

SvD släpper framtidens mediesajt

I slutet av maj kommer SvD att börja lanseringen av sin nya nyhetsajt – med den mest avancerade startsidan i webb-Sverige. Den nya sajten blir navet i SvD:s flerkanalstrategi, en unik mötesplats som ska möta läsares och annonsörers ständiga förändrade behov och förväntningar.

SvD lanserar en ny sajt som på ett tydligare och bättre sätt lyfter fram journalistiken i mobil, dator och läsplatta. På nya SvD.se får läsaren en snabb överblick över allt som har skrivits i ett visst ämne, kan enkelt följa sina favoritskribenter och får lättare att hitta eSvD, den digitala utgåvan av Svenska Dagbladet.

– Paketeringen av den kvalitativa journalistiken måste kunna möta flera behov än någonsin – beroende på när, var, hur och varför man läser SvD. Med den nya sajten kommer vi att kunna tillgodose dessa. Den nya sajten är en mycket central del i vår flerkanalstrategi. Den erbjuder många nya intressanta möjligheter för såväl läsare som annonsörer. Och den har muskler att utvecklas framåt för att svara upp mot framtida behov, säger SvD:s vd **Gunilla Asker**.

Arbetet med den nya sajten har pågått en längre tid och nu är SvD:s nya startsida snart klar. Den bygger på två bärande principer som gör den unik bland stora dagstidningar i världen:

- Den är fullt responsiv för att möta läsarbehovet att vara uppdaterad under hela dygnet oavsett plattform. Detta ställer stora krav på design och form för att kunna erbjuda en enhetlig upplevelse och en tydlig nyhets känsla.
- Den ritas ut efter nyhetsvärden satta i artiklarna. Detta nya arbetssätt kommer att frigöra resurser för ytterligare förbättrat nyhets- och utvecklingsarbete.

Båda principerna finns på flera nyhetssajter, men detta är första gången en stor dagstidning kombinerar dem på detta sätt. I grunden ligger ett byte till Schibsted Media Platform, ett koncerngemensamt utvecklat publiceringsverktyg helt anpassat efter digital journalistik.

Med den nya startsidan renodlar SvD produkten. Den nya sajten har två sidhuvuden: Svenska Dagbladet och SvD Näringsliv. I menyn lyfts utvalda kärnområden upp. Båda sidhuvudena har fått nya grafiska uttryck som kommer att avspeglas i hela företagets kommunikation.

Premiumformatet för annonserna blir också tydligare. Panoraman erbjuder ett garanterat in screen-värde utan att vara allt för påträngande för läsarna. Det är färre format som exponeras på startsidan för att ge annonsörerna större exklusivitet.

Även läsarkommunikationen blir tydligare genom en genomgående kundnavigering med tydliga ikoner för att inloggade kunder ska se och hitta sina mervärden. Längst till vänster på startsidan i desktopvyn finns framträdande exponering av kundkommunikation, styrd utifrån om besökaren är inloggad eller inte. Dessutom kommer utvalda artiklar att erbjudas som Premiumläsning, endast för betalande kunder.

Nya [SvD.se](https://svd.se) tillgodoser också det tydliga läsarbehovet att kunna följa ett ämne eller en skribent översiktligt eller på djupet.

Den kommande lanseringen är ett första steg i ett större bygge. Under sommaren ska alltfler funktioner läggas till i ett utvecklingsarbete, öppet för läsaers och annonsörers synpunkter och inspel.

– Med bättre verktyg kommer Svenska Dagbladet att kunna stärka sitt redan starka nyhetsfokus och få mer resurser över att följa upp och vidareutveckla nyhetsjournalistiken, säger SvD:s chefredaktör **Fredric Karén**.