

SvD kampanjar med nydesignad tidning

I morgon är det premiär för Svenska Dagbladets nya design. Såväl papperstidningen som den digitala tidningen eSvD har fått en rejäl ansiktslyftning. Samtidigt lanserar SvD en kampanj för sin originaljournalistik med frågan "Hur formas dina tankar".

Grundtanken med SvD:s nya form är att läsarna ska känna igen sig oavsett kanal. Papperstidningens identitet och känsla kopplas samman med SvD:s digitala utbud på ett bättre sätt. Det gör tidningen mer lättläst och enklare att navigera i om man läser den i datorn, läsplattan eller mobilen.

Den får också större skillnad mellan texttyperna och alla olika element, som exempelvis webbhänvisningar och faktarutor, blir tydligare för läsaren. Därtill skapas mer plats på varje sida.

Även den elektroniska papperstidningen, eSvD, har fått flera förbättringar. Rubriker och bilder går inte längre över uppslag vilket gör det blir lättare att läsa tidningen en sida i taget, något som de flesta eSvD-läsarna gör. En direktkoppling till SvD.se:s "Allt om"-sidor förstärks med hjälp av en blå vinjett.

De största skillnaderna och förbättringarna kommer att märkas på helgerna. Då lanserar SvD nya nyhetsför djupningar inom aktuella ämnen som näringsliv, politik eller utrikesändelser. Det blir också fler kultursidor med bland annat nya inslag inom historia och språk.

– Först och främst känns det fantastiskt roligt att få lansera en nydesignad och modern tidning efter att ha haft fokus på vår digitala utveckling i flera år. Det här är en tidning som tar nyheterna på allvar, där vi kommer att ge läsarna mer innehåll på varje sida i form av fler artiklar och fler faktarutor. Vi har också jobbat med kontrasterna i tidningen, det vill säga tydligare skillnader mellan nyhetsartiklar och analyser för att nämna ett exempel, säger SvD:s chefredaktör **Fredric Karén** och tillägger:

– Ad:n **Ebba Bonde**, projektledaren **Linda Häggström** och hela projektgruppen har verkligen gjort ett fantastiskt jobb med modernisera och utveckla tidningen utan att tappa bort det som är SvD:s viktigaste ledstjärnor: trovärdigheten och seriositeten.

Bland de många innehållsliga förändringarna märks exempelvis en satsning på SvD:s ledaravdelning, som får ytterligare en sida till på lördagar och oftare två hela sidor i veckorna. SvD Vin & Krog byter namn till SvD Vin & Mat och flyttar till Nyhetsdelen på fredagar. På lördagar blir det privatekonomi i SvD Näringsliv. SvD Börsplus kommer på Börs & Marknad tre dagar i veckan och Nyhetsdelen får en helt ny sida för krönikor.

Parallellt med lanseringen av tidningen rullar SvD ut en kampanj med namnet "Hur formas dina tankar?". I en tid av falska och alternativa nyheter behövs trovärdig originaljournalistik mer än någonsin och på detta tema kommer SvD nu att synas i T-banan och på pendeltågen denna vecka ut.

På Facebook, Youtube, Hemnet och Schibsteds nätverk ligger kampanjen ute ända fram till den 15 maj.

I kampanjen ingår också ett event för SvD-prenumeranter om journalistikens framtid på biograf Skandia nu på torsdag med **Mathias Ståhle** från E-Kuriren som berättar om sin granskning av den svenska trollfabriken. SvD:s **Therese Larsson Hultin** leder därefter en paneldebatt med kulturminister **Alice Bah Kuhnke**, Novus vd **Torbjörn Sjöström** och SvD:s chefredaktörer **Fredric Karén** och **Tove Lifvendahl**.

SvD finns också under hela premiärdagen på Centralstationen, där den nya tidningen delas ut med gratis kaffe därtill.

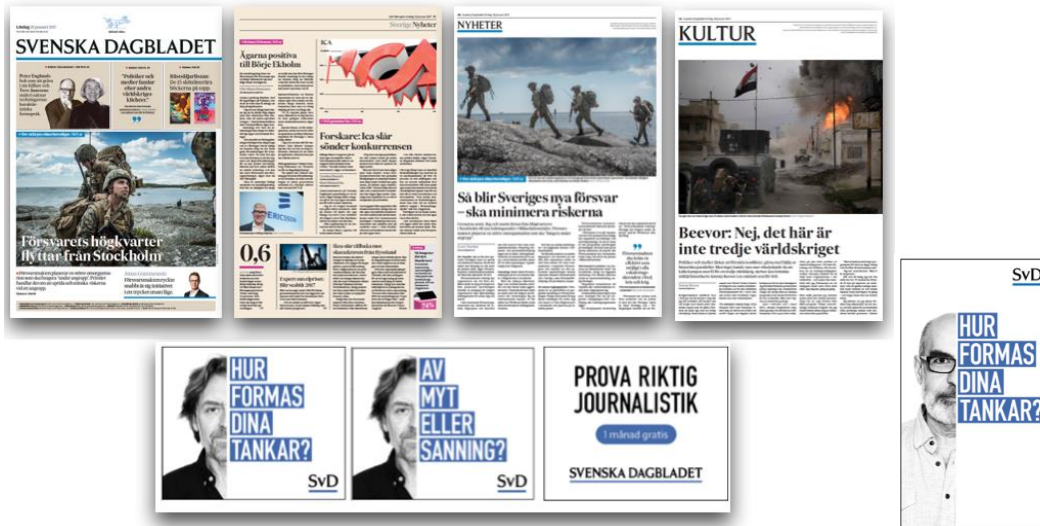
För mer information kontakta:

Fredric Karén, chefredaktör SvD – 070-634 50 86

Björn Hygstedt, kommunikationschef SvD – 070-553 61 54

Illustration

Så blir nya SvD



SVENSKA DAGBLADET