

12.02.2020 – 15:00 Uhr

## JOM Group sichert sich Mediaetat von Loacker

*Hamburg (ots) -*

Die JOM Group, Agentur für hybride Marketingkommunikation, hat sich den deutschen Mediaetat des italienischen Süßwarenherstellers Loacker gesichert. Operativ wird der Kunde vom neuen Standort der JOM Group in München betreut. Der Etatvergabe ging ein mehrstufiger Pitch-Prozess voraus. Das Brutto-Mediabudget bewegt sich im mittleren einstelligen Millionenbereich.

Seit 1925 steht der Name Loacker für leicht bekömmlichen und natürlichen Genuss, höchste Qualität und die Liebe zur Natur - vereint in köstlichen Waffel- und Schokoladenspezialitäten. Aus dem Nachnamen des Gründers wurde innerhalb der letzten 90 Jahre eine international bekannte Marke, die in über 100 Ländern begehrt ist. Jedes Jahr produziert und verpackt das Unternehmen ca. 750 Millionen Einheiten an Waffel- und Schokoladenspezialitäten, die täglich in die ganze Welt geliefert werden. Der Hauptmarkt ist nach wie vor Italien, wo Loacker seit jeher auf dem Waffelmarkt führend ist.

Auch auf dem deutschen Markt ist Loacker bereits seit über 10 Jahren aktiv. Nun soll die Marke hierzulande stärker aufgebaut und das Geschäft vorangetrieben werden. Hierfür startet JOM ab Mitte des Jahres gemeinsam mit Loacker eine Bewegtbild-Kampagne, die sowohl im klassischen TV, als auch auf non-linearen und damit digitalen Kanälen zu sehen sein wird. Sie zählt unmittelbar auf die Positionierung Lockers "Genuss aus Südtirol" ein.

Mohammed Bahlaouane, Brand Manager der Loacker Deutschland GmbH: "Wir werden die spontane Präsenz der Marke bei den Verbrauchern konsequent weiter ausbauen. Dazu brauchen wir einen Partner mit FMCG Know-how, der kanalübergreifend plant und am Ende in wertschöpfungsrelevanten Dimensionen denkt. Mediaseitig ist uns klar: TV allein wird heute und in Zukunft nicht reichen. Hinsichtlich all dieser Überlegungen hat uns JOM im Rahmen der Ausschreibung überzeugt."

"Loacker befindet sich in einer sehr interessanten Nische des Süßwarenmarktes. Wir freuen uns auf die Herausforderung, mit einer clever ausgesteuerten Bewegtbild-Strategie neue Impulse für die Marke zu setzen, um die Markenbekanntheit in Deutschland zu erhöhen", so Benjamin Gröning, Managing Director JOM Group. "Letztendlich gilt es, die Maßnahmen bis auf Store-Ebene auszusteuern, um die Rotation im Handel zu steigern. Hier werden wir mit digitalen Maßnahmen auch sehr punktuell regional agieren", ergänzt Nadja Vernimb, ebenfalls Managing Director 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 fokussiert auf die Länder Deutschland, Österreich und Schweiz. Mit einem Billing-Volumen von rund 325 Mio. EUR 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.

Kontakt:

Volker Neumann

Tel: 040-27822-0

Email: [volker.neumann@jom-group.com](mailto:volker.neumann@jom-group.com)

Web: <http://www.jom-group.com>

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100070017/100841633> abgerufen werden.