

Pressemeddelelse:

Jyllands-Posten får prestigefyldt pris for hjemmeside

Jyllands-Postens hjemmeside jyllands-posten.dk bliver belønnet med en prestigefyldt pris til European Digital Media Awards 2013.

Den 15.-17. marts 2013 afholder den internationale avisorganisation WAN-IFRA European Digital Media Awards 2013 i London. Prisen belønner nytænkende digitale strategier og projekter.

Prisuddelingen er inspireret af Asian Digital Media Awards, der blev uddelt i november 2012, og anerkender enestående arbejde i kategorierne "online media", "cross-media", "online video", "infographics", "mobile", "tablets" og "social media" blandt mediehuse i Europa.

Blandt vinderne i kategorien "online media" er Jyllands-Posten, som løb med en tredjeplads for sin hjemmeside jyllands-posten.dk, der er designet af webdesignchef Lisbeth Birkholm. De to andre vindere i kategorien er Telegraph Media Group Limited for "Telegraph" og JP/Politikens Hus A/S for "Politiken.dk/foto", som løb med henholdsvis første- og andenpladsen.

Hos Jyllands-Posten er der stor tilfredshed med tildelingen af prisen:

"Vi er glade for anerkendelsen, og prisen er en flot bekræftelse af, at vores digitale produkter har internationalt format. Men ambitionerne er imidlertid højere endnu. Vi ansatte i begyndelsen af året designchef Erik Ambjørn, og om kort tid kan vores læsere se frem til en endnu bedre design-oplevelse med en snarlig lancering af en ny iPad-version særligt målrettet vores nye digitale abonnementsunivers, JP Premium," siger Jens Nicolaisen, digital direktør for Jyllands-Posten.

De nominerede er blandt andet blevet evalueret på kvaliteten og integriteten af indholdet på hjemmesiden, interaktionen med hjemmesidebrugerne, design, brugen af multimedie teknologi og navigeringslethed.

Om European Digital Media Awards

European Digital Media Awards er den mest prestigefyldte konkurrence i branchen, hvor dagblade får mulighed for at benchmarke deres digitale tilbud. Konkurrencen trækker innovative mediehuse fra hele Europa, der forelægger deres engagerede digitale mediekampanjer og indhold for at se, hvordan de klarer sig i forhold til andre i branchen.