

27.01.2021 - 14:43 Uhr

JOM Group sichert sich Mediaetat von Ritex

Hamburg (ots) -

Ritex, Hersteller von Kondomen und Gleitmittel, vertraut künftig der JOM Group, Agentur für hybride Marketingkommunikation. JOM ist ab sofort für die Mediastrategie, die Planung und Umsetzung sowie den Mediaeinkauf im deutschsprachigen Raum verantwortlich. Operativ wird der Kunde vom Hamburger JOM-Standort betreut. Die Etatvergabe erfolgte ohne einen vorherigen Pitch-Prozess.

Das Brutto-Mediabudget bewegt sich aktuell im unteren einstelligen Millionenbereich. Mit der Einführung der Ritex "PRO NATURE Range" führte das Unternehmen 2020 erstmals eine produktbezogene TV-Kampagne durch. In diesem Jahr fokussiert sich die Kommunikation nun stärker auf die Marke und erfolgt dabei zu großen Teilen über digitale Werbemedien.

Das 1948 gegründete Unternehmen beschäftigt heute rund 60 Mitarbeiter am Firmensitz in Bielefeld und ist die Nummer zwei auf dem deutschen Kondommarkt. Sämtliche Produkte werden ausschließlich in Deutschland (Bielefeld) hergestellt. Die Marke steht für Gefühl, Sicherheit und einen vertrauensvollen Umgang miteinander. Heute wird das Unternehmen von Hans-Roland Richter und dessen Sohn Robert Richter geführt. Pro Jahr setzt das Unternehmen ca. 100 Millionen Kondome und ca. 80.000 Liter Gleitgel ab.

Robert Richter, Geschäftsführer Ritex GmbH: "2021 wollen wir die Präsenz der Marke Ritex bei den Verbrauchern weiter ausbauen und gleichzeitig mit einer ordentlichen Portion Emotionalität aufladen. Unsere Stärken in Bezug auf Vertrauen, Sicherheit und Qualität stehen dabei im Fokus. Als mittelständisches Unternehmen brauchen wir dabei einen Partner, der unsere Marke durch kluge Planungsansätze gegenüber sehr werbeintensiven Wettbewerbern sichtbar werden lässt und unsere Budgets mit höchstmöglicher Effizienz einsetzt. Hier haben uns die Konzepte von JOM überzeugt."

Henning Ehlert, verantwortlicher Managing Director bei JOM: "Ritex ist eine spannende deutsche Marke in einem Markt, der in Sachen Kommunikation in den vergangenen Jahren deutlich an Offenheit und Dynamik gewonnen hat. Gemeinsam mit Ritex wollen wir es in diesem Jahr schaffen, die Bekanntheit der Marke unter den Kondomverwendern weiter zu steigern und das Profil zu schärfen. Wir freuen uns sehr auf die Zusammenarbeit."

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-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.

Pressekontakt:

Volker Neumann

Tel: 040-27822-0
Email: volker.neumann@jom-group.com
Web: <http://www.jom-group.com>

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100070017/100864013> abgerufen werden.