

SvD och NTM-koncernen i nytt samarbete

SvD och NTM-koncernen inleder ett samarbete, där NTM under en testperiod får tillgång till ett urval av SvD:s Premium-artiklar. Syftet är underlätta konvertering av läsare till kunder på NTM:s elva morgontidningssajter och att det samtidigt ska bli en lönsam affär för SvD.

SvD:s premiumjournalistik lockar dagligen läsare att teckna digitala prenumerationer. Som en av få tidningar i världen har SvD i flera år framgångsrikt använt en hybridmodell med både meter och premium för att öka antalet betalande läsare på nätet – och då med högst begränsade rabattsatser. Erfarenheterna visar att de som blir prenumeranter via premium har en högre betalningsvilja och att de stannar längre.

Nu ska NTM ges tillfälle att nyttja SvD:s premiummaterial för att koncernens inalles elva morgontidningar ska kunna förbättra konverteringen av läsare.

NTM:s tidningar får endast publicera SvD:s artiklar för sina inloggade läsare och endast på sajter som ingår i NTM:s koncern. Artiklarna kommer att ha SvD-skribentens byline samt en text som förklarar att de är hämtade från Svenska Dagbladet.

I och med det nya samarbetet kan SvD nå helt nya målgrupper och läsare runt i om landet.

– Vi ser en stor potential i detta samarbete. NTM får nya prenumeranter, SvD får intäkter och dessutom möjlighet att sälja prenumerationer och andra produkter via NTM:s alla kanaler och kundklubbar. En win-win-affär således, säger SvD:s vd Gunilla Asker.

NTM och SvD har sedan tidigare goda relationer och exemplen på samarbeten som varit lyckosamma för både parter är flera. Förra valrörelsen fick den gemensamma tv-produktionen Slaget om Rosenbad stor uppmärksamhet och dessförinnan hade de bägge parterna utvecklat den mobila pendlingsjätten Vänstekartan tillsammans.

– Det här samarbetet känns spännande, utvecklande och inspirerande. Att vi nu hittar ett samarbete kring digitala prenumerationer känns naturligt, men också väldigt roligt. SvD har ett par års erfarenhet av att producera innehåll som bygger engagemang och som läsarna tycker är värt att betala för. NTM har nyligen börjat jobba med digitala prenumerationer och kan SvD vara behjälpliga i det arbetet är vi bara glada – samtidigt som vi själva har mycket att vinna på denna gemensamma satsning, säger SvD:s chefredaktör Fredric Karén.

NTM:s koncernchef Lennart Foss är mycket nöjd över samarbetet:

– Det här ger NTM:s alla nyhetssajter och dess läsare det bästa av två världar. Dels den unika och kvalificerade lokala och regionala journalistiken som våra egna mediehus producerar dygnet runt, året runt. Dels Svenska Dagbladets fördjupande nationella och internationella premium-journalistik. Vårt digitala innehåll breddas, fördjupas och förbättras, vilket gynnar våra läsare och därmed också vår digitala affär, säger Lennart Foss och fortsätter:

– NTM:s mediehus har haft en fantastisk start på vår satsning på digitala prenumerationer. Samarbetet med Svenska Dagbladet är ett naturligt nästa steg i satsningen, och skapar förutsättningar att ge våra prenumeranter ett ännu mer komplett och läsvärt innehåll.

För mer information kontakta

Fredric Karén, chefredaktör SvD – 070-634 50 86

Lennart Foss koncernchef NTM – 070-658 69 58

Mats Ehnбом, vd Norrbottens Media – 070-374 02 80

Kalle Sandhammar, vd Upsala Nya Tidning – 018-478 19 10

Anna Lindberg, vd Östgöta Media – 070-828 04 05

Carin Sjöberg, vd Gotlands Media – 070-655 35 97

Björn Hygstedt, kommunikationschef SvD – 070-553 61 54