



Public service- redovisning

2025

sverigesradio

Sveriges Radios public service-redovisning 2025 är framtagen av företagens analysavdelning.

Redaktör: Mattias Hermansson

Formgivning: Nina Bäckström

Korrektur: Karin Sjöbeck

Tryck: Tryckservice AB

Illustrationen på omslaget är skapad av Bo Lundberg för Sveriges Radios 100-årsfirande.

© Sveriges Radio AB 2026

sveriges**SR**radio

PUBLIC SERVICE-REDOVISNING 2025

Innehåll

2025 i korthet	4
1. Sveriges Radios roll	6
1.1 Vd och styrelseordförande har ordet	10
1.2 Årets redovisning	12
1.3 Sveriges Radio i ett föränderligt medielandskap	16
1.4 Sveriges Radios mål och strategier	20
2. Värdet av Sveriges Radio	22
2.1 Värde för samhället	26
2.2 Värde för individen	29
2.3 Så används och uppfattas Sveriges Radio	30
3. Så arbetar Sveriges Radio	42
3.1 Uppdrag inom Sveriges Radio	46
3.2 Variation i produktionsformer	48
3.3 Samarbeten med produktionsbolag	52
3.4 Sveriges Radios bidrag till en livskraftig mediemarknad	54
3.5 Publicistiskt ansvar och granskning av innehåll	62
3.6 Sveriges Radio finns i hela landet	68
3.7 Nya tjänster och förhandsprövning	72
3.8 Språkvård – ett viktigt ansvar för public service	73
3.9 Priser och utmärkelser	74
3.10 Utveckling av innehåll, teknik och kompetens	76
3.11 Beredskap och viktig information till allmänheten	80
3.12 Sändningskvalitet	83
4. Här hittar du Sveriges Radio	84
4.1 Marksänt och annat linjärt utbud	88
4.2 Digitala plattformar	92
4.2 Så här får Sveriges Radios innehåll användas	97
4.3 Kärnverksamhet och kompletterande verksamhet	98
5. Ett utbud för alla	102
5.1 Det breda uppdraget	106
5.2 Folkbildning	113
5.3 Programkategorier	114
5.4 Hela Sverige ska höras i Sveriges Radio	116
5.5 55-procentsmålet	122
6. Särskilda uppdrag och målgrupper	126
6.1 Nyheter och samhällsbevakning	130
6.2 Kultur	140
6.3 Barn och unga	156
6.4 Tillgänglighet	168
6.5 Minoritetsspråk	176
6.6 Möten och dialoger	195
6.7 Lokalt uppdrag	196
7. Så används pengarna	202
7.1 Intäkter	206
7.2 Kostnader	210
7.3 Produktivitet och effektivitet	213
7.4 Sidoverksamhet	221
7.5 Så samarbetar public service-bolagen	224
8. Planer för framtiden	230
Snabbguider	236

2025 i korthet

Här får du en översikt av Sveriges Radios verksamhet under det gångna året.



67
PROCENT

av veckolyssnarna instämde i påståendet "Jag hör innehåll om min och andras vardag i Sveriges Radio" under 2025. Motsvarande andel 2024 var 68 procent.

Läs mer i 1.4 *Sveriges Radios mål och strategier*.



7,2
MILJONER

personer över 9 år lyssnade linjärt eller on demand på innehåll från Sveriges Radio en genomsnittlig vecka under 2025. Motsvarande siffra 2024 var 7,4 miljoner.

Läs mer i 1.4 *Sveriges Radios mål och strategier*.



71
PROCENT

av svenskarna har mycket eller ganska stort förtroende för innehållet i Sveriges Radio, enligt SOM-undersökningen. Motsvarande andel var 73 procent året innan.

Läs mer i 2.1 *Förtroende och värde för samhället*.



20
KORRESPONDENTER

bevakade under 2025 geografiska eller tematiska områden för Sveriges Radio runt om i världen.


Läs mer i 6.1 *Nyheter och samhällsbevakning*.



98 283
TITLAR

inom musik sändes under 2025 i någon av de linjära kanalerna eller i on demand-innehållet. Motsvarande siffra 2024 var 100 662 unika musiktitrar.

Läs mer i 6.2 *Kultur*.



5 679
TIMMAR

innehåll producerades för lyssnare upp till 12 år under 2025. Motsvarande siffra 2024 var 5 686 timmar.

Läs mer i 6.3 *Barn och unga*.



72
PROCENT

av svenskarna mellan 18 och 84 år tycker att Sveriges Radio är värt pengarna i public service-avgiften. Motsvarande andel 2024 var 71 procent.

Läs mer i 2.2 *Värde för individen*.



500,9
MILJONER

kronor lade Sveriges Radio på utomstående medverkan, bland annat i form av inköpta produktioner och muskrättigheter. Motsvarande summa 2024 var 474,4 miljoner.

Läs mer i 3.2 *Variation i produktionsformer*.



55 657
GÅNGER

citerades och omnämndes Sveriges Radio i andra medier under 2025, enligt Retriever. Motsvarande siffra 2024 var 58 014.

Läs mer i 3.4 *Sveriges Radios bidrag till en livskraftig mediemarknad*.



82
PROCENT

av veckolyssnarna anser att Sveriges Radios program har en bra hörbarhet. Motsvarande andel 2024 var 84 procent.

Läs mer i 6.4 *Tillgänglighet*.



10 634
TIMMAR

innehåll på nationella minoritetsspråk sände Sveriges Radio i marknätet under 2025. Motsvarande antal 2024 var 10 564 timmar.

Läs mer i 6.5 *Minoritetsspråk*.



52
ORTER

i 50 kommuner hade en fast redaktion med medarbetare från Sveriges Radio under 2025.

Läs mer i 6.7 *Lokalt uppdrag*.



9
INSLAG

i Sveriges Radio fälldes under 2025 av granskningsnämnden inget inslag fälldes av MO-MEN. Motsvarande antal 2024 var 7 fällningar respektive 1 fällning i de respektive instanserna.

Läs mer i 3.5 *Publicistiskt ansvar och granskning av innehåll*.



46
VIKTIGA
MEDDELANDEN

till allmänheten (VMA) sändes ut under 2025. Motsvarande antal 2024 var 37.

Läs mer i 3.11 *Beredskap och viktig information till allmänheten*.



121 852
TIMMAR

sände Sveriges Radio i marknätet under 2025. Motsvarande summa 2024 var 121 081 timmar.

Läs mer i 4.1 *Marksänt och annat linjärt utbud*.



3 485
MILJONER

kronor blev Sveriges Radios totala intäkter under 2025. Motsvarande summa 2024 var 3 294 miljoner.

Läs mer i 7.1 *Intäkter*.



85
PROCENT

av kostnaderna för olika programkategorier går till nyheter, samhälle, kultur, musik och service som exempelvis trafikinformation. Motsvarande andel 2024 var exakt densamma.

Läs mer i 7.2 *Kostnader*.



77,8
PROCENT

av Sveriges Radios totala kostnader 2025 gick till programproduktion. Motsvarande andel 2024 var 79,9 procent.

Läs mer i 7.3 *Effektivitet och produktivitet*.

1.

Sveriges Radios roll

I en dramatisk tid och värld har public service många viktiga uppgifter.

- 1.1 Vd och styrelseordförande har ordet
- 1.2 Årets redovisning
- 1.3 Sveriges Radio i ett föränderligt medielandskap
- 1.4 Sveriges Radios mål och strategier



Sara Stenholm leder USApodden som är en av Sveriges absolut största poddar vad gäller antalet lyssnare. Foto: Mattias Ahlm/Sveriges Radio.

Varsågod – en hel bok om hur Sveriges Radio lever upp till sitt uppdrag!

• 19 | MEDELSVILLKOR

» SR ska årligen följa upp och redovisa hur uppdraget i allmänhetens tjänst har fullgjorts enligt villkor i sändningstillstånd, medelsvillkor och andra beslut av regeringen som meddelats med stöd av radio- och tv-lagen.

SR ska redovisa samtliga verksamhets- och programområden och hur det säkerställts att all verksamhet uppfyller de krav som ställs på företaget i sändningstillstånd och medelsvillkor. «

Välkommen till Sveriges Radios public service-redovisning för 2025! Den omfattar över 240 sidor men är ändå bara en kortfattad sammanfattning av den verksamhet den beskriver. Under året sände och publicerade Sveriges Radio cirka 141 000 timmar innehåll i linjära kanaler och on demand. Det innebär nära 386 timmar per dygn fördelade på över 40 kanaler och ett tiotal språk.

Public service-redovisningen lämnas en gång per år till granskningsnämnden vid *Mediemyndigheten* och redovisar hur Sveriges Radio arbetar för att leva upp till de krav som ställs i sändningstillstånd och medelsvillkor. Företagets ambition är också att public service-redovisningens upplägg, tilltal och utformning ska underlätta för alla som är intresserade av hur Sveriges Radio bedriver sin verksamhet att ta del av informationen.

Detta första kapitel handlar om Sveriges Radios roll i samhället. Här beskrivs det omgivande medielandskapet och vilka mål och strategier företaget arbetar med.

I kapitlet finns också en guide till hela årets redovisning samt några viktiga ord och begrepp som ofta förekommer i texten.



Bibi Rödöö, chef för *Sommar & Vinter i P1*, på promenad med polisen Rissa Seidou som var värd för ett av årets program. Foto: Mattias Ahlm/Sveriges Radio.

1.1 Vd och styrelseordförande har ordet

Vi lämnar ett dramatiskt år bakom oss. Säkerhetsläget i Europa var mer utmanande än på decennier. Det ryska anfällskriget i Ukraina fortsatte med oförminskad styrka. Gazakriget skördade tiotusentals offer innan en bräcklig vapenvila inleddes under senhösten. 2025 präglades också av Donald Trumps första år som president och en radikalt förändrad amerikansk politik inom en lång rad områden som påverkat övriga världen. I Sverige dominerade masskjutningen på Risbergsskolan i Örebro nyhetsbevakningen under flera veckor i februari. I slutet av året drabbades delar av landet av stormar och oväder som slog ut elförsörjningen under lång tid för många hushåll.

Genom Sveriges Radio har du kunnat följa nyheterna om detta och mycket annat under hela 2025. Kraven på oss är stora och självklara, det har de varit ända sedan sändningarna startade för 100 år sedan. Sveriges Radio ska rapportera när något händer, erbjuda fördjupning och analys och också finnas på plats. Det sista är viktigt. Genom ett stort nätverk av utrikeskorrespondenter, genom ett utbyggt nät av lokala kanaler över hela landet med många medarbetare har Sveriges Radio en unik förmåga och uthållighet vid större nyhetshändelser. Genom den analoga utsändningstekniken via marknätet går det också att ta emot våra sändningar via en enkel batteri- eller vevdriven radio även under de mest utmanande omständigheter. Det ger Sveriges Radio en unik position i Mediesverige. När alla andra tystnar måste Sveriges Radio fortfarande ge publiken nyheter, information och viktiga meddelanden.

Glädjande är att publiken fortsätter att välja Sveriges Radio och även fortsätter att ha ett mycket högt och stabilt förtroende för vårt innehåll. 7,2 miljoner personer över 9 år lyssnar på Sveriges Radio varje vecka och 71 procent har förtroende för vårt innehåll. Det är siffror att vara både stolta och ödmjuka inför.



” Kraven på oss är stora och självklara, det har de varit ända sedan sändningarna startade för 100 år sedan.”

2025 innebar också det sista året i den tillståndsperiod som inleddes 2020. Inför perioden hade knappast någon kunnat ana vad som låg framför oss och som kom att dominera vår och många andras vardag. En pandemi som lamslog världen och ett blodigt och långvarigt krig i vårt närområde som för mycket lång tid framöver har förändrat förutsättningarna för vår verksamhet.

Under åren 2020–2025 har Sveriges Radio gjort omfattande investeringar när det gäller att utveckla företagets beredskap. Genom kontinuerligt lärande av våra kollegor i ukrainsk public service har inriktningen för beredskapsarbetet successivt förändrats för att ännu bättre kunna svara mot de krav som finns både i företagets villkor och i den verklighet som förändrats. Det arbetet fortsätter under den uppdragsperiod som inleddes 1 januari 2026.

Företagets verksamhet under 2020–2025 har på ett övergripande plan inriktats mot de fyra strategiska mål som Sveriges Radios styrelse fattade beslut om 2019. Varje tertial har målen följts upp genom de indikatorer som styrelsen fattade beslut om parallellt. När det nu är dags att summera utfallet är det lätt att glädja sig åt resultatet. Den digitala räckvidden har ökat liksom den sammanlagda publiken trots en hård digital och global konkurrens. Sveriges Radio har också nått målet att varje tertial rapportera från 100 procent av landets kommuner samtliga år under tillståndsperioden.

Utmaningar saknas inte. Ekonomin är den största eftersom kostnaderna för löner, distribution via marknätet och säkerhet och beredskap ökar snabbare än anslagsuppräknningen. Det förändrade säkerhetsläget i vår omvärld kommer kräva tuffa prioriteringar. AI-utvecklingen kommer erbjuda både möjligheter och utmaningar inom en lång rad områden.

Samtidigt är det ett starkt och väl rustat Sveriges Radio som går in i en ny uppdragsperiod, inte minst på grund av ett omfattande sparpaket som genomfördes mot slutet av perioden och har skapat handlingsutrymme trots kostnadsökningar långt över tilldelningen.

En sak är klar: tillgången till oberoende journalistik med hög trovärdighet som når många människor är helt central. Det är vår absoluta övertygelse att vår roll aldrig har varit viktigare än nu.

Trevlig läsning!



Cilla Benkö, vd



Johan Sidenmark, styrelseordförande

1.2 Årets redovisning

• 21 | MEDELSVILLKOR

» 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 resultatmätt baserade på dessa och att utveckla arbetet med att mäta och redovisa olika indikatorer på kvaliteten och särarten i programutbudet. Resultatmåten 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. «

Sveriges Radio, SVT och UR lämnar varje år in var sin public service-redovisning till granskningsnämnden vid *Mediemyndigheten*. Systemet med public service-redovisningar infördes 1997, och sedan 2007 har granskningsnämnden haft uppdraget att i efterhand bedöma om de tre programbolagen uppfyllt de krav som ställs i villkoren från regeringen.^{1,2} I en rapport om granskningsnämndens verksamhet konstaterade Riksrevisionen 2020 att nämndens arbete med att granska public service-redovisningarna ”är effektivt givet uppdragets förutsättningar” samt att ”programföretagen lägger ned ett stort arbete varje år på att producera så genomarbetade och tydliga public service-redovisningar som möjligt och de arbetar för att utveckla redovisningarna, särskilt på de punkter där granskningsnämnden i tidigare års bedömningar har kritiserat företagen”.³

På nästa uppslag finns en kort sammanfattning av vad varje kapitel innehåller. På sidorna 236–238 finns också en översikt med rubriken *Snabbguider* som visar var paragraferna i sändningstillståndet och punkterna i medelsvillkoren behandlas i public service-redovisningen.

Så arbetar bolagen för att utveckla redovisningarna

Årets redovisning är den sista under tillståndsperioden 2020–2025. Under dessa år har de tre public service-bolagen Sveriges Radio, SVT och UR arbetat gemensamt med att utveckla sina public service-redovisningar. Bolagen har strävat efter att innehåll- et i redovisningarna ska vara likartat, renodlat och lättillgängligt, och det innebär följande:

- *Likartat* – kapitelrubriker och underrubriker är formulerade på samma sätt i så många kapitel som möjligt.
- *Renodlat* – delarna i kapitlen är uppbyggda som svar på de olika punkterna i medelsvillkoren och paragraferna i sändningstillstånden. Villkoren citeras konsekvent i anslutning till text som redovisar hur villkoren har uppfyllts.
- *Lättillgängligt* – framställningen är inriktad på att vara så enhetlig och koncis som möjligt, inte minst för att mer lättillgängliga fakta kan bidra till att underlätta och stimulera offentlig diskussion om verksamheten.

Vid sidan av bolagens samarbeten kring redovisningarna under tillståndsperioden 2020–2025 pågår också ett parallellt samarbete med huvudsakligt fokus på hur verksamheterna och utbudet ska redovisas inom ramen för de teknikneutrala uppdrag bolagen har från 1 januari 2026.⁴



Podden *Brottsutredarna* med reportern Sigrid Edsenius och den före detta utredaren Bosse Åström lanserades under 2025. Foto: Mattias Ahlm/Sveriges Radio.

Här har årets redovisning byggts ut

I juni 2025 meddelade granskningsnämnden sitt beslut om de tre bolagens public service-redovisningar för 2024 där man ansåg att Sveriges Radio hade uppfyllt sitt public service-uppdrag under 2024.⁵ Granskningsnämnden efterlyste dock en utökad redovisning av ett par villkor, och detta görs i de kapitel där de berörda villkoren redovisas.

I två av villkoren i sändningstillståndet gör nämnden sin bedömning utifrån hela tillståndspérioden. Det gäller dels utbudet på nationella minoritetsspråk, dels kravet på stärkt bevakning av svagt bevakade områden. Eftersom denna redovisning är den sista under den gångna tillståndspérioden är kapiteldelarna 6.5 *Minoritetsspråk* på sidorna 176, 5.4 *Hela Sverige ska höras i Sveriges Radio* på sidorna 116–123 och 6.7 *Lokalt uppdrag* på sidorna 196–201 utbyggda med en sammanfattning av företagets åtgärder inom dessa områden under 2020–2025.

Viktiga begrepp, mått och nyckeltal i redovisningen

Här intill finns en ordlista med begrepp som används återkommande genom public service-redovisningen för att underlätta läsningen även för den som inte är helt bekant med termer i medie- och ljudbranschen.



”Bolagen strävar efter att i möjligaste mån använda samma ord och begrepp i rubriker och resonemang i public service-redovisningarna.”

Bolagen strävar efter att i möjligaste mån använda samma ord och begrepp i rubriker och resonemang i public service-redovisningarna. Här görs dock en avvägning mellan behovet av enhetlighet på en övergripande nivå och behoven i de respektive verksamheternas olika delar. Bolagen har olika uppdrag, och även enskilda redaktioner behöver ha utrymme att göra tolkningar av public service-uppdraget och dess centrala begrepp för att kunna anpassa innehållet utifrån olika målgruppers krav och behov.

På ett par ställen i denna redovisning finns också principiella diskussioner kring hur Sveriges Radio använder och tolkar nyckeltal, resultatmått och indikatorer. Public service-uppdraget är komplext och kräver en lång rad avvägningar av ekonomisk, etisk, publicistisk och konstnärlig art – och vissa typer av värden är svåra att mäta i siffror. I syfte att uppfylla ett enskilt krav är det också av yttersta vikt att företaget inte inför mått och metoder som riskerar att skapa incitament som står i strid med andra villkor och krav. Den här typen av principiella diskussioner förs bland annat i 5.4 *Sveriges Radio ska spegla hela Sverige* samt 7.3 *Produktivitet och effektivitet*.

ORDLISTA

Begrepp som ofta används i redovisningen

DAB, DAB+ – digital radio via marknätet

FM – analog radio via marknätet

Förstasändning – originalmaterial som sänds för första gången

Generativ AI – artificiell intelligens som kan skapa nytt innehåll eller material, bland annat texter, ljud eller bilder, baserat på material den tränat på

Indikator – mått och nyckeltal som används för att mäta om företaget når sina mål

Linjärt utbud – tablåsänd radio, oavsett om den distribueras via marknätet eller internet

Marksänt utbud – radiokanaler i marknätet

On demand – digitalt ljudinnehåll som radioprogram, poddar och nyhetsklipp som användaren kan välja att lyssna på när som helst

Plattform – samlingsbegrepp för digitala publiceringsytor, både Sveriges Radio egna och externa

Rösttjänst, röstassistent – programvara som användaren styr med sin röst för att exempelvis spela upp innehåll

Sveriges Radios öppna API – teknisk lösning där externa aktörer kan hämta innehåll från Sveriges Radio

Teknikneutralt uppdrag – ett samlande begrepp för att beskriva att det public service-uppdrag som trädde i kraft 1 januari 2026 gäller allt utbud oavsett plattform och distributionsform. Fram till och med 2025 skulle varje enskilt villkor huvudsakligen uppfyllas i marknätet vilket för Sveriges Radios del innebar linjära sändningar i FM- och DAB-näten.

Veckolyssnare – personer som lyssnar på Sveriges Radio minst en gång i veckan

1 "Ett oberoende public service för alla", SOU 2018:50, sidan 236.

2 "Ett oberoende public service för alla", SOU 2018:50, sidan 237.

3 "För förtroendets skull – granskningsnämndens granskning av public service" (RiR 2020:26). Riksrevisionen, december 2020.

4 "Bilaga 1 till regeringsbeslut I:10, 2025-12-04. Public service-uppdrag för Sveriges Radio AB 2026–2033."

5 "Granskningsnämndens bedömning av public service-redovisningarna för 2024", Mediemyndigheten juni 2025.

1.3 Sveriges Radio i ett föränderligt medielandskap

2025 firade Sveriges Radio 100 år som ljudföretag i allmänhetens tjänst. När Sveriges Radio, eller Radiotjänst som det då hette, gjorde sina första sändningar i januari 1925 var det i en tid som på vissa sätt påminner om vår – en orolig värld präglad av såväl politisk och ekonomisk instabilitet som snabb teknisk utveckling.

Tillståndsperioden 2020–2025 omfattade sex år som var dramatiska och förändrade världen på många sätt. Pandemiutbrottet vintern 2020 följdes av krig, ekonomisk kris, säkerhetspolitisk turbulens och en ny världsordning. Digitaliseringen av såväl medier som det omgivande samhället har gått in i en ny fas med den snabba utvecklingen av AI som av allt att döma också förändrar människors sätt att ta del av medier och förstärker de stora globala techbolagens dominans.

De snabbt förändrade förutsättningarna i omvärlden och på mediemarknaden under 2020-talet har påverkat Sveriges Radio i grunden. Nyhetsrapporteringen har präglats av de stora globala rörelserna, och en rad nya program och poddar har skapats för att möta lyssnarnas efterfrågan på fördjupning – detta beskrivs framför allt i kapitel 6. *Särskilda uppdrag och målgrupper* i denna redovisning. Den snabbt stigande inflationen under 2022 och 2023 i kombination med kraftigt ökade kostnader för säkerhet och beredskap gjorde ett omfattande besparingsprogram nödvändigt, vilket du kan läsa mer om i kapitel 7. *Så används pengarna*.

En global kapplöpning om användare

Sveriges Radio är en av de största nationella medieaktörerna i Sverige, men företaget befinner sig samtidigt på en liten marknad vars förutsättningar och standarder till allra största delen formas av ett fåtal globala techbolag baserade i främst USA och Kina.

De stora globala techbolagen är också de som lägger allra mest pengar i världen på forskning och utveckling. Enbart Amazon lade 2024 nära 89 miljarder dollar på denna post och var därmed det företag i världen som lade mest pengar på forskning och utveckling av både nya och befintliga tjänster.¹

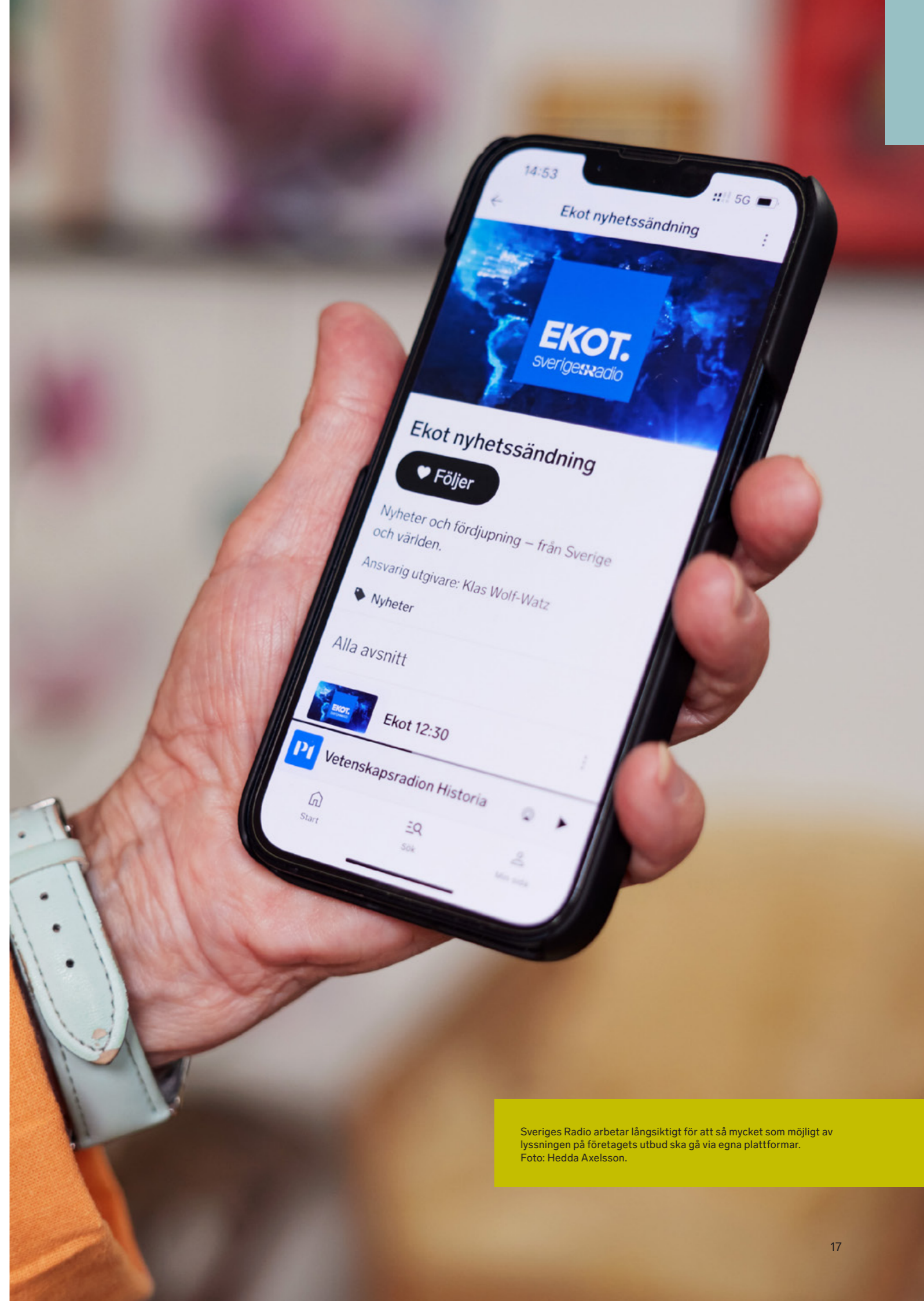
Techjättarna kommer sannolikt kunna stärka sina positioner genom att de har mycket större ekonomiska och tekniska förutsättningar att utveckla innehåll och tjänster än andra aktörer och dessutom i många fall äger distributionsvägarna fram till medieanvändarna. Det påverkar självklart möjligheterna för nationella och regionalt baserade medieföretag som exempelvis Sveriges Radio att konkurrera om publikens tid.

Genombrottet för tjänster som exempelvis *ChatGPT* ser också ut att påverka hur människor använder information och innehåll i takt med att traditionella sökresultat med länkar till ursprungsinnehållet ersätts av AI-genererade sammanfattningar utifrån användarens instruktioner. Så kallade AI-agenter, programvaror som hjälper användare att lösa olika uppgifter, påverkar redan mediebranschen starkt. Utvecklingen kan få stora konsekvenser för de medieföretag vars journalistiska material riskerar att utnyttjas som innehåll av AI-tjänster.² För Sveriges Radio och många andra aktörer vars digitala trafik i hög grad är beroende av traditionella sökmotorer för att nå ut med sin journalistik kan utvecklingen få betydande konsekvenser. De redan stora utmaningarna att locka publiken till de egna digitala plattformarna ser ut att skärpas ytterligare.

Nya AI-tekniker ger också möjligheter att utveckla journalistiken och nå ut till publiken på ett smartare sätt. I bland annat 3.10 *Utveckling av innehåll, teknik och kompetens*, 6.1 *Nyheter*, 6.4 *Tillgänglighet* och 8. *Planer för framtiden* kan du läsa mer om hur Sveriges Radio arbetar med att utveckla innehåll och tjänster för både medarbetare och publik med hjälp av olika AI-tekniker. I 3.5 *Publicistiskt ansvar och granskning av innehåll* beskrivs företagets redaktionella principer för AI-användning och arbete för att motverka spridning av desinformation.

Telefoner och sociala medier dominerar

Utvecklingen kännetecknas också av en snabb koncentration av tjänster och innehåll till mobiltelefoner. Det gäller i högsta grad för ljudmarknaden vilket inte minst framgår av undersökningen



Sveriges Radio arbetar långsiktigt för att så mycket som möjligt av lyssningen på företagets utbud ska gå via egna plattformar.
Foto: Hedda Axelsson.

Lyssningsloggen som *Novus* gör på uppdrag av Sveriges Radio. Enligt resultatet för 2025 har den genomsnittliga tiden svensken lägger på att lyssna på innehåll via mobiltelefon ökat med cirka 17 procent jämfört med 2021. I gruppen 20–29 år var tillväxttakten dubbelt så hög, 35 procent, under samma period.

En annan konsekvens av koncentrationen till telefoner är att globala plattformar på kort tid kan förändra förutsättningarna på mediemarknaden. Den kinesiska medieplattformen Tiktok är kanske det tydligaste exemplet under 2020-talet, och i slutet av 2025 beräknades plattformen ha nära två miljarder användare per månad globalt.³ I dag är Tiktok också den överlägset största nyhetsförmedlaren bland unga i Sverige – 33 procent i gruppen 9–14 år och 48 procent i gruppen 15–24 år tog enligt *Mediebarometern* del av nyheter via tjänsten en genomsnittlig dag. Motsvarande siffror för Sveriges Radio var 14 respektive 12 procent.⁴

Sveriges Radio har bedömt att företaget måste pröva att till viss del vara närvarande och aktivt på Tiktok för att nå ut med kunskap om public service-innehåll i de yngsta målgrupperna, i synnerhet som företaget har ett särskilt uppdrag att producera utbud för barn och unga. Samtidigt har företaget av säkerhetsskäl sedan 2020 ett stopp för medarbetare att ha Tiktok installerad i sina tjänstetelefoner. Den här typen typer av avvägningar ser ut att bli fler i en allt mer utmanande omvärld. Under 2025 uppstod också debatt kring Sveriges och andra europeiska länders beroende av amerikansk teknik, i kölvattnet av politiska förändringar i USA.⁵ För Sveriges Radio med sitt beredskapsuppdrag och sin roll i totalförsvaret är dessa typer av frågor särskilt utmanande.

Osäkra ekonomiska utsikter

Allt större investeringar krävs för att kunna leva upp till publikens förväntningar på relevant innehåll och attraktiva, lättanvända plattformar. I kapitel 7.3 *Produktivitet och effektivitet* kan du läsa mer om hur Sveriges Radio arbetar för att få fram resurser till fortsatt utveckling av innehåll och tjänster. I samma kapitel beskrivs också att det är mycket svårt att avgöra hur framför allt de snabbt ökande kostnaderna för säkerhet och beredskap samt distributionen i marknätet kommer att påverka Sveriges Radios förutsättningar framåt. Den uppräknade

som finns i beslutet om nytt public service-uppdrag från och med 1 januari 2026 kommer inte att täcka framtida kostnadsökningar, och företaget kommer att behöva genomföra ytterligare besparingar under den nu inledda uppdragsperioden.

Som du kan läsa i 7.1 *Intäkter* och 7.3 *Produktivitet och effektivitet* sänktes public service-avgiften vid årsskiftet till den hittills lägsta nivån sedan det nuvarande avgiftssystemet infördes 2019. Kostnaden per capita för Sveriges Radio har också sjunkit under de första decennierna av 2000-talet när man tar hänsyn till utvecklingen i konsumentprisindex – i dag tar väsentligt fler lyssnare del av mer innehåll för en i praktiken lägre kostnad än vid millennieskiftet.

Kostnaden per capita för public service är lägre i Sverige jämfört med de andra nordiska länderna. Enligt EBU var kostnaden per capita för public service i Sverige 81 euro under 2024 medan den var 160 euro i Island, 103 euro i Norge, 97 euro i Danmark samt 98 euro i Finland. När det gäller de här jämförelserna är det dock viktigt att ta hänsyn till att valutakurser och olika inflationstakt i de respektive länderna påverkar storleken på respektive summa och att ländernas system, organisationer och uppdrag för public service skiljer sig åt.

Stabila attityder till Sveriges Radio

Även om omvärlden och förutsättningarna på mediemarknaden förändrats och fortsätter förändras i snabb takt har publikens användning av Sveriges Radios innehåll varit tämligen stabil under den gångna tillståndsperioden. Det gäller även uppfattningarna om företaget och dess utbud, vilket du kan läsa mer om i 1.4 *Sveriges Radios mål och strategier*.

I 2.3 *Så används och uppfattas Sveriges Radio* beskrivs hur lyssningen på Sveriges Radios utbud linjärt och on demand utvecklas över tid. Under 2025 lyssnade 7,2 miljoner personer från 9 år och uppåt på innehåll från företaget under en genomsnittlig vecka. Företagets räckvidd via digitala plattformar har ökat markant under den gångna tillståndsperioden. Andelen av befolkningen som lyssnar på traditionell linjär radio har visserligen minskat över tid, men minskningen är inte alls lika stor som för andra traditionella medieformer som linjär tv och papperstidningar. Som framgår av

2.1 *Värde för samhället* är allmänhetens förtroende för Sveriges Radio högt och stabilt och det folkliga stödet för ett brett uppdrag starkt.

I en orolig värld och tid är det värt att notera att journalistiken och de svenska nyhetsmedierna i många fall klarat av att förnya sig i takt med digitaliseringen och nå allt fler människor med sitt innehåll. 2021 visade undersökningen *Media Democracy Monitor* att svenska nyhetsmedier – såväl public service som kommersiella – till och med ökat sin förmåga att utföra sitt demokratiska uppdrag jämfört med tio år tidigare.⁶

Sverige – ett dynamiskt ljudland

Samtidigt som det funnits ett starkt public service-bolag inriktat på ljud har Sverige under 2000-talet varit ett centrum för framgångsrik kommersiell utveckling av ljudtjänster.

Inget annat land med samma befolkningsmängd kan uppvisa en sådan utveckling av inhemskt skapat utbud av tjänster och innehåll inklusive ett särskilt public service-bolag inriktat på ljud. Vid utgången av 2025 hade Spotify, världens största plattform för strömmad musik, poddar och ljudböcker, över 750 miljoner användare i månaden – en mer än dubbelt så hög siffra som i början av 2020-talet.⁷ Storytel är i dag en av världens största streamingtjänster för ljudböcker och e-böcker.⁸ Acast, som knyter samman poddproducenter och annonsörer, är också ett av de svenska ljudföretag som växt snabbt internationellt under det senaste decenniet.⁹

Svenskarna lyssnar också mycket via digitala tjänster: Enligt *Mediebarometern* hade 70 procent av svenskarna i åldrarna 9–85 år tillgång till ett abonnemang på strömmad musik och poddar under 2024. Därutöver hade 25 procent tillgång till en prenumerationstjänst för ljudböcker.¹⁰

Ljudmarknaden fortsätter förändras i snabb takt. Bland andra Spotify satsar stort på rörlig bild och video för poddproducenter och användare, och särskilt i yngre publikgrupper tar många del av hybridformer mellan podd och video. Under 2026 ändras också spelreglerna för den kommersiella radion i Sverige, och det svenska radiolandskapet kan komma att förändras på flera sätt framöver.

Den ständigt växande konkurrensen påverkar självklart Sveriges Radio. I bland annat 2.3 *Så används och uppfattas Sveriges Radio* och 3.10 *Utveckling av innehåll, teknik och kompetens* beskrivs hur företaget arbetar för att få lyssnare att välja företagets digitala plattformar, bland annat genom att fler och fler av Sveriges Radios poddar bara går att lyssna på i den egna appen.

Även om en rad aktörer etablerat sig på poddmarknaden under det senaste decenniet – inte minst dagspressföretag – har Sveriges Radio fortsatt ett stort ansvar och en betydande påverkan på hur den svenska ljudbranschen utvecklas. I 3.4 *Sveriges Radios bidrag till en livskraftig mediemarknad* kan du läsa om hur företaget arbetar för att Sverige ska fortsätta vara ett ljudland i framkant genom att företaget utvecklar såväl nya format som samarbeten inom branschen.

¹ Siffror från Statista december 2024, baserade på underlag från R&D World.

² "Så möter mediejättarna hotet från AI-sök – här är strategierna", Dagens Media 27 januari 2026.

³ Statista, oktober 2025.

⁴ *Mediebarometern* 2024.

⁵ "Amerikanska molntjänster kan bli olagliga", Ekot 3 maj 2025.

⁶ *Media Democracy Monitor* – How Leading News Media Survive Digital Transformation, april 2021.

⁷ Statista, baserat på Spotifys kvartalsrapporter 2020–2025.

⁸ storytelgroup.com/en/about-us/

⁹ Investors.acast.com

¹⁰ *Mediebarometern* 2024, Nordicom.

1.4 Sveriges Radios mål och strategier

UR SÄNDNINGSTILLSTÅNDET

I inledningen till Sändningstillståndet för Sveriges Radio AB 2020–2025 står det att » Sveriges Radio AB (SR) har till uppgift att bedriva ljudradioverksamhet 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 SR slår vakt om programområden som är betydelsefulla för allmänintresset. «

Sveriges Radios vision *Fler röster och starkare berättelser för en större förståelse* gällde fram till att den förra tillståndspanoden gick ut 31 december 2025, och kommer att gälla även under uppdragsperioden 2026–2033. Visionen tar avstamp i företagets uppdrag, roll och position i det svenska samhället och det globala medielandskapet.

Under 2020–2025 arbetade Sveriges Radio också utifrån dessa fyra strategiska mål:

Jag väljer Sveriges Radio.

Jag litar på Sveriges Radio.

Jag hör min och din vardag i Sveriges Radio.

Jag möter ett Sveriges Radio som är nyskapande.

De strategiska målen fungerar som en sammanhållande vägledning för ett företag med en mängd verksamheter av skiftande karaktär. Samtliga delar av företaget arbetar också efter målmodell som utgår från de strategiska målen – mer om hur det arbetet går till beskrivs i 3.1 *Uppdrag inom Sveriges Radio*. Inför uppdragsperioden 2026–2033 har företagets styrelse beslutat om nya strategiska mål som kommer att beskrivas i redovisningen för 2026.

För att mäta hur Sveriges Radio uppnått de fyra strategiska målen under 2020–2025 har företaget använt tio indikatorer. Med det menas ett antal mått, eller nyckeltal som Sveriges Radio samlat ska uppnå över tid. I tabellen 1.4.1 finns mål och indikatorer för 2025 redovisade i sin helhet i tabellform. Ett antal av indikatorerna utgör också företagets nyckeltal för produktivitet och effektivitet som redovisas i kapitel 7.3 *Produktivitet och effektivitet*.

Tabellen 1.4.1 är uppställd så här:

- I kolumnen längst till vänster finns de strategiska målen.

- I andra kolumnen från vänster finns så kallade indikatorer till respektive strategiskt mål. Indikatorerna fungerar som måttstockar för hur företaget når upp till de strategiska målen.
- I tredje kolumnen finns de målsättningar företaget hade för respektive indikator under tillståndspanoden 2020–2025.
- I de sex sista kolumnerna finns resultaten för åren 2020–2025.

De flesta av resultaten låg på jämna nivåer under den gångna tillståndspanoden. För de indikatorer där Sveriges Radio hade som målsättning eller ”riktning” att bibehålla stabila resultat för indikatorerna uppfylldes också målsättningarna i de flesta av fallen.

Under inledningen av tillståndspanoden ökade lyssningen på Sveriges Radio. Det var framför allt en effekt av pandemin, då publikens behov av information och tid att lyssna på nyheter, program och poddar ökade. Nivåerna för exempelvis veckolyssnarnas (de som lyssnar minst en gång i veckan) upplevelse av personligt värde blev också höga. Tendensen höll i sig även under 2022 med hög lyssning i samband med Rysslands fullskaliga invasion av Ukraina.

De höga nivåerna för resultaten fick samtidigt till effekt att det blev svårare för företaget att infria målsättningen för flera av de indikatorer där ambitionen var att öka andelen positiva svar under tillståndspanoden. För en av indikatorerna, ökad digital räckvidd, uppfylldes dock målsättningen med bred marginal.

För en annan av indikatorerna, andelen medarbetare som upplever Sveriges Radio som nyskapande, förbättrades resultaten fram till 2024 då kurvan i stället vände nedåt. Resultatet kan sannolikt förklaras med att företaget samma år inledde ett omfattande besparingsprogram som bland annat innebar en minskning av antalet anställda.

Värdegrund och fokus på ljud

Sveriges Radios värdegrund är att företaget ska vara oberoende, trovärdigt, öppet och nyskapande för att över tid förtjäna publikens förtroende. Företaget har ljudet i fokus och koncentrerar sina resurser till att i första hand skapa ljudinnehåll, linjärt och on demand.

1.4.1 Sveriges Radios resultat i relation till de strategiska målen

Mål	Indikator	Riktning	2020	2021	2022	2023	2024	2025
1) Jag väljer Sveriges Radio	a) Total räckvidd antal personer under en vecka*	a) Ska vara stabilt under tillståndspanoden	7,3 miljoner	7,6 miljoner	7,5 miljoner	7,3 miljoner	7,4 miljoner	7,2 miljoner
	b) Index för personligt värde** Bas: veckolyssnare	b) Ska öka under tillståndspanoden	81 %	81 %	82 %	81 %	80 %	79 %
2) Jag litar på Sveriges Radio	a) Förtroendet för innehållet i Sveriges Radio Bas: allmänheten***	a) Ska vara stabilt under tillståndspanoden	72 %	70 %	72 %	72 %	73 %	71 %
	b) Värde för samhället Bas: allmänheten**	b) Ska vara stabilt under tillståndspanoden	75 %	74 %	76 %	76 %	79 %	79 %
3) Jag hör min och din vardag i Sveriges Radio	a) Andel av Sveriges 290 kommuner som SR gjort inslag ifrån under ett tertial	a) Ska vara 100 %	100 % 290 kommuner	100 % 290 kommuner	100 % 290 kommuner	100 % 290 kommuner	100 % 290 kommuner	100 % 290 kommuner
	b) Andel som instämmer i påståendet "Jag hör innehåll om min och andras vardag" Bas: veckolyssnare**	b) Ska öka under tillståndspanoden	69 %	67 %	68 %	68 %	68 %	67 %
4) Jag möter ett Sveriges Radio som är nyskapande	a) Andel som instämmer i påståendet "Jag upplever att SR är nyskapande" Bas: veckolyssnare**	a) Ska öka under tillståndspanoden	38 %	39 %	40 %	39 %	40 %	40 %
	b) Medarbetarnas syn på SR – andel som instämmer i påståendet "Jag upplever att Sveriges Radio är nyskapande":****	b) Ska öka under tillståndspanoden	Redovisas fr.o.m. 2021	48 %	47 %	52 %	40 %	-
	c) Digital räckvidd	c) Ska öka under tillståndspanoden	3,2 miljoner	3,3 miljoner	3,4 miljoner	3,5 miljoner	3,7 miljoner	3,8 miljoner
	d) Lista på de största förändringarna det senaste året inom alla delar av företaget		Redovisas i 7.3 <i>Produktivitet och effektivitet</i> på sidan 219.					

* Källa: PPM, Rate on Air samt Cati. ** Attitydundersökningen. ***Källa: SOM-undersökningen. **** Källa: Intern medarbetarundersökning.

2.

Värdet av Sveriges Radio

Under 2025 nådde Sveriges Radio en fortsatt stor publik och allmänhetens förtroende för innehållet var fortsatt stabilt.

- 2.1 Värde för samhället
- 2.2 Värde för individen
- 2.3 Så används och uppfattas Sveriges Radio



Under 2025 lyssnade 7,2 miljoner personer på Sveriges Radios innehåll under en genomsnittlig vecka. Foto: Hedda Axelsson.

Över sju miljoner personer lyssnar på Sveriges Radio under en vecka – och lyssningsvanor och förtroende hänger ihop

• 20 | MEDELSVILLKOR

» Redovisningen ska även avse omfattningen av lyssnande och publikens reaktioner. «

Ju mer en person lyssnar på Sveriges Radio, desto större sannolikhet att personen också litar på innehållet. På så sätt bidrar en hög räckvidd till ett högt förtroende.

Under 2025 lyssnade cirka 7,2 miljoner personer på Sveriges Radio under en genomsnittlig vecka. Det motsvarade cirka 76 procent av befolkningen från 9 år och uppåt. Den andel av allmänheten som har mycket eller ganska stort förtroende för innehållet ligger på stabila nivåer, och detsamma gäller uppfattningen att företaget har ett mycket eller ganska stort värde för samhället.

I detta kapitel beskrivs hur allmänhetens attityder till Sveriges Radio ser ut och hur vanorna att lyssna förändrats över tid. Resultaten är en viktig del i att förstå Sveriges Radios värde för samhället och hur allmänheten tar emot och använder utbudet. Kunskaperna används också löpande i det interna arbetet med att utvärdera och utveckla verksamheten.



P4 är alltså den radiokanal i Sverige som har störst antal lyssnare. Bilden är hämtad från en reklamkampanj för kanalen som genomfördes under 2025. Foto: Mattias Ahlm/Sveriges Radio.

2.1 Värde för samhället

Vad tycker Sveriges befolkning om public service och Sveriges Radio och hur använder allmänheten innehållet? De frågorna undersöker företaget på olika sätt i form av en lång rad egna mätningar, inköp av undersökningar samt samarbeten med andra medieföretag och institutioner. I 3.4 *Sveriges Radios bidrag till en livskraftig mediemarknad* kan du läsa mer om hur dessa samarbeten ser ut.

Resultat från olika typer av forskning och undersökningar ligger bland annat till grund för analyser företaget gör i arbetet med att utveckla innehåll och tjänster. Som du kunnat läsa i 1.4 *Sveriges Radios mål och strategier* används vissa resultat också som indikatorer, eller mått, på hur företaget lyckas leva upp till sina mål. En del resultat används också som nyckeltal i den ekonomiska uppföljningen som bland annat beskrivs i 7.3 *Produktivitet och effektivitet*.

Stabilt förtroende över tid

Sveriges Radio använder bland annat resultaten från den årliga nationella SOM-undersökningen för att följa upp det strategiska målet ”Jag litar på Sveriges Radio”. SOM-undersökningen har en lång insamlingstid under året och ett stort antal svarande vilket minskar risken för tillfälliga fluktuationer. Undersökningen har också mätt förtroendet för myndigheter, organisationer, företag och institutioner varje år sedan 1986. Det gör det möjligt att jämföra resultat åtskilliga år tillbaka i tiden och att göra djupgående analyser av hur synen på medier och public service utvecklats.

71 procent av Sveriges befolkning har mycket eller ganska stort förtroende för innehållet i Sveriges Radio, enligt SOM-undersökningen. Siffran som

bygger på data insamlade under hösten 2024 och som presenterades 2025 var två procent lägre jämfört med året innan. Även andelen som uppgav att de har mycket eller ganska litet förtroende för innehållet sjönk något, från sju till sex procent. Ingen av förändringarna var dock statistiskt signifikanta, och de bör därför tolkas med försiktighet.

Andelen av befolkningen som har förtroende för Sveriges Radios innehåll har legat på stabila nivåer och varierat mellan 70–74 procent under hela 2000-talet. Av grafen 2.1.1 framgår också att över tid har både andelen med mycket stort förtroende och andelen med mycket litet förtroende blivit större. Samtidigt är det mer än tio gånger så många som har stort förtroende än som har litet förtroende.

Såväl SOM-undersökningen som resultaten från de undersökningar Sveriges Radio beställer på egen hand visar i många fall variationer mellan hur olika grupper av svarande ser på företaget och dess utbud. De största skillnaderna består främst i att de som lyssnar regelbundet på Sveriges Radio är väsentligt mer positiva än de som inte gör det. Men även andra faktorer hänger samman med uppfattningar om utbudet – äldre, högutbildade, kvinnor, personer med helsvensk bakgrund samt personer som sympatiserar med partier i mitten eller till vänster är i många fall mer positiva än yngre, låg- eller medelutbildade, män, personer med utländsk bakgrund samt personer som sympatiserar med partier till höger i politiken.

I grupper där personer har lägre förtroende för Sveriges Radios utbud är förtroendet i många fall lägre även för andra samhällsinstitutioner – Sveriges Radio är dock en av de samhällsinstitutioner som dessa grupper har högst förtroende för.



”Resultat från olika typer av forskning och undersökningar ligger bland annat till grund för analyser företaget gör i arbetet med att utveckla innehåll och tjänster.”

Så undersöker Sveriges Radio synen på företaget

Vid sidan av att analysera resultaten från SOM-institutet genomför Sveriges Radio också egna undersökningar av allmänhetens uppfattningar om företaget och det utbud och de plattformar som publiken kan ta del av. Det sker i första hand i form av två regelbundna attitydundersökningar:

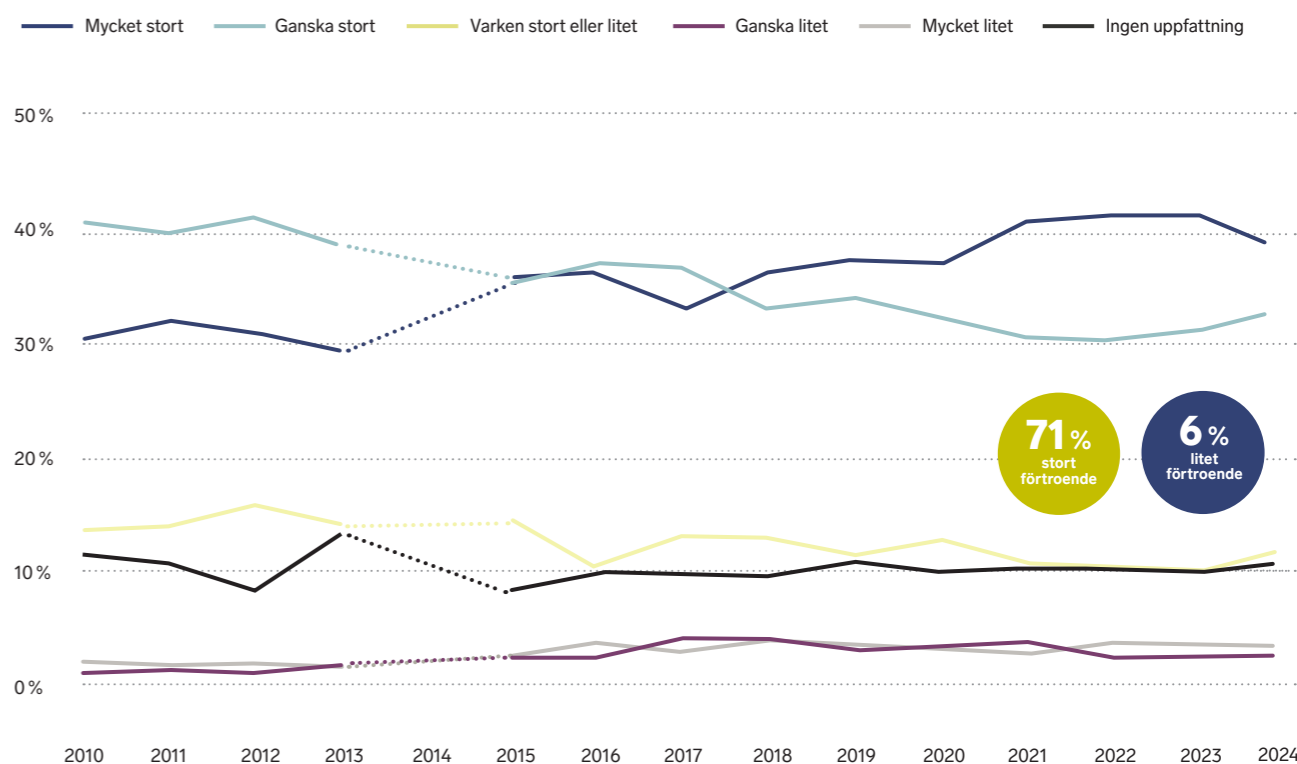
- En ”rullande” undersökning som görs varje vecka under ett helt år med ett begränsat antal frågor kring ämnen som Sveriges Radio har särskild anledning att följa på veckobasis. Det samlade resultatet för vissa av dessa frågor redovisas i några av nyckeltalen i public service-redovisningen.

- En större, årlig undersökning som utförs under kortare perioder vid tre tillfällen under året och innehåller ett större antal frågor jämfört med den ”rullande”. Det samlade resultatet för många av frågorna under året har återkommande publicerats i public service-redovisningarna.

Attitydundersökningarna genomförs av Novus på uppdrag av Sveriges Radio. Under 2024 gjordes en större revision av den större, årliga attitydundersökningen. Förändringarna medför att det bara i undantagsfall går att göra tillförlitliga jämförelser med tidigare års undersökningar och att de jämförelser över tid som redovisas bör tolkas med försiktighet.

2.1.1 Så har förtroendet för Sveriges Radio utvecklats

Sedan 2010 har andelen med mycket stort förtroende ökat, och det har även gruppen med mycket litet förtroende.



Källa: SOM-undersökningen 2024, publicerad våren 2025. 2014 ändrades frågeformuleringen för Sveriges Radio men ändrades tillbaka till den ursprungliga formuleringen 2015. Därför är 2014 års siffror inte jämförbara och ingår inte i tidsserien.



Söndagsintervjun når varje vecka en stor publik i P1. Här möter programledaren Martin Wicklin artisten Little Jinder under evenemanget Poddfest. Foto: Mattias Ahlm/Sveriges Radio.

Tre av fyra svenskar ser ett stort samhällsvärde

2025 ansåg 79 procent av svenskarna mellan 16 och 79 år att Sveriges Radio har ett mycket eller ganska stort värde för samhället i stort, enligt den rullande attitydundersökningen. 2024 var andelen exakt den samma.

Uppfattningen om samhällsvärdet hänger starkt ihop med lyssningsvanor. I kategorin ”dagliga lyssnare” ansåg 87 procent att Sveriges Radio har ett mycket eller ganska stort värde för samhället i stort. Resultaten följer i hög grad också de tidigare beskrivna skillnaderna mellan olika grupper.

Sedan 2024 undersöker Sveriges Radio i vilken grad allmänheten anser att centrala uppdrag i sändningstillståndet är viktiga. En mycket stor majoritet anser att det är viktigt att företaget gör innehåll för barn och unga, 72 procent (72 procent 2024), och för personer med funktionsnedsättning, 70 procent (70), samt anpassar innehåll och service för personer med hörselnedsättning, 69 procent (68). Stödet är lägre för innehåll på andra språk än svenska – 50 procent (51) anser att det är viktigt med innehåll på nationella minoritetsspråk, och 34 procent (34) med innehåll på andra språk än de nationella minoritetsspråken.

2 VÄRDET AV SVERIGES RADIO

2.2 Värde för individen

66 procent av svenskarna mellan 18 och 84 år ansåg att Sveriges Radio har ett mycket eller ganska stort värde för dem personligen enligt Novus årliga attitydundersökning för 2025 (föregående år var andelen 63 procent). Tittar man på kategorin ”dagliga lyssnare” var andelen däremot väsentligt högre, 80 procent, jämfört med andelen i befolkningen som helhet. Kopplingen mellan att en person tar del av Sveriges Radios innehåll och upplever ett värde är alltså tydlig precis som i fallet med upplevt värde på samhälls nivå och förtroendet för innehållet. Hur resultaten för det upplevda värdet för individen kommer att utvecklas på längre sikt återstår att se.

Sedan 2019 finansieras det svenska public service-systemet genom en särskild så kallad public service-avgift som betalas av alla som har en skattepliktig inkomst. Denna typ av finansiering ersatte den tidigare så kallade tv-avgiften där alla hushåll som hade en tv var skyldiga att betala en avgift.

Under 2025 var avgiften för Sveriges Radio maximalt 1,23 kronor per dag och per skattebetalande person. 2026 ändras avgiften till som högst 1,17 kronor per dag och person vilket är den lägsta nivån sedan det nuvarande avgiftssystemet infördes.¹

Kostnaden inkluderar det samlade utbudet linjärt och on demand samt Berwaldhallen med kör och orkester. I kapitel 7. *Så används pengarna* kan du läsa mer om hur företaget fördelar resurserna inom olika verksamheter, och i kapitel 1.3 *Sveriges Radio i ett föränderligt medielandskap* beskrivs public service-bolagens finansiella situation samt hur kostnaden per invånare för public service har utvecklats över tid.

Som framgår av tabellen 2.2.2 ansåg drygt sju av tio svarande i attitydundersökningen 2025 att Sveriges Radio är värt de pengar den svarande betalar i skatt för företagets verksamhet. Nivåerna har stigit under tillståndsperioden 2020–2025. 11 procent ansåg att Sveriges Radio inte är värt pengarna. Det var samma nivå som 2024 vilket då var den lägsta andelen sedan public service-avgiften infördes.

97 procent av allmänheten anser att Sveriges Radios roll är mycket eller ganska viktig i händelse av samhällsstörning, kris eller krig. Fem av sex anser den vara mycket viktig.²

2.2.1 Sveriges Radios värde för individen

	2020	2021	2022	2023	2024	2025
För mig personligen har SR stort eller mycket stort värde.	60 %	60 %	60 %	59 %	63 %	66 %

Källa: Attitydundersökningen 2025, Novus Group. Urval: Hela allmänheten 18–84 år. Åldersintervallet ändrades och vissa metodförändringar gjordes mellan 2023 och 2024, och förändringar mellan åren bör därför tolkas med försiktighet. Bas: Samtliga (n=3068).

2.2.2 Sveriges Radio är värt pengarna

	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Sveriges Radio är värt pengarna (SR:s andel av radio- och tv-avgiften).	66 %	66 %	66 %	67 %	71 %	72 %

Källa: Attitydundersökningen 2025, Novus Group. Urval: Hela allmänheten 18–84 år. Åldersintervallet ändrades och vissa metodförändringar gjordes mellan 2023 och 2024, och förändringar mellan åren bör därför tolkas med försiktighet. Bas: Samtliga (n=3068).

2.3 Så används och uppfattas Sveriges Radio

Som du kunnat läsa i *1.3 Sveriges Radio i ett föränderligt medielandskap* lyssnar nästan 8 av 10 svenskar på innehåll från Sveriges Radio under en vecka. Under 2025 var räckvidden för lyssning linjärt och on demand 7,2 miljoner lyssnare eller 76 procent av befolkningen från 9 år och uppåt. Jämfört med 2024 var det en minskning med cirka 200 000 lyssnare under en genomsnittlig vecka.

Till viss del kan minskningen sannolikt förklaras med effekter av mätmetoden för total räckvidd. I denna undersökning mäts on demand-lyssningen via enkäter som av olika skäl inte genomförs under sommaren i samma utsträckning som övriga delar av året. Resultatet kompenserar därför inte fullt ut den generella förflyttning från linjär lyssning till on demand som sker över tid, vilket får tydliga effekter under säsongen eftersom *Sommar i P1* lockar en stor publik on demand. Undersökningen kommer att ses över till 2026.

Linjärt var det lyssning på P4 som stod för den största andelen av minskningen. Det berodde bland annat på att det under 2025 inte hölls några större mästerskap som exempelvis OS vilket som regel leder till högre lyssning på kanalen.

Sveriges Radio är störst i landet såväl on demand som linjärt vad gäller räckvidd, det vill säga det antal människor som lyssnar på företagets utbud.

I *1.4 Sveriges Radios mål och strategier* finns en tabell med indikatorer för hur företaget lever upp till sina strategiska mål. En av indikatorerna för det första målet "Jag lyssnar på Sveriges Radio" är den totala räckvidden i antal personer under en vecka, och målsättningen är att denna ska vara stabil under tillståndsperioden. Under 2025 lyssnade dock något fler på Sveriges Radio jämfört med 2019, det år då företaget fastställde målet för antalet lyssnare inför den kommande tillståndsperioden.

Antalet Sveriges Radio-lyssnare är alltså stabilt över tid. Som framgår av grafen 2.3.2 på sidan 38 har däremot andelen av befolkningen som lyssnar på innehåll från företaget minskat något under 2020-talet eftersom folkmängden ökat snabbare.

Som konstateras i *1.3 Sveriges Radio i ett föränderligt medielandskap* är dock företagets räckvidder förvånansvärt stabila i ett längre perspektiv och sett till de stora förändringar som skett på mediemarknaden. Under 2025 var den totala räckvidden för all lyssning på Sveriges Radios innehåll under ett genomsnittligt dygn 5,07 miljoner användare eller strax över 53 procent. Det är en något mindre andel

än år 2000 då andelen av befolkningen som lyssnade på Sveriges Radio låg på 55 procent.

Den helt avgörande skillnaden är naturligtvis att människor år 2000 enbart kunde lyssna på Sveriges Radio via linjär radio och att konkurrensen från digitala ljudplattformar inte fanns. Numera lyssnar Sveriges Radios publik på olika typer av ljudformat, det vill säga tekniska lösningar för att lagra och överföra ljudinnehåll, och använder ett mycket stort antal apparater (se förteckning på sista uppslaget i kapitel 4. *Här finns Sveriges Radio*) samt externa plattformar som valt att tillgängliggöra Sveriges Radios innehåll.

Den andel av befolkningen som tog del av företagets utbud 2025 var alltså något mindre än under år 2000, men det är viktigt att notera att antalet personer var betydligt högre 2025 eftersom Sveriges befolkning i dag har ökat med cirka 19 procent jämfört med vid inledningen av 2000-talet. Som konstateras i *1.3 Sveriges Radio i ett föränderligt medielandskap* och *7.3 Produktivitet och effektivitet* innebär utvecklingen att fler tar del av mer för en lägre kostnad per invånare (justerat för inflation) jämfört med i början av 2000-talet.

Så har lyssningsmönstren förändrats under tillståndsperioden

Sveriges Radio hade som ett av sina strategiska mål 2020–2025 att antalet lyssnare skulle vara stabilt under tillståndsperioden. Målet nåddes, vilket du kan läsa mer om i *1.4 Sveriges Radios mål och strategier*.

Under 2020-talet har antalet svenskar som lyssnar på poddar och ljudinnehåll on demand blivit fler, även om tillväxtkurvan planat ut de senaste åren. Samtidigt har antalet linjära radiolyssnare gradvis blivit färre. Även Sveriges Radios publiksiffror följde denna utveckling under 2025. Förändringarna var i båda fallen dock relativt små.

Den allra största delen av lyssningen på Sveriges Radio sker fortfarande via linjär radio. Under ett genomsnittligt dygn 2025 lyssnade 80 procent (80 procent 2024) av Sveriges Radios publik enbart linjärt, medan 10 procent (9 procent 2024) lyssnar både linjärt och on demand och 9 procent (11 procent 2024) enbart on demand.

Sammantaget är utvecklingen under 2020-talet dock tydlig. 2019 lyssnade 6,4 miljoner personer på någon linjär radiokanal under ett genomsnittligt



En allt högre andel av lyssningen på Sveriges Radios nyheter, poddar och program sker i mobiltelefoner. Foto: Mattias Ahlm/Sveriges Radio.

dygn – motsvarande siffra för 2025 var 5,6 miljoner. Under 2025 minskade räckvidden för både Sveriges Radio och för kommersiell radio.

Den kommersiella radion har drabbats hårdare av nedgången för linjär lyssning än Sveriges Radio. En bidragande orsak kan vara att kommersiell radio i högre utsträckning påverkas av konkurrensen från strömmande musiktjänster som *Spotify*. I en jämförelse av hur lyssningen på olika typer av ljudformat utvecklats över tid syns att den totala on demand-lyssningen inklusive strömmande musik ökat i ungefär samma omfattning som linjär radio minskat.

Eftersom nedgången för linjär radio över tid drabbat kommersiell radio hårdare har Sveriges Radios marknadsandel växt under tillståndsperioden 2020–2025 jämfört med i slutet av 2010-talet, trots att företagets linjära lyssning är lägre i dag. Marknadsandelen baseras på andelen av den totala radiolyssningen i landet, alltså den samlade tid människor lyssnar på radio. 2025 var Sveriges Radios marknadsandel 78 procent, att jämföra med 70,4 procent 2019 som var den lägsta andelen någonsin.^{1,2}

Ökad lyssning på egna plattformar

Efter en svag minskning under 2024 växte återigen den totala räckvidden för Sveriges Radios poddar on demand och blev i genomsnitt cirka 2,93 miljoner unika enheter per vecka under 2025. Det var en svag ökning från strax under 2,85 miljoner unika enheter jämfört med året innan.

Sedan 2024 har företaget gjort allt fler av sina mest populära poddtitlar mer eller mindre exklusiva



”Under 2025 gick cirka 58 procent av den samlade lyssningen på Sveriges Radios utbud on demand via företagets egna digitala plattformar.”

för lyssning via Sveriges Radios digitala plattformar, som till exempel *Sommar i P1*, *P3 Dokumentär* och *Morgonpasset i P3*. Bakgrunden är strategisk för att på sikt locka fler att använda Sveriges Radios app och få andelen av den totala lyssningen på egna plattformar att växa.

Under 2025 gick cirka 58 procent av den samlade lyssningen på Sveriges Radios utbud on demand via företagets egna digitala plattformar. Andelen har växt tydligt under andra halvan av den gångna tillståndsperioden – 2024 var motsvarande andel 53 procent vilket kan jämföras med att nivåerna 2023 och 2022 låg kring 46 procent.

Parallellt har den tidigare tillväxten av antalet svenska poddlyssnare planat ut under de senaste åren.³ Sveriges Radio är den största aktören av de distributörer som är anslutna till *Poddindex* – näst störst är *Acast* med 2,36 miljoner unika enheter per vecka under 2025. I *Poddindex* statistik för Sveriges Radio ingår den lyssning som sker via externa plattformar som exempelvis *Spotify* eller *Apples Podcaster*. Dessa två plattformar ingår däremot inte själva som aktörer i *Poddindex*.

Sveriges Radio är marknadsledare även inom podd. 35 procent av svenskarnas samlade lyssningstid för poddar tillfaller innehåll från företaget, enligt undersökningen *Lyssningsloggen* som *Novus* gör på uppdrag av Sveriges Radio.⁴

Den totala räckvidden för Sveriges Radios nyhetsklipp on demand blev i genomsnitt cirka 1,4 miljoner unika enheter per vecka under 2025, vilket var i princip samma nivå som under 2024.

Flera faktorer påverkar utvecklingen

Vid sidan av att vara ensamma om att erbjuda nyhetsklipp on demand har Sveriges Radio ett poddutbud som främst hör till områden som nyheter, kultur, dokumentärer och musik. Andra aktörer har ett bredare och större utbud när det gäller bland annat poddar med kända profiler, populärkultur i vid mening samt sport. Under 2020-talet har fler kommersiella aktörer och nyhetsmedier börjat producera nyhetspoddar, dokumentärer och annat samhällsorienterat material. Den dominerande ljudplattformen *Spotify* producerar inte längre eget poddinnehåll på svenska men satsar stort på video.⁵

En rad faktorer gör det svårt att sja om hur publikmönstren kommer att utvecklas under de kommande åren. Konkurrensen om människors tid är stenhård, inte minst på poddmarknaden. Framväxten av generativ AI och alltmer individanpassat innehåll kan komma att ytterligare förändra människors sätt att använda medier. Under 2025 kom rapporter om stora förändringar i hur användare söker efter bland annat nyheter på sökmotorer som *Google*, med negativa effekter i form av minskad trafik för flera mediehus.⁶

Vid sidan av utvecklingen av nya tekniker och utbudsformer förändras också demografin. De grupper som tillkommer är unga som växer upp med ett enormt utbud av medieinnehåll samt utrikes födda varav många kommer från länder där förtroendet för medier i allmänhet och public service i synnerhet generellt är lägre än i Sverige. Att nå samma räckvidder i dessa grupper som bland äldre personer med en lång relation till Sveriges Radio är i dagsläget knappast realistiskt.

1 augusti 2026 förändras också förutsättningarna för kommersiell radio vilket bland annat kommer att medföra att de avgifter aktörerna betalar för att få sända sänks radikalt.⁷ I propositionen som beslutades våren 2025 betonas också vikten av mångfald i både innehåll och ägande vid tilldelning av tillstånd. Det är dock svårt att förutse hur utbudet av kanaler och deras innehåll kan komma att förändras, eller vilka effekter det kan ha för publikutveckling och radioföretagens marknadsandelar.

I 1.3 *Sveriges Radio i ett föränderligt medielandskap* kan du läsa mer om utvecklingen på den svenska marknaden för ljudinnehåll.

Så utvecklades kanalerna publikt under 2025

Lejonparten av lyssningen på Sveriges Radio är kopplad till någon av de fyra rikskanalerna såväl linjärt som on demand. P1 och P3 utgör också basen för lyssningen på Sveriges Radios utbud on demand. De allra flesta av de poddar från företaget som når störst publik är kopplade till någon av de två kanalerna – detta kan du också se i listan över Sveriges Radios största poddar som finns i slutet av detta kapitel på sidan 37.

Så här förändrades lyssningen under 2025 linjärt och on demand:

- P1 minskade något linjärt och ökade on demand. Kanalen nådde rekordnivåer under pandemiåren i början av 2020-talet, och även om lyssningen minskat sedan dess är den på en högre nivå jämfört med innan pandemin. P1 hade en linjär dygnsräckvidd på cirka 1,5 miljoner lyssnare per dag under 2025 och en veckoräckvidd on demand på 1,41 miljoner.
- P2 ökade tydligt linjärt och minskade tydligt on demand. P2 är dock mer av en nischkanal än de tre andra rikstäckande kanalerna, och både ökning och minskningar sker från lägre nivåer. Under 2025 hade P2 en genomsnittlig räckvidd på 200 000 lyssnare linjärt per dygn och 47 000 unika enheter per vecka on demand.
- P3 låg stabilt linjärt och minskade svagt on demand. Under 2025 ökade kanalen något linjärt till i snitt 840 000 lyssnare per dygn. Efter en kraftig tillväxt under 2023 har P3 minskat svagt on demand under 2024 och till 1,24 miljoner unika enheter per vecka 2025. Utvecklingen kan sannolikt delvis förklaras med strategin att göra vissa populära poddtitlar mer eller mindre exklusiva för lyssning via Sveriges Radios digitala plattformar.
- P4 minskade tydligt linjärt och ökade svagt on demand. P4 är alltså landets absolut största radiokanal vad gäller den samlade lyssningen. Under ett genomsnittligt dygn 2025 hade P4 en linjär räckvidd på 3,07 miljoner lyssnare, en minskning med fem procent jämfört med 2024. Efter en kraftig ökning on demand under 2024 växte P4 i lägre takt under 2025 – 409 000 blev den genomsnittliga veckoräckvidden under det gångna året.

Interaktioner på sociala medier

Under 2025 gjordes omkring 47 miljoner interaktioner på Sveriges Radios sociala medier-konton. Det kan jämföras med 2024 då de omkring 39 miljoner interaktionerna under året var den då hittills högsta siffran sedan Sveriges Radio började sammanställa statistik för den samlade aktiviteten på företagets sociala medier-konton. I 4.2 *Digitala plattformar* kan du läsa mer om hur Sveriges Radio arbetar med dialog med publiken och att locka till lyssning via sociala medier. I 6.3 *Barn och unga* kan du också läsa om hur Sveriges Radio arbetar för att nå ut till de yngre målgrupperna som i mycket hög utsträckning tar del av nyheter via sociala medier.

Allmänhetens och lyssnarnas syn på Sveriges Radio

Vid sidan av att mäta och analysera hur publiken tar del av utbudet undersöker Sveriges Radio även allmänhetens uppfattningar om det innehåll och de plattformar som Sveriges Radio erbjuder. Detta görs främst i form av två regelbundna attitydundersökningar, som också beskrivs i 2.1 *Värde för samhället*. Den ena är en ”rullande” undersökning som görs varje vecka under ett kalenderår med ett begränsat antal frågor kring ämnen som Sveriges Radio har särskild anledning att följa på veckobasis. Den andra är en större, årlig undersökning som utförs under kortare perioder vid tre tillfällen under året och innehåller ett större antal frågor jämfört med den ”rullande”.

Attitydundersökningarna genomförs av *Novus* på uppdrag av Sveriges Radio. Som du också kan läsa i 2.1 *Värde för samhället* reviderades den större årliga

attitydundersökningen under 2024 då en rad frågor formulerades om eller ersattes. Frågeformuläret disponerades om, och både insamlingsmetod och åldersintervall bland deltagarna förändrades delvis. Därför går det bara i undantagsfall att göra rättvisande jämförelser med undersökningar från 2023 och tidigare.

I tabellerna på kommande uppslag kan du se i vilken grad allmänheten respektive regelbundna lyssnare är nöjda med det utbud, de kanaler och de plattformar Sveriges Radio erbjuder.

Deltagarna i attitydundersökningarna har under många år ansett att public service-medierna är de överlägset viktigaste medierna för nyhetsförmedlingen i landet. 2025 ansåg 87 procent av allmänheten och 95 procent av de dagliga lyssnarna att Sveriges Radio är mycket eller ganska viktig för nyhetsförmedlingen i Sverige. 81 procent av allmänheten och 87 procent av de dagliga lyssnarna ansåg att nyheterna i Sveriges Radio är trovärdiga.

Som också konstateras i 2.1 *Värde för samhället* finns det variationer mellan hur olika grupper av svarande ser på Sveriges Radio som företag och likaså när det gäller synen på utbudet. De största skillnaderna består främst i att de som lyssnar regelbundet är väsentligt mer positiva än de som inte gör det. Men även andra faktorer hänger samman med uppfattningar om utbudet – äldre, högutbildade, kvinnor, personer med helsvensk bakgrund samt personer som sympatiserar med politiska partier i mitten eller till vänster är i många fall mer positiva än yngre, låg- eller medelutbildade, män, personer med utländsk bakgrund samt personer som sympatiserar med politiska partier till höger.

69%

av allmänheten mellan 18 och 84 år är nöjda med innehållet från Sveriges Radio.

Skilnader i synen på innehållet

När allmänheten tillfrågas om hur viktiga olika innehållskategorier är hamnar år efter år nyheter, samhällsprogram samt service som trafikinformation och VMA i topp. Programutbudet inom dessa kategorier får som regel också högst betyg av de svarande. Olika typer av kulturprogram, underhållning och program om relationer hamnar något längre ner på skalorna. I 7.3 *Produktivitet och effektivitet* kan du läsa om att Sveriges Radio lägger huvuddelen av sina resurser på de programkategorier allmänheten anser är viktigast, vilket också ligger till grund för ett av företagets nyckeltal för effektivitet.

I 5.4 *Sveriges Radio ska spegla hela Sverige* kan du läsa om hur allmänheten uppfattar Sveriges Radios förmåga att ge mångfasetterade bilder av det svenska samhället och erbjuda en bredd av perspektiv från hela landet. I kapitel 6. *Särskilda uppdrag och målgrupper* redovisas också resultat från den årliga attitydundersökningen om allmänhetens upplevelser av hörbarhet samt syn på vikten av innehåll för barn och unga respektive personer med funktionsnedsättning.

Nöjdheten med kanaler, plattformar och sociala medier-konton

Som du kan läsa i tabellen 2.3.7 var 64 procent av den svenska allmänheten mellan 18 och 84 år nöjda med Sveriges Radio som helhet, och andelen som var nöjda med innehållet från företaget var 69 procent 2025.

När det gäller resultaten för nöjdheten med Sveriges Radios linjära kanaler, digitala plattformar

och aktivitet i sociala medier fokuserar Sveriges Radio på de grupper av svarande som regelbundet lyssnar på kanalerna och använder plattformarna samt på de som följer minst ett av företagets konton i sociala medier.

Som framgår av tabellen 2.3.6 är nöjdheten med de respektive kanalerna tämligen stabil över tid. Urvalet av svarande är de som uppger att de lyssnar minst en gång i månaden på den kanal en specifik fråga gäller. Omdömena är något mer positiva i denna grupp eftersom de som uppger att de aldrig lyssnar på Sveriges Radio också tenderar att vara mer negativa. Frågorna kring nöjdhet med de respektive kanalerna hör till de frågor där resultaten kan jämföras med tidigare års undersökningar – dock bör trenderna tolkas med försiktighet.

I tabellerna 2.3.8 och 2.3.9 redovisas användarnas nöjdhet med webbplatsen *sverigesradio.se* och Sveriges Radios app, företagets publikt två största digitala plattformar. Cirka 4 av 10 webbansvändare och cirka 6 av 10 appanvändare är nöjda – storleksförhållandena är i stort sett desamma som i tidigare års undersökningar. Resultatet bör ses i ljuset av att Sveriges Radio prioriterar utveckling av företagets app för mobiltelefoner och att webbplatsen i hög grad är anpassad för att likna appen i upplägg och användningssätt.

Nöjdheten med Sveriges Radio i sociala medier hör till de frågor där jämförelser alltså kan göras över en längre tid. Som framgår av tabellen 2.3.10 var 55 procent av de svarande som följer något eller några av företagets konton nöjda i 2025 års attitydundersökning.

¹ Kantarsifo.se/mediafacts

² Sveriges Radios public service-redovisning 2019.

³ Poddindex årsrapport för 2024.

⁴ Lyssningsloggen 2025, Novus på uppdrag av Sveriges Radio.

⁵ "Spotify har skrotat sin poddsatsning – planen framåt: "Är väldigt exalterad", Dagens Media 15 april 2025.

⁶ "Googles AI-verktyg sabbar söktrafiken – så hanterar medierna trafikdödaren", Dagens Media 4 juni 2025.

⁷ "En långsiktigt hållbar kommersiell radioverksamhet", prop. 2024/25:164.

Programmen och poddarna med störst publik

Detta är de mest avlyssnade programmen i FM-kanalerna. Siffrorna anger genomsnittligt antal lyssnare per program samt den samlade lyssningen på programmen i de 25 lokala kanalerna.

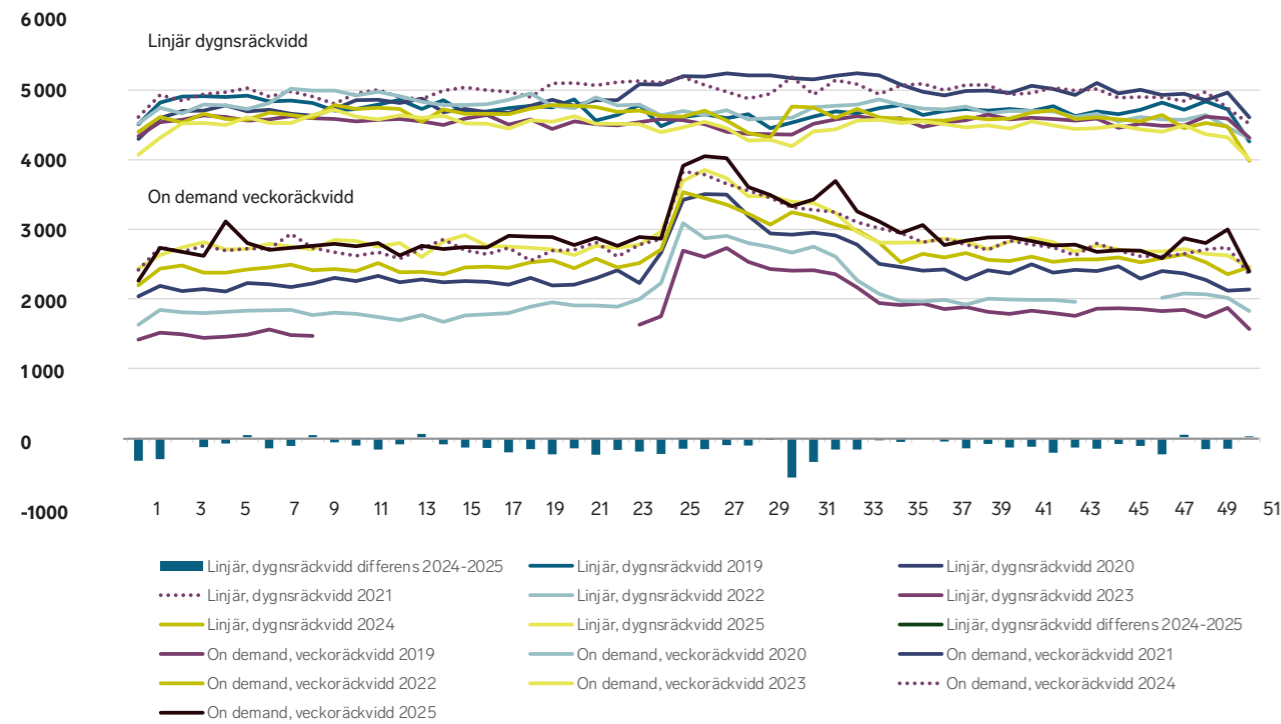
P1		P4	
P1 Morgon, vardagar	760 000	Ring så spelar vi	1 380 000
Godmorgon världen	540 000	Sportextra söndagar	1 310 000
Sommar i P1	510 000	Sportextra lördagar	1 240 000
Studio Ett	490 000	P4 Extra, vardagar	1 150 000
P2		P4-kanalernas lokala utbud	
Rendezvous med Kristjan Saag	60 000	P4 Morgon, vardagar 06–09.30	1 590 000
Klassisk morgon	60 000	P4 Eftermiddag, vardagar 15–17.30	1 380 000
Folkmusiken i P2	60 000	P4 Förmiddag, vardagar 09.30–13	1 360 000
Söndagsmorgon i P2	60 000		
P3		Siffrorna för det lokala utbudet avser det samlade antalet lyssnare för de 25 kanalerna under respektive programtid.	
Morgonpasset i P3	440 000		
P3 med, vardagar 9.30–15.30	440 000		
Eftermiddag i P3	330 000		

Programtitel	Veckoräckvidd
P3 Dokumentär	522 000
Sommar & Vinter i P1*	366 000
USApodden	210 000
P3 Historia	161 000
Morgonpasset i P3	156 000
Ekot nyhetsändning	143 000
Dagens Eko	130 000
P1 Dokumentär	127 000
Creepypodden i P3	127 000
P3 Krim	120 000

* Under sommarveckorna har *Sommar i P1* ett snitt på drygt 1,5 miljoner lyssnare i veckoräckvidd.

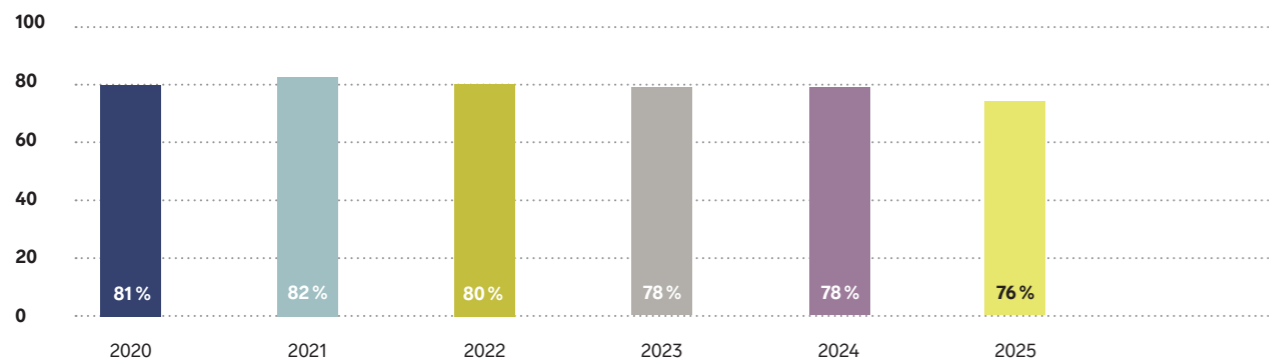
Morgonpasset i P3 är både kanalens största program och en av Sveriges Radios största poddar. På bilden ses programledarna Linnéa Wikblad, David Druid, Branne Pavlovic och Margret Atladottir. Foto: Mattias Ahlm/Sveriges Radio.

2.3.1 Genomsnittlig linjär dygnsräckvidd 2019–2025, nio år och äldre, veckoräckvidd on demand 2019–2025



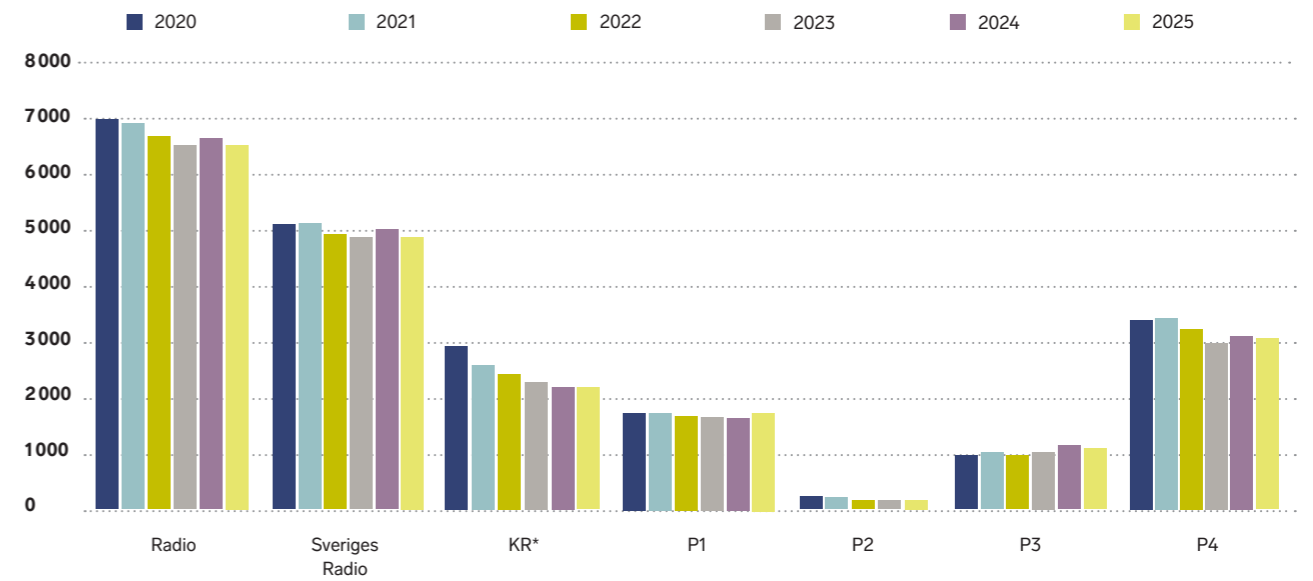
Kommentar: Ovanstående diagram visar lyssningen under året. De översta linjerna visar den genomsnittliga linjära dygnsräckvidden bland lyssnare över nio år, de nedre veckoräckvidden för on demand-lyssning. De blåa staplarna visar differensen mellan den linjära lyssningen 2024 och 2025. För on demand-lyssningen saknas data för delar av hösten 2020 på grund av tekniska fel i mätningarna.
Källor: Kantar Sifos radiomätningar, Rate on Air och CATI samt Sveriges Radios interna servermätning Helios.

2.3.2 Andel av befolkningen från 9 år som lyssnar på SR en genomsnittlig vecka



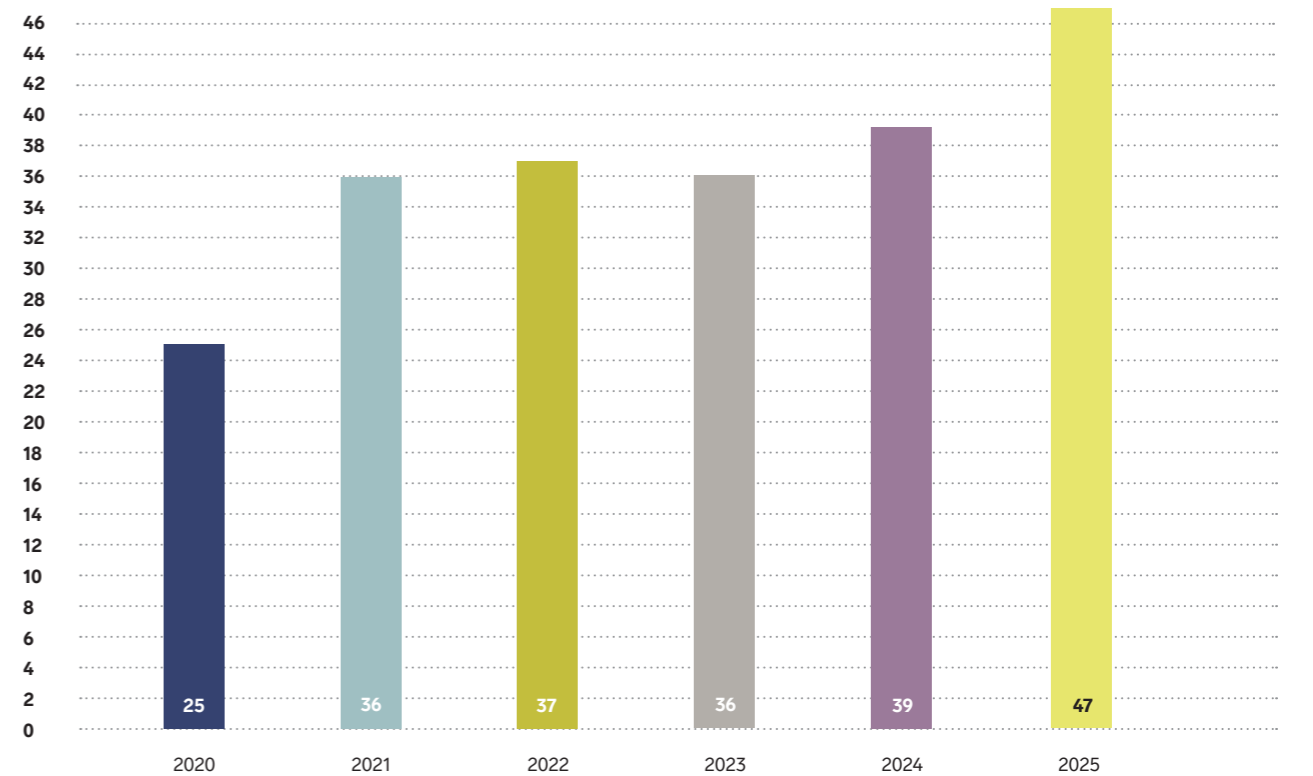
Kommentar: Den 1 januari 2023 ändrade radiobranchen räckviddsdefinitionen från tre sammanhängande minuter till en minut. För att möjliggöra jämförelser bakåt har därför tidigare nivåer räknats om, från tre minuter till en minut.
Källor: Kantar Sifos radiomätningar, Rate on Air och CATI.

2.3.3 Total räckvidd i 1 000-tal, genomsnittligt dygn



Kommentar: Räckvidd definieras som antalet som lyssnat linjärt och/eller on demand. Den 1 januari 2023 ändrade radiobranchen räckviddsdefinitionen från tre sammanhängande minuter till en. För att möjliggöra jämförelser bakåt har därför tidigare nivåer räknats om, från tre till en minut.
*För PLR, den kommersiella radion, saknas officiell data för total räckvidd. Siffrorna avser därför linjär räckvidd i befolkningen över 9 år.
Källor: Kantar Sifos radiomätningar, Rate on Air och CATI.

2.3.4 Antal interaktioner (i miljoner) per år på Sveriges Radios konton i sociala medier



Källor: Crowdtangle och Meta Insights.

2.3.5 Allmänhetens uppfattningar om innehåll i Sveriges Radio

	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Sveriges Radio har trovärdiga nyhetssändningar.	-	-	-	-	80 %	81 %
Jag blir allmänbildad av att lyssna på Sveriges Radio.	-	-	-	-	67 %	66 %
I Sveriges Radio hör jag innehåll om min och andras vardag.	69 %*	67 %*	69 %*	68 %*	68 %*	67 %*
Sveriges Radio erbjuder fördjupning.	-	-	-	-	58 %	56 %
Jag hör män och kvinnor i samma utsträckning i Sveriges Radio.	-	-	-	-	55 %	55 %
Sveriges Radio erbjuder många olika perspektiv i sitt innehåll.	-	-	-	-	55 %	56 %

Kommentar: Den årliga attitydundersökningen gjordes om med nya frågor och ändrade insamlingsmetoder varför resultat från denna undersökning här endast redovisar 2024 och 2025.

*Dessa data kommer av metodologiska skäl från en rullande attitydundersökning med n=13 174. Frågan löd "Hur väl stämmer följande påståenden om Sveriges Radio med din uppfattning?" Procentsiffran anger andelen som svarade "Instämmer". Bas: veckolyssnare.

Källor: Attitydundersökningen/Rullande attitydundersökningen, Novus 2025.

2.3.6 Nöjdhet med Sveriges Radios kanaler

	2020	2021	2022	2023	2024	2025
P1	82 %	82 %	81 %	82 %	80 %	78 %
P2	65 %	67 %	63 %	69 %	64 %	65 %
P3	64 %	63 %	70 %	69 %	69 %	65 %
P4	80 %	80 %	81 %	80 %	80 %	80 %
Ekot	87 %	87 %	86 %	86 %	86 %	84 %
Radiosporten	75 %	77 %	74 %	75 %	77 %	75 %
Barnradion	46 %	46 %	47 %	49 %	47 %	47 %

Kommentar: Frågan löd "Hur nöjd eller missnöjd är du totalt sett med..." Bas: Lyssnat minst 5 min. senaste månaden (P1: 2528, P2: 936, P3: 2476, P4: 3894, Ekot: 1790, Radiosporten: 1229, Barnradion: 312). Källa: Attitydundersökningen, Novus 2025. Ändringar har gjorts i insamlingsmetod mellan 2023 och 2024 varför förändringar ska tolkas med viss försiktighet. Den förhållandevis låga siffran för Barnradion förklaras av att deltagarna i undersökningen är i åldrarna 18–84 år.

2.3.7 Övergripande nöjdhet med Sveriges Radio

	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Andel mycket/ganska nöjda totalt sett med Sveriges Radio	68 %	67 %	70 %	69 %	66 %	64 %
Andel mycket/ganska nöjda med Sveriges Radios program	68 %	65 %	68 %	67 %	70 %	69 %

Kommentar: Frågan löd "Hur nöjd eller missnöjd är du totalt sett med..." Bas: Samtliga (n=3068/3120). Källa: Attitydundersökningen, Novus 2025. Insamlingsmetoden har ändrats mellan 2023 och 2024 varför förändringar ska tolkas med viss försiktighet.

2.3.8 Nöjdhet med sverigesradio.se

	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Andel mycket/ganska nöjda	43 %	42 %	41 %	42 %	39 %	38 %

Kommentar: Frågan löd "Hur nöjd eller missnöjd är du totalt sett med Sveriges Radios webbplats sverigesradio.se?". Bas: har besökt sverigesradio.se (n=2242). Källa: Attitydundersökningen, Novus 2025. Insamlingsmetoden har ändrats mellan 2023 och 2024 varför förändringar ska tolkas med viss försiktighet.

2.3.9 Nöjdhet med Sveriges Radios app

	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Andel mycket/ganska nöjda	52 %	53 %	53 %	55 %	59 %	62 %

Kommentar: Frågan löd "Hur nöjd eller missnöjd är du totalt sett med Sveriges Radios app ("Sveriges Radio Play")?". Bas: har använt Sveriges Radio Play (n=2137). Källa: Attitydundersökningen, Novus 2025. Insamlingsmetoden har ändrats mellan 2023 och 2024 varför förändringar ska tolkas med viss försiktighet.

2.3.10 Nöjdhet med Sveriges Radio i sociala medier

	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Andel mycket/ganska nöjda	71 %	66 %	64 %	61 %	59 %	55 %

Kommentar: Frågan löd "Hur nöjd eller missnöjd är du totalt sett med Sveriges Radios sociala medier-konton?". Bas: Följer något av Sveriges Radios sociala medier-konton (n=611). Källa: Attitydundersökningen, Novus 2025. Insamlingsmetoden har ändrats mellan 2023 och 2024 varför förändringar ska tolkas med viss försiktighet.

3.

Så arbetar Sveriges Radio

För att kunna skapa innehåll för en bred publik krävs en mångsidig organisation.

- 3.1 Uppdrag inom Sveriges Radio
- 3.2 Variation i produktionsformer
- 3.3 Samarbeten med produktionsbolag
- 3.4 Sveriges Radios bidrag till en livskraftig mediemarknad
- 3.5 Publicistiskt ansvar och granskning av innehåll
- 3.6 Sveriges Radio finns i hela landet
- 3.7 Nya tjänster och förhandsprövning
- 3.8 Språkvård – ett viktigt ansvar för public service
- 3.9 Priser och utmärkelser
- 3.10 Utveckling av innehåll, teknik och kompetens
- 3.11 Beredskap och viktig information till allmänheten
- 3.12 Sändningskvalitet



P4-kanalerna har alltid ambitionen att vara nära lyssnarna, såväl i nyheter som i annat utbud. Artisten Dregen och programledaren Susan Myrdal ledde kanalens sändningar från festivalen Sweden Rock i juni 2025. Foto: Jan Pieter van Eerde.

Så säkras och utvecklas kvalitet i utbudet

Det här kapitlet beskriver hur Sveriges Radio har utformat sin organisation och sina arbetssätt för att leva upp till kraven på kvalitet i innehållet och på att vara en ansvarsfull aktör på mediemarknaden.

3.1 redogör för hur Sveriges Radio är uppbyggt och hur metoderna att utveckla verksamheten hör ihop med företagets strategiska mål.

3.2–3.4 tar upp olika aspekter av Sveriges Radios roll på mediemarknaden och beskriver

- samarbeten med produktionsbolag och externa medverkande i program och poddar
- olika sätt att stimulera den svenska mediemarknaden och diskussionen om public service.

3.5–3.9 berör områden som är centrala för lyssnarnas förtroende för Sveriges Radio och beskriver

- företagets sätt att arbeta med etiska frågor och publicistisk kvalitet
- bestämmelserna kring förhandsprövning av nya tjänster
- språkvård
- hur företaget är spritt över hela landet.

3.10–3.12 handlar om hur företaget arbetar för att

- utveckla innehåll, kompetens och teknik
- uppfylla beredskapsuppdraget, sända viktiga meddelanden till allmänheten och hålla en hög säkerhetsnivå
- kunna säkra sändningar utan avbrott och störningar.



Några av medlemmarna i Sveriges Radios Symfoniorkester i samband med en konsert i Berwaldhallen. Foto: Mattias Ahlm/Sveriges Radio.

3.1 Uppdrag inom Sveriges Radio

Sveriges Radios verksamhet styrs av regler och villkor som fastställs av riksdag och regering. Regeringen formulerar ett tillstånd att sända ljudradio med stöd av radio- och tv-lagen samt ett public service-uppdrag med stöd av lagen om public service.^{1,2}

Under perioden 2020–2025 gällde ett så kallat sändningstillstånd som satte ramarna för verksamheten.³ Vid sidan av detta fanns också så kallade medelsvillkor om företagets tilldelade resurser och andra förutsättningar av teknisk och administrativ art.⁴ Det är dessa två dokument som denna public service-redovisning utgår ifrån.

Från 2026 ingår den av regeringen beslutade resurstilldelningen i det nya så kallade public service-uppdraget.⁵

Så är företaget organiserat

Sveriges Radio AB ägs av Förvaltningsstiftelsen för Sveriges Radio AB, Sveriges Television AB och Sveriges Utbildningsradio AB. Styrelsen och verkställande

direktören leder företaget vars verksamhet är organiserad i sex enheter: Program-, HR-, Ekonomi-, Vd-, Kommunikations- samt IT-enheten. Enkelt uttryckt har de fem sistnämnda enheterna som huvudsaklig uppgift att stötta företagets största enhet Programmenheten som producerar utbudet och driver företagets digitala plattformar. Från och med 1 januari 2026 är HR- och Ekonomienheterna uppdelade i varsina enheter.

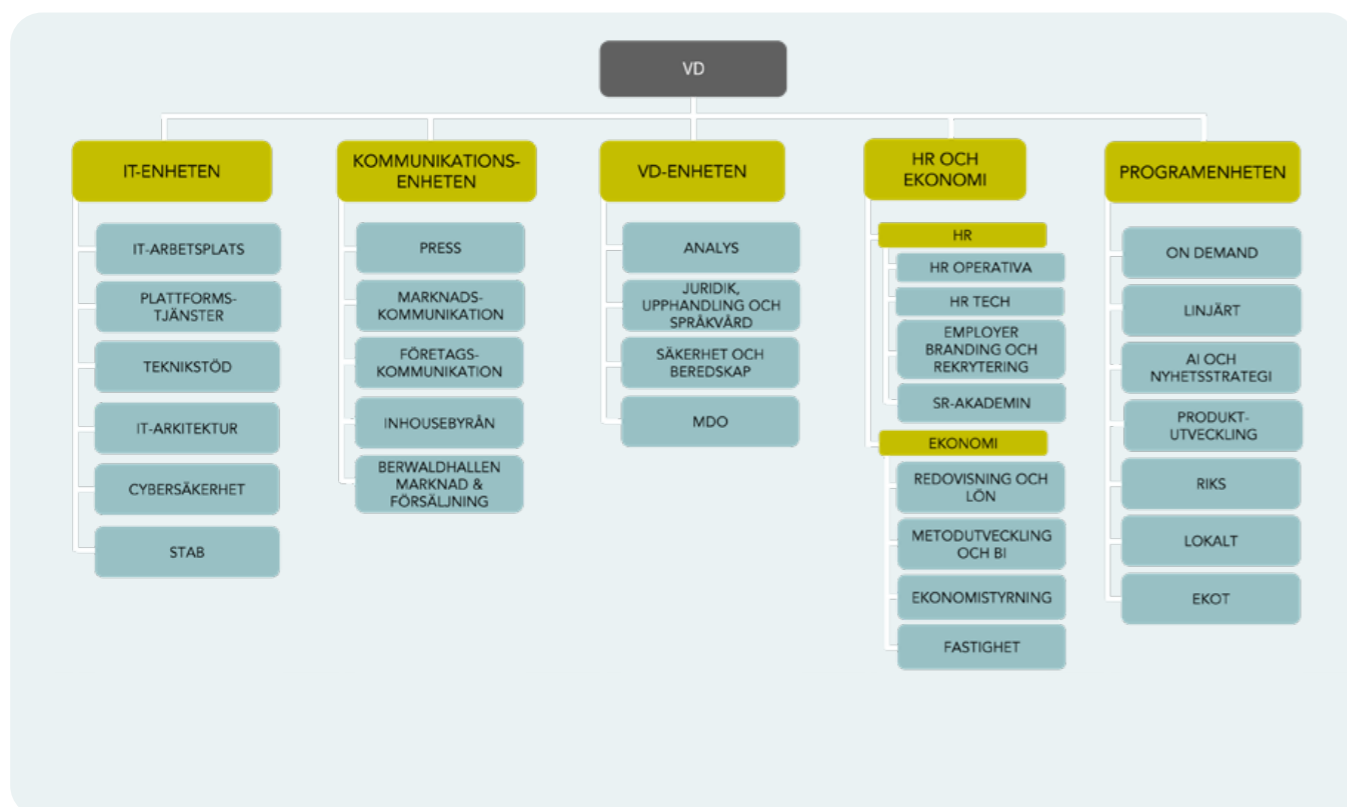
Så planeras verksamhet och utbud

Sveriges Radio har en verksamhetsplan som beskriver hur företaget ska arbeta för att nå sina strategiska mål. En budgetram inför kommande år godkänns av styrelsen i slutet av året.

Verksamheten under den gångna tillståndsperioden 2020–2025 har utgått från de strategiska mål som redovisas i 1.4 Sveriges Radios mål och strategier.

Programmenheten är organiserad i olika delar som var för sig har olika ansvarsområden inom

3.1.1 Sveriges Radios organisation under 2025



innehållsproduktion och utveckling av plattformar och tjänster. Sedan 2023 har Programmenheten en innehållsstrategi som utgår från att

- mediekonsumtionen är digital.
- Sveriges Radio ska utveckla morgondagens innehåll och format
- Sveriges Radio bevakar hela Sverige – för alla i Sverige.

Innehållsstrategin ligger till grund för det löpande arbetet med att utveckla Sveriges Radios utbud och tjänster. Särskilt utbudsansvariga ingår i Programmenhetens ledning och står för interna och externa programuppdrag och beställningar av innehåll. Redaktionerna använder programuppdragen som grund när de ska planera och göra budget för nästkommande år.

Så går uppföljningen till

Enligt Sveriges Radios arbetsordning fastställer styrelsen bland annat strategiska mål för företaget samt övervakar löpande hur målen efterlevs. I 8. Planer för framtiden kan du läsa mer om Sveriges Radios vision, strategiska mål och indikatorer för uppdragsperioden 2026–2033.



”Programuppdrag och lyssning mäts och följs upp löpande, och dessutom görs årliga uppföljningar av uppsatta mål.”

Företagsledningen får under året löpande information om det ekonomiska läget och hur verksamheten utvecklas. Varje tertiäl får ledningen ta del av fördjupande analyser av företagets ekonomi och effektiviseringsarbeten samt rapporter där strategiska mål, publikutveckling samt upphandlings- och utvecklingsplaner följs upp. Företagsledningen och styrelsen går igenom underlagen, och verksamheten utvärderas av enhetschefer och vd.

Programuppdrag och lyssning mäts och följs upp löpande, och dessutom görs årliga uppföljningar av uppsatta mål. Utbudet och kanalerna följs även upp med kvalitativa publika resultat i *Novus* attitydundersökningar som görs i större format en gång per år och i mindre format löpande under året. Ytterligare publikundersökningar samt utvärderingar och analyser av innehållet i program och poddar görs löpande.

Så drivs utvecklingsarbetet framåt

Under 2025 införde Sveriges Radio en ny modell för hur verksamheten ska styras och utvecklas enligt företagets övergripande mål. Syftet är att underlätta för chefer på alla nivåer att göra tydliga prioriteringar. Modellen infördes stegvis under 2025 för att användas fullt ut 2026, och vd och företagsledning får regelbundna rapporter om hur målen uppfylls.

¹ Sändningstillstånd för Sveriges Radio AB 2020–2025.

² Public service-uppdrag för Sveriges Radio AB 2026–2033.

³ Sändningstillstånd för Sveriges Radio AB 2020–2025.

⁴ Medelsvillkor för 2020–2025 avseende Sveriges Radio AB.

⁵ Public service-uppdrag för Sveriges Radio AB 2026–2033.

3.2 Variation i produktionsformer

§ 6 | SÄNDNINGSTILLSTÅND

» SR 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. «

Frilansare, produktionsbolag och andra externa medverkande hörs i de flesta programkategorier och i alla kanaler i Sveriges Radios utbud. I tabellerna 3.2.1–3.2.3 på nästa uppslag kan du läsa om att 1 272 produktionsbolag anlätades under 2025 och att cirka en halv miljard kronor lades på extern medverkan i någon form under året.

Sveriges Radio anlitar varje år mängder av medverkande som har vitt skilda kompetenser och som medverkar på olika sätt i program och poddar. Här är några exempel:

- Kulturskapare som kompositörer, skådespelare, regissörer, dramatiker och författare medverkar exempelvis i P2-program, Berwaldhallens konserter, Sveriges Radio Dramas utbud, *Novellen i P1*, *Dagens Dikt* och i satsningar i lokala kanaler. Kulturessäer i *OBS* görs av skribenter, författare och kritiker.
- Externa programledare anlitas exempelvis i *Allvarligt talat* i P1, i P4-program som *P4 Extra*, *Karlavagnen* och *Kvällspasset* och i P3-produktioner som *Creepypodden*, *Morgonpasset i P3* och *Musikhjälpen*.
- Experter inom vitt spridda fält hörs i alla kanaler. Bland annat deltar personer från den akademiska världen i fördjupande P1-program eller i aktualitetsblock i såväl P3 som i P4:s lokala kanaler.
- Andra kategorier av ämnesexperter inom olika områden anlitas regelbundet i många produktioner, exempelvis poddar som *P3 Klassikern* och *I huvudet på Louise Epstein*. I de lokala kanalerna hörs också experter inom en rad olika ämnen.

- Kommentatorer och krönikörer medverkar i exempelvis program och poddar som *Godmorgon världen* i P1 eller *Kulturnytt* som sänds i P1, P2 och P4. I musikprogram i alla fyra rikssända kanaler hörs musiker och musikjournalister, bland annat genom att de recenserar och analyserar eller deltar i diskussioner. I andra produktioner är en blandning av professioner och bakgrund hos de medverkande bärande i själva programidén. Det gäller exempelvis *Sommar & Vinter i P1* som också anlitar ett stort antal externa producenter.

Sveriges Radio redovisar i siffror utomståendes medverkan i utbudet på två sätt:

- antal medverkande och bolag (tabellerna 3.2.1 och 3.2.3)
- samlade kostnader för utomståendes medverkan, inklusive ersättningar för musikrättigheter (tabell 3.2.2).

Så fördelas extern och intern produktion

De typer av program som Sveriges Radio inte beställer av externa produktionsbolag är nyhetssändningar och nyhetsprogram vilka uteslutande produceras inom de egna redaktionerna. Musikläggningen görs också internt. Nyheter och musik utgör cirka två tredjedelar av hela Sveriges Radios utbud, vilket du kan läsa mer om i *5.3 Programkategorier*. Interna produktioner inom dessa kategorier kan däremot innehålla betydande inslag av extern medverkan.

Av praktiska skäl är det dock inte möjligt att redovisa extern medverkan som andelar av den totala sändningstiden. Om exempelvis en programledare är anlita via sin egen firma medan producent, reporter och tekniker är anställda av Sveriges Radio är det inte praktiskt genomförbart att dela upp produktionen i hur många sändningsminuter som är gjorda av den externa programledaren och hur många som är gjorda av den interna personalen. I kategorin extern medverkan ingår också exempelvis programanställda medarbetare som deltar i en lång rad interna produktioner. Liknande svårigheter att dra gränsen mellan intern och extern medverkan finns i den konstnärliga produktionen, till exempel när anställda musiker i Sveriges Radios Symfoniorkester framför ett specialskrivet verk av en externt anlita kompositör.

Cirka 92 procent av Sveriges Radios sändningstid i marknätet är egen programproduktion men kan som tidigare beskrivits innehålla en hög grad av

extern medverkan. Helt extern produktion står för cirka 8 procent av Sveriges Radios sändningstid i marknätet och består av följande:

- *Program och poddar från svenska produktionsbolag*. I denna kategori finns också SMHI som levererar sändningar av väderprognoser till P1.
- *Program från andra public service-bolag*. I huvudsak består dessa program av sändningar från BBC World News vilka sänds kvälls- och nattetid i P6.
- *Program från EBU*. Denna kategori utgörs i princip av musikprogrammet *Notturmo* som sänds nattetid i P2. Utbytet av klassisk musik, folkmusik och jazz inom EBU kan du läsa mer om i *6.2 Kultur*.

Under 2025 lade Sveriges Radio 82,4 miljoner kronor (77,6 miljoner 2024) på att köpa in helt externt producerade program eller poddar från svenska produktionsbolag. Summan ingår i tabellen 3.2.2 i den samlade summan 176,2 miljoner kronor för kategorin "Anlitade bolag". De helt externa produktionerna har en avgörande betydelse för att företagets utbud som helhet ska kunna hålla den kvalitet som krävs i sändningstillståndet och medelsvillkoren. Detta kan du läsa mer om i nästa kapitel 3.3 *Samarbeten med produktionsbolag*. I *3.9 Priser och utmärkelser* kan du också läsa om externa produktioner gjorda för Sveriges Radio vilka tilldelades utmärkelsen Guldröret under 2025.



"P3 med Ison Glasgow och Assia Dahir" producerades av Munk Studios och sändes på helger i P3 under 2025. Foto: Mattias Ahlm/Sveriges Radio.

3.2.1 Antal anlitade bolag för programproduktion

	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Stockholm	806	809	811	835	937	1 009
Berwaldhallen	183	153	182	164	168	143
SR Blekinge	5	2	3	2	17	1
SR Dalarna	13	9	4	4	17	11
SR Gotland	3	2	1	8	2	1
SR Gävleborg	16	12	10	3	0	2
SR Göteborg	72	71	55	72	78	80
SR Halland	5	1	3	2	0	0
SR Jämtland	13	4	7	6	2	1
SR Jönköping	10	4	6	6	6	1
SR Kalmar	5	2	5	3	4	1
SR Kristianstad	14	12	10	5	11	1
SR Kronoberg	69	49	50	45	24	0
SR Malmöhus	137	128	131	116	94	57
SR Norrbotten	74	55	15	13	15	21
SR Sjuhärad	6	5	6	4	1	2
SR Skaraborg	13	8	6	3	2	1
SR Stockholm	19	22	30	43	35	20
SR Sörmland	15	19	14	6	7	1
SR Uppland	40	42	24	22	8	4
SR Värmland	11	3	2	0	0	0
SR Väst	10	6	13	13	11	3
SR Västerbotten	27	19	4	2	0	1
SR Västernorrland	25	53	61	63	12	9
SR Västmanland	3	1	1	2	0	0
SR Örebro	3	1	2	2	1	0
SR Östergötland	4	4	3	1	0	1
SR Programteknik	2	1	4	4	0	0
Totalt	1 603	1 497	1 463	1 449	1 452	1 371
Antal unika	1 404	1 303	1 314	1 315	1 272	1 272

Tabellen 3.2.1 visar antalet anlitade bolag per redaktion under 2025. Några bolag har anlitats av flera redaktioner vilket innebär att dessa bolag redovisas på flera orter – därav skillnaden mellan raden "total" och raden "antal unika" där respektive bolag endast räknas en gång oavsett hur många redaktioner bolaget levererat till.

Antalet anlitade produktionsbolag 2025 var 1 371. Antalet unika produktionsbolag 2025 var 1 272 eftersom vissa produktionsbolag i vissa fall var anlitade flera gånger av olika kanaler/redaktioner.

Antalet anlitade produktionsbolag har minskat över tid, men Sveriges Radios resurser till bolag har samtidigt ökat över en längre period: från 150 miljoner kronor 2014 till 176 miljoner kronor 2025.

Antalet produktioner skiljer sig väsentligt mellan bolagen. Några bolag levererade många program eller serier, medan andra fick enstaka beställningar i Sveriges Radios egna produktioner. Merparten av de anlitade bolagen är enmansbolag. De största leverantörerna är Tredje Statsmakten Media AB, Munck Studios AB, Filt AB, SMT Medieproduktion AB, Dist media AB och Massa Media i Piteå AB.

3.2.2 Utomståendes medverkan i Sveriges Radios programutbud, miljoner kronor

	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Medverkande och programanställda						
Medverkande	26,9	28,3	30,8	29,8	35,0	34,2
Programanställda	115,7	116,4	118,5	116,8	112,4	110,1
Delsumma	142,6	144,8	149,3	146,6	147,5	144,3
Andra slags produktionssamarbeten						
Anlitade bolag	161,2	168,9	171,6	177,5	165,1	176,2
Samproduktioner	0,3	0,6	0,6	2,3	1,1	1,7
Förvärv av sändningsrätter	0,3	0,6	1,1	1,0	0,6	0,7
Delsumma	161,8	170,1	173,3	180,7	166,9	178,6
Musikrättigheter	143,5	152,8	154,6	167,3	160,1	178,0
Totalt utomståendes medverkan	447,9	467,7	477,3	494,6	474,4	500,9

Sveriges Radios kostnader för utomståendes medverkan uppgick under 2025 till 500,9 miljoner kronor, varav musikrättigheter utgjorde 178 miljoner kronor. Jämfört med 2024 innebär det en ökning med 17,9 mnkr, beroende på ökade kostnader för musikrättigheter och för anlitade bolag.

3.2.3 Antal arvoderade medverkande

	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Antal arvoderade medverkande	1 080	880	942	918	786	663

Antal medverkande under 2025 uppgick till 663 st. Antal medverkande 2025 var lägre än 2024. Antal engagemang/utbetalningar är 1 137 st.

3.3 Samarbeten med produktionsbolag

• 16 | MEDELSVILLKOR

» SR ska bidra till att stärka en livskraftig produktionsmarknad i hela landet. SR ska i dialog med externa produktionsbolag säkerställa att företagets organisation för inköp och beställning av extern produktion präglas av tydlighet. «

Program och poddar som skapas av externa produktionsbolag runt om i landet är centrala för att Sveriges Radios utbud ska kunna hålla den kvalitet som krävs i public service-uppdraget. Företaget har i kraft av sin storlek och sitt uppdrag ett stort ansvar för att den svenska marknaden för ljudproduktioner är livaktig och innovativ. Under 2000-talet har Sveriges Radio haft en central roll på den svenska produktionsmarknaden som beställare av programserier från externa produktionsbolag.¹ Företaget genomför också andra aktiviteter med syfte att stärka produktionsmarknaden vilka beskrivs i 3.4 *Sveriges Radios bidrag till en livskraftig mediemarknad*. I det public service-uppdrag som trädde i kraft 1 januari 2026 betonas Sveriges Radios roll och ansvar för produktionsmarknaden, och de åtgärder som företaget påbörjat för att leva upp till de nya formuleringarna kommer att redovisas i nästa års public service-redovisning.

Under det senaste decenniet har marknaden för ljudproduktionsbolag förändrats i takt med att andelen av Sveriges befolkning som lyssnar på poddar eller ljudböcker ökat. I dag finns det en mängd aktörer som köper in ljudproduktioner, bland annat mediebolag, institutioner och andra typer av företag, och konkurrensen om nya programformat och kompetenta innehållsmakare har förändrats.

Så fungerar uppdrag och leveranser

Under 2025 har Sveriges Radio fortsatt utveckla samarbetsformerna mellan företaget och externa produktionsbolag. Webbplatsen *mediportalen.sr.se* är öppen för programproducerande bolag och har också utvecklats i dialog med bolagen. Här levererar produktionsbolagens medarbetare de beställda programmen. De kan också söka musik i grammofofonarkivet, ta del av inslag och program från Sveriges Radios arkiv och programbank samt beställa program och musik. Syftet är att göra det lika enkelt och effektivt för externa bolag som för interna producenter att producera program. På *mediportalen.sr.se* finns också guiden "Leveranshandbok – ett programs väg genom Sveriges Radios infrastruktur" tillgänglig, och skriften uppdateras kontinuerligt.

På *sverigesradio.se/omsverigesradio* finns särskild information riktad till produktionsbolag om hur de kan lämna förslag till program och poddar. Sveriges Radio utvecklar löpande sina samarbeten med externa produktionsbolag när det gäller rutiner, beställningar, avtalskontrakt, kvalitetskontroller och leveranser. När ett avtal skrivs med ett externt produktionsbolag ingår formuleringar som säkrar att Sveriges Radio är den enda finansören av den aktuella produktionen. Syftet är att kunna garantera att direkt eller indirekt sponsring inte förekommer. Sveriges Radio har också en särskild modell för hur externa produktionsbolag ska ersättas ekonomiskt om ett arrangemang måste ställas in till följd av olika typer av säkerhetsbestämmelser i samhället i stort.

I anslutning till varje ny publicering av ett avsnitt av en podd eller ett program som ett produktionsbolag gjort på uppdrag av Sveriges Radio redovisas i ljud och text vilket bolag som står bakom.

Så fungerar dialog och information

Vid sidan av den löpande verksamheten med beställningar och inköp erbjuder Sveriges Radio även andra arrangemang för produktionsbolagen. Några exempel:

- *Årliga möten*. Flera gånger per år träffas företrädare för produktionsbolag och Sveriges Radios vd samt representanter för företagsledningen, och under ett av mötena diskuterar deltagarna gemensamma utmaningar och möjligheter.
- *Årlig bolagsdag*. En gång per år bjuder Sveriges Radio in externa produktionsbolag från hela landet till en mötesdag med information och föreläsningar.
- *Aktuell information från Sveriges Radio*. På *mediportalen.sr.se* kan produktionsbolagen ta del av uppdaterad information och exempelvis utbildningsmaterial. Information från företaget förmedlas vid behov också via mejl, när

företrädare för Sveriges Radio besöker produktionsbolagen eller i samband med andra former av dialog.

- *Gratis säkerhetsutbildningar*. Sedan 2023 har medarbetare från produktionsbolag kostnadsfritt kunnat delta i Sveriges Radios säkerhetsutbildningar, och medarbetare från ett flertal produktionsbolag har deltagit vid digitala alternativt fysiska kurstillfällen.

Produktionsbolagen informeras årligen om hur mycket resurser Sveriges Radio lagt på inköp av hela produktioner under det senaste året.² De största leverantörerna av denna typ av produktioner under 2025 var *Filt*, *Massa Media*, *Munck Studios*, *Dist Media*, *SMT Medieproduktion* och *Tredje Statsmakten Media AB*. I 3.2 *Variation i produktionsformer* kan du läsa mer om bredden i uppdragsformer och antalet produktionsbolag som levererar innehåll till Sveriges Radio.

NÅGRA NYA EXTERNA PRODUKTIONER 2025

Varje år beställer Sveriges Radio nyutvecklade program- och poddformat från externa produktionsbolag. Här är några exempel från det gångna året:

Krasch eller konsensus
FILT AB

Prankligan
MUNCK STUDIOS AB

Barnjuryn
MUNCK STUDIOS AB

Barnpodden *Prankligan* som lanserades under 2025 leds av Markus Granseth. Foto: Mattias Ahlm/Sveriges Radio.

¹ Public service-uppdrag för Sveriges Radio AB 2026–2033.

² Överenskommelser om inköp av externa produktioner är affärshemligheter mellan Sveriges Radio och det externa produktionsbolaget. Därför är det inte lämpligt att redovisa utbetalade summor till bolagen.

3.4 Sveriges Radios bidrag till en livskraftig mediemarknad

• 15 | MEDELSVILLKOR

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

• 16 | MEDELSVILLKOR

» SR ska bidra till att stärka en livskraftig produktionsmarknad i hela landet. «

• 21 | MEDELSVILLKOR

» Programföretagen ska på olika sätt stimulera en fortlöpande offentlig diskussion om verksamheten. «

Medelsvillkoren 15, 16 och 21 som gällde under tillståndspanoraden 2020–2025 handlade om Sveriges Radios marknadspåverkan och uppdrag som stor aktör på den nationella mediemarknaden. De ambitioner företaget haft utifrån de tidigare villkoren följer med även in i uppdragsperioden 2026–2033 och kan sammanfattas med att Sveriges Radio ska

- producera journalistik och kulturupplevelser som stimulerar till debatt och som kan ligga till grund för innehåll i andra medier
- ha ett samarbetsinriktat förhållningssätt till andra aktörer på mediemarknaden
- genomföra ett stort antal aktiviteter som sammantaget ger ett betydande bidrag till en levande svensk mediemarknad och stimulerar till debatt om den egna verksamheten.

Ambitionerna är generella till sin karaktär och innebär att Sveriges Radio ska agera konstruktivt och publicistiskt ansvarsfullt i branschfrågor samt med medvetenhet om vilken verklighet andra medieföretag arbetar i. Området lämpar sig mindre bra för mer precisa och bokstavliga tolkningar av formuleringar i villkoren. Sveriges Radio har inte minst tolkat formuleringen i medelsvillkor 15 om att ”ta hänsyn till

kvalitativa nyhetsmediers konkurrensförutsättningar” som ett uppdrag att utföra på en övergripande, strategisk nivå – inte i det dagliga redaktionella arbetet. En bokstavlig tolkning skulle annars kunna vara att Sveriges Radios nyhetsredaktioner skulle avstå från viss bevakning och anpassa journalistiska beslut utifrån andra mediers eventuella behov i konkurrensen om publikens tid. Men det är inte förenligt med portalformuleringen i sändningstillståndet 2020–2025 som sade att 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.”

Så som Sveriges Radio tolkar medelsvillkor 15 ska företaget inte heller på egen hand definiera vad ett kvalitativt nyhetsmedium är – och än mindre applicera en sådan definition på andra företag eller ta särskild hänsyn och indirekt gynna de aktörer som skulle kunna passa in under definitionen. Något krav på att definiera kvalitativt nyhetsmedium fanns heller inte i vare sig medelsvillkoren eller sändningstillståndet eller i något av de förarbeten som ledde fram till de sändningstillstånd och villkor som gällde 2020–2025.¹

I det uppdrag som började gälla 1 januari 2026 finns ett antal förändringar inom detta område jämfört med de tidigare tillstånden och villkoren.² Sveriges Radios arbete för att leva upp till de kraven kommer att redovisas i public service-redovisningen för 2026.

Nyskapande utbud driver marknaden

Ett viktigt mål för utvecklingen av innehållsformat inom Sveriges Radio är att vara nyskapande. Begreppet återfinns såväl i det tidigare sändningstillståndet som i det uppdrag som gäller 2026–2033. Genom att vara nyskapande och stimulera publikens intresse för nya innehållsformat kan företaget bidra till marknads utveckling och skapa möjligheter för kommersiella aktörer att dra nytta av ett ökat publikintresse för olika typer av ljudinnehåll. Genom att tidigt skapa och lansera exempelvis *P3 Dokumentär* bidrog Sveriges Radio starkt till att bana väg för kommersiella dokumentära format.



Vd Cilla Benkö möter regelbundet Sveriges Radio-lyssnare, bland annat i samband med de publika evenemangen #sverigesradiofrukost. Foto: Hedda Axelsson.

Sveriges Radio började under tidigt 2000-tal göra omfattande inköp av externa produktioner. Det har varit avgörande för framväxten av fristående ljudproduktionsbolag och starkt bidragit till att kommersiella plattformar och medieföretag som etablerat sig senare på ljudområdet haft en flora av skickliga ljudkreatörer och innehållsskapare att vända sig till.

Egen renodling samt bidrag till mediemångfald

Vid sidan av egen löpande utveckling fattade Sveriges Radio en rad strategiska beslut under tillståndsperioderna 2014–2019 och 2020–2025 för att renodla företagets inriktning och dess plats i den svenska mediemångfalden. Några exempel ur den publicistiska verksamheten:

- *Ljudet i fokus.* Sveriges Radios kärnverksamhet är ljud, och företagets app utgår från ljud i form av nyhetsklipp, poddar och kanaler. Texter och bilder i appen kompletterar ljudinnehållet och nyhetsklipp presenteras med korta texter om vad som hörs i inslaget – inte med utförliga artiklar som konkurrerar med exempelvis innehållet i tidningar.

- *Stimulans av marknaden för ljudproduktion.* Sveriges Radios mångåriga arbete med omfattande inköp av externa produktioner har varit en pådrivande faktor i framväxten av svenska produktionsbolag. Företaget har också aktivt bidragit till att flera produktionsbolag kunnat etablera sig utanför landets gränser genom att aktivt introducera företagen för andra europeiska public service-bolag.
- *Renodlat public service-utbud.* Utbudet från Sveriges Radio är renodlat till innehåll som tydligt kan knytas till public service-uppdraget och de olika paragraferna i sändningstillståndet.
- *Journalistik om medier.* Sveriges Radio har under många år sänt och publicerat *Medierna i P1* som produceras av det fristående produktionsbolaget *Tredje Statsmakten AB*. *Medierna i P1* är det enda återkommande programmet för en bred publik som regelbundet granskar mediers (inklusive Sveriges Radios) innehåll och arbetsmetoder. På så sätt bidrar programmet till att sprida kunskap och medvetenhet

om journalistik, publicistisk etik och mediers förutsättningar. Aktuella mediefrågor bevakas och debatteras också i andra program och poddar inom nyheter, kultur och samhälle.

- *Kreddningsavtal.* Sedan 2017 finns efter initiativ från Sveriges Radio överenskommelser med ett flertal kommersiella nyhetsmedieföretag vilka innebär att när ett medieföretag citerar eller vidareutvecklar nyheter från andra medier ska företaget tydligt ange den ursprungliga källan. Att ömsesidigt hänvisa till varandra på detta sätt kallas inom branschen för att kredda. Genom att Sveriges Radio kreddar tillbaka till originalinnehållet bidrar det på ett konkret sätt till ökad trafik till kommersiella kvalitetsmedier, och detta kan därför kopplas direkt till kravet i det femtonde medelsvillkoret om att ta hänsyn till kvalitativa nyhetsmediers konkurrensförutsättningar.

Ett mått på bidraget till samhällsdebatt och nyhetsförmedling är hur ofta andra medier citerar Sveriges Radio, vilket företaget Retriever bevakat på uppdrag av Sveriges Radio under den nu avslutade tillståndsperioden. I tabellen 3.4.1 kan du se hur antalet citeringar per år minskade 2020–2025. Det tycks vara en följd av strukturförändringar i mediebranschen, och bland annat har mängden artiklar minskat väsentligt i de medier undersökningsföretaget Retriever bevakar.

I public service-redovisningar från tidigare år har Sveriges Radio redogjort för möjligheten för andra mediebolag att via företagets öppna API fritt tillgängliggöra det mesta av Sveriges Radios utbud och bädda in det på sin egen webbplats förutsatt att aktören följer reglerna för API:t. Ett externt mediebolag kunde alltså erbjuda sina lyssnare att ta del av exempelvis Sveriges Radios nyhetssändningar och samtidigt behålla användarna hos sig. I slutet av 2025 tog företaget dock bort denna service som en del i anpassningen till villkoren i det public service-uppdrag som började gälla 1 januari 2026 och som bland annat kräver att egna plattformar ska prioriteras. Efterfrågan på servicen har också varit låg.

Samarbeten med andra mediebolag

Sveriges Radio är aktivt i mediefrågor i olika intresseorganisationer och samarbetar även med andra typer av branscher. Några exempel:

- *Utgivarna.* Sveriges Radio är ett aktivt och drivande medlemsföretag i intresseorganisationen Utgivarna som värnar yttrandefriheten och slår vakt om den oberoende journalistiken. Detta sker inte minst genom debattartiklar och andra aktiviteter för att uppmärksamma olika mediefrågor. I organisationen ingår också *Tidningsutgivarna (TU)*, *Sveriges Tidskrifter*, *SVT*, *UR* och *TV4-gruppen*. Under 2025 har Utgivarna varit aktivt i bland annat frågor kring



”Utbudet från Sveriges Radio är renodlat till innehåll som tydligt kan knytas till public service-uppdraget och de olika paragraferna i sändningstillståndet.”

2025 firade Sveriges Radio 100 år vilket bland annat firades med ett jubileums-evenemang i Berwaldhallen där kulturminister Parisa Liljestrand var en av gästerna. Foto: Stina Gullander.

journalisters möjligheter att arbeta i Gaza, och organisationens engagemang i AI-frågor märktes bland annat i form av ett remissyttrande kring AI-kommissionens ”Färdplan för Sverige” (SoU 2025:12).

- *Det medieetiska systemet MO-MEN.* Sedan 1 januari 2020 ingår Sveriges Radio i det gemensamma medieetiska systemet *MO-MEN* (Medieombudsmannen och Mediernas Etiknämnd) och samarbetar på så vis kring medieetiska frågor med andra aktörer inom den svenska mediebranschen. Systemet beskrivs i 3.5 *Publicistiskt ansvar och granskning av innehåll*.
- *Kommersiella radiobolag.* Sveriges Radio samarbetar sedan lång tid tillbaka med kommersiella radiobolag när det gäller mätningar av lyssning på linjär radio. 2017 lanserades också *Poddindex* där lyssning på poddar mäts via unika enheter. Gemensamma mätstandarder bidrar bland annat till transparens och jämförbarhet på annonsmarknader.
- *Undersökningsföretag och forskningsprojekt.* Sveriges Radio finansierar och är delaktig i större undersökningar, och företaget delfinansier exempelvis *SOM-undersökningen från SOM-institutet* (undersökningsorganisation med inriktning på samhälle, opinion och medier vid Göteborgs universitet), *Mediebarometern från Nordicom* (ett centrum för medieforskning vid Göteborgs universitet) samt *Ungdomsbarometern*. Resultat från dessa undersökningar utgör en mycket viktig grund

för forskning och offentlig diskussion om mediernas roll i samhället. Sveriges Radio bistår också så långt det är möjligt med kunskaper och underlag till forskningsprojekt vid universitet och högskolor.

- *Radio- och podcastakademin.* Sveriges Radio är en mycket aktiv part i denna ideella förening som drivs tillsammans med kommersiella radioföretag, streaming- och poddtjänster samt produktionsbolag och andra intressenter i syfte att stimulera kunskaps- och erfarenhetsutbyten inom ljudbranschen. 2025 bytte föreningen *Radioakademin* namn till *Radio- och podcastakademin* vilket speglar bredden i verksamheten på ett bättre sätt. Föreningen arrangerar det årliga branschevenemanget *Guldörat* med såväl seminarier och debatter som en prisutdelningsgala. 2025 hölls evenemanget för andra året i rad på *Dramaten* i Stockholm.
- *Internationella samarbeten.* Sveriges Radio är medlem i den europeiska samarbetsorganisationen *European Broadcasting Union* där alla public service-bolag i Europa ingår. Sveriges Radios vd är vice ordförande i EBU, och medarbetare från Sveriges Radio har också ledande positioner i *EBU Radio Committee*, *EBU Technical Committee*, *EBU Digital Committee* samt är drivande i andra typer av EBU-samarbeten. Sveriges Radio är också engagerat som medlemsföretag i bland annat den globala public service-organisationen *Public Media Alliance* samt festivalen *Prix Europa*, som du kan läsa mer om i 3.9 *Priser och utmärkelser*.

55 567

gånger citerades Sveriges Radios redaktioner i andra medier under 2025.

- Sveriges Radio är även engagerat i den projektgrupp som står bakom arrangemanget *Radio-days Europe*, en årlig konferens där representanter från såväl public service-bolag som kommersiella ljudmedieföretag träffas en gång om året för att utbyta kunskaper. Sveriges Radio var initiativtagare till konferensen som startade 2010 genom att medarbetare från företaget bland annat fungerat som projektledare och ordförande för organisationen som arrangerar konferensen. Sveriges Radio är också tillsammans med YLE, NRK och DR samarbetspartner med arrangörsorganisationen.

Diskussion om den egna verksamheten

Under 2023–2025 bistod Sveriges Radio med faktaunderlag och svar på en mängd frågor gällande företagets verksamhet i den politiska processen kring framtidens public service. Vid sidan av detta och även tidigare under hela tillståndsperioden arrangerade Sveriges Radio löpande olika typer av evenemang där företaget på olika sätt samarbetat med andra svenska medieaktörer och samtidigt bidragit till offentlig diskussion om den egna verksamheten. Dessa initiativ fortsätter utvecklas under den nu inledda uppdragsperioden 2026–2033.

3.4.1 Citeringar av Sveriges Radio i andra medier

	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Sveriges Radio lokalt	38 255	41 468	41 217	52 782	32 297	31 005
Ekot	29 085	25 075	21 109	23 118	11 473	10 885
Enbart Sveriges Radio	14 824	12 389	10 960	11 093	8 564	8 249
Radiosporten	4 267	4 054	3 402	2 030	1 682	1 627
Kulturnytt	2 452	2 989	2 574	3 604	1 221	1 183
Vetenskapsradion	1 548	2 273	2 812	2 214	533	521
P1-morgon	1 053	904	932	1 182	1 010	1 010
Ekots lördagsintervju	641	794	878	1 847	622	603
Studio Ett	484	609	438	334	392	380
Sameradion	337	405	230	293	76	76
Sverigesradio.se	36	18	19	23	13	10
Radio Sweden	17	7	86	0	5	5
Ekonomiekot	140	281	112	194	75	74
Sveriges Radio Finska	4	0	11	54	51	50
Totalt	93 143	91 266	84 780	98 768	58 014	55 567

Källa: Retriever januari 2026. I tabellen betyder "Enbart Sveriges Radio" de gånger när Sveriges Radio citeras utan koppling till en speciell redaktion eller ett program. Som framgår av tabellen minskade volymerna kraftigt under tillståndsperioden. Det hänger samman med att den samlade mängden innehåll i Retrievers redaktionella bevakning i svenska medier minskat kraftigt under 2020-talet. En bidragande orsak bedöms vara att villkoren för att kvalificera sig till mediestöd innebär krav på en viss mängd egenproducerat redaktionellt innehåll i lokal- och regionalpress, vilket i sin tur bedöms leda till färre publiceringar av artiklar från nyhetsbyråer.



Sveriges Radio arrangerar en rad evenemang runt om i landet under ett år. Här ses programledarna Christoffer Garplind och Hanna Hellquist på scen med konstnären Lars Lerin under *En kväll med Sveriges Radio* i Karlstad. Foto: Mattias Ahlm/Sveriges Radio.

3 SÅ ARBETAR SVERIGES RADIO

ursprungligen i Växjö 2016 som ett regionalt samarbete mellan *P4 Kronoberg*, *Smålandsposten*, *SVT Nyheter Småland* och *Region Kronoberg* och finns nu över hela landet. 2021 utvecklades *Fria ordets dag* till ett digitalt evenemang vilket gav fler skolor möjlighet att delta. Sveriges Radio, SVT och UR arrangerar numera också *Fria ordets dag* i en version för niondeklassare.

Representanter från Sveriges Radio deltar även regelbundet i externa debatter och andra sammanhang där företagets verksamhet diskuteras.

Samarbeten med ekonomisk innebörd

Vid sidan av de publicistiska beslut, samarbeten och arrangemang som beskrivits tidigare har Sveriges Radio också några riktlinjer med konkret ekonomisk innebörd för andra medieföretag:

- *Annonssköp i andra medier.* Sveriges Radio avsätter varje år en begränsad budget för extern marknadsföring. En stor del av dessa resurser investeras i annonsering hos svenska kommersiella medieaktörer.
- *Gratis säkerhetsutbildningar.* Andra nyhetsmedieföretag och produktionsbolag får erbjudande om att låta medarbetare delta kostnadsfritt på Sveriges Radios säkerhetsutbildningar. På initiativ från Sveriges Radio samarbetar företaget också med dessa företag och bolag kring andra frågor inom HR och säkerhet.

I 7.5 *Så samarbetar public service-bolagen* beskrivs hur Sveriges Radio, SVT och UR samverkar inom en rad områden.

Några exempel på arrangemang under 2025:

- *Seminarier och offentliga debatter.* Sveriges Radio arrangerar seminarier och evenemang som till exempel *#sverigesradiofrukost* med olika infallsvinklar på medier, medieforskning, medieetik och andra viktiga publicistiska och publika frågor. Vid *#sverigesradiofrukost* inbjuds och medverkar i princip alltid ett flertal företrädare för kommersiella nyhetsmedier från olika delar av landet. Företaget arrangerar också en årlig turné där Sveriges Radios utrikeskorrespondenter möter publik runt om i landet.
- *Temakvällar för olika samhällssektorer.* Sveriges Radio bjuder regelbundet in representanter från olika delar av samhället till särskilda temakvällar. På så sätt kan företaget stimulera till debatt om Sveriges Radios verksamhet

genom att berätta om public service-uppdraget. Samtidigt får företaget mer kunskap om de områden som deltagarna representerar. Under 2025 handlade temakvällarna om exempelvis AI, hot mot opinionsbildning, debattklimatet samt publiktrender från undersökningen *Lyssningsloggen* (vilket du kan läsa mer om i bland annat kapitel 2. *Värdet av Sveriges Radio*). Vid sidan av temakvällarna håller Sveriges Radios vd också så kallade dialogmiddagar med representanter för olika delar av det offentliga Sverige för att inhämta synpunkter och tankar kring Sveriges Radios verksamhet.

- *Fria ordets dag.* Tillsammans med SVT, UR och regionala tidningshus arrangerar Sveriges Radio *Fria ordets dag* där sjätteklassare får lära sig mer om journalistik, tryck- och yttrandefrihet och källkritik. Evenemanget startade



” Sveriges Radio arrangerar seminarier och evenemang som till exempel *#sverigesradiofrukost* med olika infallsvinklar på medier, medieforskning, medieetik och andra viktiga publicistiska och publika frågor.”

¹ Regeringens proposition (2018/19:136, s. 68) inför tillståndsperioden 2020–2025 slog endast fast att ”Ett viktigt mediepolitiskt mål är att garantera mångfald. En kombination av starka oberoende public service-företag och en mångfald av kvalitativa kommersiella nyhetsmedier med högt förtroende hos allmänheten är grunden för en välfungerande mediemångfald.”

² Public service-uppdrag för Sveriges Radio AB 2026–2033.

3.5 Publicistiskt ansvar och granskning av innehåll

§ 12 | SÄNDNINGSTILLSTÅND

» Sändningsrätten ska utövas opartiskt och sakligt. SR ska beakta att en vidsträckt yttrandefrihet och informationsfrihet ska råda i ljudradion. SR 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. «

§ 13 | SÄNDNINGSTILLSTÅND

» Uppgifter som förekommit i ett ljudradioprogram ska beriktigas när det är befogat. En begäran om beriktigande ska behandlas skyndsamt. «

§ 14 | SÄNDNINGSTILLSTÅND

» Den som har befogat anspråk på att bemöta ett påstående ska ges tillfälle till genmäle. En begäran om genmäle ska behandlas skyndsamt. «

§ 16 | SÄNDNINGSTILLSTÅND

» SR ska ta hänsyn till ljudradions särskilda genomslagskraft när det gäller programmens ämnen och utformning samt tiden för sändning av programmen. «

Den publicistiska etiken är en grundpelare i Sveriges Radios programverksamhet. Medarbetare och publicistiskt ansvariga chefer ägnar bland annat mycket tid åt diskussioner och etiska bedömningar inför publiceringar som kan vara känsliga. Sveriges Radio genomför också varje år en rad interna utbildningar och seminarier om medieetik samt om hur de granskande instanserna hanterar olika ärenden. I den redaktionella vardagen är bestämmelserna i sändningstillståndet centrala. Det gäller inte minst opartiskhet och saklighet samt den så kallade demokratibestämmelsen i radio- och tv-lagen som slår fast att Sveriges Radio ”ska se till att programverksamheten som helhet präglas av det demokratiska statsskickets grundidéer och principen om alla människors lika värde och den enskilda människans frihet och värdighet”.

Så granskas innehållet

Sedan 1 januari 2020 granskas innehållet i två medieetiska system:

- granskningsnämnden för radio och tv (GRN), en självständig nämnd inom *Mediemyndigheten* som fram till 31 december 2025 prövat inlag som sänts i marknätet
- det branschgemensamma system som kallas *Medieombudsmannen (MO)* där *Mediernas Etiknämnd (MEN)* kan besluta om en publicering ska klandras för att ha brutit mot god publicistisk sed.

2 december 2025 trädde en ny public service-lag i kraft, och 1 januari 2026 började ett nytt public service-uppdrag att gälla. Det teknikneutrala uppdraget innebär en rad förändringar för hur sändningar och publiceringar granskas i det ena av de två medieetiska systemen eftersom granskningsnämnden kommer att pröva alla typer av innehåll oavsett plattform och inte som tidigare enbart marknätssändningar. Sveriges Radio har vidtagit en rad förberedelser inför förändringarna, och dessa kommer att redovisas i public service-redovisningen för 2026.

Prövningar av granskningsnämnden under 2025

Lyssnare som anser att ett program eller ett visst inlag bryter mot regler i radio- och tv-lagen eller sändningstillståndet har möjlighet att göra en anmälan till granskningsnämnden.

Under 2025 fälldes följande nio inlag av granskningsnämnden:

- *Godmorgon världen* fälldes för ett inlag om en bruten vapenvila i Gaza. Nämnden menade att inslaget saknade tillräcklig information om vilken part i kriget som bland annat dödat ambulanssjukvårdare, och ansåg därför att inslaget stred mot kravet på saklighet.
- *Medierna i P1* fälldes för ett inlag om sajten Insikt24 som publicerat uppgifter som i sin tur byggde på uppgifter från sajten Dumpen. I inslaget förekom en felaktig uppgift om hur en person konfronterats av Dumpen. Trots att redaktionen skyndsamt publicerade en rättelse ansåg nämnden att felet var så allvarligt att inslaget bröt mot kravet på saklighet.

- *P1 Morgon* fälldes för ett inlag om den israeliska underrättelsetjänsten Mossad vars operationer bland annat beskrevs som ”framgångsrika” och ”lyckade”. Nämnden ansåg att inslaget brutit mot kravet på opartiskhet.
- *Ekot* fälldes för en sändning som handlade om att USA attackerat Iran där kärnenergi-anläggningar i inslaget felaktigt beskrevs som kärnvapenanläggningar. Nämnden ansåg att den rättelse som publicerades gjordes för sent och att sändningen därför brutit mot kravet på saklighet.
- *Kaliber* fälldes för ett program om en tidigare granskning av två överläkare. Nämnden ansåg att programmet stred mot kraven på opartiskhet och saklighet samt bestämmelsen om genmäle därför att den ena av läkarna inte fått möjlighet att bemöta kritiken innan programmet skulle sändas och att Sveriges Radios kontakter med läkaren inte beskrevs på ett korrekt sätt.
- *P4 Stockholm* fälldes för ett inlag från 2024 från ett nyöppnat bageri som handlade om hur kanelbullens dag påverkade bageriets verksamhet. Nämnden ansåg att sändningen stred mot bestämmelsen om otillbörligt gynnande och beslutade även att skicka in en ansökan till

förvaltningsrätten om att påföra Sveriges Radio en särskild avgift på 25 000 kr.

- *Ekot* fälldes för en sändning med uppgifter om ryska hållhakar mot USA:s president, med anledning av ett bråk som uppstått mellan denne och Ukrainas president. Efter att programmet anmälts till granskningsnämnden sände Sveriges Radio en rättelse med information om att uppgifterna om hållhakar inte kunnat verifieras. Nämnden ansåg dock att rättelsen gjordes för sent och att sändningen därför brutit mot kravet på saklighet.
- *Ekot* fälldes för ett nyhetstelegram i Sveriges Radios app om en propalestinsk demonstration i Berlin. I telegrammet nämndes också att en välkänd förintelseöverlevare hade begravts i Berlin samma dag. Det rörde sig om två skilda händelser, men nämnden ansåg att det i inslaget framstod som att demonstrationen var kopplad till begravningen. Nämnden fällde därför nyhetstelegrammet för att ha brutit mot kravet på saklighet.
- *Ekot* fälldes för osaklighet gällande två rättelser om Israels huvudstad. Ett första inlag sändes där Tel Aviv angavs som huvudstad. Detta rättades dock senare till Jerusalem. Av rättelsen framgick inte att frågan var omstridd varpå

3.5.1 Antal ärenden i granskningsnämnden

	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Anmälningar	499	533	456	568	1165	792
Ärenden	412	420	409	457	602	627
Fällningar	6	5	8	7	8	9
Frianden med kritik	0	0	0	0	0	0
Ej avgjorda yttrandeärenden	-	-	-	-	-	4

Kommentar: Siffrorna innefattar det antal anmälningar som inkommit, de ärenden som påbörjats, de yttranden som avgjorts med fällningar eller frianden med kritik mellan 1 januari och 31 december 2025. I respektive siffra för ärenden, yttranden, fällningar eller frianden med kritik kan det finnas inlag som sänts eller anmälts redan under 2024. Detta beror på att det går att anmäla ett inlag upp till tre månader efter att det har sänts samt att handläggningstider för ett ärende kan sträcka sig över årsskiftet. Inlag från 2025 som anmäls och/eller behandlas under 2026 kommer att ingå i redovisningen för 2026.



Sedan 2023 prövar granskningsnämnden vid sidan av sändningar i marknätet och sändningar on demand också ljudinnehåll i Sveriges Radios app, bland annat poddar och nyhetsklipp. Foto: Mattias Ahlm/Sveriges Radio.

Ekot sände en ny rättelse. Denna var dock också ofullständig enligt nämnden och sändes inte vid rätt tidpunkt. Nämnden ansåg att Sveriges Radio inte följt bestämmelsen om beriktigande och fällde därför rättelserna för att ha brutit mot kravet på saklighet.

Fler anmälningar över tid

Som framgår i tabell 3.5.1 *Antal ärenden i granskningsnämnden* låg antalet anmälningar av innehåll från Sveriges Radio till granskningsnämnden 2024 och 2025 på klart höga nivåer jämfört med åren dessförinnan. Under tillståndperioden 2020–2025 har företaget fällts i genomsnitt cirka 7 gånger per år. Det kan ses i relation till att Sveriges Radio årligen sänder omkring 120 000 timmar radio i marknätet.

Även under 2025 gällde en stor andel av anmälningarna inslag och rapportering om kriget i Gaza. De här tre programmen fick flest anmälningar under 2025:

- *Gräns* – 20 anmälningar angående ett program i Sveriges Radios app. Programmet handlade om Muslimska Brödraskapets verksamhet i Sverige. Granskningsnämnden friade inslaget efter ett yttrande från programbolaget.
- *Kropp och själ* – 16 anmälningar angående ett program som handlade om en kvinna som varit vegan i tjugo år och som börjat äta kött igen. Anmälarna ansåg att programmet var osakligt

och ensidigt, bland annat för att det saknades vissa perspektiv gällande köttätande. Ärendet var inte avgjort vid utgången av 2025.

- *Ekot* och *P1 Morgon* – 13 anmälningar angående ett inslag om att allt fler judar i Malmö flyttar till Israel. Sveriges Radio har yttrat sig till granskningsnämnden men ärendet var inte avgjort vid utgången av 2025.

Sveriges Radio får ta del av alla anmälningar som kommer in till granskningsnämnden. När ett program anmäls bedömer kansliet på *Mediemyndigheten* anmälan och begär in en kopia av programmet från Sveriges Radio. Nämnden begär därefter i vissa fall att företaget ska yttra sig i ett ärende. I de fall Sveriges Radio yttrar sig är det vd som företräder programföretaget.

Sedan 2023 prövar granskningsnämnden vid sidan av sändningar i marknätet och sändningar on demand också ljudinnehåll i Sveriges Radios app, bland annat poddar och nyhetsklipp. Företaget har riktlinjer och en checklista för hur medarbetare ska utforma rättelser och genmälen på företagets digitala plattformar. Här finns också information om hur medarbetare ska agera i samband med så kallade pliktpubliceringar vid fällningar. Riktlinjerna och checklistan kompletterar de rekommendationer som finns i de interna programreglerna samt i *Public service-handboken*. Du kan läsa mer om detta under rubriken "Utbildning och erfarenhetsutbyte" i denna kapiteldel.

Prövningar av MO-MEN

Sedan 1 januari 2020 har Sveriges Radio varit anslutet till det medieetiska system som kallas *Medieombudsmannen* (MO). Från den 1 januari 2021 är det *Medieombudsmannen* och *Mediernas Etiknämnd* (MEN) och inte granskningsnämnden som prövar frågan om en publicering från Sveriges Radio inneburit ett intrång i privatlivet. Alla publiceringar oavsett plattform, alltså publiceringar i sociala medier, på *sverigesradio.se*, i Sveriges Radios app och i FM/DAB, kan prövas i det nya medieetiska systemet. MO prövar anmälningar som gäller oförsvarlig publicitetsskada för en enskild person. Det kan bland annat handla om

- uppgifter som kränker den enskildes integritet
- oriktiga uppgifter om en enskild person som leder till skada
- uppgifter om en enskild person som leder till skada och som denne inte har fått bemöta
- genrebilder som blir missvisande eller där någon förekommer i ett sammanhang som denne inte valt
- bilder som kan leda till publicitetsskada, till exempel bilder från olyckor eller bilder på brottsoffer.

Inom Sveriges Radio är handläggningen av ärenden från MO densamma som för ärenden från granskningsnämnden. En skillnad är dock att Sveriges Radio enbart får ta del av de anmälningar som MO begärt att programbolaget ska yttra sig över. När Sveriges Radio har yttrat sig beslutar MO om ett ärende ska hänskjutas till MEN som kan klandra programbolaget för att ha åsidosatt eller brutit mot god publicistisk sed.

Sveriges Radio friades av MEN i två ärenden under 2025. I det ena ärendet föreslog MO att företaget skulle klandras, men MEN valde att fria. I det andra ärendet friade först MO företaget men beslutet överklagades. MEN valde dock att gå på MO:s linje och fria företaget och skriva av ärendet. I tabellen 3.5.2 kan du se antalet ärenden, yttranden och fällningar för Sveriges Radio sedan 2020.

Detta sker vid en fällning

I granskningsnämnden kan ett program frias, fällas eller frias med kritik. Från 1 januari 2026 gäller nya regler vid en fällning. Om granskningsnämnden fäller Sveriges Radio för en publicering i ett program eller på en digital plattform och ålägger företaget att beslutet om fällning ska offentliggöras ska Sveriges Radio göra detta genom en så kallad pliktpublicering eller via information på den digitala plattformen. En fällning ska som regel publiceras så att den kan antas nå en publik som kan ha lyssnat till den publicering som blivit fälld.

En av grunderna för fällning är otillbörligt kommersiellt gynnande som utgår från radio- och tv-lagens paragraf om att program inte får "uppmuntra till inköp eller hyra av varor eller tjänster eller innehålla andra säljfrämjande inslag" eller "framhäva en vara eller en tjänst på ett otillbörligt sätt". Om Sveriges Radio fälls för otillbörligt gynnande kan granskningsnämnden också vända sig till Förvaltningsrätten i Stockholm och ansöka om att Sveriges Radio ska betala en särskild avgift. När nämnden avser att göra detta ska det meddelas i samband med beslutet om fällningen.

Sveriges Radio tillämpar också de publicistiska reglerna på plattformar som inte omfattas av sändningstillståndet. Det innebär bland annat att företaget publicerar information om fällningar digitalt där det fällda programmet eller inslaget finns för lyssning.

Om Sveriges Radio klandras av *Mediernas Etiknämnd* för att ha orsakat en enskild person oförsvarlig publicitetsskada ska klandret publiceras i anslutning till det som fällts. I dessa fall ska den fällda publiceringen avidentifieras eller avpubliceras så att publicitetsskada inte längre föreligger. Sedan 2023 finns riktlinjer från *Medieetikens Förvaltningsorgan* för hur ett klander ska publiceras digitalt.

Ett medieföretag som klandrats för en publicering av MEN måste betala en fast avgift samt publicera MEN:s beslut om fällningen. Publiceringen ska göras där medieföretaget når en publik som så långt det är möjligt liknar den publik som ursprungligen tog del av den publicering som klandrats.

På Sveriges Radio är det den ansvariga publicistiska chefen som tillsammans med juridikavdelningen formulerar vad som ska läsas upp i sändning kring fällningen. Sveriges Radio är också skyldigt att publicera MEN:s uttalande (texten) om klandret på

3.5.2 Antal ärenden till MO-MEN

	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Anmälningar	28	34	35	26	38	64
Yttranden	2	3	2	3	4	1
Fällningar	0	0	2	0	1	0
Pågående hänskjutning till MEN	0	1	0	2	0	0

Kommentar: 59 ärenden avskrevs direkt av Medieombudsmannen (MO) under 2025. Ett ärende avskrevs efter yttrande från SR. Ett annat ärende överklagades till MEN efter att MO först avskrivit det, men ärendet friades av MEN. Under årsskiftet 2025/2026 var tre ärenden öppna där Medieombudsmannen (MO) begärt yttrande av Sveriges Radio.

ett tydligt sätt på sin webbplats eller huvudplattform. Informationen ska även läggas ut på sociala medier om den fällda publiceringen funnits där. Vidare ska Sveriges Radio ta ställning till om den klandrade publiceringen ska tas bort eller anonymiseras för att publicitetsskadan inte ska bestå. Om artikeln eller inlägget ligger kvar ska Sveriges Radio i text ange att publiceringen har klandrats. Beslutet ska publiceras med en länk eller en hänvisning till MO:s webbplats.

Sveriges Radio följer alltid upp fällningar i granskningsnämnden eller hos MO-MEN med interna möten. Vid ett sådant möte deltar vd, programdirektör, berörd ansvarig chef och programmedarbetare. Deltagarna går tillsammans igenom beslutet och diskuterar vilka slutsatser de kan dra av beslutet och om redaktionen behöver förändra några arbetsrutiner till följd av fällningen. Sveriges Radio använder också principiellt intressanta ärenden i företagets interna utbildningsverksamhet och på särskilda seminarier.

Rättelser och genmälen

En begäran om rättelse (formellt kallat beriktigande) eller genmäle (bemötande av kritik i efterhand) kommer oftast in till Sveriges Radio via e-post eller sociala medier. När någon hör av sig gör ansvarig utgivare tillsammans med redaktionen en bedömning av om Sveriges Radio ska göra en rättelse eller publicera ett genmäle. Företaget gör även rättelser på eget initiativ när redaktionen upptäcker att något har blivit fel i en sändning. En begäran om

beriktigande kan även komma genom en anmälan till granskningsnämnden om bristande saklighet. Nämnden skickar anmälningar till kanalen eller redaktionen som omedelbart kan ta ställning till om något behöver rättas. Bestämmelserna om beriktigande och genmäle framgår i sändningstillståndet och ingår i *Sveriges Radios programregler*. Om redaktionen avslår en skriftlig begäran om genmäle är man skyldig att informera om skälen och att hänvisa den som skickat in begäran om genmäle vidare till granskningsnämnden.

Utbildning och erfarenhetsutbyte

Sveriges Radios medarbetare får kunskap om bestämmelserna som reglerar programverksamheten genom

- *grundutbildningar* för olika redaktioner och yrkesgrupper
- *introduktionskurser* för nya medarbetare och praktikanter där tyngdpunkten ligger på sändningstillståndet och aktuella medieetiska frågor
- *löpande utbildningar* om programregler för chefer och programmedarbetare
- *boken Sveriges Radios programregler* som bland annat innehåller en tolkning av granskningsnämndens praxis samt beskrivningar av det medieetiska systemet MO-MEN och dess publiceringsregler

- *Public service-handboken* vilken delas ut till alla anställda samt till externa bolag som en del av avtal som gäller produktionsutläggning. Under 2026 kommer en uppdaterad och utökad utgåva av *Public service-handboken* att lanseras med anledning av att det nya, teknikneutrala public service-uppdraget trätt i kraft vid årsskiftet.

Handböckerna finns också tillgängliga för allmänheten via sverigesradio.se.

Beslut från granskningsnämnden eller MO-MEN diskuteras återkommande på konferenser, i publicistiska samtal och på möten med medarbetare och chefer (däribland Programmenhetens chefsforum). Information om fällningar lämnas även på företagets intranät.

Under 2025 hölls en rad utbildningar internt inom Sveriges Radio i medieetik och mediejuridik. I april varje år hålls ett större tvådagarsseminarium i medieetiska frågor för utgivare och programmedarbetare. Nya medarbetare och praktikanter får en webbaserad introduktion om regelverket och medieetiken. Företagets juridikavdelning träffar löpande redaktioner och håller anpassade utbildningar och workshoppar om etik och juridik kring exempelvis bildpubliceringar, digitala rättelser samt inom andra områden som kan vara särskilt aktuella för olika medarbetargrupper.

Sveriges Radio håller även löpande utbildningar för att ge externa produktionsbolag förutsättningar att skapa program efter de regler som gäller.

I *Public service-handboken* finns riktlinjer och rekommendationer för hur medarbetare kan arbeta när Sveriges Radio granskas i andra medier för att säkra att företagets egna redaktioner rapporterar om frågan på ett opartiskt och självständigt sätt.

AI inom publicistiken

Framväxten av så kallad generativ AI reser många etiska frågor för publicistiska företag som Sveriges Radio. Riskerna ökar inte minst för att desinformation och felaktiga uppgifter kan spridas när den snabba tekniska utvecklingen gör det möjligt för vem som helst att med hjälp av AI förvränga eller förfälska information på mycket sofistikerade sätt.

Inför valåret 2026 tillsatte Sveriges Radio under 2025 en särskild utvecklingsredaktör med ansvar för AI, verifiering och desinformation. Redaktören

ska vara företagets specialist kring desinformation med uppdraget att höja och bredda kunskaperna på redaktionerna kring desinformation, särskilt AI-generad manipulation, så kallade "deepfakes" och röstkloning. Målet är att stärka Sveriges Radios motståndskraft mot digitala påverkanskampanjer och att säkra att redaktionerna har rätt kompetens och rutiner för att kunna avslöja och även nyhetsmässigt bevaka desinformation, både traditionell och AI-genererad.

Sedan 2023 har Sveriges Radio en policy för hur företaget ska använda generativ AI, och allmänheten kan också ta del av den via sverigesradio.se. Här framgår bland annat att all användning av AI-genererat innehåll ska följa samma publicistiska principer som allt annat journalistiskt innehåll från Sveriges Radio. Dessutom finns det ett internt arbetsmaterial, bland annat en guide med råd och tips om hur medarbetare kan arbeta källkritiskt och kontrollera fakta i texter, ljudmaterial och bilder som kommer från externa källor. Sedan 2023 har Sveriges Radio också en AI-ansvarig som arbetar företagsövergripande med AI-relaterade frågor av olika slag. Under 2024 och 2025 har företaget hållit obligatoriska utbildningar om AI för alla medarbetare samt en rad andra utbildningar för bland annat chefer och medarbetare som fick ytterligare möjligheter att skaffa sig spjutspetskunskaper inom AI. Den AI-ansvarige leder ett särskilt råd bestående av chefer och medarbetare från olika delar av företaget. Rådet har bland annat till uppgift att löpande uppdatera företagets hållning i AI-frågor och riktlinjerna för hur Sveriges Radio ska använda AI, bland annat när det gäller publicistisk etik, transparens och journalistiska arbetsmetoder. Dessutom finns det ett särskilt AI-utskott som leds av Sveriges Radios vd. Utskottet fattar övergripande strategiska beslut när det gäller AI.

Sedan 2024 har Sveriges Radio särskilda riktlinjer för AI-användning inom den publicistiska verksamheten vilka bland annat knyter an till branschnormer antagna av organisationen *Utgivarna*. I *6.1 Nyheter och samhällsbevakning* kan du läsa om hur företaget under de senaste åren arbetat med att utveckla AI-stödda metoder och tekniska verktyg som kan användas inom nyhetsproduktionen. I kapitel 3.10 *Utveckling av innehåll, teknik och kompetens* samt kapitel 8. *Planer för framtiden* kan du ta del av Sveriges Radios löpande utveckling av och strategier för AI-användning.

3.6 Sveriges Radio finns i hela landet

• 13 | MEDELSVILLKOR

» SR ska ha en decentraliserad organisation som skapar goda förutsättningar för självständigt beslutsfattande på regional och lokal nivå. «

Sveriges Radio har en decentraliserad organisation med fast stationering på 52 orter i 50 kommuner. Företaget är regelbundet på plats i alla de 290 kommunerna i landet och gör inslag eller sänder direkt. I kapiteldelarna 5.4 *Sveriges Radio ska spegla hela Sverige* och 6.7 *Lokalt uppdrag* kan du läsa mer om hur Sveriges Radio utvecklat sin verksamhet för att leva upp till kraven att stärka bevakningen i hela landet.

2025 hade företaget strax under 700 anställda medarbetare utanför Stockholm vilka arbetade med nyhetsproduktion. Det motsvarar nära en tredjedel av det totala antalet anställda.

Områdesindelning och resurser

Programproduktionen är indelad i olika divisioner. *Division Lokal* består av geografiska områden med lokala kanaler och redaktioner för nationella minoritetsspråk. *Division Riks* rymmer genrerredaktioner, som finns på flera orter runt om i Sverige, samt Berwaldhallens verksamhet. *Division Ekot* består av *Ekots* samlade verksamheter med bland annat nyheter, fördjupande program samt *Ekot Radio Sweden*. Samtliga geografiska områden och lokala kanaler är utmärkta på kartan 3.6.1 *Sveriges*



”Totalt finns drygt 40 fasta ansvariga utgivare inom Sveriges Radio.”

Radios områdesindelning. Sedan 2024 är bland annat P4-kanalerna i storstäderna samlade i en särskild del av områdesorganisationen. Syftet är att dessa kanaler ska kunna fokusera på utmaningar som är särskilt tydliga i storstäderna, framför allt de som handlar om att nå publiken. Detta kan du läsa mer om i bland annat 5.4 *Hela Sverige ska höras i Sveriges Radio* samt 6.7 *Lokalt uppdrag*.

Personalresurserna på en lokal P4-kanal består av som minst ett tjugotal redaktionella medarbetare och därutöver finns administrativ personal att tillgå på områdesnivå.

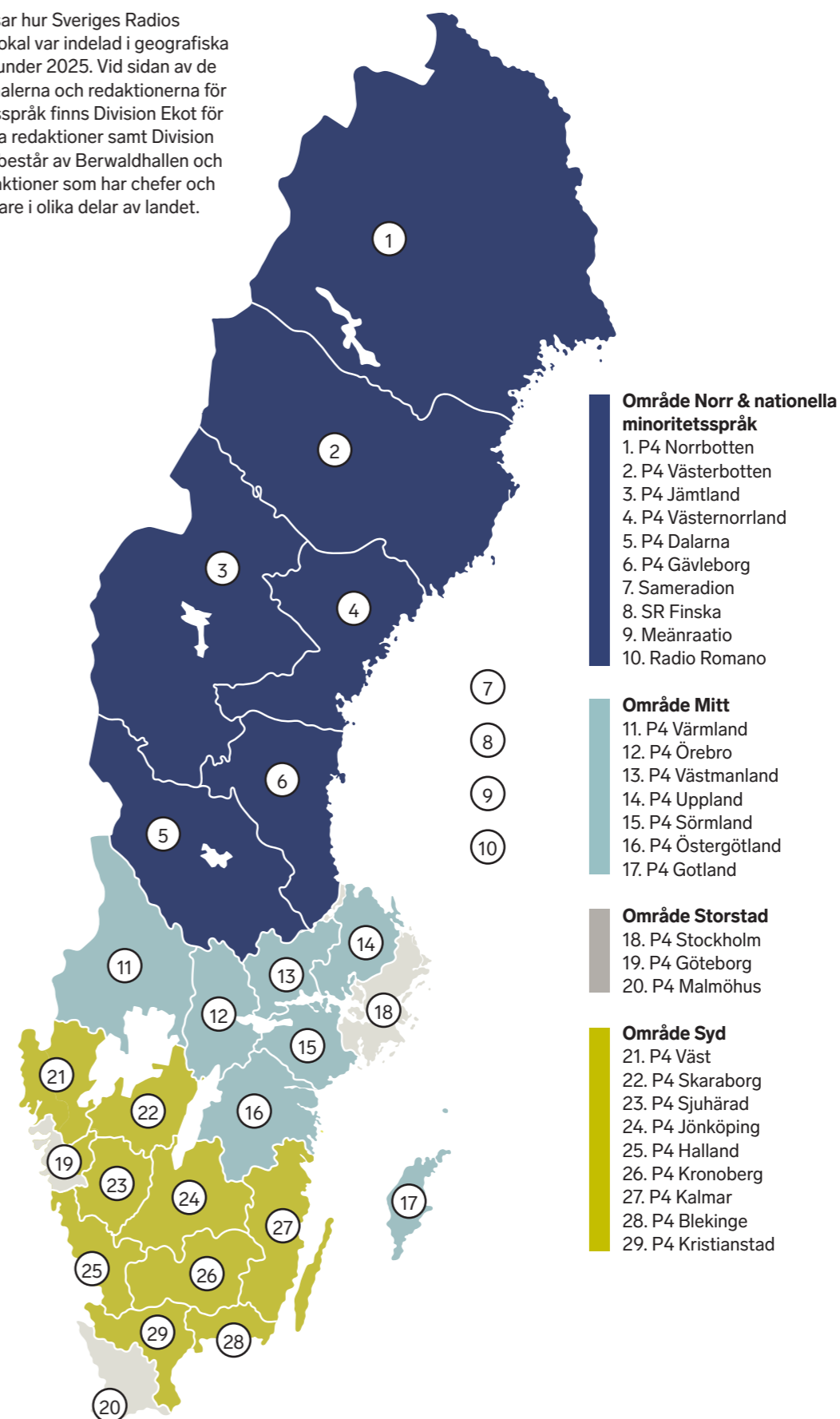
Lokaler, studior och utsändningsteknik finns i hela landet. De produktionstekniska resurserna är fördelade områdesvis för att hela ansvaret för den samlade produktionen ska vara tydligt decentraliserad.

Decentraliserat utgivarskap

Totalt finns drygt 40 fasta ansvariga utgivare inom Sveriges Radio. På en lokal kanal är kanalchefen också ansvarig utgivare för det utbud som produceras. Inom riksproduktionen är utgivarskapen spridda över landet. Chefen för riksproduktionen har ansvaret för att fördela utgivarskapen och ska även se till att produktionen av innehållsuppdrag fördelas över landet på ett sätt som säkerställer att Sveriges Radio lever upp till kravet på att minst 55 procent av allmänproduktionen ska göras utanför Stockholm. Detta kan du läsa om i kapiteldelen 5.5 som har rubriken *55-procentsmålet*.

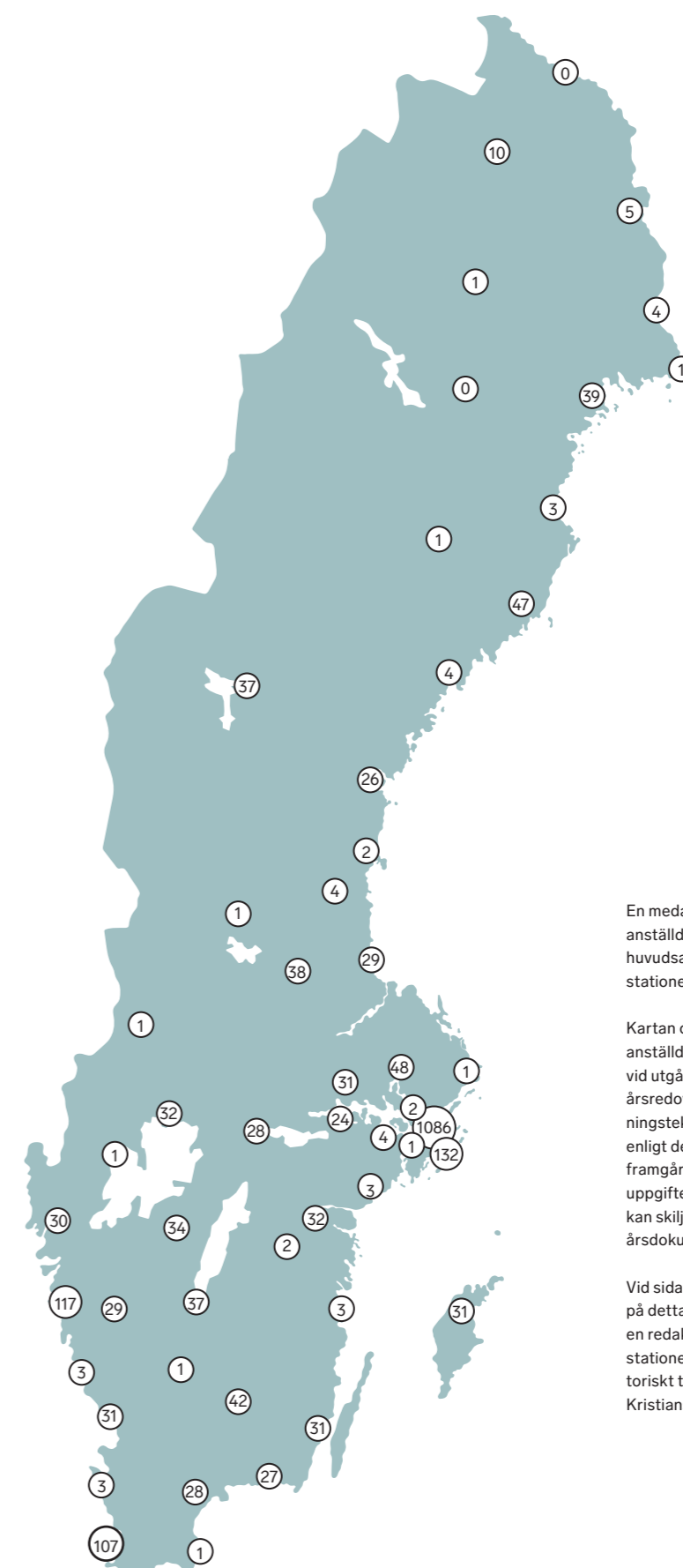
3.6.1 Sveriges Radios geografiska områdesindelning 2025

Kartan visar hur Sveriges Radios Division Lokal var indelad i geografiska områden under 2025. Vid sidan av de lokala kanalerna och redaktionerna för minoritetsspråk finns Division Ekot för *Ekots* olika redaktioner samt Division Riks som består av Berwaldhallen och genrerredaktioner som har chefer och medarbetare i olika delar av landet.



3.6.2 Antal anställda per ort december 2025¹

Ort	Antal	Ort	Antal
Malmö	107	Eskilstuna	24
Karlskrona	28	Västerås	31
Kristianstad	27	Nyköping	4
Helsingborg	3	Örebro	28
Simrishamn	1	Gävle	29
Växjö	42	Falun	38
Jönköping	37	Karlstad	32
Norrköping	32	Bollnäs	4
Kalmar	31	Hudiksvall	2
Linköping	2	Torsby	1
Värnamo	1	Åmål	1
Västervik	3	Mora	1
Göteborg	117	Umeå	47
Uddevalla	30	Luleå	39
Borås	29	Östersund	37
Skövde	34	Sundsvall	26
Halmstad	31	Kiruna	10
Varberg	3	Pajala	5
Stockholm	1 086	Örnsköldsvik	4
Husby	2	Skellefteå	3
Norrtälje	1	Arvidsjaur	0
Södertälje	3	Haparanda	1
Flemingsberg	1	Lycksele	1
Berwaldhallen	132	Övertorneå	4
Uppsala	48	Jokkmokk	1
Visby	31	Karesuando	0
			2 231

¹Antal personer, ej heltidstjänster, samtliga anställningsformer och yrkeskategorier.

En medarbetare kan formellt vara anställd vid en stationeringsort men i huvudsak utgå från en annan fast stationeringsort.

Kartan och tabellen anger antalet anställda oavsett anställningsform vid utgången av året. I företagets årsredovisning anges av redovisningstekniska skäl antalet anställda enligt delvis andra principer, vilka framgår av årsredovisningen, varför uppgifterna om antalet medarbetare kan skilja sig mellan de olika årsdokumenten.

Vid sidan av de platser som redovisas på detta uppslag har företaget också en redaktion i Ångelholm, där en stationerad medarbetare organisatoriskt tillhör Sveriges Radio i Kristianstad.

3.7 Nya tjänster och förhandsprövning

• 12 | MEDELSVILLKOR

» Nya tjänster av större betydelse och väsentliga ändringar i befintliga tjänster inom ramen för den kompletterande verksamheten som SR vill lansera ska anmälas till regeringen för godkännande [– – –] Om en tjänst inte godkänns ska företaget upphöra att erbjuda tjänsten. «

• 19 | MEDELSVILLKOR

» SR ska redogöra för vilka nya programtjänster eller andra tjänster av större betydelse inom ramen för kärnverksamheten och den kompletterande verksamheten som har lanserats under året. «

Under 2025 har Sveriges Radio inte lanserat några nya permanenta programtjänster eller andra tjänster av större betydelse inom ramen för kärnverksamheten eller den kompletterande verksamheten.

Kontinuerlig utveckling av befintliga tjänster, till exempel Sveriges Radios app, beskrivs på flera ställen i redovisningen, bland annat i 3.10 *Utveckling av innehåll, teknik och kompetens*. Sveriges Radios definitioner och tillämpningar av begrepp som kärnverksamhet och kompletterande verksamhet kan du läsa mer om i 4.3 *Kärnverksamhet och kompletterande verksamhet*.

3.8 Språkvård – ett viktigt ansvar för public service

§ 5 | SÄNDNINGSTILLSTÅND

» SR har ett särskilt ansvar för det svenska språket och dess ställning i samhället. Språkvårdsfrågor ska beaktas i verksamheten. «

Hur språket används och utvecklas är avgörande för hur lyssnaren upplever kvaliteten i innehållet från Sveriges Radio. Språket i sändningar och poddar ska enligt företagets språkpolicy vara

- begripligt
- levande
- språkriktigt
- inkluderande.

Förutom punkterna ovan bör det skrivna språket, till exempel på Sveriges Radios digitala plattformar, följa allmänna skriv- och stavningsregler samt de specifika riktlinjer för mediespråk som finns att tillgå i den interna språk databasen *Dixi*. Riktlinjerna gäller för alla de språk Sveriges Radio sänder på inklusive samtliga språk som redovisas i 6.5 *Minoritetsspråk*.

I det public service-uppdrag som trädde i kraft 1 januari 2026 understryks ansvaret för språket i sändningar och publiceringar med ett krav på att *särskilt* beakta språkvårdsfrågor i verksamheten. Sveriges Radios arbete för att leva upp till detta kommer att beskrivas i public service-redovisningarna för 2026 och framåt.

20 000

rekommendationer om uttal av namn och platser finns i Sveriges Radios språk databas.

Språkrådgivning och språk databas

Språkvård på Sveriges Radio bedrivs på flera olika sätt. Två språkvårdare ger råd och rekommendationer i språkfrågor till alla tre public service-bolagen via telefon, chatt eller e-post när det gäller uttal, ordval, formuleringar, skrivregler och andra frågor.

Språkvårdarna medverkar också på Sveriges Radios och SVT:s introduktionsutbildningar för nyanställda och på kurser för nya vikarier och praktikanter. Företagets egen språk databas *Dixi* har en central betydelse för språkrådgivningen och hjälper programmedarbetare att kunna uttala namn och ord på rätt sätt i sändningar. Språk databasen, som uppdateras kontinuerligt, innehåller drygt 20 000 rekommendationer och i de flesta fall ljudfiler med det korrekta uttalet av ett namn eller ett ord.

Språkbrev och språkpris

Vid sidan av den ordinarie verksamheten arbetar språkvårdarna aktivt med att lyfta språkfrågor i verksamheten. Ett exempel är att språkvårdarna sedan 2023 i samarbete med *SR-akademin* producerar en företagsintern språkpodd riktad till medarbetare. I podden tar språkvårdarna upp nya ord och aktuella frågor ur nyhetsflödet, resonerar om dem och ger handfasta språkråd, till exempel om uttal av namn och platser. Det kan också handla om stavning, vanliga skrivfel och inte minst aktuella ordval.

Språkvårdarna ger också ut *Språkbrevet* fyra gånger om året och besöker regelbundet redaktioner för att diskutera aktuella språkfrågor. De tar även emot lyssnarsynpunkter och besvarar allmänhetens frågor om det språk som används i Sveriges Radio, SVT och UR.

Sveriges Radio delar sedan 1987 ut ett språkpris i syfte att främja det talade språkets utveckling och stimulera intresset för språkbehandlingen i radio. Enligt stadgarna delar företaget ut priset för "föredömlig behandling av språket". Årets språkpris på 50 000 kronor tilldelades P2-medarbetaren *Edith Söderström* som också arbetar som musik- och poesikritiker. Under 2025 ledde hon programserien *Flodernas musik* i P2. Juryn som består av ett tiotal Sveriges Radio-medarbetare skrev följande i sin motivering:

En folkbildare med flow, esprit och träffsäkerhet, som med varm röst, skarp blick och poetisk pondus avspänt förenar sitt moderna tilltal med ett klassiskt uttryck.

Årets språkpris på 50 000 kronor tilldelades P2-medarbetaren *Edith Söderström* som också arbetar som musik- och poesikritiker. Foto: Micke Grönberg/Sveriges Radio.

3.9 Priser och utmärkelser

Lukas Bonniers Stora Journalistpris tilldelades Sveriges Radios reporter *Katarina Gunnarsson* med följande motivering: "Från bruksortens stiltje till förortstorgets utanförskap, från ensamheten på bänken i ett folkhemscentrum till kampen att släppas in i ett nytt samhälle som lätt kan stänga ute. I över tre decennier har hon ständigt riktat sin mikrofon bort från makten och gett oss rösterna som annars hade glömts bort i skuggorna."

Prix Italia är en årlig festival för produktioner inom tv, radio, podcast och internet. 2025 tilldelades funktionen "Nyhetssök" i Sveriges Radios app *Prix Italia* i kategorin för årets bästa digitala innovation, vilket du kan läsa mer om i bland annat *3.10 Utveckling av innehåll, teknik och kompetens*.

Prix Europa är en årlig festival för produktioner inom tv, radio och internet. Under 2025 års *Prix Europa* tilldelades *P3 Nyheter Dokumentär: "Det vita snusets baksida"* förstapris i kategorin Audio Investigation. Den granskande podden gjordes av reportrarna Matilda Skarehag och Linda Jensen Kidane, producenterna Axel Winqvist, Isabelle Swahn och Caroline Kernen. Simon Appelqvist och Irma Eneroth stod för research.

Radio- och podcastakademins pris *Guldörat* tilldelades ett flertal produktioner och medarbetare från Sveriges Radio. Särskilda juryer valde ut vinnarna i de här kategorierna:

- "Årets barn" – *Barnjury* av produktionsbolaget *Broken Dreams* på uppdrag av Sveriges Radio.
- "Årets ljudbild" – *Pippi Långstrump* av *Barnradion*.
- "Årets avslöjande" – *P3 Nyheter Dokumentär: "Det vita snusets baksida"*.
- "Årets intervju" – *Söndagsintervjun: Lasse Diding vill bara ha en kram*, producerad av produktionsbolaget *Tredje Statsmakten Media* för Sveriges Radio.
- "Årets nyheter & aktualiteter" – *P4 Örebro och Ekot: Massmordet på Campus Risbergiska*.
- "Årets sällskap" – *Lars Svan, P4 Dalarna*.
- "Årets folkbildare, radio" – *Kaliber: Klimatkatastrofen*.

Publiken röstade fram vinnare i dessa kategorier:

- "Årets programledare, radio" – *Linnea Wikblad, Morgonpasset i P3 och Musikhjälpen*.

- "Årets radiokanal" – *P1 Sveriges Radio*.

Radio- och podcastakademins hederspris tilldelades *Bibi Rödö* för hennes mångåriga chefskap för *Sommar i P1* som hon enligt juryn byggt upp till en institution, en samlingspunkt för nästan en tredjedel av alla svenskar och Nordens största podd.

New York Festivals Radio Awards är en tävling som uppmärksammar världens bästa radio. Där vann Sveriges Radio medaljer i tre kategorier.

- *Scenen: Macbeth* från *Sveriges Radio Drama* tilldelades guldmedalj i kategorin underhållningsdrama special.
- *Den flygande resväskan* från *Barnradion* och Sveriges Radios redaktioner för nationella minoritetsspråk belönades med guldmedalj i kategorin underhållningsprogram för barn och unga vuxna.
- *Mio, min Mio* från *Sveriges Radio Drama för unga* belönades med silvermedalj i kategorin underhållningsprogram för barn och unga vuxna.

Guldspaden delas ut av *Föreningen Grävande Journalister*. 2025 belönades *Gustav Elfvig* och *Lisa Linder Lindberg* i kategorin "Etermedia Lokal" för granskningen "Dalhalla och mörkläggningen" i *P4 Dalarna*.

Scenen: Macbeth med *Otto Hargne* och *Electra Hallman* i huvudrollerna tilldelades guldmedalj i *New York Festivals Radio Awards*. Foto: *Mattias Ahlm/Sveriges Radio*.



3.10 Utveckling av innehåll, teknik och kompetens

• 6 | MEDELSVILLKOR

» SR ska delta i den tekniska utvecklingen av produktions- och distributionsteknik för radio. «

Under tillståndsperioden 2020–2025 har förändringstakten ökat inom de allra flesta områden där Sveriges Radio är verksamt. I ett modernt medie-företag är gränserna i hög grad upplösta mellan vad som är utveckling av innehåll, teknik och kompetens – i dag hänger allt ihop.

Ett exempel på detta är funktionen *Nyhetsök* som lanserades under 2025 i Sveriges Radios app och på webbplatsen. Här kan användare ställa frågor om ett visst ämne och få sammanfattande svar med källhänvisningar till Sveriges Radios innehåll som handlar om det som frågeställaren söker svar på. Funktionen bygger på AI-teknik och syftet är att ge publiken enklare och mer personligt anpassade nyhetsupplevelser. Som du också kan läsa i 3.9 *Priser och utmärkelser* tilldelades Nyhetssök utmärkelsen *Prix Italia* i kategorin digital innovation. Juryns nominering löd (översatt från engelska): "Årets pris för digital innovation hyllar ett projekt som vågar utforska nya sätt att tjäna allmänheten i den

artificiella intelligensens tidsålder. Det kombinerar teknisk innovation med ett stort etiskt ansvar, och är ett bevis på att verifierade källor och transparens kan vara vinnande i en värld formad av algoritmer. Det är ett verktyg under utveckling – enkelt, men samtidigt med potential att förändra hur publiken kan interagera med pålitlig journalistik och forma nyheterna de ges."

I denna kapiteldel behandlas Sveriges Radios viktigaste utvecklingsområden på en övergripande nivå. Som beskrivs i 3.1 *Uppdrag inom Sveriges Radio* infördes en ny modell för målstyrning under 2025 för att underlätta för samtliga enheter och avdelningar att göra tydliga prioriteringar som är i linje med företagets övergripande mål. Och i kapitel 8. *Planer för framtiden* beskrivs arbetet med nya strategiska mål och nyckeltal som ska gälla från 2026 och framåt.

Så arbetar Sveriges Radio med AI

Sveriges Radio har löpande tillfört mer resurser för AI-utveckling inom IT-enheten och de delar av Programenheten som utvecklar digitala tjänster och produkter. Funktionen *Nyhetsök* är ett exempel på de möjligheter som nya AI-verktyg och innovativa arbetsmetoder som bygger på AI skapar för att utveckla journalistiken. Samtidigt för detta med sig

många etiska frågor och ställer höga krav på källkritik och förmåga att identifiera desinformation och falska uppgifter.

Sedan 2023 har Sveriges Radio en AI-ansvarig som också leder ett särskilt råd bestående av chefer och medarbetare från olika delar av företaget. Rådet har bland annat till uppgift att löpande uppdatera företagets hållning och riktlinjer för hur Sveriges Radio ska använda AI, till exempel när det gäller publicistisk etik, transparens och journalistiska arbetsmetoder. Företaget har också ett AI-utskott där personer på nyckelpositioner ingår under ledning av vd. Tanken är att utskottet ska kunna fatta snabba strategiska beslut när så krävs.

Företagets AI-strategi går i korthet ut på att

- fördjupa och utveckla journalistiken
- skapa bättre användarupplevelser på företagets digitala plattformar
- höja produktiviteten i det interna arbetet.

Public service-uppdraget är alltid utgångspunkten i Sveriges Radios vägval inom AI-utveckling. I Sveriges Radios app finns bland annat textstöd med hjälp av AI-genererad transkribering för flera av företagets mest populära poddar och program. Funktionen gör det möjligt för fler att ta del av vad som sägs – under 2025 har också fler delar av utbudet anslutits till denna service. Detta kan du läsa mer om i 6.4 *Tillgänglighet*.

Samtliga medarbetare på Sveriges Radio har under 2024 och 2025 fått obligatoriska grundutbildningar i att använda olika AI-verktyg, -tjänster och -stöd samt metoder för faktakontroll med mera. I public service-redovisningen för 2024 beskrevs det större strategiska arbete som bedrivs för att stärka företagets förmåga att identifiera, hantera och motverka desinformation. I satsningen ingår

bland annat en rad kompetenshöjande insatser, interna nätverk för kunskapsutbyte och ett antal medarbetare som utbildats för att kunna fungera som expertstöd.

I 3.5 *Publicistiskt ansvar och granskning av innehåll* kan du läsa mer om Sveriges Radios riktlinjer för AI-användning inom publicistiken och hur företaget arbetar för att motverka desinformation och risker att felaktiga uppgifter sprids. Inför valåret 2026 tillsatte Sveriges Radio under 2025 en särskild utvecklingsredaktör med ansvar för AI, verifiering och kunskaper om desinformation. Målet är att stärka Sveriges Radios motståndskraft mot digitala påverkanskampanjer och säkra att redaktionerna har rätt kompetens och rutiner för att kunna avslöja och även nyhetsmässigt bevaka desinformation, både traditionell och AI-genererad.

I 7.5 *Så samarbetar public service-bolagen* beskrivs kort hur public service-företagen samarbetar kring en rad AI-relaterade frågor. Sveriges Radio finns också med i en rad samarbeten inom EBU kring AI-utveckling. Sedan 2022 publicerar Sveriges Radio med hjälp av AI-teknik nyheter inom EBU-projektet *A European Perspective*. Detta kan du läsa mer om i 6.1 *Nyheter och samhällsbevakning*. Företaget samarbetar också med andra nordiska public service-bolag och universitet i ett projekt där AI tränas för att lära sig nordsamiska.

Så utvecklas innehåll

En lång rad projekt och löpande arbeten som utvecklar Sveriges Radios innehåll bedrivs inom Programenheten som är företagets överlägset största enhet. I 3.1 *Uppdrag inom Sveriges Radio* beskrivs hur organisationen är uppbyggd. I 3.2 *Variation i produktionsformer* och 3.3 *Externa produktionsbolag* kan du läsa om hur extern medverkan och inköp av hela produktioner från fristående bolag är avgörande för att Sveriges Radio ska kunna erbjuda ett brett och varierat utbud.

Gizem Erdogan och Bianca Kronlöf spelade i P3 Serie-dramat *VOX* som handlar om vad som händer när vi släpper in AI-teknologi i våra privata rum. Foto: Daniel Stigefelt/Sveriges Radio.



Företaget har en innehållsstrategi som pekar ut riktningen för hur kanaler och digitala plattformar ska utvecklas framåt. Utgångspunkterna för innehållsstrategin kan sammanfattas i tre delar:

- Mediekonsumtionen är digital.
- Sveriges Radio ska utveckla morgondagens innehåll och format.
- Sveriges Radio bevakar hela Sverige – för alla i Sverige.

Sveriges Radios strategi för nyheter har ett starkt fokus på att utveckla nyhetsjournalistiken för digital användning och lyssning såväl i det riksproducerade som det lokala innehållet. Strategin har förnyats och implementerats under 2025, vilket också beskrivs i 6.1 *Nyheter och samhällsbevakning*. I kapitlet 5. *Det breda uppdraget* och 6. *Särskilda uppdrag och målgrupper* kan du läsa mer om hur alla delar av utbudet utvecklas.

Ett mycket stort fokus ligger på att utveckla Sveriges Radios app som även under 2025 genomgick en lång rad förändringar vid sidan av den tidigare nämnda och prisbelönta funktionen *Nyhetsök*. Appen fick bland annat en förnyad design med syfte att ge lyssnare och användare tydligare guidning i Sveriges Radios omfattande utbud samt för att ytterligare stärka den visuella redaktionella identiteten. Under det gångna året har även en ny vy för innehåll riktat till barn lanserats, vilket du kan läsa mer om i 6.3 *Barn och unga*.

Så utvecklas arbetsmetoder och teknik

Sveriges Radio bedriver en omfattande verksamhet med att utveckla tekniska verktyg och arbetsmetoder. Mycket förenklat uttryckt arbetar företaget med detta för att möta behoven hos

- lyssnarna genom att skapa tekniska lösningar som gör företagets digitala plattformar och radiosändningar så attraktiva, tillgängliga och lättanvända som möjligt

- medarbetarna genom att ta fram tekniska verktyg och arbetsmetoder som ger fler medarbetare möjligheter att skapa innehåll på nya eller enklare sätt.

Vid sidan av detta pågår en rad arbeten för att säkerställa att lyssnare och användare ska kunna ta del av Sveriges Radios innehåll i bilar. I dag är de flesta nya bilar uppkopplade och erbjuder sina användare mängder av möjligheter till konsumtion av medier, musik och nöjen. Företaget har en rad samarbeten med olika aktörer, såväl med EBU som med bilindustrin, för att kunna vara med i utvecklingen och säkra att alla som färdas med bil på svenska vägar ska ha Sveriges Radios utbud lätt tillgängligt. Detta är inte minst viktigt för företagets förmåga att nå ut brett med VMA och andra meddelanden på det sätt som beskrivs i 3.11 *Beredskap och viktig information till allmänheten*.

Sveriges Radio har under lång tid på egen hand utvecklat olika tekniska lösningar som gör det enklare att sända direkt i princip när som helst från vilken plats som helst. OB-väskor (Outside Broadcasting) och sändnings- och inspelningsteknik i bilar och minibussar har utvecklats löpande för att redaktionerna i allt högre grad ska kunna arbeta på samma sätt oberoende av var medarbetarna befinner sig.

Företaget fortsatte också under 2025 att utveckla och införa ett nytt modernt, tekniskt system för radio- och poddproduktion, vilket stegvis kommer att byggas ut för att vara helt infört inom hela företaget 2027–2028. Dessa investeringsbehov drivs inte minst av att reservdelar och komponenter till den nuvarande tekniken successivt försvinner från marknaden. Under 2025 har ett starkt fokus också legat på att sänka kostnader genom att fasa ut gamla tekniska system och studiolokaler samt att göra digitala plattformar och arbetsverktyg än mer robusta och driftssäkra. Sveriges Radio gör betydande investeringar i it-säkerhet och olika typer av lösningar för att säkerställa att sändningar och viktig information ska nå lyssnarna. Detta kan du läsa mer om i 3.11 *Beredskap och viktig meddelande till allmänheten* samt 3.12 *Sändningskvalitet*.

Så utvecklas rekrytering, kompetens och fler perspektiv

SR-akademin är centrum för Sveriges Radio kompetensutveckling och fortbildning för medarbetarna. Akademinns uppgift är att bidra till att företaget ska uppfylla sina strategiska mål och stödja Sveriges Radios långsiktiga publicistiska utveckling vilket i sin tur bidrar till att göra företaget mer attraktivt som arbetsgivare. Utbudet av utbildningar ska vara så nära verksamheten som möjligt och i huvudsak utgå från digitala plattformar. Under 2025 har SR-akademinns utbud av utbildningar fått en tydligare koppling till företagets strategiska mål, bland annat med fokus på digital kompetens samt utbildningar i ledarskap och projektledning.

Samtidigt som Sveriges Radio genomfört kostnadsbesparingar och minskat bemanningen under 2024 och 2025 har företaget också arbetat för att säkerställa en långsiktig kompetensförsörjning och att fortsatt ha ett starkt varumärke som arbetsgivare. Företaget har exempelvis satsat på att bygga ut samarbeten med universitet och högskolor kring den framtida kompetensen inom såväl journalistik som teknisk utveckling. Under 2025 gick Sveriges Radio med i programmet *Ny Kollega* – en utbildning som bedrivs av medieinstitutet Fojo vid Linnéuniversitetet och som syftar till att öka mångfalden i svensk mediebransch genom att hjälpa journalister med kompetens och utbildning från andra länder att etablera sig på den svenska arbetsmarknaden. Övriga samarbetspartner är *SVT*, *Bonnier News*, *Schibsted* och *Stampen Media*.

Att trygga den framtida kompetensen är en stor utmaning inom en rad områden. Bland annat har Sveriges Radio tagit fram ett särskilt traineeprogram för att utveckla metoderna att rekrytera och utbilda

medarbetare till redaktioner för minoritetsspråk – de som antas och anställs kommer också att kunna arbeta på lokala P4-redaktioner. I 6.5 *Minoritetsspråk* kan du också läsa om hur de interna utbildningarna haft en avgörande betydelse för utvecklingen av kompetens och innehåll på redaktionerna för minoritetsspråk under den gångna tillståndsperioden.

Sveriges Radio har även skapat andra traineeprogram och interna program för att säkerställa kompetensförsörjning inom bland annat ledarskap. 2025 startade företaget ett aspirantprogram för att trygga kompetensförsörjning vid vissa lokala redaktioner, som du kan läsa mer om i 5.4 *Hela Sverige ska höras i Sveriges Radio* och 6.7 *Lokalt uppdrag*.

Företaget använder sig av en modell för kompetensbaserad rekrytering som ska säkerställa att alla kandidater i en ansökningsprocess bedöms likvärdigt med fokus på kompetenser och färdigheter.

Under den nuvarande tillståndsperioden 2020–2025 har Sveriges Radio sjösatt en rad projekt för att bredda perspektiven i utbud och verksamhet. Bland annat har företaget bildat en rekryteringsavdelning, skapat en grupp som arbetat med att utveckla arbetsgivarvarumärket samt anordnat utbildningar i bland annat frågor kring kränkande särbehandling, kompetensutveckling och andra aktiviteter.

Det samlade arbetet för fler perspektiv i Sveriges Radios utbud beskrivs i 5.4 *Sveriges Radio ska spegla hela Sverige*. *SR-akademinns* arbete har varit viktigt inte minst i företagets insatser för att uppfylla kraven på att stärka bevakningen av svagt bevakade områden samt utveckla och utöka innehållet på nationella minoritetsspråk. Dessa insatser kan du läsa mer om i 6.7 *Lokalt uppdrag* och 6.5 *Minoritetsspråk*.



”Att trygga den framtida kompetensen är en stor utmaning inom en rad områden.”

3.11 Beredskap och viktig information till allmänheten

§ 22 | SÄNDNINGSTILLSTÅND

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

§ 23 | SÄNDNINGSTILLSTÅND

» SR ska bedriva beredskapsarbete utifrån en helhetssyn som omfattar både fredstida krissituationer och höjd beredskap. SR 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. SR 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. «

§ 24 | SÄNDNINGSTILLSTÅND

» SR utgör en del av totalförsvaret enligt lag (1992:1403) om totalförsvaret och höjd beredskap. Företaget är därmed skyldigt att fortsätta sin verksamhet i krig. Om högsta beredskap råder i landet ska SR utgöra en självständig organisation med totalförsvarsuppgifter och lyda direkt under regeringen. UR:s resurser ska i en sådan situation tillföras SR och SVT. Om skärpt beredskap råder i landet får regeringen om det finns särskilt behov av detta förordna att vad som sägs i första meningen i detta stycke ska gälla. SR ska så långt som möjligt kunna behålla de fredstida strukturerna vid höjd beredskap. De bestämmelser om bolagets programverksamhet som intagits i tillståndsvillkor och medelsvillkor ska vara vägledande också för den verksamhet som bedrivs under höjd beredskap och vid fredstida krissituationer. «

Beredskapsuppdraget

Sveriges Radio har en unik roll inom totalförsvaret och är skyldigt att fortsätta sin verksamhet även i krig. Enligt 24 § i sändningstillståndet 2020–2025 ska Sveriges Radio ”så långt som möjligt kunna behålla de fredstida strukturerna vid höjd beredskap. De bestämmelser om bolagets programverksamhet som intagits i tillståndsvillkor och medelsvillkor ska vara vägledande också för den verksamhet som bedrivs under höjd beredskap och vid fredstida krissituationer.”

I linje med sändningstillståndet och på regeringens uppdrag upprätthåller Sveriges Radio reservfunktioner för att sändningar av viktigt meddelande till allmänheten (VMA), krisinformation och nyheter ska vara säkerställda. Företaget ska också så långt möjligt bedriva sitt breda uppdrag som vanligt både i kris och ytterst i krig. 1 januari 2026 trädde ett nytt public service-uppdrag inklusive beredskapsuppdrag i kraft, och Sveriges Radios arbete för att leva upp till de nya villkoren kommer att redovisas i kommande års public service-redovisningar.¹

Arbetet med beredskapsuppdraget har högsta prioritet inom företaget och har ytterligare förstärkts på en rad punkter under 2025. Även samverkan och dialog med andra samhällsviktiga funktioner har förstärkts under den gångna tillståndspanen. 2024 implementerades en förnyad och utvecklad beredskapsplan för hela företaget, och 2025 samlades produktionsteknik, sändningsledning och trafikredaktionen i en gemensam organisation som en del i arbetet med att ytterligare stärka företagets beredskapsförmåga.

Representanter för Sveriges Radios ledning har under de senaste åren återkommande besökt Ukraina för att dra lärdomar som kan användas i företagets egna beredskapsarbete.

I samband med årets upplaga av den så kallade beredskapsveckan, som leds av MSB en gång per år, genomförde Sveriges Radio precis som under 2024 en större marknadsföringsinsats för att allmänheten ska få ökad kännedom om att P4 är beredskapskanalen där man får information vid allvarliga händelser samt kris- och krigssituationer. 2025 lades ett särskilt fokus på målgruppen 18–30 år eftersom undersökningar visar att andelen i denna grupp som har kunskap om radions roll vid större kriser är lägre än bland äldre. Insatsen bestod främst i en kampanj i sociala medier där kända Sveriges

Radio-profiler berättade om beredskapsuppdraget, med budskapen ”vi lovar att aldrig tystna” och ”vid kris, lyssna på Sveriges Radio P4”.

En undersökning *Novus* gjorde på uppdrag av Sveriges Radio i början av 2025 visar att radio är förstahandsvalet bland en majoritet av de svarande när det handlar om att söka information vid samhällsstörning, kris eller krig. I princip alla som upp gav radio som förstahandsval svarade också att de skulle vända sig till Sveriges Radio, och nära sex av tio av dessa skulle välja att lyssna på P4. Även allmänhetens kännedom om begreppet ”beredskapskanal” ökar. 35 procent svarade att P4 är Sveriges beredskapskanal, vilket var en ökning med 6 procentenheter jämfört med en motsvarande undersökning som gjordes 2023.²

Detta gäller för meddelanden till allmänheten

I 22 § i sändningstillståndet för perioden 2020–2025 angavs att Sveriges Radio ”ska kostnadsfritt sända meddelanden som är av vikt för allmänheten om en myndighet begär det. SR ska se till att meddelandet ges en lämplig utformning och att det inte genom sin omfattning eller på annat sätt inverkar menligt på programverksamheten.”

VMA regleras sedan 1 januari 2024 i *Lag (2023:407) om viktigt meddelande till allmänheten*, samt i den kompletterande *Förordning (2023:579) om viktigt meddelande till allmänheten*.

I ett avtal mellan företagen och myndigheten MSB formaliseras också metoden för hur VMA ska gå till. Utifrån detta används två meddelandetyper:

Viktigt meddelande till allmänheten, VMA

- *med tyfon* där VMA genast ska sändas ut i radion
- *utan tyfon* där meddelandet ska sändas ”skyndsamt”, vilket i praktiken innebär inom fem–tio minuter.

VMA är kärnan i Sveriges Radios beredskapsuppdrag. Navet i VMA-hanteringen utgörs av Trafikredaktionens sändningsledning. Den är bemannad dygnet runt alla dagar på året för att kunna ta emot, sända och vidarebefordra viktiga meddelanden till allmänheten. VMA används i akuta situationer för att göra människor uppmärksamma på omedelbara risker och hot. Meddelandet innehåller också information om vilka åtgärder personer som berörs av meddelandet omedelbart ska vidta för att skydda liv, hälsa, egendom och miljö.

När ett VMA sänds uppmanas lyssnarna att lyssna på sin lokala P4-kanal och samtidigt publiceras VMA automatiskt på Sveriges Radios digitala plattformar.



Sveriges Radio-medarbetaren Haider El Timimi syntes i en marknadsföringskampanj för att öka kännedomen om att P4 är landets beredskapskanal. Foto: Mattias Ahlm/Sveriges Radio.

I avtalet med MSB står också att Sveriges Radio har ett ansvar att se till att VMA även sänds i kommersiella radiokanaler och förmedlas till andra mediebolag som SVT och TV4. Meddelandet förmedlas också till SOS Alarm, *krisinformation.se* och andra aktörer med hjälp av Sveriges Radios så kallade öppna API, vilket beskrivs i 4.2 *Digitala plattformar*. Totalt sändes 46 VMA ut under 2025, vilket var fler än under föregående år. Förändringen berodde främst på att antalet VMA gällande misstänkt farligt föremål ökade.

Sedan 2021 finns tekniska möjligheter att sända ut VMA eller myndighetsmeddelanden på riksnivå från fler sändningsorter. Avsikten med förändringen var att höja beredskapsförmågan och minska sårbarheten i organisationen för utsändningar av meddelanden.

Sedan hösten 2024 bedriver Sveriges Radio en pilotverksamhet med att översätta VMA-meddelanden till engelska och göra dem tillgängliga via företagets öppna API så att de aktörer som så önskar kan använda de översatta meddelandena och publicera dem på egna digitala ytor.

Myndighetsmeddelanden

Till skillnad från VMA behöver myndighetsmeddelanden inte sändas omedelbart. Avsändarna i myndighetsmeddelanden kan till exempel vara kommuner som behöver informera sina invånare om att man behöver koka dricksvatten eller att det råder eldningsförbud. Vilka som har rätt att begära myndighetsmeddelande regleras i *Förordning (2023:579) om viktigt meddelande till allmänheten*.

Trafikredaktionen sänder också trafik- och serviceuppdateringar i samtliga P4-kanaler vilka ingår i programkategorin Service som beskrivs i 5.1 *Det bredda uppdraget* och 5.3 *Programkategorier*. Detta arbete handlar framför allt om att uppdatera lyssnare om störningar inom väg- och kollektivtrafik men också att informera om samhällsstörningar som uppstått till följd av oväder, el- och teleavbrott eller trasiga vatten- och avloppsledningar. En viktig del i detta arbete är lyssnarkontakter. Under 2025 ringde lyssnare in cirka 70 000–80 000 samtal via Trafikredaktionens särskilda telefonnummer för tips från allmänheten.

Säkerhetsarbete och säkerhetsskydd

Säkerhetsfrågor är integrerade i det dagliga arbetet på Sveriges Radio, och alla medarbetare ska ha kunskap om dessa frågor. Företaget har en särskild säkerhets- och beredskapsavdelning som kontinuerligt arbetar med att stötta verksamheten om medarbetare på Sveriges Radio skulle utsättas för någon form av hat, hot eller våld. Säkerhets- och beredskapsavdelningen har förstärkts och byggts ut markant under de senaste åren, och under 2025 omorganiserades avdelningen till att ha särskilda ansvarsområden och chefer för beredskap, verksamhetssäkerhet och säkerhetsskydd.

Sveriges Radio kommer fortsätta att arbeta både proaktivt och reaktivt inom säkerhets- och beredskapsområdet under de kommande åren. Eftersom Sveriges Radio är en del av totalförsvaret omfattas företaget av lagstiftningen kring så kallat säkerhetsskydd som bland annat syftar till att skydda säkerhetskänslig verksamhet och information med betydelse för Sveriges säkerhet mot spioneri, sabotage, terroristbrott och andra brott. Företaget har också fortsatt att genomföra väsentliga förstärkningar inom detta område.³

Under 2025 präglades säkerhetsarbetet inom Sveriges Radio fortsatt av ett utmanande omvärldsläge där betydande resurser läggs på bland annat

omfattande säkerhetsarrangemang för företagets utrikeskorrespondenter. Företaget har även fortsatt med personsäkerhetsutbildningar för personalen för att höja kunskapen.

Sveriges Radio gör också sin webbaserade utbildning i personsäkerhet tillgänglig för andra mediabolag och deras medarbetare. Tillsammans med SVT genomför Sveriges Radio praktiska utbildningar som erbjuds medarbetare på bägge företagen. Utbildningarna innehåller exempelvis praktiska tips om säkerhetsåtgärder för den som arbetar i riskmiljöer, kunskaper i akutsjukvård och hur försök till informationspåverkan kan ta sig uttryck.

Utvecklingen medför ökade kostnader

Sveriges Radio hanterar dagligen en mängd säkerhetsrelaterade incidenter där medarbetare utsätts för hat, hot eller våld eller försök till informationspåverkan utifrån. Incidenterna kan också ske i form av it- och cyberattacker. Sveriges Radio har löpande stärkt säkerheten inom detta område under hela tillståndsperioden 2020–2025.

Antalet incidenter där hot och hat riktas mot det journalistiska arbetet har ökat under den gångna tillståndsperioden och över en längre tid. Hösten 2025 dömdes en man till fängelse bland annat för att ha hotat en reporter vid *P4 Kalmar* med tortyr, och ett år tidigare dömdes en annan man till dagsböter för dödshot mot Sveriges Radios vd. Hösten 2022 dömdes en man till dagsböter för hot mot medarbetare vid *P4 Dalarna*, och våren 2021 dömdes ytterligare en man till dagsböter och skadestånd för hot mot företagets dåvarande migrationskorrespondent.^{4,5,6,7}

Det stigande antalet incidenter bidrar till att Sveriges Radios kostnader för säkerhet ökat över tid. Även säkerhetsskyddsåtgärder som företaget är skyldigt att applicera på delar av sin verksamhet har medfört tydligt stigande kostnader under den gångna tillståndsperioden.

3.12 Sändningskvalitet

§ 3 | SÄNDNINGSTILLSTÅND

» SR ska utforma sändningarna på sådant sätt att de inte bara kan tas emot av en begränsad del av allmänheten i sändningsområdet. «

§ 4 | SÄNDNINGSTILLSTÅND

» SR ska använda analog utsändningsteknik för sändningarna. Den tekniska kvaliteten ska vara hög. «

§ 21 | SÄNDNINGSTILLSTÅND

» SR ska upprätthålla en hög säkerhet för produktion och distribution. Sändningarna ska ske med så god säkerhet att eventuella sändningsavbrott blir så korta som möjligt. SR ska ställa höga krav på de leverantörer som anlitas för programinsamling och distribution av egensändningar. «



”Med ett så stort antal sändningstimmar är det ofrånkomligt att det ibland uppstår fel som kan leda till störningar och avbrott.”

Under tillståndsperioden 2020–2025 har tempot höjts i Sveriges Radios interna utveckling av nya metoder och tekniska verktyg för medarbetarna. Det har delvis varit en konsekvens av förändringar i omvärlden som exempelvis pandemin som krävt nya eller förbättrade lösningar i utrustning och arbetssätt. En effekt av utvecklingen är också att den tekniska kvaliteten i sändningarna i flera fall har kunnat förbättras under 2020-talet.

Sveriges Radio sände i snitt cirka 334 timmar radio per dygn i marknätet under 2025. Med ett så stort antal sändningstimmar är det ofrånkomligt att det ibland uppstår fel som kan leda till störningar och avbrott. Även om felen inte är många är det viktigt att analysera och förstå varför de uppstått så att liknande händelser ska kunna undvikas i framtiden.

Sveriges Radio har numera en i hög grad automatiserad rapportering av avbrott och störningar. Det har lett till att åtgärder kan sättas in snabbare samt till ökad effektivisering eftersom rapporteringen, som tidigare till stor del behövde göras manuellt, nu sker mer automatiskt. Genom att koppla ihop olika rapporteringssystem kan företaget löpande utveckla möjligheterna att göra snabba analyser av driftsstörningar vilket också lett till att det går att arbeta mer proaktivt för att undvika sådana typer av problem.

Sveriges Radio har särskilda kontinuitetsplaner för att säkerställa att sändningar håller den kvalitet och stabilitet som krävs.

Lokala och rikstäckande kanaler liksom ett antal andra avdelningar inom exempelvis teknik genomför varje år så kallade kontinuitetsövningar. Syftet med övningarna är att öka förmågan att hantera oväntade situationer och vidareutveckla rutiner och utbildningsformer. Under 2025 har de lokala P4-kanalerna bland annat fokuserat på att säkra att medarbetarnas ordinarie arbetsverktyg finns med vid exempelvis en utrymning. Arbetet med att säkra stabiliteten i sändningarna och därmed förmågan att nå ut med nyheter och samhällsviktig information kan du läsa mer om i 3.11 *Beredskap och viktig information till allmänheten*.

¹ Public service-uppdrag för Sveriges Radio AB 2026–2033.

² Novus på uppdrag av Sveriges Radio, undersökning från 2025.

³ 2 § Säkerhetsskyddslagen.

⁴ ”Man dömd för olaga hot mot P4 Kalmars Sigrid Edsenius” pressmeddelande 21 november 2025.

⁵ ”Man dömd för olaga hot mot Sveriges Radios vd”, pressmeddelande 18 november 2024.

⁶ ”Hotade köra över P4 Dalarnas anställda – man döms i tingsrätten”, sverigesradio.se 23 november 2022.

⁷ ”Man fälls för hot mot SR:s migrationskorrespondent Alice Petré”, sverigesradio.se 21 april 2021.

4.

Här hittar du Sveriges Radio

Marksänd radio eller digitala plattformar?
För lyssnarna ska det vara så enkelt som möjligt att hitta i Sveriges Radios utbud. Oavsett när, var eller hur de vill lyssna.

- 4.1 Marksänt och annat linjärt utbud
- 4.2 Digitala plattformar
- 4.3 Kärnverksamhet och kompletterande verksamhet



Radioapparater och digitala plattformar – utbudet görs tillgängligt på många sätt

Lyssnarnas höga krav på Sveriges Radio gäller inte bara innehåll. Moderna användare förväntar sig också att det ska vara så enkelt som möjligt att ta del av public service-företagets utbud – oavsett när, var eller hur de väljer att lyssna.

Det här kapitlet handlar om var och hur Sveriges Radios innehåll finns tillgängligt och hur företaget arbetar för att leva upp till kraven för

- sändningar i marknätet
- egna digitala plattformar samt principer för hur utbudet görs tillgängligt via externa tjänster
- kärnverksamhet som innefattar allt ljud på egna plattformar respektive kompletterande verksamhet vars syfte är att stötta kärnverksamheten.



Sofia Ekelin och Oliver Sjöstedt Grove hördes i Sveriges Radios julkalender 2025, *Spökjul på Dimmeborg*. Julkalendern når en mycket stor och ung publik när den sänds och publiceras i december varje år. Foto: Mattias Ahlm/Sveriges Radio.

4.1 Marksänt och annat linjärt utbud

§ 1 | SÄNDNINGSTILLSTÅND

» SR ska samtidigt sända fyra ljudradioprogram till hela landet, varav ett även ska ha regionalt uppdelat innehåll. Att sända till hela landet innebär att minst 99,8 procent av den fast bosatta befolkningen ska kunna ta emot marknätssändningar. «

§ 2 | SÄNDNINGSTILLSTÅND

» SR ska upplåta sändningstid för sändningar av program från Sveriges Utbildningsradio AB (UR). «

§ 3 | SÄNDNINGSTILLSTÅND

» SR ska utforma sändningarna på sådant sätt att de inte bara kan tas emot av en begränsad del av allmänheten i sändningsområdet. «

• 5 | MEDELSVILLKOR

» SR:s sändningar ska kunna tas emot av allmänheten utan villkor om särskild betalning. «

• 7 | MEDELSVILLKOR

» Utbudet ska utformas på ett sådant sätt att så många som möjligt kan tillgodogöra sig tjänsterna och programmen. «

Under tillståndsperioden 2020–2025 fick Sveriges Radio enligt sändningstillståndet 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”.

I det teknikneutrala public service-uppdrag som trädde i kraft 1 januari 2026 finns inte längre någon bestämmelse om att varje enskilt innehållsvillkor huvudsakligen ska uppfyllas i marknätet. Begreppet ”förstasändningar” har ersatts av ”förstapubliceringar” och allt innehåll betraktas på ett likvärdigt sätt. Det kommer också att påverka principer och mått för hur innehållsvolymer beräknas och hur

bland annat innehåll på nationella minoritetsspråk kommer att redovisas. Under 2024 och 2025 har public service-företagen arbetat med att skapa ett mer enhetligt system för att redovisa och tillgodoräkna sig producerade volymer med sikte på ett teknikneutralt sändningstillstånd från och med 2026.

I detta kapitel redovisas sändningstid enbart för linjära sändningar med tyngdpunkt på marksända kanaler under 2025. Detta kompletteras i andra kapitel med beskrivningar av utbud som görs on demand för att nå målgrupper som i huvudsak konsumerar medier digitalt. I 4.2 *Digitala plattformar*, 5.3 *Programkategorier* och 6.4 *Tillgänglighet* beskrivs det innehåll Sveriges Radio valt att tillgodoräkna sig i redovisningen för 2025.

Här sänds det linjära utbudet

Under 2025 sände Sveriges Radio nästan 122 000 timmar via marknätet. Därutöver sändes en mängd timmar i enbart internetdistribuerade kanaler och extrasändningar via Sveriges Radios digitala plattformar, vilket framgår av tabellen 4.1.1. Volymerna har varit tämligen stabila under tillståndsperioden.

Fortfarande lyssnar nära hälften av svenskarna på Sveriges Radios marksända kanaler under en genomsnittlig dag, vilket du kan läsa mer om i kapitel 2. *Värdet av Sveriges Radio*. Sveriges Radio bedömer också att marksänd radio i form av FM kommer att fortsätta spela en betydande roll under lång tid framöver samtidigt som andra typer av ljudtjänster när allt fler användare. Det är dessutom viktigt att komma ihåg att även om publiken kan ta del av Sveriges Radios innehåll i många olika distributionsformer har det analoga FM-nätet fortfarande en särställning. Under överskådlig tid kommer FM-nätet att vara helt centralt när det gäller samhällets beredskapsförmåga och Sveriges Radios möjlighet att utföra sitt beredskapsuppdrag att nå allmänheten med viktig information vid kriser och katastrofer. Distribution via internet är inte lika robust som distribution via det analoga marknätet.¹

I FM sänder Sveriges Radio fyra rikstäckande ljudradioprogram i form av kanalerna P1, P2, P3 och P4. Inom det rikstäckande kanalutbudet sänds också program från UR utifrån överenskommelser mellan Sveriges Radio och UR.

Över 90 procent av de tre public service-bolagens samlade sändningstid för lokalt innehåll finns i P4 vilket du kan läsa mer om i 6.7 *Lokalt uppdrag*. P4 består av 25 lokala kanaler som varje vardag sänder 9,5 timmar per kanal och erbjuder ett brett utbud av lokala nyheter, bevakning och debatt kring samhällsfrågor, lokal kultur, underhållning, sport med mera. Under helger sänds lokala nyheter. Övrig tid sänds ett riksutbud i P4. Sveriges Radio har även tillstånd för ytterligare några lokala ljudradioprogram i FM. I Stockholm sänds ett särskilt utbud i kanalen P6, främst innehåll på nationella minoritetsspråk samt sändningar från *BBC World Service*.

P3 Din Gata i Malmö är sedan 2020 en musikbaserad kanal som vänder sig till åldersgruppen 13–19 år. Innehållet i *P3 Din Gata*, som lyssnarna också kan ta del av via DAB eller *Sveriges Radios app*, beskrivs i 6.2 *Kultur* och 6.3 *Barn och unga*.

Sveriges Radio sänder även i DAB och DAB+ över delar av landet. I DAB-utbudet kan lyssnare ta del av bland annat *Radioapans Knattekanal* och *Sveriges Radio Finska*. Utöver det marksända utbudet i FM, DAB och DAB+ erbjuder Sveriges Radio också ett antal linjära kanaler enbart på internet. *Sameradion* och *P4 Plus* sänder dygnet runt i sina respektive kanaler, och vid sidan av dessa finns särskilda utrymmen för kanaler som framför allt används för extrasändningar från främst *Ekot* och *Radiosporten*.

Vid sidan av det linjärt sända utbudet per dygn produceras och publiceras innehåll direkt för on demand-lyssning via Sveriges Radios app. En stor del av det innehållet sänds senare via FM-kanalerna, till exempel dokumentärer, visst innehåll på minoritetsspråk och poddar riktade till yngre målgrupper.

Gränser mellan olika publiceringssätt löses upp

Sätten att publicera innehåll blir allt fler över tid. Till exempel kan delar av en podd sändas integrerade i ett flöde i linjär radio, och omvänt kan innehåll från en direktsändning klippas om till en podd. Nyhetsinnehåll för *Ekot* eller en lokal kanal redigeras ofta i flera varianter för att fungera i nyhetssändningar i olika linjära kanaler eller som fristående klipp i Sveriges Radios app.

Utvecklingen mot omarbetat innehåll fortsätter – ett exempel är *Barnradions* podd *Historierummet* som hösten 2025 lanserades i versioner på de nationella minoritetsspråken finska, samiska, meänkieli och romani chib och som du kan läsa mer om i 6.5 *Minoritetsspråk*. Ett annat exempel är *Sveriges Radio på ett lättare sätt* som riktar sig till unga med intellektuell funktionsnedsättning – här ryms bland annat anpassade versioner av *P3 Historia* samt podd-formatet *P3 Nyheter på ett lättare sätt*.

Förändringar i teknik och arbetsmetoder kan också ge lyssnarna anpassade möjligheter att ta del av innehållet. Det finns skäl att anta att den snabba AI-utvecklingen kommer att föra med sig fler möjligheter för lyssnare och användare att få stöd och att kunna anpassa innehållet till sina individuella behov, till exempel genom transkribering från ljud till text i Sveriges Radios app, som du kan läsa mer om i 6.4 *Tillgänglighet*.

¹ Sveriges Radios yttrande över Myndigheten för press, radio och tv:s två rapporter om en långsiktig hållbar kommersiell radioverksamhet, november 2022 (Dnr: 21/03668).

4.1.1 Total sändningstid fördelad på plattformar, timmar linjär lyssning

	2020	2021	2022	2023	2024	2025
FM	108 518	107 221	106 714	107 821	106 808	107 617
DAB	13 908	13 870	13 870	14 235	14 273	14 234
Internetexklusiva sändningar	20 568	19 020	19 020	19 020	19 068	19 021
Totalt	142 994	140 111	139 604	141 076	140 149	140 873

Den totala sändningstiden ökade med 723 timmar jämfört med 2024, varav en ökning med 809 timmar i FM, en minskning med 39 timmar i DAB för Radioapans knattekanal och Sisuradio P7 och en minskning med 47 timmar för internetexklusiva sändningar i Sameradions och P4 Plus sändningar. Ökningen i FM berodde framför allt på att 2025 hade färre rikssända sportevenemang än 2024, vilket gav en ökning av lokal tid i P4.

4.1.2 Marksänd tid fördelad på plattform och sändningstyp, timmar

	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Förstasändning						
FM	97 883	97 028	96 396	97 679	96 479	97 271
DAB	9 535	9 509	9 509	9 827	10 080	10 140
Summa förstasändning	107 417	106 537	105 905	107 506	106 559	107 411
Parallelsändning						
FM	6 082	6 012	6 038	6 008	5 852	5 886
DAB	2 842	2 834	2 833	2 833	2 844	2 866
Summa parallelsändning	8 924	8 846	8 871	8 841	8 696	8 752
Repris						
FM	4 553	4 181	4 279	4 134	4 477	4 460
DAB	1 532	1 528	1 528	1 574	1 350	1 228
Summa repris	6 085	5 709	5 808	5 708	5 826	5 689
Summa FM	108 518	107 221	106 714	107 821	106 808	107 618
Summa DAB	13 908	13 870	13 870	14 235	14 273	14 234
Totalt	122 426	121 091	120 584	122 056	121 081	121 852

Den totala marksända tiden ökade med 770 timmar jämfört med 2024, fördelat på en ökning med 809 timmar i FM och en minskning med 39 timmar i DAB. Ökningen i FM berodde framför allt på att 2025 hade färre rikssända sportevenemang än 2024, vilket gav en ökning av den lokala P4-tiden. Framför allt var det första sändningar som stod för förändringen jämfört med 2024.

4.1.3 Marksänd tid fördelad lokalt, regionalt och riks, timmar

	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Lokalt						
Förstasändning	82 689	81 424	80 890	82 326	81 448	82 322
Parallelsändning	5 138	5 123	5 117	5 082	4 920	5 017
Repris	1 767	1 763	1 772	1 857	1 807	1 733
Summa lokalt	89 594	88 309	87 779	89 266	88 174	89 072
Regionalt						
Förstasändning	306	305	279	260	262	261
Parallelsändning	0	0	24	43	44	44
Repris	0	0	0	0	0	0
Summa regionalt	306	305	303	303	306	305
Riks						
Förstasändning	24 423	24 808	24 736	24 920	24 849	24 828
Parallelsändning	3 786	3 723	3 730	3 716	3 733	3 692
Repris	4 318	3 946	4 035	3 851	4 020	3 955
Summa riks	32 527	32 478	32 502	32 487	32 602	32 475
Totalt	122 426	121 091	120 584	122 056	121 081	121 852

Den totala sändningstiden minskade med 770 timmar jämfört med 2024, framför allt beroende på minskade rikssända sportsändningar vilket ökade den lokala P4-tiden. Det var i huvudsak den lokala sändningstiden som ökade, medan nationella sändningstiden minskade något. Den regionala sändningstiden var i princip oförändrad.

121 852

timmar sändes i marknätet under 2025.

4.2 Digitala plattformar

• 6 | MEDELSVILLKOR

» SR ska delta i den tekniska utvecklingen av produktions- och distributionsteknik för radio. För att nå lyssnarna är det nödvändigt att kärnverksamheten distribueras på olika plattformar. Vid distribution på internet bör de egna plattformarna vara prioriterade. «

• 8 | MEDELSVILLKOR

» SR ska ha öppna och tydliga riktlinjer om hur företaget förhåller sig till distribution på plattformar som inte är SR:s egna. «

• 19 | MEDELSVILLKOR

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

SR ska redovisa hur företaget arbetar för att tillämpa riktlinjerna om distribution på plattformar som inte är företagets egna. Riktlinjerna ska bifogas till redovisningen. «

Webbplatsen innehåller också nyhetsklipp, aktualitetsinnehåll och reportage från olika ämnesområden. På webbplatsen finns även information om företagets verksamheter.

- **Appar för barn.** *Radioapan – banankalas!* och *Radioapans kojträd* vänder sig till mindre barn med sagor, sånger och spel.
- **Appar för smarta telefoner, röststyrda assistenter och enklare play-appar.** Appar finns i versioner för smarta telefoner med IOS- eller Android-system. De finns även för större skärmar via *Apple TV*, *Google TV*, *Samsung* och *LG*, för högtalarprodukter som *Sonos* samt för uppkopplade bilar via en app för *Android Automotive*. Sveriges Radios app finns också för den digitala röstassistenten *Amazon Alexa* och som app till *Universal Windows*. Sveriges Radios app finns även i versioner som fungerar via *Windows 10* och *Xbox One*.

I stort sett alla publiceringar som görs på plattformarna innehåller olika typer av ljudinnehåll i form av poddar, nyhetsklipp och linjära sändningar. Undantag kan ibland gälla till exempel VMA – viktigt meddelande till allmänheten – och akuta nyhetslägen där talat ljudinnehåll i klippformat ännu inte hunnit produceras.

Tillgodoräknande av innehåll på internet

För 2025 vill Sveriges Radio tillgodoräkna sig all sänd tid i marknätet (FM/DAB). Utöver detta vill företaget tillgodoräkna sig det innehåll som tillgängliggörs via internet under namnet *Sveriges Radio på ett lättare sätt* och som är producerat eller anpassat för unga med intellektuell funktionsnedsättning. Detta kan du läsa mer om i kapiteldelen *6.4 Tillgänglighet*. Under 2025 producerades totalt 4,7 timmar inom detta utbud.

Som du kunnat läsa i *4.1 Marksänt och annat linjärt utbud* har public service-företagen under 2024 och 2025 arbetat med att skapa ett mer enhetligt system för att redovisa och tillgodoräkna sig producerade volymer med sikte på ett teknikneutralt sändningstillstånd från och med 2026.

Sveriges Radio erbjuder hela sitt ljudutbud via egna och självständigt byggda digitala plattformar. Navet för företagets digitala utveckling är Sveriges Radios app. Utöver denna erbjuds bland annat webbplatsen sverigesradio.se.

Via Sveriges Radios app kan lyssnaren ta del av

- de senaste nyheterna
- poddar och program on demand
- alla linjära kanaler för direktyssning
- VMA, viktigt meddelande till allmänheten, samt myndighetsmeddelanden.

Vid sidan av Sveriges Radios app erbjuds lyssnare och användare också följande egenbyggda plattformar:

- **Webbplatsen sverigesradio.se.** Här finns hela utbudet, såväl det nationella som det lokala, tillgängligt för lyssning direkt eller on demand.



Ett av Sveriges Radios övergripande mål är att öka lyssningen via egna plattformar både i absoluta tal och som andel av den totala lyssningen on demand. Foto: Mattias Ahlm/Sveriges Radio

Digitala plattformar är i ständig utveckling

Utvecklingen på mediemarknaden medför att definitioner av vad som är en extern plattform eller ej gradvis blivit mindre självklara. I vissa fall kan en extern teknisk lösning i form av en plattform som i sin tur rymmer Sveriges Radios plattform vara nödvändig för att lyssnaren ska kunna ta del av public service-innehållet i sin lyssningsutrustning – så är exempelvis fallet i så kallade smarta högtalare.

Sveriges Radios ambition är att de egna plattformarna ska vara det självklara valet för de lyssnare som vill ta del av företagets utbud digitalt, och företaget prioriterar arbetet med att ständigt uppdatera och förnya Sveriges Radios app. Ett annat utvecklingsområde som Sveriges Radio prioriterar är att allmänheten framöver på ett enkelt sätt ska ha tillgång till radio i bilen, och företaget samarbetar bland annat med den svenska och internationella radiobranschen och fordonsindustrin för att säkerställa detta.

Utbud på egna plattformar

Ett av Sveriges Radios övergripande mål är att öka lyssningen via egna plattformar, både i absoluta tal och som andel av den totala lyssningen on demand. Utvecklingsarbetet syftar till att långsiktigt göra Sveriges Radios app till det självklara valet för alla som vill ta del av hela utbudet från företaget – nyheter, direktyssning, lyssning on demand samt VMA och annan viktig samhällsinformation.

Under 2025 har Sveriges Radio utökat antalet poddar som enbart distribueras via den egna appen som ett led i att locka fler att ta del av utbudet via företagets egna plattformar. Arbetet inleddes våren 2023 då publiken kunde lyssna på ett antal utvalda poddar via Sveriges Radios plattformar innan avsnitten blev tillgängliga via företagets öppna API (Application Program Interface) och externa aktörer kunde hämta materialet till sina egna plattformar.

Ambitionen med förändringarna är förenklat uttryckt att stärka relationen med den växande grupp

som i huvudsak lyssnar digitalt och visa att Sveriges Radio erbjuder ett unikt innehåll som publiken bäst tar del av på företagets egna plattformar. Förändringarna har också ett beredskapsperspektiv. Det är viktigt att så många som möjligt ser Sveriges Radio som en naturlig informationskälla att vända sig till i händelse av kris eller krig, och de digitala plattformarna ska vara en naturlig del i detta.

Utbud på andra aktörers plattformar

Den som i efterhand vill lyssna till Sveriges Radios poddar och program kan i de flesta fall fortfarande göra det via externa aktörer. Exempelvis länkar Apples *Podcaster* och *Spotify* till Sveriges Radios innehåll direkt från företagets öppna API. Sveriges Radio har fortfarande den redaktionella kontrollen över det ljud som tillhandahålls, och allt programinnehåll som kan göras tillgängligt via API:t finns också på företagets egna plattformar.

Detta "ekosystem" är unikt för ljudinnehåll och har hittills skilt sig markant från exempelvis marknaden för strömningstjänster för film och tv. Många användare förväntar sig att hitta poddar från många olika avsändare via plattformar som de själva föredrar. Det är delvis ett arv från tidigt 2000-tal då poddlyssning började ta fart. När Sveriges Radio började publicera poddar 2005 fanns till exempel inga egna plattformar för mobiltelefoner enligt den modell som finns i dag.

Externa aktörer som vill erbjuda Sveriges Radios innehåll till sina användare måste göra det på ett sätt som är förenligt med Sveriges Radios uppdrag. Sveriges Radio säkerställer detta utifrån tre grundläggande principer:

- **Oberoende och trovärdighet.** Andra aktörer som använder Sveriges Radio innehåll får inte skada Sveriges Radios trovärdighet eller oberoende.
- **Redaktionell kontroll.** Sveriges Radios material får inte förvanskas, modifieras eller skrapas (samlas in) av AI-tjänster på ett sätt som skadar Sveriges Radios trovärdighet eller oberoende.

- **Tydlighet kring Sveriges Radio som avsändare.** På en plattform måste det tydligt framgå vilket innehåll som kommer från Sveriges Radio.

Kraven på de externa aktörer som vill erbjuda Sveriges Radios innehåll via länkning är formulerade i ett antal villkor som finns sammanfattade i en faktabeskrivning på nästa uppslag. Villkoren tar bland annat upp några principer som gäller

- regler för användning – att innehållet ska användas i enlighet med upphovsrättslagen
- avsändaren – att det tydligt ska framgå att innehållet kommer från Sveriges Radio
- reklam – att annonsering aldrig får kopplas direkt till innehållet
- fri tillgång – att lyssnaren ska kunna ta del av Sveriges Radios innehåll utan att behöva betala
- tillgänglighet – att utbud från Sveriges Radio inte får missgynnas i förhållande till exempelvis den externa plattformens eget innehåll.

Sveriges Radios villkor uppdaterades 2024, och de är bland annat publicerade på sverigesradio.se i anslutning till information om hur det öppna API:t fungerar tekniskt. Sveriges Radio kontrollerar regelbundet att externa aktörer som erbjuder företagets innehåll följer de uppsatta villkoren.

2022 gjordes också ett förtydligande av de villkor som gäller för att använda linjära kanaler och som kräver ett skriftligt godkännande från Sveriges Radio. Sådana godkännanden ges i regel bara i undantagsfall när företaget bedömer det som nödvändigt för att nå allmänheten. Det kan till exempel gälla när det finns tekniska begränsningar i ett ljudsystem där det är omöjligt att nå publiken på något annat sätt än via en tredje part.

Skillnader mellan plattformstyper

I resonemang kring Sveriges Radios relation till externa plattformar är det viktigt att understryka

skillnaden mellan å ena sidan distributionsplattformar för poddar och annat ljud och å andra sidan plattformar i sociala medier.

På externa ljudplattformar strömmas Sveriges Radios material från företagets egna plattformar via det öppna API:t, och Sveriges Radio har full kontroll över materialet.

På sociala medieplattformar fungerar det annorlunda. Sveriges Radio har visserligen full redaktionell kontroll över det egna innehållet där, men eftersom publiceringarna sker direkt på externa plattformar betraktas de som kompletterande verksamhet. Detta beskrivs utförligt i *4.3 Kärnverksamhet och kompletterande verksamhet*.

Sveriges Radio på sociala medier

För Sveriges Radio är sociala medier i första hand ett journalistiskt verktyg för att medarbetare på kanaler och redaktioner ska kunna interagera med lyssnarna i syfte att hitta fler röster och infallsvinklar, samt en metod för att locka publik till lyssning på Sveriges Radios egna plattformar. Sociala

medier används i vissa fall också för att nå målgrupper som annars är svåra att nå, exempelvis barn och unga. Detta innebär att publiken lättare kan få tillgång till Sveriges Radio. De interna riktlinjerna för hur sociala medier ska användas utgår från företagets innehållsstrategi och ingår även i det löpande utvecklingsarbetet.

Företaget har tagit fram en guide för journalister och andra intresserade om hur de kan använda sociala medier som ett journalistiskt verktyg. *Sociala medier – en handbok för journalister*, som alla kan ta del av via sverigesradio.se innehåller även ett kapitel om Sveriges Radios programregler i sociala medier vilka följer samma regelverk som för ljudinnehåll vad gäller exempelvis opartiskhet och saklighet. Den nya utgåvan av *Public service-handboken* som lanseras 2026 innehåller också ett nyskrivet kapitel om journalistiskt arbete via sociala medier.



”För Sveriges Radio är sociala medier i första hand ett journalistiskt verktyg för att medarbetare på kanaler och redaktioner ska kunna interagera med lyssnarna i syfte att hitta fler röster och infallsvinklar, samt en metod för att locka publik till lyssning på Sveriges Radios egna plattformar.”



Så här får Sveriges Radios innehåll användas

Sveriges Radios öppna API gör det möjligt för en annan aktör att hämta poddar eller inslag från företaget. Förutsättningen är att aktören följer elva villkor som här återges i en kortare version:

1. Innehållet från Sveriges Radio får bara användas genom länkning och/eller strömning för mottagning av ljud i Sverige. Det får alltså inte lagras, laddas ner, kopieras eller bevaras av den tjänst som använder Sveriges Radios öppna API (detta hänger samman med upphovsrättslagen).
2. Användning av Sveriges Radios linjära kanaler får enbart ske efter ett skriftligt godkännande från SR.
3. Det ska tydligt framgå att innehållet kommer från Sveriges Radio, och då får man använda företagets varumärken som finns i API:t. Grafiska riktlinjer som finns på sverigesradio.se måste följas.
4. Publiken ska enkelt kunna hitta innehållet från SR, och det får inte missgynnas i förhållande till andra innehållsleverantörers material eller plattformsföretagens eget material.
5. Innehållet (inklusive Sveriges Radios varumärken) får inte användas i marknadsföring utan Sveriges Radios godkännande.
6. Reklam får aldrig kopplas direkt till innehåll från Sveriges Radio.
7. Innehållet får användas bakom betalvägg men måste också finnas tillgängligt gratis hos tjänsten.
8. Innehållet får inte användas av en extern part för bearbetning i form av maskin-inläring utan att Sveriges Radio har godkänt det.
9. Den som använder API:t accepterar också att lämna ut anonymiserade uppgifter om personer som använder Sveriges Radios innehåll ifall SR begär det.
10. Innehållet får inte användas på ett sätt som riskerar att skada Sveriges Radios oberoende eller trovärdighet.
11. Villkoren för det öppna API:t kan vid behov ändras av Sveriges Radio.

På sverigesradio.se/artikel/api-villkor hittar du hela listan med villkor.

Podden "I hjärnan på Louise Epstein" utforskar människans hjärna och psyke på ett underhållande sätt. Här ses programledaren Louise Epstein med gästen och forskaren Anders Hansen under Poddfest 2025. Foto: Mattias Ahlm/Sveriges Radio.

4.3 Kärnverksamhet och kompletterande verksamhet

• 2 | MEDELSVILLKOR

» Medlen ska användas för företagets kärnverksamhet. Kärnverksamheten är att producera och sända radioprogram till allmänheten, och att producera och tillhandahålla radioprogram till allmänheten på företagets egna plattformar som finns på fritt tillgängliga och öppna delar av internet. «

• 9 | MEDELSVILLKOR

» SR 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. «

Kärnverksamhet

Under tillståndsperioden 2020–2025 har Sveriges Radios tolkning av begreppet kärnverksamhet innefattat bland annat följande:

- allt ljudinnehåll från Sveriges Radios marksända kanaler i FM och DAB
- allt ljudinnehåll som företaget erbjuder via egna plattformar och tjänster alternativt tillhandahåller genom aktörer som länkar till innehållet direkt från Sveriges Radios öppna API
- alla plattformar och tjänster som Sveriges Radio skapar på fritt tillgängliga och öppna delar av internet för att tillhandahålla företagets ljud till allmänheten.

Allt innehåll från Sveriges Radios kärnverksamhet finns fritt tillgängligt för alla som vill ta del av det – antingen via FM eller DAB eller via företagets egna tjänster och plattformar. I princip allt innehåll från Sveriges Radio finns att lyssna på både i linjär radio och on demand i form av poddar och nyhetsklipp. I 4.2 *Digitala plattformar* beskrivs hur lyssnare också kan ta del av delar av poddbudet från Sveriges Radio via aktörer som länkar direkt till

ljudet från företagets öppna API. Det är en praxis som är unik för ljudmarknaden, och den etablerades redan i mitten av 00-talet i Sverige då det saknades playtjänster från svenska ljudbolag. Publiken började tidigt lyssna på poddar via andra typer av distributionsplattformar än via webbplatserna för de bolag som producerat innehållet. De här särskilda förutsättningarna är nödvändiga att ta hänsyn till i definitionen av Sveriges Radios kärnverksamhet.

I det teknikneutrala public service-uppdrag som trädde i kraft 1 januari 2026 finns villkoren om kärnverksamhet respektive kompletterande verksamhet kvar, dock utan de tidigare formuleringarna om balans mellan kärnverksamhet och kompletterande verksamhet. I public service-redovisningarna för 2026 och framåt kommer Sveriges Radio beskriva hur villkoren uppfylls inom ramen för det nya uppdraget.

Kompletterande verksamhet

Vid sidan av sin kärnverksamhet bedriver Sveriges Radio också kompletterande verksamhet. Den syftar till att utveckla och stödja kärnverksamheten och öka möjligheterna för allmänheten att tillgodogöra sig innehållet. Under tillståndsperioden 2020–2025 har den kompletterande verksamheten bestått av följande:

- *Text, bild och rörlig bild* på digitala plattformar som kompletterat och stött program och poddar. Syftet är att till exempel underlätta för lyssnare att hitta det innehåll de vill ta del av eller ge personer med svårigheter att ta till sig ett talat innehåll möjlighet att ta del av det på annat sätt.
- *Sociala medier* som fungerar som verktyg för att kommunicera direkt med publiken. De används för dialog med lyssnarna och för att förbättra allmänhetens möjligheter att ta del av produktionen.
- *Konsertverksamhet i Berwaldhallen*. Konsertverksamheten inför publik i Berwaldhallen är kompletterande verksamhet. Däremot hör musik och annat innehåll som sänds i P2 från Berwaldhallen till Sveriges Radios kärnverksamhet.

- *Julkalendern* som finns i såväl tryckt som interaktiv form. Kalendrarna är direkt kopplade till programmen och ska bidra till ett ökat intresse för att lyssna på alla avsnitten.
- *Spel för barn* som finns på digitala plattformar och som har koppling till *Barnradions* program. Syftet är att stimulera barns intresse för programmen samt hjälpa barn och föräldrar att hitta till innehållet.

Balans mellan verksamheterna

Principen för kompletterande verksamhet är att den ska bedrivas i en sådan omfattning att den bidrar till att innehållet når ut till publiken. Punkt 9 i medelsvillkoren under perioden 2020–2025 om att det ska råda god balans mellan kärnverksamhet och kompletterande verksamhet har Sveriges Radio därför tolkat som att kärnverksamheten inte ska försämrats på grund av den kompletterande verksamheten. Obalans uppstår om allmänheten bedömer att kärnverksamhetens kvalitet sjunker till följd av att Sveriges Radio ägnar för mycket resurser åt den kompletterande verksamheten.

Publikens förväntningar på Sveriges Radio medför också höga kvalitetskrav på de kompletterande verksamheterna. Lyssnarna förväntar sig förklarande och intresseväckande texter och bilder i anslutning till program, poddar och klipp. En mycket stor andel av publiken förväntar sig också att kunna ha kontakt och dialog med Sveriges Radio via sociala medier. Och även användare vars hela nyhetskonsumtion går via sociala medier har rätt att kunna nå innehåll från ett oberoende och opartiskt Sveriges Radio.

Att redovisa den samlade kompletterande verksamheten som en enskild del i siffror är av praktiska

skäl inte möjligt. Det beror på att den kompletterande verksamheten är nästan helt integrerad med kärnverksamheten i det dagliga arbetet. Publiceringar av texter och bilder som underlättar lyssning via företagets digitala plattformar är journalistiska verktyg på redaktioner och kanaler. Att ha dialog med lyssnare eller ta emot tips via sociala medier fungerar också som andra viktiga verktyg av den här typen.

Exakt hur och i vilken grad kompletterande verksamhet bedrivs varierar dessutom mellan olika redaktioner och över tid. Arbetet utgår ifrån vilka behov, vanor och förväntningar som finns i de olika programmets målgrupper.

Balans inom kärnverksamheten

Kravet på god balans har också gällt mellan de olika delarna inom företagets kärnverksamhet under den gångna tillståndsperioden.¹ Sveriges Radio har ansvarat för hur balansen i verksamheten ska redovisas, men kravet har inte inneburit att företaget är skyldigt att redovisa hur mycket medel som spenderas på respektive del av verksamheten.² Sveriges Radios uppfattning är att det råder god balans inom kärnverksamheten om företaget

- prioriterar resurserna till de områden som allmänheten anser är viktigast
- tillgängliggör innehållet så att alla i vårt land kan ta del av utbudet när de själva vill.

I kapiteldelen 7.3 *Produktivitet och effektivitet* kan du läsa om hur resurserna prioriteras till de områden som allmänheten bedömer som viktigast. Sveriges Radio lägger 85 procent av resurserna på programproduktion inom nyheter, samhälle, kultur, musik samt service som exempelvis trafikinformation och viktiga meddelanden till allmänheten.

¹ "Ett modernt public service nära publiken – villkor 2020–2025" (prop. 2018/19:136).

² Sveriges Radios public service-redovisning 2021, s. 106.

Detta är Sveriges Radios utbud

Kanaler i FM-radio

- P1 består av talat innehåll om samhälle, kultur och vetenskap. Kanalen erbjuder nyheter och aktualiteter, granskning och fördjupning men också livsåskådnings- och livsstilsprogram samt underhållning och kulturupplevelser i form av drama och uppläsningar av skönlitteratur och lyrik.
- P2 erbjuder konstmusik, improvisationsmusik och traditionsmusik, till exempel jazz eller världsmusik. P2 sänder också program på minoritetsspråk.
- P3 erbjuder nyheter, samhällsjournalistik och musikjournalistik med en underhållande ton och lyfter fram nya svenska artister.
- P4 är den lokala nyhets- och aktualitetskanalen för hela Sverige samt kanalen för sport och barnradio. I P4 presenteras nyheter, aktualiteter, kultur och livsstilsfrågor samt bred radiounderhållning i form av klassiker och nysatsningar. P4 är även kris- och beredskapskanalen som förser allmänheten med viktig information. På kvällar, nätter och helger sänds ett riksutbud.
- P6 är Sveriges Radios flerspråkiga kanal med musik och program på flera språk.
- P3 Din Gata var tidigare en Malmöbaserad lokal kanal som 2021 gjordes om till en hip-hop-kanal för tonåringar. Den sänds fortsatt i FM över Malmö och är tillgänglig i hela landet via digitala plattformar.

DAB-kanaler

Sveriges Radio erbjuder ett antal kanaler via utsändningstekniken DAB+ som når områdena Stockholm, Södertälje, Uppsala, Göteborg, Malmö och Luleå vilka omfattar cirka 42 procent av Sveriges befolkning. Den enda kanal som fortfarande sänds med den äldre ljudkodningen DAB är P7 Sveriges Radio Finska. SR:s utbud i digitalradion är

- SR P1
- SR P2
- SR P3
- SR P3 Din Gata
- SR P4 Stockholm
- SR Radioapans knattekanal
- SR P7 Sveriges Radio Finska.

Webbkanaler

Samtliga kanaler som finns i FM (riks och lokala) samt i DAB sänds också via sverigesradio.se och Sveriges Radios app. Där är P2 uppdelat på kanalerna P2 Musik respektive P2 Språk och musik. Sveriges Radio erbjuder även ett internet-exklusivt utbud:

- Sameradion
- P4 Plus – musik för målgruppen 60 år och äldre
- 17 evenemangskanaler där de flesta används av *Ekot* och *Radiosporten* för extrasändningar.

Sajt

Allt utbud från Sveriges Radio samt information från och om företaget finns på webbplatsen sverigesradio.se (för dator, surfplatta och smarttelefon).

Appar

Sveriges Radio erbjuder appar för operativsystemen *iOS* och *Android*. Förutom appen Sveriges Radio finns även appar för

- *Melodikrysset*
- *Radioapans banankalas*
- *Radioapans kojträd*

Sveriges Radios app finns också för bilar i form av en *Android Automotive*-app samt via *Android Auto* och *CarPlay*. Sveriges Radios app finns även för *Apple Watch*, *Apple TV*, *Xbox*, *Windows 10*, *HoloLens* samt *Windows-mobil* (uwp).

Röststyrda assistenter och andra plattformar

Sveriges Radio finns på röststyrda assistenter som *Google Home* och *Amazon Alexa* och på andra plattformar som *Sonos*.

API

Via öppet API (Application Programming Interface) kan den som vill bygga egna tjänster med innehåll från Sveriges Radio. Detta kan du läsa mer om i *4.2 Digitala plattformar*.



Titti Schultz och Svjetlana Pastuhovic leder *P4 Extra* som är ett av de program som flest lyssnar på. Foto: Mattias Ahlm/Sveriges Radio.

5.

Ett utbud för alla

En bredd i innehåll och många olika perspektiv är en förutsättning för att Sveriges Radio ska kunna vara en angelägenhet för alla i vårt land.

- 5.1 Det breda uppdraget
- 5.2 Folkbildning
- 5.3 Programkategorier
- 5.4 Hela Sverige ska höras i Sveriges Radio
- 5.5 55-procentsmålet



Podden *Trädgården med Pernilla och John* vänder sig till en stor publik som är intresserad av trädgård och odling. Foto: Andreas Hillergren.

Så arbetar Sveriges Radio för att säkra bredden i både utbud och perspektiv

§ 5 | SÄNDNINGSTILLSTÅND

» SR 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.

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

Sveriges Radio är till för alla i vårt land och företagets ambition är att alla ska kunna hitta något i utbudet som intresserar och tilltalar dem. Sveriges Radio eftersträvar också största möjliga bredd i speglingen av kunskaper, perspektiv och erfarenheter från olika delar av samhället.

Detta kapitel beskriver hur Sveriges Radio på olika sätt arbetar med att utveckla bredden i det utbud som erbjuds och de perspektiv som hörs i linjära kanaler och i utbudet on demand. Här redovisas hur företaget

- erbjuder breda program som samlar stora lyssnargrupper
- förmedlar kunskap och folkbildning genom exempelvis publikmöten och interaktivitet
- fördelar mängden innehåll per programkategori
- arbetar med att säkra bredden i perspektiv så att många olika röster kommer till tals
- säkrar allmänproduktion i hela landet.



Musikhjälpen engagerar en miljonpublik i december varje år. 2025 sändes programmet nonstop under en vecka från Stora torget i Karlstad. Foto: Mattias Ahlm/Sveriges Radio.

5.1 Det breda uppdraget

§ 5 | SÄNDNINGSTILLSTÅND

» Programmen ska utformas så att de genom tillgänglighet och mångsidighet tillgodoser skiftande förutsättningar och intressen hos befolkningen i hela landet. «

Att så många som möjligt hittar innehåll från Sveriges Radio som intresserar dem är avgörande för företagets roll i samhället och dess förmåga att leva upp till public service-uppdraget.

Den som lyssnar på Sveriges Radio tenderar att ha högre förtroende för företaget och upplever i högre grad att företaget har ett värde för samhället jämfört med den som inte lyssnar.

En stor publik är också en praktisk förutsättning för att kunna motsvara andra krav som kanske inte automatiskt hör ihop med bredden i utbudet: att publiken har en vana av att lyssna på Sveriges Radio är en nödvändighet för att företaget ska kunna uppfylla sitt beredskapsuppdrag och nå ut brett med VMA, viktigt meddelande till allmänheten, samhällsinformation och nyheter. Program och poddar som drar en stor publik bidrar även starkt till att Sveriges Radio kan vägleda lyssnare till mer specialiserat och nischat innehåll.

De samlande programmen

Sveriges Radios samlade utbud domineras av områden som nyheter, samhällsprogram, kultur och musik vilka redovisas i kapitel 6. *Särskilda uppdrag och målgrupper.*

Vid sidan av dessa utgör områden som sport, livsstil och underhållning samt service med bland annat trafik- och samhällsinformation en väsentligt mindre andel av såväl det totala utbudet som företagets kostnader. Men utbudet inom dessa områden spelar en central roll i många lyssnares vardag och är avgörande för att Sveriges Radio ska kunna vara angeläget för en bred publik. I 2.1 *Värde för samhället* kan du också läsa om att en majoritet av svenskarna stöder ett brett public service-uppdrag, enligt SOM-undersökningen.

Många av Sveriges Radios program och poddar är genreöverskridande och innehåller en blandning av programkategorier. Ett exempel är att stora delar av de sändningsvolymerna som här redovisas inom genrerna underhållning och livsstil kommer från innehållsligt breda aktualitetsblock som sänds dagtid i de olika kanalerna, riks som lokalt. I många av dessa program (som till exempel *P4 Extra*) avsätts en mindre del av sändningstiden till underhållande inslag eller livsstilsfrågor vid sidan av nyheter, samhälle, kultur och musik med mera.

När begreppet ”underhållning” ingår i programbeställningarna kan det också handla om att redaktionerna ska eftersträva ett underhållande, avslappnat och tillgängligt tilltal i program och poddar samtidigt som de ämnen som tas upp sorterar under exempelvis nyheter, samhälle eller kultur. Exempel på detta är *Morgonpasset i P3* och flera andra produktioner i kanalen men också exempelvis *Talkshow i P1*.

Innehållet inom genrer som underhållning, service, livsstil och sport görs också för att nå alla och samla människor, inte för att tillfredsställa specialintressen. Program med breda anslag finns även i utbudet för särskilda målgrupper, till exempel program med underhållning och livsstilsinnehåll på nationella minoritetsspråk.

Service: Ständig uppdatering och information

I 3.11 *Beredskap och viktig information till allmänheten* beskrivs det mesta som ryms inom Service som programkategori. Trafikredaktionen sänder trafik- och serviceuppdateringar i samtliga P4-kanaler. Framför allt handlar det om störningar inom väg- och kollektivtrafik, men lyssnarna får också information om samhällsstörningar som uppstått till följd av oväder, el- och teleavbrott eller trasiga vatten- och avloppsledningar. Trafikredaktionen levererar även inslag kring trafik- och infrastrukturfrågor till såväl *Ekots* som lokala kanalers nyhetssändningar.

Trafikinformation är sedan många år tillbaka en av de typer av innehåll som allmänheten rankar som allra viktigast och ger högst betyg enligt den årliga attitydundersökning *Novus* gör på uppdrag av Sveriges Radio.

Livsstil: Lyssnarens vardag i fokus

Livsstil är ett brett och samlande begrepp för innehåll om sådant som berör många lyssnares vardag, till exempel fritid, hälsa och relationer. Under 2025 lanserades till exempel programformatet *Söndagsfrukost med Blix* som sänds i P4.

Det mesta av livsstilsinnehållet sänds dock integrerat i det lokala utbudet – cirka tre fjärdedelar av sändningstiden finns i lokala kanaler, och cirka fem procent görs på något av de nationella minoritetsspråken.

I rikssända program med en mer renodlad inriktning mot livsstil får lyssnare ställa frågor direkt till experter inom vitt skilda fält. Programform, ton och innehåll varierar starkt beroende på kanal, målgrupp och vilket ämne som står i fokus.

Kunskap inom många olika specialområden når en stor lyssnargrupp, till exempel via program och poddar om privatekonomi eller hälsa.

Publikens medverkan är betydelsefull för programmets innehåll, och ofta lever diskussionen om de frågor som tas upp vidare på sociala medier. En annan typ av livsstilsprogram utgör exempelvis *Kvällspasset i P4* som i hög grad bygger på att lyssnare medverkar med sina frågor och kunskaper. Experter inom olika områden medverkar också och svarar på lyssnares frågor. Sådana programformat kan du läsa mer om i 3.2 *Variation i produktionsformer.*



Martin Mahrlo är en av programledarna i nya *Vintersportextra*.
Foto: Mattias Ahlm/Sveriges Radio.

Underhållning: En genre för alla delar av Sverige

För Sveriges Radios del handlar ”att vara underhållande” om olika saker i olika program och olika kanaler. Även kultur- eller samhällsjournalistik kan ha element av underhållning i betydelsen ”engagerande att lyssna på”. Många av aktualitetsblocken i olika kanaler, rikssända som lokala, har i uppdrag att erbjuda lyssnarna underhållande inslag och utgör den största delen av sändningsvolymen inom underhållningskategorin.

Cirka 70 procent av sändningstiden för underhållning återfinns i lokala kanaler, och 16 procent av tiden för underhållning i Sveriges Radio rymms inom sändningar på nationella minoritetsspråk. Gemensamt här är att de erbjuder underhållande och engagerande ljudinnehåll om lokala företeelser eller på något av minoritetsspråken – material som sannolikt få om ens några andra medieföretag skulle kunna erbjuda.

Renodlade underhållningsprogram utgör en relativt liten del av den samlade sändningstiden för underhållningskategorin och består i hög grad av klassiker som funnits i decennier i Sveriges Radio och alltså når en stor publik. Exempel på sådana program är *På minuten* i P1, *Ring så spelar vi* och *Melodikrysset* i P4. Även rikssända aktualitetsprogram kan ha en viss andel underhållning i sina programuppdrag från kanalansvariga.



”Radiosporten bevakar också hela sportens värld, även de idrotter som inte har samma kommersiella genomslag som de publikt sett största sporterna.”

Sport: Mer fokus på vintersport

Radiosporten är den sportredaktion i Sverige som har flest sändningsrättigheter vilka i stor utsträckning används för bevakning på plats. 2025 lanseras bland annat *Vintersportextra* med ambitionen att bredda och fördjupa rapporteringen från direktsända tävlingar inom främst längdskidåkning, skidskytte och alpint samt även inom skicross och paraskidåkning. *Vintersportextra* sänds direkt i Sveriges Radios app och i kortare form i P4 under säsongen.

Radiosporten är i många fall det enda public service-alternativet för direktsändningar från stora mästerskap. Det innebär att *Radiosporten* ofta är det enda alternativet för dem som vill följa vissa större sportevenemang utan särskilda abonnemang – allt mer av direktsänd sport finns i dag annars inom strömningstjänster och tv-utbud som publiken behöver betala extra för. *Radiosporten* bevakar också hela sportens värld, även de idrotter som inte har samma kommersiella genomslag som de publikt sett största sporterna.

Radiosporten når en bred publik. I topplistan över de mest populära programmen i 2.3 *Så används och uppfattas Sveriges Radio* kan du exempelvis läsa att *Sportextra* på söndagar i P4 är ett av Sveriges Radios största program när det gäller antalet lyssnare. *Radiosportens* förankring i stora lyssnargrupper märks också genom att redaktionens konto är det absolut största av samtliga Sveriges Radios konton på Facebook.

Här är några exempel på bredden i Sveriges Radios sportbevakning:

- Vid sidan av redaktionen i Stockholm har *Radiosporten* också medarbetare i Malmö, Halmstad, Göteborg, Skövde, Kalmar, Karlstad, Kristianstad och Luleå. Samtliga 25 lokala P4-kanaler erbjuder dessutom lokal sportbevakning som även i hög grad är integrerad i *Radiosportens* utbud.
- *Radiosporten* gör nyhetsuppdateringar i P1, P3 och P4 och på digitala plattformar.
- Runt åtta procent av sportutbudet i Sveriges Radio under 2025 gjordes på något av de nationella minoritetsspråken.
- *Juniorsporten* sänds och publiceras på söndagar och fokuserar på ungdomsidrott, vilket du kan läsa mer om i 6.3 *Barn och unga*.

För *Radiosporten* ligger ett stort fokus på att utveckla innehåll och format för on demand-lyssning via Sveriges Radios app. Vissa utvalda matcher live-sänds också i sin helhet enbart i Sveriges Radios app.

Radiosporten Dokumentär lyfter fram berättelser om människorna bakom dramatiken och spelet bakom kulisserna vid de stora idrottshändelserna.

Radiosporten har under många år prioriterat en regelbunden bevakning av parasport, vilket du också kan läsa om i 6.4 *Tillgänglighet*.

Radiosporten delar också sedan 2023 ut *Radiosportens parasportpris*. 2025 års pris gick till fotbollsspelaren Alice Berntsson från Västerås med motiveringen ”För ett dedikerat och målmedvetet arbete för att etablera parafotbollen i Sverige. För ett inspirerande ledarskap och förmågan att inkludera alla. För modet att våga kliva fram och ta den avgörande straffen när det behövs.”



Radiosportens Parasportpris delades 2025 ut till fotbollsspelaren Alice Berntsson från Västerås. Foto: Lina Hoof/Sveriges Radio.

5.1.1 Sport – marksänd tid fördelad på sändningstyp, timmar

	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Förstasändning	2 333	2 445	2 464	2 356	2 575	2 382
Parallelsändning	130	135	143	125	109	104
Repris	33	40	40	33	29	28
TOTALT	2 496	2 620	2 648	2 514	2 713	2 514

5.1.2 Livsstil – marksänd tid fördelad på sändningstyp, timmar

	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Förstasändning	3 906	3 745	3 563	3 743	3 521	3 687
Parallelsändning	129	99	112	111	84	87
Repris	407	393	416	405	391	413
TOTALT	4 441	4 237	4 090	4 260	3 996	4 187

5.1.3 Underhållning – marksänd tid fördelad på sändningstyp, timmar

	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Förstasändning	4 915	4 666	4 604	4 646	4 593	4 609
Parallelsändning	978	975	992	996	962	980
Repris	290	283	274	274	269	284
TOTALT	6 183	5 925	5 870	5 915	5 824	5 872

5.1.4 Service – marksänd tid fördelad på sändningstyp, timmar

	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Förstasändning	2 218	2 137	2 074	2 122	2 074	2 110
Parallelsändning	0	0	0	0	0	0
Repris	3	0	0	0	0	0
TOTALT	2 221	2 137	2 074	2 122	2 074	2 110

Antalet sporttimmar minskade 2025 eftersom antalet stora sportevenemang var färre än under 2024. De lokala kanalernas ökade sändningstid i P4 resulterade i att antalet timmar ökade i alla programkategorier utom Sport, bland annat Livsstil, Underhållning och Service.



Sofie Carme och Malte Nordlöf hördes i *Sommartid* i P4 som hade premiär 2025.
Foto: Anna Hållams

5.2 Folkbildning

§ 5 | SÄNDNINGSTILLSTÅND

» Programutbudet ska [...] som helhet präglas av folkbildningsambitioner.«

Sveriges Radios ambition är att hela utbudet ska präglas av folkbildningsambitioner. 66 procent av allmänheten instämde 2025 i påståendet ”Jag blir allmänbildad av att lyssna på Sveriges Radio” i den årliga attitydundersökning som Novus gör på uppdrag av Sveriges Radio (2024 var siffran 67 procent). Folkbildningsambitioner genomgår utbudet, och du får information om detta i bland annat följande kapiteldelar:

- 5.3 Programkategorier redogör bland annat för att större delen av det talade innehållet utgörs av nyheter, samhälle och kultur – kategorier som är viktiga för att kunna nå ut med det folkbildande uppdraget.
- 6.1 Nyheter och samhällsbevakning tar upp många titlar som är viktiga för Sveriges Radios folkbildande verksamhet, inte minst poddar som exempelvis *P3 Dokumentär* och *P3 Historia* vilka i hög grad når yngre lyssnargrupper.

- 6.2 Kultur beskriver andra folkbildande exempel, bland annat följande:
 - Företaget har flera format som sprider kunskap om olika konstnärliga genrer.
 - Musiken som spelas i kanalerna ingår i kulturutbudet och har också som uppgift att sprida kunskap.
 - Berwaldhallen med *Sveriges Radios Symfoniorkester* och *Radiokören* gör sina konserter tillgängliga för alla oavsett var i landet lyssnarna bor.
 - Sveriges Radios evenemangsverksamhet, exempelvis *Östersjöfestivalen* och *P3 Guld*, utgör en viktig del när det gäller att uppfylla företagets kulturuppdrag.
- 3.4 Sveriges Radios bidrag till en livskraftig mediemarknad redogör för
 - folkbildande evenemang som Sveriges Radio arrangerar på egen hand eller tillsammans med andra medieföretag, till exempel *#sverigesradiofrukost* och *Fria Ordets Dag*.
 - undersökningar och löpande forskning som Sveriges Radio delfinansierar.



Spänning i luften när *Vi i femman* tog plats i Sveriges Radios lokaler i Malmö. Här tävlar Albert och Inez från Lövestadsskolan tävlade i kvartsfinal. Foto: Sofie Ward/Sveriges Radio.

5.3 Programkategorier

• 20 | MEDELSVILLKOR

» 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. «

Fördelningen av olika typer av innehåll i Sveriges Radios utbud har varit mycket stabil under tillståndsperioden 2020–2025. Förändringarna har främst skett inom programkategorier snarare än mellan dem i samband med att utbudet har förnyats och titlar bytts ut. I diagrammet 5.3.1 framgår hur sändningstiden fördelas sig mellan olika programkategorier i det marksända utbudet. De mycket små förändringar som skett mellan 2024 och 2025 förklaras i kommentaren under diagrammet.

Med vissa undantag distribueras nästan allt on demand-innehåll från Sveriges Radio också i marknätet eller via de linjära kanaler som uteslutande sänds via internet. Den programverksamhet som Sveriges Radio vill tillgodoräkna sig beskrivs i 4.1 *Marksänt och annat linjärt utbud* samt i 4.2 *Digitala plattformar*.

1 januari 2026 trädde ett nytt teknikneutralt uppdrag i kraft. Som du kunnat läsa i 4.1 *Marksänt och annat linjärt utbud* och 4.2 *Digitala plattformar* har public service-företagen under 2024 och 2025 arbetat med att skapa ett mer enhetligt system för att redovisa och tillgodoräkna sig producerade volymer i public service-redovisningarna för 2026 och framåt.



”Utmaningen för stora medieföretag är främst att vara relevanta, effektiva och engagerande när det gäller både innehåll och tjänster – inte att producera så stora volymer som möjligt.”

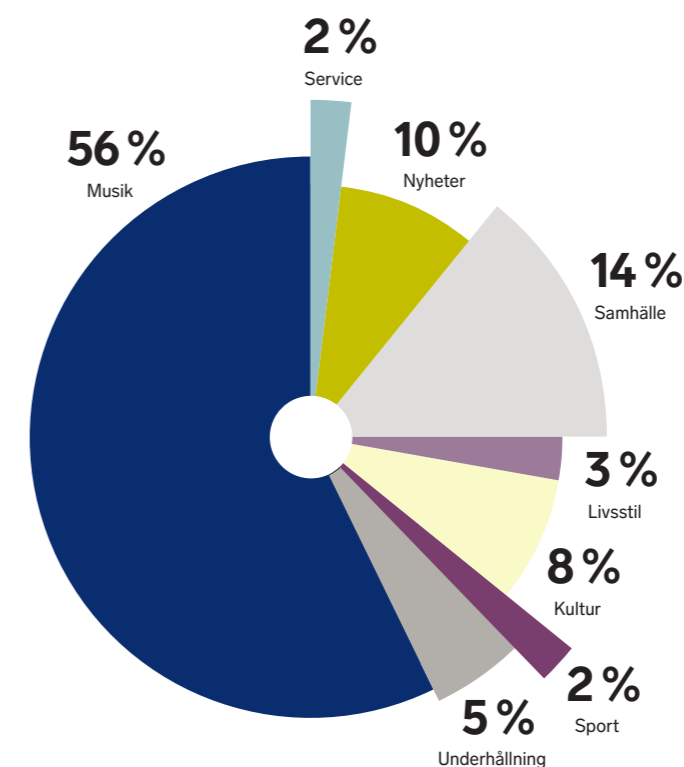
Genrer löses upp

Ett program eller en podd kan också bestå av innehåll från flera kategorier – proportionerna anges i respektive programuppdrag. Svårigheterna med att avgränsa innehåll i kategorier blir allt större. Nya frågor blir föremål för nyhetsbevakning. Gränser mellan innehållsgränser löses upp – inte minst vad gäller Sveriges Radios kärnområden nyheter och samhälls- och kulturfrågor. Komplexa samtidsfrågor driver efterfrågan på kommentarer och förklaringar med fler infallsvinklar. Ett större antal lyssnare vill ha fördjupning allt tidigare i ett nyhetsförlopp.

Volymer av producerad tid säger heller inget om vare sig vilken kvalitet innehållet har eller i vilken grad det används av publiken. Utmaningen för stora medieföretag är främst att vara relevanta, effektiva och engagerande när det gäller både innehåll och tjänster – inte att producera så stora volymer som möjligt. Mängden tid säger heller inget om vilka resurser som krävs för att producera innehållet. Detta faktum gäller i allra högsta grad radio- och poddproduktion, och det finns skäl att tro att såväl teknisk utveckling som omvärldsförändringar kommer att förstärka skillnaderna. Kostnader för att producera granskande journalistik, utrikesbevakning och annat exklusivt innehåll kan förmodas stiga i snabbare takt än exempelvis förprogrammerade flöden av musik.

I kapitel 7.3 *Produktivitet och effektivitet* kan du läsa mer om vilka typer av innehåll Sveriges Radio lägger mest resurser på och att nyheter och samhällsinnehåll i dag står för över hälften av kostnaderna för programproduktion.

5.3.1 Total marksänd tid fördelad på programkategorier 2025, avrundade procenttal



Totalt ökar sändningstiden jämfört med föregående år med 770 timmar. När sändningstiden fördelas per programkategori så ökar framför allt antalet musiktimmars, men även antalet timmar för nyheter, samhälle, livsstil, underhållning och kultur ökar beroende på den ökade lokala sändningstiden. Sport minskar jämfört med föregående år till följd av minskade rikssända sportsändningar.

5.3.2 Marksänd tid fördelad på programkategori och sändningstyp

	Nyheter	Samhälle	Livsstil	Kultur	Sport	Underhållning	Musik	Service	Totalt
Förstasändning	10 248	13 969	3 687	7 889	2 382	4 609	62 517	2 110	107 411
Parallelsändning	1 613	1 241	87	646	104	980	4 081	0	8 752
Repris	393	2 304	413	1 114	28	284	1 153	0	5 689
Totalt 2025	12 254	17 514	4 187	9 650	2 514	5 872	67 751	2 110	121 852
Totalt 2024	12 123	17 456	3 996	9 622	2 713	5 824	67 272	2 074	121 081
Förändring	131	57	191	27	-199	48	479	36	770

5.4 Hela Sverige ska höras i Sveriges Radio

§ 5 | SÄNDNINGSTILLSTÅND

» 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. Programutbudet ska spegla förhållanden i hela landet och den variation som finns i befolkningen samt som helhet präglas av folkbildningsambitioner. SR ska beakta programverksamhetens betydelse för den fria åsiktsbildningen och utrymme ska ges åt en mångfald av åsikter och meningssytringar. «

§ 7 | SÄNDNINGSTILLSTÅND

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

Under tillståndsperioden 2020–2025 valde Sveriges Radio att använda perspektiv som sammanfattande begrepp för arbetet med att uppfylla sändningstillståndets krav på att programverksamheten skulle

- bedrivas utifrån ett jämställdhets- och mångfaldsperspektiv
- spegla förhållanden i hela landet och den variation som finns i befolkningen
- stärka bevakningen av svagt bevakade områden.

I denna kapiteldel beskrivs översiktligt hur Sveriges Radio arbetat med dessa uppdrag under tillståndsperioden 2020–2025.

Granskningsnämnden konstaterade i sitt beslut om public service-redovisningen 2024 ”att SR under 2024 har verkat för att stärka den journalistiska bevakningen av svagt bevakade områden men att en slutlig bedömning av uppfyllelsen i denna del ska göras först vid tillståndsperiodens utgång.”¹ Därför finns det i denna kapiteldel en samlad redogörelse

för hur företaget arbetat under tillståndsperioden för att leva upp till kravet på stärkt bevakning av svagt bevakade områden. Detta arbete beskrivs även delvis i 6.7 Lokalt uppdrag.

Bredden inbyggd i hela utbudet

Det finns skäl att påpeka att Sveriges Radio under lång tid har fördelat sina resurser för att åstadkomma ett mycket omfattande och heterogent utbud med en stor bredd av perspektiv. Under 2025 bestod verksamheten av cirka 141 000 producerade timmar utbud, ett 40-tal nationella och lokala kanaler samt verksamhet på ett stort antal språk. Sveriges Radio står för över 90 procent av sändningstiden för nationella minoritetsspråk och över 90 procent av den lokala sändningstiden i svensk public service.

Forskningsinstitutet Nordicom publicerar varje år en lista över Nordens 25 största medieföretag, sett till omsättning. De flesta av företagen på listan producerar journalistiskt innehåll, och Sveriges Radio låg först på 24:e plats 2024.² Ändå har företaget bland annat Nordens största nät av såväl utrikeskorrespondenter som regionala kanaler spridda över hela landet – i Europa är det bara Tyskland, Frankrike och Storbritannien som har fler regionala public service-radiokanaler än Sverige.³ Av de fyra nordiska public service-bolag som bedriver någon form av orkester-, kör- och konserthusverksamhet är Sveriges Radio det minsta sett till omsättning.

Bakgrunden till dagens villkor

Som tidigare beskrivits utökades Sveriges Radios och Sveriges Televisions uppdrag 2020–2025 med krav på att bevakningen av svagt bevakade områden skulle stärkas.

Kraven var i hög grad en konsekvens av den debatt om mediernas ”vita fläckar”, det vill säga mindre kommuner eller vissa områden i större kommuner där det inte finns någon fast stationerad journalistisk verksamhet. Debatten uppstod under 2010-talet efter att flera dagspresskoncerner tvingats lägga ner redaktioner till följd av minskade upplagor och annonsintäkter. I processen inför den nu avslutade tillståndsperioden för public service fanns också en utbredd uppfattning om att bolagen hade ett särskilt ansvar att säkra att hela landet syns, hörs och skildras i radio och tv i allmänhetens tjänst.



Satsningar på enkel, mobil sändningsteknik har varit avgörande för att Sveriges Radio kunnat sända mer utanför radiohusen och från hela Sverige. Foto: Mattias Ahlm/Sveriges Radio.

I propositionen inför tillståndsperioden 2020–2025 stod det bland annat att ”Svagt bevakade områden bör i första hand definieras geografiskt och befolkningsmässigt men kan också definieras ämnesspecifikt” samt att ”Stärkt bevakning bör ses som en del i speglingsuppdraget och ska framför allt resultera i ökad bevakning av svagt bevakade områden.”

Sveriges Radio har med utgångspunkt i dessa formuleringar knutit kravet på stärkt bevakning av svagt bevakade områden till speglingsuppdraget, och huvudsakligen arbetat med att stärka bevakning och olika perspektiv i olika delar av landet. Samtidigt har ämnesval, arbetsmetoder och angreppssätt breddats i hela den publicistiska verksamheten.

I diskussionen om så kallade ”vita fläckar” är det viktigt att känna till att antalet lokala redaktioner som finns i en kommun inte självklart hänger ihop med publikens intresse för att ta del av nyhetsmedier. Under 2025 analyserade Sveriges Radio lyssnarsiffror under 2020–2024 i de 42 kommuner där det enligt *Institutet för Mediestudiers* kommundatabas inte fanns något medie företag med en fast redaktion. I 33 av dessa kommuner låg lyssningen på den lokala P4-kanalen minst tre procentenheter högre (i de flesta fall mycket högre) än snittet i det P4-område kommunen ingår i. I åtta av kommunerna låg P4-lyssningen på ungefär samma nivå som P4-områdets snitt (plus/minus två procentenheter). Endast i en av ”vita fläckar”-kommunerna var P4-lyssningen markant lägre än snittet i P4-området.

P4 når alltså en jämförelsevis hög andel lyssnare i kommuner där det inte finns något medieföretag med fast närvaro och som i många fall haft en svagare utveckling vad gäller befolkningsmängd, socioekonomi och samhällsservice än andra kom-



”Företaget satte styrande mål och nyckeltal för att kunna driva verksamheten och prioritera resurser i den önskade riktningen mot fler perspektiv.”

muner. Omvänt finns det tydliga utmaningar när det gäller att nå ut i delar av storstadsregionerna trots att medieföretagen i hög grad är koncentrerade dit.

Åtgärder under tillståndsperioden

Här följer en uppräknig av åtgärder som Sveriges Radio genomförde inför och under tillståndsperioden 2020–2025 för att kunna stärka bevakningen av svagt bevakade områden geografiskt och befolkningsmässigt:

- **Strategiskt mål och indikatorer:** Företaget satte styrande mål och nyckeltal för att kunna driva verksamheten och prioritera resurser i den önskade riktningen mot fler perspektiv. Detta kan du läsa mer om under rubriken ”Ett strategiskt mål för fler perspektiv” i denna kapitel del samt i *1.4 Sveriges Radios mål och strategier*.
- **Investeringar i sändningsteknik:** Företaget har prioriterat utveckling av mobil teknik och mer sändande verksamhet utanför radiohusen samt andra typer av teknik och arbetssätt för distansarbete. Detta beskrivs i *3.10 Utveckling av innehåll, teknik och kompetens* samt *6.7 Lokalt uppdrag*.
- **Stärkt lokal närvaro i form av fasta redaktioner:** Hösten 2019 och våren 2020 etablerade P4 Stockholm nya fasta redaktioner i Flemingsberg och Husby för att stärka bevakningen i huvudstadsregionens ytterområden. 2022 permanentades den tillfälliga redaktionen i Ängelholm vilket stärkt bevakningen av nordvästra Skåne. Sammantaget har Sveriges Radio i dag 52 fasta redaktioner fördelat på 50 kommuner, att jämföra med 49 fasta redaktioner

fördelat på 48 kommuner 2019 (före etableringen av redaktionen i Flemingsberg i Huddinge kommun hösten 2019).

- **Stärkt lokal närvaro i form av tillfälliga redaktioner:** 2020–2023 genomfördes ett projekt med så kallade pop up-redaktioner runt om i landets kommuner, vilket du kan läsa mer om i *6.7 Lokalt uppdrag*. 2024 blev arbetssättet en del av den ordinarie verksamheten och slutade statistikföras.
- **Stärkt utbildning:** SR-Akademien etablerades 2021 och har genomfört en rad interna utbildningar för att ta fram fler perspektiv, bland annat i demografianalys i syfte att stärka medarbetares kunskaper om olika socioekonomiska, demografiska och kulturella förutsättningar i befolkningen.
- **Stärkt kompetensförsörjning:** Sveriges Radio startade 2022 en trainee-utbildning för att trygga kompetensförsörjningen på redaktionerna för de nationella minoritetsspråken samiska, finska, meänkieli och romani – detta kan du läsa mer om i *6.5 Minoritetsspråk*. Under 2025 inrättade företaget också en aspirantutbildning i syfte att trygga kompetensförsörjningen i de delar av landet där det varit svårt att locka kompetenta journalister.
- **Stärkt arbete med nyheter och grävande journalistik:** 2024 etablerades en så kallad Sverigedesk med ansvar för samarbeten mellan *Ekot*, lokala kanaler och redaktioner för nationella minoritetsspråk om nyheter, fördjupning och grävande journalistik. 2025 tillsattes en reporter som arbetar med grävande journalistik i landets kommuner, framför allt i svagt bevakade områden.
- **Stärkt och förändrad organisation:** 2024 samlades P4-kanalerna i en särskild del av områdesorganisationen för att kunna fokusera på publika och journalistiska utmaningar som är särskilt tydliga i storstadsområden. Under delar av tillståndsperioden hade företaget också en särskild perspektivansvarig som skulle hålla ihop det samlade arbetet för fler perspektiv.

- **Fler perspektiv i riksnyheter:** Under tillståndsperioden har samarbetet mellan de olika nyhetsredaktionerna stärkts, vilket bland annat lett till att fler inslag och ämnen från lokala kanaler, redaktioner för nationella minoritetsspråk och *Ekot Radio Sweden* har hörts i *Ekots* riksspridda nyhetssändningar och fördjupande program som exempelvis *PI Morgon*. Den tidigare nämnda Sverigedesken har som uppdrag att vässa och lyfta fram lokala och regionala nyheter på Sveriges Radios digitala plattformar och bidrar på så sätt med fler perspektiv.

Här följer en uppräknig av åtgärder som Sveriges Radio vidtog inför och under tillståndsperioden 2020–2025 för att stärka bevakningen av svagt bevakade områden ämnesmässigt:

- **Tidigare nämnda insatser** för bland annat fler perspektiv i riksnyheter, stärkt organisation med Sverigedesk och rekrytering av kommungranskare är också åtgärder som syftar till att bredda bevakningen vad gäller val av ämnen och ge möjlighet till granskning och fördjupning av frågor som annars inte bevakas i samma utsträckning.
- **Identifiering av särskilt viktiga ämnen** inom ramen för ett projekt kallat ”De stora frågorna” under tillståndsperiodens inledande år. Projektet ledde bland annat fram till att företaget 2021 lanserade podden *Gräns* som belyser hoten mot Sverige och stora försvars- och säkerhetsfrågor som påverkar Sverige, frågor som vid den tidpunkten ansågs vara svagt bevakade.
- **Nya podd- och programtitlar** inom ämnen där det fördjupande utbudet från såväl Sveriges Radio som andra svenska mediehus bedömdes vara litet, till exempel podden *Gräns* som nämnts ovan. Under tillståndsperioden har *Ekot* lanserat en rad fördjupande utrikespoddar, bland annat *Radiokorrespondenterna Kina* under 2025. Andra exempel från det samhällsjournalistiska utbudet är *Dokumentti* från *Sveriges Radio Finska* om sverigefinska öden och *I hjärnan på Louise Epstein* som utforskar hjärnan och psyket på ett underhållande sätt. Exempel som dessa kan du läsa mer om i *6.1 Nyheter*.

Strategiskt mål och uppföljning

Som tidigare nämnts låg en starkt bevakning av svagt bevakade områden, såväl geografiskt och befolkningsmässigt som ämnesmässigt, och en ökad bredd av perspektiv till grund för det strategiska målet ”Jag hör min och din vardag i Sveriges Radio”, vilket gällde under 2020–2025 och beskrivs i 1.4

Sveriges Radios mål och strategier.

Två indikatorer fanns för det strategiska målet:

- Andelen av Sveriges kommuner som Sveriges Radio gjort inslag från under ett tertial. Målsättningen var att andelen skulle vara 100 procent av Sveriges kommuner. Denna indikator används också i Sveriges Radios arbete med produktivitet och effektivitet som beskrivs i 7.3 *Produktivitet och effektivitet*. Målet uppnåddes under 2025.
- Andelen veckolyssnare som instämmer i påståendet ”Jag hör innehåll om min och andras vardag i Sveriges Radio”, vilket ingår i den rullande attitydundersökning som *Novus* gör på uppdrag av Sveriges Radio. 2025 instämde 67 procent av veckolyssnarna i påståendet. Målsättningen var att andelen skulle öka under tillståndsperioden, men storleken har varit i princip densamma sedan det första tertialet 2020. Med tanke på att de första tertialen präglades av ökad lyssning under pandemin och att rapporteringen dominerades av ämnen som högst påtagligt påverkade människors vardag bedömer Sveriges Radio att en fortsatt stabil nivå fram till 2025 för detta mål är ett godtagbart resultat.

67%

av veckolyssnarna ansåg att de hörde innehåll om sin och andras vardag i Sveriges Radio under 2025.

Samtliga avdelningar inom Sveriges Radio utformade planer för sina delar av verksamheten utifrån de strategiska målen. Målen och de tillhörande indikatorerna följdes upp varje tertial för att företagsledningen skulle kunna ta ställning till om någon typ av åtgärd behövde sättas in ifall ett mål inte uppfylldes.

Intern mått för fler perspektiv

Arbetet för att säkra en bredd av perspektiv följs upp med både kvantitativa och kvalitativa analyser – det gällde såväl under den gångna tillståndsperioden 2020–2025 som framöver under uppdragsperioden 2026–2033.

Sveriges Radio formulerar alltid övergripande mål på ett sätt som syftar till att värna respektive redaktions frihet att utföra sina uppdrag och att arbeta självständigt med målsättningar och metoder. Redaktionerna sätter egna mål för bredden av perspektiv kopplade till sina programuppdrag och har olika sätt att analysera det innehåll de producerat. Faktorer som kan analyseras är till exempel könsfördelningen bland de som hörs i programmen eller bredden av medverkande i olika åldrar, med utländsk bakgrund eller med funktionsnedsättningar. Programansvariga chefer och producenter kan även välja att analysera fördelningen av ämnesområden, partipolitiska företrädare, andelen medverkande från storstad och landsbygd eller hur många barn och unga som medverkar. Dessutom är det ofta viktigt att analysera fördelningen mellan andelen personer som berörs av det ämne som tas upp i ett program och andelen experter eller makthavare. Det handlar alltså om analysarbete – inte om att i förväg fylla kvoter av medverkande utifrån förutbestämda mallar eller subjektiva bedömningar av människors tillhörigheter.



Redaktionerna sätter egna mål för bredden av perspektiv kopplade till sina programuppdrag och har olika sätt att analysera det innehåll de producerat. Foto: Mattias Ahlm/Sveriges Radio.

Allmänheten om perspektiven i Sveriges Radio

Ett annat sätt att följa upp bredden i perspektiv i Sveriges Radios utbud är att mäta allmänhetens och lyssnarnas uppfattningar. Under den gångna tillståndsperioden har Sveriges Radio redovisat en rad olika siffror från den årliga attitydundersökning som *Novus* gör på uppdrag av Sveriges Radio vilken bland annat visar hur stor andel av allmänheten som helhet som instämt i ett antal påståenden om mångfald, jämställdhet och spegling. Ett återkommande problem med flera av frågorna var att en förhållandevis hög andel de svarande angav ”Vet ej” som svar. Svårigheterna med att tolka resultaten har därför gett ett begränsat värde för analysarbetet. Efter att frågorna gjordes om till 2024 års attitydund-

ersökning har tendensen för de flesta frågor varit att andelen svarande som uppger ”Vet ej” minskat och att andelen positiva svar ökat.

I attitydundersökningen 2025 instämde 56 procent (55 procent 2024) av allmänheten som helhet i påståendet ”Jag hör män och kvinnor i samma utsträckning i Sveriges Radio” medan 3 procent (5 procent 2024) ansåg att det inte stämde. 31 procent svarade ”Vet ej” (29 procent 2024).

56 procent av alla svarande instämde också i påståendet ”Sveriges Radio erbjuder många olika perspektiv i sitt innehåll” och 53 procent i påståendet ”Sveriges Radio ger en bred bild av olika människors liv och villkor i Sverige”. Det var exakt samma resultat som 2024.

Bland de som lyssnar lyssnar minst en gång i veckan instämde 68 procent (69 procent 2024) i påståendet att de ”hör män och kvinnor i samma utsträckning i Sveriges Radio”, 70 procent (68 procent 2024) i att ”Sveriges Radio erbjuder många olika perspektiv” och 65 procent (66 procent 2024) i att ”Sveriges Radio ger en bred bild av olika människors liv och villkor i Sverige”.

Det kan dock konstateras att förändringarna mellan 2024 och 2025 genomgående befinner sig inom felmarginalen för såväl veckolyssnare som allmänheten i stort. Sveriges Radio tolkar detta som att uppfattningarna i frågor som dessa tenderar att vara i stort sett desamma över tid. Hur enkätfrågor formuleras verkar ha större betydelse för ökningen av andelen positiva svar än vad förändringar i omvärlden eller i Sveriges Radios utbud har. Det är därför svårt att dra några säkra slutsatser av resultaten från attitydundersökningen.



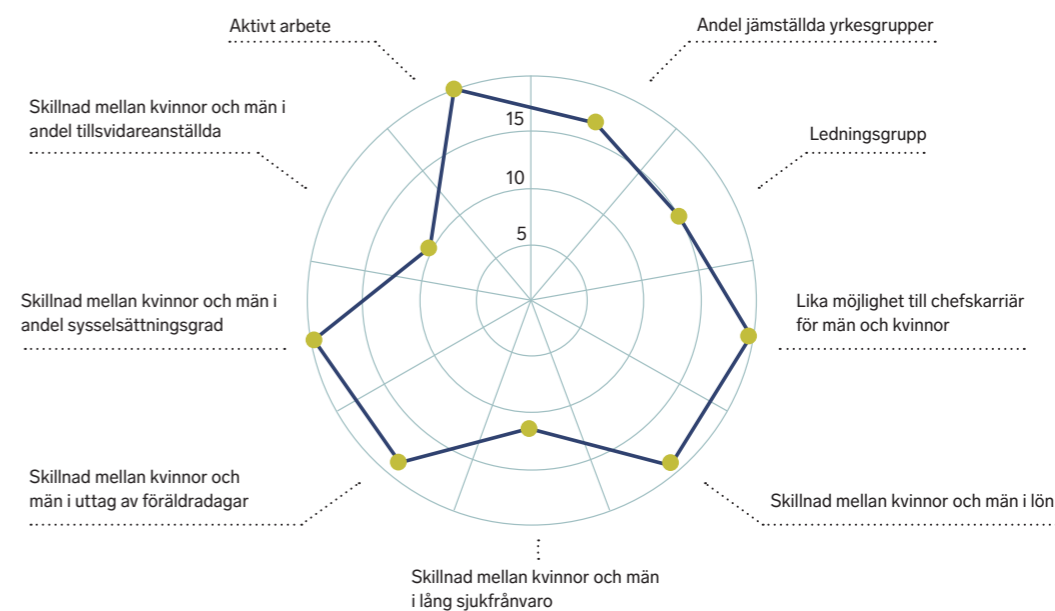
”Det kan dock konstateras att förändringarna mellan 2024 och 2025 genomgående befinner sig inom felmarginalen för såväl veckolyssnare som allmänheten i stort.”

Nyckeltal för jämställdhet

Att mäta hur många kvinnor respektive män som medverkar i det talade redaktionella utbudet vore ett trubbigt verktyg för att mäta jämställdhet – fördelningen mellan medverkande kvinnor och män säger inget om hur kvinnor respektive män beskrivs i innehållet. Under åren 2021–2025 använde Sveriges Radio därför *Nyckeltalsinstitutets jämställdhetsindex* som ett uppföljningsbart resultatmått för att visa att programverksamheten som helhet bedrivs ur ett jämställdhetsperspektiv. Måttet handlade i detta fall om arbetsplatsen Sveriges Radio och dess förmåga att ge alla som arbetar inom såväl innehållsproduktionen som i andra delar av företaget samma möjligheter oavsett kön.

Jämställdhetsindex bygger på data från de deltagande företagen vilka lämnats in via en standardiserad modell, se grafen 5.4.1. Det samlade resultat som redovisades 2025 (och baserades på insamlade uppgifter från 2024) gav Sveriges Radio 151 poäng av maximalt 180. Resultatet var tre poäng lägre jämfört med 2024, vilket var samma poäng som för 2021 och åtta poäng lägre än toppnoteringarna 2022 och 2023, men bedöms som relativt stabilt. Sveriges Radio har under tillståndperioden också återkommande hört till de företag som får höga poäng i *Jämställdhetsindex*.

5.4.1 Sveriges Radios resultat i Nyckeltalsinstitutets jämställdhetsindex



Ju längre ut i cirkeln ett resultat inom en kategori ligger desto bättre resultat i jämställdhetsindex. Sveriges Radio tilldelades totalt 151 poäng, tre poäng mindre jämfört med föregående år.

¹”Granskningsnämndens bedömning av public service-redovisningarna för 2024”, Mediemyndigheten juni 2025.

²”Nordens 25 största medie företag efter omsättning 2024”, faktablad från Nordicom 18 december 2025.

³ Baserat på statistik från EBU.

⁴ ”Ett oberoende public service – nya möjligheter och ökat ansvar” (SOU 2018:50).

⁵ ”Ett modernt public service nära publiken – villkor 2020–2025 (prop. 2018/19:136).

⁶ CATI/Kantar Sifo.

⁷ <https://www.sverigesradio.se/artikel/sveriges-radio-startar-betald-utbildning-for-blivande-journalister> 10 april 2025.

5.5 55-procentsmålet

• 14 | MEDELSVILLKOR

» Den andel av allmänproduktionen i SR:s rikssändningar som produceras utanför Stockholm ska uppgå till minst 55 procent. «

57,35%

av allmänproduktionen i Sveriges Radios rikssändningar producerades utanför Stockholm under 2025.

Under 2025 har 57,35 procent av allmänproduktionen i Sveriges Radios rikssändningar producerats utanför Stockholm. Motsvarande siffra för 2024 var 55,6 procent, och ökningen beror på att en högre andel av sändningstiden i P3 bestod av program från andra produktionsorter än Stockholm.

Andelen har annars legat på stabila nivåer under lång tid. Den genomsnittliga nivån för de två tillståndsperioderna, alltså 2014–2019 och 2020–2025, var cirka 55,4 procent.

I siffran, som utgör Sveriges Radios svar på 55-procentsmålet ingår dels sådant som redaktioner utanför Stockholm producerat för sändning i rikskanalerna, dels sådant som produktionsbolag utanför Stockholm bidragit med.

I Sveriges Radios definition av allmänproduktion ingår FM-sändningar dag- och kvällstid i Sveriges Radios rikskanaler:

- P1 – samtliga programkategorier exklusive Nyheter och Sport.
- P2 – alla sändningar på dagtid med undantag för levande musik producerad i Stockholm inklusive sändningar på nationella minoritets-

språk men exklusive sändningar på andra minoritetsspråk.

- P3 – samtliga programkategorier exklusive Nyheter och Sport.
- P4 – riksutbudet exklusive Nyheter och Sport.

För att en produktion ska räknas in i Sveriges Radios definition av 55-procentsmålet krävs att den lever upp till något av följande tre kriterier:

- Program eller poddar som beställs från och produceras av en redaktion utanför Stockholm, till exempel *Kvällspasset i P4* (Göteborg). Vissa program sänds ett antal dagar i veckan från sändningsorter utanför Stockholm, till exempel *P1 Kultur* (Malmö) och *P4 Extra* (Malmö och Göteborg), och den här andelen av produktionen räknas in i 55-procentsmålet. Denna kategori utgjorde cirka 60 procentenheter av den sändningstid som räknades in i 55-procentsmålet 2025.
- Programmet eller podden beställs från och produceras av ett produktionsbolag utanför Stockholm. Ett sådant exempel är *Massa Media* i Luleå som bland annat producerar avsnitt av *P4 Dans*, *Kalejdoskop* i P2 och *Genvägar med Karin Bojs* i P1. Denna kategori utgjorde cirka 15 procentenheter av den sändningstid som räknades in i 55-procentsmålet 2025.
- Programmet eller podden som beställs sänds och publiceras från en redaktion eller ett externt bolag i Stockholm och där det i beställningen står hur stor procentandel av innehållet som ska produceras utanför Stockholm i form av reportage eller medverkande från andra delar av landet. Den här procentandelen räknas in i 55-procentsmålet. Exempel på sådana produktioner är *Tankar för dagen* i P1 samt vissa avsnitt av P3- och P4-dokumentärer. Denna kategori utgjorde cirka 25 procentenheter av den sändningstid som räknades in i 55-procentsmålet 2025.



Erik Blix leder nya *Söndagsfrukost med Blix* som sänds i P4 från Göteborg. Foto: Mehdi Kabirzadeh.

6. Särskilda uppdrag och målgrupper

Sveriges Radio ska skildra alla delar av samhället i ett utbud som är till för alla lyssnare oavsett vilken bakgrund, ålder eller bostadsort de har.

- 6.1 Nyheter och samhällsbevakning
- 6.2 Kultur
- 6.3 Barn och unga
- 6.4 Tillgänglighet
- 6.5 Minoritetsspråk
- 6.6 Dialoger och möten
- 6.7 Lokalt uppdrag



Barytonsångaren David Risberg utsågs till P2:s klassiska artist säsongen 2024–2025. Här sjunger han under uruppförande av ett beställningsverk skrivet för P2 av den svenske tonsättaren Hans Gefors. Foto: Hedda Axelsson.

Sveriges Radio ska förmedla kunskap om samhället till alla som är en del av det

Nästan nio av tio timmar i Sveriges Radios utbud utgörs av nyheter och samhällsbevakning samt kultur och musik. Några exempel på uppdrag som särskilt betonas i sändningstillståndet är att

- förmedla nyheter och granska makten
- ge kulturupplevelser
- skapa innehåll för barn och unga
- arbeta med tillgänglighet och innehåll för och om personer med funktionsnedsättning
- sända på minoritetsspråk
- finnas och höras lokalt i hela Sverige.



David Mehr och Katherine Zimmermann leder *Talkshow i P1* på vardags-
eftermiddagarna. Foto: Hedda Axelsson

6.1 Nyheter och samhällsbevakning

§ 7 | SÄNDNINGSTILLSTÅND

» Nyhetsverksamheten inom SR ska bedrivas så att en mångfald i nyhetsurval, analyser och kommentarer kommer till uttryck i olika program. SR 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. SR ska granska myndigheter, organisationer och företag som har inflytande på beslut som rör medborgarna samt spegla verksamheten inom sådana organ och inom andra maktsfärer. SR ska erbjuda ett utbud av nyheter på olika språk för människor i Sverige och i Sveriges närområden som inte kan ta del av nyheter på svenska. «

2025 var ett år då Sveriges Radios nyhetsutbud i hög grad fortsatt präglades av stora globala skeenden, konflikter och händelser och hur dessa påverkade Sverige såväl nationellt som lokalt. Det dramatiska 2020-talet har självklart genomsyrat företagets nyhetsverksamhet under den gångna tillståndspeioden, och dessutom har arbetet med att anpassa utbud och tjänster till publikens förändrade nyhetsvanor haft en stor inverkan på verksamheten. Vid sidan av att göra journalistik om en konfliktfylld och gradvis allt farligare omvärld har Sveriges Radio anpassat sitt nyhetsutbud för lyssning på företagets digitala plattformar. *Ekot*, lokala P4-kanaler, minoritetsspråksredaktioner och specialistredaktioner för bland annat kultur och vetenskap har utvecklat samarbeten mellan de olika redaktionerna. Sveriges Radio har också under lång tid prioriterat kompetens och kunskaper inom utrikesbevakningen och ett stort korrespondentnät.

Nyheter och samhälle dominerar i det talade utbudet

Programkategorierna Nyheter och Samhälle står tillsammans för mer än hälften av det talade utbudet (exklusive musik) från Sveriges Radio. Dessa områden, som allmänheten också anser hör till de viktigaste i Sveriges Radios utbud, utgör drygt hälften av företagets totala kostnader för programproduktion. Detta kan du läsa mer om i *7.2 Kostnader* och *7.3 Produktivitet och effektivitet*.

Bredden i nyhetsverksamheten kan bland annat beskrivas med att Sveriges Radio

- har Nordens största korrespondentnät, som visas på kartan i *6.1.3 Sveriges Radios korrespondentnät*
- är fast stationerat i 50 kommuner runt om i Sverige och uppfyller sitt strategiska mål att vara på plats i alla Sveriges kommuner under varje tertiäl. Företaget sänder 240 timmar lokal radio varje vardag och har strax under 700 nyhetsmedarbetare utanför Stockholm, vilket du kan läsa mer om i *6.7 Lokalt uppdrag*

- har Sveriges största vetenskapsredaktion
- står för över 90 procent av all sändningstid lokalt och på minoritetsspråk i svensk public service där de bärande delarna består av nyheter och samhällsbevakning.

Inom kategorierna Nyheter och Samhälle ryms utöver nyhetsförmedling också aktualitetsprogram och fördjupande poddar inom olika ämnen, vetenskap, dokumentärer och andra format för berättande samt livsåskådning.

Målet för Sveriges Radios nyhetsverksamhet är att dygnet runt ge lyssnare nyhetsuppdatering och originalnyheter via linjära kanaler, Sveriges Radios app och *sverigesradio.se*. Nyheter fördjupas och utvecklas även i olika aktualitetsprogram.

Lyssnaren ska få en allsidig nyhetsförmedling som gör det möjligt att förstå konsekvenser och att ta ställning i olika samhällsfrågor. Sveriges Radio ska inte enbart berätta vad som har hänt utan också ge lyssnaren möjlighet att sätta sig in i och förstå bakgrunden som beskrivs för att bilda sig en egen uppfattning.

En orolig värld bidrar till ett mycket stort publikintresse för Sveriges Radios utrikesjournalistik. Här är några av *Ekots* korrespondenter på scen under turnén *Radiokorrespondenterna Live*. Foto: Hedda Axelsson.

Redaktionernas och kanalernas uppdrag innebär att nyhetsinnehållet ska präglas av olika perspektiv genom att bland annat ta upp sådant som

- belyser det som händer lokalt, i Sverige och i världen
- berör barn, unga, personer med funktionsnedsättning, nationella minoriteter samt nyanlända.

Inom Sveriges Radio finns över 30 olika nyhetsredaktioner som dagligen sänder och publicerar fördjupningar för olika målgrupper. Några exempel:

- *Ekot*, *Radiosporten*, lokala P4-kanaler och kanalerna *Sveriges Radio Finska* och *Same-radion* sänder dagliga nyheter.
- *P3 Nyheter*, *Vetenskapsredaktionen* och *Kultur-redaktionen* sänder via linjära kanaler och publicerar nyheter via digitala plattformar utifrån sina olika uppdrag.
- *Klartext* berättar nyheter på ett enklare sätt i P1, P4 och på digitala plattformar för lyssnare med intellektuell funktionsnedsättning. Mer om *Klartext* finns att läsa i 6.4 *Tillgänglighet*.
- Nyheter på engelska samt på de nationella minoritetsspråken finska, samiska, meänkieli och romani chib sänds i marknätet. *Ekot Radio*



”Inom Sveriges Radio finns över 30 olika nyhetsredaktioner som dagligen sänder och publicerar fördjupningar för olika målgrupper.”

Sweden publicerar även nyheter på en rad andra språk som du kan läsa mer om i 6.5 *Minoritetsspråk*. *Radio Sweden på lätt svenska* är en podd med nyheter på enkel svenska samt med textstöd för den som är ny i Sverige.

Snabb rapportering för alla

Sveriges Radios nyhetsstrategi har ett fortsatt starkt fokus på att utveckla nyhetsjournalistiken för digital användning och lyssning såväl i det riksproducerade som det lokala innehållet. En uppdaterad version av strategin implementerades under 2025.

Sedan 2024 finns en särskild publiceringsdesk för digitala lokala nyheter bemannad med ett 40-tal medarbetare stationerade runt om i landet klockan 05 till 23 alla dagar i veckan. Uppdraget är att attrahera fler att ta del av innehållet i Sveriges Radios app. Den lokala publiceringsdesken har också ett nära samarbete med *Ekots* särskilda desk vars medarbetare sköter den startsida som användaren tar del av allra först i Sveriges Radios app. Desken, som är bemannad dygnet runt, har ansvar för hur allt samlat innehåll från Sveriges Radio presenteras för användarna.

För att kunna hantera stora nyhetshändelser, oavsett när de inträffar, har redaktionen för *Ekot* en livesändande grupp med ett tiotal medarbetare som är bemannad större delen av dygnets samtliga dagar

6.1.1 Nyheter – marksänd tid fördelad på sändningstyp, timmar

	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Förstasändning	10 138	10 020	9 969	9 922	10 213	10 248
Parallelsändning	1 620	1 652	1 640	1 601	1 602	1 613
Repris	285	274	288	211	307	393
Totalt	12 043	11 945	11 897	11 734	12 123	12 254

6.1.2 Samhälle – marksänd tid fördelad på sändningstyp, timmar

	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Förstasändning	14 098	14 285	14 159	14 218	13 806	13 969
Parallelsändning	1 370	1 359	1 372	1 356	1 242	1 241
Repris	2 791	2 391	2 391	2 292	2 409	2 304
Totalt	18 259	18 034	17 922	17 866	17 456	17 514

i veckan. Gruppen sänder med kort varsel i FM och på Sveriges Radios app och gör dessutom nyhetsuppdateringar i *Vaken med P3 & P4*. *Ekot* är bemannat dygnet runt och kan därför när som helst gå in i sändningar och förmedla viktiga nyheter. Stora nyhetshändelser bevakas i realtid i extrasändningar både i FM och via Sveriges Radios app och *sverigesradio.se*. Sveriges Radio har också särskilda resurser för att sända extra på webben på över tio språk vid större nyhetshändelser. Samtliga P4-kanaler ger lokal nyhetsuppdatering och har resurser att sända extra 06.00–23.00 alla dagar i veckan. Extrasändningar kompletteras i de olika FM-kanalerna med fördjupningar och sammanhang.

Utvecklat nyhetsutbud genom AI-lösningar

I 3.10 *Utveckling av innehåll, teknik och kompetens* kan du läsa om olika exempel på hur Sveriges Radio använder AI-teknik för att utveckla nyhetsutbudet. 2025 tilldelades företaget *Prix Italia* i kategorin för årets bästa digitala innovation för funktionen ”Nyhetsök” i Sveriges Radios app, vilket du kan läsa mer om i 3.9 *Priser och utmärkelser*.

Sedan 2024 är ansvaret för nyhetsstrategi och AI-frågor samordnade i en särskild del av Program-enheten. Utveckling av metoder och tekniska möjligheter inom så kallad generativ AI kommer av allt att döma spela en viktig roll för bland annat nyhetsjournalistiken. Samtidigt leder framväxten av teknologin till att olika typer av etiska överväganden behöver göras löpande. I 3.10 *Utveckling av innehåll, teknik och kompetens* samt kapitel 8. *Planer för framtiden* beskrivs Sveriges Radios löpande utveckling av och strategier för AI-användning samt hur

chefer och medarbetare får kontinuerlig utbildning i AI-relaterade frågor och nya verktyg. Via *sveriges-radio.se* kan allmänheten ta del av Sveriges Radios riktlinjer för användning av generativ AI inom företaget, vilket du kan läsa mer om i 3.5 *Publicistiskt ansvar och granskning av innehåll*. I 6.4 *Tillgänglighet* beskrivs hur företaget med hjälp av AI-teknik utvecklar transkribering för användare och publik som efterfrågar textstöd när de till exempel lyssnar på nyhetsför djupande poddar och program i Sveriges Radios app.

Sedan 2022 publicerar Sveriges Radio också nyheter inom EBU-projektet *A European Perspective*. Samarbetet innebär att ett 30-tal europeiska public service-bolag utbyter nyhetsmaterial, och detta innebär bland annat att nyheter från Sveriges Radio översätts på de utländska nyhetssajterna.

Nyheter på olika språk i Sveriges närområden

Ekot Radio Swedens utbud på engelska vänder sig till en bred publik i Sverige och i våra grannländer som behärskar engelska och inte kan ta del av Sveriges Radios nyhetsutbud på svenska eller andra språk.

Utbudet riktar sig till en målgrupp som vill ha fördjupad kunskap och förståelse för Sverige och det svenska samhället. Nyheterna ska spegla det svenska nyhetsläget, erbjuda nyhetsbevakning samt lyfta fram *Ekots* egna nyheter.

När den nu avslutade tillståndsperioden inledes 2020 fick *Ekot Radio Swedens* engelskspråkiga redaktion ett utökat uppdrag för att möta kravet i 7 § i sändningstillståndet 2020–2025 om att ”SR ska erbjuda ett utbud av nyheter på olika språk för människor i Sverige och i Sveriges närområden som inte kan ta del av nyheter på svenska.” Engelska är ett språk som många människor i olika länder och inom olika språkgrupper i Sveriges närområde förstår vilket gör att de kan tillgodogöra sig utbudet. Redaktionen producerar klipp, poddar och en veckosammanfattning som sänds i FM. Det utökade uppdraget för redaktionen fortsätter att gälla framöver för att Sveriges Radio ska leva upp till kravet i 4 § i det nya public service-uppdrag som började gälla 1 januari 2026.

Övriga språk som Sveriges Radio publicerar innehåll på vid sidan av engelska och de nationella minoritetsspråken beskrivs i 6.5 *Minoritetsspråk*.

Sveriges Radio i världen

Utrikesrapporteringen i Sveriges Radio ska utöver nyheter också ge bakgrund, sammanhang och fördjupning samt hjälpa till att knyta ihop globala, nationella och lokala perspektiv i utbudet. Sveriges Radios korrespondentorganisation är Nordens största och medverkar i en lång rad program och poddar från företaget.

Ekot producerar också en rad fördjupande poddar som även sänds i marknätet: *Europapodden*, *USApodden*, *Radiokorrespondenterna Ryssland* och *Radiokorrespondenterna Mellanöstern*. Under 2025 utökades detta utbud med den nya podden *Radiokorrespondenterna Kina*.

Kartan 6.1.3 *Sveriges Radios korrespondentnät* visar hur korrespondenter bevakar geografiska eller tematiska områden. Vid sidan av detta finns också särskilda kommentatorer samt reportrar på utrikesredaktionen vilken är organiserad på ett sätt som gör att medarbetare snabbt ska kunna ta sig till platser där nyhetsbevakningen kräver omedelbar närvaro. Ambitionen är att vara på plats och berätta om det som händer, där det händer – autentiska skildringar är särskilt viktiga som motvikt till desinformation.

Korrespondenter och utrikesreportrar genomgår kontinuerlig säkerhetsutbildning, och i 3.11 *Beredskap och viktig information till allmänheten* kan du läsa mer om Sveriges Radios säkerhetsarbete.

Samhälle – perspektiv från hela Sverige

Samhällsbevakningen ska ge lyssnarna sammanhang och fördjupning samt ge olika perspektiv på händelser från hela Sverige. Under 2025 lanserades flera nya titlar. *Krasch eller konsensus* har ambitionen att bidra till ett bättre klimat i den offentliga debatten. Programledaren tar med sig två personer med olika åsikter på en tur i sin bil och låter dem mötas i ett nyanserat samtal. I *Brottsutredarna* granskas såväl aktuella som gamla kriminalfall genom intervjuer med både experter och personer som på olika sätt varit berörda av fallen. Under året lanserades också podden *Nyhetsklubben* för målgruppen 9–13 år, vilket du kan läsa mer om i 6.3 *Barn och unga*.

I Sveriges Radios utbud finns en lång rad program och poddar om samhällsfrågor, i många fall inarbetade sedan lång tid. Några exempel:



I *Krasch eller konsensus* tar programledaren Niklas Källner med sig två personer med olika åsikter i sin bil och stannar inte förrän de har förstått varandras perspektiv. Foto: Mattias Ahlm/Sveriges Radio.

- Dagligt aktualitetsinnehåll finns i en lång rad olika program och poddar. Sedan 2023 finns podden *Dagens Eko* som under det klassiska namnet varje vardag fördjupar ett aktuellt ämne. *Studio Ett* analyserar dagens frågor och *Ekot* sänder extra vid stora nyhetshändelser. *P1 Morgon* och de 25 lokala kanalerna sänder nyheter och fördjupning på morgnarna. *Morgonpasset* i P3 fördjupar aktuella samhällsämnen med ett underhållande anslag, bland annat tillsammans med dagliga gäster. *Talkshow* i P1 kommenterar aktuella ämnen med ett lättsammare tilltal. *P4 Extra* når en mycket stor publik med kommentarer och fördjupningar kring nyheter och kultur samt ämnen av annan, ibland lättare, karaktär. Alla lokala P4-kanaler samt redaktionerna för samiska, finska, meänkieli och romani chib fördjupar och diskuterar dagligen nyheter i sina aktualitetsprogram.
- Veckomagasin som exempelvis *P3 Krim*, *Godmorgon världen*, *Konflikt*, *Ekonomiekot Extra*, *Lördagsintervjun* och *Det politiska spelet*

fördjupar på olika sätt nyheter och aktuell samhällsdebatt. *P3 Nyheter på ett lättare sätt – veckosammanfattning* riktar sig särskilt till unga med kognitiv funktionsnedsättning, vilket du kan läsa mer om i 6.4 *Tillgänglighet*.

- Andra typer av fördjupande poddar och program som exempelvis *Gräns*, *USApodden*, *Europapodden* och *Radiokorrespondenterna Ryssland* fördjupar regelbundet på olika sätt nyheter och aktuell samhällsdebatt.

Granskningar – från lokalt till riksnivå

Den granskande journalistiken är viktig för att Sveriges Radio ska kunna leva upp till sitt uppdrag. Vid sidan av *Ekots* grävgrupp och *Kaliber* i P1, vilka har renodlade granskningsuppdrag, har samtliga nyhetsredaktioner ett ansvar att granska och avslöja missförhållanden. Lokala kanaler genomför regelbundet egna granskningar. *P3 Nyheter* undersöker och granskar ämnen som är viktiga för den unga målgruppen och tar även fram egna nyheter. Du kan läsa mer om *P3 Nyheter* verksamhet i 6.3 *Barn och unga*.

29 768

timmar inom kategorierna nyheter och
samhälle sändes under 2025.

Under 2025 tillsattes en särskild reporter som granskar kommuner som ett led i företagets arbete för att stärka bevakningen av svagt bevakade områden – detta kan du läsa mer om i 5.4 *Hela Sverige ska höras i Sveriges Radio* och i 6.7 *Lokalt uppdrag*. Ekots grävgrupp är sedan 2023 förstärkt med fler medarbetare som sysslar med såväl längre granskande projekt som kortare grävarbeten i aktuella ämnen.

Sedan 2024 finns två särskilda chefstjänster som bland annat har ansvar för att skapa fler samarbeten mellan Ekot och lokala P4-kanaler, såväl för grävande journalistik som att hitta nyheter och fördjupning inom aktuella ämnen. Under 2025 nominerades medarbetare vid P4 Jönköping till Stora Journalistpriset i kategorin "Årets avslöjande" för sin granskning av det så kallade "Mohamed-fallet".

Landets största vetenskapsredaktion

Vetenskapsradions uppdrag är att bevaka frågor som vilar på vetenskaplig grund. Redaktionen med bas i Uppsala har ett 20-tal anställda medarbetare. *Vetenskapsradion Nyheter* ger lyssnarna korta nyhetssändningar inom ramen för *P1 Morgon* på vardagar. *Vetenskapsradion* erbjuder fördjupande program alla vardagsmorgnar och på veckobasis bland annat *Vetenskapspodden* och *Vetenskapsradion Historia*. Flera andra program och poddar i Sveriges Radios utbud står på vetenskapsjournalistisk grund

men inom vitt skilda ämnen. I *I huvudet på Louise Epstein* berättar de medverkande på ett underhållande sätt om hur hjärnan fungerar. Några andra exempel inom vetenskapsgenren är *Språket* som diskuterar hur språk används och förändras och *P3 Dystopia* som sammanför vetenskap och filosofi och fördjupar avgörande samtidsfrågor för yngre målgrupper. I de lokala P4-kanalernas uppdrag ingår även att de ska bevaka frågor av vetenskaplig karaktär i sina aktualitetsprogram.

Dokumentärer – en bred genre som går på djupet

Dokumentärer har en särskild position i Sveriges Radios utbud och är en genre som lockar mycket stora lyssnarskaror on demand. En rad dokumentärformat för olika målgrupper och med uppdraget att fördjupa komplexa skeenden och ge kunskap finns också inom Sveriges Radios utbud:

- *P3 Dokumentär* är sedan många år Sveriges mest avlyssnade podd i genomsnitt per vecka, enligt Poddindex. Inom olika genrer och för yngre målgrupper ryms särskilt utformade dokumentärformat som *P3 Nyheter Dokumentär*, *P3 Musikdokumentär* och *P3 ID*. Dessa beskrivs mer ingående i 6.2 *Kultur* respektive 6.3 *Barn och unga*.

- *P1 Dokumentär* finns ständigt på listan med de tio mest avlyssnade titlarna på Poddindex. Under vinjetten *P1 Specialprogram* sänds bland annat dokumentärer som producerats genom att dokumentärmakare och redaktioner för minoritetsspråk har samarbetat.
- *P4 Dokumentär* har det lokala perspektivet i fokus.
- *Radiosporten Dokumentär* handlar om klassiska sportögonblick, människorna bakom dramatiken och spelet bakom kulisserna.
- *Dokumentti* från *Sveriges Radio Finska* bygger på berättelser om sverigefinska livsöden.

Vid sidan av dokumentärer finns en rad berättande och sinsemellan mycket olika format i Sveriges Radios utbud, alltifrån exempelvis *Verkligheten i P3* och *Sommar i P1*. Alla dessa program levandegör på vitt skilda sätt människors berättelser och tankar. Flera lokala P4-kanaler och redaktioner för minoritetsspråk gör sammanfattande kortberättelser för att samla ihop och förklara nyhetsflödet kring komplexa frågor. Vissa avsnitt av *P3 Dokumentär* görs också i enklare versioner som anpassats för unga lyssnare med kognitiva funktionsnedsättningar, vilket du kan läsa mer om i 6.4 *Tillgänglighet*.



”Dokumentärer har en särskild position i Sveriges Radios utbud och är en genre som lockar mycket stora lyssnarskaror on demand.”

Livsåskådning – existentiella frågor från flera håll

Konflikter och politiska skeenden där religion spelar en avgörande roll bevakas löpande i nyhets-, samhälls- och kulturbevakande program. Vid sidan av dessa finns ett flertal program och poddar som på andra sätt lyfter livsåskådning, filosofisk och andlig reflektion samt religiösa frågeställningar. Några exempel:

- *P3 Dystopia* sammanför vetenskap och filosofi och fördjupar avgörande samtidsfrågor för yngre målgrupper.
- *Filosofiska rummet i P1* behandlar vår tids mest brännande etiska, existentiella och politiska dilemman.
- Under vinjetten *Livsåskådning i P1* sänds och publiceras kortare serier och fristående program.
- *Gudstjänsten i P1* produceras från Göteborg, Malmö, Växjö, Örebro och Umeå och speglar olika kristna samfund och olika typer av gudstjänster.
- *Andakten i P1* fokuserar på existentiella frågor och låter människor med olika bakgrund presentera sina personliga tankar och reflektioner, främst hörs företrädare för olika religiösa samfund men även exempelvis författare.

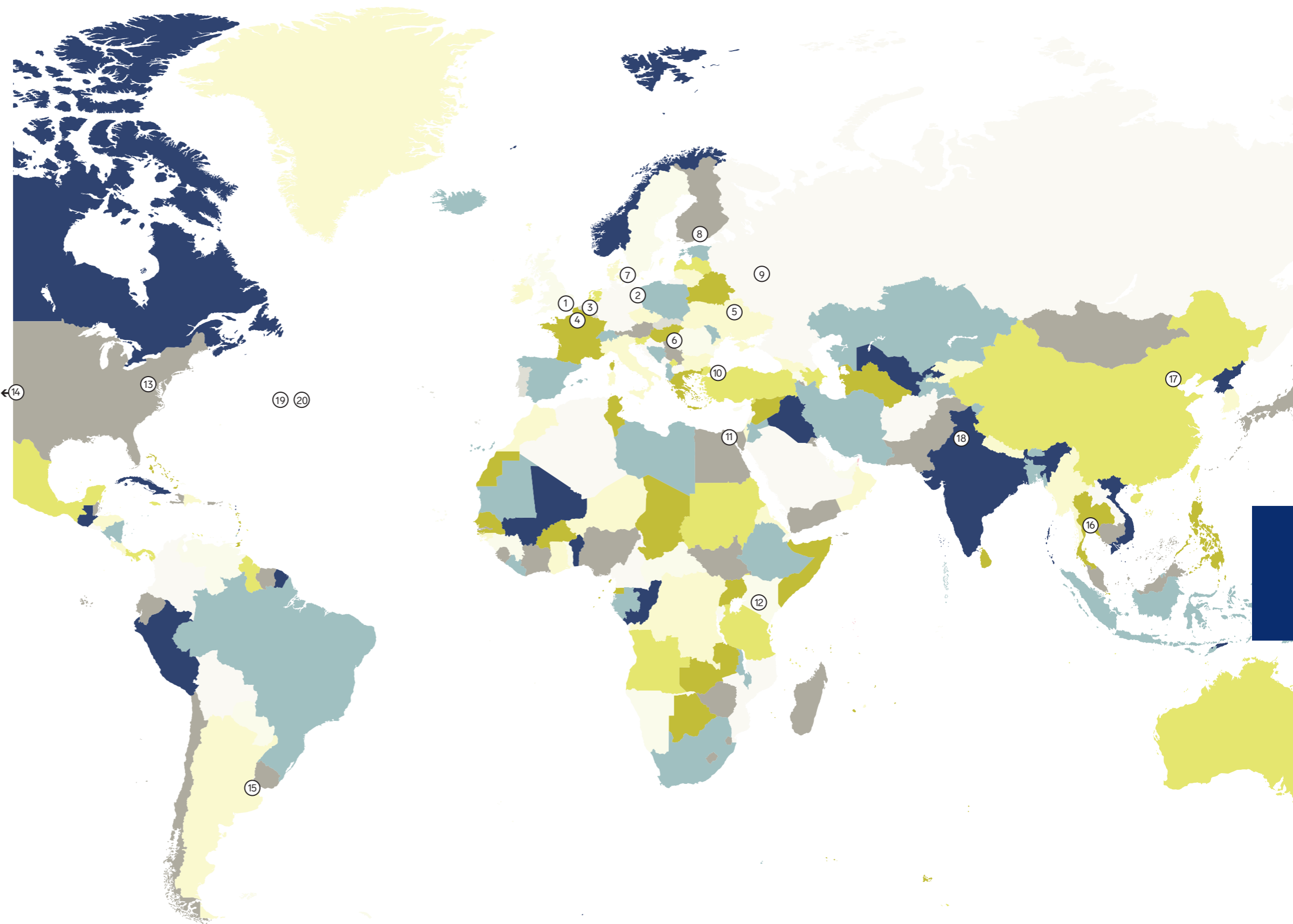
6.1.3 Sveriges Radios korrespondentnät 2025

Nordens största korrespondentnät ingår i *Ekots* utrikesredaktion. Under 2025 bevakade 18 korrespondenter geografiskt indelade områden, och två korrespondenter bevakade särskilda ämnesområden ur globalt perspektiv. På utrikesredaktionen i Stockholm finns också redaktörer och reportrar.

Korrespondenter med geografiskt indelade bevakningsområden:

- 1. London** Korrespondent som bevakar Storbritannien och Irland.
- 2. Berlin** Korrespondent som bevakar Tyskland, Schweiz, Österrike, Tjeckien och Slovakien.
- 3. Bryssel** Korrespondent som bevakar EU- och NATO-frågor samt Belgien, Nederländerna och Luxemburg.
- 4. Paris** Sydeuropakorrespondent som bevakar Frankrike, Italien, Spanien, Portugal, Malta, Marocko och Algeriet.
- 5. Ukraina** Korrespondent som bevakar Ukraina. Tjänsten tillsattes efter Rysslands fullskaliga invasion 24 februari 2022.
- 6. Östeuropa** Östeuropakorrespondent som bevakar ett drygt tiotal länder från Ungern i norr till Cypern i söder.
- 7. Danmark** Korrespondent som bevakar Danmark, Norge, Island, Grönland, Svalbard och Färöarna.
- 8. Helsingfors** Östersjökorrespondent som bevakar Finland, Baltikum och Polen.
- 9. Moskva** Korrespondent som bevakar Ryssland och 13 länder som tidigare ingick i Sovjetunionen.
- 10. Istanbul** Korrespondent för länderna i Mellanöstern.
- 11. Kairo** Korrespondent för länderna i Mellanöstern.
- 12. Nairobi** Afrikakorrespondent som bevakar ett 50-tal länder söder om Sahara.
- 13. Washington DC** Korrespondent för USA och Kanada.
- 14. San Fransisco** Korrespondent för USA och Kanada.
- 15. Buenos Aires** Latinamerikakorrespondent.
- 16. Bangkok** Asienkorrespondent som också bevakar Australien och Nya Zeeland.
- 17. Peking** Kinakorrespondent som också bevakar Taiwan, Mongoliet, Japan och Koreahalvön.
- 18. Indien** Korrespondent som bevakar Indien, Pakistan, Afghanistan, Bangladesh, Sri Lanka och Nepal.

Korrespondenter för global bevakning:
19. Internationell korrespondent
20. Ungt Perspektiv



6.2 Kultur

§ 8 | SÄNDNINGSTILLSTÅND

» SR ska erbjuda ett mångsidigt kulturutbud som ska fördjupas, utvecklas och vidgas under tillståndsperioden. SR ska bevaka, spegla och kritiskt granska händelser på kulturlivets olika områden i Sverige och i andra länder. Det utländska programutbudet ska spegla olika kulturkretsar och innehålla program från olika delar av världen. Program om och från de nordiska grannländerna ska sändas i syfte att stärka den nordiska kulturgemenskapen. SR ska, på egen hand och i samarbete med utomstående producenter och utövare i det svenska kulturlivet, svara för en omfattande produktion av kulturprogram i vid mening. Särskild vikt ska läggas vid dramaproduktion. SR ska spegla de många olika kulturer och kulturyttringar som finns i Sverige. SR ska göra föreställningar, konserter och andra kulturhändelser tillgängliga för hela publiken genom samarbeten med kulturinstitutioner samt fria kulturproducenter på skilda kulturområden i hela Sverige. «

Sveriges Radios kulturutbud ska knyta samman de lokala, nationella och globala perspektiven samt fördjupa kulturens viktigaste frågor och väcka nya.

Fördjupat, vidgat och utvecklat utbud

Under 2025 sände Sveriges Radio över 77 000 timmar kultur och musik i marknätet. Under de senaste åren har Sveriges Radios utbud av kultur och musik utgjort mer än hälften av all marksänd tid inom svensk public service.

Enbart inom det talade kulturutbudet sände Sveriges Radio i genomsnitt cirka 27 timmar kulturutbud per dygn. Utbudet är fördelat över samtliga rikstäckande kanaler och lokala kanaler på alla nationella minoritetsspråk och arabiska samt för alla ålderskategorier.

Programuppdragen inom musik och kultur följer de modeller för löpande utvecklingsarbete som beskrivs i 3.1 Uppdrag inom Sveriges Radio. Inom dessa

modeller görs en stor del av arbetet med att löpande fördjupa, utveckla och vidga utbudet inom kultur och musik.

Kulturutbudet förnyades under 2025 med bland annat det nya programmet *Svanholm Maniette i P2* där programledaren sätter klassisk musik i nya sammanhang och utforskar klanger och stilar. Utbudet vidgades och utvecklades bland annat också genom att Berwaldhallen och Sveriges Radios kultur- och samhällsredaktioner utökade samarbetet under årets upplaga av Östersjöfestivalen som företaget arrangerar sedan 2003.

Under tillståndsperioden 2020–2025 har Sveriges Radio genomfört en rad utvecklingsprojekt i syfte att fördjupa, utveckla och vidga kulturutbudet. Arbetet har skett både på övergripande nivå, bland annat i form av en utvecklad strategi för musikutbud och evenemang, och genom att utveckla och förnya olika program- och poddformat. Bland annat har ett flertal program och poddar lanserats för en yngre publik med folkbildande innehåll. Här kan bland annat nämnas *Scenen* där William Shakespeares klassiker omformats till moderna serier och nytolkningar, *P3 Klassikern* om litteraturhistoriens viktigaste böcker samt *Mästerverken* som uppmärksammar den klassiska musikens viktigaste verk. Under den gångna tillståndsperioden fick också evenemangsverksamheten en tydligare koppling till Sveriges Radios kulturuppdrag och då främst inom olika former av kulturskapande. Under 2025 tog produktioner som *Spanarna i P1*, *P3 Historia*, *Det politiska spelet* och *Lantzkampen i P1* plats på en rad scener runt om i landet som en del i arrangemanget *En kväll med Sveriges Radio* som görs i samarbete med *Riksteatern*. Företaget är, i hög grad på grund av de olika evenemangen, en viktig uppdragsgivare för många fria kulturproducenter runt om i hela landet. Under ett normalt år besöker uppskattningsvis cirka 350 000 personer Sveriges Radios evenemang som innefattar *Musikhjälpen*, *Östersjöfestivalen*, *P4 Nästa Stjärna*, *Poddfest* med flera.



Artisten Boko Yout på scen under *P3 Guld 2025*. Foto: Mattias Ahlm/Sveriges Radio.

Bevakning, spegling och granskning

Kulturnytt och *P1 Kultur* utgör i hög grad basen för uppdraget att bevaka, spegla och granska nationellt och internationellt kulturliv. Redaktionen finns på sändningsorterna Stockholm, Göteborg och Malmö och har också fasta medarbetare i Umeå och Luleå. Det granskande uppdraget för *Kulturnytt* består av två delar – dels nyhetsjournalistik inom kulturlivet, dels kritik som bevakar, recenserar och diskuterar utgivning och utbud inom alla konstområden. *Kulturnytt* producerar nyhetsklipp för Sveriges Radios app och nyhetssändningar anpassade för kanalerna P1, P2 och P4. *Kulturnytt* och *P1 Kultur* erbjuder löpande reportage från kulturfärer runt om i världen. Sveriges Radio har Nordens största nät av korrespondenter som levererar nyheter och speglar kultur i en lång rad program, poddar och nyhetspubliceringar.

En rad andra redaktioner och program inom Sveriges Radio bevakar också kultur i vid bemärkelse. Några exempel:

- Samtliga lokala P4-kanaler bevakar, speglar och granskar regelbundet kulturlivet i sina lokala bevakningsområden.
- *P3 Nyheter* rapporterar löpande om nyheter inom populärkultur. Sedan 2021 är även musikbevakningen integrerad i *P3 Nyheter* organisation.
- *P3 Klassikern* handlar om litteraturhistoriens klassiker och riktar sig till en yngre publik. I *Lundströms Bokradio* möter lyssnaren svenska och utländska författare i samtal kring litteratur och skrivande. I programmet ingår även *Bokcirkeln* där flera olika deltagare läser en bok och diskuterar innehållet och sina egna upplevelser av den. Sveriges Radio gör dessutom en lång rad program och poddar i olika former kring utdelningarna av *Sveriges Radios Romanpris*, *Novellpris* och *Lyrikpris*. I 6.3 *Barn och unga* kan du också läsa om bland annat *Barnradions* särskilda satsningar på uppläsningar under höstlovet.
- *P3 Klubben* avhandlar det viktigaste från kulturveckan blandat med spaningar inom kultur och populärkultur.
- Redaktionerna för flera av minoritetsspråken bevakar kultur och nöjen i sina program, vilket beskrivs i 6.5 *Minoritetsspråk*.
- Kulturfrågor bevakas och debatteras också i aktualitetsprogram som *P1 Morgon*, *Studio Ett* och *P4 Extra*.



”En rad program i Sveriges Radios kanaler speglar olika kulturkretsar eller är gjorda i olika delar av världen.”

Spegling av olika kulturkretsar

Sveriges Radios nät av korrespondenter speglar kultur och kulturkretsar från hela världen i samtliga kanaler och i Sveriges Radios app. I den löpande nyhetsbevakningen har Sveriges Radio sannolikt den bredaste bevakningen av kulturliv utanför de svenskspråkiga respektive anglosaxiska sfärerna vilka annars tenderar att dominera kultur- och nöjesbevakningen i medier. *Kulturnytt* i P1, P2 och P4, *P1 Kultur*, *P1 Kultur Reportage* och *P3 Klubben* tar regelbundet upp kulturpolitiska debatter och konflikter i en lång rad länder. Dessa typer av frågor och ämnen tas också upp i program som exempelvis *Godmorgon världen* och *Konflikt* i P1.

En rad program i Sveriges Radios kanaler speglar olika kulturkretsar eller är gjorda i olika delar av världen. Några exempel:

- P1-program som *Dagens Dikt*, *Lundströms Bokradio* och *OBS* lyfter regelbundet fram författarskap från olika delar av världen.
- Kärnan i kanalen P2 är att spela och spegla musik från hela världen, olika tidsepoker och olika kulturella strömningar. Det gäller utbudet som helhet men i extra hög grad program som *Folkmusiken* i P2, *Kalejdoskop*, *Jazzradion* och *Rendezvous med Kristjan Saag*.
- Som beskrivs under rubriken ”Musikutbudet i Sveriges Radio” i denna kapitel del spelades 98 823 unika musiktitlar i företagets samtliga kanaler under 2025. Enbart P2 spelade 36 720 unika titlar under 2025.
- Som framgår av 6.5 *Minoritetsspråk* står Sveriges Radio för över 90 procent av allt utbud på nationella minoritetsspråk inom public service. Inom detta utbud – och inom respektive språk- och kulturkrets – finns en tyngdpunkt på bevakning, spegling och granskning av kulturyttringar i bred bemärkelse.

Kulturproduktion

Under de senaste åren har Sveriges Radio lagt ner ett omfattande arbete på att utveckla olika poddformat inom ljuddrama. Intresset för spännande drama och berättelser i ljudform växer i takt med att lyssnandet via digitala plattformar ökar. *Sveriges Radio Drama* producerar drama för i första hand lyssning via Sveriges Radios app, men produktioner sänds också i linjära kanaler.

Produktioner från *Sveriges Radio Drama* belönas ofta i internationella tävlingar – i 3.9 *Priser och utmärkelser* kan du också läsa om att exempelvis *Scenen: Macbeth* prisades under året. *P3 Serie* består alltid av nyskriven svensk dramatik riktad till en ung publik vilket du kan läsa mer om i 6.3 *Barn och unga*. Under 2025 utvecklades och lanserades serierna *P3 Serie – VOX* och *P3 Serie – Barnmördarkorset*.

I anslutning till flera tidigare *P3 Serie*-säsonger som finns på Sveriges Radios digitala plattformar kan pedagoger ta del av en lärarhandledning via *sverigesradio.se* så att de enkelt ska kunna använda dramaserier i sin undervisning.

I *Novellen* i P1 sänds noveller som beställts av och specialskrivits för Sveriges Radio. Formatet och produktionerna lyfts också fram genom *Sveriges Radios Novellpris* där fem av novellerna som sänts under året nomineras av en jury och där lyssnarna sedan får rösta fram vinnaren.

Sveriges Radio Drama har i över tjugo år gjort *Nobeldramat* som är inspirerat av eller baserat på årets Nobelpristagare i litteratur. *Nobeldramat 2025 Herman* bearbetades utifrån novellsamlingen *Den sista vargen* som skrivits av Nobelpristagaren i litteratur, László Krasznahorkai.

9 650

timmar kultur sändes i marknätet under 2025.

Tillgängliggöra kultur

Sveriges Radio gör kulturutbud och kulturupplevelser tillgängliga för lyssnarna på flera sätt i företagets linjära kanaler och on demand-utbud.

- P4-kanalerna lyfter fram och speglar det lokala kulturlivets musiker och artister genom exempelvis evenemanget *P4 Nästa Stjärna*.
- *Dagens dikt i P1* introducerar klassisk och nyskriven lyrik samt författarskap från hela världen.
- *Novellen i P1* erbjuder specialskrivna noveller anpassade för lyssnande via radio eller on demand.
- *Sveriges Radios Romanpris* i P1 ger varje år en lyssnarjury i uppdrag att läsa de nominerade böckerna och sedan utse årets vinnare. Juryns medlemmar rekryteras från hela landet.
- *Barnradions bokpris* har ett liknande upplägg där en grupp barn i ålderskategorin 9–12 år utgör en jury och väljer ut den bok som jury-medlemmarna tycker är årets bästa för den målgrupp de tillhör.
- Kultur tillgängliggörs också i utbudet för minoritetsspråk.
- I podden *Dramaklassiker* samlas klassiska pjäser ur *Radioteaterns* arkiv där lyssnarna kan höra många av Sveriges främsta skådespelare under 1900-talet.
- Inom Sveriges Radios musikutbud och genom Berwaldhallens konsertverksamhet som sänds i P2 och P4 erbjuds en mängd kulturupplevelser, vilket beskrivs längre fram under de musikrelaterade rubrikerna.

Nordisk kulturgemenskap

Företagen inom nordisk public service samarbetar varje år inom olika områden, bland annat kultur. Sveriges Radio bevakar också löpande kulturfrågor runt om i Norden. Några exempel:

- Programmet *Norsken, svensken och dansken* sänds i P1 och görs i samarbete mellan Sveriges Radio och Norsk rikskringkasting, NRK, inom ramen för Nordvision där de fem nordiska ländernas public service-bolag är medlemmar. Programmet syftar till att bidra med kunskaper om likheter och skillnader mellan våra respektive länder.
- *Kulturnytt* rapporterar regelbundet från de andra nordiska länderna i sina olika editioner i P1, P2 och P4. De nordiska bolagen har också möjlighet att sända varandras inslag i sina respektive länder.
- *Sameradion* producerar direktsända morgonprogram tillsammans med de samiska redaktionerna vid YLE och NRK, vilket beskrivs i 6.5 *Minoritetsspråk*.



”Företagen inom nordisk public service samarbetar varje år inom olika områden, bland annat kultur. Sveriges Radio bevakar också löpande kulturfrågor runt om i Norden.”

Samarbeten med kulturinstitutioner

Till kulturinstitutioner räknar Sveriges Radio kulturproducerande institutioner och aktiviteter som får offentligt stöd från stat, region eller kommun, till exempel teater- och operainstitutioner och statligt finansierade symfoniorkestrar, musikanordnare som Länsmusikerna och musikhögskolorna samt fria kulturgrupper. Till kulturinstitutioner räknas även bibliotek, museer och kulturföreningar samt sändningar från eller inspelningar vid festivaler.

Det rikssända utbudet, till exempel konserter som sänds i P2, utgör den största andelen av samarbeten med kulturinstitutioner sett till antalet sändningstimmar. Sett till antalet utsändningar står däremot lokala P4-kanaler för merparten – dessa kan innehålla allt från livesända konserter till bok-samtal på bibliotek.

Som framgår av tabellerna 6.2.2 och 6.2.3 har antalet sändningstillfällen och timmar minskat under tillståndspeioden. I början av tillståndspeioden berodde detta framför allt på att pandemin minskade möjligheterna att genomföra samarbeten. Under 2024 och 2025 var det främst minskade resurser till följd av Sveriges Radios besparingsprogram som var den främsta förklaringen, då samarbeten i form av exempelvis längre livesändningar ofta kräver mer resurser än andra typer av innehållsproduktion.

Musikutbudet i Sveriges Radio

Musiken är i centrum i Sveriges Radio. 56 procent av den sammanlagda sändningstiden i marknätet 2025 utgjordes av musik. Under året spelades 98 823 unika musiktitlar i Sveriges Radio.

Musikutbudet är också avgörande i Sveriges Radios arbete med att uppfylla kulturuppdraget. Musik från hela världen och hela landet spelas, och utbudet ska präglas av kulturell och språklig bredd och spänna över många genrer inom konst- och populärmusik. Varje kanal har en musikpolicy med uppsatta mål kring framför allt svensk musik och

svenska upphovspersoner. Ambitionen är att urvalet av musik ska vara jämnt fördelat mellan manliga och kvinnliga utövare.

Sveriges Radio arbetar för att främja

- musiklivets utveckling och introducera ny musik och nya talanger
- musik av svenska upphovsmän och med svenska artister och utövare.

Företaget har en omfattande egen produktion och utsändning av levande musik till hela landet. Musiker och artister medverkar också i lokala kanaler.

Den största andelen sändningstid utgörs av populärmusik som är ett ytterst brett begrepp och rymmer många både smala och breda genrer samt musik från olika epoker.

Musiken i P2

Konstmusik utgör den största delen av musiken i P2. Tyngdpunkten ligger på den centrala klassiska repertoaren och sträcker sig från medeltid till nutid och riktar sig till en publik med stort musikintresse. Musiken presenteras som långa, varierande musikflöden, hela konsertkvällar och operasändningar samt journalistiska specialprogram, reportage och serier. P2 samarbetar regelbundet med konserthus, operahus och andra kulturinstitutioner runt om i landet.

Berwaldhallen med Sveriges Radios Symfoni-orkester och Radiokören har en särställning. Alla konserter med ensemblerna sänds i Sveriges Radio. Företaget beställer löpande ny musik av framför allt svenska tonsättare åt Sveriges Radios Symfoni-orkester, Radiokören och P2. Beställningsverksamheten ska bidra till ett levande svenskt musikliv och ett jämställt musikutbud.

6.2.1 Kultur – marksänd tid fördelad på sändningstyp, timmar

	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Förstasändning	8 254	8 196	7 994	7 931	7 818	7 889
Parallelsändning	751	725	723	696	645	646
Repris	1 193	1 185	1 292	1 227	1 159	1 114
Totalt	10 198	10 106	10 009	9 855	9 622	9 650

Antalet sändningstimmar för nyheter, samhälle och kultur ökade. Detta var en följd av den ökade lokala sändningstiden, som i sin tur berodde på minskade rikssända sporttimmar.

6.2.2 Samarbeten med kulturinstitutioner, antal utsändningar

	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Rikskanaler	283	225	488	297	248	278
Lokala kanaler	834	482	607	435	594	527
Totalt	1 117	707	1 095	732	842	805

Kommentar: Antalet utsändningar som har gjorts i samarbete med kulturinstitutioner per år har minskat något under tillståndspeioden.

6.2.3 Samarbeten med kulturinstitutioner, antal timmar

	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Rikskanaler	322	316	591	553	506	494
Lokala kanaler	727	137	235	230	202	178
Totalt	1 049	453	826	783	708	672

Kommentar: Antalet utsändningar som har gjorts i samarbete med kulturinstitutioner sjönk markant under 2021 till följd av pandemin.

De andra stora genrerna i P2 är följande:

- Jazz som rör sig mellan traditionella och mer moderna uttryck. Livekonserter från landets jazzscener, ny svensk jazz på skiva och *Jazzradion* finns i utbudet. Sveriges Radio uppmärksammar löpande ny svensk jazz.
- Folkmusik som rymmer visor, folk- och världsmusik samt konstmusik från andra kulturer än den västerländska. Genren hörs i bland annat *Folkmusiken i P2*, och utbudet präglas av samarbeten med svenska arrangörer och av en stor andel musik med svenska utövare och upphovspersoner.

Musiken i P3 och P4

Sedan 2021 arbetar Sveriges Radio efter en särskild musikstrategi med fokus på P3 och P4 vilken utvecklas löpande. Syftet är att tydliggöra företagets roll och position i det svenska musiklivet och för musikpubliken och att förankra musikutbudet i public service-uppdraget. Strategin bygger på ett omfattande arbete för att utreda musikens roll och betydelse i P3 och P4 i det nutida musik- och medielandskapet där strömningstjänster står för en allt större del av publikens musiklyssning.

Det stora och varierade utbudet av musik i P3 är en viktig del av kanalens profil och utveckling. P3 spelade 15 835 unika titlar under 2025. Fem av de tio mest spelade låtarna som spelades i kanalen framfördes av svenska artister.

Den bredd av titlar som P3 erbjuder är väsentligt större jämfört med många liknande public service-kanaler i Europa och även jämfört med kommersiella radiokanaler i Sverige. Under de senaste åren har P3 också utvecklats mot att spela allt färre av de titlar som förekommer i kommersiella radiokanaler. Svenskproducerad musik har en mycket framskjuten position i P3:s utbud – under 2025 stod svenska artister och grupper bakom 6 av de 10 och 22 av de 50 mest spelade låtarna i kanalen. Galan *P3 Guld* utvecklades under 2025 till att än mer lyfta fram ny svensk musik i samband med att evenemanget renodlades till att enbart sändas i radio och inte som tidigare år produceras i rörlig bild via SVT.



Musik utgjorde 56 procent av Sveriges Radios märksända utbud under 2025. Foto: Mattias Ahlm/Sveriges Radio.

48 procent av låtarna som spelades i P3 2025 framfördes av kvinnliga artister, 44 procent av manliga artister medan duetter uppgick till 8 procent. Under 2025 och tidigare under tillståndspanoroden har P3 fortsatt att satsa mer på specialiserad musikjournalistik och integration av musikbevakning i *P3 Nyheter*. Formatet *P3 Mix* låter svenska artister utforma musikmixar – detta är ett exempel på P3:s ambition att ha en aktiv roll i svenskt musikliv och löpande anlita svenska artister och dj:s.

Sedan 2021 är *P3 Din Gata* en renodlad hiphopkanal som riktar sig till yngre målgrupper, vilket du kan läsa mer om i 6.3 *Barn och unga*.

EBU och musiken

De europeiska public service-bolagen har ett omfattande samarbete kring konsertmusik inom Europeiska radio- och TV-unionen EBU (European Broadcasting Union). Utbytet som sker inom samarbetet står för en betydande del av Sveriges Radios musikutbud för konstmusik, jazz och folkmusik samt populärmusik i olika genrer. Genom EBU speglas det internationella musikkivet samtidigt som det är en väg att sprida svensk musik i Europa. Merparten av konsertutbudet från Sveriges Radios egna ensembler i Berwaldhallen erbjuds EBU:s medlemmar. Ensemblernas existens är en förutsättning för detta utbyte och i förlängningen även en förutsättning för kanalen P2:s existens och utbud.

P3 samarbetar också med EBU och har en invald representant i *EBU Eurosonic Strategy Group*.

6.2.4 Musik – marksänd tid fördelad på sändningstyp, antal timmar

	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Fonogrammusik						
Förstasändning	56 399	55 904	55 896	57 347	56 836	57 381
Parallelsändning	3 947	3 902	3 889	3 893	4 036	4 081
Repris	1 081	1 139	1 105	1 099	1 179	1 102
Totalt fonogrammusik	61 427	60 945	60 890	62 339	62 052	62 564
Levande musik						
Förstasändning	5 157	5 139	5 183	5 220	5 123	5 136
Parallelsändning	0	0	0	64	16	0
Repris	2	3	1	166	81	52
Totalt levande musik	5 159	5 142	5 184	5 450	5 220	5 187
Totalt musik	66 586	66 088	66 074	67 789	67 272	67 751

Artisten Molly Sandén på scen under *P3 Guld 2025*.
Foto: Mattias Ahlm, Sveriges Radio.

6.2.5 Musik – märksänd tid med undergrupper, antal timmar

	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Fonogrammusik						
Populärmusik, olika genrer	57 467	57 087	56 973	58 332	58 004	58 528
Konstmusik	3 421	3 322	3 444	3 603	3 646	3 638
Jazzmusik	286	258	240	245	242	240
Folkmusik	253	278	233	160	160	158
Totalt fonogrammusik	61 427	60 945	60 890	62 339	62 052	62 564

Levande musik						
Populärmusik, olika genrer	1 563	1 531	1 570	1 607	1 560	1 602
Konstmusik	3 341	3 348	3 352	3 484	3 401	3 359
Jazzmusik	169	174	174	240	192	159
Folkmusik	86	88	88	120	68	67
Totalt levande musik	5 159	5 142	5 184	5 450	5 220	5 187
Totalt musik	66 586	66 088	66 074	67 789	67 272	67 751

Det totala antalet musiktimmor 2025 ökade jämfört med antalet musiktimmor 2024. Det berodde främst på att den lokala sändningstiden ökade till följd av minskat antal rikssända sporttimmar. Det var fonogrammusik som ökade, och det var enbart populärmusik som stod för denna ökning.



Pianisten Roland Pöntinen medverkade i *Musik mot midnatt* i P2 hösten 2025. Foto: Alexander Donka.



Sedan 1977 har Berwaldhallen i Stockholm varit hem för Sveriges Radios Symfoniorkester och Radiokören. Foto: Mattias Ahlm/Sveriges Radio.

Berwaldhallen – landets största konserthus

• 11 | MEDELSVILLKOR

» SR ska bedriva konserthusverksamhet i Berwaldhallen genom Sveriges Radios symfoniorkester och Radiokören. «

Berwaldhallen med Sveriges Radios Symfoniorkester och Radiokören är en betydelsefull musikinstitution och bidrar till kulturuppdraget genom att sprida levande musik över hela landet. Samtliga konserter från Berwaldhallen sänds i P2 och vissa evenemang även i P4. Konserthuset kan därmed sägas vara det största i sitt slag i Sverige då utbudet når en stor publik som annars har långt till en institution av detta slag. Under 2025 var också tillströmningen av publik till konserthuset fortsatt stor, och i slutet av året presenterades orkestrernas nye chefs-

dirigent Andrés Orozco-Estrada som tar över rollen från och med hösten 2026.

Sveriges Radios Symfoniorkester och Radiokören genomför varje år utlandsturnéer, internationella samarbeten och utbyten över såväl nationella som musikaliska gränser – under 2025 turnerade Radiokören bland annat i Japan. Egna turnéer samt gästspel i Berwaldhallen av utländska dirigenter, solister och artister är en förutsättning för att kör och orkester ska kunna fortsätta att prestera på internationell toppnivå.

Berwaldhallen arrangerar *Eric Ericson Award* som är världens främsta kördirigenttävling för dirigenter under 36 år. Priset består av att vinnaren får göra tio produktioner med EBU:s främsta professionella körer samt 100 000 kr i prissumma.

Sedan 2003 arrangerar Sveriges Radio den årliga Östersjöfestivalen med gäster och musikutbud på hög internationell nivå. Syftet är att stärka samhörigheten mellan Östersjöländerna med en kombination av klassisk musik och samtal med fokus på

den känsliga miljön i och runt Östersjön. 2025 års tema var vågor – en symbol för allt från ljud och ljus till historiens och känslornas rörelser. Vid sidan av konserterna arrangerades bland annat familjeföreställningar riktade till barn samt liveinspelningar av programmen och poddarna *Gräns*, *Klotet* och *P2 på hemväg*. Bland Östersjöfestivalens samarbetspartner märks bland annat andra musik- och kulturinstitutioner i Sverige och Norge, universitet och forskningscenter samt Finlandsinstitutet och Franska Institutet.

Beställningsverksamhet – ett ansvar för svenskt musikliv

Under 2025 års upplaga av Östersjöfestivalen uruppfördes verket *Grand Guignol* av Mikael Karlsson och Anna von Hausswolff. Detta är ett exempel på hur Sveriges Radio varje år beställer ny musik direkt för de egna ensemblerna, Symfoniorkestern och Radiokören. Berwaldhallens beställningsverksamhet riktar sig främst till svenska tonsättare, men även internationella tonsättare får beställningar. Utgångs-

punkten för beställningsverksamheten är ett jämställt musikutbud. För att uppnå ett jämställt musikliv eftersträvas också en jämn fördelning mellan manliga och kvinnliga upphovspersoner och utövare i Berwaldhallens verksamhet där ett särskilt ansvar även tas för musik av svenska upphovspersoner och med svenska artister och utövare. Berwaldhallen har under de senaste åren strävat efter att öppna verksamheten för fler genom att ständigt testa nya former för konserter och scenprogram. Berwaldhallen har också utvecklats till en mötesplats för samtal om konstens och musikens roll i ett demokratiskt samhälle. Evenemangen utgår från public service-uppdraget och vänder sig till många olika grupper med olika tilltal och teman för konserterna. Berwaldhallen riktar sig särskilt till barn och unga och har ett samarbete med orkesterskolan *El Sistema* för att utveckla intresset för konstmusik bland unga i Stockholmsförorter. Berwaldhallen har också fördjupat samarbetet med *Kulturskolan i Stockholm* under 2025 – bland annat genom att arrangera det årliga evenemanget *Kulturskolans orkesterfestival*.

6.3 Barn och unga

§ 9 | SÄNDNINGSTILLSTÅND

» SR 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. SR ska ha en omfattande nyproduktion och egen produktion av program i olika genrer för barn och unga. SR ska särskilt utveckla programverksamheten för äldre barn och unga. «

Sveriges Radio lägger stora resurser på att utveckla innehåll för barn och unga samt de metoder företaget använder för att nå ut till lyssnare och användare i unga målgrupper. Det finns också ett tydligt stöd från allmänheten för denna del av public service-uppdraget – i den årliga attitydundersökning som *Novus* gör för Sveriges Radio ansåg 72 procent 2025 (samma andel som 2024) att det är viktigt att Sveriges Radio producerar innehåll för barn och unga.

2020–2025 förändrades stora delar av Sveriges Radios utbud för barn och unga, och det gällde i hög grad också under 2025. Lejonparten av utbudet för barn och unga sändes i marknät under 2025, men under året lanserade Sveriges Radio nya on demand-titlar för barn och flyttade medvetet resurser från marksant utbud till on demand-anpassat innehåll för de yngsta målgrupperna. Utbudet för unga har under lång tid också förflyttats på ett motsvarande sätt.

2025 lyftes det samlade utbudet för barn också fram tydligare via en ny flik, även kallad vy, i Sveriges Radios app. Samtidigt fortsatte de systematiska arbetet med att nå ut via bland annat sociala medier.

Utvecklingsarbetet har gjorts och görs för att Sveriges Radio ska vara fortsatt relevant i en verklighet där barn och unga växer upp med en närmast oändlig mängd valmöjligheter vad gäller medieinnehåll på digitala plattformar. En stor del av de ungas mediekonsumtion går också via olika typer av sociala plattformar, inte minst när det gäller nyheter. Till detta kan noteras att en mycket stor andel av den unga publiken lägger en mycket stor del av sin tid på strömningstjänster för både ljud och rörlig bild.

Variationen av behov och förutsättningar inom hela gruppen 0–19 år är naturligtvis enorm, och

indelningar av den unga publiken i breda ålderskategorier blir allt mindre relevanta. Vid sidan av ålder finns det många andra faktorer som har betydelse för de unga lyssnarnas möjligheter att ta del av Sveriges Radios utbud. Föräldrarnas vana vid och förtroende för medier är en sådan påverkansfaktor, och tillgång till Sveriges Radio i skolan kan vara en annan faktor.

Konkurrensen från sociala medier och strömningstjänster i kombination med alltmer skiftande livsvillkor ställer höga krav på public service-företagen att nå ut med sina respektive uppdrag i de unga målgrupperna. Utmaningen för Sveriges Radio är att nå barn och unga med innehåll som de uppfattar som relevant, intressant och spännande – inte att producera vissa volymer eller fylla kvoter av utbud för strikt avgränsade ålderskategorier. På kort sikt handlar det om att utbudet ska nå sin publik. På lång sikt handlar det om att barn och unga i Sverige ska ha kännedom om public service och skapa relationer till Sveriges Radio.

Nytt, inhemskt och eget utgör basen i utbudet

Alla program för barn och unga som kan höras i Sveriges Radios kanaler och plattformar bygger på idéer och projekt som initierats inom företaget eller på programförslag från svenska produktionsbolag. Stora delar av utbudet produceras internt, men till många projekt och program anlitas externa aktörer. Sveriges Radio arbetar på detta sätt för att möta kravet i sändningstillståndet på omfattande nyproduktion och egen produktion och för att garantera en bredd och en mångfald i utbudet.

Det allra mesta av det innehåll Sveriges Radio sänder och publicerar för barn och ungdomar är nyproduktion. Innehållet är uteslutande producerat i Sverige och på svenska eller något av de nationella minoritetsspråken.

För barn upp till 12 år var uppskattningsvis 80 procent av det samlade utbudet, 100 procent av nyheter och sport samt 70 procent av övriga programkategorier egen produktion.

För unga mellan 13 och 19 år var uppskattningsvis 85 procent av det samlade utbudet, 100 procent av nyheterna, 70 procent av underhållningen samt 85 procent av övriga programkategorier egen produktion.



Farah Abadi leder den nya podden *Nyhetsklubben* som utgår från barns egna frågor om det som händer i Sverige och världen. Foto: Lina Arvidsson.



Reema Al-Mashat, Leis Yasin och Nellie Crusell spelar huvudrollerna i ljudramaserien *Viskleken*. Foto: Sofia Sabel.

Utbudet i Barnradion

Sveriges Radios svenskspråkiga barnutbud riktar sig i huvudsak till två målgrupper: yngre barn upp till cirka 8 år och äldre barn från 9 år upp till cirka 12–13 år. Men behoven och intressena är naturligtvis mycket olika inom dessa målgrupper.

Ett starkt fokus ligger på att utveckla nya format för barn på digitala plattformar. Hela utbudet av program och poddar för barn finns naturligtvis i Sveriges Radios app.

Utveckling av innehåll för yngre och äldre barn

Barnradion är till för barnen. Program och poddar ska förmedla nyheter och fakta till barn utifrån barns egna villkor och erbjuda dem konstnärliga upplevelser från olika delar av Sverige och världen. *Barnradions* innehåll ska vara trovärdigt och spegla bredden av perspektiv som finns i hela den unga befolkningen samt vara tillgängligt för alla barn.

Barnradion arbetar ständigt med innehåll och programutveckling samt ser över vilka nya platfor-

mar utbudet bör finnas på. Detta arbete sker nära målgruppen. Samtal med barn, deras föräldrar och pedagoger är såväl en självklar del i arbetet som en metodik *Barnradion* använder sig av.

Under året har också ett fortsatt stort fokus legat på att utveckla *Barnradions* nyhetsinnehåll. Den nya podden *Nyhetsklubben* publicerar nya avsnitt tre gånger i veckan vilka tar avstamp i barns egna frågor om vad som händer i Sverige och världen, och frågorna besvaras av experter och andra vuxna som medverkar i podden.

För att nå unga lyssnargrupper som från tidig ålder är vana vid att ta del av innehåll via digitala plattformar lägger *Barnradion* stort fokus på att utveckla metoder för att nå ut med innehållet via bland annat sociala medier där många barn och unga finns.

Utbud på barns egna villkor

I granskningsnämndens beslut om public service-redovisningarna för 2024 godkändes Sveriges Radio på alla de områden nämnden bedömde, så även

6 SÄRSKILDA UPPDRAG OCH MÅLGRUPPER

6.3.1 Marksänd tid för svenskspråkiga barn och unga, timmar

	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Barn upp till 12 år	5 329	5 308	5 310	5 681	5 686	5 679
Ungdomar 13–19 år	6 249	7 953	7 837	7 618	7 592	7 175

6.3.2 Marksänd tid för barnutbud på svenska fördelat på programkategorier, timmar

	Nyheter	Samhälle	Livsstil	Kultur	Sport	Underhållning	Musik	Service	Totalt
Förstasändning	21	49	7	1 144	6	52	4 394	0	5 673
Parallelsändning	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Repris	2	0	0	2	0	2	0	0	7
Summa	23	49	7	1 146	6	54	4 394	0	5 679

6.3.3 Marksänd tid för tonårsutbud på svenska fördelat på programkategorier, timmar

Ungdomar 13–19 år	Nyheter	Samhälle	Livsstil	Kultur	Sport	Underhållning	Musik	Service	Totalt
Första sändning	239	422	92	474	88	178	5 363	38	6 894
Parallelsändning	59	20	1	6	1	19	82	0	188
Repris	0	19	2	18	0	12	41	0	93
Summa 2025	299	460	96	498	89	209	5 485	38	7 175
Summa 2024	320	441	88	591	104	210	5 801	37	7 592
Förändring	-22	20	8	-93	-15	-1	-315	1	-417

Den marksända tiden för målgruppen barn upp till 12 år var i princip på samma nivå 2025 som 2024. För svenskspråkiga ungdomar 13–19 år minskade den marksända tiden till största delen inom programområde musik.

utbud för barn och unga. Nämnden menade däremot att ”Redovisningen skulle vinna på att SR tydligare redovisar hur företaget arbetar med att säkerställa att innehållet förmedlas på barn och ungas villkor.” Därför är årets redovisning utbyggd på denna punkt – se också under rubriken ”Utbud på ungas egna villkor”.

Det är viktigt att framhålla att allt innehåll som utvecklas och produceras för barn och unga görs utifrån de olika målgruppernas behov. Sveriges Radio använder en rad olika metoder och målgruppsstester för att utveckla nytt innehåll i samverkan med barn, föräldrar, pedagoger och experter.

2025 lanserades tre nya format för barn som är helt baserade på barns egna frågor, tankar och påhitt:

- *Nyhetsklubben*, som ersatte *Juniornyheter*, är en podd som helt utgår från barns frågor kring stora nyheter och andra aktuella händelser.

- *Barnjuryn* är en podd där en jury bestående av tre barn diskuterar och bedömer populärkulturella fenomen som till exempel aktuella tv-program, böcker och filmer. Podden tilldelades priset *Guldörat* i kategorin ”Årets barn” 2025, vilket du kan läsa mer om i 3.9 *Priser och utmärkelser*.
- *Prankligan* är en podd där barn tar hjälp av programledaren för att utsätta vuxna för busringningar och spratt.

Program som exempelvis *Julkalendern* och *Vi i femman* är exempel på hur redaktionen arbetar i nära samarbete med skolor. I 6.4 *Tillgänglighet* kan du ta del av andra exempel, bland annat att Sveriges Radio under 2025 tillsammans med *Specialpedagogiska skolmyndigheten* tog fram en lärarhandledning anpassad för grundskola och gymnasieskola till *Julkalendern 2025: Spökjul på Dimmeborg*.

Det finns fler exempel på hur barn och pedagoger bidragit till att utforma program:

- *Historierummet i Barnradion* har anpassat valet av historiska personer efter önskemål från såväl skolklasser som pedagoger.
- *Radioapans knattekanal*, som sänds i DAB och via digitala plattformar klockan 06.00–21.00 varje dag, är anpassad för att följa de små barnens dygnsrytm, till exempel att vakna på morgonen, klä på sig, borsta tänderna och andra rutiner.
- *Barnradions bokpris* utses av en jury som består av barn, och redaktionen har ett nära samarbete med skolklasser, pedagoger och skolbibliotekarier i exempelvis arbetet med att nominera de fem böcker som juryn väljer vinnare bland.

Nyheter och fakta för barn

Barnradions utbud av nyheter och fakta är främst riktat till de lite äldre barnen. Som tidigare nämnts ersattes programmet *Juniornyheter* under det gångna året av podden *Nyhetsklubben* som helt utgår från barns frågor kring stora nyheter och andra aktuella händelser – under hösten 2025 bland annat kriget i Gaza, klimattoppmötet i Brasilien och Australiens förbud mot sociala medier för alla under 16 år.

Historierummet i Barnradion handlar om kända och viktiga historiska personer, och under 2025 gjorde *Historierummet i Barnradion* bland annat en specialsatsning tillsammans med redaktionerna för nationella minoritetsspråk, vilket du kan läsa mer om i 6.5 *Minoritetsspråk*. Podden *Bovar och brott* handlar om världens mest spektakulära brott, och under 2025 publicerade *Barnradion* flera nya avsnitt i serien. Under 2026 kommer antalet avsnitt att utökas ytterligare.

Vi i femman är Sveriges största kunskapstävling för barn och ett klassiskt, välkänt programformat som sänts i Sveriges Radio sedan 1963. Varje år deltar tusentals klasser från hela landet i uttagningsstävlingen där sedan 200 klasser tar sig vidare till radiotävlingarna i Sveriges Radio P4. Alla elever i årskurs 5 i Sverige har möjlighet att vara med i tävlingen.

Kulturupplevelser från olika delar av världen

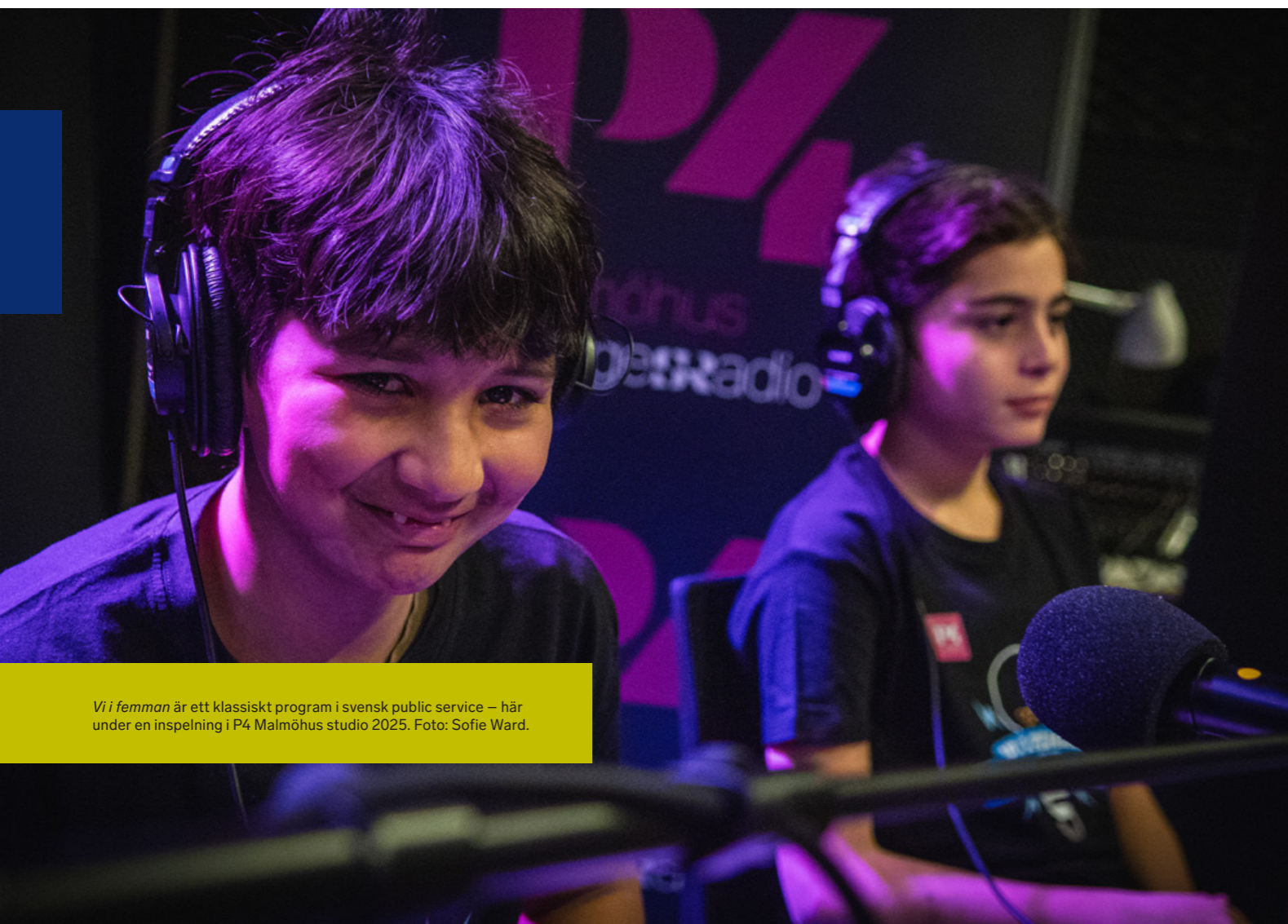
För äldre barn förmedlas kultur och konstnärliga upplevelser på flera olika sätt. Ett exempel är *Barnradions bokpris* som produceras i samarbete mellan Sveriges Radio och UR. 2025 utsågs boken ”En odödlig vänskap” av Cecilia Lidbeck till årets bästa bok för 9-12-åringar.

Juryn, som består av mellanstadieelever, skrev i sin motivering bland annat att ”’En odödlig vänskap’ har ett perspektiv man inte brukar se världen från. Är vänskapen på grund av programmering eller riktiga känslor? Detta är en banbrytande bok sprängfylld med olika känslor och vi hoppas att läsglädjen vi har fått av den kommer spridas vidare.”

Det finns fler exempel på hur *Barnradion* förmedlar och diskuterar kultur för målgruppen:

- Podden *Barnjuryn* fördjupar olika ämnen från kulturområdet som är relevanta för lyssnarna i målgruppen.
- Podden *Historierummet i Barnradion* berättar om händelser och personer som haft betydelse för historien i både Sverige och olika delar av världen.
- *Drama för unga* producerar radiodrama som specialskrivits för målgruppen såväl i form av nyskrivet material som omarbetningar av klassiska verk. 2025 belönades *Drama för unga* med en silvermedalj under *New York Festivals Radio Awards* för en dramatisering av Astrid Lindgrens ”Mio, min Mio”. *Den flygande resväskan* från *Barnradion* och Sveriges Radios redaktioner för nationella minoritetsspråk belönades med guldmedalj i kategorin underhållningsprogram för barn och unga vuxna. Detta kan du även läsa om i 3.9 *Priser och utmärkelser*.

För yngre barn producerar och publicerar *Sagor i Barnradion* en rad nya produktioner. Under 2025 utvecklades utbudet med en satsning på nytolkningar av Astrid Lindgrens klassiker *Pippi Långstrump* samt *Lillebror och Karlsson på taket*. *Sagor i Barnradion* skapade här helt nya ljudsagor genom att kombinera originalinläsningar av Astrid Lindgren med nyinspelade skådespelarröster. Som du kan läsa i 3.9 *Priser och utmärkelser* belönades produktionen *Pippi Långstrump* med *Guldörat* i kategorin ”Årets ljudbild”.



Vi i femman är ett klassiskt program i svensk public service – här under en inspelning i P4 Malmöhus studio 2025. Foto: Sofie Ward.



Barnradion erbjuder också sagor byggda på böcker från andra länder eller serier som utspelar sig i olika världar och miljöer – såväl verkliga som påhittade. Ett sådant exempel under 2025 var ”Radioapan reser” där Radioapan tar med de yngsta lyssnarna på spännande äventyr till bland annat Egyptens pyramider, månen och dinosauriernas tid.

Under höstlovet, numera kallat läslovet, i månadsskiftet oktober–november satsade *Barnradion* på en läslovsspecial där kända artister läste utvalda sagor.

Nyheter och samhälle för tonårspubliken

Varje vardag är *P3 Nyheter* en del av P3:s linjära utbud med nyhetssändningar och uppdateringar, sammanfattningar och kommentarer inom ramen för de längre programblocken. När en stor nyhetshändelse inträffar går redaktionen in med extrasändningar eller i pågående program och uppdaterar, förklarar och analyserar. *P3 Nyheter* har en nyhetsprofil som regelbundet under sändningar på morgnarna presenterar nyheter genom att samtala med programledarna. Det skiljer sig från hur andra nyheter traditionellt presenteras i etermedier, och syftet är att ungdomar ska tycka att det är så intressant att de fortsätter att lyssna. Varje morgon publicerar *P3 Nyheter* också en podd med nyhetsför djupningar där två av dagens stora nyheter förklaras för publiken. Redaktionen medarbetare hörs även i *Ekot*.

Tonårspubliken kan ta del av olika typer av fördjupning kring nyheter och samhällsfrågor i följande specifika titlar:

- *P3 Dokumentär* är fortsatt en av P3:s och Sveriges Radios största publiksuccéer. Framför allt är det en produktion som den unga publiken tar del av digitalt, men programmet sänds även i FM.
- *P3 Nyheter Dokumentär* fördjupar redaktionens egna grävprojekt.
- *P3 Historia* presenterar historiska personer och ger lyssnaren kunskap om tiden huvudpersonerna verkade i. Ett urval av avsnitten görs också i anpassade versioner för unga med intellektuell funktionsnedsättning, vilket du kan läsa mer om i 6.4 *Tillgänglighet*.
- *P3 Krim* berättar varje vecka om aktuella brott i poddformat. Vid sidan av detta sammanfattar redaktionen även veckans viktigaste krimnyheter i fristående avsnitt. *P3 Krim* samarbetar också med *P3 Nyheter* kring fördjupning och kommentarer när det gäller nyhetshändelser inom området.
- *Morgonpasset i P3* erbjuder regelbundet fördjupande intervjuer med gäster kring samhällsfrågor, utrikespolitik och andra aktuella nyhetsrelaterade områden.
- *Verkligheten i P3* fokuserar på dokumentära berättelser där lyssnaren får möta en ung person bakom ett aktuellt fenomen.
- *P3 ID* porträtterar vår tids mest intressanta personer.
- *Paradiso* utforskar kontroversiella metoder för att optimera livet.



P3 Nyheter techreporter Evelina Galli bevakar bland annat stora techföretag och sociala medier-plattformar.
Foto: Mattias Ahlm/Sveriges Radio.

Utbud på ungas egna villkor

Generellt är intresset för Sveriges Radios kärnområden nyheter, samhällsfrågor och kultur stort i publikgrupperna mellan 13 och 19 år. Företaget arbetar också löpande med att utveckla format och anpassa befintligt innehåll till ett utbud som utgår från informationsbehoven och användarvanorna hos en publik som är uppvuxen med att ta del av medier via digitala plattformar.

P3 Nyheter reportrar arbetar med att ta fram egna nyheter och fördjupningar av hög kvalitet inom ämnen och frågor som rör målgruppen. Som du kan läsa i 3.9 *Priser och utmärkelser* tilldelades *P3 Nyheter Dokumentär: "Det vita snusets baksida"* såväl förstapris i *Prix Europa* i kategorin Audio Investigation som *Guldörat* i kategorin "Årets avslöjande".

Sveriges Radio har också som enda svenska medieaktör en särskild korrespondent för ungas perspektiv som under 2025 var på plats i bland annat Mellanöstern, Afrika och USA. Vid sidan av detta har *P3 Nyheter* sedan 2023 även en särskild techreporter som bland annat bevakar de stora, globala sociala medier-företagen vilket är särskilt relevant för de unga målgrupperna som i mycket hög grad använder dessa plattformar.

P3 Nyheter görs också i form av en veckosammanfattning anpassad för unga med intellektuell funktionsnedsättning, vilket du kan läsa mer om i 6.4 *Tillgänglighet*.

P3 Nyheter utvecklar löpande sitt utbud av uppdateringar och fördjupningar av nyheter i den linjära kanalen P3. Sveriges Radio arbetar också med att väcka intresse för utbudet via externa plattformar där en stor del av tonårspubliken befinner sig. En mycket stor del av målgruppen tar del av nyheter och information via sociala medier, och *P3 Nyheter* konto på Instagram är ett av de största för nyheter i Sverige när det gäller antalet interaktioner. Under

2025 har Sveriges Radio fortsatt att utveckla olika metoder för att via *Tiktok* få unga lyssnare att använda Sveriges Radios digitala plattformar.

Sveriges Radio arrangerar tillsammans med SVT och UR evenemanget *Fria Ordets Dag* i en version anpassad för elever i årskurs 9. *Fria Ordets Dag* har sedan mitten av 2010-talet funnits för sjätteklassare. Detta kan du läsa mer om i bland annat 3.4 *En livskraftig medie-marknad* och 7.5 *Så samarbetar public service-bolagen*.

Kulturella och konstnärliga upplevelser för unga

Under vinjetten *P3 Serie* erbjuds den unga publiken nyskriven, svensk dramatik med tyngdpunkt på spänning, skräck och mystisk krim. 2025 lanserades serierna "VOX" och "Barnmördarkorset".

En viktig uppgift för Sveriges Radio är också att introducera unga lyssnare till klassiska verk inom olika konstformer. Ett exempel på detta är *Scenen*, ett format från *Sveriges Radio Drama* där William Shakespeares klassiker omformats till moderna serier och nytolkningar. Lanseringen i form av de fem ljuddramaserierna "Macbeth", "Stormen", "Hamlet", "Romeo och Julia" och "En Vintersaga" startade under hösten 2024 och fortsatte under våren 2025. I 3.9 *Priser och utmärkelser* kan du läsa mer om att *Scenen: Macbeth* från 2024 tilldelades guldmedalj i kategorin underhållningsdrama special i *New York Festivals Radio Awards* som är en tävling som uppmärksammar världens bästa radio.

Satsningen *Scenen* gjordes bland annat för att kunna erbjuda en yngre publik folkbildande innehåll i en liknande anda som *P3 Klassikern* som handlar om litteraturhistoriens viktigaste böcker och P2-podden *Mästerverken* som presenterar den klassiska musikens viktigaste verk. Mer om denna satsning kan du läsa i 6.2 *Kultur*.

Kultur och populärkultur i bred bemärkelse är också framträdande bevakningsområden i P3-poddar och även i den linjära kanalens utbud. *P3 Din Gata*, som sänds i DAB+ och Sveriges Radios app, är en renodlad hiphopkanal som riktar sig till åldersgruppen 13–19 år.

En rad andra format inom kategorierna Kultur och Musik är utformade utifrån den unga publikens intressen:

- *P3 Klassikern* som tar upp några av litteraturhistoriens klassiker riktar sig bland annat till unga.
- *P3 Nyheter* bevakar, diskuterar och lyfter fram nyheter och aktuella frågor inom kultur- och musikområdena.
- Poddar som *P3 ID* och *P3 Historia* beskriver personer och händelser i nutiden eller i historien vilka på olika sätt påverkat kultur och samhällsliv.
- *P3 Klubben* tar regelbundet upp kultur och populärkultur från andra länder och kultursfärer.
- Under kvällarna i P3 erbjuder formatet *P3 Mix* en mycket stor spännvidd i genrer och musikaliska uttryck i form av musikmixar som utformats av kunniga och passionerade dj:er och andra framträdande personligheter i det svenska musiklivet.
- *P3 Musikedokumentär* är programmet med dokumentärer om vägen till toppen och livet bakom hitsen för vår tids största artister.
- I *Creepypodden* i P3 varvas spökhistorier på internet med lyssnarnas egna berättelser. Podden riktar sig främst till tonåringar och den yngre delen av P3:s målgrupp.

7 175

timmar tonårsutbud sändes i
marknätet under 2025.



P3 Klassikern om litteraturhistoriens klassiker riktar sig bland annat till unga. Här ses programledaren Emilie Rosenqvist med författaren Elis Monteverdi Burreau under *Poddfest* 2025. Foto: Mattias Ahlm/Sveriges Radio.

6.4 Tillgänglighet

§ 10 | SÄNDNINGSTILLSTÅND

» SR ska beakta behoven hos personer med funktionsnedsättning. Ambitionsnivån när det gäller möjligheterna för personer med funktionsnedsättning att tillgodogöra sig SR: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.

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

Program ska produceras för särskilda målgrupper.

I fråga om program om och för personer med funktionsnedsättning får SR, Sveriges Television AB (SVT) och UR sinsemellan fördela ansvaret för olika slags insatser. «

• 19 | MEDELSVILLKOR

» Den programverksamhet på internet som SR vill ska tillgodoräknas vid uppfyllandet av uppdraget ska redovisas tydligt och utförligt. «

Sveriges Radio har ett särskilt uppdrag vad gäller publiken med funktionsnedsättning. Detta uppdrag kan delas upp i tre huvuddelar:

- *Använda ett inkluderande tilltal och synliggöra målgruppen.* Personer med funktionsnedsättning ska höras och lyftas fram på samma villkor som alla andra medverkande i Sveriges Radio.
- *Anpassa utbudet.* Detta gäller i huvudsak för lyssnare och användare som har kognitiva funktionsnedsättningar.
- *Utveckla utbudet och göra det tillgängligt.* Så många som möjligt ska kunna ta del av Sveriges Radios innehåll. Det innebär att företaget ska hålla hög kvalitet när det gäller hörbarhet, begriplighet och funktioner som underlättar för publiken att ta del av innehållet.

Att var och en får representera sig själv, delta och yttra sig i alla möjliga frågor och ämnen och inte

specifikt vara representant för en viss funktionsnedsättning är ett viktigt mål för Sveriges Radios bevakning.

Seminarier och utbildningar hålls regelbundet för att säkra att Sveriges Radios medarbetare har kunskap i frågor som rör funktionsrätt och tillgänglighet. Arbetet hänger samman med det löpande utvecklingsarbete som beskrivs i 5.4 *Sveriges Radio ska spegla hela Sverige*.

Samtliga Sveriges Radios redaktioner och kanaler har ett uttalat ansvar att se till att personer med funktionsnedsättning medverkar i utbudet – det gäller såväl programmedarbetare som gäster, intervjupersoner och andra medverkande.

När var och en representerar sig själv är funktionsnedsättningen inte intressant i sammanhanget. Om en person exempelvis har en synnedsättning eller är rullstolsburen framgår det inte för publiken som lyssnar via radio, och det är heller inte relevant att poängtera personens funktionsnedsättning om detta inte har betydelse för det som tas upp i programmet.

Program om, för och med personer med funktionsnedsättning

Sveriges Radio sänder specialprogram, nyheter och fördjupning om funktionsrättsfrågor samt program riktade till särskilda målgrupper. Det finns ett starkt stöd bland allmänheten för en bred tillgänglighet till public service-innehåll. I den årliga attitydundersökning som *Novus* gör på uppdrag av Sveriges Radio ansåg 70 procent att det är viktigt att företaget producerar innehåll för personer med någon form av funktionsnedsättning (motsvarande siffra 2024 var också 70 procent). I kapitel 2. *Värdet av Sveriges Radio* kan du läsa mer om allmänhetens syn på Sveriges Radio och public service-uppdraget.

Klartext är Sveriges största program som riktar sig till personer i alla åldrar med intellektuell funktionsnedsättning. Programmet som sänds alla vardagar i P1 och P4 och publiceras som podd på Sveriges Radios app presenterar nyheter i ett långsammare tempo och med enkla ord inom områden som politik, ekonomi och kultur. Programmet innehåller alltid nyheter som särskilt berör målgruppen. *Klartext* har kontinuerlig dialog med sin publik, ställer målgruppens frågor och utformar allt innehåll så att målgruppen kan förstå och följa med i vad som händer.





Malin Haag arbetar på Klartexts redaktion som är lokaliserad till Sveriges Radio i Karlstad. Foto: Mattias Ahlm/Sveriges Radio.

Under 2025 fick Klartexts publik också möjlighet att få programmet transkriberat från ljud till text i Sveriges Radios app. Sedan 2023 har Klartext även ett utökat uppdrag att nå sin publik via digitala plattformar och utveckla samarbetet med andra redaktioner inom ramen för satsningen *Sveriges Radio på ett lättare sätt* som beskrivs i denna kapiteldel under rubriken ”Utbud och anpassningar för unga med funktionsnedsättning”.

Att programmet sänds i landets publikt sett största radiokanaler gör också att en bred publik automatiskt tar del av Klartexts bevakning av frågor som är viktiga för programmets målgrupp. Programformatet Klartext är också framtaget utifrån de riktlinjer som beskrivs i denna kapiteldel under rubriken ”Så säkras god hörbarhet i Sveriges Radio”.

Cirka 2 400 inslag som belyste frågor kring funktionsnedsättning sändes i Sveriges Radios nyhets-, samhälls-, sport- och livsstilsprogram riks och lokalt under 2025. Ekot och lokala P4-kanaler uppmärksammar och granskar löpande frågor som rör funktionsrätt i nyhetsförmedling samt i fördjupande program. *Kulturnytt* granskar allas möjlighet att ta del av kultur och rapporterar om kultur där personer med funktionsnedsättningar är målgrupp och/eller kulturutövare. Programmet tar också upp andra frågor till diskussion, bland annat hur personer med funktionsnedsättningar speglas inom olika kulturella uttryck.

I 5.1 *Det breda uppdraget* kan du läsa om att *Radiosporten* under lång tid byggt upp specialiserad kompetens när det gäller att bevaka olika typer av parasport samt att redaktionen varje år delar ut *Radiosportens Parasportpris*. Priset går till en utövare eller ledare som inspirerar andra inom parasport eller en förening som tjänar som förebild för andra.

Funk i P1 har sänts i kanalen sedan 2016 och handlar om hur livet funkade och inte funkade i ett samhälle som ska funka för alla. Under 2025 fokuserade *Funk i P1* på sexualitet, kärlek och relationer – och vilka hinder eller möjligheter de medverkande i programmet mött och upplevt.

I december 2025 uppträdde musikensembeln *Elefantöra* med medlemmar med funktionsnedsättningar tillsammans med *Sveriges Radios symfoniorkester*, efter ett initiativ från dirigenten Esa-Pekka Salonen.

Utbud och anpassningar för barn med funktionsnedsättning

Ett särskilt anpassat innehåll är en förutsättning för att många ska kunna tillgodogöra sig programmen och stanna kvar och lyssna. Igenkänning och inkludering är viktiga förutsättningar för att lyssnare med funktionsnedsättning ska kunna ta till sig innehållet. För att öka tillgängligheten kompletteras många program med digitalt bildstöd.

Barnradion arbetar löpande med tillgänglighet för barn med funktionsnedsättning. Program anpassas exempelvis för barn med kognitiv funktionsnedsättning utifrån tematik och produktion samt utifrån hur programmen presenteras, och de kompletteras med tydligt bildstöd.

När det gäller sagor för mindre barn har fortsatt fokus lagts på bilder kopplade till avsnitt. Detta är särskilt viktigt för yngre barn men även för barn med kognitiv funktionsnedsättning. Bilderna ska tydligt spegla innehåll och målgrupp samt fungera som stöd vid lyssnande och för minnet.

Barnradion arbetar också med att låta barn med funktionsnedsättning medverka eller genom att låta en rollfigur ha en funktionsnedsättning.

När det gäller att anpassa och tillgängliggöra innehållet för barn med kognitiv funktionsnedsättning genomsyras alla föreställningar från *Drama för unga* av målsättningen att alla barn, oavsett i vilken utsträckning de kan koncentrera sig eller hur vana de är vid att lyssna på teater, ska kunna höra och förstå handlingen. Det handlar då exempelvis om igenkänning, tydligare ordförståelse, enklare dramaturgi, färre antal karaktärer och bättre hörbarhet i ljudläggningen.

Vi i femman coachar och stöttar barn med neuropsykiatrisk funktionsnedsättning som deltar i tävlingen. Programmets medarbetare har fokuserat på hur redaktionen kan lyfta fram barn och göra dem trygga utifrån sina egna förutsättningar i en ovan miljö.

Utbud och anpassningar för unga med funktionsnedsättning

2021 inledde Sveriges Radio ett utvecklingsarbete med att prioritera, bygga ut och anpassa utbud för unga med funktionsnedsättning. Arbetet har pågått under resten av den gångna tillståndsperioden och kommer att fortsätta även framöver.

Sveriges Radio på ett lättare sätt riktar sig till ungdomar som har behov av innehåll som är förklarbart på ett särskilt tillgängligt vis och i ett lugnare tempo. Samlingssidan på Sveriges Radios app och *sverigesradio.se* innehåller främst anpassade program från *P3 Nyheter* och *P3 Historia*, men den innehåller också länkning till nyheter i ett lugnare tempo från *Klartext* och till *Nyheter på lätt svenska* från *Ekot Radio Sweden*.

Sveriges Radio har valt att enbart erbjuda *Sveriges Radio på ett lättare sätt* via digitala plattformar. Det är i linje med företagets strategi att framför allt utveckla utbud riktat till unga som de kan lyssna på och använda via digitala plattformar. Bedömningen är också att den typ av anpassat innehåll som *Sveriges Radio på ett lättare sätt* erbjuder fungerar bättre via digitala plattformar jämfört med i traditionella FM-sändningar. I appen eller på webbplatsen har lyssnarna tre möjligheter till anpassning: de kan lyssna när de själva vill, pausa uppspelningen och gå tillbaka i programmet samt använda visuellt stöd för lyssningen.



”Inom ramen för *Sveriges Radio på ett lättare sätt* publiceras bland annat versioner av program och poddar som anpassats för målgruppen.”

Inom ramen för *Sveriges Radio på ett lättare sätt* publiceras bland annat versioner av program och poddar som anpassats för målgruppen – under 2025 gjordes fem avsnitt av *P3 Historia på ett lättare sätt* tillgängligt. Sedan 2022 publiceras varje vecka också *P3 Nyheter på ett lättare sätt* som är en anpassad nyhetssammanfattning för målgruppen.

Som framgår av 4.2 *Digitala plattformar* vill Sveriges Radio att utbudet inom *Sveriges Radio på ett lättare sätt* tillgodoräknas enligt punkt 19 i medelsvillkoren som säger att ”Den programverksamhet på internet som SR vill ska tillgodoräknas vid uppfyllandet av uppdraget ska redovisas tydligt och utförligt.” Under 2025 producerades cirka 2,5 timmar *P3 Nyheter på ett lättare sätt* samt cirka 2,2 timmar *P3 Historia på ett lättare sätt* vilka alltså uteslutande distribuerades via digitala plattformar. Under året producerades dessutom totalt cirka 21 timmar sändningar för marknätet av *Klartext*. Varje avsnitt sänds två gånger varje vardagskväll vid olika tidpunkter, en gång i P2 och en gång i P4. Det gör att Sveriges Radio uppfyller kravet i sändningstillståndet om att varje enskilt innehållsvillkor i huvudsak ska uppfyllas i marknätet.

Utveckling av transkribering

Sveriges Radios arbete för att utveckla tillgängligheten omfattar hela utbudet oavsett distributionsform. Det är dock tydligt att den tekniska utvecklingen ger störst möjligheter till innovationer på digitala plattformar, inte minst med hjälp av olika AI-tekniker.

Sedan 2024 erbjuder Sveriges Radio automatisk transkribering från ljud till text av vissa program och poddar i appen. Detta för att kunna erbjuda ökad tillgänglighet och bättre stöd för lyssnare med

exempelvis hörselnedsättning, och vid utgången av 2025 erbjöds textstödet för 16 program och poddar i Sveriges Radios app. Ambitionen är att stegvis erbjuda allt fler delar av utbudet på detta sätt – på längre sikt även direktsänt innehåll. När lyssnaren tar del av ett avsnitt visar skärmen automatiskt transkriberad text som följer det talade ljudet mening för mening. Vill lyssnaren höra något igen eller hoppa framåt i avsnittet är det bara att klicka i texten så ”hoppa” ljudet till den delen.

Den automatiska transkriberingen bygger på AI-teknik, och även om resultatet inte alltid är felfritt har de tester Sveriges Radio genomfört visat att texterna blir av tillräckligt hög kvalitet för att hjälpa lyssnare med hörselnedsättning att fullgott förstå innehållet. Testerna genomfördes i samarbete med *Hörselskadades Riksförbund*, och responsen från deltagare visade att textstödet har ett stort värde för målgruppen.

I anslutning till publiceringen i appen framgår också att transkriberingen görs med hjälp av AI-teknik och kan innehålla fel.

Sveriges Radio har under de senaste åren drivit ett större utvecklingsarbete inom detta område, och 2023 inleddes utvecklingen av automatisk transkribering i företagets arbete med att utveckla olika AI-lösningar. Vid sidan av utmaningen att utveckla lösningar där transkribering av stora volymer av information håller tillräckligt god kvalitet finns också andra frågor kring exempelvis upphovsrätt som kräver vissa insatser. Det kan gälla ersättningsnivåer men också hur ett verk som i första hand gjorts för ljud ska kunna presenteras i textformat som återger verkets innehåll på ett godtagbart sätt. Därför valde Sveriges Radio att i det första steget inrikta arbetet

2 400

inslag som belyste frågor kring funktionsnedsättning sändes i Sveriges Radios nyhets-, samhälls-, sport och livsstilsprogram riks och lokalt under 2025.

på att erbjuda automatisk textning av vissa helt interna produktioner som exempelvis nyhetsklipp i Sveriges Radios app.

Så säkras god hörbarhet i Sveriges Radio

För Sveriges Radio är hörbarheten helt central. Ett större arbete som gäller hög ljudkvalitet och god hörbarhet startade 2021 och fortsatte under hela den nu avslutade tillståndsperioden. Ambitionen framöver är att säkra att företaget ska leva upp till den formulering som anges både i 10 § i sändningstillståndet 2020–2025 och i 8 § i det public service-uppdrag som började gälla 1 januari 2026: ”SR ska fortsatt prioritera god hörbarhet, bl.a. genom att vid utformningen av program beakta att bakgrundsljud kraftigt kan försämra möjligheten för personer med hörselnedsättning att ta del av utbudet.”

Arbetet med hög ljudkvalitet och god hörbarhet inom Sveriges Radio utgår från fyra grundprinciper:

- Ljudet i programmen ska ha hög ljudkvalitet och god hörbarhet.
- Innehållet ska vara lätt att uppfatta för en förstagslyssnare.
- När talet är innehållsbärande ska talet prioriteras i ljudbilden.
- Hörbarheten i programmen ska regelbundet utvärderas och återkopplas.

Sedan 2023 har Sveriges Radio ett lättillgängligt digitalt utbildningspaket för alla medarbetare för att stärka arbetet med hörbarhet och ljudkvalitet på alla redaktioner runt om i landet. Företaget har också utvecklat och förenklat den modell som används för att ge programmakare regelbunden återkoppling kring programmets hörbarhet.

Återkopplingsmodellen utgår från en bedömning av sex olika parametrar:

- talljudets tydlighet
- ljudets karaktär
- bakgrundsljudets funktion
- jämnhet i ljudnivåer
- tempo
- ljudmässiga övergångar mellan olika delar i programmen.

Återkopplingar genomförs i olika omgångar genom hela produktionen. Nya former av ljuddesign utvärderas ur ett ljud- och hörbarhetsperspektiv. Riktlinjer för ljud ingår i programbeställningar till redaktioner och kanaler, och de utgör ett viktigt underlag när produktionstekniker återkopplar program med programmakarna. Ljudkvalitet och hörbarhet ingår också i introduktionsutbildningar för nyanställda och i återkoppling till externa produktionsbolag.

Tonläge, tempo och pauser i programmen ska anpassas efter målgrupp och innehåll. Jinglar, signaturer eller musik ska inte läggas på för starkt och för tätt inpå ett talat avsnitt. Det talade innehållet i Sveriges Radios produktioner ska kännetecknas av ett ledigt talspråk med god artikulation och betydelsebärande betoningar. Talljudet ska vara tydligt och distinkt, och medverkande ska undvika att tala i munnen på varandra. Olika ljud ska balanseras mot varandra så att lyssnarna uppfattar dem som jämstarka. Miljöljud, musik och ljudeffekter används för att förstärka information och känsla – de ska inte konkurrera med eller störa det talade innehållet. Bakgrundsljudets nivå ska anpassas så att också lyssnare med hörselnedsättning kan tillgodogöra sig talet.

Frågor och åsikter om god hörbarhet

Sveriges Radios ambition är att allt ljudinnehåll företaget producerar håller en så hög kvalitet som möjligt. Samtidigt bestod utbudet under 2025 av cirka 141 000 timmar och nådde cirka 76 procent av svenskarna under en genomsnittlig vecka. Med så stora sändningsvolymer och lyssnarskaror är det ofrånkomligt att problem och klagomål ibland uppstår.

Sveriges Radio tar emot och undersöker lyssnarens synpunkter kring hörbarhet på flera sätt. Några exempel:

- *Sveriges Radios Lyssnarservice*. Här kan lyssnare via telefon eller mejl framföra åsikter, klagomål och andra synpunkter alla vardagar i veckan. Utbudsansvariga och redaktioner har även kontinuerlig lyssnarkontakt, bland annat kring frågor om hörbarhet. Via *sverigesradio.se* kan lyssnare också själva ta del av de vanligaste frågorna och få information om hörbarhet och bakgrundsljud.

- *Dialogmöten.* Sveriges Radio tar regelbundet upp frågor kring hörbarhet med berörda grupper som företrädare personer med hörselnedsättning. I 6.6 *Möten och dialoger* kan du läsa mer om dialogmöten.
- *Attitydundersökningen.* 2025 instämde 73 procent (71 procent 2024) av allmänheten i påståendet ”Sveriges Radio har bra hörbarhet” i den så kallade attitydundersökningen som *Novus* utför på uppdrag av Sveriges Radio. Motsvarande siffra bland veckolyssnarna var 82 procent (84 procent 2024). Förändringarna var inom felmarginalen, och nivåerna var också relativa stabila under tillståndsperioden (76 procent av allmänheten och 84 procent av veckolyssnarna höll med om påståendet 2020). De som inte alls instämmer i att Sveriges Radio har god hörbarhet har också legat stabilt under tillståndsperioden på mellan 2 och 4 procent av såväl allmänhet som veckolyssnare.

Det är viktigt att notera att svaren i Attitydundersökningen rör allmänhetens *upplevelser* av och *åsikter* om hörbarheten i Sveriges Radio. Mönstren i svaren speglar generellt vilka uppfattningar olika



”I grupper som i högre grad var positiva till Sveriges Radios utbud var också upplevelsen av bra hörbarhet mer utbredd.”

grupper av svarande har om Sveriges Radio. Detta gällde även 2025: I grupper som i högre grad var positiva till Sveriges Radios utbud var också upplevelsen av bra hörbarhet mer utbredd. Kvinnor, personer med högre utbildning och/eller helsvensk bakgrund var något mer positiva än män, personer med lägre utbildning och personer med utländsk bakgrund.

Även politisk hemvist tycks spela roll då väljare i mitten och till vänster i högre utsträckning än väljare till höger upplevde bra hörbarhet. Exempelvis ansåg 87 procent av MP-väljarna att Sveriges Radio har bra hörbarhet medan endast 57 procent av SD-sympatisörerna var av samma uppfattning. Samtliga väljargrupper utom SD-sympatisörerna låg dock runt snittet för allmänheten eller högre. Detta mönster liknar i hög grad mönstret för förtroendet för innehållet, som du kan läsa mer om i 2.1 *Värde för samhället*.

Vid sidan av att årligen undersöka attityderna bland allmänheten arbetar Sveriges Radio till vardags också med att ta emot synpunkter och klagomål från lyssnare. Klagomål kan gälla exempelvis dålig hörbarhet vid telefonintervjuer i programmen, bakgrundsmusik, miljö ljud, jinglar, ljudeffekter eller ojämna ljudnivåer.



Under tillståndsperioden 2020–2025 har Sveriges Radio genomfört en rad insatser för att säkerställa god hörbarhet i företags utbud. Foto: Mattias Ahlm/Sveriges Radio.

Under tillståndsperioden 2020–2025 har Sveriges Radio utvecklat och implementerat digitala verktyg som automatiskt förbättrar ljudkvaliteten i intervjuer via datorer och smarttelefoner. Dessutom har medarbetare fått utbildning i hur de ska använda de nya verktygen på ett effektivt sätt.

I början av tillståndsperioden genomfördes också ett omfattande arbete med kunskapsinsamling och omvärldsanalys kring hörbarhet som bland annat ledde fram till

- en guide för arbetet med hörbarhet som riktar sig till medarbetare
- en förkortad version av guiden ovan som är lämplig att ha som stöd vid redaktionsmöten, utvärderingar och i andra sammanhang
- ett underlag med frågor och svar kring hörbarhet vilket inte minst Lyssnarservice använder i

sin dialog med lyssnare som hör av sig med frågor och klagomål

- ett underlag med fakta kring Sveriges Radios arbete med hörbarhet vilket medarbetare kan använda vid kontakt med olika intressegrupper eller med särskilt engagerade lyssnare.

Enligt 5 § i sändningstillståndet ska programverksamheten som helhet utmärkas av ”nyskapande form och innehåll”, och en viktig komponent som gör radiomediet attraktivt för publiken är ljudhantverk som ger lyssnaren starka upplevelser och känslor av närvaro i berättelsen. Därför ställs höga krav på att komplexa ljudbilder också lever upp till kraven på god hörbarhet och tillgänglighet för alla lyssnare.

6.5 Minoritetsspråk

§ 11 | SÄNDNINGSTILLSTÅND

» Förstasändningar på vart och ett av de nationella minoritetsspråken samiska, finska, meänkieli, romani chib och jiddisch ska öka under tillståndsperioden jämfört med 2019 års nivåer.

SR:s samlade programutbud på samiska, finska, meänkieli och romani chib ska, sammantaget med SVT:s och UR:s utbud, uppgå till minst 2019 års nivå. Det samlade programutbudet på jiddisch ska, sammantaget med SVT:s och UR:s utbud, öka under tillståndsperioden jämfört med 2019 års nivå. SR, SVT och UR får sinsemellan fördela ansvaret för olika slags insatser avseende den programverksamhet som omfattas av denna bestämmelse. «

§ 9 | SÄNDNINGSTILLSTÅND

» SR ska ta hänsyn till de språkliga behoven hos barn och unga som tillhör språkliga eller etniska minoritetsgrupper. «

Sveriges Radio sänder radio och publicerar innehåll on demand på de fem nationella minoritetsspråken samiska, finska, meänkieli, romani chib och jiddisch. Ambitionen är att stärka de nationella minoriteternas språk, kultur och identitet.

Av alla timmar som public service-bolagen totalt erbjuder på de nationella minoritetsspråken kom drygt 90 procent från Sveriges Radio under tillståndsperioden 2020–2025. Vid sidan av detta sände (och sänder) Sveriges Radio på en rad språk för stora grupper i vårt land som av olika skäl har behov av nyheter på andra språk än svenska.

Språkredaktionernas publikmässiga förutsättningar och journalistiska utmaningar skiljer sig åt. Skillnaderna i målgruppernas storlek – hur många i Sverige som faktiskt helt eller delvis pratar ett visst språk – är naturligtvis mycket stora. Men även andra faktorer som historiska erfarenheter inom språkgruppen, variationer inom språk och dialekter

samt var i landet lyssnarna lever påverkar i mycket hög grad vad program, poddar och nyheter innehåller och hur de låter. Språkredaktionernas arbete ska också bidra till att majoritetsbefolkningen får ökad kunskap om de olika språkgruppernas kulturer, historia och heterogenitet.

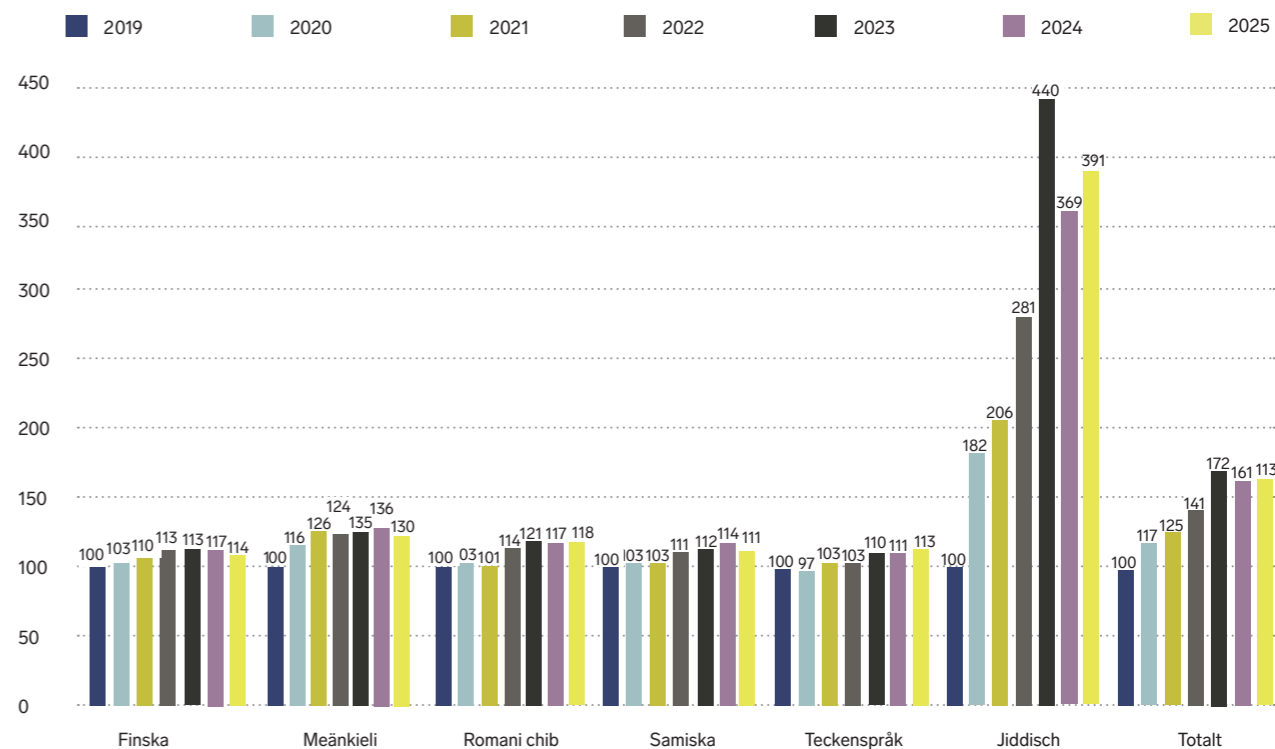
Tillsammans med SVT och UR arbetade Sveriges Radio med att öka det totala antalet förstasändningar på minoritetsspråk under tillståndsperioden 2020–2025. Under den gångna tillståndsperioden har Sveriges Radio arbetat för att utbudet på minoritetsspråk ska nå ut bättre på digitala plattformar genom att företaget har utvecklat

- ett mer relevant innehåll
- arbetet med att nå målgrupperna på digitala plattformar och via dialog i sociala medier.

Vid sidan av att i samarbete med SVT och UR öka antalet timmar förstasändning har Sveriges Radios minoritetsspråksredaktioner arbetat på en rad olika sätt med att utveckla såväl innehåll som medarbetarnas kompetenser under den gångna tillståndsperioden. Rekrytering av journalister har varit och är en stor utmaning för redaktionerna för minoritetsspråk. En betydande andel av journalisterna på flera minoritetsspråksredaktioner har fått olika former av anställningar efter att ha genomgått en traineeutbildning som Sveriges Radio drivit i egen regi.

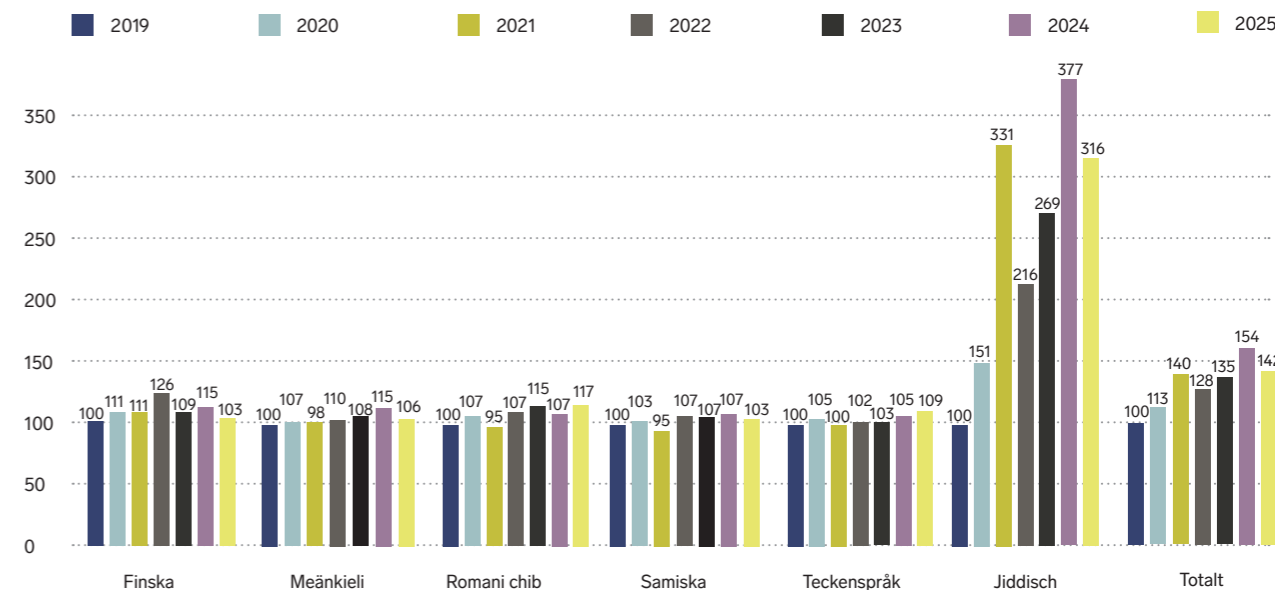
Den gångna tillståndsperioden präglades också av ett ökat samarbete mellan redaktionerna för nationella minoritetsspråk. Sedan 2022 finns ett nyhetsnätverk där *Sameradion*, *Sveriges Radio Finska*, *Meänraatio* och *Radio Romano* ingår, och redaktionernas samarbeten med såväl *Ekot* som andra avdelningar inom Sveriges Radio har också stärkts under de senaste åren. Under 2025 producerade redaktionerna tillsammans med *Barnradion* tio avsnitt av *Historierummet* för äldre barn på fyra nationella minoritetsspråk. Ett särskilt avsnitt producerades också på jiddisch.

6.5.1 Utveckling av förstasändningar på nationella minoritetsspråk sammantaget alla bolag



Kommentar: Diagrammet visar en indexmodell som de tre public service-bolagen använder gemensamt. Varje bolags utbud per språk 2019 sätts till 100, och sedan räknas index per bolag och språk om årligen utifrån förändringen av antalet timmar för förstasändningar. Därefter tas ett medelvärde av de tre bolagens enskilda index.

6.5.2 Utveckling av utbudet på nationella minoritetsspråk sammantaget alla bolag



Kommentar: Diagrammet visar en indexmodell som de tre public service-bolagen använder gemensamt. Varje bolags utbud per språk 2019 sätts till 100, och sedan räknas index per bolag och språk om årligen utifrån förändringen av antalet timmar. Därefter tas ett medelvärde av de tre bolagens enskilda index.

6.5.3 Total marksänd tid på nationella minoritetsspråk, Sveriges Radio

	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Samiska							
Vuxna	1 353	1 358	1 353	1 368	1 385	1 386	1 381
Barn upp till 12 år	17	17	17	22	26	25	25
Ungdomar 13–19 år	57	57	57	57	58	57	57
Summa samiska	1 428	1 432	1 428	1 447	1 469	1 468	1 463
Finska							
Vuxna	6 882	7 006	6 997	7 002	6 651	6 661	6 747
Barn upp till 12 år	139	148	139	139	139	190	211
Ungdomar 13–19 år	481	341	341	364	704	599	553
Summa finska	7 502	7 495	7 477	7 504	7 494	7 449	7 510
Meänkieli							
Vuxna	774	789	787	784	801	797	792
Barn upp till 12 år	61	61	60	60	61	75	54
Ungdomar 13–19 år	272	273	271	273	277	316	226
Summa meänkieli	1 107	1 123	1 118	1 117	1 139	1 188	1 072
Romani chib							
Vuxna	339	340	338	339	340	337	439
Barn upp till 12 år	14	14	14	14	16	29	55
Ungdomar 13–19 år	91	92	92	91	88	81	81
Summa romani chib	444	446	444	443	443	446	575
Jiddisch							
Vuxna	6	7	8	11	12	12	12
Barn upp till 12 år	1	1	1	2	2	2	2
Ungdomar 13–19 år	0	0	0	0	0	0	0
Summa jiddisch	7	9	9	13	13	13	14
Totalt	10 488	10 505	10 476	10 524	10 559	10 564	10 628

Den marksända tiden för de nationella minoritetsspråken ökade jämfört med 2024. Sändningstiden för meänkieli minskade medan den ökade för finska och romani chib.

Samiska

Sameradion sänder på språken nord-, syd- och lulesamiska samt svenska i FM och via webbkana-len *Sameradion* och publicerar poddar och klipp i Sveriges Radios app. Redaktionen granskar och bevakar det samiska samhället och följer utvecklingen för andra urfolkssamhällen i världen. Huvudredaktionen ligger i Kiruna och medarbetare finns i Stockholm, Umeå, Jokkmokk, Östersund och Karesuando.

Kanalen sänder även Sametingets plenarmöten via kanalen *Sameradion* i app och på webb. *Same-radion* har en jämförelsevis lång historia och har ända sedan 1952 sänt nyheter, underhållning och olika typer av radioprogram. Ambitionen har varit och är att ge en nyanserad bild av Sápmi och samer samt att höja kunskapsnivån i allmänhet om samer och samiska förhållanden. Under 2025 fördjupades *Sameradions* samarbete med redaktioner från andra public service-bolag som gör innehåll med urfolk som målgrupper, inom ramen för den internationella organisationen *Public Media Alliance*.

I nyhets- och aktualitetsprogram från *Same-radion* är den språkliga basen nordsamiska och svenska, men syd- och lulesamiska integreras också i innehållet. Exempelvis anlitar redaktionen svensktalande som medverkande i frågor där samisktalande expertis inte alltid finns att tillgå. Digitala publiceringar görs på både samiska och svenska för att möta de olika behoven och språkkunskaperna hos användarna.

Sveriges Radios och SVT:s samiska redaktioner har sedan många år ett publicistiskt samarbete kring nyheter och annat innehåll. *Sameradion* har också ett tätt samarbete med YLE:s och NRK:s motsvarigheter. De tre bolagen samarbetar i innehållsproduktionen för sina respektive morgonsändningar där *Sameradions* sändning *Buorre Idit Sápmi* sänds varje vardag 07:00–08:00.

Under 2025 har *Sameradion* fortsatt utveckla samarbetet med andra minoritetsredaktioner inom

Sveriges Radio. Redaktionen gick bland annat vidare med att utveckla podden *Sameradion LIVE*, en satsning som påbörjades 2024. I podden kombinerar möten med såväl samiska artister som publik för att fördjupa relationen med både befintliga och nya lyssnare. Satsningen görs i samarbete med sameföreningar.

Morgon- och eftermiddagsblocken i *Sameradion* fokuserar på nyheter och aktualiteter i det samiska samhället. Valet till Sametinget präglade i hög grad nyhetsflöden och fördjupningar i *Sameradion* under 2025, men redaktionen satsade också på bland annat grävande journalistik.

I 3.10 *Utveckling av innehåll, teknik och kompetens* kan du också läsa om hur Sveriges Radio samarbetar med andra public service-bolag och flera universitet om att träna AI i nordsamiska.

Utbud på samiska för barn och unga

Utbudet på samiska för barn är samlat under namnet *Mánáidrádio* som sänds som program och som också har en egen sida på sverigesradio.se. *Sameradion* samarbetar med *Barnradion* inom Sveriges Radio och producerar *Randiga Sagor* på alla fem samiska språk som talas i Sverige (syd-, ume-, pite-, lule- och nordsamiska) samt svenska. Under den gångna tillståndsperioden har *Sameradion* inlett och fördjupat samarbetet med *Giron Sámi Teáhter* som resulterat i ljudramaserier som anpassats i längd och format för att passa en yngre publik som tar del av innehåll på digitala plattformar.

Under 2025 fortsatte utvecklingen av ungdomspodden *Albma Duodas?! - Helt Seriöst?!* som lanserades i november 2024. Inkludering av lyssnare är en viktig del av poddens uppdrag och därför växlar redaktionen språk sömlöst mellan svenska och samiska. Under året gjordes som tidigare nämnts också flera avsnitt av *Historierummet* i *Barnradion* i samarbete mellan *Barnradion*, *Sameradion*, *Sveriges Radio Finska*, *Meänraatio* och *Radio Romano*.

6.5.4 Samiska – marksänd tid fördelad på målgrupp och sändningstyp, timmar

	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Vuxna							
Förstasändning	705	708	705	703	704	707	705
Parallelsändning	648	651	648	665	681	679	676
Repris	0	0	0	0	0	0	0
Summa vuxna	1 353	1 358	1 353	1 368	1 385	1 386	1 381

Barn upp till 12 år							
Förstasändning	9	9	9	9	9	9	9
Parallelsändning	9	9	9	14	17	16	16
Repris	0	0	0	0	0	0	0
Summa barn upp till 12 år	17	17	17	22	26	25	25

Ungdomar 13–19 år							
Förstasändning	27	27	27	27	28	27	27
Parallelsändning	26	26	26	26	27	26	26
Repris	4	4	4	4	4	4	4
Summa ungdomar 13–19 år	57	57	57	57	58	57	57
Totalt samiska	1 428	1 432	1 428	1 447	1 469	1 468	1 463

Den marksända tiden på samiska var på samma nivå 2025 som 2024.

Podden *Historierummet* från *Barnradion* lanserades på finska, meänkieli, nordsamiska och romani chib under 2025, bland annat med ett avsnitt om den samiska aktivisten Elsa Laula Renberg. Illustration: Charlotte Heyman.



Finska

Utbudet från *Sveriges Radio Finska* utgörs av DAB-kanalen P7 *Sveriges Radio Finska*, poddar och nyhetsklipp i Sveriges Radios app samt sändningar i P2, P4 och P6. Kanalen har i dag medarbetare på 11 orter runt om i Sverige, med tyngdpunkt på storstäderna Stockholm och Göteborg samt orter som exempelvis Eskilstuna och Haparanda där många lyssnare har någon form av finsk bakgrund. Redaktionen har också en fast korrespondent i Helsingfors.

Sveriges Radio Finska gick igenom stora förändringar under tillståndsperioden 2020–2025. Utifrån gedigna publikundersökningar bytte kanalen namn från *Sisuradio* våren 2020 och har successivt utvecklat innehåll för den mycket heterogena målgruppen som består av första, andra och tredje generationen med finsk bakgrund i Sverige. För att nå ut bättre i den mycket heterogena målgruppen har *Sverige Radio Finska* riktat in sig på att producera nyheter, dokumentärer, musik och evenemang samt utbud för barn och unga av hög kvalitet. Ett särskilt fokus har legat på utveckling av nya format för lyssning on demand, till exempel den dokumentära podden *Dokumentti* som nått en stor grupp lyssnare sedan lanseringen hösten 2023.

Ett motto för *Sveriges Radio Finska* är ”Aina suomeksi – ibland på svenska” (”Alltid på finska – ibland på svenska”). Kanalen erbjuder inte bara utbud där de medverkande talar finska utan också innehåll med ett sverigefinskt perspektiv där de medverkande talar svenska vilket innebär att en del

av utbudet når en stor publik utanför den ordinarie målgruppen. Ett exempel är kvällsprogrammet *Karlavagnen i P4* på måndagar där programledare och andra medverkande omväxlande talar svenska och finska. *Utuset* sänder nyheter på svenska varje vardag vid lunchtid i P4. 2025 lanserades programmet *Metalli* som spelar heavy metal och hårdrock från både Finland och Sverige på lördagskvällar i kanalen *Sveriges Radio Finska*.

Sedan 2024 har *Sveriges Radio Finska* en egen granskande reportergrupp. Redaktionen samarbetar även med andra avdelningar inom företaget om nyheter och andra typer av innehåll. Under de senaste åren har redaktionen utveckla sitt samarbete med *Ekot* och kontinuerligt sampublicerat sverigefinska och finska nyheter med *Ekot* och andra nyhetsredaktioner på Sveriges Radio.

Utbud på finska för barn och unga

Barnprogrammet *Roketti* hörs på söndagsmorgnar i FM (P2) och på DAB-kanalen P7 *Sveriges Radio Finska* och finns på Sveriges Radios digitala plattformar. Under 2025 gjordes som tidigare nämnts också flera avsnitt av *Historierummet i Barnradion* i samarbete mellan *Barnradion*, *Sameradion*, *Sveriges Radio Finska*, *Meänraatio* och *Radio Romano*.

I tonårsgruppen ligger Sveriges Radios fokus som helhet på att nå publiken med satsningar på poddar av hög kvalitet, vilket beskrivs i 6.3 *Barn och unga*. *Sverige Radio Finska* har också fortsatt sin satsning på att sända livekonserter med framstående sverigefinska och finska artister.



”Ett särskilt fokus har legat på utveckling av nya format för lyssning on demand, till exempel den dokumentära podden *Dokumentti* som nått en stor grupp lyssnare sedan lanseringen hösten 2023.”



Ismo Warhonen leder *Levyseppä* på kanalen *Sveriges Radio Finska*.
Foto: Micke Grönberg/Sveriges Radio.

6.5.5 Finska – marksänd tid fördelad på målgrupp och sändningstyp, timmar

	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Vuxna							
Förstasändning	3 427	4 136	4 125	4 126	3 765	4 060	4 183
Parallelsändning	1 812	1 797	1 802	1 806	1 748	1 650	1 674
Repris	1 644	1 073	1 070	1 071	1 139	951	890
Summa vuxna	6 882	7 006	6 997	7 002	6 651	6 661	6 747
Barn upp till 12 år							
Förstasändning	35	35	35	35	35	60	69
Parallelsändning	70	78	70	69	69	121	142
Repris	35	35	35	35	35	8	0
Summa barn upp till 12 år	139	148	139	139	139	190	211
Ungdomar 13–19 år							
Förstasändning	197	159	159	159	472	405	380
Parallelsändning	0	0	0	23	76	78	70
Repris	284	182	182	182	157	116	102
Summa ungdomar 13–19 år	481	341	341	364	704	599	553
Totalt finska	7 502	7 495	7 477	7 504	7 494	7 449	7 510

Den marksända tiden på finska ökade totalt med 61 timmar beroende på ökad sändningstid för vuxna. En omfördelning skedde från målgruppen ungdomar 13–19 år till målgruppen barn upp till 12 år.



Systrarna Helena Igwe och Kristin Tossavainen utforskar sina rötter i den nya podden *Tornedarlings*. Foto: Hanna Lilja.

Meänkieli

Meänraatio är Sveriges Radios redaktion för meänkieli som sänder program i FM-kanalerna P4 Norrbotten, P2 och P6, i DAB-kanalen P7 *Sveriges Radio Finska* samt publicerar poddar och klipp i Sveriges Radios app. *Meänraatio* har medarbetare i Pajala och Övertorneå och har som uppdrag att spegla språk, kultur och identitet för en publik som i hög grad återfinns i Tornedalen men också består av meänkielitalande i andra delar av Sverige och världen. *Meänraatio* har ett långsiktigt fokus på att stärka arbetet med nyheter och aktualiteter i sändningarna och bevakar kontinuerligt ämnen som särskilt rör den meänkielitalande minoriteten.

2025 lanserade *Meänraatio* podden *Tornedarlings* där två systrar går på en språklig och kulturell upptäcktsfärd för att utforska sitt tornedalska ursprung. Under 2025 startade *Meänraatio* också podden *Kalottipoddi* i samarbete med norska NRK och den finska dagstidningen *Lapin Kansa* – tre journalister från vart och ett av de tre företagen möts och pratar om aktuella ”snackisar” och samtalsämnen på Nordkalotten.

Det gränsöverskridande omfattar i *Meänraatios* fall fler dimensioner än de fysiska gränserna, inte minst språkets roll. Det tar sig uttryck i olika programformer:

- Veckomagasin *Gränslöst* riktar sig till unga vuxna med målet att de lyssnare som förstår språket ska lära sig mer och våga använda det. Meänkieli är huvudspråk, men inslag på både finska och svenska förekommer.
- I *Kylässä kylässä* berättar redaktionen om en bys historia, intervjuar boende och besöker byns föreningar och viktiga platser.
- Gratulations- och hälsningsprogrammet *Finnmix* bygger på lyssnarmedverkan, och meänkieli, svenska och finska talas blandat.

För att göra utbudet mer tillgängligt för dem som inte behärskar meänkieli fullt ut skrivs *Meänraatios* texter på Sveriges Radios digitala plattformar på både meänkieli och svenska. Redaktionen har också i sitt uppdrag att sprida kunskap om nationella minoriteter genom att göra redaktionens specialistkompetens tillgänglig för andra redaktioner inom Sveriges Radio.

Under tillståndsperioden 2020–2025 har *Meänraatio* utvecklat sina samarbeten med såväl andra redaktioner för nationella minoritetsspråk som lokala P4-kanaler – i första hand *P4 Norrbotten*. Över tid har det stärkt nyhetsarbetet genom att nyheter från *Meänraatio* även hörts i *Ekot* samt i annan riksmidia.

Utbud på meänkieli för barn och unga

Meän Kläpiti är *Meänraatios* program för barn. Det sänds och publiceras varje vecka i tiominutersavsnitt och är i huvudsak byggt på sagor och berättelser på meänkieli. Utöver egna produktioner och innehåll som görs i samarbete med *Sveriges Radio Finska* hörs också samtliga *Randiga sagor* på meänkieli. *Randiga Sagor* görs i ett samarbete mellan *Barnradion* och redaktionerna för de nationella minoritetsspråken, och medarbetare från *Meänraatio* deltar bland annat i översättningsarbete.

Under 2025 gjordes som tidigare nämnts också flera avsnitt av *Historierummet i Barnradion* i samarbete mellan *Barnradion*, *Sameradion*, *Sveriges Radio Finska*, *Meänraatio* och *Radio Romano*.

I tonårsgruppen ligger Sveriges Radios fokus som helhet på att nå publiken med satsningar på poddar av hög kvalitet, vilket beskrivs i 6.3 *Barn och unga*.

6.5.6 Meänkieli – marksänd tid fördelad på målgrupp och sändningstyp, timmar

	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Vuxna							
Förstasändning	269	274	275	273	283	281	278
Parallelsändning	430	437	434	433	439	438	438
Repris	75	78	78	78	80	78	75
Summa vuxna	774	789	787	784	801	797	792
Barn upp till 12 år							
Förstasändning	17	18	17	17	17	25	18
Parallelsändning	35	35	35	35	35	43	36
Repris	9	9	9	9	9	8	0
Summa barn upp till 12 år	61	61	60	60	61	75	54
Ungdomar 13–19 år							
Förstasändning	90	90	90	91	94	69	43
Parallelsändning	134	132	132	132	134	166	133
Repris	49	49	50	49	49	81	49
Summa ungdomar 13–19 år	272	273	271	273	277	316	226
Totalt meänkieli	1 107	1 123	1 118	1 117	1 139	1 188	1 072

Meänkieli minskade sin sändningstid totalt med 116 timmar för målgrupperna ungdomar 13–19 år och barn upp till 12 år.

1 072

timmar sändes på meänkieli under 2025.



Under 2026 lanserar *Radio Romano* den nya podden *Vorbisaras*, som riktar sig till unga romer. Illustration: Charlotte Heyman.

Romani chib

Radio Romano producerar och sänder program på romani chib i P2 och i P6 Stockholm samt på Sveriges Radios digitala plattformar. Redaktionen har medarbetare i Stockholm och Malmö. Utbudet ska främja och stärka det romska språket, den romska kulturen och den romska identiteten för romanitalande i Sverige. Redaktionen bevakar samhällsfrågor, politiska beslut och händelser relaterade till den romska minoritetens livsvillkor i Sverige med fördjupningar kring bland annat romsk inkludering i samhället och utbildnings- och omsorgsfrågor. *Radio Romano* arbetar i hög grad med att vara ute och möta sin publik runt om i Sverige, både för att producera innehåll och för att informera om utbudet.

Under den gångna tillståndspanoraden har *Radio Romano* fokuserat på att bland annat utveckla redaktionens nyheter och samhällsbevakning, liksom innehåll som tar avstamp i personliga livsöden och berättelser som är intressanta för målgruppen. 2025 bevakade *Radio Romano* bland annat hur olika myndigheter, institutioner och kommuner arbetar med inkludering av romer och sköter sitt lagstadgade uppdrag om samråd med nationella minoriteter. Även andra nationella minoritetsfrågor som är relevanta för målgruppen bevakas, och redaktionen deltar aktivt i nyhetssamarbetet mellan nationella minoritetsredaktioner.

Radio Romano publicerar korta sammanfattningar av nyheter och inslag på svenska på *sverigesradio.se* för att de romer som inte behärskar romani ska kunna ta del av innehållet. Vikten av att förmedla korrekt och begriplig information har en särskild betydelse för *Radio Romano* som har en extra utmaning när det gäller att göra journalistiken tillgänglig och begriplig för alla inom målgruppen. Antalet dialekter inom romani chib är många, och skillnaderna i ord och uttryck kan vara relativt stora. Det gör att *Radio Romanos* reportrar lägger mycket kraft på att tolka, förklara och förtydliga begrepp och sammanhang så att innehållet ska vara begripligt för hela målgruppen oavsett vilken dialekt lyssnaren talar.

Radio Romano samarbetar också med *Ekot* och lokala kanaler och bidrar med specialkompetens i det svenskspråkiga utbudet av nyheter och fördjupning.

Utbud på romani chib för barn och unga

Under 2025 har *Radio Romano* utvecklat ett nytt innehåll för att nå ut till unga romska lyssnare. Bland annat utvecklades det nya programmet *Vorbisaras* för den unga romska publiken. *Vorbisaras* lanseras under 2026 och tar över efter *Terni Generatcia* som sändes fram till slutet av 2025.

6 SÄRSKILDA UPPDRAG OCH MÅLGRUPPER

Terni Generatcia hade ett brett innehållsligt spektrum från samhällsfrågor till livsstilsämnen, med tyngdpunkt i romsk vardag, kultur och underhållning ur unga romers perspektiv.

2025 gjordes som tidigare nämnts också flera avsnitt av *Historierummet i Barnradion* i samarbete mellan *Barnradion*, *Sameradion*, *Sveriges Radio Finska*, *Meänraatio* och *Radio Romano*.

På torsdagar sänds *Radio Romanos* barnprogram *Chavorengo programo* med innehåll och sagor för barn på olika romska dialekter som arli, gurbeti, kaldaras, svensk romani, polsk romani, slovakisk romani, vlahisk romani och lovari. *Randiga sagor* produceras också på romani chib med olika dialekter.

6.5.7 Romani chib – marksänd tid fördelad på målgrupp och sändningstyp, timmar

	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Vuxna							
Förstasändning	113	113,4	112,5	114	113	108	107
Parallelsändning	113	113,4	112,5	112	86	22	105
Repris	113	113,4	112,7	112	141	207	228
Summa vuxna	339	340	338	339	340	337	439
Barn upp till 12 år							
Förstasändning	5	5	5	5	8	22	22
Parallelsändning	5	5	5	5	2	1	26
Repris	5	5	5	5	5	7	7
Summa barn upp till 12 år	14	14	14	14	16	29	55
Ungdomar 13–19 år							
Förstasändning	39	40	39	39	31	24	24
Parallelsändning	39	40	39	39	36	8	0
Repris	13	13	14	13	21	50	58
Summa ungdomar 13–19 år	91	92	92	91	88	81	81
Totalt romani chib	444	446	444	443	443	446	575

Sändningstiden för romani chib ökade jämfört med 2024, framför allt för målgruppen vuxna, men även för målgrupperna barn och ungdomar.

Jiddisch

Program på och om jiddisch har funnits i många år i Sveriges Radio. I det nutida utbudet finns sedan ett par år tillbaka programformatet *Mitt jiddischorakel* som riktar sig till unga vuxna. Programledarduon samtalar om livsfrågor och identitet, och de lyssnare som vill har också möjlighet att lära sig ord och termer på jiddisch. *Mitt jiddischorakel* produceras i två versioner – en längre version där programledarna växlar mellan att tala svenska och jiddisch och en kortare version där de enbart talar jiddisch. Båda versionerna finns i Sveriges Radios app, och den längre versionen sänds i P6.

P1 sänder regelbundet *Jiddisch far alle* som handlar om språket jiddisch i vid bemärkelse och tar upp kulturfrågor, historia, hur språket utvecklas med mera. I programmet talas både jiddisch och svenska.

Utbud på jiddisch för barn och unga

Den tvåspråkiga satsningen *Randiga sagor* för den yngsta målgruppen omfattar inläsningar på jiddisch varvat med svenska. I utbudet som samlas under vinjetten *Magiska skrinet (Di farkishefte pishke – sagor på jiddisch)* finns ett stort antal barnsagor på jiddisch också on demand.

För de lite äldre barnen gjorde *Historierummet i Barnradion* under 2025 ett särskilt avsnitt på jiddisch med titeln "Aaron Isaac – Der man vos hot gebracht jiddischkait kain Shvedn" ("Aaron Isaac – mannen som tog judendomen till Sverige").

6.5.8 Jiddisch – marksänd tid fördelad på sändningstyp, timmar

	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Förstasändning	3	4	5	9	9	9	10
Parallelsändning	0	0	0	0	0	0	0
Repris	4	5	5	4	4	4	4
Totalt jiddisch	7	9	9	13	13	13	14

Sändningstiden för jiddisch var i stort sett densamma under 2025 som under föregående år.



För de lite äldre barnen gjorde *Historierummet i Barnradion* under 2025 ett särskilt avsnitt på jiddisch om Aaron Isaac som tog judendomen till Sverige. Illustration: Charlotte Heyman.

Andra minoritetsspråk

§ 7 | SÄNDNINGSTILLSTÅND

» SR ska erbjuda ett utbud av nyheter på olika språk för människor i Sverige och i Sveriges närområden som inte kan ta del av nyheter på svenska. «

§ 11 | SÄNDNINGSTILLSTÅND

» SR ska även erbjuda ett utbud på andra minoritetsspråk. «

Språkens roll i Sveriges Radio

Sveriges Radios utbud på andra språk än svenska och de nationella minoritetsspråken utgår från paragraferna 7 och 11 i sändningstillståndet för 2020–2025 vilka är citerade ovan. Sveriges Radio är det enda av public service-bolagen som har den typ av uppdrag som är formulerat i 7 § vilket är en bidragande orsak till att företagets utbud på andra språk skiljer sig åt jämfört med de andra public service-bolagens motsvarigheter.

I sitt beslut om public service-redovisningarna för 2022 ville granskningsnämnden ha utökade beskrivningar av programbolagens utbud på andra minoritetsspråk än de nationella, och Sveriges Radio byggde därför ut redovisningen inom detta område. 2023 ansåg granskningsnämnden fortsatt att redovisningarna bör utvecklas ”framför allt med mer information om vilket slags utbud som erbjudits under året på de olika språken.”

Sveriges Radios utbud på andra språk än svenska och de nationella minoritetsspråken är inriktat på nyheter och fördjupning inom samhällsfrågor. Det utbud företaget vill tillgodoräkna sig för 2025 för att leva upp till kraven i paragraferna 7 och 11 är det marksända utbudet på engelska från *Ekot Radio Sweden*. Detta utgörs av det engelskspråkiga veckomagasinet *Radio Sweden Weekly* som sänds i P2 (samt P6 i Stockholm) och sammanfattar och fördjupar nyheter från Sverige och utrikesnyheter med en svensk utgångspunkt på engelska. Den samlade sändningstiden för detta utbud under 2025 var totalt 26 timmar, och de ingår i den totala sändningstiden i marknätet som redovisas i 4.1 *Marksänt och annat linjärt utbud*.

EKOT RADIO SWEDEN SÄNDE OCH PUBLICERADE PÅ DESSA SPRÅK UNDER 2025:

- arabiska
- engelska
- persiska
- lätt svenska
- somaliska
- ukrainska*

*Publiceringar på ukrainska avvecklades i mars 2025.

Foto: Mattias Ahlm/Sveriges Radio.

Vid sidan av det nämnda engelskspråkiga veckomagasinet erbjuder *Ekot Radio Sweden* ett renodlat nyhetsutbud i form av ljudklipp på arabiska, somaliska, engelska, persiska (farsi/dari) och lätt svenska. Detta utbud distribueras enbart via Sveriges Radios digitala plattformar vilket hänger samman med att det är det mest effektiva sättet att nå målgrupperna. Redaktionerna arbetar löpande med att nå ut i sina respektive målgrupper, bland annat genom sociala medier.

I sin bedömning av public service-redovisningen för 2023 tog granskningsnämnden endast ställning till det utbud på andra minoritetsspråk som sänts i marknätet, med hänvisning till sändningstillståndets bestämmelse att varje enskilt innehållsvillkor huvudsakligen ska uppfyllas i marknätet. I public service-redovisningarna för 2024 och 2025 har Sveriges Radio därför valt att endast redogöra för det digitalt distribuerade utbudet som motsvarade mellan 300–400 timmar per år, inte att tillgodoräkna sig det. Från och med 2026 kommer beräkningsmodellerna sannolikt att göras om som en konsekvens av att det nya public service-uppdraget är teknikneutralt.

Språken utgör en lång tradition i Sveriges Radio

Redaktionen för *Ekot Radio Sweden* har det samlade ansvaret för att publicera innehåll på andra minoritetsspråk än de nationella minoritetsspråken. Denna verksamhet har sitt ursprung i en relativt lång tradition inom Sveriges Radio att producera program riktade till personer som invandrat till Sverige med ett fokus på förmedling av kunskaper om det svenska samhället för att underlätta lyssnarens integra-

tion i Sverige. I dag domineras *Ekot Radio Swedens* verksamhet av uppdraget att erbjuda innehåll till lyssnare som har annan bakgrund än svensk och som bor, lever och arbetar i Sverige, som behärskar svenska mer eller mindre bra eller är nyanlända och som efterfrågar nyhetsutbud från Sverige som utgår från deras perspektiv och behov.

Ekot Radio Sweden producerar också innehåll utifrån det uppdrag som enligt paragraf 7 handlar om att ”erbjuda ett utbud av nyheter på olika språk för människor i Sverige och Sveriges närområden som inte kan ta del av nyheter på svenska” – detta tillståndskrav redovisas också i 6.1 *Nyheter och samhällsbevakning* under rubriken ”Nyheter på olika språk i Sveriges närområden”.

Även här har radions historiska roll en viss betydelse för utbudets nutida utformning eftersom Sveriges Radio under många år sände innehåll riktat till en internationell publik via så kallade kortvågssändningar. Detta utbud har funnits i olika former sedan slutet av 1930-talet och påminner om verksamheter inom en rad europeiska public service-bolag, till exempel i Storbritannien, Tyskland och Frankrike, som alla under lång tid erbjudit utbud på andra språk för en internationell publik.

Ett utbud i ständig förändring

I faktarutan här intill finns en lista över vilka andra minoritetsspråk Sveriges Radio publicerade innehåll på under 2025. Sett över en längre tid har många förändringar gjorts i urvalet av språk företaget sänt och publicerat innehåll på. Sveriges Radio utvärderar regelbundet vilka språk och vilket utbud företaget

26

timmar sände *Radio Sweden Weekly* i marknätet under 2025.

get ska erbjuda. Bland de faktorer som vägs in finns exempelvis hur många i Sverige som talar ett visst språk. Det kan också handla om att analysera graden av integration i form av utbildningsnivåer eller sysselsättning inom grupper från olika ursprungs-länder eller regioner. Vissa grupper av utlandsfödda kan i dag vara relativt stora i Sverige men bedömas vara jämförelsevis välintegrerade och därmed ha ett mindre behov av talade nyheter och information om hur det svenska samhället fungerar på annat språk än svenska.

Omvärldsförändringar påverkar självklart också vilka typer av utbud företaget beslutar att erbjuda. Våren 2022 startade exempelvis Sveriges Radio tillfälliga produktioner på både ukrainska och ryska med anledning av Rysslands fullskaliga invasion av Ukraina. Sändningarna på ukrainska avvecklades 2025, och sändningarna på ryska, tigrinja och kurdiska avvecklades 2024. Besluten var också en följd av det besparingsprogram Sveriges Radio genomförde 2024–2025.

Utbudet under det gångna året

Som framgått producerar *Ekot Radio Sweden* i hög grad nyhetsutbud som enbart publiceras på Sveriges Radios digitala plattformar i form av kortare klipp eller samlade nyhetsuppdateringar. Vid sidan om att erbjuda de viktigaste nyheterna från Sverige och omvärlden handlar det också om att erbjuda bevakning av ämnen som ligger särskilt nära de respektive målgrupperna, på deras respektive språk.

En alltmer framskjuten del av *Ekot Radio Swedens* uppdrag är också att vara en aktiv del i *Ekots* nyhetsförmedling på svenska i Sveriges Radios samtliga



”En alltmer framskjuten del av *Ekot Radio Swedens* uppdrag är också att vara en aktiv del i *Ekots* nyhetsförmedling på svenska i Sveriges Radios samtliga kanaler och plattformar.”

kanaler och plattformar. *Ekot Radio Swedens* samlade kompetens bidrar till att höja nivån och bredda innehållet i *Ekots* nyhetsrapportering på svenska. Det kan till exempel gälla nyhetsbevakning och fördjupning från utsatta områden runt om i Sverige. Det kan också handla om att arbeta för att vinklar och perspektiv i nyhetsinslag är relevanta för lyssnargrupper med rötter utanför Sverige. Under 2025 levererade *Ekot Radio Sweden* ett stort antal inslag till *Ekots* svenskspråkiga utbud – främst från kriget i Gaza, det så kallade tolvdagarskriget mellan Iran och Israel samt Pakistans och Irans massutvisningar av flyktingar till Afghanistan.

Ekot Radio Swedens rapportering från massmordet på Risbergska i Örebro resulterade i kraftigt ökad lyssning på sändningar och klipp på arabiska, persiska, somaliska och engelska. Många inslag med starka berättelser från berörda och anhöriga publicerades även på svenska.

Redaktionen gör också regelbundna granskningar – under 2025 bland annat om att de flesta utomeuropeiska invandrare som lämnar Sverige är högtbildade samt om effekterna av skärpta lagar för personer som fått avslag på asylansökan. Den engelskspråkiga redaktionen skildrade också de konsekvenser som batteritillverkarens Northvolts konkurs fick för många utländska gästarbetare.

Ekot Radio Sweden bidrar också till utrikesbevakningen med sina nätverk av kontakter runt om i världen och utgör även en viktig del av Sveriges Radios kompetensförsörjning då medarbetare kan gå vidare och få en annan tjänst, till exempel som utrikeskorrespondent.

6.6 Möten och dialoger

§ 10 | SÄNDNINGSTILLSTÅND

» SR ska ha en kontinuerlig dialog med de berörda grupperna. «

§ 11 | SÄNDNINGSTILLSTÅND

» SR ska ha en kontinuerlig dialog med de berörda grupperna. «

Citaten ovan kommer från § 10 Minoritetsspråk respektive § 11 Tillgänglighet för personer med funktionsnedsättning.

Sveriges Radio ska regelbundet ha en dialog med företrädare för intresseorganisationer och berörda grupper kring företagets arbete inom områdena minoritetsspråk respektive tillgänglighet för personer med funktionsnedsättning. Företaget ökade antalet kontakter och stärkte arbetet i början av tillståndspanoroden 2020–2025 genom att inrätta en ny tjänst med ansvar för samhällskontakter och med särskilt ansvar för dialogerna med representanter för de nationella minoritetsspråken och funktionsrättsrörelsen. Dialogerna sker på två sätt:

- Redaktionerna har löpande kontakt med sina lyssnare.
- Företrädare för Sveriges Radio har regelbundna möten med intresseorganisationer inom respektive område.

Det är viktigt att understryka skillnaden mellan de två ovan nämnda formerna för dialog – redaktionerna för dialog med lyssnarna, representanter på ledningsnivå med organisationer. Oberoendet för public service ska aldrig kunna ifrågasättas. Redaktionerna måste värna den journalistiska integriteten och hålla ”en armlängds avstånd” till de organisationer som regelbundet bevakas. Därför ligger ansvaret för dialog med representanter för olika organisationer på ledningsnivå inom Sveriges Radio.

Dialog om tillgänglighet

Redaktioner som på olika sätt tar upp frågor som berör tillgänglighet har löpande lyssnarkontakt. Under 2025 hade Sveriges Radio dialogmöten med *Hörsel-skadades Riksförbund*, *Synskadades Riksförbund*, *Attention* samt *Funktionsrätt Sverige*, en paraplyorganisation för ett 50-tal olika organisationer. Under 2025 hölls en kortare, digital version av den årliga konferensen PS Funk där företrädare för olika organisationer med fokus på frågor om tillgänglighet och funktionsrätt mötte företrädare för Sveriges Radio, SVT och UR. Syftet är att inspirera till bättre inkludering av personer med funktionsnedsättning i public service. Planen för 2026 är att genomföra en mer omfattande version av PS Funk-konferens med fokus på valåret.

Dialog om minoritetsspråk

Redaktionerna för minoritetsspråk för löpande dialog med lyssnare på olika sätt, till exempel under utesändningar eller via e-post, telefon och sociala medier.

Representanter för Sveriges Radio träffar regelbundet organisationer som företräder nationella minoriteter. Under 2025 har utbuds- och kanalansvariga för de nationella minoritetsspråken och andra representanter från Sveriges Radio haft fler dialoger och hållit följande möten för respektive språk:

- *samiska*: dialogmöte med Sametinget
- *finska*: dialogmöte med *Sverigefinländarnas delegation*, *Sverigefinska Riksförbundet* och *Sverigefinska ungdomsförbundet*
- *meänkieli*: dialogmöte med ungdomsförbundet *Met Nuoret*
- *romani chib*: dialogmöte med organisationen *É Romani Glinda*, kvinnoföreningarna *Trajosko Drom* och *Romni*, föreningen *RUNG*, magasinet *DIKKO* samt *Frantz Wagner Sällskapet*.
- *jiddisch*: dialogmöte med *Sveriges Jiddischförbundet*, *Judiska centralrådet* och *Judiska ungdomsförbundet*.

6.7 Lokalt uppdrag

§ 1 | SÄNDNINGSTILLSTÅND

» SR ska samtidigt sända fyra ljudradioprogram till hela landet, varav ett även ska ha regionalt uppdelat innehåll. «

• 13 | MEDELSVILLKOR

» 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. «

P4 är den största radiokanalen i Sverige när det gäller antalet lyssnare och är också den kanal som har flest redaktioner i olika områden i landet. Dessutom är P4 den kanal som svenskarna lyssnar mest på – runt hälften av den samlade tid som de i genomsnitt lyssnar på radio varje dag. Den svenska radion är också starkt decentraliserad och regionalt förankrad jämfört med i många andra europeiska länder. Endast public service-företagen i Tyskland, Frankrike och Storbritannien har fler regionala radiokanaler än Sveriges Radio, vilket du också kan läsa om i 5.4 *Hela Sverige ska höras i Sveriges Radio*.¹

Det lokala innehållet utgör alltså i hög grad basen i Sveriges Radios utbud, och antalet sändningstimmar fördelas enligt följande:

- En vanlig vardag sänds 9,5 timmar lokalt och regionalt innehåll i var och en av de 25 P4-kanalerna. Totalt ger det cirka 240 timmar lokalt innehåll varje vardag i Sveriges Radio.
- Långt mer än hälften av alla timmar Sveriges Radio producerar under ett år utgörs av lokala sändningar.
- Över 90 procent av antalet lokala sändningstimmar i svensk public service kom från Sveriges Radio under tillståndsperioden 2020–2025.

P4 ska ge lyssnarna direktsänd radio och nyhetsuppdatering via digitala plattformar, och organisationen har beredskap för att vara på plats och sända själv eller bistå vid rikssändningar dygnet runt alla dagar.

P4:s utbud – såväl det rikssända som det lokala – återfinns inom samtliga genrer som beskrivs i 5.3 *Programkategorier*: Nyheter, Samhälle, Kultur, Sport, Livsstil, Underhållning och Service. Den lokala journalistiken rymmer allt från vardagliga frågor och samtalsämnen som är viktiga i regionen till bevakning av kultur- eller idrottsevenemang eller mer underhållande inslag. P4-kanalerna spelar en viktig roll för många lyssnare när det gäller lokala och regionala identiteter.

Som du kan läsa i 2.3 *Så används och uppfattas Sveriges Radio* har P4 en fortsatt mycket stark ställning i linjära sändningar medan räckvidden on demand är väsentligt lägre om än i stark tillväxt. Därför ligger ett mycket stort fokus på att få P4 och den lokala journalistiken att nå fler användare på digitala plattformar. Lokala och regionala nyheter är också centrala i företagets förnyade nyhetsstrategi som du kan läsa om i 6.1 *Nyheter och samhällsbevakning*.

Granskningsnämnden konstaterade i sitt beslut om public service-redovisningen 2024 ”att SR under 2024 har verkat för att stärka den journalistiska bevakningen av svagt bevakade områden men att en slutlig bedömning av uppfyllelsen i denna del ska göras först vid tillståndsperiodens utgång.”²

I 5.4 *Hela Sverige ska höras i Sveriges Radio* finns därför en samlad redogörelse för hur företaget arbetat under tillståndsperioden för att leva upp till kravet på stärkt bevakning av svagt bevakade områden. En betydande andel av de åtgärder som beskrivs där har gjorts inom den lokala organisationen och beskrivs därför även i denna kapitel.

Ett utbud för alla i Sverige, från hela Sverige

Totalt hade Sveriges Radio under 2025 strax under 700 anställda medarbetare utanför Stockholm som arbetade med nyhetsproduktion. Företaget var liksom tidigare år under tillståndsperioden på plats i 100 procent av landets 290 kommuner under varje tertial under året. Siffran är en så kallad indikator för hur företaget når det strategiska målet ”Jag hör



Jonas Berglund är en välkänd röst för P4 Värmlands lyssnare. Foto: Mattias Ahlm/Sveriges Radio.

min och din vardag i Sveriges Radio” vilket redovisas i 1.4 *Sveriges Radios mål och strategier*. Siffran avser närvaro med sändande personal – rapportering om en ort eller kommun från en annan sändningsort är inte medräknade här. Ett sådant sätt att räkna skulle ge högre siffror, men även om distansrapportering kring händelser eller mindre nyheter naturligtvis är viktiga så kan den inte jämföras med att på plats bedriva journalistik och möta lyssnare i vardagen.

Det är framför allt under vardagar Sveriges Radio är på plats i många olika kommuner eftersom det är då huvuddelen av det lokala innehållet sänds live. Företaget har under 2024 och 2025 bytt tekniskt system för att föra statistik över närvaron i kommuner vilket gjort att det inte går att jämföra statistik per vecka och månad som under tidigare år.

I kapitel 3.6 *Sveriges Radio finns i hela landet* beskrivs hur Sveriges Radio bland annat säkrar decentraliserat utgivarskap och fördelar resurser

inom den lokala organisationen. Här beskrivs också hur de lokala P4-kanalerna ingår i divisionen Lokal inom Programenheten. Den regionala indelningen visas på kartan 3.6.1 *Sveriges Radios områdesindelning 2025*. Sedan 2024 finns det ett särskilt regionalt område för kanalerna i Stockholm, Göteborg och Malmö vilket kallas Område Storstad. Tanken med förändringen är att redaktionerna i detta område ska fokusera på den gemensamma utmaningen att nå publiken i storstäderna där konkurrensen mellan olika medier är mycket hård och en lägre andel av befolkningen tar del av lokal journalistik.

Kartan 3.6.2 *Antal anställda per december 2025* visar de 52 platser i 50 kommuner där företaget varit fast stationerat under 2025 samt hur många medarbetare som har sin anställning knuten till respektive ort.

Beredskap är centralt för P4

P4 är också Sveriges Radios beredskapskanal med ett särskilt uppdrag att nå ut med information till allmänheten vid olika typer av kriser och den radio-kanal myndigheter hänvisar till för krisinformation. I det interna arbetet finns tydliga rutiner och mallar för hur kanalen ska arbeta för att utföra uppdragen att å ena sidan samverka med myndigheter kring krisberedskap och å andra sidan samtidigt vara en oberoende nyhetsförmedlare. Sedan 2024 finns en koordinator som ska utveckla beredskapsarbetet och olika typer av projekt inom P4.

I 3.11 *Beredskap och viktigt och meddelande till allmänheten* kan du läsa mer om hur Sveriges Radio organiserar och utvecklar arbetet med att uppfylla beredskapsuppdraget.

Så utvecklades den lokala organisationen under 2025

Under den gångna tillståndsperiodens sista år genomförde Sveriges Radio ett antal strategiska och publicistiska satsningar för att stärka såväl den lokala och regionala organisationen som bevakningen av svagt bevakade områden:

- *En ny strategi för P4 implementerades.* Strategin som slogs fast 2024 understryker bland annat att P4 vänder sig till en publik som oavsett ålder ser på världen utifrån ett lokalt perspektiv.
- *En särskild reporter som ska granska kommuner tillsattes.* Reportern ska utveckla och bedriva undersökande journalistik på kommunal nivå. Detta steg ingår i Sveriges Radios uppfyllande av kravet i sändningstillståndet på att stärka bevakningen av svagt bevakade områden, vilket du kan läsa mer om i 5.4 Sveriges Radio ska spegla hela Sverige.
- *Ett aspirantprogram startades.* Under 2025 inrättades också en aspirantutbildning i syfte att trygga kompetensförsörjningen i de delar av landet där det under lång tid varit svårt att locka kompetenta journalister.³

Så har det lokala utbudet utvecklats under tillståndsperioden

De beskrivna förändringarna och satsningarna under 2025 kompletterade ett större antal utvecklingsprojekt som genomförts tidigare under den gångna tillståndsperioden. Här följer en sammanfattning av de viktigaste projekten som genomförts 2020–2025:

- *Innehållet för lyssning via digitala plattformar har utvecklats,* bland annat genom internutbildning och förändrade arbets sätt.
- *Kvaliteten på livesändningar har höjts* genom att medarbetare deltagit i olika utbildningar, följer nya arbetsmetoder och har fått tillgång till bättre teknisk utrustning.
- *Kvaliteten på nyhetsinnehållet har förbättrats* genom ett antal långsiktiga projekt, bland annat genom att redaktionerna lyfter fram fler mänskliga perspektiv och tydligt visar på bakomliggande orsaker till det nyheterna handlar om.
- *Teknisk utrustning och fordon har utvecklats* för att lättare kunna skapa innehåll och rapportera live utanför radiohusen.
- *Tillfälliga redaktioner har upprättats* där medarbetare under en tid arbetat i projektform på plats i mindre orter eller stadsdelar där Sveriges Radio inte har fast stationering. Under den första halvan av tillståndsperioden delfinansierades de tillfälliga redaktionerna med särskilda projektpengar för att sedan infogas i de lokala kanalernas ordinarie uppdrag och resurser. Från 2024 är arbetssättet helt inlemmat i den ordinarie verksamheten och ingår som en del i de olika typer av mobila arbetsmetoder som företaget använder för att producera innehåll utanför radiohusen. Dessa aktiviteter statistikförs inte längre från och med 2024.



Elton Eiranson och Petter Niljung i samtal under en arbetsdag på P4 Värmlands redaktion i Karlstad. Foto: Mattias Ahlm/Sveriges Radio.

- *Redaktionerna analyserade de demografiska förhållandena i sina områden och inventerade den kunskap de hade om de områden som de bevakar, granskar och speglar. Detta var också centralt i projektet med tillfälliga redaktioner där en satsning på en tillfällig redaktion inleddes med att medarbetare på en kanal eller redaktion gjorde en bristanalys av det egna innehållet kring en viss ort, ett visst bostadsområde eller ett visst ämne.*
- *En särskild division för de lokala kanalerna* Division Lokal, inrättades inom Programmenheten, vilket nämnts tidigare. I Division Lokal ingår också redaktionerna för de nationella minoritetsspråken samt *Radiosporten*. Ledningsgruppen består bland annat av en chef som har ansvar för den övergripande digitala utvecklingen, och inom divisionen finns också flera anställda som arbetar specifikt med att utveckla innehållet både linjärt och on demand.
- *En särskild publiceringsdesk för digitala lokala nyheter inrättades.* Den är bemannad alla dagar i veckan med ett 40-tal medarbetare statione-

rade runt om i landet. Uppdraget är att höja kvaliteten på de lokala kanalernas digitala publiceringar och att stärka innehållet på kvällar och helger för att locka fler människor att ta del av innehållet i Sveriges Radios app.

- *Storstadskanalerna inriktade sig på att gemensamt utveckla innehållet.* 2024 samlades de treorstadskanalerna *P4 Stockholm*, *P4 Göteborg* och *P4 Malmöhus* i en särskild del av områdesorganisationen. Syftet var att dessa kanaler skulle kunna fokusera på publika och journalistiska utmaningar som är särskilt tydliga i storstadsområden och långsiktigt göra kanalerna mer attraktiva för lyssnare både linjärt och on demand.
- *Ekot och lokala P4-kanaler satsade på utökad samarbete*, bland annat genom att utnyttja olika synergieffekter. 2024 tillsattes två chefer med särskilt ansvar för att utveckla dessa samarbeten, ta fram grävande journalistik samt hitta nyheter och fördjupning inom aktuella ämnen.



”Under 2025 inrättades också en aspirantutbildning i syfte att trygga kompetensförsörjningen i de delar av landet där det under lång tid varit svårt att locka kompetenta journalister.”

¹ Enligt statistik från EBU.

² ”Granskningsnämndens bedömning av public service-redovisningarna för 2024”, Mediemyndigheten juni 2025.

³ <https://www.sverigesradio.se/artikel/sveriges-radio-startar-betalad-utbildning-for-blivande-journalister> 10 april 2025.



Ylva Lilja är en välkänd röst för *P4 Stockholms* lyssnare. Sedan 2024 är storstadskanalerna samlade i egen del av den lokala organisationen. Foto: Mattias Ahlm/Sveriges Radio.

7. Så används pengarna

För att fortsätta kunna ge miljoner lyssnare ett starkt utbud krävs en ekonomi i balans och resurser till utveckling av både innehåll och tjänster.

- 7.1 Intäkter
- 7.2 Kostnader
- 7.3 Produktivitet och effektivitet
- 7.4 Sidoverksamhet
- 7.5 Så samarbetar public service-bolagen



Resurserna ska läggas på det som är viktigast för lyssnarna

§ 1 | SÄNDNINGSTILLSTÅND

» SR ska inom tillgängliga ekonomiska ramar göra de prioriteringar som krävs för att uppfylla uppdraget. Verksamheten ska inom ramen för uppdraget bedrivas rationellt. «

§ 19 | SÄNDNINGSTILLSTÅND

» SR ska redovisa och kommentera hur uppdraget fullgjorts med avseende på bl.a. volym, kostnader och intäkter samt nyckeltal som visar effektivitet och produktivitet. «

År 2025 tilldelades Sveriges Radio 3,4 miljarder kronor för att leverera cirka 141 000 timmar linjära radiosändningar, ett omfattande utbud on demand samt konserthuset Berwaldhallen med orkester och kör. De pengar som företaget har till sitt förfogande läggs huvudsakligen på att producera innehåll inom kategorierna nyheter, samhälle och kultur. I detta kapitel redovisas

- intäkter och kostnader
- hur Sveriges Radio arbetar med att öka produktiviteten och effektiviteten samt med att genomföra ett omfattande besparingsprogram för att ha en ekonomi i fortsatt balans
- sidoverksamheter och koncernsamarbeten med SVT, UR och SRF.



En majoritet av Sveriges Radios sändningstimmar är lokalt utbud. I bakgrunden skymtar P4 Värmlands medarbetare Bengt Höglind. Foto: Mattias Ahlm/Sveriges Radio.

7.1 Intäkter

§ 17 | SÄNDNINGSTILLSTÅND

» SR får inte sända reklam. «

§ 18 | SÄNDNINGSTILLSTÅND

» SR får inte sända sponsrade program där sponsorbidraget har tillfallit SR direkt. «

Sveriges Radio tilldelades 3 397 400 000 kronor för att bedriva verksamheten under 2025.¹ Medelstilldelningen och intäkter vid sidan av avgiftsmedel visas i tabell 7.1.1.

Sveriges Radios verksamhet finansieras av en public service-avgift som tas ut via skattsedeln och som ska betalas av alla över 18 år som har en beskattningsbar förvärvsinkomst. Avgiften är en procent av inkomsten upp till ett tak som under 2025 var maximalt 1 249 kronor per person och år.² Från och med 1 januari 2026 sänktes maxavgiften till 1 184 kronor per person och år. Det är den lägsta nivån sedan public service-avgiften den 1 januari 2019 ersatte det tidigare systemet med tv- och radiolicens.

Nivån för avgiften som tas ut av Skatteverket bestäms av regeringen i statsbudgeten. Sänkningarna av avgiften har gjorts för att balansera ett överskott på det så kallade public service-kontot som är separerat från den övriga statsbudgeten.

Intäkter vid sidan av avgiftsmedel

2025 hade Sveriges Radio totalt sett 74,9 miljoner kronor i intäkter vid sidan av avgiftsmedel. Här ingår också delar som du kan läsa mer om i 7.4 *Sido-
verksamheter*. Som framgår av tabellen 7.1.2 kom den enskilt största delen av dessa intäkter från konsertverksamhet i Berwaldhallen.

Från 2025 redovisas ”Beredskapsprojekt” som en egen rubrik. Dessa intäkter som hänger samman med Sveriges Radios beredskapsuppdrag var 12,3 miljoner kronor under det gångna året. Tidigare

under tillståndsperioden har denna post redovisats under rubriken ”Övrigt” där mindre intäkter av olika slag också har samlats – allt från försäljning av begagnad utrustning till försäkringsärenden. Det förändrade sättet att redovisa innebar att intäkterna under ”Övrigt” endast blev 5,3 miljoner kronor under 2025, vilket är en väsentligt lägre summa jämfört med tidigare år under tillståndsperioden.

Kommersiella samarbeten

Sveriges Radio definierar kommersiellt samarbete på följande sätt: ”Samarbete med kommersiell aktör som genererat intäkter till SR.” Under 2025 har Sveriges Radio inte haft några kommersiella samarbeten.

Sponsring

Varken direkt eller indirekt sponsring förekommer i Sveriges Radios journalistiska verksamhet. I 3.3 *Samarbeten med produktionsbolag* kan du bland annat läsa om hur Sveriges Radio i produktionsutläggningsavtal med bolagen säkerställer att det inte förekommer någon direkt eller indirekt sponsring i program eller poddar som de gör för Sveriges Radio. I avtalen anges att ”ersättning enligt denna punkt utgör Produktionsbolagets enda ersättning” samt att produktionsbolaget inte har ”rätt att ta emot ekonomiska bidrag eller bidrag av ekonomiskt värde från tredje man för programmen”.

Indirekt sponsring förekommer i ett fåtal fall i samband med att Sveriges Radio sänder konserter i P2. Det gäller nyårskonserten från Wien samt ett antal operasändningar från *Metropolitan Opera* i New York. En förutsättning för att kunna göra konserterna tillgängliga för en svensk publik är att göra ett undantag från Sveriges Radios generella hållning att indirekt sponsring inte ska förekomma. I dessa fall lämnas sponsringsmeddelanden i enlighet med 15 kapitlet 10 § i radio- och tv-lagen.

7.1.1 Sveriges Radios medelstilldelning och intäkter vid sidan av avgiftsmedel, miljoner kronor

	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Erhållna avgiftsmedel	3 077	3 139	3 201	3 265	3 331	3 397
Justering mellan programbolagen	9	6	5	3	6	8
Totalt erhållna avgiftsmedel	3 086	3 145	3 207	3 268	3 337	3 405
Avgiftsmedel överförda till Rikab	–	–	–	–	–	–
Avgiftsmedel överförda till SRF	-74	-68	-71	-76	-80	-83
Delsumma överförda avgiftsmedel	-74	-68	-71	-76	-80	-83
Erhållna medel efter Rikabs likvidation	–	5	–	–	–	–
Förändring skuldförda avgiftsmedel	-153	-67	-18	2	-73	88
Summa intäktsförda avgiftsmedel	2 859	3 014	3 118	3 194	3 184	3 410
Intäkter konsertverksamheten	5	6	21	28	31	35
Övriga intäkter	29	27	27	50	62	27
Summa övriga intäkter	34	33	48	78	93	62
Summa avgiftsmedel och övriga intäkter	2 893	3 047	3 166	3 272	3 277	3 472
Intäkter sidoverksamhet	11	10	15	18	17	13
Summa intäkter	2 903	3 057	3 181	3 289	3 294	3 485

¹ Medelsvillkor 2020–2025.² Budgetpropositionen för 2026 (prop. 2025/26:1).

7.1.2 Intäkter vid sidan av avgiftsmedel, miljoner kronor

	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Intäkter konsertverksamheten	4,9	6,2	20,8	26,4	31,0	35,2
Privatkopieringsersättning	-	-	-	25,5	14,4	-
Turnéverksamhet Radiosymfonikerna och Radiokören	0,6	2,8	1,6	2,1	7,3	2,0
Hysesintäkter	0,8	0,3	0,2	2,3	0,8	0,2
Lönebidrag	1,6	1,7	1,2	1,6	3,4	3,0
Kompensation sociala avgifter musiker och korister	3,5	3,5	3,5	3,5	3,5	3,5
Julkalendern	1,2	1,0	0,6	0,6	0,6	0,6
Sjuklöneersättning	8,1	1,6	3,7	-	-	-
Beredskapsprojekt	-	-	-	-	-	12,3
Övrigt	14,0	16,2	15,8	15,7	32,0	5,3
Sidoverksamhet	10,7	9,6	14,9	17,6	17,1	12,8
Summa	45,3	42,9	62,4	95,4	110,1	74,9

Från och med 2025 redovisas beredskapsprojekt på en egen rad i tabellen. Tidigare år har beloppet ingått i raden övrigt.



Den franske pianisten Lucas Debargue under en konsert tillsammans med Sveriges Radios Symfoniorkester i Berwaldhallen i maj 2025. Foto: Arne Hyckenberg.

7.2 Kostnader

Sveriges Radios kostnader för att bedriva verksamheten under det gångna året redovisas

- totalt per kostnadsslag
- fördelade per programkategori.

Stora besparingar under tillståndsperioden

Under 2025 slutförde Sveriges Radio ett omfattande besparingsprogram, som inleddes under 2024, för att fortsatt ha en ekonomi i balans. Bakgrunden var att den höga inflationen under 2022 och 2023 bland annat drivit fram löneökningar till väsentligt högre nivåer än vad den årliga medelsuppräkningsgraden på två procent täckte. Vid sidan av löneökningar har också kostnaderna för bland annat säkerhet, beredskap, fastigheter och distribution ökat snabbt.

Besparingsprogrammet sänkte Sveriges Radios årliga kostnader med cirka 226 miljoner kronor under 2024 och 2025. Av dessa sparas cirka 142 miljoner inom Programmenheten som är den enhet som fått den största andelen av resurserna.

De enda områden som varit helt undantagna från besparingsprogrammet var

- säkerhet och beredskap – till följd av att Sveriges Radio bland annat behövde göra en del förstärkningar för att uppfylla kraven i säkerhetsskyddslagen, vilket du kan läsa mer om i *3.11 Beredskap och viktigt meddelande till allmänheten*
- distribution – beroende på att Sveriges Radio var, och är, skyldigt att nå 99,8 procent av befolkningen med sändningar i marknätet och inte kan påverka det pris som sätts av leverantören *Teracom* som förvaltar marknätet.

Övriga besparingar gjordes främst inom Vd-, HR & Ekonomi-, Kommunikations- samt Teknikenheterna. Dessa enheter kallas stödenheter, och de ska stötta Programmenhetens verksamhet. Kostnadsminskningarna i procent var betydligt större inom stödenheterna än inom Programmenheten, och dessa delar av företaget genomförde även tidigare under tillståndsperioden effektiviseringar motsvarande cirka 10 procent av sina respektive kostnader. Som framgår av tabellerna 7.2.1 och 7.3.2 minskade summorna i kategorin ”Övriga kostnader” som andel av de totala kostnaderna under tillståndsperioden, från en andel på 16,2 procent 2020 till 13,1 procent 2025.

Mellan 2024 och 2025 ökade dock denna kategori vilket främst var en effekt av snabbt stigande kostnader för säkerhet och beredskap.

Det sammanlagda antalet tillsvidareanställda har minskat sedan 2023 som en konsekvens av besparingsprogrammet under 2024 och 2025 – det totala antalet anställda redovisas i 3.6 *Sveriges Radio finns i hela landet*.

Under 2025 var Sveriges Radios kostnader högre än intäkterna från avgiftsmedlen för året samt från sidoverksamheter. Mellanskillnaden täcktes av periodiserade medel, förenklat uttryckt pengar som reserverats från tidigare år för att senare kunna genomföra större investeringar och projekt. Avgiftsmedlen klassas som näringsbidrag vilket gör att en summa pengar från ett årsresultat kan reserveras på detta sätt utan att beskattas och därför kan periodiseras och användas senare till större investeringsbehov.

Sveriges Radio planerar under de kommande åren att fortsätta investera i bland annat ett nytt produktionssystem (reservdelar till det nuvarande systemet slutar tillverkas 2027 och behöver därför fasas ut), innehållsutveckling, utveckling av Sveriges Radios app, AI-teknik, fastighetsrenoveringar samt IT-säkerhet. Vid sidan av detta tillkommer ökade kostnader för säkerhet och beredskap.

Under tillståndsperioden 2020–2025 avsatte företaget också en viss ekonomisk reserv inför den uppdragsperiod som inleddes 1 januari 2026.

Kostnader per kostnadsslag

Tabellen 7.2.1 visar Sveriges Radios resursfördelning uppdelat på tre olika kostnadsslag:

- programproduktion – kostnader för den programproducerande verksamheten
- distribution – kostnader för distribution av marksändningar och internetdistribution
- övriga kostnader – vissa delar av verksamheterna teknik, säkerhet, ekonomihantering, administration, fastighet och kommunikation.

Det är viktigt att komma ihåg att många typer av kostnader ligger i ett gränsland där det inte är självklart hur de ska beräknas. Det kan gälla exempelvis vissa typer av administrativa kostnader, transporter eller mjukvaruteknik som är nödvändiga för att

redaktioner ska kunna producera innehåll. Det finns heller inte någon vedertagen praxis för hur ett public service-bolag bör beräkna resursfördelning, varken i Sverige eller i Europa.

Sveriges Radio hade som målsättning att andelen av företagets resurser som avsattes till programproduktion skulle öka under tillståndsperioden, vilket du kan läsa mer om i *7.3 Produktivitet och effektivitet*. Denna målsättning påverkades inte av det pågående besparingsprogrammet. Men det finns svårigheter med att i detalj förutse hur relationerna mellan olika kostnadsslag kommer att se ut framöver, bland annat för att prognoser pekar mot fortsatt kraftigt ökade kostnader för distribution under 2020-talets andra halva. Detta beskrivs i följande kapitel *7.3 Produktivitet och effektivitet*.

Kostnader per programkategori

Sveriges Radio fördelar resurser till företagets olika delar utifrån prioriteringar som utgår från såväl public service-uppdraget som publikens förväntningar. Sätten att fördela resurser stöder på så sätt automatiskt företagets strategiska mål, vilket du kan läsa mer om i *1.4 Sveriges Radios mål och strategier*.

Fördelningen per programkategori är i princip densamma från år till år. Som framgår av tabellerna 7.2.2 och 7.2.3 stod områdena Nyheter, Samhälle och Kultur för sammanlagt cirka två tredjedelar av kostnaderna även under 2025. Storleksförhållandena mellan de olika programkategorierna har i princip varit konstanta under en lång räkka av år. Däremot förändras ofta resursfördelningen inom respektive programkategori under ett produktionsår. Utbudet förändras och utvecklas kontinuerligt, och resurser kan behöva omfördelas inom en programkategori när nya frågor behöver prioriteras publicistiskt. I många program och poddar kan flera olika ämneskategorier rymmas inom ett och samma format och innehållsuppdrag. Detta beskrivs även i *5.3 Programkategorier*.

Allmänheten anser att i princip alla programkategorier där Sveriges Radio har en hög andel kostnader är viktiga, och de får höga betyg. Detta framgår av diagrammet 7.3.2 i kapiteldelen *7.3 Produktivitet och effektivitet* där allmänhetens värderingar ställs i relation till de resurser företaget lägger inom respektive programkategori. Sveriges Radios uppfattning är att det visar att företaget gör effektiva prioriteringar när det gäller fördelningen av resurser.

7.2.1 Sveriges Radios kostnader per kostnadsslag, miljoner kronor

	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Programproduktion	2 176	2 391	2 542	2 629	2 619	2 712
Distribution	249	263	259	268	285	318
Övriga kostnader	468	392	368	374	374	456
Delsumma	2 893	3 041	3 170	3 272	3 277	3 485
Sidoverksamhet	9	15	14	16	16	11
Summa kostnader	2 903	3 055	3 184	3 287	3 293	3 496

Kommentar: Den samlade summan kostnader för 2025 på 3 496 mkr i denna tabell skiljer sig med 12 mkr från motsvarande summa i Sveriges Radios årsredovisning för 2025. Detta beror på att ett byggprojekt som påbörjats 2025 preliminärt ska avslutas under 2026 och därför kommer att kostnadsföras i nästa års årsredovisning.

7.2.2 Sveriges Radios kostnader per programkategori, miljoner kronor

	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Nyheter	1 118	1 177	1 225	1 265	1 267	1 347
Samhälle	431	454	472	488	488	519
Kultur	390	410	427	441	441	469
Sport	119	125	130	134	135	143
Underhållning	189	199	207	214	214	228
Musik	462	486	506	522	523	557
Service	46	49	51	52	52	56
Livsstil	138	145	151	156	156	166
Summa	2 893	3 046	3 170	3 272	3 277	3 485

7.2.3 Kostnadsandelar per programkategori i procentandelar

	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Nyheter	39 %	39 %	39 %	39 %	39 %	39 %
Samhälle	15 %	15 %	15 %	15 %	15 %	15 %
Kultur	13 %	13 %	13 %	13 %	13 %	13 %
Sport	4 %	4 %	4 %	4 %	4 %	4 %
Underhållning	7 %	7 %	7 %	7 %	7 %	7 %
Musik	16 %	16 %	16 %	16 %	16 %	16 %
Service	2 %	2 %	2 %	2 %	2 %	2 %
Livsstil	5 %	5 %	5 %	5 %	5 %	5 %
Summa kostnader	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

7.3 Produktivitet och effektivitet

• 1 | MEDELSVILLKOR

» SR ska kontinuerligt vidta åtgärder som syftar till ökad effektivitet och produktivitet. «

• 19 | MEDELSVILLKOR

» SR 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. «

Under den gångna tillståndsperioden 2020–2025 har Sveriges Radios årliga medelstillsdelning ökat med 2 procent per år i absoluta tal eller så kallande löpande priser.

Räknar man däremot in inflationseffekter blir bilden en annan. Hade medelstillsdelningen följt inflationen skulle 2020 års nivå på 3 077 miljoner kronor ha motsvarat cirka 3,8 miljarder kronor i 2025 års penningvärde, vilket kan jämföras med tillsdelningen för 2025 strax över 3,3 miljarder.^{1,2} Det innebär att företaget i praktiken behövt minska sina kostnader under tillståndsperioden med drygt 400 miljoner kronor i dagens penningvärde för att kunna balansera sin ekonomi mot den generella kostnadsutvecklingen.

Den enskilt mest omfattande åtgärden var det besparingsprogram som genomfördes under 2024 och 2025 som sänkte företagets årliga kostnader med cirka 225 miljoner kronor. Men även innan de ekonomiska förutsättningarna försämrades, främst till följd av den snabbt stigande inflationen under 2022 och 2023, hade Sveriges Radios kostnader under lång tid ökat i högre takt än vad den årliga tvåprocentiga uppräknings av medel täckte. Det berodde bland annat på effekter av löneutvecklingen på arbetsmarknaden, men också på att kostnader för distribution, säkerhet och beredskap ökat snabbt – dessa utgifter är också exempel på kostnader som Sveriges Radio till följd av sitt uppdrag inte kan välja bort.

Konstruktionen med en uppräknings som inte täcker de verkliga kostnadsökningarna gör att behovet av löpande effektiviseringar och produktivitetshöjningar kan sägas vara inbyggda i det svenska

public service-systemet. Sveriges Radio har därför under många år regelbundet rationaliserat verksamheten för att dels kompensera glappet mellan uppräknings och verklig kostnadsökning, dels frigöra medel för utveckling av utbud och tjänster som är nödvändiga för att Sveriges Radio ska kunna leva upp till sitt uppdrag och fortsatt vara relevant för en mycket stor publik.

Att frigöra pengar eller sänka kostnader genom stora besparingsåtgärder eller uppskjutna investeringar kan inte per automatik räknas som rationaliseringar eller produktivitetförbättringar. Det är en avgörande skillnad mellan att exempelvis över tid effektivisera en programproduktion jämfört med att lägga ned den för att kunna sänka kostnader. Denna skillnad är viktig i läsningen av denna kapiteldel som handlar om hur Sveriges Radio arbetar med att höja effektivitet och produktivitet och om vilka nyckeltal företaget använder för detta ändamål.

Produktivitet och effektivitet över tid

I 1.3 Sveriges Radio i ett föränderligt medielandskap kan du läsa om hur de finansiella förutsättningarna för public service utvecklats över tid samtidigt som konkurrensen om publikens tid har blivit hårdare. 2025 nådde Sveriges Radio cirka 53 procent av befolkningen under en genomsnittlig dag, att jämföra med cirka 55 procent en genomsnittlig dag år 2000. I absoluta tal innebär det dock att Sveriges Radio hade cirka en miljon fler lyssnare under en genomsnittlig dag 2025 jämfört med under millenniets första år.³

Den svenska befolkningen är inte bara större i dag – den är mer heterogen vad gäller bakgrunder, språkkunskaper, medievänor med mera. Sätten att ta del av innehåll från företaget är numera också spridda på både digitala plattformar och traditionella radioapparater – en lyssnare kan när som helst ta del av miljoner timmar innehåll från företaget via Sveriges Radios app.

Justerat för inflation var medlen för 2000 i princip jämnstora med medlen för 2025.⁴ Det innebär samtidigt att kostnaden per invånare (justerat för inflation) för Sveriges Radio i dag är cirka 15 procent lägre än vid millennieskiftet.⁵ 2025 hade alltså fler lyssnare och användare tillgång till mer innehåll från Sveriges Radio och till en lägre kostnad per invånare jämfört med i början av 2000-talet.

Förenklat uttryckt kan man sammanfatta det som att företaget under 2000-talet haft i praktiken statiska intäkter och samtidigt hanterat faktorer som ett utökat uppdrag samt reallöneökningar på arbetsmarknaden som vida överstigit inflationen.⁶ Samtidigt har företaget genomfört en genomgripande digitalisering och erbjuder i dag en kraftigt utökad service till en växande och mer heterogen publik jämfört med tiden vid millenieskiftet. Förutsättningen för detta har varit en löpande höjning av effektivitet och produktivitet över tid som är minst lika viktig att beakta som de årliga, enskilda effektiviserings som redovisas i denna kapitel.

Så redovisas produktivitet och effektivitet

Sveriges Radio redovisar sitt arbete för ökad produktivitet och effektivitet under det gångna året i form av sex olika nyckeltal – tre för produktivitet och tre för effektivitet. Dessa nyckeltal redovisas i slutet av denna kapitel.

Företaget strävar alltid efter att få ut så mycket som möjligt av resurserna, men komplexiteten i uppdraget gör det komplicerat att använda traditionella tolkningar av begrepp som produktivitet och effektivitet. Exempelvis definierar Nationalencyklopedin de båda begreppen så här:

- produktivitet: ”produktionens effektivitet” som ”mäts t.ex. genom att man fastställer produktionen per arbetstimme”
- effektivitet: ”förhållandet mellan insatserna i en verksamhet och verksamhetens resultat”.

Att bedöma resultat för ett företag som Sveriges Radio är dock inte lika enkelt som för en vinstdrivande, kommersiell verksamhet. Komplexiteten i uppdraget gör att olika typer av resultat kan tolkas och värderas på olika sätt. Sändningstillståndet och medelsvillkoren är i huvudsak också formulerade i kvalitativa termer och inte som krav på producerade volymer eller arbetstimmar per producerad enhet.

Sveriges Radio har sedan länge valt bort att på traditionellt vis betrakta kostnader per producerad sändningstimme som ett mått på produktivitet. Måttet användes fram till 2014 men togs bort eftersom det riskerade att uppmuntra till att sprida ut resurserna på fler timmar i etern vilket i sin tur kunde leda till att kvaliteten i utbudet skulle minska. Att exempelvis producera fler timmar musikbaserad

flödesradio eller AI-genererat innehåll byggt på syntetiska röster vore annars ett enkelt och billigt sätt att sänka snittkostnaden per sändningstimme. Det skulle dock knappast gagna kvaliteten i innehållet.

Produktivetsmått i ett public service-företag

Företag på en kommersiell marknad kan också höja sin produktivitet genom att välja bort sådant som är olönsamt eller kostnadsdrivande. Den möjligheten finns sällan för Sveriges Radio. Företagets legitimitet ligger tvärtom i hög grad i att kunna garantera värden som kan vara svåra att sammanfatta i siffror och ekonomiska termer. Sådana värden kan exempelvis finnas inom kulturutbudet, program på minoritetsspråk och tillgänglighetsanpassat innehåll eller inom andra områden där en kommersiell marknad inte självklart kan tillgodose behoven.

Det är också vanskligt att applicera traditionella mått för effektivitet och produktivitet på publicistiskt och konstnärligt innehåll oavsett om det handlar om exempelvis utrikesbevakning eller konserthusverksamhet i *Berwaldhallen*. Beredningsuppdraget och företags roll i totalförsvaret är också exempel på verksamheter där det är svårt att applicera traditionella mått för effektivitet och produktivitet.

I flera fall har Sveriges Radio också begränsade möjligheter att påverka kostnaderna för sådant som företaget är skyldigt att leverera. Ett sådant exempel är kravet på att upprätthålla distribution av hög kvalitet till 99,8 procent av landets befolkning. Marknätet för FM och DAB tillhandahålls av en extern leverantör, och kostnaderna påverkas bland annat av hur många aktörer som ingår i systemet och som kan dela på vissa kostnader. Mellan 2015 och 2025 steg kostnaderna för distribution i en mer än dubbelt så hög takt som den årliga uppräknings medel på 2 procent.⁷

De ökade kostnaderna för distribution har fört med sig att Sveriges Radio behövt spara på andra poster för att kompensera glappet mellan de uppräknade medlen och den verkliga ökningen av kostnaderna för distribution. Denna utgiftspost kommer att öka kraftigt under den uppdragsperiod som nu inlests eftersom flera medieföretag har upphört med sändningar marknätet och kostnaderna måste då fördelas mellan de aktörer som fortfarande sänder i marknätet.



Med hjälp av en vevradio kan lyssnaren ta del av viktig information från Sveriges Radio även när elförsörjningen inte fungerar. Kostnaderna för distribution till 99,8 procent av Sveriges befolkning har stigit markant under det senaste decenniet. Foto: Mattias Ahlm/Sveriges Radio.

Nyckeltal formuleras på övergripande nivå

Målsättningar och nyckeltal för effektivitet och produktivitet i en public service-verksamhet behöver alltså utformas med hänsyn till komplexiteten i uppdraget. Att enbart fokusera på kvantitativa publikmål eller producerade volymer skulle riskera att stå i konflikt med många av de smalare uppdrag Sveriges Radio har. Nyckeltalen behöver också ligga på en övergripande nivå för att inte leda till detaljstyrning av publicistiska och konstnärliga prioriteringar.

Åtgärder för att stimulera effektivitet och produktivitet i verksamheten ger underlag för

- utveckling som är nödvändig eftersom publiken förväntar sig ständig förnyelse av innehåll och förbättrade tjänster

- rationaliseringar som är nödvändiga eftersom den tvåprocentiga uppräknings medel inte täcker kostnadsökningar över tid.

Sveriges Radios tre nyckeltal för produktivitet

Här beskrivs nyckeltalen och hur företaget arbetar för att följa upp dem:

- *Nyckeltal för produktivitet* – ökad andel resurser för programproduktion. Målet har varit att 80 procent av kostnaderna skulle ligga inom programproduktion vid tillståndens slut enligt den modell Sveriges Radio använder för att redovisa resursfördelning. 2025 års resultat redovisas i tabell 7.3.2. och

visar att andelen har ökat från 75,2 procent under tillståndensperiodens första år 2020 till 77,8 procent 2025. Under ett par år under tillståndensperioden nåddes målet på 80 procent men 2025 minskade andelen till programproduktion på grund av kraftigt ökade kostnader för säkerhet och beredskap som bokförs under ”Övriga kostnader” samt distribution.

- **Nyckeltal för produktivitet – upphandlingsgrad.** Detta mått visar den andel av totala inköp (exklusive inköp av redaktionellt innehåll) som görs genom avtal upphandlade enligt *Lagen om offentlig upphandling* (LOU). Målet är att andelen ska vara minst 80 procent, och under 2025 låg upphandlingsgraden på 92 procent. Sveriges Radio räknar enligt branschpraxis med en genomsnittlig sänkning av kostnader med cirka tio procent när inköp görs med konkurrensutsatta upphandlade avtal. Upphandlingsprocessen bidrar också till kontinuerlig produktionsförbättring samt ökad standardisering av varor och tjänster vilket i sin tur leder till kostnadsminskningar. I 7.5 *Så samarbetar public service-bolagen* beskrivs de gemensamma upphandlingar som genomförts av SR, SVT, UR och SRF (Sveriges Radio Förvaltnings AB) under 2025.

77,8 %

av Sveriges Radios kostnader utgjordes av programproduktion under 2025.

- **Nyckeltal för produktivitet – samlad ekonomiskt värde av produktivetsförbättringar.** För 2025 beräknas det samlade ekonomiska värdet av förändringar, rationaliseringar och innovationer till 26,1 miljoner kronor (43,35 miljoner kronor 2024 och 48,5 miljoner kronor 2023). En samlad lista över de största förändringarna under året finns att läsa på sidan 219. Målet är att åtgärderna ska bidra till att långsiktigt stärka Sveriges Radios utbud och tjänster och därigenom bidra till att företaget når sina strategiska mål och uppfyller sitt uppdrag. Summan som nyckeltalet utgör är också en uppskattning av det samlade värde Sveriges Radio kan se på kort sikt. På längre sikt kan utveckling av innehåll, arbetsmetoder, teknik, fastigheter med mera naturligtvis generera nya idéer och innovationer som bidrar till ytterligare produktivetsökning. Men sådana långsiktiga effekter är av naturliga skäl svåra att förutse och än svårare att ange som mål i ekonomiska termer. Sveriges Radios uppfattning är därför att det inte är lämpligt att ange ett exakt siffersatt mål för det samlade ekonomiska värdet av produktivetsförbättringar. Punkt 1 i medelsvillkoren anger endast att ”SR ska kontinuerligt vidta åtgärder som syftar till ökad effektivitet och produktivitet” inte att dessa ska siffersättas i kvantitativa mål.

Sveriges Radios tre nyckeltal för effektivitet

Här beskrivs nyckeltalen och vad de innebär:

- **Nyckeltal för effektivitet – index för personligt värde.** Detta mått visar andelen av veckolyssnarna som anser att Sveriges Radio ger dem ett personligt värde. Resultatet för 2025 blev 79 procent (80 procent 2024). För att lyssnare och användare ska välja Sveriges Radios utbud i en ständigt växande konkurrens är det en förutsättning att de upplever att de får ut ett personligt värde av innehållet. Sveriges Radio mäter därför regelbundet hur stor andel av publiken som uppger att de får ut ett sådant personligt värde, och företaget har som mål att siffran ska öka inom den grupp som lyssnar minst en gång per vecka. Resultatet ingår också i uppföljningen av det strategiska målet ”Jag väljer Sveriges Radio” som du kan läsa mer om i kapitel 1.4 *Sveriges Radios mål och strategier*.
- **Nyckeltal för effektivitet – andel av samtliga Sveriges kommuner där SR gjort inslag under ett tertial.** Sveriges Radio ska spegla hela landet och har målsättningen att minst en gång per tertial finnas på plats i 100 procent av landets kommuner och producera innehåll därifrån. Under 2025 uppnåddes detta. Målsättningen för närvaro har följts upp under hela tillståndensperioden. Resultatet ingick också i uppföljningen av det strategiska målet ”Jag hör min och din vardag i Sveriges Radio” som även det beskrivs och redovisas i kapitel 1.4 *Sveriges Radios mål och strategier*.
- **Nyckeltal för effektivitet – fördelning av resurser utifrån programkategoriers viktighet och betyg.** Matrisen 7.3.1 *Programkategoriers viktighet och betyg* på sidan 218 beskriver hur Sveriges Radio fördelar ekonomiska medel till olika programkategorier i relation till hur programkategorier rankas av allmänheten både vad gäller viktighet och betyg. För Sveriges Radio visar detta mått att företaget använder resurser på ett sätt som stämmer väl överens med vad allmänheten uppfattar som relevant. Målsättningen är att de värden som presenteras i grafen 7.3.1 ska vara stabila över tid vad gäller såväl allmänhetens attityder som företagets användning av resurser. Så har också varit fallet under hela tillståndensperioden. 85 procent

av företagets programkostnader går till nyheter, samhällsbevakning, kultur och musik samt service. Dessa områden är också centrala i public service-uppdraget och redovisas utförligt i de två första delarna av kapitel 6. *Särskilda uppdrag och målgrupper*.

Storleken på cirklarna i grafen visualiserar fördelningen av resurser mellan programkategorierna. Enkelt uttryckt är en stabil resursfördelning avgörande för en stabil leverans av journalistik och kulturutbud till lyssnarna. Men medan storleken på respektive kategori i princip är identisk från år till år råder en förhållandevis stor rörlighet inom respektive kategori när utbudet förnyas över tid. Särskilt inom nyhetsverksamheten prioriterar Sveriges Radio vid behov resurser till att bevaka särskilt stora och viktiga nyhetsförlopp. Långsiktiga strategier och stabila resurser är också centrala för att kunna utveckla journalistiska kompetenser och arbetsmetoder – och i förlängningen utbudet.

Samtidigt visar grafen 7.3.1 att allmänheten i hög grad värdesätter att public service även erbjuder ett brett innehåll, till exempel sport och underhållning. Allmänheten anser också att service som exempelvis trafikinformation är mycket viktigt och håller hög kvalitet. Därför är det motiverat att Sveriges Radio lägger en del av resurserna på dessa områden. I 2.1 *Värde för samhället* kan du även läsa om att enligt SOM-undersökningen är allmänhetens stöd för det breda public service-uppdraget starkt.

Därför kostar nyheter mest

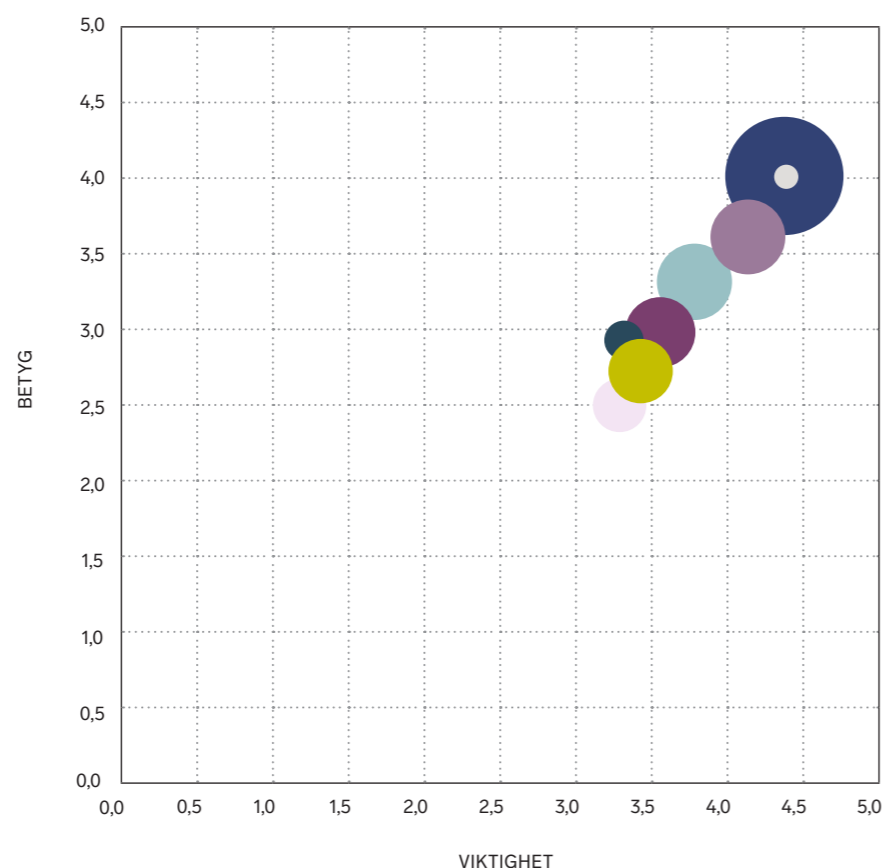
Förutsättningarna för löpande nyhetsproduktion är väsentligt annorlunda jämfört med de flesta så kallade kreativa näringar där många verksamheter ofta bedrivs i projektform med avgränsningar i tid och uppdrag. För ett företag som Sveriges Radio där 55 procent av det talade utbudet och 54 procent av programkostnaderna utgörs av nyheter och samhällsbevakning är denna skillnad central. Nyhetsverksamheten kostar till följd av sin omfattning och karaktär absolut mest. Nyheter publiceras och sänds dygnet runt året om, de produceras både på riksnivå och i 25 lokala kanaler samt görs på flera olika språk. Sveriges Radios olika nyhetsredaktioner finns regelbundet på plats i samtliga Sveriges kommuner, och korrespondenter finns stationerade över hela världen.

Totalt sett kostar också talat utbud mer än musik. Men musikområdet är även ett tydligt exempel på att skillnaderna i resursåtgång inom en kategori ofta kan vara större än skillnaderna i resursfördelning mellan kategorierna. Exempelvis kostar ett special-

beställt originalverk som skapats av en svensk kompositör på uppdrag av Sveriges Radio många gånger mer per sänd timme än rättighetsersättning för inspelad musik.

7.3.1 Programkategoriers viktighet och betyg

- Nyheter
- Service
- Samhälle
- Underhållning
- Sport
- Kultur
- Musik
- Livsstil



¹ Uträkning gjord med hjälp av Prismräknaren på scb.se

² Medelsvillkor för 2020–2025 avseende Sveriges Radio AB.

³ Lyssnarundersökningar år 2000 respektive 2025.

⁴ Medlen för år 2000 var 2043,7 mkr, vilket motsvarar ca 3275,5 mkr i penningvärde 2025 då Sveriges Radios medel var 3330,8 mkr. Omräkningen är gjord med SCB:s prismräknare.

⁵ Minskningen är beräknad på detta sätt: Summan av Sveriges Radios samlade medelstilldelning 2000 dividerat med Sveriges befolkningsantal 31 december 2000, därefter omräknad med SCB:s prismräknare till 2025 års penningvärde. Därefter har summan (ca 369 kr) jämförts med summan av Sveriges Radios medelstilldelning 2025 dividerat med Sveriges befolkningsantal 31 december 2025 (ca 314 kr).

⁶ "Real löneutveckling", Ekonomifakta.se, uppdaterad 9 maj 2025. https://www.ekonomifakta.se/sakomraden/arbetsmarknad/loner/real-loneutveckling_1208725.html

⁷ 2015 var Sveriges Radios kostnader för distribution 219 mkr, 2025 318 mkr, cirka 45 procent högre än 2015 räknat i löpande priser. Medelstilldelningen 2025 var 21 procent högre än 2015 räknat i löpande priser.

Förändringar under året

Sveriges Radio arbetar kontinuerligt med att effektivisera, rationalisera och förbättra verksamheten. De samlade ekonomiska produktivitetsförbättringarna som gjordes under 2025 beräknas till ett ekonomiskt värde av 26,1 miljoner kronor (48,5 mkr 2024). Här följer ett urval förändringar som lett till sänkta kostnader och förbättrad effektivitet inom de olika enheterna.

Programenheten

- Som en del i att stärka bevakning av svagt bevakade områden tillsattes en reporter med uppdrag att granska kommuner, vilket ledde till ett minskat behov av andra satsningar.
- En researcher anställdes för att leverera underlag till alla lokala P4-kanaler, vilket effektiviserade researcharbetet och minskade behovet av personal inom andra funktioner.
- Minskad bemanning inom produktionsteknik under sommaren ledde till minskade kostnader för vikarier.
- Antalet programanställningar och kostnaderna för dessa vid lokala P4-kanaler minskades under året samtidigt som kanalerna producerade lika mycket innehåll som tidigare.
- Försäljning av fordon som inte kommer att ersättas innebar en engångsintäkt och sänkte kostnader för fordonsinnehavet.
- Introduktionsperioderna för nya vikarier på *Ekot* effektiviserades vilket frigjorde mer tid för produktion.
- Förändrade sätt att planera semesterperioder för *Ekots* medarbetare ledde till sänkta kostnader för vikariat.
- Förändringar i programformat för inspelade gudstjänster minskade kostnaderna för sändningsteknik.
- Flera av *Ekots* fördjupande poddar gick över till att spelas in av programledare eller reportrar vilket minskade kostnader för produktionstekniker.
- Den manuella musikläggningen i *Sameradion* avvecklades och sköts nu på andra sätt, vilket effektiviserade arbetet på såväl *Sameradion* som inom *SR Musik*.

IT- och Teknikenheten

- Antalet anställda inom enheten och kostnaderna för personal kunde minskas efter en översyn av befattningar och roller inom enheten.
- Förbättrat IT-stöd och tekniska system skapade förutsättningar för effektiviseringar i Radiosportens redaktionella planeringsarbete vilket i sin tur ledde till minskade kostnader.
- Vissa typer av så kallad data processing, det vill säga insamling och bearbetning av data, effektiviserades vilket resulterade i minskade kostnader.
- En teknisk tjänst för personsökare avvecklades och ersattes av andra befintliga system vilket ledde till minskade kostnader.
- Vissa delar av den redaktionella planeringen förlades till ett nytt system som effektiviserade arbetet och sänkte kostnader.
- Datafiler som sparats lokalt flyttades över till molntjänster vilket sänkte kostnader för lagringskapacitet.

HR- och Ekonomienheten

- HR- och Ekonomienheten har infört nya arbetsmetoder vilket lett till att antalet medarbetare minskat och kostnaderna sänkts. Färre medarbetare utför nu fler arbetsuppgifter.
- Arbetet med ekonomiska prognoser har effektiviserats.
- Processen för att producera olika ekonomiska rapporter har setts över och effektiviserats.
- Ett nytt system för kreditbevakning har införts vilket ger bättre möjligheter att följa upp leverantörers kreditvärdighet och de krav som Sveriges Radio ställer i upphandlingar.

Vd-enheten

- Juridikavdelningen har låtit ett AI-verktyg ersätta en del manuellt arbete när det gäller juridisk rådgivning till chefer och medarbetare inom företaget.
- En så kallad AI-agent har också tagits fram för att arbetet med yttranden till granskningsnämnden ska bli mer effektivt. Innovationerna sparar tid och kostnader och gör det möjligt att hantera en ökad mängd ärenden och ge programmedarbetare mer service.
- Företaget har också utvecklat så kallade AI-agenter för medarbetare inom upphandling respektive språkvård. AI-agenterna bistår medarbetare med att exempelvis jämföra anbud eller att återanvända tidigare språkrådgivning och ökar på så sätt produktiviteten genom att spara tid och kostnader.
- Samarbetet med inköpsavdelningarna på SVT och UR har utvecklats och samtliga större inköp och upphandlingar stäms nu av på koncernnivå för att ta reda på om bolagen kan göra detta gemensamt för att få bättre avtal samt spara arbetstid.
- Analysavdelningen har sänkt kostnaderna genom att i så kallade kvalitativa publikundersökningar ha gått över till onlineintervjuer i stället för via telefon.
- Företaget har fortsatt att utveckla den så kallade Analysportalen som lanserades 2024 och som är en intern digital tjänst där medarbetare på automatisk väg kan ta del av publiksiffror och annan lyssnarrelaterad statistik. Under 2025 har portalen fått fler funktioner och större mängd statistikuppgifter, och antalet medarbetare inom hela företaget som använder tjänsten ökar. Detta har sänkt kostnaderna och frigör tid då en stor del av det arbete som publikanalytiker tidigare utförde sköts nu av Analysportalen.
- Säkerhets- och beredskapsavdelningen har genom en nyanställning inom projektering minskat behovet av externa specialister vilket sänkt kostnaderna.

Kommunikationsenheten

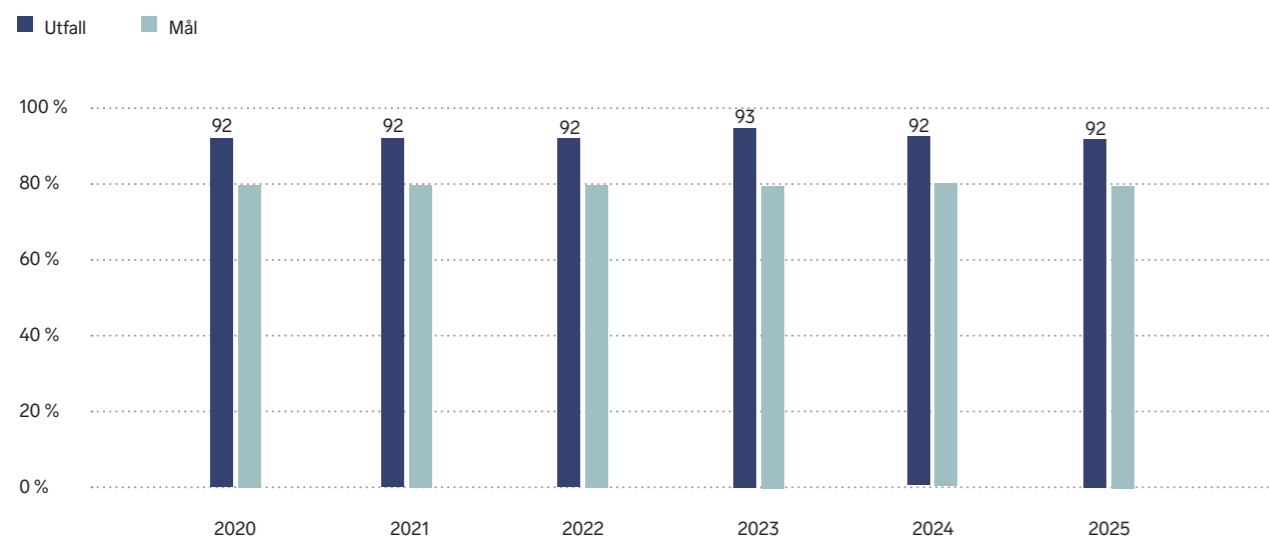
- Arbetet med köp av annonsplatser på externa digitala plattformar utförs i högre grad internt. Det har lett till en lägre kostnad för att anlita ett externt biolag för denna arbetsuppgift.
- Bemanningen inom företagskommunikation har minskat, och arbetsprocesser har förändrats så att färre medarbetare delar på arbetsuppgifterna.
- *Berwaldhallen* gick med i ett *Google*-program där bland annat kulturaktörer gratis kan annonsera på Googles sökresultatsidor upp till en viss summa. Detta har kunnat ersätta andra utgifter för *Berwaldhallens* marknadsföring.
- *Berwaldhallen* har ersatt den gamla webbplatsen med en ny vilket medfört sänkta kostnader för utveckling, vidareutveckling och förvaltning jämfört med den tidigare lösningen.
- Effektivare interna arbetssätt för att ta fram material till *Berwaldhallens* marknadsföring har lett till minskade kostnader för externa tjänster.

7.3.2 Resurser för programproduktion, procent

	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Programproduktion	75,2 %	78,7 %	80,2 %	80,4 %	79,9 %	77,8 %
Distribution	8,6 %	8,6 %	8,2 %	8,2 %	8,7 %	9,1 %
Övriga kostnader	16,2 %	12,7 %	11,6 %	11,4 %	11,4 %	13,1 %
Totalt	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %	100 %

7.3.3 Upphandlingsgrad, procent

Nedanstående tabell visar andelen av de totala inköpen (exklusive inköp av redaktionellt innehåll) som gjorts genom avtal upphandlade enligt LOU 2020–2025. 2025 uppgick andelen till 92 procent av inköpen på totalt 1 057 mnkr.



Kommentar: Målet under 2025 var att upphandlingsgraden skulle vara minst 80 procent.

7.4 Sidoverksamhet

• 3 | MEDELSVILLKOR

» Sidoverksamheter till SR: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 resultat-områden. «

• 9 | MEDELSVILLKOR

» 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. «

• 19 | MEDELSVILLKOR

» SR ska särskilt redogöra för företagets intäkter vid sidan av avgiftsmedel. «

Sveriges Radios medelstilleddning ska användas till företagets kärnverksamhet som utgörs av allt märksant innehåll, alla plattformar och alla tjänster företaget tillhandahåller samt allt ljud som tillhandahålls genom aktörer som länkar till Sveriges Radios innehåll. Detta beskrivs i 4.3 *Kärnverksamhet och kompletterande verksamhet*. Den kompletterande verksamheten syftar till att stödja kärnverksamheten och förbättra tillgängligheten för användarna.

Omfattning av sidoverksamheten

Vid sidan av kärnverksamhet och kompletterande verksamhet bedriver Sveriges Radio en begränsad sidoverksamhet som ligger inom sändningstillståndets ramar. Den bedrivs på ett konkurrensneutralt sätt och finansieras inte heller med avgiftsmedel utan med andra typer av intäkter:

- *SR Media Development Office* (SR MDO) är en fristående avdelning inom Sveriges Radio som arbetar med medieprojekt i utvecklingsländer. Verksamheten har sin bas i företagets kompe-

tenser inom medier och public service. Det handlar i första hand om att hjälpa till med att utveckla journalistik men också om att driva och stötta utveckling av organisationer och medieteknik. Verksamheten finansieras inte med medel från public service-avgiften utan bedrivs i sin helhet med intäkter från specifika biståndsprojekt. Vanligtvis står Sida för finansiering av projekten.

- *Uthyrning av konserthuset Berwaldhallen* för konserter, konferenser och andra typer av evenemang.
- *Uthyrning av musikstudior i Radiohuset*. Denna del av sidoverksamheten har pausats på grund av ombyggnationer i anslutning till studiolokalerna.
- *Licensiering*. Sveriges Radio säljer rättigheter till externa aktörer i form av texter och bilder som de kan använda i kommersiellt syfte. Det gäller exempelvis musikinspelningar för utgivning på cd, radioföljetonger för utgivning som ljudböcker, klipp för filmproduktioner och inslag i tv-program eller som del i teateruppställningar.

Under 2025 utgjorde sidoverksamheten 0,3 procent av Sveriges Radios totala kostnader. Utifrån att kostnadspåslaget för overhead (ekonomihantering, administration, HR, juridik och fastighetskostnader) ska vara relevant och kunna justeras kontinuerligt för att spegla förändringar i verksamheten har Sveriges Radio använt kostnadsslag som är gemensamma för hela företaget. Utöver traditionella overheadkostnader, som behövs för att kunna bedriva kärnverksamheten programproduktion, ingår även verksamheter som kommunikation, investeringar, utveckling och teknik/it.

Resultat för respektive sidoverksamhet balanseras mot tidigare års ackumulerade resultat.

Sveriges Radio bedömer att det inte är någon del av sidoverksamheten som riskerar att inkräkta på kärnverksamheten eller skada förtroendet för radio och tv i allmänhetens tjänst.



Studio 2 i Radiohuset i Stockholm. Sveriges Radios intäkter från studiouthyrning har minskat något över tid till följd av bland annat ombyggnationer i fastigheten. Foto: Daniel Stigefelt/Sveriges Radio.

7 SÅ ANVÄNDS PENGARNA

Prissättning inom sidoverksamheten

Sidoverksamheten bedrivs inom konkurrensutsatta och väl fungerande områden. Prisbilderna inom dessa områden är väl kända för kunder och andra leverantörer.

SR MDO bedriver konsult- och utbildningsarbete inom medieområdet, framför allt i låg- och medelinkomstländer utanför EU. En stor del av arbetet SR MDO bedrivit under den gångna tillståndsperioden har varit förlagt till Ukraina och dess public servicebolag. Verksamheten finansieras huvudsakligen genom kontrakt med olika biståndsgivare, framför allt biståndsmyndigheten Sida.

För uthyrning av Berwaldhallen gäller att den egna verksamheten prioriteras före externa kunder. Sveriges Radios bedömning är att de prisnivåer som används vid uthyrning av Berwaldhallen ligger i nivå med de nivåer som används för uthyrning av andra

konserterlokaler i Sverige. Bedömningen grundar sig bland annat på analyser som tidigare gjorts av en extern konsultfirma. Vad gäller musik- och publikstudiorna i Radiohuset i Stockholm låg priserna för uthyrning lägre än lite större repetitionslokaler men samtidigt högre än mindre repetitions- och inspelningslokaler. Sveriges Radio gör bedömningen att prisnivåerna för dessa typer av lokaler inte har förändrats. Prissättning vid försäljning av licensieringar av inspelningar och program görs efter omvärldsbevakning, och avstämning mot andra bolags prisnivåer och produktionskostnader görs regelbundet. Sveriges Radio baserar sitt pris på rekommendationer från upphovsrättsorganisationer samt det beräknade PPD-priset (Published Price to Dealer), det vill säga det pris en produkt har innan produkten når handeln.

7.4.1 Intäkter och kostnader för sidoverksamheter, miljoner kronor

		2020	2021	2022	2023	2024	2025
SR Media Development Office	Intäkter	9,6	8,7	11,9	13,3	13,9	9,6
	Kostnader	-8,4	-8,1	-12,1	-13,3	-13,3	-9,6
	Resultat	1,2	0,6	-0,2	0	0,6	0,0
Uthyrning Berwaldhallen	Intäkter	0,4	-	1,1	2,3	2,7	2,3
	Kostnader	-0,3	-	-0,6	-1,2	-1,4	-1,3
	Resultat	0,1	-	0,6	1,1	1,3	1,0
Uthyrning Lokaler, Teknik	Intäkter	0,1	-	0,4	0,4	0,2	0,2
	Kostnader	-0,1	-	-0,3	-0,2	-0,1	-0,1
	Resultat	0,0	-	0,1	0,2	0,1	0,1
Licensiering	Intäkter	0,6	1,0	1,6	1,5	0,5	0,7
	Kostnader	-1,1	-1,1	-1,1	-1,0	-1,0	-0,9
	Resultat	-0,5	-0,1	0,5	0,5	-0,5	-0,2
Summa	Intäkter	10,7	9,6	15,0	17,6	17,3	12,8
	Kostnader	-9,9	-9,1	-14,0	-15,8	-15,8	-11,9
	Resultat	0,8	0,5	1,0	1,8	1,5	0,9

0,9

miljoner kronor blev överskottet från sidoverksamheter under 2025.

7.5 Så samarbetar public service-bolagen

• 1 | MEDELSVILLKOR

» SR ska inom tillgängliga ekonomiska ramar göra de prioriteringar som krävs för att uppfylla uppdraget. Verksamheten ska inom ramen för uppdraget bedrivas rationellt. SR ska kontinuerligt vidta åtgärder som syftar till ökad effektivitet och produktivitet. Ett led i detta är att söka samarbetsområden med Sveriges Television AB (SVT) och Sveriges Utbildningsradio AB (UR). De åtgärder som vidtas kan leda till medelsavståenden mellan programföretagen. «

• 4 | MEDELSVILLKOR

» SR ska tillsammans med SVT och UR avstå medel för Sveriges Radio Förvaltnings AB:s kostnader enligt avtal mellan programföretagen. «

• 10 | MEDELSVILLKOR

» Överenskommelser mellan SR, SVT och UR rörande insatser på minoritetsspråk och teckenspråk samt för personer med funktionsnedsättning ska sändas till regeringen (Kulturdepartementet) och Myndigheten för press, radio och tv innan verksamhetsåret börjar. «

• 17 | MEDELSVILLKOR

» SR ska fördjupa sitt samarbete med UR när det gäller fördelning och placering av sändningstid för UR:s program så att de får ett brett genomslag. «

De tre programbolagen Sveriges Radio, SVT och UR har varsina uppdrag men samarbetar inom i princip alla områden företagen är verksamma. Samarbeten sker i första hand utanför programverksamheten, även om det också finns en rad exempel på publicistiska samarbeten kring exempelvis mycket populära mångåriga program som *Musikhjälpen*, *Vi i femman* och *Melodifestivalen*.

I samarbete med Sveriges Radio Förvaltnings AB (SRF) genomför programbolagen varje år en mängd gemensamma upphandlingar. Under 2025 utgjorde den samlade summan för dessa upphandlingar 1,5 miljarder kronor (samma nivå som 2024). De allra flesta upphandlingar görs enligt LOU, lagen om offentlig upphandling. 2025 års upphandlingar är sammanställda i en särskild faktaruta i denna kapitel.

Definition av att "söka samarbeten"

I sitt beslut för public service-redovisningarna för 2024 ansåg granskningsnämnden att de tre bolagen hade uppfyllt kravet på samarbeten i medelsvillkor 1 (kravet återfinns fortsättningsvis i 20 § i public service-uppdraget från 1 januari 2026).

I likhet med bedömningen av föregående års redovisningar ansåg nämnden "fortsatt att redovisningarna skulle vinna i tydlighet på att i nästa års redovisning fokusera på faktiska och konkreta samarbeten som bolagen har initierat under det gångna året. Den bedömning nämnden gjorde förra året om innebörden av villkoret, att formuleringen att 'söka samarbeten' tar sikte på att hitta nya samarbeten, kvarstår."

Bolagen förstår nämndens önskemål men gör fortsatt en annan tolkning av villkorets formulering om att "söka samarbetsområden". Något stöd för tolkningen att dessa områden ska vara nya finns inte i de förarbeten som låg till grund för de sändningstillstånd och medelsvillkor som gällde 2020–2025. Många av de övergripande områden som är aktuella för samarbeten är samma från år till år, men inte minst utvecklingen inom teknik, juridik, säkerhet och beredskap gör att förutsättningarna inom olika områden snabbt kan förändras och behöva förnyas. Även faktorer som priser eller leverantörsförändringar kan leda till att befintliga samarbeten och upphandlingar inom ett område behöver förändras.

Att dra en skarp gräns mellan vilka samarbetsområden som faktiskt kan definieras som nya respektive gamla är därför i många fall svårt, och skulle kräva än mer detaljerade redogörelser för specifika delar av verksamheterna. Att bygga ut en redan relativt omfattande och detaljerad redovisning av uppfyllandet av villkoret skulle också öka kostnaderna för bolagen till följd av väsentligt mer arbete av administrativ art.

Vid sidan av detta är en utvidgad redovisning och detaljerade redogörelser för samarbeten inom till exempel säkerhet, beredskap och teknik mindre lämpliga.

Så formas och initieras samarbeten

De verkställande direktörerna för de tre programbolagen har regelbundna möten där de utvärderar befintliga samarbeten samt går igenom förslag till förändringar och nya samarbetsmöjligheter. På mötena medverkar också direktörerna för exempelvis ekonomi och strategi.

Vid sidan av detta kan medarbetare på alla nivåer ta initiativ till olika typer av formella och mer informella samarbeten, och inte minst utbyter medarbetare på de olika bolagen kunskaper och erfarenheter löpande.

Under 2025 lanserade SVT och UR satsningen *Nyhetskoll* som är en gemensam redaktion som producerar nyheter riktade till tonåringar. Under 2025 fördjupades också samarbeten inom HR-frågor, och Sveriges Radio tillhandahåller utbildningar från SR-akademien till de andra bolagen.

Programbolagen har också samarbeten kring AI-relaterade utvecklingsprocesser samt strategiska och juridiska frågor. Företagens AI-ansvariga identifierar möjliga samarbeten och kunskapsutbyten. AI-frågor är också integrerade i andra typer av regelbundna möten och befintliga samarbeten mellan företagens olika funktioner inom exempelvis HR, juridik, IT och omvärldsbevakning.

Principer för samarbeten

När programbolagen bedömer möjligheterna för samarbete inom ett visst område utgår de från ett antal grundprinciper som kan sammanfattas med att ett tänkt samarbete

- ska bidra till ett mer effektivt resursutnyttjande som frigör medel till innehållsproduktion eller på annat sätt stärker förmågan att uppfylla public service-uppdraget
- ska ta hänsyn till bolagens olika behov och uppdrag
- inte ska påverka bolagens formella säkerhets- och beredskapsansvar negativt.



”De verkställande direktörerna för de tre programbolagen har regelbundna möten där de utvärderar befintliga samarbeten samt går igenom förslag till förändringar och nya samarbetsmöjligheter.”

På en nationell marknad inom ett litet språkområde som det svenska är det viktigt att dominerande medieaktörer värnar mångfalden i utbudet och en bredd i valet av ämnen, platser, röster och perspektiv. Bolagen söker därför i huvudsak redaktionella samarbeten om de är nödvändiga för att produktionerna ska kunna genomföras och nå ut till sin publik – en sådan typ av satsning är till exempel *Musikhjälpen*. När det gäller beredskapsarbetet och delar av säkerhetsarbetet är det också viktigt att bibehålla åtskilda strukturer och åtskild planering eftersom det minskar sårbarheten avsevärt och gagnar den så kallade redundansen i systemen.

En konsekvens av de beskrivna principerna är att samarbeten främst genomförs inom de utgiftsområden som klassas som övriga kostnader och distribution, vilket du kan läsa om i 7.2 *Kostnader* under rubrikerna ”Övriga kostnader” och ”Distribution”. De största andelarna av bolagens utgifter är dock relaterade till produktion av unikt innehåll i form av löner till medarbetare, inköp från produktionsbolag eller rättigheter för musik, film med mera. Under tillståndsperioden 2020–2025 har Sveriges Radios övriga kostnader minskats som andel av de totala kostnaderna – till viss del tack vare samarbeten med SVT och UR – och mer resurser förts över till programproduktion. Men det medför samtidigt att det samlade ekonomiska utrymmet för områden som är lämpliga för samarbeten inom koncernen minskat något.

GEMENSAMMA UPPHANDLINGAR UNDER ÅRET

Under 2025 genomförde de tre programbolagen SVT, SR och UR i samarbete med Sveriges Radio Förvaltnings AB (SRF) 24 större gemensamma upphandlingar:

- Upphandlingar som omfattade samtliga bolag gällde resebyråtjänster, säkerhetsprodukter inom IT, nätverksutrustning, arkitekttjänster, konstruktörs-tjänster, tryckeritjänster, budtjänster i Stockholm, restauratör och catering i Stockholm, banktjänster, revisionstjänster, mobiltelefoner, servicetjänster och mindre entreprenader inom bygg, rör, ventilation och el.
- SVT, SR och UR genomförde gemensamma upphandlingar av installation av audiovisuell teknik och köp av fordon.
- SVT och SR genomförde gemensam upphandling av besökssystem.
- SVT och UR genomförde gemensamma upphandlingar av sändningsryggsäckar, säkerhetsutbildningar inom utrikes säkerhet, camera tracking-system, kamera-tillbehör och specialkameror, säkerhetskonsulter och grundutredningar.
- SVT och SRF genomförde gemensam upphandling av byggentreprenad för Framtidens TV-hus.
- Under 2025 påbörjades också bolagsgemensamma upphandlingar av koncerngemensamma upphandlingar av profilprodukter, utbildningar i fältsäkerhet och akutsjukvård, posttjänster, röstningstjänst, SAK-försäkringar, prenumerationstjänster, larmsupport, marknadsundersökningar, företagshälsovårdstjänster, persondatorer, läsplattor och tillbehör.

Olika typer av samarbeten

Vid sidan av de nämnda koncerngemensamma upphandlingarna samarbetar de tre programbolagen inom en rad områden och funktioner vilka kan sammanfattas enligt följande:

- det gemensamt ägda serviceföretaget SRF
- gemensamma lokaler
- hållbarhet, säkerhet och kvalitet i utbudet
- extern dialog och kunskapsförmedling
- programverksamhet
- administration, arkiv och HR-frågor.

Nedan följer kortare beskrivningar av vad som görs inom respektive område.

Det gemensamt ägda serviceföretaget SRF

SRF (Sveriges Radio Förvaltnings AB) är ett serviceföretag 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 procent), Sveriges Radio (34,4 procent) och UR (4,6 procent) och finansieras genom att programbolagen avstår avgiftsmedel enligt en kostnadsfördelningsmodell. Under 2025 var Sveriges Radios medelsavstående 83 miljoner kronor (80 mkr 2024).

Som en följd av att de tre programbolagens respektive besparingsprogram inleddes under 2023 gjordes en gemensam genomlysning av SRF:s kostnader. Under 2025 genomförde Sveriges Radio en kostnadsanpassning och effektivisering av den research- och biblioteksverksamhet företaget övertog från SRF. Genom fortsatt samarbete och en avtalslösning mellan programbolagen har medarbetare från SVT och UR fortsatt möjlighet att använda sig av bibliotekstjänsterna.

Gemensamma lokaler

Cirka 75 procent av public service-bolagens alla medarbetare jobbar i fastigheter där två eller fler av bolagen har verksamhet. Alla tre programbolagen samt SRF delar lokaler i Stockholm. Programbolagen har tillsammans med SRF ett fastighetsråd som samordnar lokal- och fastighetsfrågor, och programbolagen delar lokaler där det är praktiskt möjligt och ekonomiskt rationellt.

Sveriges Radio och SVT delar lokaler i

- Arvidsjaur
- Borås
- Göteborg
- Kalmar
- Kiruna
- Linköping
- Norrköping
- Skellefteå
- Visby
- Örnsköldsvik.

De tre programbolagen äger via serviceföretaget SRF fastigheterna i Stockholm, Göteborg och Umeå. I övriga orter hyrs lokaler för de olika verksamheterna. Det bör poängteras att en total samlokalisering inte är eftersträvanvärd. Det finns starka publicistiska poänger med att Sveriges Radio och SVT väljer delvis olika platser där de stationerar medarbetare i Sverige för att säkra den lokala närvaron och att de väljer delvis olika stationeringsorter för utrikeskorrespondenter. Det kan i vissa fall också vara så att det inte är praktiskt möjligt att sitta i gemensamma lokaler på grund av faktorer som har med säkerhet eller beredskapsuppdrag att göra – eller att kostnaden för att rymma båda bolagen i samma lokaler på en viss ort blir högre än om företagen hyr var för sig.

Hållbarhet, säkerhet och kvalitet i utbudet

Utöver nämnda upphandlingar, det gemensamt ägda serviceföretaget SRF och gemensamma lokaler samarbetar de tre programbolagen bland annat också när det gäller

- hållbarhetsarbete, bland annat genom att ha gemensamma utbildningar för medarbetare och utforma företagens klimatredovisningar på liknande sätt
- säkerhetsarbete, bland annat vid evenemang och de platser och lokaler i landet där bolagen har gemensamma lokaler samt i ett gemensamt säkerhetsråd
- arrangemang som större evenemang, galor, viss kulturverksamhet och utdelning av utmärkelser
- medfinansiering av medieforskning och publikundersökningar, vilket redogörs för i 3.4 *Sveriges Radios bidrag till en livskraftig mediemarknad*
- språkvård och rådgivning samt utbildningar för nyanställda, vilket beskrivs i 3.8 *Språkvård* – ett viktigt ansvar för public service
- utbildningar inom programjuridiska frågor, som du kan läsa mer om i 3.5 *Publicistiskt ansvar och granskning av innehåll*
- erfarenhetsutbyten inom exempelvis juridik och lagstiftningsfrågor, publikanalys samt HR
- utveckling av public serviceredovisningarna.

Gemensamt för dessa typer av samarbeten är att de är relativt svåra att kvantifiera i pengar, vilket skulle kräva en omfattande byråkrati. Detsamma gäller de nära samarbeten de tre programbolagen har med de andra nordiska public service-bolagen i en rad frågor, bland annat inom EBU samt Nordvision vars syfte är att stärka public service i Norden. Medlemmarna samproducerar och utväxlar program, samutvecklar format och delar olika former av kunskap över gränserna.

Programbolagen medverkar dessutom tillsammans i olika typer av samarbeten inom mediebranschen som Utgivarna och det medieetiska systemet MO-MEN. Dessa kan du läsa mer om i 3.4 *Sveriges Radios bidrag till en livskraftig mediemarknad* samt 3.5 *Publicistiskt ansvar och granskning av innehåll*.

Programverksamhet

För att uppfylla kravet i medelsvillkor 10 (och 28 § i public service-uppdraget 2026–2033) träffar de tre programbolagen varje år överenskommelser för insatser på minoritetsspråk och teckenspråk samt för personer med funktionsnedsättning. Överenskommelserna ligger till grund för de verksamheter som beskrivs i 6.4 *Tillgänglighet*, 6.5 *Minoritetsspråk* och 6.6 *Dialoger och möten*.

Vid sidan av detta finns också en rad produktioner där bolagen samarbetar i olika konstellationer:

- Sveriges Radio och UR samarbetar kring *Barnradions bokpris*.
- Sveriges Radio och SVT samarbetade 2025 kring *Vi i femman*, *Världens barn*, *Melodifestivalen* och *Idrottsgalan* samt en del av *Berwaldhallens* konserter.

1,5

miljarder kronor gjorde public service-bolagen gemensamma upphandlingar för enligt LOU under 2025.



Sociala medier-fenomenen Harriet och Robin från Degerfors bibliotek tillsammans med programledaren Linnea Wikblad i *Musikhjälpens* studio i december 2025. Foto: Mattias Ahlm/Sveriges Radio.

- SVT och UR samarbetar kring *Lilla Aktuellt* och *Lilla Aktuellt Skola*.
- SVT och UR lanserade under 2025 också satsningen *Nyhetskoll* som är en gemensam redaktion som producerar nyheter riktade till tonåringar.
- Sveriges Radio, SVT, UR och Radiohjälpen samarbetar kring *Musikhjälpen*.
- Sveriges Radio och SVT samarbetar redaktionellt med *Sameradion* och *SVT Såpmi*.

HR-frågor

De tre bolagen samarbetar och utbyter erfarenheter kring HR-frågor.

Extern dialog och kunskapsförmedling

De tre programbolagen samarbetar också om vissa typer av arrangemang som syftar till att förmedla ökad kunskap om mediens roll.

- Sveriges Radio, SVT och UR arrangerar tillsammans med lokala tidningshus det digitala evenemanget *Fria ordets dag* i versioner för sjätteklassare. En version för niondeklassare arrangeras också av Sveriges Radio, SVT och UR. Här får elever lära sig mer om journalistik, tryck- och yttrandefrihet och källkritik.
- De tre programbolagen arrangerar tillsammans den årliga konferensen *PS Funk-dagen* där företrädare för olika organisationer med fokus på frågor om tillgänglighet och funktionsrätt möter företrädare för Sveriges Radio, SVT och UR. Syftet är att inspirera till att public service-bolagen på ett bättre sätt inkluderar personer med funktionsnedsättning. Även *PS Funk-dagen* genomförs via digitala plattformar. I 6.6 *Möten och dialoger* kan du läsa mer om hur Sveriges Radio arbetar för att uppfylla kraven på dialog med berörda grupper kring tillgänglighet och nationella minoritetsspråk.

8.

Planer för framtiden

Innehållsutveckling, AI och säkerhetsfrågor samt en ekonomi i balans är några av de områden som Sveriges Radio kommer att prioritera under de kommande åren.



• 20 | MEDELSVILLKOR

» Redovisningen ska även avse [...] företags planer för kommande år. «

I december 2025 beslutade regeringen om ett nytt teknikneutralt public service-uppdrag för Sveriges Radio inför tillståndsperioden 2026–2033.

Det nya public service-uppdraget har trätt i kraft i en orolig tid och en på många sätt oförutsebar omvärld. Sveriges Radio når alltså ett mycket stort publik och förtroendet för innehållet är fortsatt stabilt på en hög nivå. Men såväl ett stegvis mer osäkert säkerhetspolitiskt läge i världen som en mycket snabb utveckling av nya AI-tekniker och distributionsvägar kommer att ställa höga krav på Sveriges Radios verksamhet de kommande åren.

Praktiska konsekvenser av det nya uppdraget

Den beslutade anslagsuppräknningen under tillståndsperioden 2026–2033 kommer enligt Sveriges Radios prognoser inte att räcka för att täcka förväntade kostnadsökningar framöver. Som framgått av kapitel 7. *Så används pengarna* har framför allt kostnaderna för distribution via marknätet ökat väsentligt snabbare än uppräknningen av medel under de senaste åren. Stora investeringar i att förbättra och stärka förmågan inom säkerhets- och beredskapsområdet driver också kostnader.

Sommaren 2025 beslutade regeringen om ett tilläggsdirektiv till den då pågående utredningen kring framtidens distribution av radio och tv.

Tilläggsdirektivet som bland annat handlar om framtida finansiering av marknätet ska redovisas senast 30 september 2026. Utredningens slutsatser och eventuella politiska beslut kommer att ha stor betydelse för hur Sveriges Radios ekonomi utvecklas framåt.

En stor förändring i det nya public service-uppdraget är teknikneutraliteten – från 1 januari 2026 tas allt utbud från public service-bolagen med i granskningsnämndens bedömningar av hur de uppfyller sina respektive uppdrag till skillnad från tidigare då villkoren huvudsakligen skulle uppfyllas i marknätet. Förändringen kommer att påverka såväl det programjuridiska arbetet som utformningen av kommande public service-redovisningar, och Sveriges Radio har under 2025 genomfört en rad förberedelser av strategisk, publicistisk och teknisk karaktär.

Nya mål och mått framåt

Under inledningen av 2026 fattade Sveriges Radios styrelse beslut om den vision och de strategiska mål företaget kommer att ha under den nu inledda uppdragsperioden. De formulerade målen och de tillhörande måtten för nyckeltal kommer att redovisas i kommande public service-redovisning. Arbetet med att ta fram nya strategiska mål och nyckeltal påbörjades under 2025 och har letts av styrelse och företagsledning och involverat ett stort antal chefer och medarbetare.

Som beskrivs i 3.1 *Uppdrag inom Sveriges Radio* har en ny modell för målstyrning införts under 2025. Modellen kommer att användas av samtliga enheter och avdelningar för att löpande bidra till att företaget kan uppfylla de nya strategiska målen.



”En stor förändring i det nya public service-uppdraget är teknikneutraliteten.”



En nära relation med publiken är centralt. Här syns medarbetare förbereda evenemanget *En kväll med Sveriges Radio*. Foto: Mattias Ahlm/Sveriges Radio.

Utveckling av utbud och tjänster

Även om den framtida kostnadsutvecklingen är svår att förutse fortsätter Sveriges Radio att i linje med public service-uppdraget utveckla utbudet och de tjänster där innehållet görs tillgängligt. Pågående och kommande förändringar av utbudet beskrivs främst i kapitlen 5. *Det breda uppdraget* och 6. *Särskilda uppdrag och målgrupper*. Som du kan läsa i bland annat 3.10 *Utveckling av innehåll, teknik och kompetens* och 6.1 *Nyheter och samhällsbevakning* ligger ett fortsatt mycket stort fokus på att förbättra funktioner, service och utbud via Sveriges Radios digitala plattformar.

Som framgår av kapitel 2. *Värdet av Sveriges Radio* och 4.2 *Digitala plattformar* sker en allt större andel av lyssningen on demand på företagens egna plattformar, vilket är en effekt av Sveriges Radios långsiktiga strategi att förflytta lyssningen från externa plattformar till i första hand den egna appen.

Sedan 2023 arbetar Programenheten utifrån en innehållsstrategi som pekar ut riktningen för hur företagens kanaler och digitala plattformar ska ut-

vecklas. Den övergripande riktlinjen för detta arbete har ett antal utgångspunkter:

- Mediekonsumtionen är digital.
- Sveriges Radio ska utveckla morgondagens innehåll och format.
- Sveriges Radio bevakar hela Sverige – för alla i Sverige.

Ett stort fokus ligger på målgrupper där utmaningarna att nå ut med utbudet kan vara särskilt stora. I 6.3 *Barn och unga* kan du läsa om hur innehållet för den unga publiken utvecklas med särskild betoning på digitala plattformar. I 6.4 *Tillgänglighet* beskrivs hur företaget bland annat löpande bygger ut transkribering av poddar och program i Sveriges Radios app, och under 2026 fortsätter företaget arbeta för att öka tillgängligheten till utbudet med hjälp av nya tekniska lösningar.

I 3.5 *Publicistiskt ansvar och granskning av innehåll* och 6.1 *Nyheter och samhällsbevakning* kan du läsa om hur Sveriges Radio säkrar publicistisk kvalitet och samtidigt använder sig av de möjligheter den snabba AI-utvecklingen för med sig. Företaget investerar löpande resurser i AI-utveckling inom olika delar av verksamheten.

Sveriges Radio genomför också en lång rad satsningar och långsiktiga förstärkningar inom en rad andra viktiga områden, och de beskrivs i tidigare kapitel i denna redovisning. Förändringsarbeten inom samtliga enheter behandlas i 3.10 *Utveckling av innehåll, teknik och kompetens*.

Investeringar i beredskap, säkerhet och fastigheter

Sveriges Radio investerar också betydande summor i förstärkt säkerhet när det gäller fastigheter, it och teknisk infrastruktur samt i förstärkt säkerhet för medarbetare. Företaget prioriterar dessutom löpande utveckling och förstärkning av beredskapsarbetet, vilket du kan läsa mer om i 3.11 *Beredskap och viktig information till allmänheten* och 7.2 *Kostnader*.

Under den gångna tillståndsperioden har Sveriges Radio genomfört omfattande ombyggnationer av Radiohuset i Stockholm för att ytterligare öka säkerheten i och kring fastigheten. Under 2026 kommer företaget att utveckla mer ändamålsenliga och effektiva lokaler för nyhetsverksamheterna i Radiohuset.

Utveckling av arbetssätt, kompetens och hållbarhet

Sveriges Radio arbetar kontinuerligt med att utveckla arbetssätt och den tekniska utrustning som medarbetarna använder för att skapa innehåll. Bland annat har företaget stegvis börjat införa ett nytt modernt, tekniskt system för radio- och poddproduktion som är planerat att vara klart 2028. Under många år har företaget också utvecklat olika tekniska och mobila lösningar som gör det enklare att sända direkt i princip när som helst från vilken plats som helst, vilket inte minst är viktigt för att fortsätta utveckla den lokala journalistiken som du kan läsa mer om i 5.4 *Hela Sverige ska höras i Sveriges Radio* samt 6.7 *Lokalt uppdrag*.

Att trygga framtida kompetens är centralt, och SR-akademien utvecklar löpande den interna utbildningsverksamheten för att medarbetarna ska kunna ha relevanta kunskaper och färdigheter.



2026 tillträder Andrés Orozco-Estrada som ny chefsdirigent för Sveriges Radios Symfoniorkester. Foto: Mattias Ahlm/Sveriges Radio.

Snabbguider

Här besvaras kraven i sändningstillståndet.

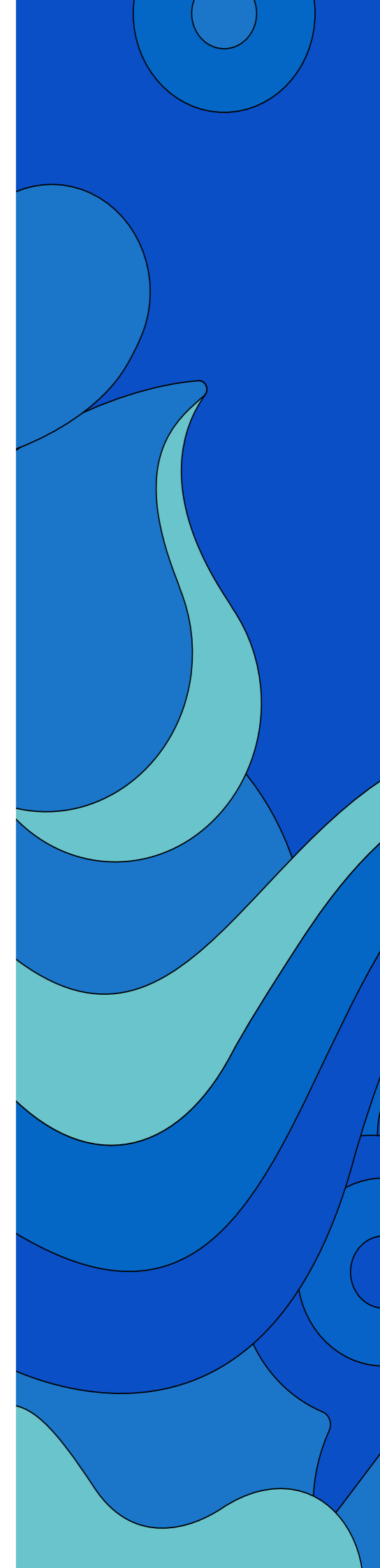
	Nyckelord i paragraferna	Kapitel, avsnitt eller förklaring
	fyra ljudradioprogram	4.1, 6.7
§ 1	regionalt innehåll	4.1, 6.7
	99,8 procents täckning	4.1
§ 2	upplåta sändningstid till Utbildningsradion	4.1
§ 3	mottagning av sändningar	4
§ 4	analog utsändningsteknik av hög kvalitet	3.12
	mångsidigt programutbud	5, 6
	särskilt ansvar för svenska språket	3.8
§ 5	jämställdhet och mångfald, spegla hela landet och variation i befolkningen	5.4
	hög kvalitet, nyskapande form och innehåll	5
	folkbildningsambitioner	5.2
	mångfald av åsikter	5.4
§ 6	variation i produktionsformer	3.2
	nyhetsverksamhet	6.1
§ 7	perspektiv utifrån olika utgångspunkter	5.4
	stärkt bevakning av svagt bevakade områden	5.4, 6.1 och 6.7
§ 8	kulturutbud	6.2
§ 9	barn och unga	6.3
	minoritetsspråk för barn och unga	6.5
§ 10	tillgänglighet, funktionsnedsättning	6.4
	dialog med berörda grupper	6.6
§ 11	minoritetsspråk	6.5
	dialog med berörda grupper	6.6
§ 12	opartiskt, sakligt, vidsträckt yttrandefrihet	3.5
§ 13	beriktigande	3.5
§ 14	genmäle	3.5
§ 15	respektera enskilda privatliv	3.5
§ 16	ljudradions särskilda genomslagskraft	3.5


§ 17	ej sända reklam	SR sänder inte reklam, endast information om sin egen, SVT:s och UR:s programverksamhet.
§ 18	sponsring, indirekt sponsring	7.1
§ 19	sponsringsmeddelande	Sponsring förekommer inte i SR:s utbud.
§ 20	reklamslag	se förklaring § 17
§ 21	säkerhet för produktion och distribution	3.12
§ 22	VMA	3.11
	hög säkerhet	3.11
§ 23	beredskapsarbete	3.11
	risk- och sårbarhetsanalys	3.11
§ 24	del av totalförsvaret	3.11

Här besvaras kraven i medelsvillkoren.

	Nyckelord i punkterna	Kapitel, avsnitt eller förklaring
	ekonomiska ramar, prioriteringar	7
• 1	produktivitet	7.3
	samarbetsområden med SVT och UR	7.5
• 2	kärnverksamhet och kompletterande verksamhet	4.3
• 3	sidoverksamhet	7.4
• 4	Sveriges Radio Förvaltnings AB	7.5
• 5	ta emot sändningar utan särskild betalning	4
	delta i teknisk utveckling	3.10, 4.2
• 6	kärnverksamhet på olika plattformar	4.3
	prioritering av egna plattformar	4
• 7	utbud utformat för så många som möjligt	4
• 8	riktlinjer för plattformar som inte är SR:s egna	4.2
• 9	kärnverksamhet och kompletterande verksamhet	4.3
	sidoverksamhet	7.4

Nyckelord i punkterna	Kapitel, avsnitt eller förklaring
• 10 överenskommelser med SVT och UR angående minoritetsspråk respektive funktionsnedsättning	Överenskommelserna lämnades in före 2025-01-01.
• 11 Berwaldhallen	6.2
• 12 nya tjänster	3.7
• 13 decentraliserad organisation	3.6
• 14 55 procent av allmänproduktion utanför Stockholm	5.5
• 15 kvalitativa nyhetsmediers konkurrensförutsättningar	3.4
livskraftig mediemarknad	3.4
• 16 livskraftig produktionsmarknad i hela landet	3.3
• 17 samarbete med Utbildningsradion under sändningstid	Bolagen har upprättat ett avtal.
• 18 om SR:s sändningstillstånd upphör	se fotnot i kapitel 7
• 19	
årlig redovisning enligt sändningstillstånd och medelsvillkor	1
intäkter	7.1
programverksamhet på internet	4.2, 5.3, 6.4, 6.5
kommersiella samarbeten	7.1
kostnader	7.2
resurser per programkategori	5.3, 7.2, 7.3
produktivitet, effektivitet och effektiviseringsåtgärder	7.3
koncernsamarbeten	7.5
sidoverksamhet	7.4
riktlinjer för distribution på plattformar som inte är företagets egna	4.2
programstatistik	4, 5, 6
• 20 omfattning av lyssnande, publikens reaktioner	2
planer för kommande år	8
samverkan för att utveckla redovisningen	1.2
• 21 definiera och operationalisera centrala begrepp	1.2
stimulera diskussion om verksamheten	1.2, 3.4
• 22 revisorsintyg	till Mediemyndigheten 2025-03-01



A stylized illustration featuring a woman with vibrant blue hair styled in a bun, wearing black-rimmed glasses and a blue top. She is looking at a smartphone held in her hands. The phone's screen displays a target icon with concentric circles in yellow, green, and blue. The background is composed of various shades of blue and white, with abstract, flowing shapes that suggest movement and sound waves. The overall style is modern and graphic.

Detta är Sveriges Radios public service-redovisning för 2025. Här kan du läsa om hur företaget arbetat under året för att uppfylla sitt uppdrag. Samtliga krav som ställdes i Sveriges Radios sändningstillstånd och medelsvillkor under åren 2020–2025 besvaras. Redovisningen ger också en överblick över hur företaget är organiserat för att med ljudet i fokus skapa ett utbud för alla i vårt land.

sverigesSRradio