

SVT. Fri television i världsklass.



STRATEGI MOT 2012

*Beslutad av SVTs styrelse 2005-12-16*



SVT. Fri television i världsklass.

STRATEGI MOT 2012

## INNEHÅLLSFÖRTECKNING

Till dig som arbetar på SVT

**1.0** Uppdrag

**2.0** Vision

**3.0** Kärnvärden

**4.0** Företagskultur

**5.0** Mål

5.1 Publik

5.2 Utbud

Utbud – kanaler och tjänster

5.3 Resurser

5.4 Utveckling

**6.0** Målstyrning

## Till dig som arbetar på SVT

*SVT. Fri television i världsklass* sammanfattar hur SVT beskriver sin position i det svenska mediasamhället och vad vi vill uppnå under perioden 2006-2012.

SVT har utfört sitt demokratiska och kulturella uppdrag inom televisionen i 50 år. Våren 2006 fattar riksdagen beslut om en ny tillståndsperiod för SVT som väntas gälla 2007 till 2012.

De utredningar som ligger till grund för utformningen av nästa tillståndsperiod beskriver huvudsakligen *vad* SVT ska åstadkomma, *mindre hur* det ska ske. Det ger handlingsutrymme och frihet under ansvar att möta de allt snabbare förändringarna i omvärlden.

SVT ska fortsatt vara till för alla – minoriteter som majoriteter – oavsett bakgrund, ålder, förutsättningar och intressen. SVT ska ha stor bredd i utbudet och finnas i alla genrer allt från nyheter, samhällsprogram, sport och underhållning till drama, kultur, dokumentärer, samt program för barn och unga. Det är SVTs största utmaning och samtidigt det som skiljer oss från de kommersiella medieföretagen. Finansieringen genom tv-avgiften är en viktig förutsättning för uppdraget och oberoendet.

SVTs uppdrag beslutas av riksdagen och utformas som ett tillstånd att bedriva public

service-television. Inom tillståndets ramar är det SVTs uppgift att driva verksamheten. Vår beskrivning av uppdraget, visionen och målen som presenteras i detta dokument ligger till grund för mål och handlingsplaner som enheter, avdelningar och redaktioner ska utforma och arbeta efter.

SVT använder målstyrning och sätter mål inom fyra områden:

*Publik*

*Utbud*

*Resurser*

*Utveckling*

Vi följer upp och förbättrar. Ansvaret vilar på oss alla, chefer och medarbetare. Resultaten redovisar vi både internt och externt. Strategierna revideras årligen.

Vårt uppdrag är att vara till för alla i en omvärld som förändras snabbt. Nya medievänor och ny teknik ställer stora krav på SVT att nå ut till människor och vara tillgängliga för dem. Samtidigt skapas en rad nya möjligheter att producera och distribuera program och tjänster.

SVT ska utvecklas i takt med att olika distributionsformer (marknät, satellit och kabel-tv) digitaliseras och att ett allt större utbud görs tillgängligt via bland annat bredbands-tv, internet

och mobila nät. Människor tar del av program och medietjänster på en rad olika sätt och vill i allt större utsträckning själva styra var, när och hur de använder SVTs utbud.

Samtidigt som de nya publiceringsformerna blir allt viktigare, utvecklas även den traditionella televisionens ljud och bild, bland annat genom HDTV-tekniken.

Det samlade tv-utbudet i Sverige och antalet publiceringsformer är större än någonsin. Utbudet består huvudsakligen av utländska inköp. Endast en mindre del är originalproduktion på svenska. SVT står för merparten av denna i alla genrer. Det är vårt centrala uppdrag också i framtiden.

I en allt mer kommersialiserad medievärld är det viktigt att det finns ett fritt, icke-kommersiellt

medieföretag utan vinstsyfte, vars enda uppdrag är att producera och distribuera kvalitetstelevision till alla i Sverige – oavsett ålder, bakgrund eller bostadsort.

Behovet av att ladda ned tv-program i datorer växer hos den unga publiken. Då blir upphovsrätten av avgörande betydelse. SVT arbetar för att hitta legala sätt att erbjuda vårt utbud på publikens villkor.

Vi står inför nya utmaningar som ger nya möjligheter. Utvecklingen visar att det som var otänkbart igår är en självklarhet idag. I det perspektivet är kreativitet och effektivitet livsavgörande för SVT. Vi ska ha modet att pröva nya idéer och nya vägar att utveckla vårt uppdrag – fri television i världsklass!



Christina Jutterström  
Verkställande direktör



Leif Jakobsson  
Programdirektör

# UPPDRAG

## SVT är en demokratisk idé. Vårt uppdrag är fri television.

Tillsammans med publiken skapar vi angelägen kunskap och engagerande upplevelser i världsklass.

SVT har sammanfattat innebörden av fri television i en portalparagraf:

*SVT är ett oberoende medieföretag i allmänhetens tjänst.*

*SVTs uppdrag är att garantera medborgarna ett brett utbud av program och tjänster via tv, internet och andra publiceringsformer omfattande alla programområden.*

*SVTs utbud präglas av demokratiska och humanistiska värden, folkbildningsambitioner, mångfald och kvalitet och är tillgängligt för alla oavsett förutsättningar och bakgrund.*

*SVT speglar och finns i hela landet.*

*SVTs verksamhet bedrivs självständigt i förhållande till politiska, kommersiella och andra intressen och maktsfärer i samhället.*

*SVTs verksamhet kännetecknas av hög integritet, opartiskhet och saklighet. Självständigheten säkerställs via en långsiktig finansiering i form av publikavgifter.*

## VISION

Vi ska vara attraktiva för *alla* i Sverige med program som berör.

# KÄRNVÄRDEN

*Allt vi gör ska präglas av våra grundläggande värden.*

## **PUBLIKEN FRÄMST**

Vi utgår från publiken i vårt arbete.

Vi respekterar publiken och de medverkande oavsett bakgrund, intressen och förutsättningar. Vi ger människor upplevelser och kunskap.

## **OBEROENDE OCH ANGELÄGEN**

Vi står för journalistisk integritet och publicistiskt oberoende.

Vi granskar och bevakar samhället opartiskt, sakligt och utifrån olika perspektiv. Utifrån människors olika intressen och förutsättningar skapar vi ett angeläget utbud som ger insikter.

## **MOD OCH KREATIVITET**

Vårt erbjudande ska vara spännande, underhållande, utmanande och hålla högsta kvalitet. Vi berikar det svenska berättandet och skapar gemensamma upplevelser. Med mod och öppenhet driver vi utvecklingen av det som blir morgondagens program och tjänster.

## **VALUTA FÖR PENGARNA**

Vi ska använda tv-avgiften så effektivt att publiken får valuta för pengarna.

# FÖRETAGSKULTUR

SVT ska fortsätta vara ett öppet och humanistiskt företag med respekt för publiken, medverkande och medarbetare. Tillsammans skapar vi vår företagskultur. Du som arbetar för SVT ska därför skaffa dig kunskap om och arbeta efter företagets mål och värderingar. Var och en bär ansvar för att vi når vårt mål att vara ett medieföretag i världsklass.

Arbetsplatsen SVT ska skapa utrymme för kreativitet och ge dig möjlighet att utvecklas. Företaget ställer krav på din förmåga att lära om och lära nytt. På SVT är vi nyfikna på människor och på vår omvärld. Kreativitet och kompetens ska premieras.

# MÅL

SVT ska arbeta med målstyrning för att prioritera mellan verksamheter och sätta årliga mål inom områdena publik, utbud, resurser och utveckling. Tillsammans med uppdrag, vision och kärnvärden ska de utgöra grunden för enheters och avdelningars mål och handlingsplaner.

## PUBLIK

*Vi arbetar nära publiken. Vi ska bättre än idag lyssna och lära av människors levnadsvanor, livsvillkor och medieanvändning.*

*Vi ska vara det fria alternativet i svensk television, icke-kommersiellt och utan reklam. Alla ska finna något av intresse hos SVT oavsett kön, ålder, funktionshinder, språklig, etnisk och kulturell tillhörighet.*

*SVTs framtid avgörs av engagemanget hos den yngre delen av befolkningen. Därför ska vi i större utsträckning än idag vara attraktiva för den publiken.*

### **För att uppnå detta ska följande mål vara uppfyllda 2009:**

- Den samlade användningen av SVTs utbud ska öka i åldersgruppen 20-44.
- Kännedomen om SVTs program och tjänster ska öka.
- Minst fyra av fem ska anse att SVTs utbud är informerande.
- Minst två av tre ska anse att SVTs utbud är underhållande.
- Minst tre av fyra ska ha högt förtroende för SVT.
- Varje vecka ska minst fyra av fem tv-tittare ta del av någon av SVTs kanaler.

## UTBUD

*Vi ska vara det ledande medieföretaget i Sverige med ett utbud i världsklass. SVTs program och tjänster ska präglas av bredd och variation och ha stort genomslag i samhället. SVT ska vara hela Sveriges television, finnas i hela landet och spegla och bevaka det ur olika perspektiv.*

*Vi ska öka vår kunskap om människors livsstil och medieanvändning och snabbt använda den kunskapen i utvecklingen av vårt utbud. SVT ska ta hänsyn till att varje individ har olika förutsättningar att ta till sig utbudet utifrån skiftande intressen och behov.*

### **För att uppnå detta ska följande mål vara uppfyllda 2009:**

- Utbudet riktat till åldersgruppen 20-44 ska prioriteras och öka.
- SVTs programutbud ska ha den största bredden och variationen jämfört med andra tv-företag.
- SVTs regionala utbud ska öka.
- SVTs kanaler ska i fler utbudskategorier än idag bedömas som bäst. Publiken ska ge SVTs program ett högt och stabilt genomsnittsbetyg.
- SVTs program ska finnas tillgängliga så att publiken i ökad grad kan ta del av dem när de vill och på vilket sätt de vill.
- Textningen av SVTs utbud ska öka årligen. Allt som går att texta ska vara textat.

## UTBUD – KANALER OCH TJÄNSTER

*Det ska vara lätt att hitta SVT. Genom våra kanaler och tjänster väljer publiken när, var och hur de vill ta emot våra program.*

*SVTs utbud ska täcka alla områden från nyheter, samhälle och kultur till underhållning, drama och sport. I alla genrer ska utbudet variera mellan det smala och det breda. Svt.se ska återspegla bredden i SVTs kanaler.*

### **Kanaler:**

SVT1 ska fortsatt ha Sveriges bredaste programutbud och vara den kanal som har den största tittartidsandelen.

SVT2 ska ha en tydlig regional prägel. Kanalen ska fortsatt vara en av Sveriges tre största kanaler.

SVT24 ska vara en kanal som uppfattas som ett attraktivt alternativ för åldersgruppen 20-44. Kanalen ska vara en av Sveriges tio största kanaler.

SVT Barnkanalen ska vara barnfamiljernas mest uppskattade kanal för barnprogram. Kanalen ska i åldersgruppen 3-11 ha den största veckoräckvidden bland barnkanaler i Sverige.

Kunskapskanalen ska vara Sveriges mest uppskattade kanal för fakta- och utbildningsprogram. Kanalen ska fortsatt vara en av de tre fakta-kanaler som når störst veckoräckvidd.

### **Tjänster:**

24 Direkt ska göra det offentliga samtalet, som pågår i hela landet, tillgängligt för alla. Tjänsten ska ha den största bredden av oredigerad spegling från den politiska, akademiska och organisationsvärlden i Sverige och internationellt.

Svt.se ska ha Sveriges mest uppskattade nyhets- och sportservice på internet. Användandet av svt.se ska öka i snabbare takt än användandet av internet.

SVTs program ska i ökad utsträckning finnas tillgängliga via internet i 30 dagar efter förstasändningen. Användandet av denna tjänst ska öka i snabbare takt än användandet av internet.

Användandet av SVTs mobila tjänster ska öka minst i samma takt som användandet av mobila publiceringsformer.

SVT Text ska fortsatt vara den mest uppskattade nyhets- och sportservicen på text-tv och den medietjänst i Sverige som har flest dagliga användare.

SVT ska sända fotbolls-VM 2006 i HDTV för att successivt utöka till full HDTV-utsändning 2012.

## RESURSER

*Ju effektivare vi är, desto rikare utbud kan vi erbjuda våra tittare. Därför ska effektiviteten i vår verksamhet ständigt förbättras. Vi ska ha flexibla arbetsätt för att snabbt kunna genomföra förändringar i utbudet.*

*SVT ska vara den mest attraktiva arbetsplatsen för kreativa och kvalificerade medarbetare och den mest attraktiva samarbetspartnern för fristående producenter. Strategisk rekrytering blir i samband med det kommande stora generationsskiftet av utomordentlig betydelse.*

*Vi ska ta tillvara ny teknik och nya administrativa system för att kostnadseffektivt producera de bästa programmen. SVTs investeringar i digital teknik ger företaget möjlighet till flexibel programproduktion i hela landet.*

### **För att uppnå detta ska följande mål vara uppfyllda 2009:**

- Årligen ska en ökande andel av SVTs resurser gå till program och tjänster. En lägre andel av SVTs resurser ska gå till distribution och administration.
- Andelen programmedel för allmänproduktion som används till utläggningar och samproduktioner ska öka.
- SVT ska sänka den genomsnittliga timkostnaden för produktioner i huvudkanalerna (exklusive inköp och repriser) med två procent årligen.
- SVT ska i oberoende mätningar uppfattas som landets bästa mediearbetsplats.
- SVT ska verka för ökat samarbete och integration med SR och UR.

## UTVECKLING

SVT är en utmanare i en allt mer kommersiell medievärld. Därför ska vi bli djärvare, snabbare, smartare och mer kreativa. Vi ska förbättra våra arbetsätt så att vi snabbt kan gå från idé till handling.

Vi är ett lärande företag där vi ska använda omvärldens kunskaper, ta till vara varandras erfarenheter och utnyttja ny teknik för att utveckla och producera program i världsklass.

### **För att uppnå detta ska följande mål vara uppfyllda 2009:**

- En ökad andel programproduktioner ska genomföras med förenklade produktionsmetoder.
- Resurstilldelningen till program- och metodutveckling ska kontinuerligt öka och 2009 uppgå till minst fyra procent av budgeten.
- För att ta tillvara den kompetens som finns internt och utanför företaget ska SVT etablera nya samarbeten och nätverk.
- Kvaliteten ska säkras genom överensstämmelse mellan uppdragskontrakt och producerade program. Minst hälften av alla uppdragskontrakt ska utvärderas enligt en SVT-gemensam metod.

# MÅLSTYRNING

*Vi arbetar med målstyrning för att förverkliga våra mål och prioritera mellan olika verksamheter.*

*SVT har en treårig plan för verksamheten och ettåriga handlingsplaner som på ett konkret sätt visar hur vi omsätter vision och mål till resultat. Genom öppna redovisningar visar vi att vi når resultat.*

## **Vi sätter mål**

Det ska vara lätt att se vilka mål vi har och hur vi uppfyller dem.

## **Vi mäter**

Vi ska regelbundet mäta och utvärdera hur vi når våra mål. Resultaten av mätning och utvärdering ska vi öppet redovisa för medarbetare och allmänhet.

## **Vi följer upp och förbättrar**

Om mätningar visar att vi behöver göra mer för att nå våra mål ska vi vidta åtgärder. Vi ska tala om vilka mål vi inte har uppnått och vad vi ska göra för att nå dem. Det gör vi i årliga redovisningar.





Sveriges Television AB 2006