



Persinformatie

4 april 2011

10 Genomineerden voor Versmarketeer!

Uit de 125 aanmeldingen voor de titel Versmarketeer Van Het Jaar heeft de jury na een langdurig en zorgvuldig beoordelings- en selectieproces 10 marketeers gekozen die baanbrekend werk verrichtten voor het succesvol vermarkten van een vers product. 'Dat was geen sinecure,' aldus de juryvoorzitter, 'het ene idee was nog aantrekkelijker dan het andere. Je ziet dat het begrip versmarketing steeds meer aandacht krijgt.' De marketeers zijn actief in diverse verssectoren, waaronder AGF, sierteelt, brood, zuivel en vis. Op het VersEvent van 9 juni in de Visafslag te Scheveningen maakt de jury bekend wie van de 10 de prestigieuze titel wint.

De 10 genomineerden zijn (*alfabetisch op achternaam*):

- René Bink, directeur Streekselecties: hij heeft ervoor gezorgd dat het merk GIJS streekproducten, Nederlandse producten van boer, bakker of slager succesvol geïntroduceerd is in de schappen van PLUS supermarkten;
- Jan Willem Bosman Jansen, initiatiefnemer GRO-Mushrooms: nieuw duurzaam project, waarbij koffiedik wordt hergebruikt voor de teelt van oesterzwammen. Een project van GRO (Green Recycled Organics), La Place en Vroegop-Windig. Verschillende soorten paddenstoelen groeien op koffiedik, een grote reststroom van de restaurantketens;
- Monique de Deugd, initiatiefnemer VollerKoren: een nieuw brood met 35% meer voedingsvezels dan gewoon volkoren. VollerKoren maakt de gezonde keus de gemakkelijke keus en speelt in op het tekort aan voedingsvezel bij 90% van de Nederlanders. Ook initiatiefnemer van De Nationale Vezelweken met ondersteuning van Voedingscentrum en MLDS;
- Mark van der Geest, medeoprichter Urban Green: baanbrekend door een typisch stadstuinassortiment voor de



- inrichting van de stadstuin, balkon of dakterras in de markt te zetten. Urban Green geeft daarnaast ook advies, ontwerpt en realiseert tuinen, en legt dakterrassen, groene daken en verticale tuinen aan. Helpt consumenten met het kweken van groente, fruit en kruiden in de stad;
- Ronald van Geest, risicovolle maar succesvolle introductie van een nieuw wereldwijd gepatenteerd product; de met kleurstof behandelde orchidee. Tevens medeoprichter van Logico/ colourful match; verkooporganisatie die gericht de markt benaderd door marktsegmentatie en concept/-merken beleid per verkoopkanaal, o.a. concepttafels die exclusief door tuincentrumketens worden afgenomen – uniek in een overvolle markt;
 - Robbert de Jong, marketingmanager Looije tomaten: succesvol in de markt zetten van het merk Honingtomen op basis van productdifferentiatie door smaak en promotie en de keuze van de afzetmarkt speciaalzaken;
 - Gerjhan Roerink, directeur Zuivelhoeve: eerlijke, innovatieve en zuiver Hollandse verse zuivelproducten. Boeren zuivelproducten van bron naar consument op een frisse en succesvolle wijze in de zuivelmarkt gepenetreerd;
 - Tilly Sintnicolaas, initiatiefnemer Scheveninger' Best: Scheveninger'Best is het eerste merk voor Nederlandse verse Noordzeevis. De vis, die verantwoord gevangen wordt, krijgt een speciale behandeling aan boord zodat hij verser dan vers in de winkel komt. Scheveninger' Best brengt ook een serie innovatieve vissoepen op de markt;
 - Marja Slagmoolen, teamleider 2x2 GroentenFruitBureau: stimuleren van eten van groenten en fruit op de werkplek in het kader van elke dag 2 ons groenten en 2 keer fruit, met de campagne 'Werkfruit';
 - Joanne Thijssen, brandmanager Arla Foods: door een toegankelijke benadering en een duurzame bedrijfsvoering is Arla met haar biologische zuivelproducten erin geslaagd meer consumenten aan te spreken.



Bekendmaking tijdens het VersEvent op 9 juni 2011

Tijdens het inspirerende VersEvent voor marketeers uit alle verssectoren vindt de bekendmaking van de winnaar plaats. Het VersEvent biedt inspirerende sprekers, leerzame workshops, speeddates met marketeers van binnen en buiten de verswereld, een VersMarkt om alle prachtige versproducten te voelen, proeven en ruiken en uiteraard volop kans om te netwerken. Hét Event voor ondernemers en marketeers in vers! Meld u aan op www.versmarketeer.nl.

Selectiecriteria

De vakjury van onafhankelijke marketing- en versprofessionals bepaalt wie de titel 'Versmarketeer 2011' krijgt. Zij beoordeelt de 10 nominaties op basis van de volgende criteria:

1. De kandidaat heeft marketingverantwoordelijkheid;
2. Aantoonbaar succes in vermarkten van versproducten;
3. Vernieuwend gebruik marketinginstrumenten;
4. Bijdrage aan positieve uitstraling van de sector;
5. Penetratie op bestaande en/of nieuwe markten met bestaande en/of nieuwe producten;
6. Onderscheidend (duurzaam) product-, dienst- of marktconcept;
7. Belangrijke positieve bijdrage aan het rendement;
8. Actief uitdragen boodschap binnen het bedrijf.

Organisatoren en partners

Versmarketeer wordt georganiseerd door initiatiefnemers Delta Focus organisatieadviesbureau, Mirakuleus Ontwerp & Communicatie en Sense marketing & more strategisch marketing- en communicatieadvies. Partners van Versmarketeer 2011 zijn Rabobank, FloraHolland, GroentenFruit Bureau, Nederlands Visbureau, Zicht online, Kennisalliantie, Syntens en Marketing Tribune.

Noot voor de redactie:

Voor meer informatie of een afspraak voor een interview kunt u contact opnemen met Mariska van der Zwaal, sense marketing & more, tel. 010 – 5199025 of m.vanderzwaal@sensemarketing.nl.
