

PRESSEMITTEILUNG

JOM sichert sich Mediaetat von FSB

Hamburg, 02.07.2019. Die inhabergeführte Agentur JOM erhält den Zuschlag für die Umsetzung der Kommunikationsaktivitäten der FSB – Franz Schneider Brakel Türen- und Fensterbeschläge GmbH + Co KG.

Das Kürzel FSB ist weltweit ein Synonym für ästhetisch und funktional hochwertige Systemlösungen für Türen und Fenster, digitale Zutrittslösungen und barrierefreie Sanitärausstattung. Die JOM Group wird vom Standort Hamburg aus zukünftig Mediastrategie, -planung und -einkauf in allen On- und Offline-Medien verantworten. Der Schwerpunkt der Kommunikation liegt in den Zielgruppen Architekten, Bauherren und Investoren. Hier gilt es, die hohe Bekanntheit der Marke bei den etablierten Zielgruppen zu festigen und stärker als bisher auch Jüngere an die Marke heranzuführen. Gleichzeitig soll die Aufmerksamkeit für die Bereiche elektronische Zutrittskontrolle und barrierefreie Sanitärausstattung gestärkt werden.

Die Ansprache erfolgt sowohl klassisch über Fachmagazine mit Fokus auf Design und Architektur als auch über die digitalen Touchpoints, auf denen sich die Zielgruppe im B2B- oder auch B2C-Umfeld erreichen lässt. Hier reicht das Spektrum von Wirtschaftsumfeldern über Business-Portale bis hin zu Social-Media-Platzierungen.

Karin Padinger, Bereichsleitung Marketing & Design bei FSB: „Die Marke FSB genießt ein hohes Maß an Vertrauen und steht für ein großes Verständnis für die architektonischen Anforderungen im hochwertigen Objektbau. Wir wollen nun weitere Zielgruppen für unsere Premium-Marke begeistern und freuen uns, mit JOM einen Partner an der Seite zu haben, der uns hier mit seiner langjährigen Erfahrung unterstützt.“

„Wir sprechen zwar über B2B-Kommunikation, bewegen uns aber ganz bewusst kommunikativ nicht nur in Fachumfeldern. In einem Umfeld wie Pinterest sind die Übergänge zwischen beruflicher und privater Nutzung fließend. Für unsere Zielgruppen ist es heute ein fester Ort der Inspiration“, erklärt Henning Ehlert, Geschäftsführer der JOM Group.

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 spezialisiert 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 sowie jede Form von strategischer Planung und Mediaberatung in allen On- und Offline-Medien, Performance-Marketing, Content-/Social-Media-Marketing, Online-Kreation, Regionalmarketing. 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