

Pressemeddelelse
3. december 2010

Aller og JP går sammen om nyhedssite for kvinder

Aller Media og Jyllands-Posten lancerer et nyt fælles site med nyheder til kvinder. Sitet har fået navnet alive.dk og går i luften i dag.

Samarbejdet mellem Aller Media og Jyllands-Posten er et udtryk for, at begge mediehuse er parat til at gå nye veje for at tiltrække nye læsere og skabe nyt indhold. Målgruppen for alive.dk er kvinder i alderen 15-45 år, og det er en målgruppe, der traditionelt er hård kamp om online. Alligevel mener Aller Media og Jyllands-Posten, at det er muligt at distancere sig fra konkurrenterne. Midlet er aktualitet, daglig nyhedsdækning af emner der interesserer kvinder. Aller Media har stor erfaring i kvindestof, og Jyllands-Posten er førende i at skabe netavissucceser.

"Aller Media har mere end 100 års erfaring i at skræddersy indhold på print til de kvindelige læsere. Vi håber, at partnerskabet med Jyllands-Posten betyder, at endnu flere danske kvinder får fornøjelse af vores kvalitetsbetonede og ikke mindst målrettede kvindestof," siger direktør Jesper Ulsø, Aller Media A/S.

Direktør Jens Nicolaisen, JP Medier:

"Det er et godt partnerskab. JP Medier er førende på aktualitet og nyheder og får nu via samarbejdet med Aller om alive.dk integreret flere kvinderelaterede artikler i vort univers. Desuden får vi eksponeret nyheder fra vort forbrugersite, fpn.dk, på alive.dk, når det er relevant."

Selve indholdet på alive.dk bliver leveret af Aller Medias Newsdesk, mens annoncesalget bliver varetaget af Jyllands-Posten.

For yderligere oplysninger:

Jesper Ulsø, direktør for kommerciel division, Aller Media, tlf. 7234 2000

Jens Nicolaisen, direktør, JP Medier, mobil 2019 4132