

Stockholm den 24 januari 2010

## Stipendieberättelse

Tack vare Publicistklubbens stipendium fick jag möjlighet att besöka två amerikanska tidningar, the Village Voice i New York och Sun Sentinel i Fort Lauderdale - den ena gratisutdelad och den andra till största delen prenumererad. Framför allt besöket på the Village Voice var inspirerande och intressant då redaktionen gjort en unik satsning på webben.

Som redaktionschef på Lokaltidningen Mitt i Stockholm har jag länge haft en önskan att besöka just the Village Voice (VV). Tidningen, som startades 1955, är precis som Mittitidningarna en veckoutgiven gratistidning med målet att ge sina läsare lokala nyheter. Jag har följt tidningen under de senaste 30 åren vid besök i New York och sett hur den först stadigt blev allt tjockare, sprängfylld som den var av annonser, för att under tidningsdödens 2000-tal i stället tunna ut oroande mycket.

Men enligt Tony Ortega, chefredaktör sedan två år tillbaka, har företaget idag god kontroll över ekonomin. VV är en av de få, kanske den enda, tidningen i New York som gått med vinst 2009.

Det har varit en tuff resa för att nå ekonomisk stabilitet, berättar Tony Ortega från sitt rum längst in i den labyrint av kontorsbås som är VV:s redaktion. Han kom till VV med ett tydligt förändringsmandat. Och det han gjort är att mycket kraftfullt satsa på webben.

VV har publicerats på webben sedan 1996. Men det är egentligen först de två senaste åren som företaget, som ger ut 14 tidningar runt om i landet, övergått från att vara veckoutgivna tidningar med webb till att vara en daglig nyhetsorganisation som även ger ut veckoutgivna papperstidningar.

70 procent av allt material som görs på redaktionen i New York publiceras enbart på webben. De 30 procent som fortfarande skrivs för papperstidningen i första hand, publiceras också i sin helhet på webben – dock först när pappertidningen är på väg ut från tryckeriet.

-Framgången på webben är att vi ger läsarna för dem angeläget material i väldigt stora mängder. Och det vi sett är att de främst vill ha nyheter. Så vi hårsatsar på händelsenyheter och nyheter om musik och mat. Matintresset är oerhört starkt. Vi kan inte skriva nog mycket om det här i New York..

Genom totalsatsningen har intäkterna på webben ökat med 75 procent det senaste året.

- Vi är fortfarande beroende av papperstidningen för ekonomin. Men intäkterna från webben växer stadigt och har hämtat hem papperstidningstappet.

Tony Ortega nämner också en ny växande annonsmarknad: prenumererade nyhetsbrev.

- De går förvånande bra. Vi har idag nyhetsbrev om musik och vi ska starta ett på temat **mat**. Village Voice förändring från att ha varit en oberoende, liberal och mycket respekterad tidning med fokus på djuplodande politiska analyser, till att skriva allt mindre om politik och allt mer om nöjes- och vardagslivet i New York har fått utstå mycket kritik. Tony Ortega har fått sin beskärda del. Han fick dessutom börja med att kapa redaktionen från 35 heltidsanställda reportrar till dagens 26.

- Alla har fått göra lite mer och alla skriver idag även för webben. Jag har fortfarande reportrar som jobbar i två-tre veckor med en större artikel, men parallellt skriver de även dagligen för webben. Men nu går det så bra att jag är på gång att anställa igen.

Och detta att tidningen inte längre har ett stort politiskt fokus menar han bara är naturligt när den politiska debatten och analysen förs och görs på så många andra plattformar än i tidningarna idag.

Om han fick göra om de två årens förändringsarbete skulle han ta med läsarna redan från början när sajten byggdes.

- Allt om webben handlar om att skapa mycket trafik, säger han. Och då måste vi ha hjälp av läsarna. Inte bara för att ta del av det vi skriver utan också för att själva lägga ut material, som recensioner, bloggar och synpunkter. Vi borde från början ha byggt webben för detta läsargenererade material. Nu får vi i stället bygga om, och det tar tid och kraft eftersom vi inte har så stora tekniska resurser.

Förutom att se hur Village Voice arbetar med räckvidd fick jag stipendium för att studera Sun Sentinels intranät. Sun Sentinel i Fort Lauderdale (SS) har haft en mycket komplex logistik på sin redaktion för att hantera tidningens som mest 18 olika editioner. För att klara detta var redaktionen en föregångare vad gällde att bygga upp ett väl fungerande intranät. Jag hörde talas om SS på kursen Ledarskap i Verkligheten och blev nyfiken å Mittis vägnar.

Det bistra läget för prenumererade papperstidningar i USA har nått även Sun Sentinel. De många editionerna har idag krympt till två, får jag veta av Kathy Pellegrino, som idag arbetar som tidningens personalredaktör, Förutom Sun Sentinel ger företaget ut en gratisutdelad veckotidning på spanska, El Sentinel, som distribueras i ställ.

SS intranät är fortfarande ett dagligen använt arbetsverktyg för de som jobbar på redaktionen. Det är där de hittar scheman över vilka som är på plats eller lediga, blanketter, tidningens språkliga riktlinjer, direktlänkar till researchverktyg liksom redaktionens gemensamma policy om i vilken ordning alla bör jobba om något stort händer. Men det är inte mer avancerat än det vi har på Lokaltidningen Mitti, som med 31 olika lokala tidningar/editioner behöver just ett kraftfullt och snabbt kommunikationsverktyg för att alla på redaktionen ska ha tillgång till samma information som de snabbt på egen hand kan söka fram.

Så ibland behöver man komma bort för att inse att det man själv har är riktigt bra. Det är också en lärdom av en stipendieresa.

Vänligen



Eva Radakovits

Heliosgatan 47

120 63 Stockholm

[eva.radakovits@bahnhof.se](mailto:eva.radakovits@bahnhof.se)

tel: 070-6025448

Bifogas: Flygbiljetter Stockholm-New York tor samt flygbiljetter New York-Fort Lauderdale tor.