

## **SvD Näringsliv storsatsar på tech och digitalt**

**Digitaliseringen av samhället revolutionerar just nu många branscher. Därför gör SvD Näringsliv en rejäl redaktionell satsning på tech och digitalt. Med fördjupad och breddad bevakning av techbranschen, med analyser, trendspaningar och tester.**

På bara några år har tjänster som Netflix och Uber förändrat vår vardag och skakat om delar av näringslivet. Detta har skapat nya, spännande möjligheter – och nya problem. SvD Näringsliv har på sistone bland annat publicerat flera uppmärksammade avslöjanden kring uthyrningssajten Airbnb och också rapporterat om att Skatteverket ska granska fusk med swishbetalningar.

– Det är förändringar som dessa vi vill beskriva. Tech och digitalt är områden som vi vet att våra läsare uppskattar och den journalistiken efterfrågas. Därför känns det jätteroligt att vi nu kan både bredda och fördjupa vår bevakning. Vi kommer att berätta om den svenska och internationella startup-scenen och bevaka det som händer inom små och stora techbolag, säger **Maria Rimpi**, chef för SvD Nyheter och Näringsliv.

Den nya redaktionella satsningen samlas under kategorin Digitalt på [SvD.se](http://SvD.se) och en SvD-reporter kommer att på heltid arbeta med den förstärkta bevakningen.

För att ytterligare stärka bevakningen har SvD slutit ett avtal med nyhetssajten Breakit om att publicera sex artiklar i veckan från Breakits sajt, samt lägga ut sajtens podd.

– Breakit är en relativt nystartad tekniksajt som verkligen är på hugget. Tack vare sin spetskompetens har de fått riktigt tunga namn att ställa upp på intervjuer och de levererar varje vecka bra egna nyheter inom techområdet. De slår ofta större konkurrenter rejält på fingrarna i nyhetsjakten. Därför känns det väldigt roligt att SvD:s läsare får ta del av deras material, säger Maria Rimpi.

På Digitalt finns även en helt ny storytagg – Digitala livet. Den får en redaktionell puff på [Aftonbladet.se](http://Aftonbladet.se). Under vinjetten ska SvD publicera initierade och fördjupande techartiklar och SvD Annonser ta fram annonsmärkt native-material i samarbete med Telia.

– Upplägget med Telia liknar de som vi redan har med Eon, BMW och Nordea när det gäller hållbarhetsatsningar. Det innebär att redaktionen sätter fokus på ett ämne som läsarna efterfrågat och som våra partners vill bli förknippade med. Men de kan självfallet inte påverka det journalistiska innehållet, säger **Maria Rimpi**.