

Från sju sajter till en: Nya Arbetet.se

Partnerwebinar Oktavilla & LO Mediehus
1/10 2025



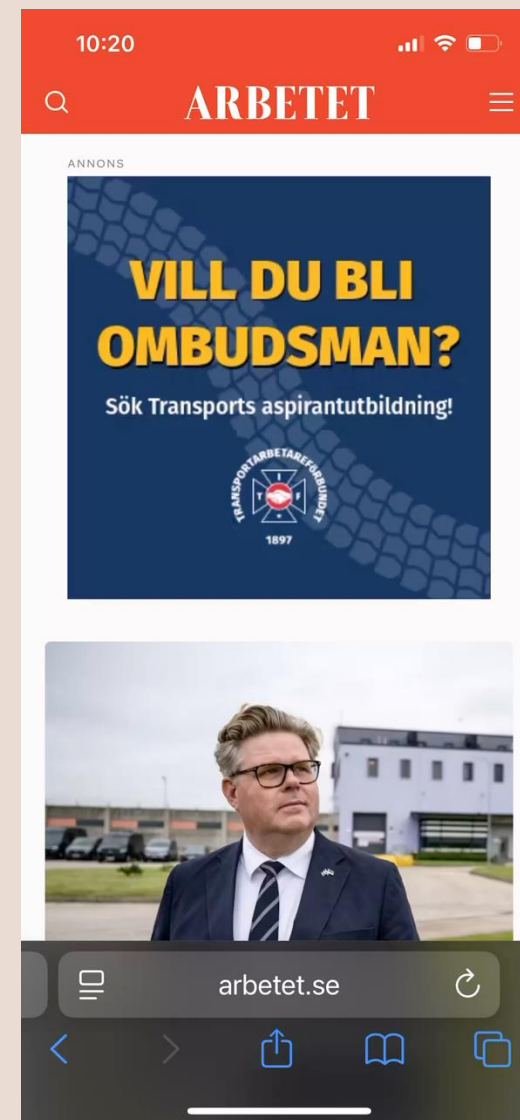
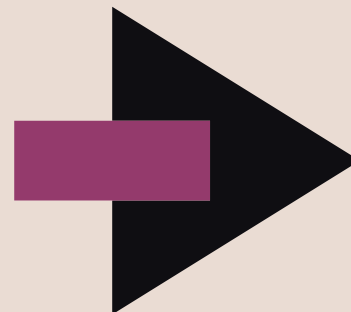
LOmediehus

Vad är LO Mediehus?

- LO Mediehus har funnits i tio år och ger idag ut Arbetet, Kommunalarbetaren, Handelsnytt, Sekotidningen, Fastighetsfolket, Elektrikern och Mål och Medel i print. Tryckt upplaga 900 000.
- Totalt har LO Mediehus 55 anställda på sju redaktioner och ett gemensamt nyhetsnav, en publiceringsdesk och ett publik- och marknadsnav. Tre gemensamma redaktörer.
- Fyra titlar skickar nyhetsbrev till alla sina medlemmar. Vi har utöver det ytterligare sju nyhetsbrev.
- Vi finns på Instagram och Facebook.
- Vi har fyra poddar.



24 mars – sju sajter blev en



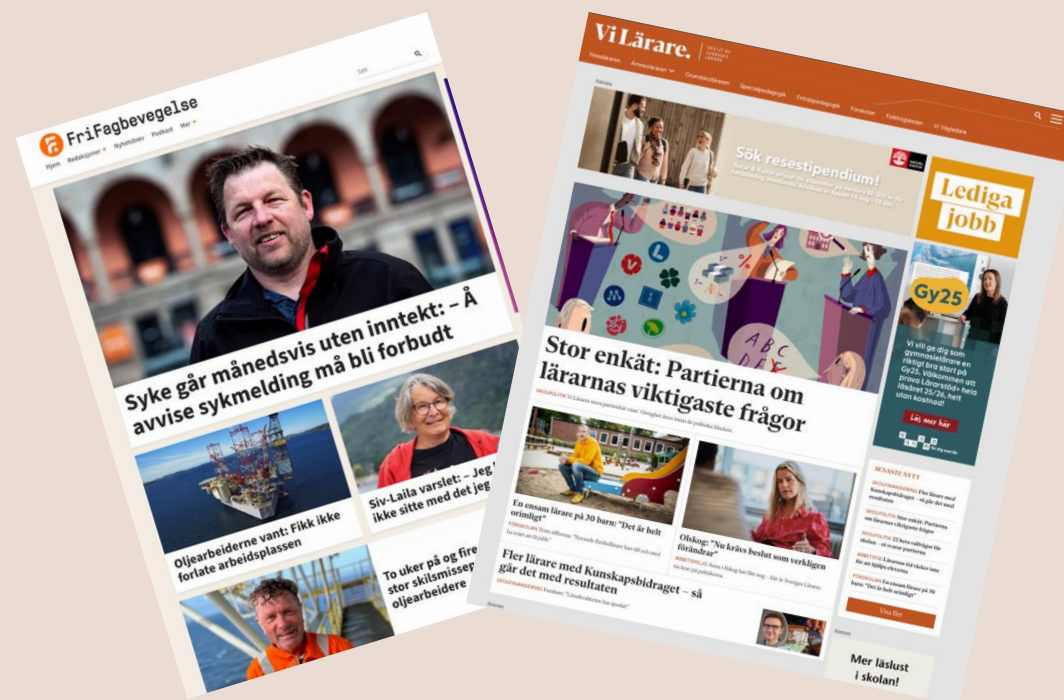
Varför en gemensam sajt?

- **Bakgrunden:** Titlar med olika resurser, behov av genomslag, AI och sök som förändrar.
- **Viljan:** Vi och ägarna vill att fler än medlemmarna ska ta del av vår journalistik och de yrken och arbetare som vi gör journalistik om. Genom att satsa på att bygga ett varumärke i stället för sju olika digitalt mot en bredare publik får vi större möjligheter att bli uppmärksammade i andra medier, hos opinionsbildare och bli en plats som samhällsintresserade hittar till. Vi vill också bygga en lojal publik, vilket är lättare med en sajt.



Vägen till gemensam sajt

- Det gick mer än ett år från idé till lansering.
- Först en grupp som skulle utforska om vi skulle göra förändringen alls. Gruppen gjorde research och tog in lärdomar från Norge.
- Inte bara gemensam sajt – byte av cms också (!). Vi utforskade Arto och Labrador.
- Två konferenser med hela mediehuset genererade idéer och byggde vi-känsla.
- LO Mediehus styrelse (där alla förbund är representerade) fattade beslut om en sajt, ett samhällsuppdrag.
- Vi ville maxa sajten med innehåll från alla våra titlar som ger en rikare läsupplevelse för användaren och ökar sannolikheten för att denne stannar och läser mer. Inspirationen kom från LO Media i Norge, Vi Lärare, Expressen/Mama/Amelia.



Valet – Arto och en domän

- Under hösten 2024 arbetade tre olika arbetsgrupper med journalistiken, teknik och design och organisation. Jag projektledde gruppen för teknik-design som jobbade nära Oktavilla.
- En gemensam sajt för maxat genomslag. Subdomäner valdes bort pga vi ville ha ett gemensamt utseende och teknisk struktur. Journalistiken ska flyta sömlöst på sajten.
- Nytt bildmanér. Sju sajter med olika bildmanér för olika typer av artiklar behövde bli en.
- SEO-support, redirectplan, trasiga länkar och bilder.

	Förr	Nu	Minskning
Etiketter	3 088	2006	- 1 082
Kategorier	177	39	- 138
Stories	383	350	- 33
Bylines	2 240	931	- 1 309

Lansering och efterarbete



- Mycket godis, energidryck och c-vitamin!
- Minimalt med nya texter veckan före lansering.
- 110 000 texter och 100 000 bilder flyttade över.
- Totalt uppdaterades 25 000 trasiga länkar och bilder.
- En ny manual för bilder togs fram.
- Buggtråd i Teams.
- Lista på saker som behövdes fixas. Titelsidornas containrar, vissa kategorier, scrollen osv.
- Språket – inte bara ett bildmanér, vi behöver ett språkmanér.

Gemensam sajt är en del av något större

- Genom **samordning** undviker vi dubbeljobb och kan hjälpa varandra. Det frigör tid för mer resurskrävande grävande journalistik. Gemensamma rutiner och roller sparar resurser och gynnar innehållet, även i medlemstidningarna.
- Vi ska bygga upp en **lojal publik** i alla våra kanaler för våra prioriterade målgrupper.
- Arbetet ska granska **missförhållanden och brister** på svensk arbetsmarknad. Vi får **genomslag** för vår journalistik i andra medier och i debatten i stort. Journalistik som leder till varaktig **förändring**.



Lärdomar från sajtprojektet

Vad gick mindre bra?

- Flera parallella förändringar samtidigt ansågs stressigt av en del.
- Vissa tyckte det blev rörigt att vi lanserade sajten innan redaktörer var på plats i nya roller.
- Vi som jobbade i arbetsgrupperna var väldigt inne i förändringarna men inte de som inte ingick i dessa.
- Svårt att ha överblicken på allt, tex domänompekningar.
- Svårt att förstå innebörden av beslut. Oktavilla behövde skruva på design ett antal gånger.
- Visst tapp av trafik – men också väntat.

Vad gick bra?

- Sajtprojektet har stärkt samarbetet mellan redaktionerna ytterligare. En tydligare känsla av att man jobbar som ett mediehus.
- Journalistiken i fokus snarare än titlarna. Många anser att den journalistisk inriktningen är viktigare än vilken titel man tillhör.
- Stöd från externa experter har lyfts som något som stärkt projektet.
- Tidsplanen, även om lanseringen sköts på något.
- Allt tekniskt vid lansering.

**Ett bättre
arbetsliv
kräver modig
journalistik**

ARBETET

Linda Flood,

Chef publik och publicering, LO Mediehus

linda.flood@lomediehus.se

070-2920792

Lomediehus