

Ny digital chef på Egmont

Thomas Eriksson har utsetts till ny digital chef på Egmont Publishing. Hans uppdrag – att leda Egmonts digitala satsning in i framtiden.

Thomas Eriksson kommer närmast från en tjänst som digital förlagsredaktör på Egmont och har tidigare bakgrund från bland annat Aftonbladet och Omni. Han är en välkänd och engagerad profil i mediebranschen och i februari tillkännagavs det att han blir ordförande i Sveriges Tidskrifters nya arbetsgrupp som ska ta fram branschens riktlinjer för native-annonsering.

Thomas Eriksson blir ansvarig för Egmont Publishings digitala btb-verksamhet bestående av cirka 20 medarbetare inom de tre fokusområdena *Redaktion*, *Annon*s och *Utveckling*.

– Jag känner mig stolt och ödmjuk inför uppdraget att leda detta fantastiska gäng. Vi har kommit långt i vår digitala utveckling, men har samtidigt massor kvar att göra, säger Thomas Eriksson.

Egmont Publishings digitala verksamhet har haft en positiv utveckling de senaste åren och har växt genom en rad nya initiativ och förvärv. Sedan den digitala satsningen inleddes i slutet av 2014 har både räckvidd och omsättning ökat för det digitala innehållet och annonsaffären. Omsättningen växte i fjol med 20 %, vilket är dubbelt så mycket som branschgenomsnittet, bland annat genom ökade intäkter från nativeannonsering som stigit med 75 %. Samtidigt har besöksrafiken på Egmonts olika sajter ökat med 40 %.

– Jag är väldigt glad över att Thomas har antagit utmaningen att leda vår digitala verksamhet. Han har under sin tid på Egmont bidragit med många positiva förändringar och jag är säker på att han är rätt person att ta vår digitala btb-satsning till nästa nivå, säger Per Kjellander, VD på Egmont Publishing.

Högupplösta bilder laddas ner från Egmont Publishings pressrum hos [Cision](#).

För mer information vänligen kontakta,

Jonas Lidheimer, PR- och informationsansvarig, Egmont Publishing,
jonas.lidheimer@egmont.se, 0708 63 94 62

Thomas Eriksson, digital chef, Egmont Publishing, 0704 89 99 54,
thomas.eriksson@egmont.se

Fakta: Egmont Publishing Digital

Organisation: webbredaktion,
webbutveckling och digital säljgrupp

Antal medarbetare: 19

Digital chef: Thomas Eriksson

Webbsajter: 13

- automotorsport.se
- recharge.se
- tjänstebilsinfo.se
- husvagnochcamping.se
- body.se
- hemmetsjournal.se
- husohem.se
- icakuriren.se
- kingmagazine.se
- livetombord.se
- manolo.se
- svenskgolf.se
- vagabond.se



Thomas Eriksson

Räckvidd: ca 1 miljon unika besökare/ vecka

Egmont Publishing publicerar ett hundratal magasin och webbplatser, däribland Hemmets Journal, Hus & Hem, Icakuriren, Kalle Anka, Vagabond, Bamse och KING Magazine. Därutöver har företaget en omfattande verksamhet inom böcker, spel, aktivitetsprodukter, event, e-handel och marknadstjänster. Företaget omsätter cirka 1 miljard kronor och har cirka 300 medarbetare i Sverige. Egmont Publishing är en del av mediekoncernen och stiftelsen Egmont, som varje år delar ut mer än 120 miljoner kronor för att bidra till att barn och ungdomar får ett bättre liv. Läs mer på www.egmont.se.