

SvD:s papperstidning får ny design

I takt med den snabba digitala utvecklingen har papperstidningens roll förändrats. Därför sätter SvD nu ett projekt med målet att skapa morgondagens printprodukt.

SvD har de senaste åren lanserat flera framgångsrika pappersprodukter som SvD Perfect Guide och SvD Junior, nyligen nominerad till utmärkelsen Årets Tidskrift. Alltför många väljer i dag att läsa SvD digitalt, men papperstidningen är ännu många läsares förstaval. Därför gör nu SvD en rejäl satsning på att modernisera pappersutgåvan och skapa en tidning anpassad för läsarnas nya medievanor och framtida behov.

– Papperstidningen är en av våra huvudprodukter. Den fyller tillsammans med de digitala kanalerna en viktig funktion, både som förmedlare av vår kvalitetsjournalistik och som en viktig kanal för många av våra annonsörer. Den har också en central roll i SvD:s flerkanalstrategi och är inte sällan bron in i den digitala nyhetsvärlden, säger SvD:s vd Gunilla Asker.

Det är drygt fyra år sedan SvD senast gav pappersutgåvan en ansiktslyftning och väldigt mycket har hänt, inte minst digitalt, som påverkar hur läsarna och annonsörer tar till sig en printprodukt och hur den produceras på redaktionen.

– Vi vill med den nya tidningen skapa en tätare och mer utpräglad nyhets känsla, en tydligare skillnad mellan de olika momenten på sidorna: nyhetsartiklar, analyser, faktarutor, fördjupningar. Vi vill också stärka det som är SvD-unikt, färger, symboler och typsnitt. Och inte minst vill vi koppla tidningens identitet närmare SvD.se och våra andra digitala produkter, dels för att visa på styrkan i varumärket, dels för att kunna visa vårt rika utbud av kvalitetsjournalistik både online och i print, säger SvD:s chefredaktör Fredric Karén och fortsätter:

– Internt för redaktionen innebär det här en tydligare och smartare tidning, där vi kommer att bjuda på en hel del nya spännande journalistiska grepp.

SvD har engagerat den ansedda formgivaren Ebba Bonde i utvecklingsarbetet. Ebba har en djup kunskap och erfarenhet av att förpacka nyheter och analyser i högt tempo – både vad gäller dagspress och magasin. De senaste fem åren har Ebba arbetat som AD på tidningen Fokus.

– Jag ser det som ett väldigt modernt journalistiskt projekt. Kraven ökar ju hela tiden på att kunna förpacka viktigt innehåll på ett tydligt och snabbt sätt. Det är en utmaning som är otroligt rolig att få ta sig an tillsammans med Svenska Dagbladets redaktion, säger Ebba Bonde.

SvD har under en lång period haft ett stort fokus på sin framgångsrika sajt, men nu är det alltså dags att uppgradera papperstidningen.

– Det är väldigt värdefullt att vi kan ta med alla digitala lärdomar till pappret. Vi vet väldigt mycket mer om våra läsare nu i alla kanaler och kan skapa en produkt som är

ännu mer anpassad till deras behov och önskemål, säger projektledaren Linda Häggström, designansvarig på SvD.

Den nya pappers-SvD:n kommer lanseras under tidig vår 2017.

För mer information kontakta:

Fredric Karén, chefredaktör SvD – 070-634 50 86

Gunilla Asker, vd SvD – 070-310 41 61

Björn Hygstedt, kommunikationschef SvD – 070-553 61 54