

Worth Keeping nu på spil hos Danske Spil

Niche-virksomheden Worth Keeping står bag de nye 3D kampagner, som Danske Spil benytter i sin markedsføring til nuværende og nye kunder

Af Lars Norman Thomsen

ERHVERV Danske Spil A/S satser på 3D på postkort i markedsføringen, og når der i denne uge dumper et 3D Lotto postkort i postkassen til de danske husstande, så er det igen niche-virksomheden Worth Keeping fra Hvalskov i Kolind, der står bag.

Bag Worth Keeping ApS står duoen Janne Damborg og Anne Steen.

De besluttede at gå i partnerskab i 2009, hvor de stiftede Worth Keeping ApS, der har forretningslokaler i smukke naturomgivelser på Ydesmindevej tæt på Kolind.

Særlig teknik

3D på print er en gammel teknologi som hedder lenticular.

“Det er et møjsommeligt håndværk, som kræver stor tålmodighed. Effekten skabes ved at man snyder hjernen, når den kigger på billedet med begge øjne,” forklarer Anne Steen.

Worth Keeping har udviklet en speciel (patenteret) teknik, som gør det muligt at opnå en effekt, der er 30 procent dybere end de fleste andre 3D produkter i verden.

“Vi har brugt 3D med stor succes gennem det seneste halve år. Effekten er væsentlig bedre, selvom det er dyrere at producere,” siger Christian Stengaard fra Danske Spil A/S.

Ekstra opmærksomhed

“Nu er vi jo i underholdningsbranchen, og dem, der modtager vores 3D-kort, synes de er lidt sjove. De vil gerne vise dem til andre. Det gør, at vi får lidt ekstra opmærksomhed,” bemærker Christian Stengaard.

Samarbejdet Med Danske Spil er naturligvis et stort gennembrud nationalt for Worth Keeping ApS.

Telenor også med

Telenor har ligeledes valgt at benytte den avancerede teknik og er i færd med at postomdele 3D kuverter ud til alle deres kunder i forbindelse med en større kampagne, som går ud på at skabe kundeloyalitet.

“Gemmeværdien har vist sig at være kæmpestor, og for Telenor har det været afgørende, at kunderne har fået et produkt, der var værd at beholde, så derfor valgte de os,” siger Anne Steen.



Worth Keeping damerne, Anne Steen (tv) og Janne Damborg, har med Danske spil og Telenor fundet nye kunder, der er faldet for virksomhedens niche med motiver i 3D med en særlig dybdevirkning.

Worth Keeping ApS startede i 2009 med at bruge 3D-teknikken til at starte en produktion af alle mulige dyremotiver som de siden udviklede til andre genrer, blomster- og julemotiver.

Worth Keepings 3D dyremotiver kan købes i Djurs Sommerland, i dyreparker, zoologiske haver og på posthuse.

Post.dk er en stor aftager og kunde. Men det er på eksportmarkederne, at Worth Keeping ApS gik ud og viste flaget med dyremotiverne.

Især blev der satset på Schweiz, hvor posthusene også fungerer som boghandler.

Der er 1.200 potentielle af slagsen mod 100 i Danmark til en sammenligning.

FAKTA

Janne Damborg

- 40 år
- Født og opvokset i Kolind
- Har erfaring som reklamekonsulent
- Grafisk viden
- Startede 2002 eget reklamebureau Damborg Graphic

Anne Steen

- 46 år
- Uddannet grafisk og industriel designer
- Indehaver af Rønde Impact i 13 år
- Fotograf