

PRESSEMITTEILUNG

Sinalco vergibt Digitaletat an JOM

Hamburg, 15.05.2019. Die Marketingverantwortlichen der Deutsche Sinalco GmbH Markengetränke & Co. KG haben die Mediaagenturgruppe JOM Group mit der Durchführung verschiedener digitaler Werbeaktivitäten beauftragt. Das Hamburger Büro der unabhängigen Agentur setzte bereits im vergangenen Jahr eine erste Testkampagne um, die nun 2019 deutlich kontinuierlicher fortgeführt wird.

Neben einer Steigerung der spontanen Markenbekanntheit bei jungen Erwachsenen soll insbesondere die Kaufbereitschaft für Sinalco wirksam ausgebaut werden. Der Fokus der digitalen Werbemaßnahmen liegt dabei auf Nordrhein-Westfalen, einem der wichtigsten Vertriebsgebiete des Unternehmens.

Die Sinalco-Inhouse-Agentur, die den gesamten Marketingmix des Limonadenklassikers verantwortet und im analogen Bereich derzeit Schwerpunkte bei reichweitenstarker Out-of-Home-Werbung setzt, hat die Online-Kampagne mit einem Brutto-Budget im unteren siebenstelligen Bereich ausgestattet. Sie übernimmt auch die Kreation der Werbemittel, während JOM die digitale Mediastrategie verantwortet. Die Online-Experten kombinieren dabei Addressable-TV mit Webradio-Spots sowie einer starken Präsenz auf mobilen Endgeräten und in Social-Media-Umfeldern. Pünktlich zur wärmeren Jahreszeit startet die Kampagne im Mai und wird bis in die Vorweihnachtszeit für kontinuierliche Markenpräsenz sorgen.

Heino Hövelmann, Geschäftsführer bei Deutsche Sinalco GmbH Markengetränke & Co. KG: „Die mittlere Generation kennt uns seit ihrer Kindheit. Nun möchten wir auch bei den Digital Natives von 20-30 Jahren die Markenpräferenz deutlich ausbauen. Mit dem Fokus auf digitale Werbung bewegen wir uns entsprechend in den Medien und Umfeldern, die für diese Zielgruppe zum Alltag gehören.“

JOM-Gründer und Geschäftsführer Michael Jäschke zeigt sich ebenfalls glücklich über die Zusammenarbeit: „Für Traditionsmarken zu arbeiten ist immer etwas Besonderes. Daher freuen wir uns sehr auf die Herausforderung, die Marke gerade in der jungen und kritischen Zielgruppe weiter zu stärken.“

„Die unterschiedlichen Medien und Formate der Kampagne setzen eine sehr gute Abstimmung zwischen Kreation und Media voraus, um letztendlich optimal wirken zu können. Hier hat die Zusammenarbeit mit Sinalco erstklassig funktioniert“, ergänzt Sai-Man Tsui, Geschäftsführer Digital bei JOM.

Pressekontakt JOM Group:

Torsten Hunsicker

Tel: 040-27822-160

Email: torsten.hunsicker@jom-group.com

Web: www.jom-group.com

Hamburg:

JOM Jäschke Operational Media GmbH, JOM com GmbH

Am Kaiserkai 10, 20457 Hamburg

Düsseldorf:

JOM Düsseldorf GmbH

Schanzenstraße 20a, 40549 Düsseldorf

Philadelphia (USA) :

JOM Philadelphia Inc.

1608 Walnut Street, 12th Floor, Philadelphia, PA 19103

Über die JOM Group:

JOM kombiniert die Leistungen einer auf nachhaltig höchste Budgeteffizienz positionierten Mediaagentur mit dem Angebot einer konsequent auf Performancemarketing spezialisierten Digitalagentur. JOM wurde 1997 von Michael Jäschke gegründet und beschäftigt in Deutschland 70 Mitarbeiter. JOM ist inhabergeführt, unabhängig und fokussiert auf die Länder Deutschland, Österreich und Schweiz. Mit einem Billing-Volumen von rund 288 Mio. € gehört JOM zu den Top 5 der inhabergeführten Mediaagenturen in Deutschland. Gleiches gilt für das Feld der Performance-Marketing-Agenturen.

JOM ist Mitglied der OMG und des BVDW.

Zu den Kernkompetenzen zählen Mediaberatung in allen On- und Offline-Medien, Performance-Marketing, Content-/Social-Media-Marketing, Online-Kreation, Regionalmarketing sowie als Basis jede Form von strategischer Planung.

JOM arbeitet nach dem selbstentwickelten, wissenschaftlich fundierten Prinzip der Hybrid Marketing Communication. Es steht nur JOM-Klienten zur Verfügung. Damit kann die Agentur für jede individuelle Aufgabe die optimale Kombination aus allen denkbaren Kommunikationskanälen zusammenstellen, im Online-Bereich integriert auch mit Content füllen und so ihren Klienten ein Höchstmaß an nachhaltiger Budgeteffizienz garantieren.