

PRESSEMITTEILUNG

JOM Group setzt sich im Pitch um PROVINZIAL-Mediaetat durch

Hamburg, 01.08.2019. Die JOM Group hat sich im Pitch-Prozess um den gemeinschaftlich ausgeschriebenen Mediaetat des Provinzial NordWest Konzerns und der Provinzial Rheinland Versicherung erfolgreich durchgesetzt. Zum Provinzial NordWest Konzern gehört neben der Provinzial Nord und der Westfälischen Provinzial Versicherung auch die Hamburger Feuerkasse.

Nach dem mehrstufigen Prozess wird JOM als alter und neuer Etathalter auch weiterhin für Mediaberatung, -planung und -einkauf sämtlicher On- und Offline-Werbemaßnahmen verantwortlich sein.

Ziel ist der Ausbau der Markenpräsenz und -präferenz in den jeweiligen Geschäftsgebieten, gepaart mit einer verstärkten Ansprache jüngerer Zielgruppen. Das Brutto-Mediavolumen aller Häuser liegt im unteren zweistelligen Millionenbereich. Zum Einsatz kommen umfangreiche digitale Werbemaßnahmen sowie TV-, Funk- und Außenwerbung.

Die Provinzial Versicherungen und JOM verbindet bereits eine längere erfolgreiche Zusammenarbeit. Die zunehmend digital ausgerichteten Werbemaßnahmen und die dynamische Anpassung der werblichen Inhalte werden in Zukunft für neue Schnittstellen sorgen, beispielsweise in den Bereichen Markenführung und Produktion.

„Erfolgreiches digitales Versicherungsmarketing bedeutet zielgruppenspezifische Botschaften an den richtigen Touchpoints zu kommunizieren. Und das ohne dabei den Blick auf das große Ganze, sprich die Markenentwicklung als solche, zu verlieren“, so Nina Schwerin, Bereichsleiterin Marketing der Provinzial Rheinland Versicherung.

„JOM hat uns diesbezüglich mit einer Kombination aus medienübergreifendem Planungs-Know-how und Kompetenz in Sachen Markenführung absolut überzeugt. Denn in den digitalen Medien wachsen mediale Aussteuerung, inhaltliche Gestaltung und Produktion immer mehr zusammen“, ergänzt Norbert Wessels, Abteilungsleiter Strategisches Marketing bei der Provinzial NordWest.

Für JOM-Gründer und Geschäftsführer Michael Jäschke ist der Etat kein Ergebnis routinierter Eintracht: „Das war möglich, weil wir uns gemeinsam weiterentwickelt haben, gegenseitig immer wieder neue Impulse setzen und qualitativ nie mit Mittelmaß zufrieden sind. Der Versicherungsmarkt ist

kommunikativ stark in Bewegung. Das macht die Aufgabe besonders interessant, und wir freuen uns darauf, auch zukünftig einen Beitrag zur positiven Entwicklung der Marke Provinzial zu leisten.“

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 325 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-/Public-Relations, 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.
230 S. Broad St. 17th Floor, Philadelphia, PA 19102