

Redaktionellt bokslut 2022

NWT
media





FOTO: KAJSA JUSLIN



FOTO: HELENA KARLSSON



FOTO: LISA OLAISSON

INNEHÅLL

TEXTER

Våga testa nytt – det kan till och med rädda liv	4
Fula tatueringar och raggare trollband unga	6
Fullträff för Premiumteam	8
Så når du nya målgrupper	10
”Sportjournalistik som är skriven från hjärtat”	12
Valframgång med livebevakning	14
Mediehusen ger titlarna en starkare röst	16
Statistik från succéåret 2022	18

TITEL FÖR TITEL

- AN 20 • DL 21 • FB 22 • FT 23 • HT 24 • KTK 25 • KT 26 • MT 27
- NKP 28 • NLT 29 • NWT 30 • PD 31 • SLA 32 • ST 33 • VF 34



FOTO: TOMMY ANDERSSON



FOTO: LISA OLAISSON



FOTO: HELENA KARLSSON

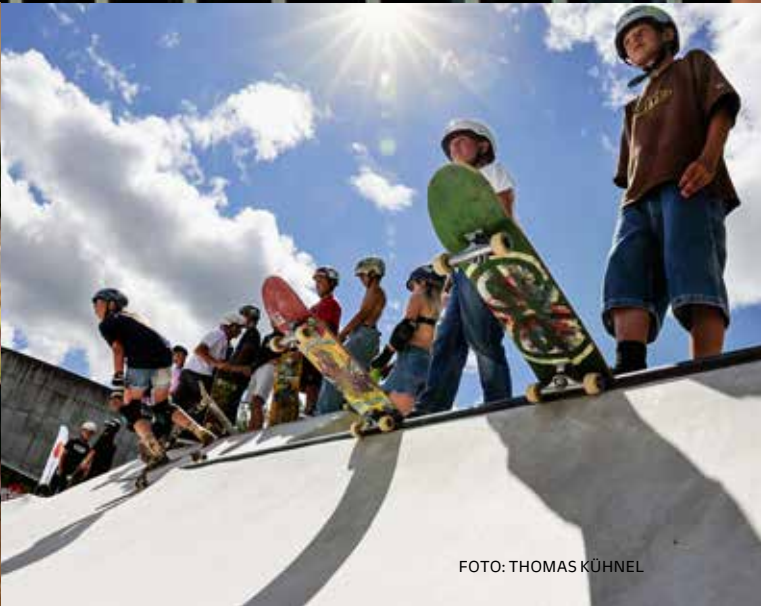


FOTO: THOMAS KÜHNEL

Vi som jobbat med bokslutet

Projektledare: Frida Flodkvist • Analys: Marina Tallberg och Timmy Lehmus Persson • Grafisk konsult: Anna Westergren
• Redigering: Erik Bonde • Text: Caroline Englund, Sara Lindmark, Joakim Löw, Robin Karlsson Dahlgren, Emma Lindell och Frida Flodkvist
• Tryckeri: JustNu, Karlstad • Distribution: Corinne Lundqvist och Josefine Björn • Ansvarig utgivare: Patric Hamsch

INGÅNG

Våga testa nytt – det kan till och med rädda liv

1817 – året då Mariestads-Tidningen kom ut för första gången. Det är Sveriges näst äldsta tidning och egentligen är det helt omöjligt att ta in hur mycket journalistik som gjorts och vilken betydelse MT haft för generationer av människor i Mariestad med omnejd. 206 år!

Alla våra 16 titlar har ju ett liknande historiskt arv. Till exempel Dalslänningen som kom ut 1925. Eller Filipstads Tidning 1850. Arvika Nyheter 1895. NWT 1836. Nya Kristinehamns-Posten 1884. Hjo Tidning 1847. Värmlands Folkblad 1918.

Vår gemensamma historia börjar med Napoleons sista dagar och pågår i allra högsta grad fortfarande. Men... vad är det egentligen vi behöver göra för att förhoppningsvis säkra framtiden i 200 år till?

Jag tror mycket handlar om att testa nya saker. Våga testa. Vi ska såklart hedra vårt arv och vår historia som fortfarande är en stor del av vår framgång just nu. Vi har byggt relationer med våra läsare länge och det betyder oerhört mycket.

Och, som syns i detta publicistiska bokslut, resultaten under 2022 är fantastiska och vår digitala omställning pågår tydligt och kraftfullt.

MEN att fortsätta utveckla journalistiken, arbetsmetoderna, formaten och sättet vi når ut till läsarna är helt centralt för att vi ska lyckas knyta band till generationer av nya läsare.

Under 2022 finns det en rad fina exempel på när vi

De här tre delarna tror jag behövs för att testa nytt ska fungera

1. Kreativa processer/metoder för att ta fram de bästa idéerna.

2. Modiga chefer som ger utrymme för nya saker.

3. Insikten om att vi behöver misslyckas ibland för att lyckas.

både vågat och testat nytt och lyckats. Som AN:s otroliga satsning på påskkaravanen med liverapportering, artiklar, sociala medier och video. Eller DL:s valsatsning med snabba frågor till politikerna (där en politiker visade sig tro på spöken...). Eller NWT:s smarta hisspitch under valet, eller på PD där redaktionen har onsdagsutbildningar med olika teman och inriktningar. Eller NKP som körde en tävling varje vecka med bästa rubriken för att öka fokus kring det.

Eller att NWT, NLT och VF skickade team till Polen och gränsen till Ukraina för att berätta om kriget därifrån. Eller MT:s totalfokus på Törebodafestivalen med drönare, podd, artiklar. Eller FB som styrte om delar av sin journalistik med fokus på case och människor. Eller på VF:s imponerande print- och digitala satsning på FBK 90 år. Eller NLT:s arbete med en tjejkväll med mejlutskick, artiklar, totalutdelning i print och möten med läsarna på stan.

Eller vår gemensamma satsning där våra läsare fick vara med och skänka pengar till folket i Ukraina som slutade med en miljon kronor från läsarna och en miljon kronor från NWT Media. Vi vågade testa något helt nytt och var faktiskt med och räddade liv.

Människorna på Mariestads-Tidningen vågade 1817. Bästa sättet att ta deras arv vidare är att fortsätta göra precis det.

Patric Hamsch
Biträdande mediechef





Caroline Englund är chef för hubben för redaktionell utveckling och tf chef för marknadsavdelningen.
FOTO: ANNA CECILIA ANDERSSON

Fula tatueringar och raggare trollband unga

Under 2022 har det som många bara drömmer om hänt. NWT-koncernens läsare har blivit yngre. I början av 2022 låg snittåldern på våra prenumeranter på 66 år, nu ligger den på 65 år. Tittar man enbart på våra digitala prenumeranter har snittåldern sjunkit med hela tre år, från 51 till 48 år.

Denna viktiga förflyttning har skett genom ett målmedvetet samarbete mellan i princip alla avdelningar. I slutet av 2021 startade projektet Ung målgrupp och i projektgruppen fanns representanter från hubben, marknad, analys, utveckling och NWT:s redaktion. Gruppen började med att definiera vad ung målgrupp innebär för NWT-koncernen och satte upp tydliga mål för 2022. Sedan inleddes ett intensivt arbete tillsammans med samtliga titlar för att nå målen.

Här är några konkreta saker som har hänt:

- Vi har omvärldsspanat och gjort analyser kring vilket innehåll som funkar bäst hos en yngre målgrupp.

- För att få inspiration och fler insikter har vi använt oss av en extern och en intern fokusgrupp.

- För att få fler unga att testa vår produkt har vi börjat erbjuda gratis journalistik för personer under 25 år. Något som tusentals personer har näppat på.

- Flera redaktioner har definierat vilka målgrupper de vill vända sig mot och anpassat sin journalistik efter dem.

- Vi har följt statistik kring vad unga läser och konverterar på och lärt oss av den.

- Flera nya reportrar med ung målgrupp som fokusområde har anställts och utträttat stordåd.

- En enorm insats kring koncernens arbete med sociala medier har gjorts. Detta har bland annat lett till tydliga strategier kring hur vi använder sociala medier och ett samarbete mellan redaktionerna. Många sociala medie-konton har växt enormt och flera reportrar har gett sig in i Tiktok-djungeln och gjort succé där.

DET HÅRDA ARBETET har inte bara resulterat i kuljournalistik – som när Anton Eriksson på AN leverapporterade i hörselkåpor från en raggarebil, när hela NLT:s redaktion tatuerade sig för att inspirera läsarna att tävla om Skaraborgs

fulaste tatuering eller när Amos Friedman och Nea Liljegren tog planet till Ayia Napa för att följa Karlstadsungdomarnas studentresa.

Det har också lett till fina resultat. AN:s utmärkta rapportering kring påskkaravanen drog in massor av konverteringar, tatueringstävlingen i Lidköping skapade enormt engagemang och ledde till cirka 40 inskickade bidrag och över 47 000 sidvisningar på fem artiklar, resan till Ayia Napa och studentrapporteringen som skedde i liveformat fick sammanlagt över 45 000 sidvisningar.

INOM RAMEN FÖR UNG målgruppsprojektet har vi också fått följa Värmlands värsta soffpotatis Emilias väg från soffan ut i löpspåret. Samarbetet med IF Göta gav såväl PR i ett av Sveriges största tv-program Efter fem hela tre gånger som stort läsarengagemang i sociala medier. Dessutom hävade vi in en mängd konverteringar genom ett enda mejl om soffpotatisen.

Andelen prenumeranter under 45 år har under året gått från 10 till 13 procent.

Caroline Englund

Fullträff för Premiumteam

Vilken är Värmlands fulaste tatuering? Den frågan blev startskottet för ett helt nytt arbetskoncept som etablerades under 2022.

Kraften från att slå samman reporterns berättande med kunskap från hubben och marknadsavdelningen har fått alla i NWT-koncernen att prata om det nya svarta: Premiumteam.

I början av mars 2022 började NWT-reportern Nea Liljegren jobba med en artikel där den fulaste tatueringen i Värmland skulle koras.

– Vi hade sett att Västerbottens-Kuriren (VK) lyckats bra med en liknande artikel för sin publik, så vi ville pröva att göra en variant för NWT-läsarna, berättar Liljegren.

Läsarna skulle skicka in bilder på mindre lyckade gaddningar och rösta fram en vinnare. Snart bildades en arbetsgrupp där medlemmar från hubben och marknadsavdelningen gick.

Arbetsgruppen fick, likt en mini-redaktion, själva styra över innehåll, planering och publicering. Det hela resulterade i en serie i fyra delar med stort läsarengagemang, både på sajten och i sociala medier där själva omröstningen avgjordes. I sin helhet drog artikelserien in strax över 100 000 sidvisningar.

MEN FRAMGÅNG ÄR INTE alltid en självklarhet. Därför behövde metoden med en mindre redaktionell grupp prövas igen. Det gjordes i samband med AN:s rapportering om den stora påskkaravanen. Det hela resulterade i en av tidningens mest väl lästa artiklar någonsin. Dessutom



Inför SHL-kampanj

var alla som konverterade på artikeln under 45 år. En total succé, med andra ord. Framgången med konceptet var alltså ingen slump.

– Några smarta medarbetare fick i uppdrag att ta fram förslag på hur arbetet skulle gå till rent praktiskt. När det var klart var det bara för mig att ta beslut om att vi skulle köra igång. Ett av de bästa, och enklaste, besluten för min del under 2022, säger biträdande mediechef Patric Hamsch.

Konceptet finlipades och fick sitt namn: Premiumteam. – Styrkan med Premiumteam är att vi jobbar tillsammans från flera avdelningar, att vi verkligen tänker till kring hur journalistiken ska presenteras digitalt. Och att vi lägger fokus på att sprida innehållet i sociala medier till personer som annars kanske inte skulle ha upptäckt det, säger Caroline Englund, chef för den digitala hubben.

ARBETET MED PREMIUMTEAM tog fart på allvar under sommaren och hösten 2022. Samtliga titlar i koncernen har fått hjälp med paketering och marknadsföring av redaktionellt innehåll. Flera stora artikelserier har också fått en behandling av Premiumteam-konceptet.

Bland annat MT:s bevakning av Törebodafestivalen och SLA:s djupdykning i hur unga drabbas av den ekonomiska krisen i artikelserien Kris på kontot.

– Premiumteam är här för att stanna och framåt handlar det mycket om att förfina arbetssättet och göra rätt insats för rätt typ av journalistik. Vi behöver också lägga ännu mer resurser på Premiumteam eftersom de positiva effekterna är så strålande bra, säger Patric Hamsch.

Joakim Löw

Exempel på Premiumteam



Pappa Anders



Kris på kontot



Kvinnor i mansyrken



Påskkaravanen



Power Big Meet

Så når du nya målgrupper

Under hösten har Arvika Nyheter och Nya Lidköpings-Tidningen arbetat med att nå nya målgrupper enligt Tablestakes-modellen.

En något förvirrande term kanske, men ett enkelt arbetssätt som ger resultat.

Grunderna handlar om att serva och nå specifika målgrupper, sätta smarta mål för sitt arbete, att våga testa nytt och att börja direkt.

För AN landade målgruppsarbetet i unga sportintresserade, singlar mellan 25 och 35 år samt barnfamiljer. NLT satsade på idrottsföräldrar, barnfamiljer, unga i näringslivet och unga bostadsintresserade.

– Att välja målgrupper som man har kunskap om och passion för är viktigt. Vi var inne på en motorburen målgrupp, men vi har ingen som är intresserad och då går det inte, säger Malin G Pettersson, redaktionschef på NLT.

Anton Eriksson, reporter på AN, poängterar vikten av lust och engagemang.

– Då blir det bättre och lättare att kunna göra valen i den redaktionella vardagen. Det ska inte kännas som en tråkig pliktgrej.

BÅDA REDAKTIONERNA satte mål för antal publicerade målgruppsriktade artiklar per vecka, sidvisningar, konverteringar, andel unga läsare och följare i sociala medier.

–Vi krossade vårt sidvisningsmål redan andra veckan med mer än dubbla siffror. Det blev verkligen ett kvitto på att vi jobbade rätt och det gav hela redaktionen positiv energi, säger Malin G Pettersson.

Hon tipsar om att sätta rimliga mål.

– Man ska ha möjlighet att nå dem och känna att det ger

”VI
KROSSADE
VÅRT SIDVISNINGS-
MÅL REDAN ANDRA
VECKAN MED MER
ÄN DUBBLA
SIFFROR.”

Stora bilden:
NLT firar att de nått sina sociala medier-mål med bubbel, snacks och fiskdamm. Camilla Bergström fiskar och Malin G Pettersson krockar fast godispåsar.

Små bilderna:
Delar av NLT:s redaktion.

Anton Eriksson, Tim Öberg och Linus Carle på AN deltog i Tablestakes-projektet.

Sonya Cunningham Oldenvik och Anton Eriksson visar under AN:s TikTok-firande.

något. Och det är oerhört viktigt att inte se Tablestakes som något man gör utöver allt annat, utan istället för. Det handlar om att göra nya saker, andra saker – inte fler saker. Tablestakes är otroligt förlåtande. Blir det inte bra är det bara att göra något annat nästa gång.

På AN har man satt extremt låga trösklar för att testa nytt.

– Bara kör, det finns inget att förlora. Det är inte farligt att misslyckas eller göra bort sig, men lyckas vi är det jättevärdefullt. Känner någon hos oss ett engagemang för att dra igång något så gör vi det. Vi har fått väldigt mycket tillbaka när vi provat nytt, säger Anton Eriksson.

EFTER AVSLUTAT Tablestakes-projekt har både AN och NLT valt att fortsätta arbeta enligt målgruppsmodellen.

– Våra nya mål står på en whiteboardtavla mitt på redaktionen, så det är alltid top of mind. Vi har en handlingsplan för mer spånmöten varje månad, jobbar med en checklista för ung målgrupp under morgonmötena och pratar om journalistiken, sociala medier, rörligt och hur vi kan skruva på pliktbevakning. Arbetssättet har skapat nya rutiner och vanor. Det är mer naturligt att prioritera jobb så det riktas mot en ung målgrupp, säger Anton Eriksson.

Hur har ni firat uppnådda mål?

– Med fika och en stor godisskål. Det som stack ut mest var att vi hade konsert med sång och dragospel när vi nådde vårt Tiktok-mål. Firanden skapar trivsel och sätter guldkant på arbetsvardagen, säger Anton Eriksson.

– Jag hade 20 godispåsar stående länge, men vi hade svårt att få till firandet. Så var noga med att planera in det. Firandet är lika viktigt som alla andra mål, säger Malin G Pettersson.

Frida Flodkvist



Tablestakes

Metod som ska få nyhetsförmedlare att överleva i en digital värld. Tablestakes är en pokerterm som står för minsta insatsen för att vara med vid bordet.

1. Identifiera redaktionens styrkor och svagheter, fundera kring möjligheter och hot och vad ni behöver förbättra nu direkt.
2. Välj två eller tre olika målgrupper. Vilka

vill ni nå? Var kan ni nå tidiga vinster? Vilka är köpstarka? Vad behöver målgruppen? Vad har de för problem? Vad är deras passion?

3. Sätt smarta mål. De ska vara specifika, mätbara, accepterade, realistiska och tidsatta.

4. Börja direkt. Våga testa! Börja i liten skala. Går det inte bra är det bara att släppa det och testa något annat – ingen skada skedd.

5. Planera, producera och publicera fortloppande innehåll som anknyter till målgruppens liv under minst tre månader. Var närvarande på de plattformar där målgruppen finns. Ha spånmöten och skriv listor med potentiella jobb. Följ statistiken.

6. Fira! Uppnådda mål ska uppmärksammas. Koppla gärna specifika firanden till specifika mål.

"Sportjournalistik som är skriven från hjärtat"

Inför 2022 växlade VF-sporten upp och gick från två till tre medarbetare. Under året har läsarna bjudits på över 4 000 artiklar skrivna från Luleå till Malmö. VF Hockey sände sin första livepodd och en 96-sidig FBK-bilaga såg dagens ljus.

Under året har VF-sporten skruvat upp ett redan högt tempo. Förklaringen är att två heltidstjänster har blivit tre. Satsningen kom till inför ett späckat sportår där läsarna bland annat fick följa med till Luleå när Färjestad blev svenska mästare och till Malmö när Degerfors säkrade nytt allsvenskt kontrakt.

– Skillnaden är enorm och ger oss helt andra möjligheter att skapa den där extra initierade och genomarbetade läsningen vi vet att VF-sportens läsare gillar, säger Johan Ekberg, sportchef på VF.

Han driver den populära podden VF Hockey och den 15 september 2022 blev en speciell dag i poddens historia. Efter två och ett halvt års väntan livesändes den från Pitcher's i Karlstad och ett hundratal personer slöt upp.

– **ALLT VAR KLART** för livepodd 2020 men då slog pandemin till och vi fick ställa in. Så det var otroligt kul att till sist få träffa massa nya lyssnare.

Utmärkelserna har ramlat ned över Johan Ekberg under året. Han blev dubbelprisad när Värmlands journa-

VF-sporten i siffror

- Det genomsnittliga antalet unika besökare per vecka ökade med 42 procent – från 23 150 till 32 878.
- Antalet sidvisningar ökade med 1,5 miljon från 3 340 913 till 4 749 198
- VF Hockey landade under säsongen 2021/2022 på totalt 171 000 lyssningar, fördelat på 60 avsnitt.

Övre bilden:

Johan Ekberg livepoddar från Pitcher's.
FOTO: JOSEFINE BJÖRN

Nedre bilderna:

När FBK firade 90 år fanns Johan Ekberg och Jonas Griberg på plats i Löfbergs Arena med sin specialtidning. Håkan Loob signerade gärna.

FOTO: SAMUEL ANDRÉSEN

listförening delade ut 2020 och 2021 års priser. I februari nominerades han även till "Guldskölden 2021" i kategorin "Årets lokalsportjournalist".

– Det var jag och en massa fotbollsjournalister – nästan enbart från storstäderna. Häftigt att få det erkännandet. Dagens digitala värld gör att vi på VF-sporten faktiskt fått ett större upptagningsområde. Våldigt många läsare bor utanför Värmland och följer något lag vi bevakar, i de flesta fallen Färjestad, säger Johan Ekberg.

INFÖR FÄRJESTADS 90-årsjubileum ville VF-sporten ta ett nytt grepp. Tio personer fick ranka klubbens 90 största spelare vilket utmynnade i en gemensam topplista. Listan presenterades som en nedräkning för att på 90-årsdagen avslöja ettan och tvåan.

– Ett otroligt roligt jobb där vi gjorde drygt 20 stora spelarporträtt som långläsning. Innehållet slogs samman i en 96-sidig specialtidning som vi sålde för 90 kronor. Totalt såldes över 700 exemplar. Det var riktigt kul att faktiskt kunna få en intäkt på ren försäljning, säger Johan Ekberg.

Under 2023 vill han fortsätta utveckla VF-sportens starka varumärke.

– Ja, och bjuda läsarna på sportjournalistik som är skriven från hjärtat, med ett innerligt engagemang. Vi vill inte locka in läsare med rubriker som inte har täckning i texten, utan "marinera dem" med sportbevakning som gör dem stolta över att betala för vår journalistik.

Sara Lindmark



Valframgång med livebevakning

Under 2022 skulle koncernens valbevakning bli mer engagerande och nyskapande än någonsin tidigare. En yngre målgrupp skulle ta del av våra politiska nyheter för att i demokratisk anda kunna göra välgrundade val.

Det testades nya debattformat i sociala medier, spelades in valpoddar och fixades valgrafik. Vi kampanjade under vinjetten "Din journalist", skapade valundersidor till sajterna och erbjöd valkompasser och livesändningar. Flera titlar presenterade lokala partier genom snabba frågor i rörligt format, det hårdatsades under valkvällen och på många redaktioner fanns ung målgrupp med i bakhuvudet rakt igenom.

- 8 titlar satsade på infotainment, främst till sociala medier, och producerade rörligt material som var underhållande och informativt.
- 8 titlar liverapporterade om senaste nytt kring valet och chattade med läsarna.
- 2 titlar livesände debatter och valanalyser via mobilen.

Just livebevakningen och de korta infotainmentklippen visade sig bli en succé. Alla liveflöden hamnade i toppen av mest läst-listan ihop med de ständigt uppdaterade valresultaten och listor över bland annat dömda politiker.

På Värmlands Folkblads sajt möttes läsarna av VF GÖR-LIVE under valdagen.

– Vi fick väldigt bra reaktioner, många blev glada och



VI TRODDE DET SKULLE FLOPPA MED LIVEFLÖDET, ATT INGEN SKULLE INTERAGERA MED OSS, MEN FLER ÄN FÖR-VÄNTAT SKREV OCH FRÅGADE OSS SAKER.

tyckte det var roligt att vi skojade till det. Vi trodde det skulle floppa med liveflödet, att ingen skulle interagera med oss, men fler än förväntat skrev och frågade oss saker. Vi jobbade i skift med det under valdagen och dagen efter, säger Ida Myrin, webbredaktör och tf nyhetschef på Värmlands Folkblad.

PÅ NWT BLEV reportageserien Värmlandsresan en stor framgång. Där fick delen "Vägen som delar Karlstad" – om klyftorna mellan olika stadsdelar – över 20 000 sidvisningar.

– Jobbet har sitt ursprung i siffror och statistik, men det handlar om människorna bakom siffrorna. Vi började titta i Karlstads kommuns statistikdatabas och hittade konkreta skillnader mellan två olika stadsdelar på varsin sida av den här vägen. Rubriken var nog det som lockade i kombination med bilden. Ämnet är lite underbevakat och engagerar. De vi pratade med uttryckte att de var bekymrade, säger Marie Blomgren, reporter på NWT.

Flera granskningar inom koncernen ledde till att det pudlades och att politiker och tjänstemän fick avgå.

Frida Flodkvist



Nya Lidköpings-Tidningen, Skaraborgs Allehanda och Mariestads-Tidningen publicerade en granskning där Lidköpings oppositionsråd synades i sömmarna

för sitt företagande i krogbolag. Granskningen innebar att han till slut tvingades lämna alla politiska uppdrag efter avbön i media. "Mölleraffären" vars historia ännu pågår innehåller lögn, missköta affärer, dubbelspel, svartbyggen och polisanmälningar.



Både Arvika Nyheter och SVT Värmland skrev om det tidigare kommunalrådet i Eda, Hans Nilsson, som misstänktes ha tagit ut dubbla ersättningar från kommun och region. Genom att gå igenom utbetalningar kunde Arvika Nyheter styrka att så var fallet. Arvika Nyheter avslöjade även en tidigare okänd ekonomisk dom på SD-toppen Anders Skogberg.



NWT kunde inför valet avslöja att två politiker i Sjukvårdspartiet uttryckt kontroversiella åsikter och delat felaktig information om vaccinet mot covid-19

på sina Facebooksidor. En av dem delade ett inlägg där vaccineringen jämfördes med förintelsen under andra världskriget. Avslöjandet fick stor uppmärksamhet där såväl representanter från oppositionen som läkarkåren reagerade kraftigt. Sjukvårdspartiet bad sedan om ursäkt för sina kandidaters inlägg.



Karlskoga Tidning-Kuriren avslöjade att en högt uppsatt tjänsteman tafsat på unga tjejer. Det resulterade i att kommundirektören, personalchefen

och den tafsande tjänstemannen fick gå. Härvan blev till en lång följetång kring tystnadskultur, dyra avgångsvederlag och en vända till Kammarrätten för att KT-Kuriren till slut skulle få ut kommunala handlingar.



Mediehuscheferna Tomas Skoglund och Calle Sundblad.
FOTO: SAMUEL ANDRÉSEN

Mediehusen ger titlarna en starkare röst

Att skapa ett sammanhang för och stärka de mindre titlarna i koncernen – det var ett av målen när Mediehus Nord och Syd skapades inför 2022.

Från att ha varit rätt isolerade öar ville vi försöka ge titlarna möjligheter till mer stöd, större inflytande, bättre information och, inte minst, bättre möjligheter till samarbete och gemenskap.

Under hela 2022 har vi jobbat med de här frågorna inom ramen för Mediehus Nord, som omfattar tio tidningar i Värmland och Dalsland, och Mediehus Syd, med fem tidningar i Skaraborg.

Och vi tror att vi har lyckats rätt bra.

"Det viktigaste för mig är att organisationsändringen har gett mig en starkare röst. Jag tycker mediehusen gör det tydligt att det finns olika perspektiv, som inte är bättre och sämre utan beror på olika förutsättningar och sammanhang. De små titlarnas starka ställning syns mer nu."

Så svarar en av chefredaktörerna på frågan om vilken nytta den nya organisationen har gjort.

DET FINNS FLERA EXEMPEL på saker som hänt under året, som har skett inom ramen för de nya mediehusen:

- Vi har skapat en gemensam snabbhetsdesk för tidningarna i Mediehus Syd, och anställt fyra snabbhetsreportrar som jobbar över redaktionsgränserna inom Mediehus Nord.

Mediehus Nord

- Provinstidningen Dalsland
- Dalslänningen
- Säffle-Tidningen
- Arvika Nyheter
- Fryksdalsbygden
- Karlstads-Tidningen
- Värmlands Folkblad
- Filipstads Tidning
- Nya Kristinehamns-Posten
- Karlskoga Tidning-Kuriren

Cirka 70 redaktionellt anställda, 45 600 i total upplaga

Mediehus Syd

- Nya Lidköpings-Tidningen
- Skaraborgs Allehanda
- Mariestads-Tidningen
- Hjo Tidning
- Götene Tidning

Ca 65 redaktionellt anställda, 41 800 i total prenumererad upplaga plus 7 800 för gratisutdelade Götene Tidning

- Under hösten har mediehusen drivit på utvecklingen kring visionsarbetet, detta som en tydlig fortsättning på NWT-dagarna som genomfördes i september.

- Samtliga titlar har fått i uppdrag att ta fram en handlingsplan för sin redaktion. Handlingsplanen ska vara förankrad i visionens ledord "engagerar, överraskar och upplyser" och leda fram till konkreta aktioner som är mätbara och regelbundet följs upp.

ARBETSUPPGIFTERNA FÖR en chefredaktör varierar stort och flera av uppgifterna är inte direkt kopplade till journalistik. Under 2022 har vi därför, tillsammans med NWT Fastighet, tagit fram en servicetjänst som frigör tid och energi som chefredaktörerna kan lägga på att utveckla journalistiken och organisationen.

- Vi samarbetar alltmer kring journalistik, vilket bland annat har lett fram till ett gemensamt grävprojekt mellan flera tidningar i Mediehus Syd.

- Vi har utvecklat mötena för alla chefredaktörer, där målet är att vi ska skapa forum för diskussion, utbildningar, föreläsningar och inspiration.

Grundtanken med det hela är att, tillsammans i mediehusen, skapa de bästa förutsättningarna vi kan för att alla ska kunna göra så bra, engagerande, spännande och överraskande lokal och regional journalistik som möjligt!

Tomas Skoglund
Chef Mediehus Nord

Calle Sundblad
Chef Mediehus Syd

STATISTIK KONCERNEN

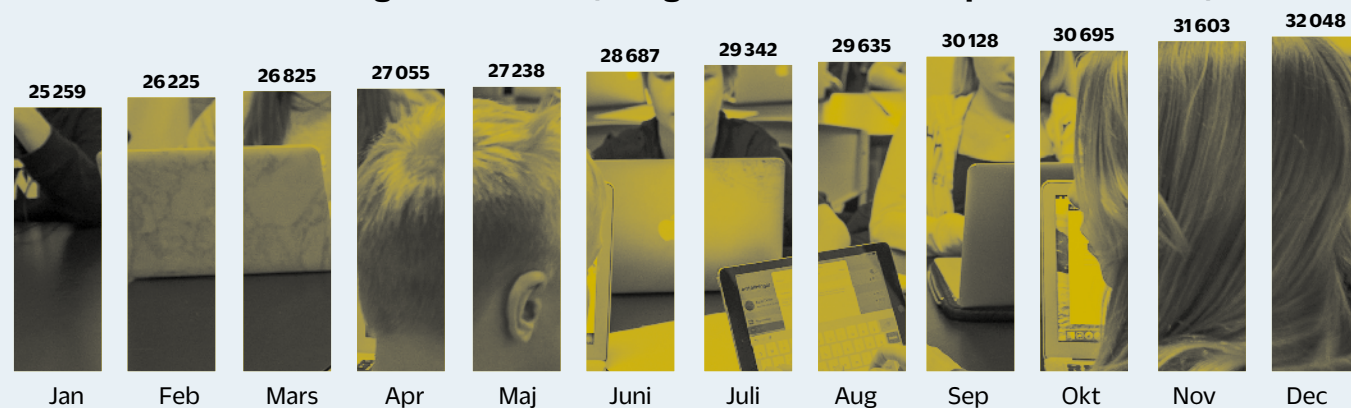
Topp-5-artiklar med högst genomsnittlig lästid

(i minuter och sekunder där sidvisningar exklusive teaservisningar överstiger 1 000)

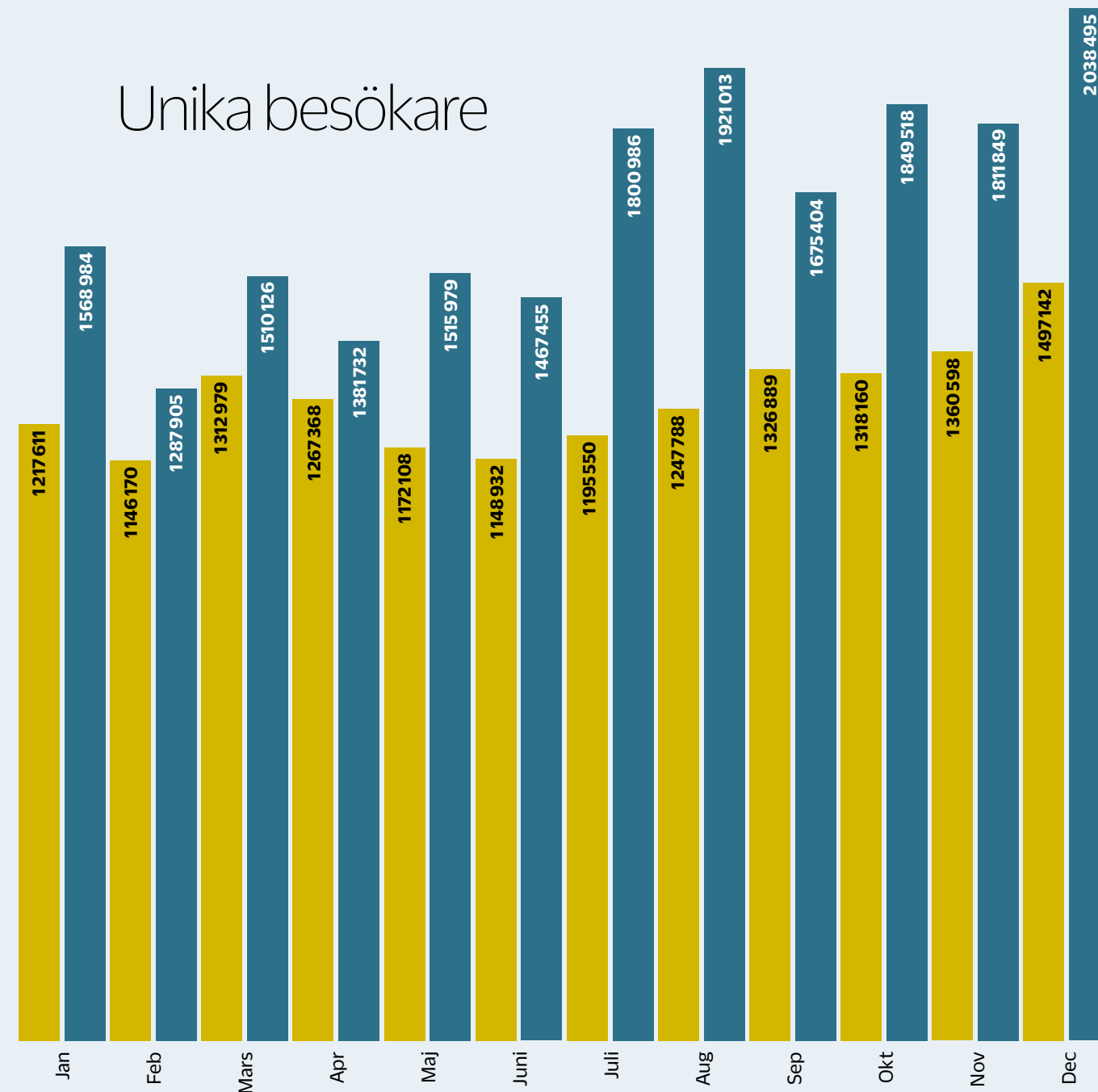


Antal digitala kunder

– Hela utvecklingen under 2022 (en digital kund kan ha flera prenumerationer)



Unika besökare





Arvika Nyheter • Chefredaktör: Linus Carle

ÅRET DÅ ALLA DIGITALA REKORD KROSSADES

2022 har det digitala omställningsarbetet tagit fart på allvar. Under året har vi haft en stor ökning av digitala prenumeranter och våra digitala läsare är flera år yngre i snitt jämfört med för ett år sedan.

Med vår påskkaravansbevakning slog vi alla våra digitala rekord. Valbe-

vakningen var ambitiös och gav både bra trafik och nya prenumeranter.

Vi har även startat ett framgångsrikt Tiktok-konto med över 2 500 följare och når en målgrupp vi troligen aldrig tidigare nått. Och så har vi öppnat en lokalredaktion i Eda!

UNIKA BESÖKARE

i genomsnitt per månad

50 819

ANTAL SIDVISNINGAR

i genomsnitt per månad. Sidvisningar totalt (inte bara på artikelnivå) inklusive teaservisningar

691 577

MEST LÄSTA ARTIKLAR



1

19 189

Polisen om Clark Olofssons flytt till Arvika: "Vi har noterat hans närvaro"

2

17 257

Clark Olofsson har flyttat till Arvika

3

13 593

Lista: Arvikas största skogsägare – en person har överlägset mest



Dalslänningen • Chefredaktör: Sofie Borg

HÖG MEDELÅLDER – MEN ALLT FLER I UNG MÅLGRUPP

Trots ett turbulent år för Dalslänningen har vi gjort rejäla framsteg.

I höstas nådde Dalslänningen rekordnivåer på antalet läsare i ung målgrupp, vilket väl får anses vara gott betyg i en bygd där snittåldern är rejält hög och i ökande. Snabb och

intensiv bevakning av aktuella nyhetshändelser, tunga granskningar och inte minst sporten har lockat en stor del yngre läsare under året.

Samtidigt ser vi att hela läsaraffären har gått framåt. Och det är tack vare ett gäng oerhört skickliga reportrar.

UNIKA BESÖKARE

i genomsnitt per månad

30 996

ANTAL SIDVISNINGAR

i genomsnitt per månad. Sidvisningar totalt (inte bara på artikelnivå) inklusive teaservisningar

384 090

MEST LÄSTA ARTIKLAR



1

11 501

En person omkom vid frontalkrock mellan lastbil och personbil

2

10 025

Ortens äldsta hus är svårsålt: "Läget har avskräckt många"

3

8 691

En tredje man anhållen efter knivmordet i Stigen



Fryksdalsbygden • Chefredaktör: Dan Enwall

VI NÅR FRAM TILL DE UNGA LÄSARNA

2022 har varit ett väldigt bra år för Fryksdalsbygden. Att jobba med det digitala i fokus är nu det naturliga arbetssättet på vår lilla men offensiva redaktion.

De positiva signalerna är många och glädjande. Framför allt har vi nått

fram till de yngre läsarna på ett sätt vi inte ens vågat drömma om.

Detta främst tack vare satsningar på lokal sport, engagerande artikelserier samt ett ökat fokus på brott och blåljus genom vår snabbhetsreporter.

UNIKA BESÖKARE

i genomsnitt per månad

19 727

ANTAL SIDVISNINGAR

i genomsnitt per månad. Sidvisningar totalt (inte bara på artikelnivå) inklusive teaservisningar

172 400

MEST LÄSTA ARTIKLAR



1

7 206

Junior ställer ut på Sillegården:
"Lars och jag inspirerar varandra"

2

3 709

Han har levt som hemlös i Sunne ett år: "Vi balanserar på slak lina"

3

3 579

Leifby betygsätter alla matchtröjor: "Putte Kock hade blivit i gasen"



Filipstads Tidning • Chefredaktör: Filip Kowalski

VI HAR SETT SAMARBETETS POSITIVA SIDOR

Året var händelserikt med en rad stora nyhetshändelser. En av de största händelserna, som drog mycket digital trafik, hade vi helst sluppit att skriva om och bevaka: händelsen då två ungdomar från Filipstads kommun förolyckades i en trafikolycka när deras A-traktor kolliderade med en lastbil.

Vad vi däremot skulle vilja göra mer av är att samarbeta med hubben för att lyfta innehållet. Artikeln om krematorieföreståndaren Sandra Henriksson är ett lysande exempel från 2022 på hur ett samarbete mellan redaktionen och hubben kan ge läsning över lång tid.

UNIKA BESÖKARE

i genomsnitt per månad

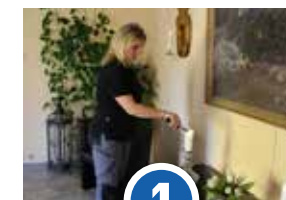
17 941

ANTAL SIDVISNINGAR

i genomsnitt per månad. Sidvisningar totalt (inte bara på artikelnivå) inklusive teaservisningar

150 748

MEST LÄSTA ARTIKLAR



1

6 075

Sandras yrke väcker reaktioner: "Ibland berättar jag inte vad jag jobbar med"

2

3 202

Professor Björn Olsen: "Omikron är en luftburen smitta"

3

2 620

Tio år efter vinsten – så lever Big Brother-Hanna i dag



Hjo Tidning • Redaktionschef: Lars-Ola Carlén

175-ÅRING ÄR MED PÅ TÅGET

Under 2022 kom 175-årsjubilerande Hjo Tidning på allvar med på tåget. Nej, inte sista tåget, fullastat med sprit från Hjo Spritfabrik, som lämnade perrongen för 65 år sedan. Inte heller ångtåget med vagnar från Hjo Mekaniska som numer trafikerar museijärnvägen Skara-Lundsbrunn.

Det handlar om det digitala tåget. 2022 var året då HT kom med som sista vagnen och nu med fokus på digitalt först har deadline 24/7 på webben och fortsätter servera Hjoborna nyheter i papper två dagar i veckan. Nu även med pushar i sociala medier.

UNIKA BESÖKARE

i genomsnitt per månad

6 637

ANTAL SIDVISNINGAR

i genomsnitt per månad. Sidvisningar totalt (inte bara på artikelnivå) inklusive teaservisningar

40 769

MEST LÄSTA ARTIKLAR



1

2 576

15-åring körde A-traktor full – blev av med körkortet

2

2 282

Örhäns fotade varg

3

2 282

33 chefer har slutat på fem år: "Det går inte dra paralleller till otrivsel"



Karlskoga Tidning-Kuriren • Chefredaktör: Catarina Lindström

GRANSKNING FÄLLDE TRE HÖGSTA TJÄNSTEMÄNNEN

Årets stolthet är hur vår granskning av en högt uppsatt tjänsteman som tafsade och betedde sig opassande på ett politiskt ungdomsmöte slutade med att både tjänstemannen, personalchefen och kommundirektören fick sluta sina tjänster i Karlskoga kommun. Det lästes och konverterades

des på rekordnivåer, och hade hela 51 555 sidvisningar.

Dessutom är vi stolta och nöjda med vår valbevakning som förutom den traditionella innehöll stora enkäter bland läsarna och två valpoddar varav en direkt riktad mot ungdomsgrupp.

UNIKA BESÖKARE

i genomsnitt per månad

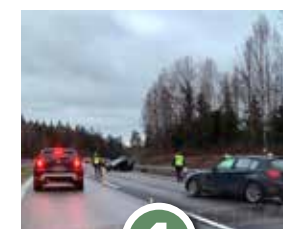
61 571

ANTAL SIDVISNINGAR

i genomsnitt per månad. Sidvisningar totalt (inte bara på artikelnivå) inklusive teaservisningar

859 894

MEST LÄSTA ARTIKLAR



1

9 943

Flera bilar i krock på E18 – kvinna avliden

2

9 422

Brand i batterilager – VMA utfärdat

3

8 819

35 djur brann inne i ladugårdsbrand – 80 djur tog sig ut



Karlstads-Tidningen • T f Chefredaktör: Veronica Sjöblom

LÄSARNA LOCKAS AV "RÖVLAPPAR" OCH BARNLÄNGTAN

Under 2022 tog vi ett rejält digitalt kliv framåt och direkt satte läsarsiffrorna full fart uppåt. Blandningen mellan nostalgi kring det gamla Karlstad och personliga reportage om "vanligt folk" är ett vinnande koncept. Ett exempel är årets mest lästa ar-

tikel där 39-årige Anders ärligt berättade om sin barnlängtan och kampen för att få bli pappa.

Vi har också lyckats skriva rubriker med orden "rövlapp", "julpung" och "full potta" – en bedrift i sig.

UNIKA BESÖKARE

i genomsnitt per månad

5 078

ANTAL SIDVISNINGAR

i genomsnitt per månad. Sidvisningar totalt (inte bara på artikelnivå) inklusive teaservisningar

12 276

MEST LÄSTA ARTIKLAR



1

2 708

Anders, 39, längtade länge efter att bli pappa – fick tre barn på fem år

2

1 704

Katarina har sålt presenter i 25 år: "Jag beställer in det folk vill ha"

3

895

Nisser och Holm Alteblad slutar: "Aldrig haft ett ont ord att säga om Håkan"



Mariestads-Tidningen • Chefredaktör: Karin Eriksson

2022 – ÅRET DÅ MARIESTAD FICK VÄXTVÄRK

Årets i särklass största nyhet var beskedet om att Volvo bygger en batteri fabrik i Mariestad. Det gav en första känning av tidig växtvärk för vår lilla kommun och en påminnelse om hur viktig den lokala journalistiken är för

att förstå vad som händer i den här delen av landet.

MT har levererat snabba nyheter, fördjupande reportage och skarpa granskningar!

UNIKA BESÖKARE

i genomsnitt per månad

126 394

ANTAL SIDVISNINGAR

i genomsnitt per månad. Sidvisningar totalt (inte bara på artikelnivå) inklusive teaservisningar

1 124 736

MEST LÄSTA ARTIKLAR



1

512 643

LEDARE: Hälsovådlig folkhälsopolitik

2

60 701

Bortgångne vännen hedrades på allsången: "Han älskade att sjunga"

3

46 132

Elisa Lindström blixtkallad till Allsången på Skansen



Nya Kristinehamns-Posten • Chefredaktör: Maria Andersson

IDOL-LUKA – EN FRAMGÅNGSSAGA FÖR NKP

Större fokus på hur vi presenterar vårt innehåll. En tydlig plan för vad vi ska webba och modet att våga välja och välja bort. Det ihop med engagerande människoöden, återetablering av försvaret och nya grepp som livebevakning har varit framgångsfaktorer för NKP.

Under 2022 har vi också sett exempel på vikten av att hålla i ett ämne som engagerar. NKP har följt Luka Nemorins Idol-resa fram till topp fem och fått väldigt många sidvisningar på de nya vinklar vi levererat vecka efter vecka.

UNIKA BESÖKARE

i genomsnitt per månad

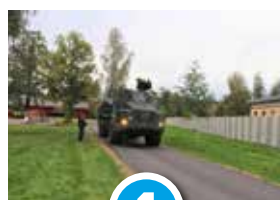
41 810

ANTAL SIDVISNINGAR

i genomsnitt per månad. Sidvisningar totalt (inte bara på artikelnivå) inklusive teaservisningar

482 036

MEST LÄSTA ARTIKLAR



1

11 264

Nu väntas besked från
Försvarmakten

2

9 216

INSÄNDARE: Trött
undersköterska: "Vilket skämt
julklassen är i år"

3

7 101

Rådhuset blir temporärt
stabshus när Sven Antonsson
flyttar in



Nya Lidköpings Tidning • Redaktionschef: Malin G Pettersson

ÄNTLIGEN HAR VI EN GRANSKNINGSREDAKTÖR

2022 var ett fantastiskt år på NLT. Vår livedesk har vässat de snabba nyheterna och blåljusjournalistiken och via Tablestakes har vi nått ut till nya läsare och fler låser upp våra artiklar. Samtidigt har vi gjort skarpa granskningar, fångat upp snackisarna och skapat engagemang bland våra läsare. Och haft otroligt kul på kuppen! 2022 var

året då det digitala dagliga fokuset satt så etsat i ryggraden på våra lokalredaktörer och journalister att vi tog steget och satsade stenhårt på något nytt, en granskningsredaktör. Uppgiften är att jobba med planerad agendasättande journalistik tillsammans med våra reportrar i ett grävteam.

UNIKA BESÖKARE

i genomsnitt per månad

239 563

ANTAL SIDVISNINGAR

i genomsnitt per månad. Sidvisningar totalt (inte bara på artikelnivå) inklusive teaservisningar

3 276 109

MEST LÄSTA ARTIKLAR



1

101 119

LIVE: Roboten avfyrares av
Ukraina, enligt AP • Följ
senaste nytt i Ukraina här

2

65 613

Familjen utan el i tre dagar –
fick nota på 39 000 kronor

3

50 682

Megayachten Stardust lade
till vid Läckö: "Det är en familj
som semesterar"



Nya Wermlands-Tidningen • Redaktionschef: Kasper Norling

HÅRD KAMP – REDAKTIONEN LEVERERAR

Fler. Yngre. Kamp. Tre ord som summerar året för NWT:s redaktion. Läsarna har blivit fler, liksom vi. Två nya ung målgruppsreportrar bidrog till att vi nådde många yngre läsare 2022. Vi rekryterade NWT:s första sociala medier-redaktör, gjorde premiär på Tiktok och visade kraft och kvalité

kring händelser som valet, FBK-guldet och idolhysteri. Först och bäst för att stärka NWT:s position som ledande lokal nyhetsförmedlare. Kampen om läsarna är hård. Varje dag kräver engagemang och utveckling – och redaktionen levererar.

UNIKA BESÖKARE
i genomsnitt per månad

752 132

ANTAL SIDVISNINGAR
i genomsnitt per månad. Sidvisningar totalt
(inte bara på artikelnivå) inklusive teaservisningar

9 594 289

MEST LÄSTA ARTIKLAR



1

393 652

Superlive: Vi ger dig allt inför SHL-slutspelet

2

92 254

Camparna överger Duse – lämnar rivna trädäck efter sig

3

90 936

"Halvnakna gubbar med snoppen i vädret" – kommunen agerar och kallar till möte



Provinstidningen Dalsland • Chefredaktör: Elinor Thuresson

NÄR ONSDAGSKURSERNA GJORDE ENTRÉ

Året inleddes tungt med Postnords varannandagsutdelning. Sedan har PD genom hårt arbete tagit igen papperstappet digitalt. Aldrig har så många prenumeranter varit heldigitala. Unga läsare och valet var viktiga och PD får gång på gång bekräftat lokaljournalistikens betydelse och genomslagskraft – med hjälp av

snabbhet, av närvaro och genom att gå på djupet. Men det gäller ju alla. Jag vill lyfta fram två specifika PD-satsningar som ger resultat: 1) En analysstödd strävan efter läsarvana. Läsarna ska läsa mycket och ofta. 2) Ett starkt kunskapslyft, med inriktningen små doser ofta. 2022 gjorde onsdagskurserna entré på redaktionen.

UNIKA BESÖKARE
i genomsnitt per månad

23 899

ANTAL SIDVISNINGAR
i genomsnitt per månad. Sidvisningar totalt
(inte bara på artikelnivå) inklusive teaservisningar

385 765

MEST LÄSTA ARTIKLAR



1

6 932

Daniel Paris delade ut fem miljoner kronor i Åmål

2

6 462

Röstresultat 2022 – kommun för kommun

3

6 399

M vann valet – maktskifte i Åmål: "Det är omtumlande"



Skaraborgs Allehanda • Chefredaktör: Peter Henriksson

MER SLAGKRAFTIGA

Under 2022 har redaktionen förstärkts med flera nya journalist-tjänster. Vi har fokuserat på nya saker, skapat en tjänst som grävande reporter, startat ett team med två unga reportrar och även ökat antalet allmänreportrar.

Vi har blivit mer SLAGkraftiga, och

därmed lagt en helt nödvändig grund när vi fortsatt rusar i full fart in i framtiden. Projektet Super-Skövde, med fokus på konverteringar hos ung målgrupp, var lyckat och inspirerande.

Gemensamt fokuserat arbete hos redaktionen och andra avdelningar inom koncernen ger goda resultat.

UNIKA BESÖKARE
i genomsnitt per månad

173 041

ANTAL SIDVISNINGAR
i genomsnitt per månad. Sidvisningar totalt
(inte bara på artikelnivå) inklusive teaservisningar

1 729 811

MEST LÄSTA ARTIKLAR



1

29 732

Unik gård till försäljning i Skövde: "Inte jättevanligt"

2

28 998

Man i 25-årsåldern död efter bilolycka – kraschade in i hög jordvall

3

24 542

Ryssland inleder insats – explosioner i Ukraina



Säfte-Tidningen • Chefredaktör: Claes Österman

FINNS DÄR SÄFFLEBORNA FINNS

Vi har haft ett kanonår men 2023 ska bli ett ännu bättre år för Säfte-Tidningen och våra läsare. Vi finns där Säfteborna finns – på arbetsplatserna, mötesplatserna, i skolorna, vi bevakar arrangemangen, matcherna. Vi rapporterar om det som Säfte-

borna pratar om och de dagsaktuella nyheterna, vi intervjuar människorna, vi berättar om besluten och vad de får för betydelse. Vi bjuder också läsarna på det där lilla extra. I år fortsätter vi med vår succéserie Brottsarkivet.

UNIKA BESÖKARE
i genomsnitt per månad

25 104

ANTAL SIDVISNINGAR
i genomsnitt per månad. Sidvisningar totalt
(inte bara på artikelnivå) inklusive teaservisningar

263 640

MEST LÄSTA ARTIKLAR



1

4 328

Risk för dammexplosion vid pelletsfabriken – MSB inkopplat

2

4 186

SJ tar bort morgontåg till Karlstad – många pendlare drabbas

3

4 047

Blev lurad när han skulle köpa hasch – ringde polisen



Värmlands Folkblad • Chefredaktör: Morgan Schmidt

STÄNDIG FÖRÄNDRING ÄR VÄGEN TILL FRAMGÅNG

Vi måste ständigt förändra oss och förnya oss, det är kanske det som har blivit mest tydligt för oss på VF under året som gått. Förändrar vi inte vårt sätt att arbeta så dör vi, men klarar vi av att förnya oss så finns nya grupper och nya läsare som är villiga att betala för vår journalistik.

Under 2022 skruvade vi upp för-

ändringsarbetet ytterligare, med nya sätt att jobba, ett tydligare målgruppstänk och en vassare journalistik. Beviset för att det fungerar ser vi både i antalet nya prenumeranter, antalet läsare och i det ekonomiska utfallet under året som gått. Det är ett kvitto så gott som något på att VF har en ljus framtid.

UNIKA BESÖKARE

i genomsnitt per månad

312 947

ANTAL SIDVISNINGAR

i genomsnitt per månad. Sidvisningar totalt (inte bara på artikelnivå) inklusive teaservisningar

2 367 477

MEST LÄSTA ARTIKLAR



1

207 483

Anneli, 59, krävs på 9,3 miljoner av Försäkringskassan

2

157 985

Saknade testamente – arvsfonden tog allt

3

69 972

FBK-guldhjälten avliden: "En av de som la grunden till det Färjestad är i dag"



FOTO: HP SKOGLUND



FOTO: LISA OLAISSON



FOTO: PETER BÄCKER

