

Persbericht

Heerenveen, 27 november 2009

Dwarsligger® wint NIMA Excellence Award voor innovatie

Tijdens het Marketing Excellence Event zijn de winnaars van de NIMA Marketing Excellence Awards 09 bekend gemaakt. In de categorie Innovatie viel de keuze op dwarsligger®.

De finalisten voor een Marketing Excellence Award in de categorie Innovatie waren Brennells, dwarsligger® en Rituals. Dwarsligger® ging uiteindelijk met de Award naar huis. 'Innovatie verwacht je in alles behalve het papieren boek,' aldus de juryvoorzitter. 'Uitgeverij Jongbloed heeft op een slimme manier haar huidige activiteiten weten te combineren tot een nieuw product. Uitgangspunt was de behoefte in de markt om het leescomfort van het huidige boek te verbeteren. Daarbij zijn ze niet over een nacht ijs gegaan. Door de retail en consument in een vroeg stadium te betrekken, hebben ze geprobeerd de acceptatie van de dwarsligger® te waarborgen. Vanaf begin september is het product op de markt. Een ding is zeker: de uitgever heeft met de dwarsligger® aangetoond dat er zelfs in boekenland vernieuwing mogelijk is.'

Het concept

De dwarsligger® is een compleet boek van acht bij twaalf centimeter dat je overdwars leest: door het boek een kwartslag te draaien, ontstaat een normale bladspiegel. Dankzij het dundrukpapier past een dwarsligger® zes tot acht keer in een 'normaal boek'. Het boekje is zo klein en licht dat je het kunt lezen waar en wanneer je maar wil. Het dwarsliggerconcept is mede tot stand gekomen na intensief marktonderzoek onder boekhandel en consument.

Uitgevers

Op het dwarsliggerconcept is wereldwijd patent verkregen. Als uitgever van bijbels en bijbelgerelateerde producten werkt Jongbloed nauw samen met specialisten in de 'algemene markt': Ambo|Anthos en Kosmos uitgevers. Deze uitgevers van o.a. Nicci French, Marion Pauw en Jamie Oliver hebben voor Nederland een exclusieve licentie gekregen. Op dit moment zijn er twintig titels als dwarsligger® verkrijgbaar.

Noot aan de pers / niet voor publicatie:

Voor meer informatie over Dwarsligger®: Zie: www.dwarsligger.nl of neem contact op met Hugo van Woerden: 06 – 558 837 81 / hcwoerden@jongbloed.com of Piet van Riele: 06 – 422 37 004 / piet@vanriele.nl

De criteria en randvoorwaarden

De Award voor Marketing Excellence is bestemd voor hét marketingbedrijf van het jaar. De overige drie Awards zijn zogenaamde impulsprizen voor beste product-marktcombinatie, marketingcase of marketingconcept, en zijn gekoppeld aan de thema's van de NIMA Marketingagenda 08/09. Er wordt gekeken naar de performance van het afgelopen jaar. Om in aanmerking te komen voor een Marketing Excellence Award moet de organisatie uitblinken in:

- Mate van markt- en klantgerichtheid
- Succes en continuïteit
- Vernieuwend en onderscheidend vermogen

Uiteindelijk leiden al deze criteria tot een 'inspirerende bijdrage aan het vakgebied'. Daarnaast dienen de impulsprizen ook te voldoen aan de Excellence-factoren van een categorie:

Excellence-factoren Innovatie:

- Het concept draagt bij aan algehele vernieuwing in de branche en/of markt of creëert zelfs een compleet nieuwe markt
- Aantoonbare waarde-innovatie

Alle genomineerden dienen in ieder geval te voldoen aan de volgende randvoorwaarden:

- Beleid wordt in hoofdzaak bepaald in de Benelux
- De organisatie geniet bekendheid buiten de eigen branche
- De organisatie heeft een gezonde financiële status
- Er is geen reden tot twijfel aan de continuïteit
- De organisatie is niet in opspraak geraakt

Chemieconcern DSM won in 2008 de NIMA Excellence Award voor innovatie.