

PRESSMEDDELANDE 1999-11-23

SUCCÉ FÖR NYA AFFÄRSMAGASINET DOLLY

Redan efter två nummer har det nya affärsmagasinet Dolly snart lockat 15.000 prenumeranter via nätet. Nu satsar redaktionen ännu hårdare och distribuerar decembernumret i en överupplaga av 90 000 exemplar.

- Det tickar in ungefär 200 nya prenumeranter varje dag, suget är oerhört stort bland framförallt en yngre, välutbildad generation att läsa om affärer ur vårt perspektiv, säger chefredaktör Ulf Skarin.

Dolly är ett affärsmagasin som fokuserar på människor och idéer, inte på siffror. Målgruppen är främst "early adopters" i åldern 25 till 40 år och en förebild är det amerikanska affärsmagasinet Fast Company.

- Vi håller på och skapar ett livsstilsmagasin för en ny generation affärsmänniskor, ett magasin som skriver om affärer ur ett mer personligt perspektiv.

I slutet av augusti lanserades sajten **www.dolly.se** där man kan teckna en gratis prenumeration på Dolly. För att bli prenumerant måste personen lämna uppgifter om sig själv, bland annat kring ålder, inkomst, bransch och utbildning.

- Med Dolly har vi lyckats fånga en yngre och mycket köpstark målgrupp, säger Dollys annonschef Lars Grafström.

Utmärkande för Dollys prenumeranter är följande:

- majoriteten är mellan 25 och 40 år, med fokus på 30 – 35 år.
- 3 av 4 har högskoleutbildning eller annan eftergymnasial utbildning
- 3 av 10 är kvinnor
- 4 av 10 tjänar över 300 000 kr/år
- majoriteten arbetar på kunskapsföretag inom data/IT, media, marknad/reklam och konsultverksamhet. Dolly ges ut av Sveriges Finansnyheter AB, ett företag inom Modern Times Group MTG AB.

För mer information kontakta:

Ulf Skarin, chefredaktör Dolly, tel: 08 - 506 245 34, ulf@dolly.se eller

Lars Grafström, annonschef Dolly, tel: 08 – 506 245 67, lars.grafstrom@fti.se eller

Frederik Rudbäck, VD Sveriges Finansnyheter AB, tel: 08 – 506 245 03, frederik@fti.se

Modern Times Group MTG AB är noterat på Stockholms Fondbörs O-lista under symbolen MTG och på Nasdaq i New York under symbolen MTGNY