



Pressmeddelande

Stockholm 27 februari, 2009

Aftonbladet och SvD samordnas i ett nytt Schibsted Sverige

Schibsted samordnar alla verksamheter i Aftonbladet-koncernen och SvD-gruppen i ett nytt Schibsted Sverige, med en samlad koncernledning.

Syftet är att stärka Schibsteds förmåga att genomföra sin strategi, öka Schibsted Sveriges konkurrenskraft, genomföra kostnadsbesparingar och öka samarbetet på ett mer effektivt sätt. Detta innebär en betydande potential för samordningsvinster.

– Det nya Schibsted Sverige är en offensiv satsning med målet att bli Sveriges mest framgångsrika medieföretag. Samordningen gör det möjligt att jobba smartare och sänka kostnaderna i en tid när omvärlden är inne i en historiskt snabb förändring, säger Gunnar Strömblad, koncerndirektör på Schibsted med ansvar för Sverige.

En gemensam koncernchef och koncernledning kommer att utses inom kort. Gunnar Strömblad blir styrelseordförande för det samordnade Schibsted Sverige.

– Medielandskapet förändras i snabb takt. Vi ritar nu om kartan så att den bättre stämmer med verkligheten. Vi blir bättre rustade att möta framtidens utmaningar, säger Jan Helin, Kvällstidningen Aftonbladets chefredaktör.

Alla verksamheter – såväl papperstidningar, nättidningar, mobiltjänster, webb-tv, andra on-linetjänster och övriga verksamheter – ska ingå i Schibsted Sverige. Genom ökat samarbete ska Schibsted skapa en ännu starkare gemensam position på den svenska mediemarknaden – med fokus på läsarna och självständiga varumärken.

Ett starkare Schibsted i Sverige får en större kraft i gemensam affärsutveckling och försäljning. Schibsted Sverige kan vara mer offensivt och nytänkande när det gäller att skapa nya affärer.

Kostnadseffektiva samarbeten har redan inletts, med etablerandet av en gemensam IT-enhet och en gemensam inköpschef. E24, Jobb24 och Tasteline är exempel där Aftonbladet och SvD har lyckats väl tillsammans. Det är också en stor fördel att bygga ett stort mediehus med en gemensam ledning och inte två separata.

– Schibsted Sverige är en vision om framtiden, ett svar på den innovativa utmaningen. En mer sammanhållen koncern ger oss möjlighet att med bibehållen identitet skapa nya och bättre tjänster, exempelvis på Internet. Vi kan dra fördel av varandras styrkor gentemot läsare, användare och annonsörer. Det är bra att ingå i ett större sammanhang och SvD har mycket att tillföra, säger Lena K Samuelsson, chefredaktör på SvD.

Blocket och Byt Bil kommer att kvarstå i Schibsted Classified Media. Metronome Film & Television och Sandrew Metronome kommer inte att ingå i nya Schibsted Sverige.

För mer information, vänligen kontakta:

Gunnar Strömblad, koncerndirektör Schibsted, med ansvar för Sverige



Mobiltelefon: 070 525 21 04

E-post: gunnar.stromblad@schibsted.se

För mer information om Schibsted, besök www.schibsted.no.