



Pressmeddelande

Stockholm 24 september, 2008

Aftonbladet, SvD och Metro introducerar tre nya annonssamarbeten

Inom kort finns de nya annonspaketen för Aftonbladet och SvD, som båda ingår i Schibstedkoncernen, och Metro Sverige, tillgängliga.

I samband med att Schibsted offentliggjorde förvärvet av 35 procent i Metro Sverige i maj i år, meddelades också att man skulle introducera nya annonssamarbeten mellan Aftonbladet, Svenska Dagbladet och Metro Sverige.

Tre annonspaket ingår i samarbetet. Från den 6 oktober erbjuder Aftonbladet och Metro marknaden ett rikstäckande paket som blir ett komplement till Aftonbladets befintliga erbjudanden. Två ytterligare annonspaket börjar säljas torsdag den 25 september, och de kommer att säljas via Annonssax. Det är ett annonspaket för nöjesannonsmarknaden i Stockholm med Aftonbladet och Metro. Det andra är ett erbjudande som Aftonbladet, Svenska Dagbladet och Metro skapar för detaljistannonsmarknaden i Stockholm.

”Aftonbladet har tillsammans med Metro och Svenska Dagbladet möjligheten att skapa attraktiva erbjudanden med ett räckviddspaket som omfattar över 4,2 miljoner läsare*”, säger Carl Gyllfors, Koncernchef Aftonbladet.

”Våra tidningar och Metro Sverige kompletterar varandra mycket väl, och vi ser stor potential i våra samarbeten på annonsmarknaden”, säger Gunnar Strömblad, koncerndirektör på Schibsted med ansvar för Sverige.

Det var den 19 maj i år som affären gällande Schibsteds förvärv av 35 procent i Metro offentliggjordes, en affär som var villkorad av Konkurrensverkets godkännande. Konkurrensverket godkände affären den 18 september.

*Vid fyra införanden. Källa: Orvesto 2007:3

För mer information, vänligen kontakta:

*Gunnar Strömblad, Koncerndirektör Schibsted, med ansvar för Sverige
Mobiltelefon: 070 525 21 04
E-post: gunnar.stromblad@schibsted.se*

*Carl Gyllfors, Koncernchef för Aftonbladet
Mobiltelefon: 070 676 21 07
E-post: carl.gyllfors@aftonbladet.se*

Om Schibsted

Schibsted är en skandinavisk mediekoncern med ambitionen att bli ledande i Europa. Idag har koncernen företag med sammanlagt över 8 500 anställda i 21 länder. Starka mediehus utgör kärnan i vår verksamhet och våra 12,2 miljoner tidningsläsare är en utgångspunkt för en tillväxtstrategi som bygger på nära samspel mellan print, mobil och internet. I Sverige har Schibsted drygt 1 700 anställda som framförallt jobbar inom mediehusen Aftonbladet och Svenska Dagbladet, men även inom företag som Blocket, Hitta.se eller Metronome. I Norge har koncernen runt 2 700 anställda som främst arbetar inom mediehusen Aftenposten och VG, men också i FINN.no, Bergens Tidende och Stavanger Aftenblad. I Europa är gratistidningen 20 minuter den mest lästa tidningen i både Frankrike och Spanien. Schibsted är också ledande inom annonsverksamhet online på flera av de största marknaderna i Europa.