

**PRESSEMITTEILUNG**

---

**JOM setzt Pinterest Ads erfolgreich für VELUX ein**

**Hamburg, 25.06.2019.** Als sich Pinterest im März dieses Jahres der Vermarktung gegenüber öffnete, setzte die inhabergeführte Agentur JOM kurz darauf bereits die erste Kampagne für VELUX, den weltweit größten Hersteller von Dachfenstern, um.

Neben einer Steigerung der Markenbekanntheit unter Eigenheimbesitzern, die Pinterest als Inspirationsquelle für ihr Zuhause nutzen, sollen diese insbesondere auf die Produktvielfalt bezüglich Dachfenster- und Tageslichtlösungen von VELUX aufmerksam gemacht werden.

JOM nutzt hierfür verschiedene Keyword- und Interessen-Targetings sowie unterschiedliche Visuals, um die Zielgruppe anzusprechen.

**Ads konvertieren auf Pinterest besser als auf anderen Social-Media-Kanälen**

Im direkten Vergleich zu weiteren sozialen Netzwerken zeigt sich, dass die von JOM eingesetzten Pinterest Ads deutlich besser konvertieren. Der Cost-per-Action bei den umgesetzten Pinterest-Maßnahmen ist um 30 bis 40 Prozent günstiger als bei verwandten Kanälen wie Facebook oder Instagram. Über 90 Prozent des Social-Media-Engagements lassen sich auf die Pinterest Ads zurückführen.

Vor allem der VELUX-Dachfenster-Konfigurator wird von den Pinterest-Usern gerne genutzt. Die Bildsuchmaschine trägt daher zur direkten Interaktion mit den Usern bei und lässt diese unmittelbar ins Produkterlebnis einsteigen.

Max Allmann, Head of Digital Marketing & Media Buying bei VELUX Deutschland: „Wir finden das Potenzial von Pinterest zur Ansprache unserer Zielgruppen sehr spannend. Content-seitig sind wir hier schon sehr gut aufgestellt und können nun auch ganz gezielt die Nutzerschaft mit hochwertigen und ansprechenden Inhalten ausbauen.“

„Im Gegensatz zu Instagram, Facebook und Co. ist Pinterest noch nicht so stark kommerzialisiert und dadurch ein interessantes und noch relativ neues Instrument für Werbetreibende im Social-Media-Orchester“, so Katja Franz, Director Digital bei JOM. „Wir beobachten sehr gespannt die weitere Entwicklung dieser Plattform und stehen für VELUX bereits für weitere Kampagnen in den Startlöchern.“

### **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 Top5 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.

#### **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