

PRESSEMITTEILUNG

JOM Group gewinnt Mediaetat von FingerHaus

Hamburg, 8. September 2021. Die JOM Group, Agentur für hybride Marketingkommunikation, sichert sich den Mediaetat der FingerHaus GmbH. Die unabhängige Agentur konnte sich im Pitch-Prozess gegen den Wettbewerb durchsetzen und verantwortet ab dem kommenden Jahr vom Standort Düsseldorf die Mediastrategie, die Planung und den Einkauf für den Holzfertighaus-Spezialisten.

JOM soll FingerHaus dabei unterstützen, die nationale Bekanntheit der Marke weiter zu steigern und sie gleichzeitig bei potenziellen Interessenten für Fertighäuser zur ersten Wahl zu machen. Zudem sollen auch auf regionaler Ebene Kommunikationspakete für die Vertriebsstandorte geschnürt werden. Insgesamt ist FingerHaus mit 25 Musterhäusern und 35 Beratungsbüros deutschlandweit vertreten.

FingerHaus, 1820 als Zimmereibetrieb im hessischen Bottendorf gegründet, stellt seit mehr als 70 Jahren Fertighäuser her und gehört zu den größten Produzenten von Holzfertighäusern in Deutschland. Jedes Jahr baut das familiengeführte Unternehmen mehr als 700 individuelle Finger-Häuser, die nach den Wünschen der Bauherren gestaltet werden. Dabei ist das Unternehmen mit rund 800 Mitarbeitern die Nummer eins beim Einsatz von erneuerbaren Energien im Fertighausbau.

„Der Schwerpunkt der Kommunikation wird in den digitalen Medien liegen, da die Customer Journey der potenziellen Interessenten sehr stark online getrieben ist. Aber auch Medien wie Print oder Außenwerbung werden hier zum Einsatz kommen“, ergänzt **Markus Weber, Director Media Consulting JOM**, die Herangehensweise der JOM-Mediastrategie für FingerHaus. „In diesem Sinne: Wir freuen uns sehr, mit FingerHaus ein traditionsreiches aber zugleich innovatives Unternehmen für uns gewinnen zu können, denn der Trend in Deutschland geht eindeutig zum Haus in Fertigbauweise und das bedeutet viel Bewegung im Markt.“

Lukas Tauschwitz, Marketingleiter bei der FingerHaus GmbH: „JOM hat uns einen Ansatz aus Branding und Performance vorgestellt, der die beiden Disziplinen sehr intelligent und auf unterschiedliche Weise miteinander verknüpft. Da es für uns auf die richtige Balance zwischen Branding- und Leadorientierung ankommt, hat uns JOM überzeugt.“

Über FingerHaus GmbH

Der Holzfertighaus-Spezialist FingerHaus baut jedes Jahr mehr als 700 individuelle Eigenheime. Das familiengeführte Unternehmen wurde schon 1820 als Zimmereibetrieb im hessischen Bottendorf gegründet und beschäftigt mittlerweile mehr als 800 Mitarbeitende. FingerHaus zählt zu den größten Produzenten von Holzfertighäusern in Deutschland und ist die Nummer eins beim Einsatz erneuerbarer Energien im Fertighausbau. Die FingerHaus-Gruppe bietet mit den Schwesterfirmen FingerKeller, FingerHaustechnik und FingerTreppen alle anfallenden Leistungen aus einer Hand an und realisiert zudem mit der FingerWohnbau als Bauträger komplette Bauprojekte.

Über 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.