

JUNI / UTVECKLING

Medie
världen
Premium

Analys/Mikael Marklund

Digitala läsarintäkter
2017

Snart tar alla medieföretag betalt för digitalt innehåll. Men det dröjer innan intäkterna finansierar verksamheten. Tillväxten när det gäller nya kunder har stannat av för den som hållit på längst. Där handlar det nu om att hitta taket för betalviljan.

» I nuläget är det bara **Skånska Dagbladet** som inte har, eller har beslutat att införa, en modell för att begränsa det fria läsandet av nyheter på sajterna. Men även där kan ett beslut komma inom kort.

Aftonbladet har byggt upp sin digitala innehållsaffär i 14 år. I juni i fjol hade Plus 250 000 prenumeranter och där ligger man fortfarande. Vilket kan bero på att priset på Plus och Plus Premium höjdes i början av året till 59 respektive 99 kronor per månad. Det har ökat de digitala användarintäkterna med 25 procent jämfört med samma tidpunkt i fjol. Aftonbladets ledning menar att de inte nått taket för antalet Plus-kunder. Men någon större numerär tillväxt är nog inte realistisk. I stället handlar det tydligt om att hitta taket för betalviljan.

Dagens Nyheter ledning tror på fortsatt ökning av digitala prenumeranter. I nuläget är de över 92 000, och kanske redan vid årsskiftet 120 000. Och om planerna håller kommer snart samsälj med flera större landsortstidningar sannolikt att driva på tillväxten ytterligare.

Mittmedia siktar på 55 000 digitala prenumeranter vid årsskiftet. Det innebär drygt 550 nya betalande läsare per vecka, netto. Vilket är mer än en halvering jämfört med tillströmningen i inledningsfasen. 2020 är målet att de ska vara 416 000. Utgår man från att printprenumeranterna består och det kommer 550 helt nya Plus-prenumeranter per vecka tar det omkring fyra år att nå dit. Om Mittmedia ska ersätta de i dagsläget knappt 300 000 prenumeranterna med Plus-prenumeranter tar det omkring 8,5 år med samma tillväxttakt. Och ytterligare omkring 3,5 år att nå 416 000.

VK räknar med att ha omkring 20 procent digitala kunder vid årsskiftet. I dag är siffran omkring 14 procent. Om nuvarande tillväxttakt består och den totala upplagan ligger still är samtliga VK-prenumeranter digitala om drygt 6,5 år.

Sörmlands Media har som ambition att ha 3 000 heldigitala kunder vid årsskiftet. Det vill säga 1 000 fler än i nuläget. Med den ökningstakten tar det drygt 25 år att ersätta nuvarande prenumeranter med helt digitala kunder under förutsättning att den totala upplagan ligger still.

Gota tror att koncernen har 14 000 helt digitala prenumeranter till årsskiftet vilket är en ökning med 3 000 från nuläget. Med den tillväxttakten tar det 35 år innan samtliga prenumeranter är digitala om totalupplagan ligger kvar på dagens nivå.

Samtidigt brottas medieföretagen med en kraftigt vikande annonsförsäljning som inte visar några tecken på att mattas av, enligt IRM:s prognoser. Den digitala annonsförsäljningen ökar för nyhetsmedier. Men tillväxten är lägre än tillväxten generellt för nätannonseringen och kompenserar inte tappet i print.

Medieföretag	sida
Aftonbladet	3
Gota	3
DN	4
Hallpressen	4
HD/Sydsvenskan	4
Mittmedia	5
Norran	5
NTM	6
Skånska Dagbladet	7
Stampen	7
Sörmlands Media	7
Värmlands Folkblad	8
VK	8



MIKAEL MARKLUND

Redaktör Medievärlden

**Medie
världen**
Premium

Aftonbladet - 25 procents ökning - eller noll

» Aftonbladet har inte ökat antalet Pluskunder jämfört med för ett halvår sedan. Antalet är fortfarande 250 000 och av dessa är omkring 60 000 Premiumkunder. Men nu betalar de mer. 59 respektive 99 kronor. "Vi har ökat våra digitala användarintäkter med hela 25 procent mot förra året. Det är helt fantastiskt och viktigt för hela branschen", säger Aftonbladets onlinechef **Andreas Aspegren**. Men det betyder inte att Aftonbladet börjar närma sig taket för antalet Plus-kunder, menar han: "Nej, inte alls. Vi är bara precis i början av en lång resa. På sikt kommer det att vara helt naturligt för alla att betala för exklusivt journalistiskt innehåll och olika typer av mervärden."

Vad är det viktigaste nu, att öka antalet Plus-kunder eller förvandla Plus-kunder till Premium?

"Det är en bra fråga. I längden är det så klart alltid viktigast med riktiga intäkter. Exakt hur man sedan sätter sina prispunkter på de produkter man säljer är en hel vetenskap och kan så klart skifta över tid, situation och mellan olika användare. Ser man till Aftonbladet – med sin storlek och bredd – är det extra viktigt med en stor betalande kundbas från hela Sverige. Vi har hundratusentals svenskar som går ut och in under olika perioder i stegen i vår användartrappa; det vill säga gratis, inloggad, Plus och Plus Premium."



Gota - räknar med 20-procentig tillväxt i år

» Antalet rena digitala prenumerationer har för hela Gota Media ökat från 8 500 till 11 000 hittills under 2017. Antalet helgprenumeranter har gått från 6 500 till drygt 8 000. Och **Daniel Alkeberg**, upplageansvarig på koncernen, tror att trenden kommer att hålla i sig hela året. Vilket skulle betyda omkring 14 000 digital- och 10 000 helgprenumeranter vid årsskiftet. Om försäljningen når de nivåerna innebär det att drygt 10 procent av koncernens prenumerationer är digitala.



500 Plus-artiklar varje månad

Läs artiklar med fler detaljer och djupgående fakta. Få vassa analyser av Sveriges skarpaste skribenter.



Borås Tidning

ONSDAG 7 JUNI 2017 DAGENS NAMN: ROBERT, ROBIN

Familj.se eBT FÖRENINGSGUIDEN

MENY TIPSÅ BORÅS 7HA TV SPORT KULTUR MARK KIND ULTRICEHAMN

Välj hur du vill läsa Borås Tidning!

Med oss får du tillgång till vårt nyhetsflöde när, var och hur du vill - dygnet runt i datorn, läsplattan och mobilen.

7 DAGAR + DIGITALT

232 kr/mån

Papperstidning mån-sön
E-tidning mån-sön
Plusartiklar

3 DAGAR + DIGITALT

184 kr/mån

Papperstidning fre-sön
E-tidning mån-sön
Plusartiklar

DIGITALT

149 kr/mån

E-tidning mån-sön
Plusartiklar

Medie världen Premium

DN - nu över 92 000 betalande

» För ett halvår sedan hade DN 75 000 digitala prenumeranter som betalar minst 99 kronor per månad. I dag är siffran över 92 000. Det betyder digitala läsartäkter på över 80 miljoner kronor på årsbasis (exklusive moms). Men den siffran kommer att stiga betydligt om chefredaktör **Peter Wolodarski** får rätt. Vid årsskiftet tror han att DN har 120 000 betalande kunder vilket skulle ge läsartäkter på drygt 100 miljoner kronor (exklusive moms) på årsbasis. Tillväxten av nya kunder sker främst i Storstockholmsområdet men även från övriga landet. Någon avmattningstendens har inte heller noterats enligt Peter Wolodarski. "Så det finns goda chanser att klara årsmålet även om det så klart är mycket ambitiöst satt." Omkring 30 procent av DN:s prenumeranterna är helt digitala. Peter Wolodarski pratade även digital läsartäckning på på Resumes Nordic Media Insight. Där visade han också siffror över hur churnen utvecklats över tid. Från september i fjol till i mars ökade den från 11,5 procent till 14,8 procent. Men sedan har den sjunkit och är nu nere på 10,2 procent. Delvis på grund av ett dataprogram som analyserade orsakerna till att kunderna hoppar av. Delvis för att DN gjort det lättare att både hoppa på och av som prenumerant. Att det tidigare var besvärligt att säga upp sin digitala prenumeration skapad ilska hos kunderna och gjorde att de inte återkom.



Hallpressen - premiumpremiär gjord

» Skaraborgs Läns Tidning, Falköpings Tidning och Västgöta-Bladet har nu satt Premiumstämpel på delar av innehållet. Men till exempel raka nyheter och sportresultat ska vara tillgängligt för alla. Priset för icke-prenumeranter att få tillgång till materialet är 99 kronor i månaden. Övriga sajter i koncernen lanserar Premiummodeller under hösten.



HD-Sydsvenskan - över 12 000 kunder

» I december i fjol lanserades HD-Sydsvenskan sin betalmodell. För Sydsvenskans del bara ett knappt år efter att tidningen skrotade sitt tidigare försök att ta betalt för det digitala innehållet. I början av maj hade man över 10 000 helt digitala prenumeranter och nu är man över 12 000 enligt chefredaktör Pia Rehnquist. Om ett år är antalet det dubbla hoppas och tror hon. Att allt fler betalar för sitt digitala läsande har inte inneburit att printraset accelererat. "Tvärtom, där har tappet stagnerat", säger Pia Rehnquist. Det som ger flest nya betalande läsare är, glädjande nog enligt **Pia Rehnquist**, den egna tunga journalistiken. "Samt för HD:s del även mycket av sportbevakningen." När det gäller avhoppet är det fortfarande för tidigt att dra några egentliga slutsatser menar hon.

DAGENS NYHETER. Redan prenumerant? [Uppgradera här!](#)

Hur vill du läsa Dagens Nyheter? **Digitalt** Papperstidning

Bas
99 kr
per månad

Just nu **69 kr** med bindningstid!

Spara 360 kr!

69 kr / mån* 99 kr / mån

*12 månader bindningstid!

Gå vidare

- ✓ Alla artiklar på DN.se
- ✓ DN.Prio Handplockad kvalitetsställning
- ✓ Mitt DN Personligt flöde, bevak nyheter och följ skribenter
- ✗ e-DN Tidningen digitalt i mobil, surfplatta och dator
- ✗ Korsord Lös digitala korsord från tidningen

Mellan
179 kr
per månad

Ingen bindningstid!

Gå vidare

- ✓ Alla artiklar på DN.se
- ✓ DN.Prio Handplockad kvalitetsställning
- ✓ Mitt DN Personligt flöde, bevak nyheter och följ skribenter
- ✓ e-DN Tidningen digitalt i mobil, surfplatta och dator
- ✓ Korsord Lös digitala korsord från tidningen

FT Total
från 186 kr/mån

FT Digital
från 119 kr/mån

Premium
99 kr/mån

PREMIUM

Det som gör dig större. Som människa. Träna varje dag. **LÄS SYDSVENSKAN**

Enkelt att prenumerera - välj det alternativ som passar dig

Premium från 99 kr/mån

- Obegränsad tillgång till alla premiumartiklar på sydsvenskan.se
- Dagligt nyhetsbrev med de senaste nyheterna från sydsvenskan.se
- Följ ämnen och skribenter
- Sjämrklubb exklusiva erbjudanden - spara tusentals!

E-tidning
149 kr/mån

Papperstidningen i digitalt format via dator, surfplatta eller mobil* varje dag. Även om Sjämrklubb exklusiva erbjudanden - spara tusentals!

Premium obegränsad tillgång till premiumartiklar på sydsvenskan.se

Beställ nu!

Medlemskap **Helg**
149 kr/mån

Tidningen i läsnings- och E-sidning varje dag. Även om Sjämrklubb exklusiva erbjudanden - spara tusentals!

Premium obegränsad tillgång till premiumartiklar på sydsvenskan.se

Beställ nu!

Medlemskap **Hela veckan**
333 kr/mån

Tidningen i läsnings- och E-sidning varje dag. Även om Sjämrklubb exklusiva erbjudanden - spara tusentals!

Premium obegränsad tillgång till premiumartiklar på sydsvenskan.se

Beställ nu!

Mittmedia - siktet inställt på 55 000

» I oktober i fjol började de första sajterna inom Mittmedia att begränsa läsandet för dem som inte betalar. Nu är koncernen uppe i 40 500 digitala prenumeranter totalt. Vid årsskiftet ska de vara minst 55 000 enligt privatmarknadschef **Anna Joneby**. För någon avmattning när det gäller tillströmningen av nya kunder har de inte märkt av: "Vi följer och har uppsatta veckomål och hittills överlevererar samtliga av Mittmedias regioner. Vi har i dag betydligt fler nya digitala kunder än 550 stycken i veckan och hoppas dessutom överträffa vårt mål på 55 000 digitala kunder som är lågt tilltaget." 2020 ska antalet vara 416 000.

Koncernen jobbar hårt för att hålla nere avhoppet. Omkring 60 procent av dem som blivit Plus-kunder är det fortfarande. "Utöver att leverera vår unika lokala journalistik jobbar vårt CRM-team med kundkommunikation som syftar till att hjälpa och uppmana våra kunder att nyttja de produkter och tjänster de köpt från Mittmedia. Vi har även ett anti-churn/räddningsteam på vårt kundcenter som arbetar med att minska churnen på alla våra prenumerationspaket."

Den digitala tillväxten slår inte mot printupplagan: "Vi ser snarare en tillväxt på vår totala prenumerationsvolym, summan av alla våra prenumerationspaket. Enligt våra prognoser kommer Mittmedia att gå ur 2017 med en högre totalvolym än 2016." Klarar koncernen målet med 55 000 digitala prenumeranter till årsskiftet innebär det att omkring 30 procent avstår från printprodukten utifrån TS-siffrorna för 2016.







Norran - betalmodell på plats - igen

» För två år sedan gjorde Norran ett första försök att ta betalt för sitt digitala innehåll. Men nu ska det gå bättre, tror tidningens chefredaktör **Marcus Melinder**. Upplägget för Norran är detsamma som 2015. Plus-materialet blir bara tillgängligt för de som är prenumeranter eller de som väljer att betala 99 kronor i månaden. Men det är två saker som skiljer, menar han. Dels att tidningen valt att samarbeta med Klarna för att få en smidig betalningslösning för kunderna och dels att det nu finns det en mycket högre acceptans för att betala för innehåll på nätet.

ÖP

Välj det nyhetspaket som passar dig bäst!

Vi ger dig det lokala nyhetsperspektivet. Från lokala nyheter, sport, nöje, debatter till erbjudanden och mycket annat. Du väljer själv var, när och hur du vill ta del av nyheterna via din mobil, läsplatta, dator eller papperstidning.


<p>ÖP Komplet</p>  <p>322 kr <small>Pris per månad</small></p> <p>Köp nu!</p>	<p>ÖP Helg</p>  <p>236 kr <small>Pris per månad</small></p> <p>Köp nu!</p>	<p>ÖP Digital</p>  <p>149 kr <small>Pris per månad</small></p> <p>Köp nu!</p>	<p>Plus</p>  <p>99 kr <small>1 kr första månaden, därefter 99 kr / månad. Utan bindningstid.</small></p> <p>Köp nu!</p>
---	--	---	---

Digitala kunder 24 år yngre

■ Sedan Mittmedia lanserade sin Plus-satsning har över 40 000 prövat på modellen. 23 500 är fortfarande kunder, 17 000 fullbetalande. Snittåldern är 46 år, jämfört med 70 år för en printprenumerant. 60 procent av kunderna har blivit det från en enskild artikel, resten i samband med kampanjer.

Livesänd sport är det som ger flest nya kunder. På listan över de tio artiklar som lett till flest köpta prenumerationer mellan mitten av december 2016 och början av maj i år är det bara en som inte är livesport.


Läs mer på: <https://medium.com/mittmedia/s%C3%A5-fick-mittmedia-40-000-att-prova-plus-med-hj%C3%A4lp-av-djup-dataanalys-och-kreativa-journalister-323a9c582302>

NORRAN 

[TIPSA](#) [PRENUMERERA](#) [LOGGA IN](#)

[NYHETER](#) [AFFÄRSLIV](#) [SPORT](#) [TV](#) [HOCKEYBLOGGEN](#) [NÖJE & KULTUR](#) [FAMILJ](#) [ÅSIKTER](#) [SÖK](#)

Introduktionserbjudande för dig som ny kund!

NORRAN 	Allt	Helg	Digital	Plus
Tillgång till PLUS-artiklar	✓	✓	✓	✓
Norrans mobilapp	✓	✓	✓	✓
eNorrän (e-tidning)	✓	✓	✓	—
Tidning tors, fre, lör	✓	✓	—	—
Tidning 6 dagar i veckan	✓	—	—	—
Antal login (användare)	5 **	5 **	1 **	1 **
Pris	241 kr <small>/ mån *</small>	170 kr <small>/ mån *</small>	142 kr <small>/ mån</small>	99 kr <small>/ mån</small>
	Gå vidare	Gå vidare	Gå vidare	Gå vidare

**Medie
världen
Premium**

NTM - här är det frekvens som gäller

» I en dryg månad har Östgöta Media kört sin frekvensmodell. Och den har hittills fungerat över förväntan, enligt publisher **Anna Lindberg**. Nu finns den även på UNT och på Gotland. Samt sedan några dagar även i Norrbotten.

Anna Lindberg är mycket nöjd med hur koncernens betalmodell har tagits mot av kunderna. Hon vill dock inte gå in på några siffror. "Det är för tidigt ännu även om det gått över förväntan. De första veckorna tripplade vi våra uppsatta mål. Vi konverterar fortfarande i hög takt men nu har det mattats av något. Vilken är en erfarenhet alla har som gjort den här resan."

Konverteringen är en faktor för hur framgångsrik modellen är. Avhoppen den andra. Men där vet Anna Lindberg inte något om hur det ser ut för Östgöta Media. "Eftersom det har gått så kort tid så har vi inte någon churn alls än så länge." I över tre års tid har koncernen jobbat med att få användarna att logga in. Vilket innebar att de hade 177 000 registrerade användare när betalmodellen lanserades. Omkring 75 000 av dessa var prenumeranter.

"Vilket gav oss omkring 100 000 användare att bearbeta. Och det är därifrån basen av de vi konverterat kommit ifrån." Anna Lindberg har en tydlig bild av vilket innehåll som konverterar bäst. "Det folk vill läsa är vad som skapar betalvilja. Raka enkla nyheter, human touche, blåljus och sport. Och det spelar ingen roll om det är rörligt eller text." Det betyder inte att det är slut med längre grävjobb. Men vinklarna måste vara vassa, det måste vara tydligt på vilket sätt grävet berör läsarna och presenteras på rätt sätt. "Vi har inte råd att göra ett gräv i fyra veckor om något som i slutändan inte berör folk. Även om vi tycker det är viktigt."

Östgöta Media lanserade sin modell i slutet av april. Några veckor senare var det dags för UNT. I slutet av maj Helagotland. Och sedan den 13 juni även på Norrbottens Media. Då skrotades den Plus-modell som funnits där sedan 2014 till förmån för frekvensmodellen. Enligt **Mats Ehnбом**, vd för Norrbottens Media, är det på tiden: "Plus-modellen har fungerat för att fånga in de som är mest hängivna den lokala journalistiken. Men den har det svårare när det gäller den breda massan. De hittar ofta ett sätt att navigera runt modellen. Därför är det logiskt att vi ska ta betalt för helheten, som vi alltid har gjort när det gäller print, och inte enskilda artiklar."

Efter drygt tre år har Norrbottens Media totalt omkring 1 700 heldigitala betalande läsare. En siffra som Mats Ehnбом räknar med ska flerdubblas till utgången av 2018. "Dels för att vi kopplar på Klarnas lösning, den modell som vi har kräver alldeles för mycket av kunderna, och dels som sagt för att frekvensmodellen fungerar bättre när det gäller att konvertera."

Mats Ehnбом menar också att såväl tidningarna i Norrbottens Media, Norrbottens-Kuriren och NSD, som branschen som helhet under dessa år blivit mycket bättre på att producera innehåll som läsarna finner det är värt att betala för. Och hans erfarenheter är att det är de stora avslöjandena som både ger mest trafik och får flest att bli betalande läsare. "Det betyder inte att det är oväsentligt med det man kan kalla för lättviktigt material. Båda typerna behövs för en bra mix."

KURIREN Med PLUS får du alltid mer!

Vilket erbjudande väljer du?

Ingen bindningstid!

Erbjudanden gäller vid kortbetalning. Vill du betala med faktura eller via autogiro? Kontakta kundcenter prenumerationer@kuriren.com

KURIREN Digital	KURIREN Exklusiv	KURIREN Digital dygn
Allt digitalt material i 1 mån för 1 kr direktreter löpande 179 kr/månad	Hemburen tidning och alla digitala nyheter i 1 mån för 1 kr, direktreter löpande 252 kr/månad.	Full tillgång till allt digitalt material i 24 timmar
<ul style="list-style-type: none"> Webb Mobil PLUS Plus-material Familjemedlemmar Kundklubb Prenumerant E-tidning 	<ul style="list-style-type: none"> Webb Mobil PLUS Plus-material Familjemedlemmar Kundklubb Prenumerant E-tidning Papperstidning 	<ul style="list-style-type: none"> Webb Mobil PLUS Plus-material E-tidning
1 kr	1 kr	29 kr
VÄLJ	VÄLJ	VÄLJ

Skånskan - överväger börja ta betalt

» Skånska Dagbladet är den enda dagspresskoncern som ännu inte tagit beslut om att införa någon betalmodell för det digitala innehållet. Men det kan bli ändring på det. "Det står på vår agenda att analysera för- och nackdelar med något slag av betallosning. Inte minst vill vi studera hur det har gått för andra tidningar som infört betallosningar. Arbetet har startat ganska nyligen." Det säger koncern-**vd Lars J Eriksson**.

Varken val av modell eller tidpunkt för eventuell lansering är därför klar. "Vi valde medvetet att avstå från att införa en betallosning eftersom vi bedömt att det var lättare att få annonsintäkter än läsarintäkter. Möjligen – men inte säkert – har pendeln svängt över i den frågan, vilket styrks av att så många tidningar nu infört betallosningar. Men vi noterar också att läsarintäkterna för andra tidningar via det digitala är så små att det inte räcker till för att finansiera omfattande kvalitetsjournalistik trots att branschen nu haft tjugo år på sig att förändra sin affärsmodell från printintäkter till digitala intäkter. Därför finns inte inom synhåll för oss eller andra att lämna print."



Stampen - alla tar betalt innan nyår

» Före sommaren ska Bohuslänningen och Strömstads Tidning lansera sin betalmodell. Efter semestern Hallandsposten, Hallands Nyheter och TTELA. Under fjärde kvartalet ska även GP börja ta betalt. För lokaltidningarna är det en ren Plus-modell som gäller. För GP kan det bli fråga om en kombination av Plus- och frekvensmodell. I takt med att printannonserna faller blir läsarintäkterna allt viktigare, konstaterar **Johan Hansson**, vd för Stampen Lokala Medier. Koncernen har sneplat på hur det gått för norska Amedia och hur antalet sidvisningar ökat och tappet när det gäller printprenumeranter minskat för flera tidningar sedan betalmodellerna införts och hoppas på en liknande utveckling.



Sörmlands Media - tror på fördubbling

» Hösten 2016 hade Sörmlands Media drygt 1 500 helt digitala kunder. Vd **Jimmie Näslund** trodde då att siffran skulle fördubblas på ett år. Nu är antalet 2 000 och ökningen är stabil. Så ribban ligger kvar: "Kvantitativa mål är inte sällan vanskliga att sätta upp, men ja, ambitionen finns fortfarande. Om vi lyckas bibehålla den ökningstakt vi haft tertial 1 är siffran inom räckhåll. Men lätt blir det inte." Konverteringsarbetet går dock åt rätt håll. "Vi har sett en större ökning av våra digitala prenumerationer under tertial 1 2017 än vad som tidigare varit fallet och det känns som att det fortsätter i den riktningen. Ett viktigt steg blir att, utöver våra befintliga betalplattformar, implementera Klarna som betallosning vilket slutförs inom kort. Flera kollegor i branschen har upplevt tydliga uppsving när de gjort detta och också vi hoppas på en liknande effekt även om det avgörande arbetet görs av oss själva i form av rätt innehåll, bra paketering, rätt prissättning och smidiga betallosningar."

Välj Tidning
Eskilstuna-Kuriren/Strengnäs Tidning

Digitalt Paket	Helgpaket	Veckopaket
148:-	189:-	262:-
<ul style="list-style-type: none"> Webb - nyheter dygnet runt E-tidning inkl. app E-tidningsarkiv PLUS-förmåner Familjekonto Papperstidning fre-lör Papperstidning mån-tors 	<ul style="list-style-type: none"> Webb - nyheter dygnet runt E-tidning inkl. app E-tidningsarkiv PLUS-förmåner Familjekonto Papperstidning fre-lör Papperstidning mån-tors 	<ul style="list-style-type: none"> Webb - nyheter dygnet runt E-tidning inkl. app E-tidningsarkiv PLUS-förmåner Familjekonto Papperstidning fre-lör Papperstidning mån-tors
<p>BESTÄLL</p> <p>UNGDOM/STUDENT 112:-</p> <p>24-TIMMARS 15:-</p>	<p>BESTÄLL</p> <p>UNGDOM/STUDENT 142:-</p>	<p>BESTÄLL</p> <p>UNGDOM/STUDENT 198:-</p> <p>FÖRETAG</p>

Medie
världen
Premium

Strategin inför framtiden är klar: "I grunden handlar det om att i allt större utsträckning analysera vår trafik för att se dels vad som driver inloggning bland våra befintliga kunder, dels vad som genererar direkta köp hos nya kunder. Vi paketerar, publicerar, mäter, analyserar och försöker agera på det. Dessutom har vi sedan tidigare ett antal identifierade bevakningsområden som ska prioriteras digitalt i vårt premiumarbete. Glädjande är att vi märker att vårt kärninnehåll, det vill säga fördjupande och bra lokal journalistik, börjar ha ett tydligt värde också i det digitala landskapet."



VF - börjar ta betalt i höst

» Sedan hösten 2013 har NWT tagit betalt för sitt digitala innehåll, något konkurrenten Värmlands Folkblad avstått från. Men i slutet av januari övertog NWT-koncernen VF. Och till hösten är det samma digitala intäktsstrategi som gäller på båda sajterna. För NWT-koncernens del är i dag omkring 4,5 procent av prenumeranterna helt digitala enligt vd **Mats Muregård**.



VK - på väg mot 20 procent digitala

» Vid årsskiftet var var tionde VK-prenumerant digital. Målet var att fördubbla siffran på ett år och det är man på god väg att klara, enligt chefredaktör **Ingvar Näslund**: "VK ligger tämligen exakt enligt plan. I dag har vi 14 procent helt digitala betalande prenumeranter och vi siktar på att ha 20 procent vid årsskiftet. Ju mer man jobbar med detta desto större möjligheter ser vi." I senaste TS-redovisningen hade VK 28 400 prenumeranter. Det innebär att tidningen nu har knappt 4 000 digitala privatkunder och närmare 5 700 vid årsskiftet. VK jobbar också med att bygga upp analysfunktionen. Dessutom pågår ett redaktionellt utvecklingsarbetet på olika fronter.

Koncernen ska satsa upp till 90 miljoner kronor i olika teknikprojekt de närmaste tre åren. En av ambitionerna är att stärka läsaraffären ur flera perspektiv. Bland annat ska innehållet bli mer relevant med hjälp av geotagging och algoritmstyrda förstasidor. Klarnas betalmodell införs inom kort för att förenkla för kunderna.

Plusmärkningen på förstasidorna kommer också att försvinna för icke-inloggade vilket ledningen räknar med ska öka konverteringen då de inte i förväg ser att det krävs att man är betalande kund för att få tillgång till materialet. För inloggade kommer märkningen dock att vara kvar så att de ser vad de betalar för.

	PLUS	PLUS WEEKEND	PLUS PREMIUM
eVK måndag-lördag Papperstidningen i dator, surfplatta och mobil.	✓	✓	✓
PLUS-konto Tillgång till exklusivt PLUS-material på vk.se och Affärsliv24.	✓	✓	✓
Mitt VK Följ din favoritkrönikör, ort eller ämne med Mitt VK.	✓	✓	✓
Digitala korsord Nytt korsord varje vecka i eVK.	✓	✓	✓
Kundklubb Tillgång till unika erbjudanden, tävlingar och rabatter.	✓	✓	✓
Lövenappen Med Lövenappen får du full koll på Björklöven.	✓	✓	✓
Papperstidning fredag-lördag*		✓	✓
Papperstidning måndag-torsdag			✓
Extra PLUS-konto Ett extra PLUS-konto till en familjemedlem.			✓
Ett extra PLUS-konto Köp till ytterligare ett konto om ni är fler i familjen!	Tillval, 29 kr	Tillval, 29 kr	Tillval, 29 kr

SLUTSATSER:

- » Konverteringstakten är en nyckelfaktor för att nå tillräckliga nivåer på de digitala läsarintäkterna. Men det finns ett tak när det gäller antal möjliga kunder. Aftonbladet verkar närma sig detta men har kompenserat det med att ta mer betalt per läsare.
- » Vissa koncerner ökar stort när det gäller nya digitala prenumeranter räknat i procent. Men det sker från låga nivåer och kompenserar inte tappet av print-annonsintäkter. Nya sparpaket är därför till synes ofrånkomliga.
- » Det handlar inte längre om läsarintäkter *eller* annonsintäkter utan både och. Dock ökar de digitala annonsintäkterna bara marginellt i år. Delvis beroende på en förflyttning från desktop till mobil. Ökande andel läsarintäkter är ändå en fördel för dagspressen gentemot vissa konkurrenter. Analoga och digitala gratistidningar har inte något sådant ben att stödja sig på vilket gör att deras uthållighet kan bli lägre vid till exempel en kommande lågkonjunktur.
- » Medieföretagen jobbar hårt på att hitta enkla lösningar för dem som vill bli prenumeranter. Framst med hjälp av Klarna. Sannolikt finns det också mycket att vinna på att även göra det enkelt att inte längre vara prenumerant. Det minskar troligen tröskeln för att våga prova på om kunden vet att det också är enkelt att avsluta sin prenumeration.
- » En förklaring till varför Gota och Sörmlands Media inte fått fart på sin digitala försäljning kan vara att de ligger några tjugor högre per månad än övriga dagspressajter som samtliga tar 99 kronor per månad för sitt billigaste digitala erbjudande. Gota och Sörmlands Media inkluderar dock e-tidningen i det billigaste erbjudandet, det gör ingen annan dagspressajt. NTM har ett 99-kronors erbjudande som dock inte är enkelt att hitta. Kanske blir det en förbättring där när Klarnas betalösning integreras.