaget i Norden till de stora skillnaderna i demensvård över landet. *Dokument inifrån* berättade i serien *Stalker* om Felix, som under flera år utsattes för trakasserier och hot från en okänd. Fenomenet stalking drabbar många svenskar varje år men få döms.

Kulturnyheter gjorde 2023 en större granskning av regionernas kultur-

budgetar och kunde konstatera stora planerade nedskärningar både av ekonomiskt stöd och personal. Bevakningen fortsätter 2024. Redaktionen gjorde bland annat också uppmärksammade granskningar av författaren Håkan Nessers skatteaffärer och av hur Spotify har försökt tysta före detta anställda i uppsägningskontrakt (se också 6.2).

SVT Sport har fortsatt satsa på granskande journalistik och under 2023 gjort flera avslöjanden, bland annat om matchfixning inom handbollen, missförhållanden inom ridsporten och hot mot fotbollsdomare.

Nya grepp i nyhetsjournalistiken

Vid sidan av det nyhetsbevakande och granskande uppdraget ska SVT:s utbud vara nyskapande, stimulera till debatt och ge fler perspektiv.

En expertgrupp har bildats på SVT Nyheter, bestående av redaktör, researcher och externa experter, med uppdrag att bevaka Ryssland, Ukraina och angränsande länder. Utöver journalistisk analys och fördjupning ska gruppen särskilt fokusera på att uppgifter, bilder



Utrikesbyrån Den ökända moralpolisen patrullerar åter Irans gator på jakt efter slöjvägrare. Foto: TT/Getty Images

och videor från området har korrekt källhänvisning och är sanna. Sedan kriget utbröt i Mellanöstern har uppdraget för gruppen breddats och bemanningen stärkts. Gruppen arbetar nu under namnet *SVT Verifierar*.

SVT:s datajournalister har visat många nya sätt att berätta journalistiskt, exempelvis genom en specialbyggd sida för att presentera tillgänglig statistik om dödliga arbetsplatsolyckor. Höga energipriser, inflation och räntehöjningar är andra ämnen där SVT:s datajournalister utvecklat flera konsumentnära format med pedagogiska visualiseringar.

SVT har utvecklat kortformat för dokumentärt berättande mitt i nyhetsfåran. Några exempel är formatet *Minidok* om stora nyhetshändelser, till exempel om terrordådet i Bryssel och mordet på Tove i Vetlanda. *Kriget i veckan*, om kriget i Ukraina är ett annat exempel.

Utrikesredaktionen – intensiv och långvarig krigsbevakning

Bevakningen av kriget i Ukraina och Mellanöstern har präglat hela 2023.

I Ukraina har SVT haft två alternerande

tv-team på plats för att säkra en rapportering med flera perspektiv. SVT har rapporterat från fronten, från skyddsrum, från sjukhus där soldater rehabiliteras och från civilbefolkningens vardag. I samband med ettårsdagen av krigsutbrottet flyttades hela *Aktuellts* sändning till Kiev.

Säkerhetsarrangemangen har varit omfattande för att trygga bevakningen. Genom SVT:s korrespondentnät i Bryssel, Berlin och Washington samt genom en nyrekryterad säkerhetspolitikreporter har de geopolitiska konsekvenserna av kriget kunnat analyseras. SVT:s Moskvakorrespondent har fått verka från hemmaplan då journalistvisum inte beviljats.

Hamas terrordåd och de massiva raketattackerna mot Israel den 7 oktober blev startpunkten för ännu ett förödande krig. SVT var på plats från dag ett genom Mellanösternkorrespondenten i Jerusalem. *Rapport* extrasände i flera omgångar. Sedan dess har SVT haft kontinuerlig närvaro i Israel samt vid flera tillfällen rapporterat från grannlandet Libanon. Utmaningarna att rapportera från en krigszon är många och det krävs stora insatser vad gäller säkerhetsförberedelser. Floden av

video, bilder och uppgifter från Gaza och Israel är stor. Till Gaza har internationella journalister inte tillträdde, vilket innebär ytterligare utmaningar i ett krig som både förs på marken och är ett informationskrig. Det utvidgade uppdraget för SVT Verifierar har därför varit centralt för att kvalitetssäkra rapporteringen.

SVT:s utrikesredaktion har också bevakat händelser som jordbävningen i Turkiet och stormningen av ambassaden i Irak. Redaktionen har granskat knarkets väg från Sydamerika till Sverige, svenska gängkriminellas kopplingar till Turkiet och Wagnergruppens inflytande i Nordafrika. De två ämneskorrespondenterna har under året fokuserat på klimatet, säkerhetsläget i Sveriges närområde och turerna kring Sveriges NATO-ansökan.

6.2 KULTURUPPDRAGET

Som Sveriges största kulturinstitution utvecklar SVT på egen hand och i samarbete med andra en mångfald av produktioner av hög kvalitet. Att fördjupa, utveckla och vidga kulturutbudet innebär för SVT ett utforskande av nya berättarformer och nya ämnesval. Det handlar om att överraska med det som publiken inte förväntar sig, och samtidigt erbjuda spets och större kultursatsningar som bara SVT kan göra. Syftet är att göra kultur tillgängligt för fler och att ge fler perspektiv på vår samtid.

Under 2023 sände SVT totalt 1 702 timmar kultur och musik i broadcast, vilket är en kraftig ökning med 20 procent jämfört med 2022, och den högsta nivån under tillståndsperioden. En förklaring är ett utökat utbud kulturnyheter, bland annat Kulturnyheterens serie med specialprogram. I samband med SVT:s storsatsning på historia 2023 har det även gjorts nya kultursatsningar. I tre kortserier skildrades den svenska musik-, litteratur- och konsthistorien. Efter varje avsnitt av huvudserien *Historien om Sverige* sändes också fördjupningsprogrammet *Historiskt eftersnack*.

Här redovisas kulturutbudet fördelat på pro-

gramserier och dokumentärer, kulturnyheter, scenkonst, drama och långfilm.

Programserier och dokumentärer

En stor del av kulturutbudet är återkommande titlar. I *Babel* möter Jessika Gedin de mest spännande samtida författarna, under 2023 gjordes också ett specialprogram om nobelpristagaren Jon Fosse. I programmet *Sverige!* får publiken kultur och möten med kulturpersonligheter från hela landet. *Kulturfrågan Kontrapunkt* fortsätter att vara stilbildande med underhållande kunskap i Sveriges svåraste frågesport. I programserierna *Cyklopernas land* och *Edit* bevakas kulturyttringar i gränslandet mellan samhälle och kultur för en yngre publik. Cyklopernas redaktion satte också samman en annorlunda och uppskattad *Uppesittarkväll* den 23 december.

Ett sätt att vidga kulturutbudet och göra det tillgängligt för fler är via dokumentärt berättande. *K Special* fortsätter att leverera svenska och internationella kulturdokumentärer i världsklass, exempelvis prisade *Medborgarnas Palats*, om Stockholms stadshus som invigdes för 100 år sedan. Dokumentärserien om *Karin*



Kulturfrågan Kontrapunkt med programledare Ella Petersson och domare Eva Beckman. Foto: Emelie Lager/SVT

och *Carl Larsson* sändes i tre delar julen 2023, där publiken fick lära känna konstnärsparet och deras livsstil, som på många sätt kom att bli en förebild för det typiskt svenska.

Året har innehållit en rad musikedokumentärer, exempelvis *Hultsfred*, om en musikfestivals uppgång och fall, *När hiphop tog över*, om Sveriges största musikgenre under de senaste åren, och *Hooja the movie*, om Gällivareduon Hooja och DJ Mårdhund. *Nordic Beats* är en samproduktion mellan de nordiska public service-bolagen om hur den elektroniska musiken tog Norden ut på världens dansgolv. Produktionen är en del av ett samarbete för att lyfta nordiskt kulturinnehåll och arbeta ännu mer kostnadseffektivt. *När jazzlegenderna kom till Sverige* är en serie om när några av världens största jazzmusiker samlades och levde i Sverige och gjorde ett avtryck och än idag hörs i musik som produceras i Sverige och internationellt.

Kulturnyheterna bevakar och granskar svenskt och internationellt kulturliv

Nyheter från kulturområdet förekommer i flera programgenrer på SVT, men det är *Kulturnyheterna* som står för den dagliga bevakningen och granskningen av kultur och medier, med sändningar från tidig morgon i *Morgonstudion* till sen kväll samt dygnet runt i appen SVT Nyheter. Kulturnyheterna har egen ansvarig utgivare, vilket säkerställer självständiga urval av nyheter, reportage, recensioner och granskningar. Genom Kulturnyheternas sändningar i broadcast och i SVT Nyheter nås en stor publik av nyheter om svensk och internationell kultur varje dag.

Under 2022 och 2023 har Kulturnyheternas sändningstid ökat, både i *Morgonstudion* och på kvällen i anslutning till *Aktuellt*. Utrymmet har bland annat använts till satsningar på ny musik och på fler recensioner inom teater, poddar, spel och tv-serier. Redaktionens ämnesexperter bidrar också i många andra SVT-program, exempelvis i direktsändningar och vid galor och mässor. I *Kulturnyheterna special* erbjuds fördjupningar kring olika ämnen. Under 2023 gjordes åtta program om exempelvis supporter-kulturen på fotbollsarenorna, utmaningen att få barn och unga att läsa mer, hotet mot dragartister och AI:s påverkan på konsten.

Kulturnyheterna bidrar också till att bevaka och spegla kulturlivet i hela Sverige. Publiken

får en större bevakning och spegling av kulturlivet i Sverige genom att redaktionen både rapporterar och recenserar från olika delar av landet och samarbetar med SVT:s lokalredaktioner, och med SVT:s så kallade Sverigereportrar som har ett särskilt uppdrag på kulturområdet (se även [6.1](#)).

Scenkonst

SVT Scen är en spelplats på SVT Play med en bred repertoar av föreställningar och utvalda konserter som publiken kan streama när den vill. SVT Scen erbjuder dygnet och året runt hundratals tittartimmar till publiken. Här samlas teater-, opera- och dansföreställningar från Sverige och utomlands med både välbekanta klassiker, som operorna *Don Giovanni* och *Tosca*, och nyskapade verk under 2023 som *Counting cars*, med dans och koreografi av Ossi Niskala, och *Another Place* av Mats Ek på Garnieroperan i Paris.

Samarbeten med svenska scener och kulturinstitutioner bidrar till ett varierande utbud från hela landet. Scenkonståret inleddes med en ung danssatsning med koreografier av bland annat sociala medier-fenomenet Smaïl Kanouté, uppmärksammas för sin *Black Samuraj* på Etnografiska museet i Stockholm. I samarbete med Kungliga Operan och Dramaten sände SVT 250-årsjubileum av den allra första svenska operan *Thetis och Pelée*. Andra samarbeten med danskompanier har genererat allt från kortfilmer, som *Two Springs* med modern dans av 20-åriga dansare, till påkostade helaftonsbaletter som Tamara Rojas *Askungen* med Kungliga baletten i kostymer designade av franske haute couture-mästaren Christian Lacroix.

Flera nyskrivna föreställningar har spelats in i samarbete med teaterhus runt om i Sverige och har via SVT nått en vidare publik. Exempel på det är pjäsen *Att skiljas* på Helsingborgs Stadsteater med manus av Mia Törnqvist och bildverket *Vanmakt* om Förintelsens fasor, av Alexander Ekman, Mikael Karlsson och Carina Nildalen, på konsthallen Artipelag.

Ett nytt grepp inom så kallad "slow tv" inledde året med högläsning live av *Gösta Berlings saga*, i samarbete med Dramaten. SVT kommer att fortsätta med detta format. Under trettondagshelgen 2024 är det dags för *Röde Orm*, som ett led i SVT:s historiesatsning.

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."

Drama

Konkurrensen i tv-dramabranschen har varit stor sedan de globala strömningstjänsterna etablerades. 2023 blev året då den ekonomiska krisen gjorde att den internationella bubblan sprack. I Sverige var tidigare streamingtjänsten Viaplay den största beställaren av innehåll men sedan i somras kämpar Viaplay för sin överlevnad. 2024 förväntas bli ett stålbad för tv-dramabranschen som kan antas producera långt färre tv-serier. SVT som beställare av högkvalitativt svenskt drama är därför viktigare än någonsin som en garant för den svenska produktionsbranschens överlevnad.

SVT vill erbjuda publiken en repertoar av dramaserier som engagerar och väcker känslor, och som startar samtal och debatt. Under 2023 tog SVT drama emot 234 programförslag, varav 79 gick vidare till så kallade pitchar från produktionsbolag och manusförfattare, och i slutet av året var 47 dramaprojekt under utveckling. Samtliga dramaserier samproduceras med svenska produktionsbolag.

Första premiären 2023 var *Händelser vid vatten*, baserad på Kerstin Ekmans roman från 1993, i regi av Michael Marcimain. Inspelningen skedde i huvudsak i Norrbotten, i Arjeplog med omnejd. Det publika genomslaget blev mycket stort och serien vann flera svenska och internationella priser. Andra stora titlar under året var högaktuella serien *Taelgia*, av Jens Östberg, om rekryteringen av unga män inom gängkriminaliteten, och dramakomedin *Hålla samman*, i regi av Maria Blom, om två skånska systrar vars pappa får alzheimer.

2023 avslutades med årets julkalender *Trolltider – legenden om Bergatrollet*, som nådde den största publiken någonsin under första månaden på SVT Play.

Nordiskt och europeiskt samarbete

Inom ramen för Nordvision-samarbetet mellan de nordiska public service-företagen har program delats och samproducerats under många år. Under 2023 blev resultatet cirka 4 250 programavsnitt, varav cirka två tredjedelar var samproduktioner och resten programutbyten. Exem-



Händelser vid vatten med Pernilla August, Alba August, Asta Kamma August och Rolf Lassgård. Foto: Johan Paulin/SVT

pel på titlar under 2023 är *Norra distriktet* (YLE), *Coachen* (RÚV), *Exit*, säsong 3 (NRK) och *Huset* (DR) med David Dencik i huvudrollen.

De nordiska public service-företagen har enats om att ta samarbetet till en ny nivå för att kunna erbjuda publiken ännu fler högkvalitativa dramaserier. 2023 ingick SVT i samarbetet New8 med sju andra kraftfulla public service-bolag som årligen kommer att samproducera och dela åtta dramaserier med varandra. Parterna i det nya samarbetet är ZDF (Tyskland), NPO (Nederländerna), VRT (Belgien), SVT (Sverige), DR (Danmark), YLE (Finland), RÚV (Island) och NRK (Norge).

Internationell utblick

SVT har under 2023 sänt program på 46 olika språk (se avsnitt [6.5](#)). Ambitionen är att bidra till kulturupplevelser bortom det anglosaxiska arvet. Några exempel på detta är de tyska serierna *Drömmarnas hus* och *Babylon Berlin*, och den turkiska dramaserien *Den turkiske detektiven*. Andra exempel är franska dramaserien *Bardot* och tysk-israeliska thriller-serien *Munich games*. Flera av SVT:s program på kulturområdet behandlar också regelbundet händelser i det internationella kulturlivet.



SVT Långfilm

SVT fortsätter att satsa på svensk film. Minst 400 miljoner kronor har under 2020–2023 investerats i långfilmer, barnfilmer, dokumentärfilmer, kulturdokumentärer, kortfilm samt utveckling av nya talanger. Satsningen fortsätter med 100 miljoner kronor om året också 2024 och 2025.

SVT satsar på ett brett och varierat utbud som först möter publiken på biograf, men så småningom kan nå en stor publik på SVT. Biografnäringen har ännu inte återhämtat sig efter pandemin. SVT ser samtidigt en positiv trend för svensk biografiffilm med många starka förslag till samarbeten under året och det finns hopp om att svensk film ska återhämta sig.

SVT vill stötta konstnärlig förnyelse och talangutveckling och identifiera starka originalberättelser. Under 2023 beslutade SVT om samproduktion och förköp av visningsrätt för svensk långspelfilm för drygt 70 miljoner kronor. Av de totalt 19 filmerna var fyra utländska produktioner med svensk samproducent och tre filmer en del av talangprojektet Moving Sweden (se nedan).

SVT har under året sänt 26 spelfilmer där SVT samproducerat och/eller har förköpt visningsrätt, bland annat *Bamse och Vulkanön* i regi av Christian Ryltenius och Johanna Bergenstråhle, *Bränn alla mina brev* i regi av Björn Runge, och Guldpalmsvinnaren *Triangle of Sadness* av Ruben Östlund. Andra exempel är *Handbok för*

superhjältar, i regi av Patrik Forsberg och *Förbannelsen*, som utspelar sig i svenska Sápmi i regi av Amanda Kernell.

SVT samarbetar med Svenska Filminstitutet

Talangprogrammet Moving Sweden är ett samarbete mellan SVT och Svenska Filminstitutet för att utveckla film och stötta upphovspersoner i början av sin karriär. 2023 har tre filmer ur satsningen haft biografpremiär: *Dogborn* i regi av Isabella Carbonell, *Bullets* om barn som dras in i kriminalitet, i regi av Peter Pontikis, och *Amina* i regi av Ahmed Abdullahi. *Bullets* är en publik framgång på SVT och den har också visats brett för unga vuxna inom ramen för skolbio och liknande.



Agent David spelad av David Francett i *Mini-Agenterna*. Foto: SVT

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.”

6.3 BARN OCH UNGA

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

I SVT:s verksamhet definieras barn som tittare i åldern 3–11 år och unga som tittare i åldern 12–19 år. Barns och ungas tv-tittande sker idag nästan uteslutande online. Därför utvecklar och publicerar SVT numera innehållet för barn och unga i första hand för konsumtion i SVT Play, även om programmen också visas i de traditionella tv-kanalerna.

I tabell 6.3 visas hur de nyproducerade

programmen (förstasändningar) för barn och unga fördelade sig 2023 på några olika kategorier (för jämförelse över tid se tabell 6.3 i appendix). Svenska program i SVT:s utbud är genomgående egenproduktioner, samproduktioner och utläggningar där SVT har haft all eller stor påverkan. Nyproducerade program på svenska utgör cirka två tredjedelar av SVT:s förstasändningar, vilket bedöms vara en omfattande egenproduktion. Totala förstasändningar var 859 timmar under 2023, vilket är en ökning från en stabil nivå på kring 800 timmar de senaste åren.

Därutöver har SVT Barn också publicerat 135 unika timmar i SVT Play 2023, fördelat på 91 timmar för barn och 44 timmar för unga.

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.

6.3 Barn och unga förstasändningar, timmar

Barn (3–11 år) 2023	Svenskt	Utländskt	Totalt
Fakta och nyheter	166	6	172
Kultur och konstnärliga upplevelser	139	231	370
Totalt	305	237	542

Unga (12–19 år) 2023	Svenskt	Utländskt	Totalt
Fakta och nyheter	162	2	164
Kultur och konstnärliga upplevelser	142	11	153
Totalt	304	13	317

Totalt barn och unga (3–19 år) 2023	859
--	------------

Se appendix 6.3 Barn och unga för fler år.

Programutveckling för barn och unga

SVT utvecklar kontinuerligt både befintligt och nytt innehåll för barn och unga. Grundprincipen för innehållsutvecklingen är ett lustfyllt lärande. Varje år sker ett utforskande kring nya format och målgruppers behov för att utbudet ska vara relevant för många.

2023 har särskilt fokus riktats mot ett utbud som balanserar behoven av nyhetsrapportering och serier som hanterar aktuella ämnen med behovet av verklighetsflykt och fiktion. *Haffa* är en dramaserie för mellanstadiet som utspelar sig i Stockholms mest problemtungda områden. De medverkande barnen är från området och använder sina modersmål och brytningar. Serien skildrar verkligheten med tunga ämnen varvat med hopp och glädje i en fiktiv inramning.

Ryktet är en dramatiserad serie om hur det kan gå när ingen ifrågasätter skvaller och visar på vikten av källkritik. Ett exempel på lustfyllt lärande är den målgruppsanpassade versionen av SVT:s folkbildande storsatsning på historia. I *Historien om Sverige med Farah* berättas historien från istid till nutid ur barnperspektiv och gestaltningar av fakta anpassade för en yngre målgrupp.

SVT gjorde en satsning på Dreamhack som väckte stort engagemang. I en spel-live chatt kom det in nästan 18 000 inlägg. I sändningen från Dreamhack tes-

tades ett nyutvecklat "breakingläge" för första gången skarpt. Det innebär att ett program kan ta över hela SVT Barns skyltfönster, öppna en chatt och samtidigt visa relevanta klipp.

Programserier för de yngre barnen

Bolibompa är ett universum med flera programserier med syfte att möta de yngsta barnens behov av identifikation och utveckling. *Draken följer med* är en serie som grundligt visar hur vardagliga saker går till, exempelvis hur vilan på förskolan

fungerar och hur det går till hos tandläkaren. I serien används både stödtecken och bildstöd för att hjälpa barn med särskilda behov och deras föräldrar i vardagen.

Nya program för 2023 är *Draken och känslorna* där de allra minsta barnen kan lära sig identifiera och uttrycka känslor. I *Sommarskuggan* utgår redaktionen från barns behov av spänning och att bli rädda, som en del i att lära känna sina känslor. Vem som gömmer sig i dräkten har utvecklats till gissningstävling som engagerar både barn och vuxna varje år.

Traditioner som samlar både vuxna och barn

Föräldrar och barn har ett behov av att samlas runt gemensamma upplevelser, att skratta, lära sig och upptäcka saker tillsammans. Sedan 60-talet har SVT:s julkalender varit en tradition för både vuxna och barn. 2023 års kalender var en nyskriven version av originalet *Trolltider* från 1979, en av de mest älskade kalendrarna genom tiderna. Den nyskrivna *Trolltider – legenden om bergatrollets* 24 avsnitt hade en onlinepublik på 1,28 miljoner tittare och inget annat program har nått så hög tittning online inom en månad på SVT Play. Över 700 000 såg programmen i broadcast.

2023 års *Sommarlov* var en del



Sune (Olle Einarsson) i *Familjen Andersson*. Foto: Andreas Wessberg



Edwin Strid Carlsson, Linnea Tjernberg, Stella Lind, Jacob Persson och Max Nyhlén i *Epaliv*. Foto: Peppe Andersson/SVT

av SVT:s folkbildande storsatsning på historia. Under tio veckor gjorde Sommarlov en historisk resa genom tre tidsepoker: medeltid, upplysningstid och 1980-talet. Sommarlov är inte bara en tv-serie, i somras lockade inspelningarna totalt 150 000 besökare. *Lilla Aktuellt* är SVT:s nyhetsprogram för skolbarn och konsumeras främst online. Det mörka nyhetsåret präglad av gängvåld, krig, ekonomisk kris och terrorhot har ställt höga krav på redaktionen. För att möta barns frågor och oro har *Lilla Aktuellt* hållit ett flertal större chattar under året där den som handlade om gängvåld toppade engagemanget, men även en chatt med psykolog efter terrorattacken i Bryssel väckte stort engagemang. Redaktionen har även skickat egen reporter och

fotograf till Ukraina för att skildra kriget ur barnens perspektiv. Mot slutet av året genomfördes specialsändningen *Lilla Aktuellt – för vuxna* i samarbete med SVT Nyheter, i syfte att ge vuxna verktyg och inspiration om hur man kan prata med barn om svåra nyhetslägen.

MIK för barn och unga

Varje vecka i *Lilla Aktuellt* och *Lilla Aktuellt Skola*, ett samarbete mellan SVT och UR, tas medie- och informationskunnighet upp på olika sätt. Under året har *Lilla Aktuellt* satsat särskilt på temat källtillit och gjort två serier som ger nycklar till hur man hittar trovärdiga källor som man kan lita på. I övrigt har MIK-arbetet resulterat i två tydliga spår; att navigera i den digitala världen (AI, hyfs online, digitalisering av

skolan) och kunskap om media (exempelvis om vad en grävande reporter gör och varför det behövs teckenspråkstolkning).

Fria ordets dag är en dag om yttrandefrihet, källkritik och källtillit för sjätteklassare, ett samarbete mellan public servicebolagen och lokaltidningar runt om i landet. Evenemanget arrangeras som en digital lektion och efterfrågan från skolor ökar i snabb takt. 2023 gjordes 48 unika sändningar där 33 000 elever från drygt 1 450 klasser deltog. Från höstterminen 2022 till höstterminen 2023 ökade antalet deltagare med 55 procent. Under 2023 har konceptet utvecklats för att också passa för elever i årskurs nio.



Noor och Adam i *Haffa*. Foto: Gabriel Aspelin/Svenska barnprogram

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 2023 har det första sända utbudet i broadcast på svenska för gruppen 12–19 år ökat med 46 timmar jämfört med 2022 och ligger nu på 258 timmar. Totalt producerade SVT 317 timmar för målgruppen. Därutöver har 44 unika timmar publicerats på SVT Play under året.

Även om målgruppen unga (12–19 år) tar del av SVT:s utbud i alla genrer, tolkar SVT uppdraget att särskilt utveckla utbudet för unga genom fokus på tematik och berättargrepp som riktar sig specifikt mot målgruppen. Serien *24/7* dramatiserar och tar upp viktiga ämnen relaterade till målgruppen såsom relationer, jakten

på identitet, familj och droganvändning och hur en ung människas liv påverkas av att dras in i tung kriminalitet. I andra säsongen av *Epaliv* får tittarna följa kompisarna i Östersund. Målet med serien är att skildra vuxenblivande och livet utanför en storstad.

De nordiska public service-bolagen har sedan 2020 samlats kring projektet B15 som innebär att gemensamt producera minst 15 barnserier per år. 2023 var ett rekordår för samarbetet med hela 35 gemensamma barnserier. Under 2023 visades bland annat den danska serien *Babylons stol* och norska serien *Superhjälteskolan* i SVT:s Sommarlov. Bland SVT:s serier i utbytet kan nämnas *Stopp* (säsong 4) och *Otajmat* (säsong 2).

SÄNDNINGSTILLSTÅND 11 §

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

“Tillgängligheten till program för barn och unga ska prioriteras.”

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

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

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

6.4 TILLGÄNGLIGHET

Tillgänglighet är prioriterat för SVT, såväl utifrån uppdraget som i SVT:s egna strategier. SVT ska nå hela befolkningen med ett brett utbud och tjänster av hög kvalitet. God tillgänglighet är därför en ambition i all verksamhet och på alla plattformar. Här följer en sammanfattning av krav och utfall för tillgänglighetstjänsterna 2023:

Innovation

SVT använder ny teknik och innovationer för att öka möjligheterna för publiken att ta del av utbudet och tillgänglighetstjänsterna. För att utöka och effektivisera textning krävs utveckling av helt nya tekniska lösningar och metoder, bland annat AI. SVT arbetar internt och tillsammans med externa aktörer för att ta fram sådana lösningar (se avsnitt 3.9). SVT har under 2023 utvecklat en funktion online som gör det möjligt att spela upp video snabbare eller långsammare. På så vis kan den som önskar ta del av programmet i högre eller lägre tempo själv välja uppspelningshastighet.

Publik – information och dialog

SVT träffar regelbundet användare av tillgänglighetstjänster genom intressentdialoger och möten. Syftet är att inhämta synpunkter, dela kunskap och insikter och att identifiera förbättringsområden.

För att visa när program tillgängliggörs i linjära sändningar används grafiska skyltar som i ljud och bild före programstart berättar vilken tjänst som erbjuds och var den finns. I SVT Play finns textning, syntolkning och teckenspråkstolkning åtkomliga genom tydliga symboler. För syntolkning och teckenspråkstolkning finns dessutom särskilda rubriker att klicka på via huvudgränssnittet, där program med respektive tjänst samlas.

SVT tillhandahåller programinformation genom automatiserad pressinformation som inkluderar information om tillgänglighetstjänster. Tjänsten ligger till grund för all extern programinformation och används för tv-tablåer i tidningar och på tv-sajter. Samma information finns för elektroniska programguider (EPG).

Krav och utfall för tillgänglighet 2023

För 2023 var kraven för SVT:s tillgänglighetstjänster:	Krav	Utfall
Textning av förproducerade program	100%	100%
Textning av direktsända program	80%	80%
Syntolkning	6%	7,5%
Teckenspråkstolkning	6%	6,8%
Uppläst text erbjuds för alla program med översättningstext		Ja

Regler för tillgodoräknanden:

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

Teckenspråkstolkning och syntolkning som tillhandahålls genom sändning över internet i anslutning till att ett program sänds linjärt i en programtjänst får tillgodoräknas.

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

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

Sändningarna över marknätet, via satellit och simultansändningarna över internet är identiska, vilket innebär att de inte är någon skillnad vare sig innehållsmässigt eller hur tillgänglighetstjänsterna visas. För att program som tillgängliggjorts i beställ-tv 2023 ska tillgodoräknas måste samma program också ha sänts i marknätet, via satellit eller genom tråd i programtjänster under 2023.



Musikhjälpen med Linnea Wikblad och Oscar Zia. Foto: Mattias Ahlm/Sveriges Radio

SVT styr inte över vad som publiceras i olika medier, men informationen om tillgänglighetstjänsterna finns i SVT:s Pressrummet – pressrummet.svt.se – som är tillgängligt för alla.

Textning

Textningsgraden 2023 är 100 procent av de förproducerade programmen i alla kanaler i broadcast. 2023 sändes sammantaget 16 173 timmar på svenska

inklusive lokala nyheter. I den bas som gäller för textningskravet räknas inte de lokala nyheterna in. När sändningstiden för lokala nyheter räknas bort återstår 16 010 timmar, varav 11 123 förproducerade timmar.

Textningsgraden 2023 är 80 procent av de direktsända programmen inklusive nyhetssändningar. 2023 sändes 16 010 timmar på svenska där lokala nyheter är exkluderade. Av dessa var 4 886 timmar direktsändningar. Alla riksnyhetssändningar inklusive extrasändningar textas, liksom galor, sportmästerskap och andra direktsändningar, till exempel *Nobelveckan*, *Melodifestivalen* och *Allsång på Skansen*.

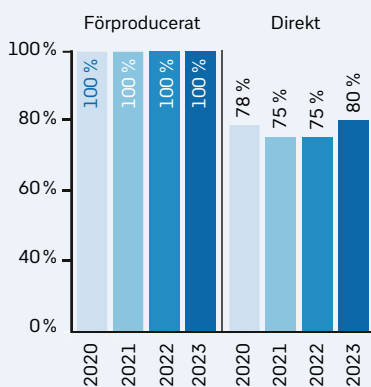
I broadcast tillgängliggörs textningen via text-tv-sidan 199. I SVT Play väljs textningen via en symbol i videospelaren. Översättning (och ibland även svenskt tal) tillhandahålls genom så kallad öppen text som visas per automatik i både broadcast och online, men som kan väljas bort om så önskas. När ett program direkttextas i broadcast visas den också i motsvarande kanal på SVT Play.

Textning av lokala nyhetssändningar

Lokala nyhetssändningar är undantagna från textningskravet då det saknas tekniska och resursmässiga förutsättningar. Tack vare ny teknik som SVT är med och utvecklar är det numera möjligt att förse lokala nyhetssändningar i beställ-tv med textning. Det sker med automatiskt genererad textning och formatanpassningar (autotextning). Kvaliteten blir en annan än ordinarie textning. Textningen skapas via taligenkänningsmotorer som använder AI för utveckling av språkmodeller. Dagens språkmodeller utvecklas kontinuerligt, liksom insikterna internt och externt om vad som krävs för att förbättra kvaliteten på undertexter.

Under 2023 var samtliga lokala nyhetssändningar autotextade i beställ-tv. Det innebär ytterligare 65 timmar textning per vecka, eller cirka 3 300 timmar 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.

6.4.1 Textningsgrad





Daut Ajváz står ensam bakom Idol-scenen i *No Daut about it*. Foto: Karl Olsson/Unfinished sympathy AB

Textning av inslag på webben

Textning i SVT:s nyhetstjänst SVT Nyheter ingår inte i kraven på SVT, men SVT har sedan 2017 valt att texta merparten av de korta inslag som publiceras i nyhetstjänsten. 2023 publicerades ca 60 000 inslag varav drygt 50 000 med textning. I snitt är varje inslag 1 minut och 20 sekunder, vilket motsvarar textade inslag om totalt ca 1000 timmar.

Syntolkning

Kravet på 6 procents syntolkning motsvarar 961 timmar (se tabell 6.4.2). SVT tillgängliggjorde totalt 1 250 timmar syntolkning 2023, varav 333 timmar i beställ-tv. Eftersom endast 30 procent av kravet (i detta fall 288 timmar av 961 timmar) på det som tillgängliggörs online får tillgodoräknas blir summan 1 205 timmar, vilket motsvarar en syntolkningsgrad på 7,5 procent.

Syntolkning är en tjänst främst riktad till personer med helt eller delvis nedsatt synförmåga. I luckor i dialogen beskriver syntolkningen det som sker i bild som är betydelsebärande. SVT tillgängliggör syntolkningen genom parallellsändning i

broadcast eller online samt på 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 där bilden är en viktig del av berättandet. Exempel på program som syntolkades 2023 är *Melodifestivalen*, *Mästarnas mästare*, *På spåret*, dramaserien *Händelser vid vatten*, dokumentären *Min tjockumentär* och julkalendern *Trolltider – legenden om bergatrollet*. SVT är i urvalet av syntolkade program extra noga för barn och unga. Program som bedöms ha stor betydelse för målgruppen, exempelvis *Spookys*, *Historien om Sverige med Farah*, *Ture Sventon* och *Julkalendern* har valts 2023.

SVT har under 2023 verkat för att syntolkning och uppläst text tillhandahålls i separat enhet genom att SVT:s tillgänglighetstjänster finns på alla plattformar där man kan ta del av SVT Play. På så sätt kan en person spela upp ett program med syntolkning eller uppläst text i sin mobila enhet med lurar, samtidigt som hen tittar på programmet i originalversion på en större skärm tillsammans med andra.

Teckenspråkstolkning

Kravet på 6 procents teckenspråkstolkning motsvarar 961 timmar. SVT tillgängliggjorde totalt 1 208 timmar teckenspråkstolkning (se tabell 6.4.2). Eftersom endast 30 procent av kravet (i detta fall 288 timmar av 961 timmar) på det som tillgängliggörs online får tillgodoräknas blir summan 1 085 timmar, vilket motsvarar tolkningsgraden på 6,8 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 bild där programmet ligger infällt bakom tolken. Ibland är två tolkar i bild för att kunna tillgängliggöra snabba dialoger, till exempel i politisk debatt. SVT tillgängliggör tolkningen genom parallellsändning i broadcast eller online. Programmen görs även tillgängliga i SVT Play.

Urvalet av program görs brett så att publiken kan ta del av den mångfald av dialog- och taltäta program som SVT erbjuder. Varje vardag teckenspråkstolkas



Amir Taofik Teckenspråksgestaltar *Melodifestivalen* assisterad av teckenspråkstolk Emelie Karlsson bakom kameran. Foto: Anna Flemming

nyhetsblocket klockan 18.00–18.33 (*Rapport, Sportnytt* och *Kulturnyheter*) med publicering online. Andra program som tolkas är *Agenda, Min sanning, Sportspiegeln, Mästarnas mästare, gudstjänster*

och finalen i *Melodifestivalen*. Bland barnprogram teckenspråkstolkades bland annat julkalendern *Trolltider – legenden om bergatrollet, Hunddagiset, Historien om Sverige med Farah* och *Ture Sventon*.

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

6.4.2 Syn- och teckenspråkstolkning i timmar

Syntolkning	2020	2021	2022	2023
Sänt broadcast	622	693	651	909
Sänt internet	7	16	4	8
Tillgängligt on demand	342	335	319	333
Totalt	972	1 044	974	1 250
Max tillgängligt on demand 30%	203	238	256	288
Ny Total	832	947	911	1 205
Teckenspråkstolkning	2020	2021	2022	2023
Sänt broadcast	413	344	423	610
Sänt internet	275	268	208	186
Tillgängligt on demand	512	400	372	412
Totalt	1 201	1 012	1 003	1 208
Max tillgängligt on demand 30%	203	238	256	288
Ny Total	891	849	887	1 085
Krav (andel av svenskt)	2020	2021	2022	2023
	676	792	853	961

Teckenspråksgestaltning

En speciell variant av teckenspråkstolkning är teckenspråksgestaltning, som är tolkning av sång och musik till teckenspråk. SVT tillhandahöll 2023 teckenspråksgestaltning i *Melodifestivalen* och Nobelsändningarna.

Hörbarhet

SVT:s ljudexperter och ljudteknisk support arbetar för att utveckla hörbarheten i SVT:s program. SVT ställer också höga krav på god hörbarhet från olika programleverantörer. Så mycket produktion som möjligt styrs dessutom mot att ljud bearbetas i multikanal istället för stereo, för att främja funktionen *Tydligare tal* i SVT Play.

Tydligare tal

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

Antalet titlar ökar kontinuerligt i takt med att programproduktionen styrs om till multikanal. För program där funktionen kan tillämpas är den enkel att hitta via en symbol på samma plats som andra symboler i videospelaren (till exempel textning). Titlarna som har funktionen Tydligare tal är även samlade under en sökbar genre. Funktionen är tillgänglig på alla plattformar där SVT Play finns.

Uppläst undertext

Uppläst undertext är en teknisk tjänst där en syntetisk röst läser upp översättnings-texten. Tjänsten är främst ett hjälpmedel för synskadade som har svårt att läsa textremsan. 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 även i beställ-tv, på alla plattformar.

Online

Under 2023 har arbetet fortsatt med att förbättra åtkomsten till tillgänglighetsfunktionerna på SVT:s onlineplattformar. Det har bland annat blivit enklare att hitta tecken- och syntolkning via kategorisidan i SVT Play.

En arbetsgrupp följer årligen upp utvecklingen av SVT:s webbtjänster

och appar enligt WCAG (Web Content Accessibility Guidelines), riktlinjer för tillgänglighet online. SVT bedriver sedan tidigare en publikt åtkomlig mätning av WCAG med automatiska tester som löpande redovisas på svt.se/accessibility-dashboard. Dessa tester gäller även SVT:s mobilappar för SVT Play, SVT Nyheter och SVT Duo på både Android- och iOS-plattformarna.

SVT har under året genomfört en rad användartester. Det handlar bland annat om direkttextning via AI i samarbete med Hörselskadades Riksförbund, om justerade och förbättrade skärmläsare i samarbete med Synskadades Riksförbund samt om nya funktionen Snabb & långsam uppspelning som tagits fram och testats i samarbete med Afasiförbundet och Riksförbundet Attention.

Programledare Abdi Mohamed i *15 minuter på teckenspråk*. Foto: SVT





Ur serien *Draken följer med*. Här tillsammans med Novalie Bergholm. Foto: Stina Nyberg/Maria Plahn

Tillgänglighet i beställ-tv

SVT har under 2023 genom textning tillgängliggjort program på svenska i beställ-tv i enlighet med villkoren i regeringens särskilda beslut om tillgänglighet. SVT har också tillhandahållit teckenspråkstolkning och syntolkning samt erbjudit uppläst undertext i beställ-tv.

Anpassning av program för barn och unga med funktionsnedsättning

SVT arbetar kontinuerligt med att öka tillgängligheten för barn och unga med olika funktionsnedsättningar. Anpassning av program sker i broadcast och online 2023 enligt följande:

- » SVT Barn utvecklar och sänder en serie program som hjälper barn med NPF-diagnoser i vardagen. Den heter *Draken följer med* och handlar om saker som att åka buss, besöka BVC eller gå på bio. Till detta erbjuds också stillbilder att ladda ner för att träna på vardagsituationer.
- » Programserien *Hatch!*, där programledaren Alex Hermansson tillsammans med barn tecknar i realtid, har fått positiv respons av förskolepedagoger och föräldrar, då barn med NPF-diagnos får ro och inspiration att rita själva.
- » Bolibompa integrerar stödtecken (TAKK) i Bolibompadrakens manér och i innehåll. Antalet nyckelord som tecknas har utvidgats 2023.

Metoden används främst för hörande personer med försenad eller avvikande språkutveckling och innebär att den som talar samtidigt tecknar nyckelord.

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

» *Lilla Aktuellt* har snabbat på publiceringsprocessen för klipp och inslag så att textade inslag publiceras när de är färdiga i stället för som tidigare när hela programmet var färdigt.

- » Funktionen *Tydligare tal* i SVT Play stärker tillgängligheten för personer med hörselnedsättning. SVT producerar 3.0-ljud (som gör att Tydligare tal kan användas) för ungdomsserier såsom *Brus* och *Bra surr*. För skolbarnen sker det i julkalendern och i *Alva*. För de yngre barnen finns lösningen i alla Bolibompatitlar och i *En valp i familjen*. Tydligare tal bidrar till att SVT uppfyller uppdraget, men det sker inga formella tillgodoräkningar. Tillgodoräkning av onlineutbud inom tillgänglighetsområdet görs endast för syn- och teckenspråkstolkning utifrån villkoren i regeringens särskilda beslut om tillgänglighet.

SÄNDNINGSTILLSTÅND 11 §
"Tillgängligheten till program för barn och unga ska prioriteras."

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.”

SÄNDNINGSTILLSTÅND 10 §

“SVT ska ta hänsyn till de språkliga behoven hos barn och unga som tillhör språkliga eller etniska minoritetsgrupper eller är teckenspråkiga.”

MEDELSVILLKOR 18

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

6.5 MINORITETSSPRÅK

SVT:s övergripande mål är att stärka minoritetsspråksutbudet kvantitativt och kvalitativt utifrån en överenskommelse mellan public service-bolagen. Bolagen har skapat ett index för förstasändningar och ett för det samlade programutbudet. Språkutbudet (per språk) 2019 motsvarar index 100. För varje år räknas index per bolag upp eller ner utifrån förändring av sända timmar, och ett medelvärde ger en bild av utvecklingen. Det möjliggör en bedömning av utvecklingen av andelen förstasändningar och av det samlade programutbudet under tillståndsperioden. Bolagen har under 2023 sammantaget ökat, både förstasändningarna samt det samlade programutbudet, på de

nationella minoritetsspråken och svenskt teckenspråk jämfört med 2019. Förstasändningar och det samlade utbudet på jiddisch har ökat jämfört 2019 (se diagram 6.5.1–6.5.2).

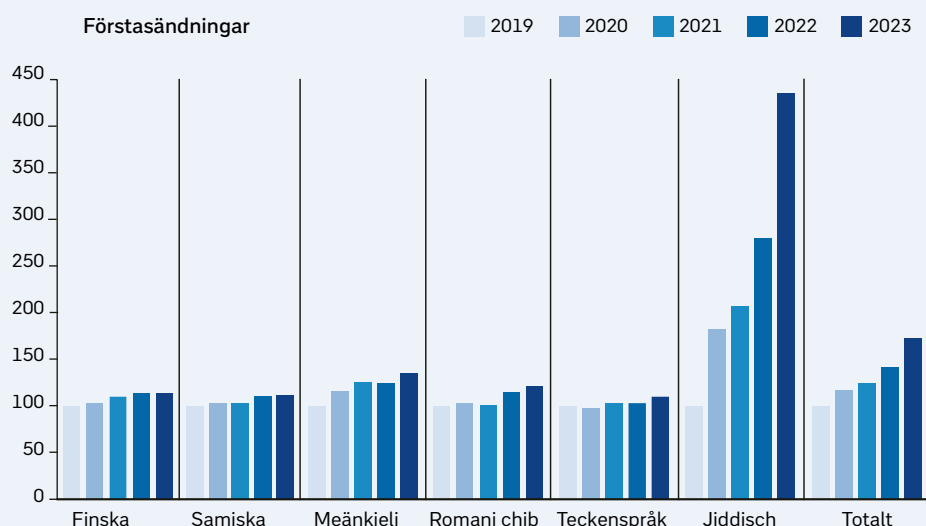
I den bolagsgemensamma redovisningen i 6.5.1–6.5.2 har SVT valt att tillgodoräkna sig de webbunika timmar som redogörs för i 6.5.3.

Utöver den gemensamma redovisningen presenterar respektive bolag utvecklingen var för sig. Nedan visas SVT:s förstasändningar/förstapubliceringar och samlade utbud för broadcast 2019–2023 och även för online/webbunikt 2023 i tabellen 6.5.3.

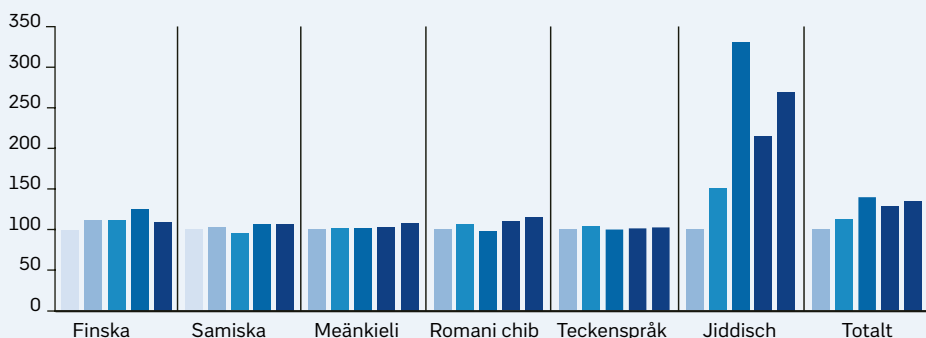
Av de totalt redovisade 1 038 timmarna på minoritetsspråk, har SVT valt att tillgodoräkna sig 64 timmar publicerade online som

6.5.1–6.5.2 Utveckling av minoritetsspråk

Sammanlagt alla bolag, index



Det samlade programutbudet



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

är dels unika direktsändningar i SVT Play, dels unika online-publiceringar. Relationen mellan broadcast och online i 6.5.3 visar att SVT huvudsakligen uppfyller uppdraget i broadcast. De 64 tillgodoräknade timmarna online fördelar sig på samtliga minoritetsspråk. Hur de fördelar sig över respektive målgrupp visas i 6.5.4. Sammantaget ligger minoritetsutbudet över indexåret 2019 och minoritetsuppdraget uppfylls huvudsakligen i broadcast.

För att svara mot sändningstillståndets 10 § om särskild hänsyn till språkliga behov hos barn och unga samt att tydligt och utförligt redovisa det utbud SVT

vill tillgodoräkna online ges en översikt i tabell 6.5.4.

SVT har ett brett utbud av program på minoritetsspråk och teckenspråk i olika målgrupper. Av 2023 års utbud på 254 timmar för barn och unga på minoritetsspråk och teckenspråk är 220 timmar sända i broadcast och 35 timmar publicerade endast online. Översikten visar att de webbunika timmarna främst riktar sig till yngre målgrupper, där förflyttningen mot online skett i snabb takt. Exempel på webbunika program för barn och unga är *Gaminghörnan live* som publicerats på flera minoritetsspråk och teckenspråk och *Sverigefinnarnas dag* för vuxenpubliken.

Minoritetsspråksproduktioner med fler perspektiv

Minoritetsutbudet har under 2023 två huvudinriktningar, dels att nå fler i respektive språkmålgrupp både i broadcast och online, dels att nå majoritetsbefolkningen för att sprida kunskap om språken och kulturerna. Under året har minoritetsutbudet fortsatt ökat sin totala publik, vilket följer en utveckling som pågått de senaste åren, där också intresset för utbudet på SVT Play ökat. Under tillståndspanoraden har antalet timmar som publiken har tagit del av minoritetsspråksprogram på SVT Play ökat med över 200 procent.

Inom minoritetsutbudet finns svenska

6.5.3 Minoritetsspråk i SVT, timmar

Förstasändningar och totalt

		Finska	Samiska	Meänkieli	Romani Chib	Teckenspråk	Jiddisch	Totalt
2019	Första	138	92	24	31	85	2	372
	Totalt	377	162	62	76	226	3	906
2020	Första	149	95	25	32	88	2	391
	Totalt	467	175	66	85	241	5	1 039
2021	Första	152	86	29	29	90	2	388
	Totalt	407	150	66	77	227	10	937
2022	Första	155	103	25	35	85	3	405
	Totalt	482	174	66	87	226	7	1 042
2023	Första Broadcast	146	87	21	32	76	3	364
	Online/webbunikt	8	16	8	11	19	1	64
	Totalt	154	103	29	43	95	4	429
	Totalt Broadcast	454	155	58	89	210	7	974
	Totalt Online/webbunikt	8	16	8	11	19	1	64
	Totalt	462	172	67	100	229	8	1 038

6.5.4 Minoritetsspråken i målgrupper, timmar

			Finska	Samiska	Meänkieli	Romani Chib	Teckenspråk	Jiddisch	Totalt
2023	Vuxna	Broadcast	401	114	30	38	165	5	754
		Online/webbunikt	5	11	2	3	7	0	30
		Totalt	407	126	33	41	172	5	784
Barn 3–11	Broadcast	28	33	18	31	34	2	146	
	Online/webbunikt	3	2	6	3	10	1	26	
	Totalt	31	36	24	34	44	2	172	
Unga 12–19	Broadcast	25	8	10	20	11		74	
	Online/webbunikt		2		5	1		9	
	Totalt	25	10	10	25	13		82	
2023	Totalt	462	172	67	100	229	8	1 038	

kulturskatter, underhållning, barnprogram och dokumentärer på de nationella minoritetsspråken. Fokus är perspektiv, identifikation och språk.

Barn och unga

SVT:s barnprogram på minoritetsspråken ger möjlighet till delaktighet och interaktion. Som i *Gaminghörnan* på finska, samiska, teckenspråk och romani chib. *Robbi Robot*, säsong 2, producerat på tre romska varieteter, lär de minsta barnen både sitt språk och hur man hanterar nya situationer. *Storyn bakom* på finska är ett samhällsprogram som lär barn källkritik och internetsäkerhet.

Kaos i huset på teckenspråk gjorde 2023 comeback med Bo, Bella och Loke med nya kreativa lösningar på vardagsproblem. *Julmiraklet* på samiska är en berättelse om tomten och hans trubbel före jul. Berättelsen är skapad av barn på sameskolor i Sverige och berättelsen AI-genereras samtidigt med hjälp av barnens bilder och samtidigt som barnen kommer på berättelsen.

Minoritet och majoritet möts 2023

Dokumentärserier, som exempelvis *F19 – flygaress och dubbelspioner* på finska och *Dieselsmugglarna* på meänkieli, finns både på originalspråket och på svenska. I samtalsserien *Möte med* på jiddisch, romani, meänkieli och finska får aktuella gäster ge sina berättelser och perspektiv samt fördjupa viktiga frågor för språkmålgruppen. Som en del av SVT:s satsning *Historien om Sverige* sändes *Kvinnorna som förändrade historien*, om centrala, historiska kvinnliga livsverk på meänkieli, finska, samiska, romani chib och teckenspråk. I *Kulturbäraren* lyfts kulturpersonligheter som bidragit med sin livsgärning till att stärka och utveckla jiddisch i Sverige.

Berättelsen om livet, naturen och historien runt Sveriges nationalälv var skildrades i *Resan längs älven* på samiska, ett av programmen med flest tittare på minoritetsspråk under 2023. En annan publikframgång var *Boozepack Cruisers*, om kärleken till hembygden, språket och amerikanska raggargarilar i Övertorneå.

Utveckling av nyhetsutbudet

SVT Sápmi hade med samiska nyheter online nästan en miljon fler besök 2023 jämfört med 2022. Riksnyheter tar allt oftare upp nyheter från SVT Sápmi, vilket bidrar till det stora genomslaget. Med SVT Sápmis dagliga sändning *Ođđasat*, i samarbete med NRK Sápmi och YLE Sápmi, nås publiken av en nyhetsrapportering från hela Sápmi. SVT Sápmi gör också programserien *15 minuter från Sápmi*. Ett avsnitt spelades in på den samiska kulturfestivalen Raasten Rastah med fokus på sydsamiska mötesplatser och unga.

Finskspråkiga nyhetsredaktionen Uutiset har under 2023 fokuserat på att ge fler perspektiv och utveckla online-rapporteringen. Det fördjupande *15 minuter från Uutiset* bjöd publiken på bekanta ämnen med nya perspektiv, som "Du tål alkohol för du är ju finsk!" och "Varför berättade morfar inte om kriget?". En valspecial sändes i samband med det finska riksdagsvalet och förutom Sveriges och Finlands ansökan om Natomedlemskap har försvarsfrågor och säkerhetsläget varit fokus i rapporteringen.

Redaktionen för *Nyhetstecken* sänder dagliga tv-nyheter på teckenspråk samt publicerar en sajt. 2023 startades också serien *15 minuter på teckenspråk*, om bland annat dövas möjligheter att ta del av samhällsinformation, äldreomsorg och om språkkrav för nyanlända döva. Programverksamheten bedrivs i en teckenspråkig miljö, vilket innebär att arbetsplatsen är tvåspråkig med svenskt teckenspråk och svenska och att redaktionen består av såväl döva som hörande medarbetare.

Utveckling av programutbudet

2022 startade flera gemensamma samarbeten med andra public service-bolag som under 2023 gav resultat. Som exempel kan nämnas gemensam programproduktion inför 2024 tillsammans med NRK och YLE kring faktadokumentären *Sámi Lore*, om samisk mytologi.

Under 2023 lades också grunden för ett gemensamt arbete för att utveckla en samisk språkmodell på nordsamiska. Ett verktyg för ljud till text-översättning

dels för bolagen själva, dels för att tillgängliggöra det samiska språket. Båda dessa projekt förverkligas inom ramarna för det gemensamma samarbetsorganet Nordvision, där samtliga nordiska public service-bolag deltar.

Utbud på andra minoritetsspråk

De tre public service-bolagens verksamheter ser olika ut när det gäller andra minoritetsspråk. Det har till stor del att göra med uppdragen och de olika medieformernas förutsättningar.

SVT strävar efter att köpa in program från andra delar av världen för att ge ett brett utbud av hög kvalitet som kompletterar övrigt utbud. Utbudet kännetecknas av stor språklig och kulturell mångfald, till skillnad från mycket annat tillgängligt tv-utbud som i stor utsträckning är av anglosaxiskt ursprung. SVT har också ett samarbete inom EBU, som ger tillgång till europeiska serier i tidigt skede och möjlighet att förköpa serier på andra europeiska språk. SVT:s utbud på området bidrar också till att det finns program på flera av de språk som talas av människor i Sverige.

SVT sände program i broadcast på 46 språk under 2023. De vanligaste språken, vid sidan av svenska och de nationella minoritetsspråken, är engelska, danska, finska, norska, isländska, franska, tyska, italienska, spanska, nederländska, ukrainska, arabiska, hebreiska, ryska och persiska (se 6.2 för programexempel).

Sammanlagt översatte SVT från cirka 90 språk under 2023. I SVT:s arbete med översättning från andra språk till svenska finns förutom inköpta program från andra språkområden många olika språk i nyhets- och sportsändningar samt ett stort antal svenska program som är producerade av SVT, där det också förekommer inslag på andra språk. Ett exempel är *Uppdrag granskning*, där språken engelska, franska, turkiska, arabiska, persiska, hebreiska och ryska har förekommit under 2023.



6.6 MÖTEN OCH DIALOGER

PS Funk 2023

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 och dela kunskap och erfarenheter i frågor som rör tillgänglighet, likabehandling och demokrati. 2023 års konferens handlade om möjligheter och risker med AI-teknik i media med fokus på spegling och tillgänglighet för personer med funktionsnedsättning. Medarbetare från samtliga public service-företag deltog och företrädare från funktionshinderrörelsen bidrog med kunskap och perspektiv.

Användardialoger om tillgänglighet

Under 2023 har SVT bjudit in till en rad användarmöten med representanter från Sveriges Dövas Riksförbund (SDR) och Sveriges Dövas Ungdomsförbund (SDUF), Synskadades Riksförbund (SRF) och Unga med Synnedsättning (US), Hörselskadades Riksförbund (HRF) och Unga Hörselskadade (UH) samt Riksföreningen för Hörselskadade och Döva barn och familjer (FHDBF). Från SVT deltog ansvariga för olika delar av verksamheterna. Diskussioner fördes om hur SVT levt upp till kraven på tillgänglighet, textning, bland annat med hjälp av AI, teckenspråks- och syntolkning samt om att bygga broar mellan hörande och personer med nedsatt eller ingen hörsel. SVT har 2023 även varit värd för HRF och deras nordiska systerorganisationer för att dela erfarenheter bland annat kring AI-genererad text, Tydligare tal och teckenspråkstolkning.

SVT och UR bjöd tillsammans in till kompletterande användarmöten under Almedalsveckan. Bland annat deltog Riksförbundet för barn, unga och vuxna med intellektuell funktionsnedsättning (FUB) och Riksförbundet Attention för personer med neuropsykiatriska funktionsnedsättningar med önskemål och förväntningar på bolagen.

Dialogerna syftar bland annat till utveckling av tillgänglighetstjänsterna. 2023 har SVT lanserat möjligheten att spela upp video långsammare eller snabbare i SVT Play, vilket efterfrågats av bland andra Afasiförbundet. 2023 lanserades även möjligheten att välja bort översättningstexten i SVT Play vilket efterfrågats av andra. Ett mål är också att locka fler unga att medverka, vilket fler gjorde 2023 jämfört med 2022.

Användardialoger med företrädare för de svenska minoriteterna

Under 2023 träffade SVT företrädare för samtliga minoritets- och teckenspråk i enskilda användarsamtal. I dessa möten deltog Jiddischförbundet och dess ungdomsförbund, Judiska Centralrådet, RUNG Resandefolket, Gävleborgs romska internationella förening (Grif) för romska rättigheter och den romska nättidningen DIKKO, Sveriges Dövas Riksförbund och ungdomsförbund, Sametinget, Finlandssvenska delegationen, Sverigefinska Riksförbundet och dess ungdomsförbund samt Svenska Tornedalingars Riksförbund.

Dialogerna har bland annat handlat om vikten av språk kvalitet och text på nyhetssajt. Dialogerna har också handlat om kvantitet av utbud på respektive språk och vikten av minoriteternas delaktighet i majoritetssamhället, vikten av spegling samt en ökad rasism mot flertalet minoritetsgrupper. Mötena har bidragit till värdefullt kunskapsutbyte och det gemensamma målet för 2023 var också här att locka fler unga att delta i användardialogerna. Det blev en klar förbättring jämfört med 2022 men kan utvecklas 2024.

SÄNDNINGSTILLSTÅND 12 §

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

Regeringens beslut om tillgänglighet till tv-sändningar och beställ-tv för personer med funktionsnedsättning för SVT. "SVT ska ha en systematisk och regelbunden dialog med berörda organisationer och användargrupper."

Teckenspråkstolken Juli af Klüntberg medverkade vid Dövas dag i Malmö. Foto: SVT



KAPITEL SJU

Resursanvändning

Här redovisas utvecklingen av SVT:s intäkter och kostnader samt företagets arbete med produktivetsförbättringar. 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.



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.
- vilka kommersiella samarbeten som företaget har deltagit i och vilka intäkter de har genererat, med förtydligande exempel,
- eventuella sidoverksamheter som företaget har bedrivit.”

MEDELSVILLKOR 24

“SR, SVT och UR ska i samverkan fortsatt utveckla sin redovisning med inriktning på att så långt som möjligt åstadkomma en gemensam redovisningsform som kan tillämpas i den årliga redovisningen. I arbetet ska ingå att definiera och operationalisera centrala begrepp i tillstånds- och medelsvillkoren, ta fram konkreta uppföljningsbara resultatmått baserade på dessa och att utveckla arbetet med att mäta och redovisa olika indikatorer på kvaliteten och särarten i programutbudet. Resultatmått 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 %) 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 är öronmärkta för planerade kommande projekt och som inte genomförts under året behandlas som förutbetalda (skuldförda) avgiftsmedel och flyttas till kommande år. Nivån på skuldförda avgiftsmedel varierar från år till år. Coronapandemiåren medförde att flera stora produktioner inte kunde genomföras utan senarelades kraftigt i tid, vilket resulterade i att nivån på skuldförda avgiftsmedel växte, för att först från och med 2023 börja minska igen i takt med att exempelvis flera sedan länge planerade dramaproduktioner börjar genomföras. Under de närmaste åren framöver kommer skuldförda avgiftsmedel minska i takt med att öronmärkta medel nyttjas för redan planerade dramaproduktioner, sporträttigheter samt projekt för teknik, säkerhet, beredskap och fastighet.

Den årliga uppräkningsen av avgiftsmedlen uppgår till två procent.

SVT, SR och UR äger och finansierar med avgiftsmedel det gemensamma dotterbolaget Sveriges Radio Förvaltningsaktiebolag (SRF).



Ridsport: Världscupen Linda Heed på hästen Laurien van Orshof. Foto: Emma Wallskog/Bildbyrån

7.1.1 Verksamhetens intäkter, mkr

Mkr	2020	2021	2022	2023
Erhållna avgiftsmedel från rundradiokontot	5 041,2	5 142,0	5 244,9	5 349,8
Korrigeringar mellan programbolagen	-6,8	-4,0	-4,0	-1,9
Totalt erhållna avgiftsmedel	5 034,4	5 138,0	5 240,9	5 347,9
Avgiftsmedel överförda till RIKAB	0,0	0,0	0,0	0,0
Avgiftsmedel överförda till SRF	-92,8	-96,2	-107,2	-139,0
Delsumma överförda avgiftsmedel	-92,8	-96,2	-107,2	-139,0
Netto erhållna avgiftsmedel	4 941,6	5 041,8	5 133,7	5 208,9
Förändring skuldförda avgiftsmedel *)	-412,3	-14,7	-106,2	28,7
Summa intäktsförda avgiftsmedel	4 529,3	5 027,1	5 027,5	5 237,6
Övriga intäkter	204,8	224,2	223,8	239,8
Summa övriga intäkter	204,8	224,2	223,8	239,8
Summa	4 734,1	5 251,3	5 251,3	5 477,4
Sidoverksamhet	45,2	51,3	53,5	53,3
Summa intäkter	4 779,3	5 302,6	5 304,8	5 530,7

* 2021 ingår slutreglering av avgiftsmedel hänförliga till likvidationen av RIKAB: 9,7 Mkr

Överföringarna till dotterbolaget SRF uppgick sammanlagt till 139 miljoner kronor 2023 vilket är något högre än 2022 års avstående främst till följd av den pågående renoveringen av TV-huset i Stockholm. 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 erhöles slutreglering av avgiftsmedel hänförliga till likvidationen av RIKAB.

Sidoverksamheten genererade cirka 53 miljoner kronor i intäkter och resulterade i ett överskott på cirka 13 miljoner kronor. Intäkterna redovisas som en separat post, och en utförligare beskrivning av sidoverksamheten lämnas i avsnitt 7.4.

Övriga intäkter

SVT:s övriga intäkter inom kärnverksamheten uppgick till 240 miljoner kronor exklusive intäkter från sidoverksamheten. Detta är en något högre nivå jämfört med 2022 (224 mkr) vilket utvecklas under respektive intäktskategori.

Ovan nämnda intäkter på 240 miljoner kronor inom kärnverksamheten delas redovisningsmässigt in i sju kategorier

7.1.2 Övriga intäkter exklusive sidoverksamhet, mkr



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

I diagram 7.1.2 beskrivs SVT:s övriga intäkter i sju kategorier (se även tabell 7.1.2, 7.1.2b och 7.1.2c i appendix).

Anslag

Utöver tilldelade avgiftsmedel erhåller SVT anslag för att genomföra särskilda projekt, exempelvis från Myndigheten för samhällsskydd och beredskap inom ramen för SVT:s beredskapsuppdrag.

Produkter och förlag

Merparten av denna typ av intäkt kommer från försäljning av den tryckta pappersjulkalendern och ses som ett komplement till tv-programmet där lucköppningen ingår. Den tryckta julkalendern tas fram i samarbete med SR.

Royalty

Intäkter i form av royalty kommer huvudsakligen från två källor. Den första delen kommer från långfilmer där SVT har varit samproducent och den andra delen främst från dramaproduktioner som sänts i andra länder. Bland långfilmerna kan nämnas *Bamse*, *Bonusfamiljen* och *Håkan Bråkan*.

Den andra delen kommer från tidigare samproduktioner där SVT erhåller del av intäkt från vidareförsäljning eller andra sätt som rättigheter nyttjats på. Som exempel kan nämnas *Bron*, *Jordskott*, *Tjockare än vatten* och *Åkta människor*, dramaproduktioner som producerades för flera år sedan. I båda fallen har den förväntade royaltyintäkten varit en nödvändig förutsättning för finansieringen när produktionsbesluten togs. Intäkterna kommer från andra tv-bolag, produktionsbolag eller distributörer. Totalt sett har intäkterna ökat något jämfört med 2022.

Sändnings- och nyttjanderätt

En ytterligare kategori resulterar i intäkter från sändnings- och nyttjanderätter. Den största delen består av sublicensiering av sporträttigheter och vidareförsäljning av utländska förvärv av programrättigheter. Det kan också förekomma försäljning av rättigheter för översättning och försäljning av arkivmaterial som inte klassas som sidoverksamhet. Det är i första hand andra mediebolag som genererar intäkterna. Den samlade intäkten för sändnings- och nyttjanderätt har minskat med cirka 22 miljoner kronor 2023 jämfört med 2022 och gäller främst sporträttigheter. Som exempel på större intäkter 2022 kan nämnas rättigheter rörande fotbolls-EM för damer.

Sponsring

Intäkter från sponsring klassas som intäkter från kärnverksamheten och beskrivs utförligare senare i kapitlet. Sedan 2022 redovisas intäkter att betrakta som sponsringsintäkt gällande *Melodifestivalen* som en del av sponsringsintäkterna tillsammans med intäkter från sponsrade sportevenemang. De totala sponsringsintäkterna 2023 är cirka 3 miljoner kronor lägre än 2022.

Tekniktjänster

Uthyrning av tekniska resurser sker bland annat till andra medieföretag. Intäkten har ökat med cirka 4 miljoner kronor jämfört med 2022. Som exempel på större intäkter 2023 kan nämnas intäkter i samband med sportevenemangen *Cykelvasan*, *Vasaloppet* och *Junior-VM i ishockey*. Samproduktioner och andra rörelseintäkter
Intäkter från samproduktion och andra rörelseintäkter utgör det sista intäktslaget inom ramen för SVT:s kärnverksamhet. Här redovisas dels samtliga intäkter från kommersiella samarbeten inom kärnverksamheten (det vill säga samtliga samproduktioner, samarbetet kring *Nobel* samt *Melodifestivalen* exklusive sponsringsintäkter) och dels andra intäkter från icke-kommersiella samarbeten. De samlade intäkterna från samproduktioner och andra rörelseintäkter ökat med cirka 30 miljoner kronor jämfört med 2022, från cirka 113 miljoner kronor till cirka 143 miljoner kronor 2023. Det förklaras bland annat med att intäkterna från samproduktioner ökat något jämfört med 2022, att intäkterna från samarbetet kring *Melodifestivalen* ökat något samt att årets valutafluktuationer på grund av omvärldsläget medfört såväl högre valutakursvinster som valutaförluster, vilket utvecklas under andra rörelseintäkter nedan.

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 intäk-

terna från samarbeten kring samproduktioner kan variera mellan åren beroende på mängden och typen av samarbeten. I samproduktionen har den förväntade intäkten varit en nödvändig förutsättning i kalkylen när produktionsbeslutet togs.

Som exempel på dramaproduktioner som gjorts i samarbete med andra bolag och gett större samproduktionsintäkter kan nämnas *Detektiven från Beledweyne*, *Gaslight*, *Spelskandalen* och *Tunna blå linjen*. Totalt handlar det om ett 40-tal produktioner 2023 där intäkterna varierar från 100 000 kronor till mer än 10 miljoner kronor. För mer detaljer se appendix 7.1.2b. Även under avsnitt 7.6 beskrivs upplägget kring samproduktioner.

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

Ett annat exempel är intäkter kopplade till samarbetet kring *Melodifestivalen*. SVT uppbär intäkter vid licensiering av varumärket och tillhörande rättigheter som hör samman med arrangemanget av de publika föreställningarna. Samarbetet beskrivs utförligt under avsnitt 7.6. Intäkter som betraktas som sponsringsintäkter gällande *Melodifestivalen* redovisas sedan 2022 bland sponsorsintäkter och inte bland andra rörelseintäkter. Under 2022 års *Melodifestival* förelåg fortfarande vissa begränsningar i antal platser i arenorna på grund av Coronapandemin medan 2023 års *Melodifestival* kunde genomföras utan sådana begränsningar och genererade något högre intäkter, det vill säga återställdes till en mer normal intäktsnivå.

En annan större post bland andra rörelseintäkter är valutakursvinster som uppgick till 22 miljoner kronor 2023 vilket är högre än 2022 och utgör en effekt av stora valutafluktuationer under 2023 på grund av det ekonomiska omvärldsläget. I sammanhanget bör nämnas att nettot av valutakursvinster och -förluster är mycket lågt, det vill säga valutakursförlusterna ökade i samma utsträckning. Men valutakursförlusterna redovisas som kostnad.

SÄNDNINGSTILLSTÅND 18 §

“SVT får inte sända sponsrade program där sponsorbidraget har tillfallit SVT direkt. Utan hinder av första stycket får sponsring förekomma – i SVT:s sändningar i samband med sportevenemang, – av program som innebär utsändning av en allmän sammankomst eller offentlig tillställning där SVT är arrangör, under förutsättning att det är ett arrangemang inom ramen för ett åtagande gentemot Europeiska Radiounionen (EBU) eller ett arrangemang av liknande betydelse samt att programmet direktsänds till flera länder. Detta gäller inte för program som huvudsakligen vänder sig till barn under 12 år. Inom ramen för ovanstående bestämmelser får sponsring förekomma i samband med högst 20 evenemang per år.”

SÄNDNINGSTILLSTÅND 19 §

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

MEDELSVILLKOR 22

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

MEDELSVILLKOR 5

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

Bland andra rörelseintäkter finns också, som mindre poster, intäkter i samband med telefonomröstningar vid evenemang och galor (där motsvarande kostnader uppstår) och lönebidrag.

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

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

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 2023 uppgick intäkterna från sponsringen till cirka 34 miljoner kronor, en minskning med cirka 3 miljoner kronor jämfört med 2022. Nivåerna på sponsring har i viss mån påverkats av världsläget och ekonomin. Under 2023 sponsrades totalt 19 sportevenemang samt den internationella sändningen av finalen av Melodifestivalen, totalt 20 evenemang.

7.1.3 Sponsring i SVT 2023

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

19 Sportevenemang + finalen i Melodifestivalen	Antal sändningar i broadcast	Antal billboards i broadcast
Ishockey: VM herrar (Lettland/Finland 12–28 maj)	88	215
Skidskytte: VM (Oberhof 8–19 feb)	17	34
Skidskytte: Världscupen (vår/höst)	60	114
Skidor: Ski Classics (Långlopp jan–mars och dec)	19	32
Basket: VM herrar (Indonesien 25 aug–10 sep)	12	48
Basket: EM damer (Slovenien/Israel 15–25 juni) Endast bronsmatch & final i BC, resten i Play.	2	8
Fotboll: Landskamper (Damlandslaget)	9	32
Fotbollsstudion (3 april–12 nov)	19	36
Fotboll: U21-EM (9 juni–2 juli) Mestadels i Play.	2	8
Alpint: Världscupen Österrike (vår/höst)	21	42
Friidrott: Diamond League (5 maj–17 sep)	9	20
SM-veckan Vinter (Skövde 30 jan–5 feb)	6	36
SM-veckan Sommar (Umeå 27 juni–2 juli)	11	58
Volleyboll, EM damer (18 aug–3 sep)	6	10
Rally-VM: magasin (22 jan–19 nov)	18	36
Hockeykväll: (SHL vår/höst)	27	54
JVM 2023/2024 (Göteborg 26 dec–5 jan)	15	86
Rallycross-VM (29 april–12 nov)	16	22
Ridsport-EM (Milano 30 aug–3 sep)	5	17
Finalen i Melodifestivalen (11 mars + Repriser 12 & 13 mars)	3	6
Summa	365	914

Antal företag/varumärken: 58 st

Intäkt totalt: 34,2 miljoner kronor

Sponsringsintäkterna på cirka 34 miljoner kronor kommer från sportevenemangen samt från den internationella sändningen av finalen av Melodifestivalen som är ett evenemang inom ramen för åtagandet gentemot EBU. Sedan 2022 redovisas intäkter som är att betrakta som sponsringsintäkt gällande Melodifestivalen som en del av sponsringsintäkterna. Motsvarande intäkt redovisades 2020 och tidigare år bland andra rörelseintäkter. Under 2021 kunde Melodifestivalen inte genomföras med normalt upplägg på grund av coronapandemin och ingen sponsring skedde av evenemanget, varvid inga intäkter erhöles 2021. För ytterligare beskrivning av Melodifestivalens intäkter och sponsorer, se avsnitt 7.6.

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 har ökat 2023 jämfört med 2022. Bland annat har det under året satsats extra på familjedrama.

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.



Drag Race Sverige med Robert Fux. Foto: SVT

Distributionskostnaden av marksändningarna ökade under 2023 kopplat till den stigande inflationstakten.

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.

Trots ett fortsatt högt inflationstryck,

7.2.1 Verksamhetens kostnader, mkr

Mkr	2020		2021		2022		2023	
Programkostnader	3 694,5	77%	4 230,5	80%	4 104,5	77%	4 345,8	79%
Distributionskostnader	193,1	4 %	162,4	3 %	152,2	3 %	162,6	3 %
Övriga kostnader	846,5	18%	858,5	16%	994,5	19%	969,0	17%
Summa	4 734,1	99%	5 251,4	99%	5 251,2	99%	5 477,4	99%
Sidoverksamhet	35,7	1%	43,0	1%	45,1	1%	40,0	1%
Summa kostnader	4 769,8	100%	5 294,4	100%	5 296,3	100%	5 517,4	100%

MEDELSVILLKOR 23

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

ökade kostnader för säkerhet, beredskap och bevakning samt en hög investeringstakt är kostnaderna något lägre jämfört med föregående år. SVT söker ständigt metoder för att bromsa kostnadsutvecklingen.

SVT:s löpande rationaliseringsarbete och extraordinära besparingar som beskrivs under 7.3 nedan omfattar också dessa verksamheter. Flera av de besparingsåtgärder som har vidtagits och kommer att behöva vidtas omfattar dessa kostnader.

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 under-

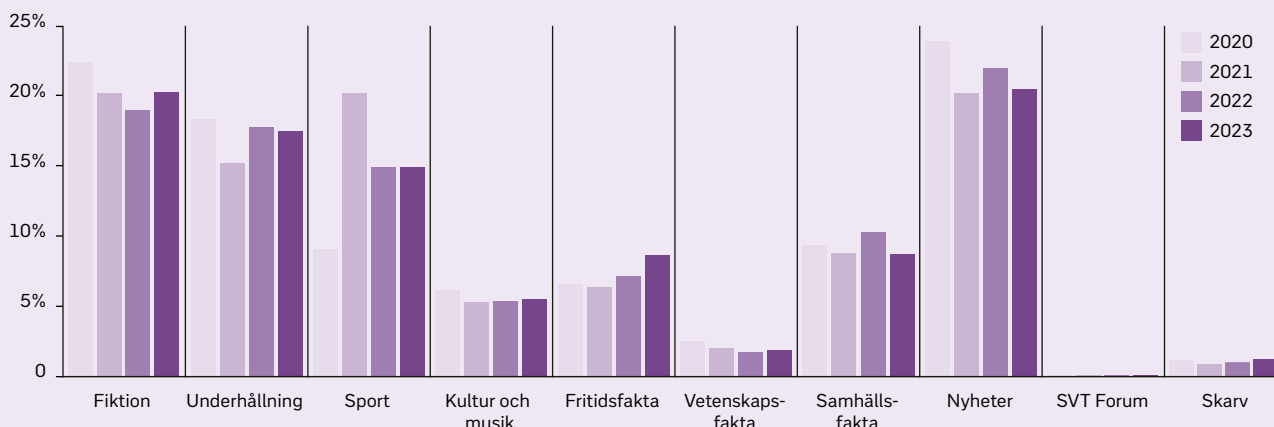
hållning, vilket gör att dessa kategorier är något högre än de skulle ha varit utan kostnader för barn och unga. Under 2023 har utbudet för barn och unga kostat 467 miljoner kronor. I avsnitt 5.3 redovisas utbudet för barn och unga som en egen kategori. I avsnitt 6.3 beskrivs vidare hur SVT arbetar med utbudet för barn och unga.

Värt att känna till är även att utbudssiffrorna i kapitel 5 visar vad SVT sänt under året och är en avspeglning av utbudet, medan ekonomisiffrorna visar vilka kostnader SVT har haft under året. Kostnaderna uppstår inte alltid det år som programmet sänds, utan när det produceras. SVT har alltså ingen sändningsekonomi utan produktionsekonomi. Av 2023 års sända program togs en del kostnader redan 2022, och av 2023 års kostnader kommer en del program sändas först 2024 eller 2025. 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.

Fiktionsutbudets andel av de totala kostnaderna har ökat 2023, vilket främst förklaras av en större satsning på familjedrama, exempelvis *Ture Sventon*.

Även fritidsfaktas andel är högre 2023, vilket är en effekt av en generell ökad satsning inom kategorin som faller ut på många olika program samt även en ökad förproduktion av programproduktioner för nästkommande år jämfört med 2022. Inom kategorin redovisas titlar som *Historien om Sverige*, *Hotell Romantik* och *Antikrundan*.

7.2.2 Andel av totala kostnader per programkategori



Samhällsfaktas andel har minskat 2023 eftersom 2022 var ett valår som innebar större satsningar inom samhällskategorin.

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

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

7.3 PRODUKTIVITET OCH VERKSAMHETSUTVECKLING

Effektivitet

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

Produktivitet

Utöver den tvåprocentiga ökningen av SVT:s avgiftsmedel har SVT begränsade möjligheter att öka intäkterna. Därför arbetar SVT med ständiga produktivetsförbättringar. De uppstår genom att SVT regelbundet genomlyser olika verksamheter, arbetssätt och processer, vilket resulterar i krav på större eller mindre rationaliseringar. Förbättringar uppstår även i det dagliga arbetet i verksamheten 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 produktivetsförbättringarna från år till år.

SVT 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 ett mått som timkostnad inte ett rättvisande sätt att visa på utvecklingen av produktivitet i företaget. SVT har inte som mål att öka antalet sändningstimmar och inte heller att sänka den totala kostnaden för programverksamheten, utan istället att öka den. Ambitionen är att ständigt arbeta för att mer medel överförs till programverksamhet från den övriga verksamheten.

Det i kombination med att kostnaderna per programkategori varierar mellan åren beroende på produktionsmixen (se avsnitt 7.2) innebär att måttet timkostnad för att visa produktivitet enligt SVT:s bedömning inte är tillämpligt som produktivetsmått. Eventuella förändringar av timkostnader har många förklaringar, exempelvis ökade kvalitetssatsningar,

ändrad produktionsmix, rationaliseringar och kostnadsökningar. Utvecklingen över tid ger därmed ingen indikation på produktiviteten i verksamheten utan är ett resultat av många olika faktorer.

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

Nyckeltalet tas fram genom att produktivetsförbättringar 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 produktivetsökande 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. Förbättringar som inte kan värderas på ett tillförlitligt sätt tas inte med.

Det samlade värdet av förbättringarna i relation till erhållna avgiftsmedel utgör SVT:s nyckeltal. Värdet av de åtgärder som gått att beräkna uppgår till sammanlagt 94,1 miljoner kronor 2023. Utfallet för nyckeltalet 2023 är därmed 1,8 procent av storleken på avgiftsmedlen. För 2022 uppgick nyckeltalet till 1,0 procent (49,1 miljoner), för 2021 uppgick nyckeltalet till 1,9 procent (96,9 miljoner) och för 2020 1,6 procent (79,2 miljoner).

SVT:s bedömning av nyckeltalets utfall 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. I följande stycken förs ett fortsatt resonemang om nyckeltalet som sådant, hur nyckeltalet kan utvärderas, vilken analys och slutsats som kan dras av nyckeltalets utfall samt vilka åtgärder som planeras med anledning av nyckeltalets utfall.

SVT har tidigare övervägt att ange en målnivå för nyckeltalet men har landat i att en fast målnivå inte är ändamålsenlig. SVT strävar efter att stimulera till ständiga förbättringar i all verksamhet, samtidigt som SVT säkerställer

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.”



Daniel Nannskog, Therese Strömberg, André Pops i *Fotbollstudion*. Foto: Marika Lindgren/SVT

att det går att leverera på uppdraget. När SVT ställs inför utmaningar i omvärlden, som under de senaste åren med ökat kostnadstryck, blir det nödvändigt att snabbt söka nya metoder och lösningar. En del kan leda till kostnadsbesparingar medan andra kan leda till ökade kostnader, exempelvis vid ett förändrat säkerhets- och beredskapsläge. Att på övergripande nivå bestämma en viss målnivå riskerar därför att leda fel.

Nyckeltalets huvudsyfte är att visa på att produktivetsförbättringar sker fortlöpande, det vill säga måttet i sig visar att SVT bedriver verksamheten på ett rationellt sätt, oavsett uppmätt nivå på nyckeltalet så länge nivån är positiv. SVT kommer fortsatt följa, analysera och kommentera utfallet av nyckeltalet, år för år.

Nivåerna på nyckeltalet som uppmätts de senaste åren kan ses som en indikation på vad som kan vara rimligt att uppnå sett över längre tid. Det visar även på att produktivetsförbättringarna kan variera från år till år beroende såväl på omständigheter i omvärlden som på

variation i när effekt av egen teknisk innovation eller utveckling uppstår. Utfallet av nyckeltalet över tid värderas utifrån om det är tillräckligt högt för att möta de långsiktiga resursbehov som SVT ser för att vara fortsatt relevant för publiken, eller om takten på produktivetsförbättringarna behöver öka.

Det alltmer ökande kostnadstrycket i omvärlden har stor påverkan på SVT:s ekonomi. Dels påverkas SVT i form av ökade kostnader för att producera tv, det vill säga kostnader för rättigheter, talanger och medverkande, och dels i form av de ekonomiska omvärldsförändringarna som medfört inflation, räntehöjningar och valutafluktuationer. Ett osäkert omvärlds- och säkerhetsläge och ny lagstiftning inom säkerhetsområdet har även lett till omfattande investeringsbehov i säkerhets- och beredskapsåtgärder. Därtill driver digitaliseringen fortsatt ett betydande investeringsbehov i teknik.

Dessa förändringar ställer krav på en snabbare produktivetsökning än vad nyckeltalet hittills visat för att SVT även fortsättningsvis ska kunna ge publiken

ett brett och förnyat utbud.

SVT har under lång tid arbetat med ett proaktivt och långsiktigt besparingsarbete för att möta ett högre kostnadstryck. Redan under föregående tillståndsperiod vidtog SVT åtgärder för att möta utmaningarna, som skärptes när ytterligare kostnadsökningar slog igenom under pandemiåren. Åtgärder som har bidragit till långsiktigt sänkta kostnader innefattar bland annat minskade lokalytor samt rationaliseringar och innovation inom teknik. Kraftiga besparingar har även skett inom administration och ledningsfunktioner. SVT:s bedömning är att det arbetet har motsvarat ett kostnadstryck på 200 miljoner kronor.

I ljuset av kraftigt ökade kostnader för tv-produktion och fortsatta behov av investeringar i säkerhet och beredskap initierade SVT under hösten 2021 ett nytt besparingsarbete med syfte att genomföra åtgärder med en nivåsänkande ekonomisk besparingseffekt på 100 miljoner kronor senast år 2025. Under 2023 har det fortsatta kostnadstrycket med hög inflation och löneökningar för-



anlett SVT att utöka besparingskravet till sammanlagt 200 miljoner kronor, istället för de ursprungliga 100 miljoner kronorna. De kommande besparingarna kan komma att beröra mellan 70 och 80 tjänster, där Stockholm är den ort som kommer att påverkas mest. Automatisering av livetextning av program ska införas, vilket kommer att leda till ett minskat antal tjänster. Besparingar ska genomföras inom stödfunktioner, men även redaktionell personal inom programverksamheten och nyhetsverksamheten kommer att beröras. Färre vikariat och minskat externt stöd är andra exempel på kostnadsänkande åtgärder. Den teckenspråkiga programverksamheten i Falun flyttar till Stockholm, vilket sänker kostnaderna då Falun blir en renodlad nyhetsort. Beslutade åtgärder ska ha full nivå-sänkande effekt från 2025, men kommer till viss del att falla ut redan under 2023 och 2024.

Under 2023 har totalt 40 miljoner kronor av besparingarna effektuerats. Resultatet av dessa åtgärder ingår som en del i produktivitetsnyckeltalet för 2023.

Med de beskrivna åtgärderna ovan

är SVT:s bedömning att företaget från slutet av föregående tillståndspériod till utgången av 2025 kommer att ha hantierat ett samlat kostnadstryck på cirka 400 miljoner kronor.

Rationaliseringar i verksamheten

Som nämns ovan arbetar SVT kontinuerligt med rationaliseringsåtgärder, det vill säga produktivitetsförbättringar, i verksamheten, för att kunna finansiera nya satsningar, ökad kvalitet av utbudet samt möta andra kostnadsökningar. Åtgärderna delas in i två områden:

- » Rationaliseringar i verksamheten
- » Andelen inköp enligt LOU

Det här området har som tidigare nämnts genererat rationaliseringar till ett värde av 94,1 miljoner kronor 2023, varav 54,1 miljoner kronor hänförs till löpande rationaliseringar och 40 miljoner kronor kan kopplas till det totala besparingskravet på 200 miljoner som löper fram till 2025. Nedan följer exempel på vidtagna rationaliseringsåtgärder 2023:

Inom ramen för programbudgeten

bedrivs det löpande rationaliseringsarbetet till stor del genom ett konstant kostnadstryck på programproduktionen. Som princip medges därför ingen kostnadsökning för egenproducerade program trots att kostnader för personal, rättigheter och medverkande ständigt ökar. Det gäller egenproducerade program utom nyheterna som är det enda programområdet som får en årlig ökning av medel motsvarande cirka två procent.

Inom det tekniska området har en egenutvecklad molnplattform skapats, som möjliggör betydligt lägre kostnader för i huvudsak lagring av videofiler jämfört med externa alternativ.

Annat teknisk utveckling har under året inneburit användning av AI för transkribering av råmaterial. Det har även skett byte till billigare teknik, med bibehållen funktionalitet, inom till exempel arkiv- och inspelningsverksamheten. Andra exempel är utveckling av mer kostnadseffektiv mobil journalistik för riksnyheter, som även gör det möjligt att filma utomlands där det annars funnits begränsad möjlighet.



Agenda special: Klimatutmaningen Forskare och politiker om hur Sverige ska kunna nå klimatmålen. Foto: TT

Inom nyheterna har även effektivisering av verksamheten skett när det gäller grafiken i de lokala sändningarna samt produktionen av de lokala väderlekspresentationerna.

SVT arbetar aktivt med hållbarhetsfrågor och genom att i större utsträckning återbruka teknik, möbler med mera får det även positivt genomslag på kostnaderna. Under 2023 har det varit särskilt påtagligt.

Därtill pågår ett arbete med att minska lokalytor, vilket under året inneburit lägre hyreskostnader.

SVT fortsätter kontinuerligt arbetet med att förändra organisation och arbetssätt i syfte att kunna omprioritera arbetsområden och därmed även resurser med ett förbättrat resursutnyttjande som följd. Under året har det både inneburit att tjänster inte har behövt återbesättas samt att externa intag kunnat undvikas, vilket bidragit till en betydande kostnadsminskning. Förbättringarna återfinns såväl inom programverksamheten som inom teknik och administration. Som ett exempel kan nämnas att reportrar tagit över textning av nyhetsvideo online, vilket frigjort resurser för annan textning och externa intag har därför minskat. Antalet publicerade videoinslag har även ökat med cirka 10 procent

med oförändrad bemanning, vilket inneburit en produktivitetsökning i sig.

Administrationen arbetar fortlöpande med att utveckla olika automatiseringar som minskar det manuella arbetet inom till exempel löne- och redovisningsavdelningen.

Därutöver sker ständigt en översyn av avtal och licenser i syfte att säkerställa att de är marknadsmässiga och ger bästa möjliga utdelning för pengarna.

Andelen inköp enligt LOU

En viktig produktivitetåtgärd har varit en förbättring av SVT:s inköpsverksamhet, och ett centralt nyckeltal är därför andelen inköp enligt LOU. Målet för detta nyckeltal är att nå 90 procent över tid. Allt fler inköpsbeslut som inte rör hela programprojekt har 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 alltså, likt tidigare år, hur stor del av den totala utgiften (utbetalningar till leverantörer) som går till leverantörer som har upphandlats och där avtal finns, även kallat inköpsandel för avtal. Detta är ett relevant mått då modellen för LOU

är utformad för att gynna största möjliga produktivitet och konkurrensneutralitet. Mätningen sker för alla de leverantörer där SVT handlar för mer än 875 000 kronor inklusive moms, gränsen för direktupphandling.

Resultatet för 2023 ökade något och inköpsandelen för avtal hamnade på 91 procent jämfört med 90 procent för 2022.

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

Sammanfattningsvis har SVT i avsnitt 7.3 redovisat ett ekonomiskt nyckeltal som visar produktivitet i enlighet med medelsvillkoren 1 och 22 samt även redovisat hur SVT utvärderar, analyserar och drar slutsatser av nyckeltalets utfall. SVT menar därför att SVT visat att verksamheten inom ramen för uppdraget bedrivs på ett rationellt sätt samt att SVT har vidtagit åtgärder som syftar till ökad produktivitet.

I avsnitt 2.3 utvecklas vidare ett resonemang om graden av måluppfyllelse för SVT:s effektivitet i relation till förbrukade resurser.

7.4 SIDOVERKSAMHET

Sidoverksamheten riktar sig både till tittarna och till företagsmarknaden. Generellt kan sidoverksamheten sägas syfta till att erbjuda och utnyttja rättigheter, resurser och goodwill. SVT har en mängd rättigheter och resurser som det finns en naturlig efterfrågan på. Intäkter uppstår dels när det från tid till annan uppstår ledig produktionskapacitet som hyrs ut, dels från varumärkesstödjande försäljning av rättigheter samt vid naturlig efterfrågan på SVT:s rättigheter och resurser. Detta skiljer SVT:s sidoverksamhet från vissa public service-bolag i andra länder, som 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 direkta särkostnader och samkostna-

der. Samkostnaderna beräknas med hjälp av en schablonfördelning av kostnaderna för de resurser som används blandat, det vill säga gemensamt i de olika verksamheterna; kärnverksamheten, kompletterande respektive sidoverksamheten. Exempel på sådana samkostnader är stödfunktioner som ekonomi, HR, kommunikation, juridik och fastighet. Sidoverksamhetens del av fastighetskostnader, tele-, distributions- samt servicekostnader, alltså för programbolagen gemensamma kostnader som redovisas i Sveriges Radio Förvaltnings AB, belastar också sidoverksamheten. Det gemensamma påslaget för samkostnaderna fördelas proportionellt mot respektive verksamhets intäkt. Vid försäljning av till företaget anknutna produkter belastas sidoverksamheten dock inte till någon del av den ursprungliga kostnaden för en tv-produktion, eftersom detta utgör kärnverksamhet.

Omsättningen, det vill säga de samlade

MEDELSVILLKOR 3

“Sidoverksamheter till SVT:s sändningsverksamhet ska bära sina egna kostnader och i övrigt bedrivs på ett konkurrensneutralt sätt i förhållande till andra företag som tillhandahåller motsvarande tjänster. Sidoverksamheter ska redovisas som egna resultatområden.”

MEDELSVILLKOR 11

“Sidoverksamheter ska inte ges en sådan omfattning eller vara av sådan karaktär att de kan riskera att inkräkta på kärnverksamheten eller skada förtroendet för radio och tv i allmänhetens tjänst.”

MEDELSVILLKOR 22

“SVT ska särskilt redogöra för företagets intäkter vid sidan av avgiftsmedel. I den redovisningen ska ingå: – eventuella sidoverksamheter som företaget har bedrivit.”

7.4 Sidoverksamhet, mkr

		2020	2021	2022	2023
Produktionsresurser	Intäkter	13,4	19,4	19,0	16,3
	Kostnader	11,3	17,1	16,8	12,8
	Gemensamt påslag	1,8	1,9	2,0	1,4
	Resultat	0,3	0,4	0,2	2,1
Hela tv-program	Intäkter	4,9	4,3	4,5	3,7
	Kostnader	2,3	1,5	1,5	1,5
	Gemensamt påslag	0,7	0,4	0,5	0,3
	Resultat	1,9	2,4	2,5	1,9
Försäljning rättigheter	Intäkter	7,1	7,1	7,6	8,0
	Kostnader	3,6	3,6	3,6	3,7
	Gemensamt påslag	0,9	0,7	0,8	0,7
	Resultat	2,6	2,8	3,2	3,6
Arkivförsäljning	Intäkter	7,9	7,5	8,6	11,2
	Kostnader	2,8	3,0	3,4	3,5
	Gemensamt påslag	1,1	0,8	0,9	1,0
	Resultat	4,0	3,7	4,3	6,7
Rekvisita o kostym	Intäkter	11,9	13,0	13,8	14,1
	Kostnader	7,0	10,7	12,0	10,6
	Gemensamt påslag	1,6	1,3	1,4	1,2
	Resultat	3,3	1,0	0,4	2,3
Totalt	Intäkter	45,2	51,3	53,5	53,3
	Kostnader	27,0	35,9	37,3	32,1
	Gemensamt påslag	6,1	5,1	5,6	4,5
	Skatt	2,6	2,1	2,2	3,4
	Resultat	9,5	8,2	8,4	13,3

intäkterna, är i princip oförändrad jämfört med 2022 men kostnaderna har minskat något, vilket gör att det samlade resultatet är något bättre än 2022, främst hänförligt till arkivförsäljningen.

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. Såväl intäkter som kostnader har minskat något 2023 jämfört med 2022.

Hela tv-program

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

Försäljning av rättigheter

Övrig försäljning av rättigheter uppstår bland annat när egenutvecklade programformat säljs, exempelvis idén till ett program. Där till kommer varumärkestödjande försäljning av produkter, böcker, spel med mera.

Arkivförsäljning

Det finns en naturlig efterfrågan från tv-bolag och andra produktions-

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. Intäkterna har ökat något i år bland annat som följd av stort intresse för *H.M. Konungen – 50 år på tronen*.

Rekvizita och kostymer

SVT har under åren byggt upp stora förråd av rekvisita och kostymer som används i SVT:s produktioner. 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 2023 till 13,3 miljoner kronor. Det samlade resultatet, såväl som enskilda resultatområden, gav ett överskott vilket visar att 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 från sidoverksamheten uppgick 2023 till 53,3 miljoner kronor vilket motsvarar 1 procent av SVT:s samlade intäkter. De samlade kostnaderna uppgick till 40,0 miljoner kronor vilket motsvarar 0,7 procent av SVT:s samlade kostnader (jämför tabell 7.2.1 där kostnaden avrundats till 1 procent).

SVT:s kontroll av sidoverksamheten

Inom i princip samtliga områden finns etablerade prisbilder för motsvarande produkter som SVT tillhandahåller. Som exempel kan nämnas priser för visningsrätter, DVD/TVOD-försäljning och uthyrning av produktionsteknik. SVT beaktar dessa priser vid förhandling efter offertgivning, i de fall kännedom om prisbilden finns. SVT:s del av de här marknaderna är normalt så liten att SVT inte är prispåverkande. Marknadsmässighet säkras även genom att SVT alltid kräver kostnadstäckning plus ett påslag.

För enstaka tjänster finns inte samma etablerade modeller. Exempelvis har SVT en av de största och mest renodlade tv-studiorna i Norden. SVT:s priser kan där jämföras med närliggande verksamheter,

det vill säga andra arenor eller filmstudior, och den relativa kostnaden för mindre studior som SVT och andra aktörer tillhandahåller.

SVT:s produktionsresurs är i första hand 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. Värt att betona är att programbeställningarna från SVT är helt skilda från uthyrningsverksamheten av produktionskapacitet, vilket innebär att ett externt produktionsbolag fritt kan välja vilken leverantör som nyttjas och därmed kan konkurrensutsätta SVT:s uthyrningsverksamhet.

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.

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 företagens revisorer.

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

7.5 SÅ SAMARBETAR PUBLIC SERVICE-BOLAGEN

Public service-bolagen samarbetar inom en rad områden. Grundprinciperna är att samarbetena ska bidra till ett mer effektivt resursutnyttjande som frigör medel till innehållsproduktion eller på annat sätt stärker förmågan att uppfylla public service-uppdraget. De ska ta hänsyn till bolagens olika behov och uppdrag och inte påverka formella säkerhets- och beredskapsansvar negativt.

Befintliga samarbeten utvärderas och nya går kontinuerligt igenom. Fokuserade samarbetsområden under 2023 har gällt stödfunktioner och fastigheter. En majoritet av samarbetena har utvecklats under flera år men det finns också de som påbörjats under 2023.

Samarbetena under 2023 har skett inom följande områden:

- » koncerngemensamma upphandlingar
- » det samägda serviceföretaget SRF
- » gemensamma lokaler
- » extern dialog och kunskapsförmedling
- » administration, arkiv och HR-frågor
- » programverksamhet
- » hållbarhet, säkerhet och kvalitet i utbudet

Bolagsgemensamma upphandlingar

De tre programbolagen samt SRF genomför varje år en lång rad gemensamma upphandlingar. Med några få undantag görs dessa via LOU, knappt 1,4 miljarder kronor.

Det samägda serviceföretaget SRF

SRF (Sveriges Radio Förvaltnings AB) är ett serviceföretag med cirka 60 anställda som ansvarar för gemensamma service- och stödfunktioner åt de tre programbolagen. 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 %), SR (34,4 %) och UR (4,6 %) och finansieras genom att programbolagen avstår avgiftsmedel enligt en kostnadsfördelningsmodell. Under 2023 var den sammanlagda summan för medelsavståndet 231 miljoner kronor (193 miljoner kr 2022), varav SVT:s andel var 139 miljoner kronor (107 mkr 2022).

Under 2022 påbörjades koncerngemensamma upphandlingar av städtjänster, magasinering för och flytt av dekorer, tekniska konsulter, tjänsterese-, utlandsplacerings- och olycksfallsförsäkring, IT-återvinning, el-servicearbeten och mindre el-entreprenader, korttidshyra av bilar, taxitjänster i Göteborg och Malmö.

Gemensamma lokaler

Cirka 75 procent av public service-bolagens samlade medarbetarskara sitter samlokaliserat, det vill säga i fastigheter där två eller flera av bolagen har verksamhet. Alla tre bolagen samt SRF är samlokaliserade i Göteborg och

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.”

Under 2023 avslutade de tre programbolagen SVT, SR och UR i samarbete med Sveriges Radio Förvaltnings AB (SRF) 28 (2022, 27) större gemensamma upphandlingar:

- » Upphandlingar som omfattade samtliga public service-bolag avsåg städtjänster, tekniska konsulter, tjänsterese-, utlandsplacerings- och olycksfallsförsäkringar, el service och installation Stockholm, korttidshyra av bilar, kontorsmaterial, inredning och cirkulära tjänster, presentkortportal, drivmedel, kurs- och konferenstjänster, taxitjänster i Göteborg samt taxitjänster i Malmö.
- » SVT, SR och UR genomförde gemensamma upphandlingar av bevakning av fastigheter, magasinering för och flytt av dekorer, it-återvinning, evenemangssäkerhet samt IT-konsulter. SVT och UR genomförde gemensamma upphandlingar av professionella kameror, långtidshyra av bilar, support för säkerhetsprodukter, internkommunikation till exempel mellan studio och kontrollrum (intercom) och tillhörande tjänster, konsulter inom informations-säkerhet och dataskydd, penetrationstester och IT-säkerhetskonsulter, IT-konsulter, videoservrar, personskyddstjänster, LED-displays samt ljusprodukter.
- » Under 2023 påbörjades koncerngemensamma upphandlingar av telefoni, återförsäljare av Pro Tools, KVM-produkter (Keyboard, Video, Mouse), byggentreprenad Renovering av kontorsfastighet, passerkortsämnen och passerkortstillbehör, brandskyddsprodukter, konsultstöd CSRD, Corporate Sustainability Reporting Directive, samt servrar.

Stockholm. Bolagen har gemensamt med SRF ett fastighetsråd som samordnar lokal- och fastighetsfrågor, och programbolagen samlokaliseras och samutnyttjar lokaler där det är möjligt och rationellt.

SVT och SR är samlokaliserade i:

- » Arvidsjaur
- » Borås
- » Kalmar
- » Karlskrona
- » Kiruna
- » Linköping
- » Norrköping
- » Skellefteå
- » Visby
- » Örnsköldsvik

Extern dialog och kunskapsförmedling

De tre bolagen samarbetar med arrangemang som syftar till ökad kunskap om mediers roll och uppfyllande av krav på dialog med berörda grupper. SVT, SR och UR arrangerar tillsammans med lokala tidningshus *Fria ordets dag* där sjätteklas-

sare får lära sig mer om journalistik, tryck- och yttrandefrihet och källkritik. 2023 deltog drygt 33 000 elever i arrangementet som görs via digitala plattformar. Tillsammans arrangerar de tre bolagen och Funktionsrätt Sverige den årliga PS Funk-konferensen för dialog om tillgänglighet till utbudet och spegling av frågor som rör personer med funktionsnedsättningar. 2023 genomförde SVT och UR för första gången gemensamma dialoger med en rad tillgänglighetsorganisationer under Almedalsveckan på Gotland.

Samarbeten kring administration, arkiv och HR-frågor

Sedan flera år sköter SVT på uppdrag av UR delar av UR:s ekonomi- och löneadministration i syfte att öka samarbete och effektivitet. UR använder även SVT:s arkiv för att lagra rörligt bildmaterial.

Samarbeten kring programverksamhet

» De tre programbolagen träffar varje år överenskommelser för insatser på minoritetsspråk och teckenspråk samt för personer med funktionsnedsättning. Överenskommelserna ligger till grund för verksamheterna (se avsnitt [6.4](#), [6.5](#) samt [6.6](#)).

» SVT och SR samarbetar kring *Vi i femman*, *Världens barn*, *P3 Guld*, *Melodifestivalen* och *Idrottsgalan* samt en del av Berwaldhallens konserter.

» SVT och UR samarbetar kring *Lilla Aktuellt* och *Lilla Aktuellt Skola*.

» SVT och SR samarbetar kring *Musikhjälpen*.

» SVT och SR samarbetar redaktionellt med *Sameradion* och *SVT Sápmi*.

» SVT och SR samarbetar kring lokal journalistik, 2023 exempelvis *Uppsala möts*, där SVT Nyheter Uppsala, Sveriges Radio P4 Uppland och även Uppsala Nya Tidning samarbetade med anledning av höstens våldsvåg i Uppsala.

Hållbarhet, säkerhet och kvalitet

De tre bolagen samarbetar när det gäller:

- » hållbarhetsarbete, exempelvis gemensamma utbildningar för medarbetare och samordnad utformning av företagens klimatredovisningar
- » säkerhetsarbete vid bland annat evenemang och vid de platser och lokaler i landet där bolagen är samlokaliserade, samt i ett gemensamt säkerhetsråd
- » större evenemang, galor, viss kulturverksamhet och utdelning av utmärkelser
- » medfinansiering av medieforskning och publikundersökningar
- » språkvård och rådgivning samt utbildningar för nyanställda
- » utbildningar inom programjuridiska frågor
- » dialog och erfarenhetsutbyten inom exempelvis juridik och lagstiftningsfrågor, publikanalys med flera andra områden
- » löpande dialog och samarbete för att utveckla public service-redovisningarna

Dessa samarbeten är relativt svåra att kvantifiera i en summa pengar, där tidsinsatsen för att ta fram siffran inte skulle stå i paritet med värdet. Det samma gäller samarbeten i Norden och inom EBU vars syfte är att stärka public service i Norden och där SVT är det public service-bolag i Sverige som har avsevärt flest samarbeten. Medlemmarna samproducerar och utväxlar program, utvecklar format och delar olika former av kunskap över gränserna. Bolagen samarbetar också med övriga mediebranschen i Utgivarna och de medieetiska systemet MO-MEN.

Sammantaget redovisar SVT i avsnitt [7.5](#) de samarbetsområden med de övriga public service-bolagen som bidrar till att verksamheten bedrivs rationellt enligt de ekonomiska förutsättningarna i medelsvillkor 1 och 4.



Vidmarkskvivan med Carina Henriksson. Foto: Mattias Löw



Musikhjälpen sände direkt 144 timmar från torget i Växjö. Foto: Axel Boberg/SVT

7.6 KOMMERSIELLA SAMARBETEN

SVT, SR och UR har en gemensam tolkning och definition av begreppet kommersiella samarbeten vars intäkter uppstår inom ramen för kärnverksamheten:

“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 royaltymbetalningar eller sponsring.

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

Vid samproduktioner enas flera samproducenter om en finansieringsplan där parterna finansierar produktionen och erhåller rättigheter i förhållande till insats och överenskomelse. Storleken på intäkterna från samproduktioner kan variera mellan åren beroende på mängd och typ av samarbeten. SVT betraktar samtliga samproduktioner som kommersiella samarbeten. Intäkter från samproduktioner beskrivs även under avsnitt 7.1.

Vad gäller samarbetet kring *Nobel* har SVT

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

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

För själva turnén saknar SVT rätt kompetens. Därför upphandlar SVT tjänsten turnésamordning, en upphandling som genomförs i enlighet med lagen om offentlig upphandling. Turnésamordnaren svarar för kostnader som är relaterade till själva turnéproduktionen, exempelvis resor, logi, viss lokalhyra, transporter, catering, säkerhet på plats, ackreditering och sjukvård. För närvarande är det All Things Live som är den upphandlade parten och SVT betalar en ersättning till dem.

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”

Dessutom uppbär SVT intäkter vid licensieringen av varumärket och tillhörande rättigheter som hör samman med arrangemanget av de publika föreställningarna. Det gäller bland annat möjligheten för externa bolag att nyttja varumärket Melodifestivalen till att marknadsföra biljettkampanjen kopplad till de allmänna sammankomsterna. De senaste åren har eventföretaget Live Nation varit SVT:s partner för detta.

I samband med 2023 års final utgjordes huvudsponsorerna av Elon, ICA, OBOS, Marabou och Nordea samt partners som bestod av Butterick's, Bravo, Coca-Cola, Expressen, Malaco, OLW, Telenor och Westfield Mall of Scandinavia. Det handlar bland annat om att kunna visa produkter i Live Nations sociala medie-kanaler, det vill säga synlighet i Melfest live-kanalerna, där Melfest är en hashtag som inte är varumärkesregistrerad. Live Nations officiella leverantörer utgjordes av Elite Hotels, One More Family och SCM.

Sedan 2022 redovisas den intäkt som är att betrakta som sponsringsintäkt bland SVT:s sponsringsintäkter. Tidigare år har motsvarande intäkt redovisats bland andra rörelseintäkter.

I enlighet med förväntningarna på SVT, framför allt vad gäller affärsetik, redovisar SVT inte enskilda ekonomiska uppgörelser eller avtal. De tre formerna av kommersiella samarbeten, det vill säga samtliga samproduktioner, samarbetet kring *Nobel* samt samarbetet kring *Melodifestivalen* exklusive sponsringsintäkter, genererade sammanlagt intäkter på cirka 112 miljoner kronor 2023 (cirka 88 miljoner kronor 2022). Ökningen beror på att de samlade samproduktionsintäkterna respektive intäkterna från Melodifestivalen ökat 2023. Under 2022 års Melodifestival förelåg vissa begränsningar i antal platser i arenorna på grund av coronapandemin, medan 2023 års Melodifestival kunde genomföras utan sådana begränsningar och genererade något högre intäkter. För mer detaljer om intäkter från samproduktionsintäkter, Nobel och Melodifestivalen, se avsnitt 7.1.

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 inom ramen för kärnverksamheten som SVT har haft samt vilka aktörer bolaget då samarbetat med, för det andra vilka slags intäkter som har genererats från samarbetena och för det tredje i vilka produktioner som samarbeten ingått. SVT har även beskrivit vilka kostnader som bärs av SVT vid kommersiella samarbeten och har därmed också visat att SVT inte erhållit annan slags kompensation som reducerat kostnaderna.

Oberoendet vid kommersiella samarbeten

Som framgår ovan utgörs kommersiella samarbeten av samtliga samproduktioner, samarbetet kring *Nobel* samt samarbetet kring *Melodifestivalen* exklusive sponsringsintäkter. Som beskrivits i avsnitt 3.5 blir alla program som produceras eller köps in av SVT föremål för en publicistisk bedömning utifrån SVT:s publiceringsregler för att följa reglering gällande exempelvis oberoende, opartiskhet, indirekt sponsring och otillbörligt gynnande. Det omfattar även kommersiella samarbeten.

Avtal om samproduktion, produktionsutläggning och förköp/inköp av visningsrätt som upprättas av SVT inkluderar reglering om att produktionsbolag inte har rätt att i programmet medge reklam eller otillbörligt gynna särskilda intressen. Produktionsbolag får inte heller utnyttja sin medverkan i programmet i sammanhang som sätter SVT:s opartiskhet eller oberoende i fråga. Produktionsbolag åläggs vidare att i de avtal det ingår med medverkande ta med motsvarande reglering.

I överenskommelserna med Nobel Prize Outreach säkerställs SVT:s oberoende genom att SVT självständigt avgör vilka program som ska sändas och hur de programläggs.

I Melodifestivalen kan externa bolag nyttja varumärket Melodifestivalen till att marknadsföra biljettkampanjen kopplad

till de allmänna sammankomsterna. Den exponeringen visas aldrig i bild och SVT säkerställer att det aldrig innebär att sponsorerna har någon som helst påverkan på programmet. Sedan 2020 har SVT avstått helt från att ha spelbolag som sponsorer. Lämpligheten av en viss sponsor prövas från fall till fall i förhållande till SVT:s oberoende och uppdrag i allmänhetens tjänst där följande andra typer av sponsorer undviks; stat, kommun, landsting, politiska och fackliga organisationer, arbetsgivarorganisationer, religiösa organisationer samt övriga organisationer som företräder partsintressen i samhället. Varken All Things Live, som upphandlats för turnésamordning, eller Live Nation, som sköter licensiering av varumärket Melodifestivalen och biljettförsäljning, har någon redaktionell roll i produktionen. Överenskommelserna med Live Nation respektive All Things Live innehåller regleringar som säkerställer SVT:s oberoende. SVT ger de tävlande bidragen rätt att bygga ut sitt scenframträdande på egen bekostnad, men SVT har slutlig bestämmanderätt över utformningen.

Se avsnitt 3.5 för säkrande av oberoendet vid indirekt sponsring.



Parisa Amiri programledde *Guldbaggegalan* som direktsändes från Cirkus i Stockholm. Foto: Morgan Norman/SVT

KAPITEL ÅTTA

Planer för framtiden

*Här redovisas SVT:s planer i form av
prioriterade satsningar kommande år.*



Planer för framtiden

Årets public service-redovisning lämnas i en tid av fortsatt internationell och inhemsk oro. Den globala klimatkrisen intensifieras, krigen i Ukraina och Mellanöstern fortsätter, terrorhotnivån i Sverige har höjts, gängkonflikter och tuffa ekonomiska utmaningar sätter samhället under press.

I allt detta har publiken fortsatt visa sitt förtroende för SVT. Värdet av SVT för samhället och för individen märks inte minst i hur människor vänder sig till SVT:s sändningar och digitala plattformar för ett unikt utbud av svenskt innehåll som engagerar, samlar och bidrar till kunskap.

2024 strävar SVT efter att fler ska känna sig inkluderade och delaktiga i samhällets viktigaste frågor och bli mer motståndskraftiga mot desinformation²⁴. Utgångspunkten är företagsstrategin 2023–2025 som sätter en ännu högre ambitionsnivå på en rad områden, vilket utvecklas helt kort här.

Stärka SVT som hela Sveriges samlingsplats för kunskap och gemenskap

Grunden i SVT:s företagsstrategi – att vara hela Sveriges samlingsplats för kunskap och gemenskap – kommer att märkas mer än någonsin år 2024. Under början av året sänds de sista delarna av SVT:s största historiesatsning, *Historien*

om Sverige. Det blir även ett år med högkvalitativt drama, som *Whiskey on the rocks*, om dramatiken 1981 när ubåt U137 gick på grund utanför Karlskrona, *Smärtpunkten*, om Lars Noréns kontroversiella pjäs 7:3 och så kommer publikfavoriten *Tunna blå linjen* tillbaka.

SVT stärker vetenskapsutbudet i en tid när konspirationsteorier frodas. Vetenskapsredaktionen blir navet i en större satsning där både Umeå och Stockholm kommer att producera program i nya utbudsområden SVT Vetenskap. Det ska ledas av en utbudsansvarig med ansvar för spetskompetens inom populärvetenskap, vetenskapsjournalistik, forskningsförankrade faktaserier, naturprogram, historia, teknik, klimat och miljö.

SVT ska fortsätta ligga i framkant i arbetet mot desinformation. Därför satsar SVT ännu mer på att utveckla spetskompetens inom faktagranskning och verifiering av bilder och påståenden inom ramen för SVT Verifierar. *Lilla Aktuellt* får också utökade resurser. Barn påverkas av rykten och brutala bilder i sociala medier. I chattar och specialprogram ska *Lilla Aktuellt* möta barns oro och svara på deras frågor.

2024 är ett historiskt valår, vilket kommer vara i fokus för SVT:s korrespondentnät när länder med över hälften av världens befolkning går till val. I juni hålls val

till EU-parlamentet. SVT planerar en rad satsningar för att bidra till att människor i Sverige kan fatta välinformerade beslut, bland annat genom interaktiva valkompasser och utfrågningar.

Som Sveriges största musikscen uppmärksammar SVT den stora kärlek till musik som finns i Sverige. Vid sidan av *Melodifestivalen* och *Eurovision Song Contest* satsas stort på musik under hela våren. Nya musikdokumentärer, konserter och en helkväll som firar 50-årsjubileet av ABBA:s seger i Brighton är något av vad som bjuds detta musikår i SVT.

Öka takten i förflyttningen mot online

Under 2024 kommer SVT att öka takten mot online för att möta publikens medievanor, behov och förväntningar. Utvecklingen visar hur viktiga SVT:s digitala tjänster är för en publik som i ökad utsträckning konsumerar tv online.

Frivilligt inlogg i SVT Play infördes 2023. Arbetet fortsätter för att göra tjänsten än mer relevant och personlig, vilket inte minst är viktigt för alla som behöver ta del av SVT:s tillgänglighetstjänster. SVT arbetar med att utveckla olika live-former i Play, för att också SVT Play ska vara en självklar plattform när stora nyhetshändelser inträffar.

SVT:s videocentriska nyhetstjänst

SVT Nyheter möter publikens behov av uppdatering via mobiltelefonen, särskilt hos unga användare. De senaste åren har nya innovativa videofORMAT tagits fram. Spellistor med tematiserade klipp, så kallade videosnurror, exempelvis om utvecklingen av kriget i Ukraina, har visat sig öka tittande på nyheter. SVT Nyheter ska fortsätta att ligga i den absoluta internationella framkanten när det gäller digitalt videoberättande.

SVT fortsätter 2024 att utveckla applikationer och tjänster med kompletterande text, bild och grafik för att öka tillgängligheten till innehållet. Det handlar bland annat om utvecklingen av direkttextning i såväl broadcast som online via AI, om funktionalitet som gör att videospelaren online kan spela snabbare eller långsammare, och om nyttjande av AI för att kunna tillämpa funktionen *Tydligare tal* på större delar av utbudet.

Tillsammans arbeta mer effektivt och hållbart

Även om inflationen väntas avta nästa år visar Riksbankens prognoser att inflationen och löneutvecklingen kommer att ligga på en hög nivå även 2024.²⁵ Det ökade kostnadsläget i tv-branschen visar inte heller några tecken på att mattas av. Tvärtom, internationella sammanslagningar, förvärv och samarbeten mellan

streaming- och telekomoperatörer vittnar om en fortsatt intensiv konkurrens om attraktivt innehåll. Mycket tyder på ett fortsatt allvarligt säkerhetsläge också under det kommande året, vilket kommer att präglade stora delar av SVT:s verksamhet 2024: journalistiken, programmen och organisationen. Det bedöms också leda till ökade kostnader för säkerhet och beredskap.

SVT har under tillståndspanen satts under ett exceptionellt stort yttre kostnadstryck. Det är grunden för de besparingar och omprioriteringar som närmare beskrivs i avsnitt 7.3. Besparingsarbetet är fortsatt i fokus för SVT 2024, med målsättningen att effektiviseringarna ska drabba publiken så lite som möjligt. Handlingsplanen innefattar en renodling av verksamheter, däribland ett förändrat uppdrag i Falun, hårdare prioriteringar mot automatisering och en neddragning av 70–80 tjänster. Som ett led i besparingsarbetet samarbetar SVT med SR och UR bland annat inom ramen för det gemensamma dotterbolaget Sveriges Radio Förvaltnings AB.

Med start 2024 kommer EU:s Direktiv om hållbarhetsrapportering (det så kallade CSRD-direktivet) att implementeras. Under 2023 har SVT:s samtliga upphandlingar innehållit miljökrav vilka utvidgats till att också omfatta krav på

klimatredovisande statistik kopplade till utförda uppdrag. För att minska företagets klimatavtryck har SVT bland annat initierat åtgärder för minskad elkonsumention och minskade utsläpp av växthusgaser, bland annat genom fler elbilar, färre resor med flyg och fortsatt utveckling av mindre resurskrävande teknisk infrastruktur. Ett Miljöråd arbetar med riktlinjer för grön tv-produktion, och gemensamma kompetenshöjande insatser med SR och UR planeras. En utbildningsinsatsning på ett inkluderande ledarskap som tillvaratar olika kompetenser och erfarenheter fortsätter under 2024.

SVT är hela Sveriges television och företaget kommer under 2024 att göra allt för att bidra till kunskap och gemenskap i Sverige och för att allt fler ska känna sig inkluderade.

FOTNOTER

24 [Seeing Is Believing: Is Video Modality More Powerful in Spreading Fake News via Online Messaging Apps?](#) | Journal of Computer-Mediated Communication | Oxford Academic (oup.com)

25 [Pennyngpolitisk rapport](#), september 2023 | Sveriges Riksbank

Appendix

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

På grund av automatiserad avrundning kan enskilda celler ha avrundats på ett sätt som gör att en summering inte överensstämmer med den angivna totalsumman. Den 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. Utbudet ska ha folkbildningsambition.	SVT har sänt program i en bredd av genrer. 72% av alla sändningar är på svenska.	5.3
		Stort arbete bedrivs internt. 64% av publiken anser att SVT är bra på att spegla mångfalden i landet vilket är en ökning jämfört med tidigare år under tillståndsperioden. SVT:s utbud har i alla genrer haft folkbildande ambitioner. Beskrivs i stycke 5.2	3.8 5.4 5.2
ST 7	Variation i produktionsformer	57% egen produktion och 43% annan. 2023 gick 1,5 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. SVT har bedrivit en massiv bevakning av kriget i Ukraina och i Gaza samt ökat de lokala sändningarna och etablerat ytterligare två lokala redaktioner. SVT finns nu på 50 platser i landet.	6.1
ST 9	Kulturutbudet	Utbudet utvecklas årligen. Bevakande, speglade och granskande program om svensk, nordisk och utomnordisk kultur har sänts. Flera satsningar på drama. Samarbeten med kulturinstitutioner, satsning på svensk film motsvarande cirka 100 mkr per år 2023–2025.	6.2
ST 10	Barn och unga. Språkliga behov hos barn och unga.	Stort och varierat utbud, mycket nyproduktion. Programutveckling för barn med kognitiva funktionsnedsättningar samt dramaserier för unga.	6.3
		SVT sänder de flesta minoritetsspråksprogrammen som tvåspråkiga.	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 tillgänglighetskrav för beställ-tv uppfyllt. Ny teknik används för att utveckla tillgänglighetstjänsterna bland för snabb och långsam uppspelning av program.	6.4 3.9
ST12	Minoritetsspråk Förstasändningar ska öka under tillståndsperioden	Bolagsgemensamt minoritetsspråksindex för förstasändningar samt för det totala utbudet där bolagen ligger över indexmål (2019). SVT sänder program på 46 olika språk inklusive minoritetsspråken och i nyhetssändningarna har cirka 90 olika språk översatts till svenska. SVT har haft dialog med en rad användargrupper.	6.5 6.6
ST13	Opartiskt och sakligt	Endast 7 fällningar 2023 vilket är hälften av 2022 och den längsta nivån sedan Granskningsnämnden bildades 1994. SVT analyserar årligen i detalj yttranden och fällningar och anpassar utbildningsverksamheten och rådgivningen utifrån analysen.	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	Antalet evenemang som sponsrats har inte överskridit villkoret om max 20 st.	7.1
	Indirekt sponsring	Tydliga rutiner och utbildningar om indirekt sponsring.	3.5
ST19	Bestämmelser om sponsringsmeddelande	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	87 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 28 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	Höjd beredskap har inte rätt i landet.	

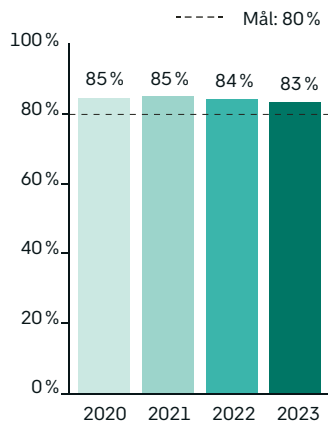
	Villkor	Utfall	Kapitel
MV1	Verksamheten ska bedrivas rationellt.	SVT beskriver sin effektivitet. SVT beskriver sin produktivitet. SVT samarbetar med UR och SR.	2.1–2.5 7.3, 7.5
MV2	Kärn- och kompletterande verksamhet	Definitionen beskrivs och god balans råder. Verksamheten på internet beskrivs.	4.4 4.2
MV3	Sidoverksamhet	Verksamheten beskrivs utförligt och delas upp i separata 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 distributionskostnader.	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.	SVT:s utbud kan tas emot på många olika sätt. Egensändningar sker i marknät, satellit och över öppna internet. Sändningarna vidarelämnas också över kabel och IPTV. Utbud tillhandahålls även i beställ-tv.	4.2
MV9	SVT ska ha öppna och tydliga riktlinjer för distribution på plattformar som inte är egna.	SVT har tagit fram riktlinjer.	4.3
MV10	SVT:s sändningar i Finland och övriga världen ska bära sina egna kostnader.	SVT bedriver inga sändningar av den typen 2022.	

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 2023.	3.7
MV 14	Decentraliserad organisation	SVT har en decentraliserad organisation.	3.6
MV 15	55-procent av produktion utanför Stockholm	65% av all allmän-tv producerades utanför Stockholm.	5.5
MV 16	Olika självständiga nyhetsredaktioner	Delegerat utgivarskap i decentraliserad organisation.	6.1
MV 17	Nyhetsverksamheten ska ta hänsyn till kvalitativa nyhetsmediers konkurrensförutsättningar.	SVT har tagit hänsyn genom bland annat fokus på rörlig bild, dialog, restriktiva citeringar och samarbeten.	3.4 6.1
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. Produktioner 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 sändningstillstånd	Inte aktuellt.	
MV 22	Redovisning av uppdraget	Skер genom denna redovisning. Tillgodoräknande av internet gällande minoritetsspråk redovisas i kapitel 6.5.	6.5
MV23	Redovisning av uppdraget	Skер 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

Kapitel 2

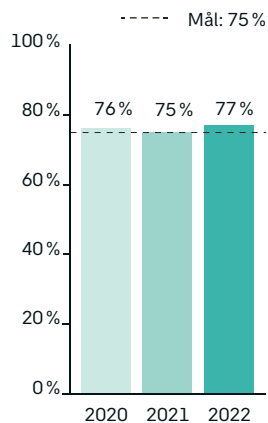
2.1.1 Räckvidd

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



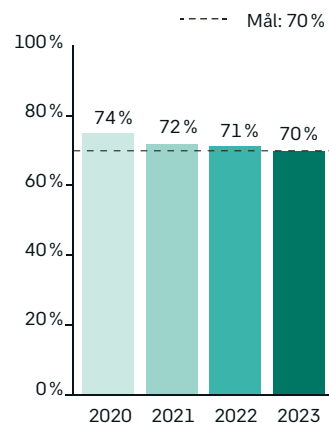
Källa: Norstat, 9–80 år (Kantar Sifo 2020–2022)

2.1.2 Förtroende för innehåll



Källa: SOM-undersökningen 16–85 år

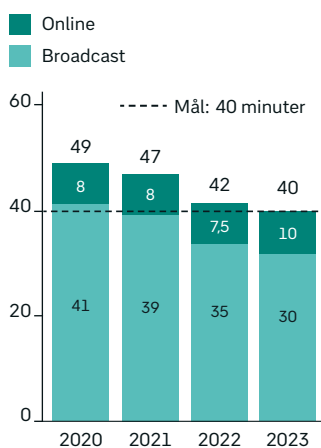
2.1.3 Ger kunskaper och insikter



Källa: Norstat, 16–80 år (Kantar Sifo 2020–2022)

2.2.1 Användning

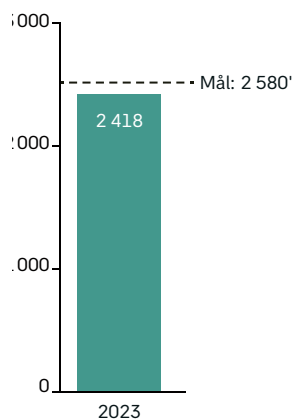
SVT:s totala tittartid i min per genomsnittlig dag – Broadcast/online



Källa: MMS (3–99 år)

2.2.2 Återkommandegrad

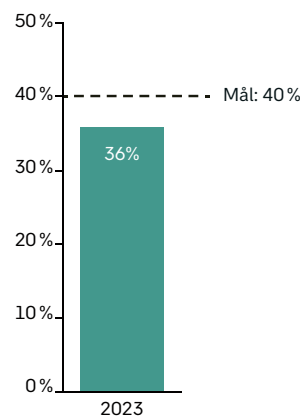
Andelen tittare som återkommer till SVT Play veckan efter föregående besök



Källa: Helix

2.2.3 Rekommendation

Andelen tittare som väljer att rekommendera SVT:s utbud till andra



Källa: Norstat, 16–80 år (Kantar Sifo 2020–22)

Kapitel 3

3.2.1 Utomstående medverkan och andra samarbeten, mkr

Medverkande och programanställda

Mkr	2020	2021	2022	2023
Arvoden	139,0	146,6	148,5	143,4
Programanställda	61,8	63,7	60,8	58,1
Summa	200,8	210,3	209,3	201,5

Andra slags produktionssamarbeten

Svenska	2020	2021	2022	2023
Produktionsutläggningar	451,5	442,0	454,3	491,1
Samproduktioner	212,0	271,4	247,0	318,6
Förvärv	167,6	164,7	159,8	163,5
Summa	831,1	878,1	861,1	973,2

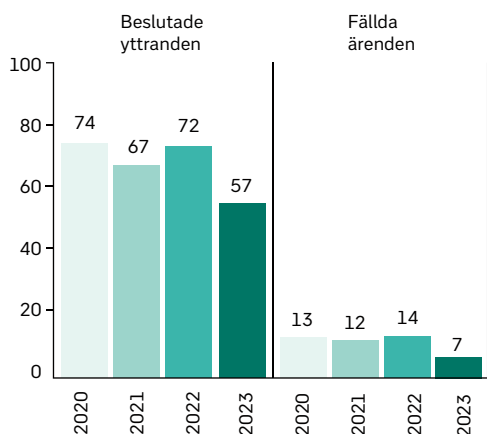
Utländska	2020	2021	2022	2023
Produktionsutläggningar	4,2	1,0	0,0	0,0
Samproduktioner	15,6	9,5	13,1	7,2
Förvärv	273,9	258,0	255,2	244,6
Summa	293,7	268,5	268,3	251,8

STIM, IFPI/Sami, NCB	79,6	78,3	73,9	79,8
Summa	79,6	78,3	73,9	79,8

Totalt	1 405,2	1 435,2	1 412,6	1 506,3
---------------	----------------	----------------	----------------	----------------

3.5.1 Yttranden och fällningar

i Granskningsnämnden för radio och tv



3.5.2 Fällningsgrunder

Ett program kan ha flera fällningsgrunder

	2020	2021	2022	2023
Beriktigande	0	0	0	0
Genmäle	0	0	0	0
Genomslag	2	3	2	0
Gynnande	3	0	2	0
Offentliggörande	0	0	0	0
Opartiskhet	1	0	2	2
Privatlivet	3	0	0	0
Saklighet	4	9	8	5
Sponsring	0	0	0	0
Varning för våld	0	0	0	0
Totalsumma	13	12	14	7

3.6.1 Antal anställda per ort 2023

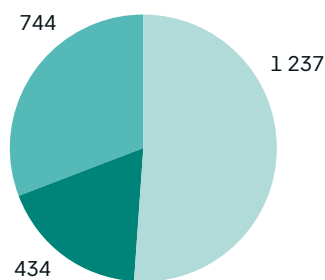
Samtliga anställningsformer



Ort	Antal	Ort	Antal
Arvidsjaur	2	Märsta/Sigtuna	1
Borås	2	Norrköping	19
Dorotea	1	Norrköping	1
Eksjö	1	Nyköping	1
Eskilstuna	14	Skara	1
Falun	47	Skellefteå	2
Fagersta	1	Stockholm, inkl Rinkeby	1 554
Gävle	15	Sundsvall	24
Göteborg, inkl. Angered	183	Sveg	1
Halmstad	12	Sälen	2
Helsingborg	8	Södertälje	6
Huddinge (Flemingsberg)	2	Uddevalla	1
Hudiksvall	3	Umeå	130
Jönköping	15	Uppsala	18
Kalmar	5	Visby	1
Karlshamn	1	Västervik	1
Karlskrona	13	Västerås	17
Karlstad	21	Växjö	40
Kiruna	12	Åmål	2
Kristianstad	1	Örebro	18
Linköping	3	Örnsköldsvik	2
Luleå	26	Östersund	15
Lund	2	Övertorneå	1
Malmö inkl. Rosengård	167	Antal anställda	2 415

3.6.2 Antal anställda per organisationsform 2023

Samtliga anställningsformer

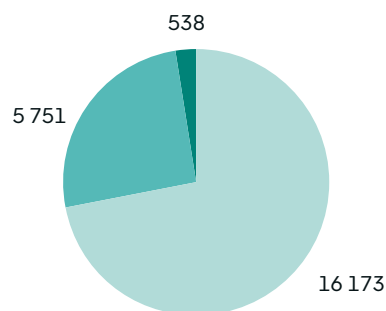


Decentraliserad
Centraliserad
Gemensam

Totalsumma: 2 415

3.8 Svenska, andel och timmar 2023

Totalt: 22 462 timmar



Svenska
Övriga språk
Inget tal

Kapitel 4

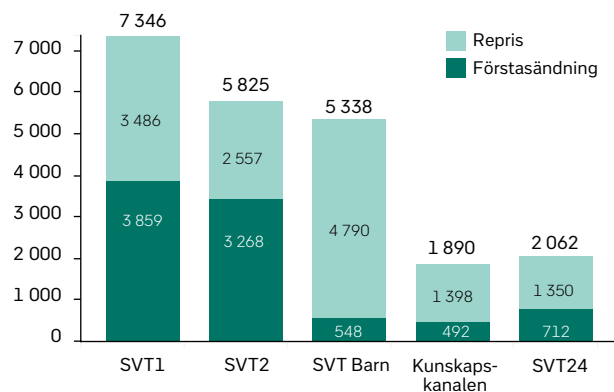
4.1 Sändningstid per kanal, timmar + lokalt utbud

	SVT1	SVT2	SVT Barn	Kunskapskanalen	SVT24	Summa	
2020	Förstasändning	3 672	3 043	549	167	509	7 941
	Repris	3 871	2 582	4 645	1 544	1 517	14 159
	Total	7 543	5 625	5 194	1 711	2 027	22 100
2021	Förstasändning	3 910	3 457	516	217	612	8 712
	Repris	3 366	2 299	4 579	1 794	1 378	13 415
	Total	7 275	5 756	5 095	2 011	1 990	22 126
2022	Förstasändning	3 913	3 417	534	447	573	8 884
	Repris	3 404	2 321	4 676	1 292	1 289	12 982
	Total	7 317	5 739	5 210	1 738	1 862	21 866
2023	Förstasändning	3 859	3 268	548	492	712	8 879
	Repris	3 486	2 557	4 790	1 398	1 350	13 583
	Total	7 346	5 825	5 338	1 890	2 062	22 462

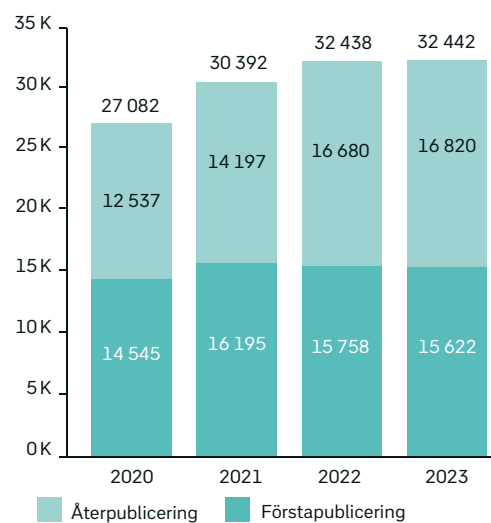
Inklusive lokala nyheter, totalt producerade timmar fördelade på 21 lokalredaktioner

Lokala nyheter	2020	2021	2022	2023
Producerade timmar totalt	3 241	3 190	3 234	3 424
Sända timmar per redaktion	154	152	154	163

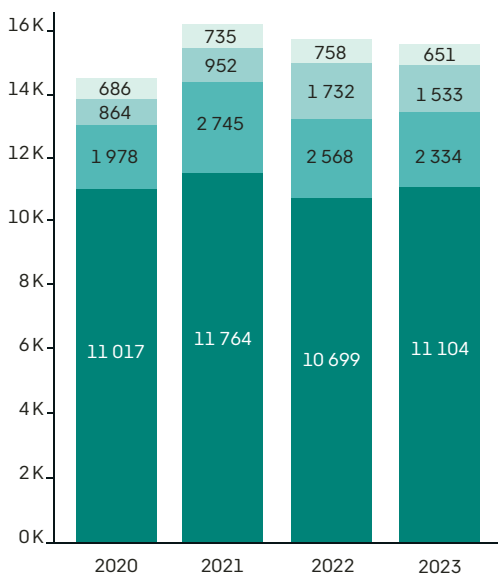
4.1 Sändningstid per kanal 2023, timmar



4.2.1 Tillgängligt i SVT Play, timmar

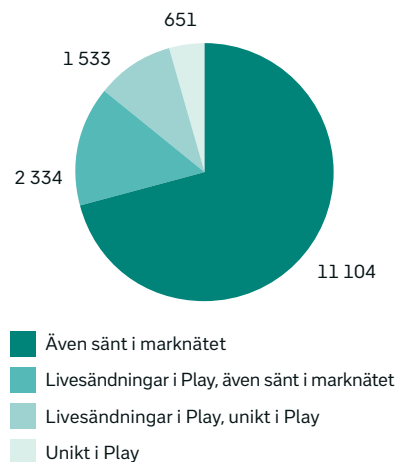


4.2.2 Förstapubliceringar i SVT Play, timmar



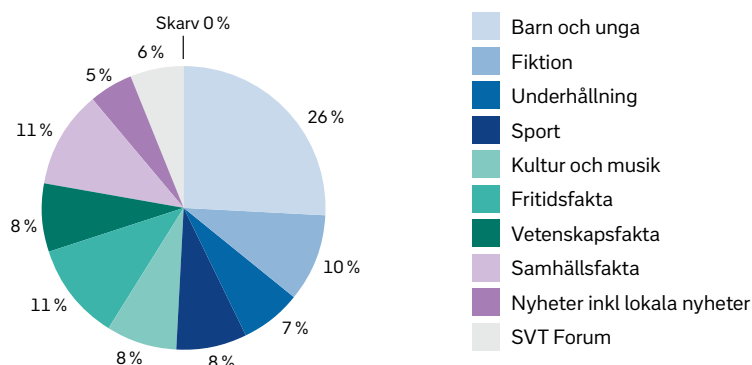
- Unikt i Play
- Livesändningar i Play, unikt i Play
- Livesändningar i Play, även sänt i marknätet
- Även sänt i marknätet

4.2.2 Förstapubliceringar i SVT Play 2023, timmar



Kapitel 5

5.3 Andel av utbudet per programkategori 2023



5.3 Utbud per programkategori, andel och timmar

	2020		2021		2022		2023	
Barn och unga	5 648	26%	5 589	25%	5 665	26%	5 779	26%
Fiktions	2 985	14%	2 428	11%	1 957	9%	2 195	10%
Underhållning	1 254	6%	1 175	5%	1 419	6%	1 580	7%
Sport	1 199	5%	1 848	8%	2 091	10%	1 846	8%
Kultur och musik	1 614	7%	1 423	6%	1 421	7%	1 702	8%
Fritidsfakta	2 373	11%	2 285	10%	2 118	10%	2 474	11%
Vetenskapsfakta	2 136	10%	2 319	10%	1 760	8%	1 793	8%
Samhällsfakta	2 394	11%	2 504	11%	2 749	13%	2 540	11%
Nyheter inkl lokala nyheter	1 223	6%	1 209	5%	1 599	7%	1 188	5%
SVT Forum	1 260	6%	1 331	6%	1 075	5%	1 354	6%
Skarv	13	0%	17	0%	12	0%	12	0%
Totalt	22 100	100%	22 126	100%	21 866	100%	22 462	100%

5.4 Publikfrågor om Sverigespegling, i procent

	2020	2021	2022	2023
Ha nyheter, innehåll och medverkande från alla delar av landet	70%	70%	75%	75%
Ha en jämställd fördelning mellan kvinnor och män	66%	64%	68%	70%
Spegla mångfalden av människor i det svenska samhället	59%	58%	62%	64%
Ge utrymme för många olika åsikter och perspektiv	59%	56%	61%	60%
Spegla åsikter och perspektiv som du känner igen dig i	56%	54%	58%	56%

Källa: Norstat 16–80år (Kantar 2020–2022)

Kapitel 6

6.2 Film, beslutade samproduktioner 2023

Långfilm	73,3 Mkr	Kortfilm	6,0 Mkr
Bamse och havets hemlighet (2025)		Filming a Gay Love Story in the Middle East	
Fremmed (2025)		Kräfter & Tennsoldater	
Kevlarsjäl (2025)		Arg Gubbe	
Mörkeland (2026) (fd "En pakke" – Kongekabale)		O (circle)	
Ormbunkslandet (2025)		Tunna Väggar	
Vuxna barn (2025)		Ett ont	
Handbok för superhjältar (2026)		Parkerad	
7 Steg (2025)		Jag är elden	
Förbannelsen (2026)		Kompis, vi måste snacka	
Regnmannen (2026)		Blueberri	
Sjätte oktober/Eagles of the Republic (2026)		Fuck Me	
Alla mina namn (2025)		Linje 18	
De ljudlösa (2026)		Magica: Passive Intruder	
Kronprinsen som försvann–Tyrannens återkomst (2025)		Du behöver inte vara rädd	
The Dance Club (2026)		En sak i taget	
Den lille syerske (2026)		Däck 5b	
		Echoes	
Talang	10,2 Mkr	Kulturdokumentär	8,3 Mkr
Hemmet (2024)		Shangri-la Paradise	
Mecentaten (2024)		Handmade	
Arne goes to Space (2024))		Shima	
Dokumentär	25,3 Mkr	Fallet Bogdan	
Hemligheten		My Dark Half	
Ragnarök		Teater är nya hiphopen	
Ett polisliv		Bo Widerberg	
Drömmen om ett paradys		Pippi	
Ta tillbaka ratten		Wilmer X	
Börje Salming (Salming-genen)		Searching for sugarman	
5 i 12-rörelsen (Fem i tolv)		Mwuana	
Jag är alltid din fritidsledare		Kjell Höglund	
Sagoträdet		Lisa Larsson	
Second Nature		Liebskind	
De överlevande		Dagboken (Lars Norén)	
Matriarkatet fd In Between Worlds		Elisabeth Olsson Wallin	
Där för varandra			
Smugglaren			
Spionen som försvann			
Mona och Cindy			
Sex droger död			
Reträtt			
Konsten att inte veta			
Teens with dreams			
Fosterlandet			
Aliens			
		Totalt	123,1 Mkr

6.3 Barn och unga förstasändningar 2023, timmar

Barn (3–11 år) 2023	Svenskt	Utländskt	Totalt
Fakta och nyheter	166	6	172
Kultur och konstnärliga upplevelser	139	231	370
Totalt	305	237	542

Unga (12–19 år) 2023	Svenskt	Utländskt	Totalt
Fakta och nyheter	162	2	164
Kultur och konstnärliga upplevelser	142	11	153
Totalt	304	13	317

Totalt barn och unga (3–19 år) 2023	859
--	------------

6.3 Barn och unga förstasändningar, timmar

Barn (3–11 år) 2023	Svenskt	Utländskt	Totalt
Fakta och nyheter	166	6	172
Kultur och konstnärliga upplevelser	139	231	370
Totalt	305	237	542

Unga (12–19 år) 2023	Svenskt	Utländskt	Totalt
Fakta och nyheter	162	2	164
Kultur och konstnärliga upplevelser	142	11	153
Totalt	304	13	317

Totalt barn och unga (3–19 år) 2023	859
--	------------

Barn (3–11 år) 2022	Svenskt	Utländskt	Totalt
Fakta och nyheter	158	1	160
Kultur och konstnärliga upplevelser	132	232	364
Totalt	290	233	524

Unga (12–19 år) 2022	Svenskt	Utländskt	Summa
Fakta och nyheter	131	4	135
Kultur och konstnärliga upplevelser	127	10	137
Totalt	258	14	272

Totalt barn och unga (3–19 år) 2022	796
--	------------

Barn (3–11 år) 2021	Svenskt	Utländskt	Totalt
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
--	------------

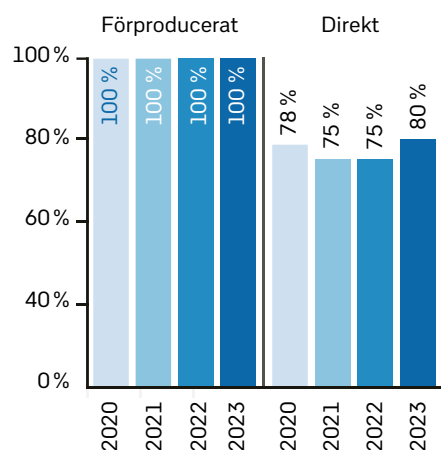
Barn (3–11 år) 2020	Svenskt	Utländskt	Totalt
Fakta och nyheter	169	0	169
Kultur och konstnärliga upplevelser	137	206	343
Totalt	306	206	513

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
--	------------

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

6.4.1 Textningsgrad



6.4.2 Syn- och teckenspråkstolkning i timmar

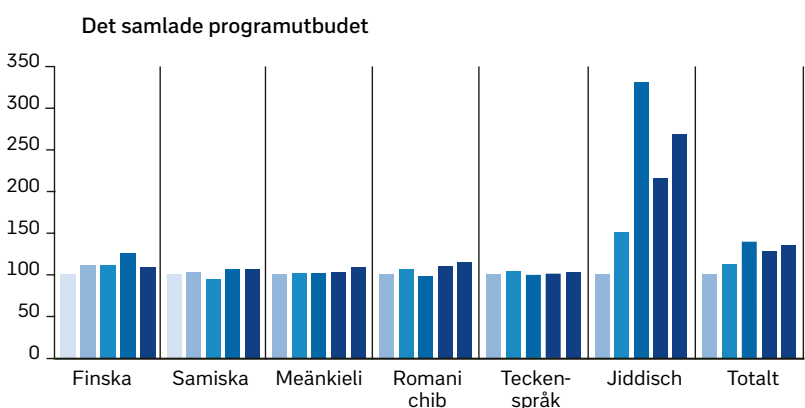
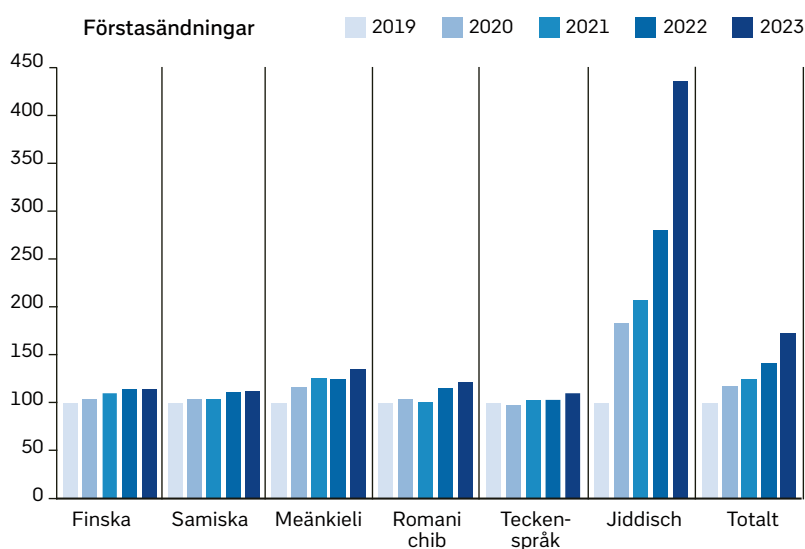
Syntolkning	2020	2021	2022	2023
Sänt broadcast	622	693	651	909
Sänt internet	7	16	4	8
Tillgängligt on demand	342	335	319	333
Totalt	972	1 044	974	1 250
Max tillgängligt on demand 30 %	203	238	256	288
Ny Total	832	947	911	1 205

Teckenspråkstolkning	2020	2021	2022	2023
Sänt broadcast	413	344	423	610
Sänt internet	275	268	208	186
Tillgängligt on demand	512	400	372	412
Totalt	1 201	1 012	1 003	1 208
Max tillgängligt on demand 30 %	203	238	256	288
Ny Total	891	849	887	1 085

Krav (andel av svenskt)	2020	2021	2022	2023
	676	792	853	961

6.5.1–6.5.2 Utveckling av minoritetsspråk

Sammantaget alla bolag, index



6.5.1 Minoritetsspråk, förstasändningar alla bolagen, timmar och index

2019	SR	SVT	UR	Totalt
Finska	3 659	138	17	3 814
Meänkieli	376	24	4	404
Romani chib	157	31	7	195
Samiska	741	92	8	841
Teckenspråk		85	16	101
Jiddisch	3	2	1	6
Totalt	4 936	372	53	5 361

SR	SVT	UR	Snitt
100	100	100	100
100	100	100	100
100	100	100	100
100	100	100	100
	100	100	100
100	100	100	100
100	100	100	100

2020	SR	SVT	UR	Totalt
Finska	4 330	149	15	4 494
Meänkieli	382	25	5	412
Romani chib	158	32	7	197
Samiska	743	95	9	847
Teckenspråk		88	14	102
Jiddisch	4	2	3	8
Totalt	5 616	391	53	6 060

SR	SVT	UR	Snitt
118	108	84	103
102	104	142	116
100	103	105	103
100	103	106	103
	104	90	97
127	100	318	182
109	104	141	117

2021	SR	SVT	UR	Totalt
Finska	4 319	152	18	4 488
Meänkieli	381	29	6	415
Romani chib	157	29	7	193
Samiska	741	86	10	837
Teckenspråk		90	16	106
Jiddisch	5	2	3	10
Totalt	5 601	388	60	6 049

SR	SVT	UR	Snitt
118	110	101	110
101	121	155	126
100	94	109	101
100	93	117	103
	106	101	103
152	100	365	206
114	104	158	125

2022	SR	SVT	UR	Totalt
Finska	4 319	155	19	4 493
Meänkieli	381	25	6	412
Romani chib	157	35	9	201
Samiska	738	103	10	851
Teckenspråk		85	17	102
Jiddisch	9	3	3	15
Totalt	5 604	405	64	6 074

SR	SVT	UR	Snitt
118	112	110	113
101	104	168	124
100	112	130	114
100	112	121	111
	100	107	103
293	167	383	281
142	118	170	141

2023	SR	SVT	UR	Totalt
Finska	4 271	154	19	4 444
Meänkieli	394	29	6	429
Romani chib	152	43	9	204
Samiska	740	103	11	854
Teckenspråk		95	17	112
Jiddisch	9	4	7	20
Totalt	5 567	429	69	6 064

SR	SVT	UR	Snitt
117	112	110	113
105	123	178	135
97	139	129	121
100	112	124	112
	111	109	110
309	196	816	440
146	132	244	172

6.5.2 Minoritetsspråk, totalt alla bolagen, timmar och index

2019	SR	SVT	UR	Totalt
Finska	7 502	377	42	7 921
Meänkieli	1 107	62	19	1 188
Romani chib	444	76	20	540
Samiska	1 428	162	21	1 611
Teckenspråk		226	37	263
Jiddisch	7	3	3	13
Totalt	10 488	906	142	11 536

SR	SVT	UR	Snitt
100	100	100	100
100	100	100	100
100	100	100	100
100	100	100	100
	100	100	100
100	100	100	100
100	100	100	100

2020	SR	SVT	UR	Totalt
Finska	7 495	467	46	8 008
Meänkieli	1 123	66	19	1 208
Romani chib	446	85	22	553
Samiska	1 432	175	21	1 629
Teckenspråk		241	38	279
Jiddisch	9	5	5	18
Totalt	10 505	1 039	151	11 694

SR	SVT	UR	Snitt
100	124	109	111
101	106	100	102
100	112	108	107
100	108	101	103
	107	104	105
123	167	163	151
105	121	114	113

2021	SR	SVT	UR	Totalt
Finska	7 477	407	53	7 937
Meänkieli	1 118	66	18	1 202
Romani chib	444	77	19	540
Samiska	1 428	150	20	1 597
Teckenspråk		227	37	264
Jiddisch	9	10	16	35
Totalt	10 476	937	162	11 575

SR	SVT	UR	Snitt
100	108	125	111
101	106	97	102
100	101	94	98
100	93	93	95
	100	100	100
132	333	528	331
106	140	173	140

2022	SR	SVT	UR	Totalt
Finska	7 505	482	63	8 050
Meänkieli	1 117	66	20	1 203
Romani chib	444	87	23	553
Samiska	1 447	174	23	1 644
Teckenspråk		226	39	265
Jiddisch	13	7	7	27
Totalt	10 525	1 042	175	11 742

SR	SVT	UR	Snitt
100	128	151	126
101	107	105	104
100	114	116	110
101	107	112	107
	100	104	102
183	247	218	216
117	134	134	128

2023	SR	SVT	UR	Totalt
Finska	7 494	462	44	8 001
Meänkieli	1 139	67	21	1 227
Romani chib	443	100	23	566
Samiska	1 469	172	24	1 664
Teckenspråk		229	38	268
Jiddisch	13	8	11	32
Totalt	10 559	1 038	161	11 758

SR	SVT	UR	Snitt
100	123	105	109
103	108	113	108
100	132	113	115
103	106	114	107
	102	104	103
190	260	358	269
119	138	151	135

6.5.3 Minoritetsspråk i SVT, timmar

Förstasändningar/förstapubliceringar och totalt

		Finska	Samiska	Meänkieli	Romani Chib	Teckenspråk	Jiddisch	Totalt
2019	Första	138	92	24	31	85	2	372
	Totalt	377	162	62	76	226	3	906
2020	Första	149	95	25	32	88	2	391
	Totalt	467	175	66	85	241	5	1 039
2021	Första	152	86	29	29	90	2	388
	Totalt	407	150	66	77	227	10	937
2022	Första	155	103	25	35	85	3	405
	Totalt	482	174	66	87	226	7	1 042
2023	Första Broadcast	146	87	21	32	76	3	364
	Online /webbunikt	8	16	8	11	19	1	64
	Totalt	154	103	29	43	95	4	429
	Totalt Broadcast	454	155	58	89	210	7	974
	Online /webbunikt	8	16	8	11	19	1	64
	Totalt	462	172	67	100	229	8	1 038

6.5.4 Minoritetsspråken i målgrupper, timmar

		Finska	Samiska	Meänkieli	Romani Chib	Teckenspråk	Jiddisch	Totalt
2019	Vuxna	316	113	32	48	166	3	678
	Barn 3-11	34	22	13	4	40		114
	Unga 12-19	28	27	17	24	20		115
	Total	377	162	62	76	226	3	906
2020	Vuxna	333	103	23	33	180	5	676
	Barn 3-11	37	53	13	12	41		156
	Unga 12-19	96	20	30	40	21		207
	Total	467	175	66	85	241	5	1 039
2021	Vuxna	336	106	15	32	156	10	655
	Barn 3-11	38	27	24	23	49		162
	Unga 12-19	32	16	28	22	21		120
	Total	407	150	66	77	227	10	937
2022	Vuxna	437	129	36	18	157	7	783
	Barn 3-11	30	38	16	36	41	1	163
	Unga 12-19	15	8	14	32	28	0	97
	Total	482	174	66	87	226	7	1 042
2023	Vuxna	407	126	33	41	172	5	784
	Barn 3-11	31	36	24	34	44	2	172
	Unga 12-19	25	10	10	25	13	0	82
	Total	462	172	67	100	229	8	1 038

6.5.4 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	
	Totalt	377	162	62	76	226	3	906	
2020	Vuxna	333	103	23	33	180	5	676	
	Barn 3–11	37	53	13	12	41		156	
	Unga 12–19	96	20	30	40	21		207	
	Totalt	467	175	66	85	241	5	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	
	Totalt	407	150	66	77	227	10	937	
2022	Vuxna	437	129	36	18	157	7	783	
	Barn 3–11	30	38	16	36	41	1	163	
	Unga 12–19	15	8	14	32	28	0	97	
	Totalt	482	174	66	87	226	7	1 042	
2023	Vuxna	Broadcast	401	114	30	38	165	5	754
		Online /webbunikt	5	11	2	3	7	0	30
		Totalt	407	126	33	41	172	5	784
	Barn 3–11	Broadcast	28	33	18	31	34	2	146
		Online/webbunikt	3	2	6	3	10	1	26
		Totalt	31	36	24	34	44	2	172
	Unga 12–19	Broadcast	25	8	10	20	11		74
		Online/webbunikt		2		5	1		9
		Totalt	25	10	10	25	13		82
2023	Totalt	462	172	67	100	229	8	1 038	

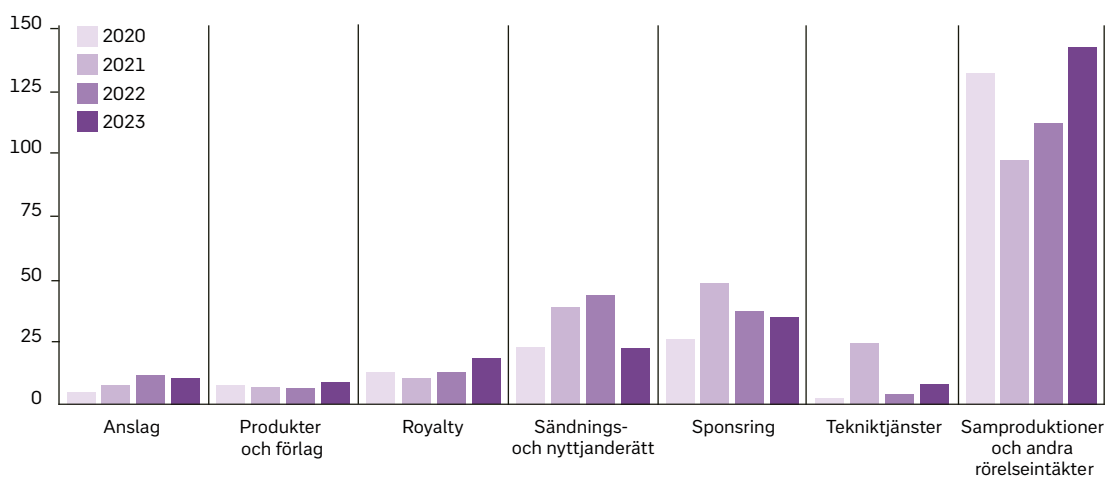
Kapitel 7

7.1.1 Verksamhetens intäkter, mkr

Mkr	2020	2021	2022	2023
Erhållna avgiftsmedel från rundradiokontot	5 041,2	5 142,0	5 244,9	5 349,8
Korrigeringar mellan programbolagen	-6,8	-4,0	-4,0	-1,9
Totalt erhållna avgiftsmedel	5 034,4	5 138,0	5 240,9	5 347,9
Avgiftsmedel överförda till RIKAB	0,0	0,0	0,0	0,0
Avgiftsmedel överförda till SRF	-92,8	-96,2	-107,2	-139,0
Delsumma överförda avgiftsmedel	-92,8	-96,2	-107,2	-139,0
Netto erhållna avgiftsmedel	4 941,6	5 041,8	5 133,7	5 208,9
Förändring skuldförda avgiftsmedel *)	-412,3	-14,7	-106,2	28,7
Summa intäktsförda avgiftsmedel	4 529,3 95%	5 027,1 95%	5 027,5 95%	5 237,6 95%
Övriga intäkter	204,8	224,2	223,8	239,8
Summa övriga intäkter	204,8 4%	224,2 4%	223,8 4%	239,8 4%
Summa	4 734,1 99%	5 251,3 99%	5 251,3 99%	5 477,4 99%
Sidoverksamhet	45,2 1%	51,3 1%	53,5 1%	53,3 1%
Summa intäkter	4 779,3 100%	5 302,6 100%	5 304,8 100%	5 530,7 100%

* 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	2020	2021	2022	2023
Anslag	4,2	6,2	10,0	9,0
Produkter och förlag	6,1	5,9	5,8	7,8
Royalty	11,0	8,7	11,8	16,9
Sändnings- och nyttjanderätt	22,5	37,7	43,0	21,4
Sponsring	25,8	48,7	37,5	34,2
Tekniktjänster	1,7	24,8	3,0	7,5
Samproduktioner och andra rörelseintäkter	133,5	92,2	112,7	143,0
Totalsumma	204,8	224,2	223,8	239,8

7.1.2 b Tabell övriga intäkter inklusive intäkter från kommersiella samarbeten 2023

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	9,0	Stat och myndighet	MSB	Särskild beredskapsverksamhet			
Produkter och förlag	Direkt programrelaterad försäljning	7,8	Allmänheten samt partihandel med pappersvaror	Alrik Hedlund AB	Försäljning av pappersjulkalender			
Royalty	Royalties från film och drama där SVT varit samproducent	16,9	Tv-bolag, produktionsbolag samt distributörer	Banijay Rigths Ltd, European collection agency, Filmlace International AB, Nordisk film production Sverige AB, Viaplay Studios Sweden AB	Bamse, Bonusfamiljen, Bron, Jordskott, Håkan Bråkan, Tjockare än vatten, Åkta människor			
Sändnings- och nyttjanderätter	Vidareförsäljning av rätten att visa olika sportevenemang eller andra rättigheter SVT har	21,4	Andra mediebolag	Aftonbladet Hjerta AB, Danmarks radio, FLX TV AB, NRK AS, STV Productions Sweden AB, TV4 AB, Viaplay Group	Grantchester, Hockey-VM, Klassen, Svensk ishockey			
Sponsring	Intäkter från försäljning av exponering på sponsorsskyltar	34,2	Intäkter via företag som sköter försäljningen	More Space	Exempel på sponsorer: Bauhaus, Daloc, Elon, Hallon, Lendo, Net on net, Skellefteåkraft, XL Bygg			
Tekniktjänster	Försäljning av tekniska resurser	7,5	Företag inom tv-verksamhet	Discovery networks Finland OY, Gearwise AB, Svensk Friidrott Produktions AB, The sports network Inc, Vasaloppet Marknads AB	Försäljning och uthyrning av tekniska resurser tex vid Junior-VM i ishockey, Vasaloppet och Cykelvasan			
Samproduktioner och andra rörelseintäkter	Bidrag från andra samproducenter där SVT producerar produktionen. Totalt cirka 40 produktioner. Valutavinst, telefonintäkter, försäljning inventarier	143,0	Andra tv-bolag, film- och tv-fonder, externa produktionsbolag. I övrigt blandade. För de kommersiella samarbetena kommer intäkterna från samproducenter, rättighets- och evenemangs-företag	Stiftelsen Radiohjälpen	Lönebidrag, valutavinst, Världens barn	111,8	Anagram Sverige AB, Danmarks radio Byen, European Broadcasting Union, European Collection Agency A/S, Live Nation AB, Nobel Prize Outreach AB, Nordiska samarbetsfonden, Nordvisionsfonden, NRK AS, RUV, Yleisradio Oy	10–12 år, Bolibompa känslor, Children of the Enemy, Detektiven från Beledweyne, Detektiven, Dokument utifrån Guardians of cyberspace, Doobidoo, Draken följer med, Fejk, Flygflottiljen, Från trakten, Fångelseexperimentet Little Scandinavia, Gaslight, Hack my heart, Idé workshop Sapmi, Kalla fall, KD Lewerentz, KS Laleh, Kungen och jag, LF Karl Bertil Jonssons jul, LF Jag är Zlatan, LF Håkan Bråkan, Making a Monarch, Melodifestivalen, Nobel, Nordic Beats, Otajmat, Pirate Bay, På spåret, Selma, Smärtpunkten, Spelskandalen, Stopp, Strula, Tunna blå linjen, UG De bortförda, UG The Car, Uppdrag granskning, Utv Hitlåtens historia Norden, Utv Det nordiska designundret, Utv Så byggdes Sverige, Utv The Wednesday club musikquizz, Why freedom
		239,8				111,8		

7.1.2 c Övriga intäkter, inklusive intäkter från kommersiella samarbeten

Typ av intäkt	2020		2021		2022		2023
	Totalt	Varav kommersiella	Totalt	Varav kommersiella	Totalt	Varav kommersiella	Varav kommersiella
Anslag	4,2		6,2		10,0		9,0
Produkter och förlag	6,1		5,9		5,8		7,8
Royalty	11,0		8,7		11,8		16,9
Sändnings- och nyttjanderätter	22,5		37,7		43,0		21,4
Sponsring	25,8		48,7		37,5		34,2
Tekniktjänster	1,7		24,8		3,0		7,5
Samproduktioner och andra rörelseintäkter	133,5	95,6	92,2	70,7	112,7	87,8	143,0
Totalsumma	204,8	95,6	224,2	70,7	223,8	87,8	239,8

7.1.3 Sponsring i SVT 2023

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

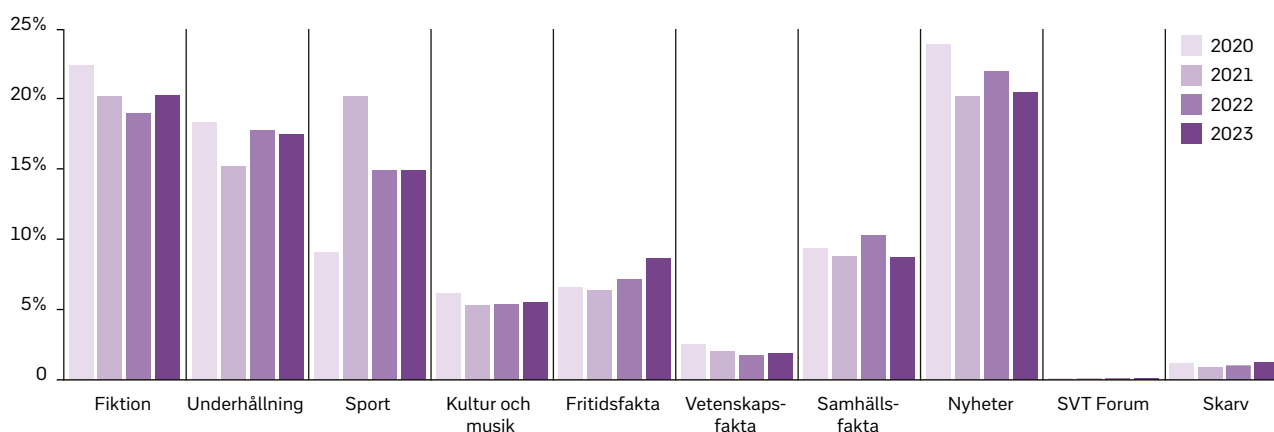
19 Sportevenemang + finalen i Melodifestivalen	Antal sändningar i broadcast	Antal billboards i broadcast
Ishockey: VM herrar (Lettland/Finland 12–28 maj)	88	215
Skidskytte: VM (Oberhof 8–19 feb)	17	34
Skidskytte: Världscupen (vår/höst)	60	114
Skidor: Ski Classics (Långlopp jan–mars och dec)	19	32
Basket: VM herrar (Indonesien 25 aug–10 sep)	12	48
Basket: EM damer (Slovenien/Israel 15–25 juni) Endast bronsmatch & final i BC, resten i Play.	2	8
Fotboll: Landskamper (Damlandslaget)	9	32
Fotbollsstudion (3 april–12 nov)	19	36
Fotboll: U21-EM (9 juni–2 juli) Mestadels i Play.	2	8
Alpint: Världscupen Österrike (vår/höst)	21	42
Friidrott: Diamond League (5 maj–17 sep)	9	20
SM-veckan Vinter (Skövde 30 jan–5 feb)	6	36
SM-veckan Sommar (Umeå 27 juni–2 juli)	11	58
Volleyboll, EM damer (18 aug–3 sep)	6	10
Rally-VM: magasin (22 jan–19 nov)	18	36
Hockeykväll: (SHL vår/höst)	27	54
JVM 2023/2024 (Göteborg 26 dec–5 jan)	15	86
Rallycross-VM (29 april–12 nov)	16	22
Ridsport-EM (Milano 30 aug–3 sep)	5	17
Finalen i Melodifestivalen (11 mars + Repriser 12 & 13 mars)	3	6
Summa	365	914

Antal företag/varumärken: 58 st
Intäkt totalt: 34,2 milj.

7.2.1 Verksamhetens kostnader, mkr

Mkr	2020		2021		2022		2023	
Programkostnader	3 694,5	77%	4 230,5	80%	4 104,5	77%	4 345,8	79%
Distributionskostnader	193,1	4%	162,4	3%	152,2	3%	162,6	3%
Övriga kostnader	846,5	18%	858,5	16%	994,5	19%	969,0	17%
Summa	4 734,1	99%	5 251,4	99%	5 251,2	99%	5 477,4	99%
Sidoverksamhet	35,7	1%	43,0	1%	45,1	1%	40,0	1%
Summa kostnader	4 769,8	100%	5 294,4	100%	5 296,3	100%	5 517,4	100%

7.2.2 Andel av totala kostnader per programkategori



7.2.2 Andel av totala kostnader per programkategori, mkr

Mkr	2020		2021		2022		2023	
Fiktions	1 064,8	22%	1 070,3	20%	1 001,6	19%	1 122,6	20%
Underhållning	869,3	18%	798,9	15%	941,1	18%	941,4	17%
Sport	438,8	9%	1 069,0	20%	787,8	15%	822,3	15%
Kultur och Musik	290,7	6%	283,7	5%	286,9	5%	314,4	6%
Fritidsfakta	311,1	7%	334,9	6%	378,5	7%	474,1	9%
Vetenskapsfakta	124,7	3%	107,1	2%	94,8	2%	106,7	2%
Samhällsfakta	444,1	9%	465,6	9%	546,1	10%	475,9	9%
Nyheter	1 132,3	24%	1 068,6	20%	1 157,3	22%	1 140,7	21%
SVT Forum	5,2	0%	5,4	0%	5,8	0%	11,7	0%
Skarv	53,2	1%	47,9	1%	51,2	1%	67,6	1%
Summa	4 734,1	100%	5 251,4	100%	5 251,2	100%	5 477,4	100%

7.4 Sidoverksamhet, mkr

		2020	2021	2022	2023
Produktionsresurser	Intäkter	13,4	19,4	19,0	16,3
	Kostnader	11,3	17,1	16,8	12,8
	Gemensamt påslag	1,8	1,9	2,0	1,4
	Resultat	0,3	0,4	0,2	2,1
Hela tv-program	Intäkter	4,9	4,3	4,5	3,7
	Kostnader	2,3	1,5	1,5	1,5
	Gemensamt påslag	0,7	0,4	0,5	0,3
	Resultat	1,9	2,4	2,5	1,9
Försäljning rättigheter	Intäkter	7,1	7,1	7,6	8,0
	Kostnader	3,6	3,6	3,6	3,7
	Gemensamt påslag	0,9	0,7	0,8	0,7
	Resultat	2,6	2,8	3,2	3,6
Arkivförsäljning	Intäkter	7,9	7,5	8,6	11,2
	Kostnader	2,8	3,0	3,4	3,5
	Gemensamt påslag	1,1	0,8	0,9	1,0
	Resultat	4,0	3,7	4,3	6,7
Rekvisita o kostym	Intäkter	11,9	13,0	13,8	14,1
	Kostnader	7,0	10,7	12,0	10,6
	Gemensamt påslag	1,6	1,3	1,4	1,2
	Resultat	3,3	1,0	0,4	2,3
Totalt	Intäkter	45,2	51,3	53,5	53,3
	Kostnader	27,0	35,9	37,3	32,1
	Gemensamt påslag	6,1	5,1	5,6	4,5
	Skatt	2,6	2,1	2,2	3,4
	Resultat	9,5	8,2	8,4	13,3

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 särskilda lösningar. SVT deltar i utvecklingen när det gäller produktions- och distributions-teknik och har en öppen inställning till nya möjligheter att tillgängliggöra programutbudet. I praktiken måste dock avvägningar göras mellan kostnader och nyttan för allmänheten.

Vidaresändning av linjära kanaler

All vidaresändning av SVT:s linjära kanaler ska ske samtidigt och oförändrat i förhållande till den ursprungliga sändningen. I de fall där vidaresändningen omfattas av vidaresändningsplikt, ska sändningarna ha det innehåll som är avsett att tas emot inom visst geografiskt område (lokala sändningar). Avvikelser (digital/analog-omvandling, begränsning av antalet programtjänster) regleras av lag och rätts-tillämpning.

On demand vid vidaresändning av linjära kanaler

TV-operatör som vidaresänder SVT:s linjära kanaler ges möjlighet att inom sina plattformar erbjuda omstart och/eller tillgängliggörande på begäran i upp till sju dagar (s.k. catch-up) av program som sänds i SVT:s linjära kanaler. Licens ges med stöd av avtalslicens som regleras i avtal med Copyswede.

Sociala nätverk

SVT använder sociala nätverk för marknadsföring och dialog med publiken. Syftet med innehåll i sociala nätverk är att skapa kännedom och engagemang för att öka användningen av innehåll på SVT:s egna webbplatser och applikationer.

Övergripande utgångspunkter för distribution på externa plattformar

I förhållande till varje enskild plattform görs en bedömning av om, och i så fall på vilket sätt, SVT:s utbud ska finnas på plattformen. Centrala utgångspunkter som alltid ska vägas in är a) i vilken grad den aktuella plattformen bidrar till att för enkla 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. Plattformer 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. Plattformer 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 platt-

formen 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.

© Sveriges Television AB 2024

Kontakt: SVT Strategi, 105 10 Stockholm

Redaktör: Alexandra Hjelm

Redaktion: Djeiran Amini, Lena-Marie Bergstrand,
Pauline Klang Burvall, Marianne Falksveden, Johanna Gårdare,
Lina Hagander, Johan Hartman, AnnaElisa Hedman,
Annika Hägglund, Kristian Lindquist, Alan Morrison,
Henrik Selin, Albert Svanberg och Anna Zettersten.

Layout: Anna Markevärn

Omslag framsida: Myra Mayers som drottning Kristina
i *Historien om Sverige*. Foto: Ulrika Malm

Omslag baksida: Loreen vinner *Melodifestivalen*.

Foto: Alma Bengtsson/SVT

SVT äger rätt till bilder i dokumentet.

Tryck: Tryckservice i Ängelholm AB, 2024

svt

