

## PRESSEMITTEILUNG

---

### **JOM Group gewinnt den Performance-Etat von ROSSMANN**

**Hamburg, 09. Februar 2021.** Mit der Dirk ROSSMANN GmbH kann die Hamburger JOM Group, Agentur für hybride Marketingkommunikation, einen weiteren Neukunden zum Jahresstart vermelden: Die Mediaexperten verantworten seit Jahresbeginn den Performance-Marketing-Etat der deutschen Drogeriekette. Das Team um JOM Managing Director Henning Ehlert konnte sich in einem mehrstufigen Screening- und Auswahlprozess durchsetzen, der von der Hamburger Marketing-Beratung cherrypicker begleitet wurde. Teil der Ausschreibung war unter anderem die Umsetzung einer Testkampagne im Herbst 2020, bei der JOM überzeugen konnte. Das Mandat umfasst sowohl die strategische Beratung und operative Umsetzung digitaler Performance-Kampagnen als auch die Gestaltung und Erstellung der dazugehörigen digitalen Werbemittel.

*Petra Czora, Geschäftsleitung Marketing bei der Dirk ROSSMANN GmbH:* „Wir haben JOM als einen innovativen und proaktiven Partner kennengelernt, bei dem wir sowohl die Umsetzung der Maßnahmen als auch die Gestaltung der Werbemittel bündeln können. Daraus versprechen wir uns Synergieeffekte und eine noch bessere Performance unserer Maßnahmen im Markt. Uns hat die transparente Art, die Agilität und die hohe Performance-Kompetenz des JOM-Teams überzeugt. Mit JOM haben wir einen Agenturpartner, der neben der Performance-Optimierung im digitalen Bereich vor allem die Frequenz in den Rossmann-Filialen im Blick hat. Das war uns wichtig, daher freuen wir uns auf die Zusammenarbeit.“

*Henning Ehlert, Managing Director JOM:* „Wir sind sehr stolz und glücklich darüber, dass wir das kompetente ROSSMANN-Team von unserer Herangehensweise, unserem Ansatz und letztendlich von unserem Team überzeugen konnten. Dies setzt sich bewusst aus Generalisten und Spezialisten des jeweiligen Gebietes zusammen, um das typische Silodenken aufzubrechen und unseren holistischen Ansatz umzusetzen. Durch die beiden Mandate und das Zusammenspiel von Media und Kreation können wir das volle Potenzial der Performance-Maßnahmen ausschöpfen.“

**Kurzprofil ROSSMANN**

Als Erfinder des Drogeriemarktes in Deutschland eröffnete Dirk Roßmann 1972 den ersten „Markt für Drogeriewaren“ in Hannover. Heute zählt ROSSMANN (Firmensitz in Burgwedel bei Hannover) mit 56.300 Mitarbeiter:innen in Europa und 4.244 Filialen, davon 2.233 in Deutschland, zu den größten Drogerieketten Europas (Stand 1/2021). Mit 21.700 Drogerieartikeln, davon 4.600 der 28 Eigenmarken, präsentiert ROSSMANN ein besonders umfangreiches Angebot, das sämtliche Bereiche des täglichen Lebens abdeckt. Seit 1999 finden Kund:innen das vielfältige Sortiment auch online. Das Angebot im Onlineshop – inkl. 2.700 Exklusivartikeln – und Informationen zu unterschiedlichen Themen sind bei den Kund:innen besonders beliebt. Des Weiteren legt ROSSMANN großen Wert auf das Thema Nachhaltigkeit. So arbeitet das Unternehmen kontinuierlich daran, seine Produkte und Verpackungen nachhaltiger zu gestalten. Zudem wird das ökologische und soziale Engagement in allen Unternehmensbereichen weiter ausgebaut. Umsatz 2020: 10,35 Milliarden Euro (Deutschland 7,33 Milliarden Euro).

**Kurzprofil 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.