Kek Mama is Crossmedia merk van het jaar

02-07-2020 09:20



Kek Mama, het lifestylemerk voor moeders, heeft bij de uitreiking van de Crossmedia Awards de prijs voor Crossmedia Merk van het Jaar 2020 in de wacht gesleept. Ook de uitgever van Kek Mama, DPG Media viel in de prijzen.

DPG Media werd verkozen als Crossmedia exploitant van het jaar. Crossmedia vrouw van het jaar werd Monique Pennings (Jumbo). De awards werden gisteren uitgereikt in twee sessies: een middagsessie met lunch en een avondsessie met diner, zodat het event ook corona-proof maar wel live gehouden kon worden.

Ult het juryrapport: *Als merk dat zich begeeft in een nichemarkt, is het uniek dat Kek Mama zich heeft ontwikkeld tot volwaardig crossmediaal, 360-gradenmerk. Het is het enige parenting magazinemerk met een online videokanaal én een podcast. Kek Mama is en blijft op deze manier futureproof.*

inct interviewde onlangs Helene van Santen, hoofdredacteur van Kek Mama

De organisatie sprak op de uitreiking met Helene:

New Business Radio · Helene Van Santen (KekMama) - Cross Media Awards 2020

Over DPG Media: *“DPG Media is getransformeerd van degelijk krantenbedrijf tot modern en veerkrachtig (digitaal) mediabedrijf. Deze digitale transformatie is essentieel in de strategie. Maar het is geen kwestie van digitaal i.p.v. print. De liefde voor online en de liefde voor print gaan hand in hand. En die dubbele liefde vertaalt zich in succes. De cijfers spreken in 2019 daarbij voor zich.*

Tevens investeerde DPG Media in nieuwe mogelijkheden. Typische voorbeelden van vernieuwing op crossmedia in 2019 zijn de uitbreiding van podcasts, Goal Alert (samenwerking met Fox Sports om gelijk gemaakte goals te kunnen zien in de nieuwsapps) en tal van nieuwe advertentiemogelijkheden zoals Brandstories en XtraSocial. De cijfers over het online bereik van AD.nl in november waren bijzonder: AD.nl haalde in 2019 NU.nl in als grootste nieuwssite van Nederland (49%, 13+). De Kubus-app heeft hier enorm aan bijgedragen.

Naast aandacht voor innovatieve elementen voor gebruikers zorgt DPG Media goed voor de bestaande producten en de vertrouwde inhoud waar mensen op rekenen. Dit geldt voor print, digitaal en radio. De kracht van DPG Media zit hem in de liefde voor álle producten, de herkenbare kwaliteitsjournalistiek via alle platformen en een scherpe visie op de toekomst.”

David Huijzer