

24.02.2022 – 19:13 Uhr

JOM GROUP übernimmt Mediaplanung für DAS FUTTERHAUS / Nach erfolgreicher Projektarbeit sichern sich die Media-Experten den Marketingkommunikations-Etat des Zoofachhändlers DAS FUTTERHAUS

Hamburg (ots) -

Der Erfolg der [JOM Group](#) aus dem abgelaufenen Jahr hält weiter an und spiegelt sich im Jahresbeginn 2022 wider: Die Agentur für hybride Marketingkommunikation verantwortet ab sofort für die "DAS FUTTERHAUS"-Unternehmensgruppe, einen der größten Zoofachmärkte in Deutschland, die Bereiche Mediastrategie, -planung und -einkauf. Die dauerhafte Beauftragung der JOM Group erfolgte Anfang Februar nach einer mehrmonatigen erfolgreichen Projektarbeit.

DAS FUTTERHAUS wurde 1987 gegründet und zählt heute mit seinen mehr als 400 Filialen in Deutschland und Österreich zu den größten Fachhändlern in der Heimtierbranche. Tierfreund:innen finden hier beste Beratung sowie eine große Auswahl an Tiernahrung und -zubehör. Mit einem Umsatzplus von 15,2 Prozent auf 521 Millionen Euro im Jahr 2021 gehört DAS FUTTERHAUS wie auch schon in den letzten Jahren zu den am stärksten wachsenden Unternehmen seiner Branche. Insgesamt eröffneten im vergangenen Jahr 21 neue Märkte. Auch 2022 soll die Expansion weiter vorangetrieben werden.

Hier kommt die JOM Group ins Spiel: Vom Standort Hamburg aus ist die Mediaagentur sowohl für die klassischen als auch für die digitalen Mediaaktivitäten des mittelständischen Unternehmens in Deutschland verantwortlich. Die Media-Experten unterstützen DAS FUTTERHAUS dabei, die Bekanntheit der Marke zu steigern sowie beim Auf- und Ausbau einer nachhaltig hohen Kundenbindung.

Neben nationalen Funk-Kampagnen, die flankierend zur Beilagen-Kommunikation zum Einsatz kommen, liegt ein weiterer Schwerpunkt im Online-Marketing. Durch eine kontinuierlichere Präsenz mit diversen digitalen Werbeformaten soll das Markenimage im Einzugsgebiet der Händler weiter ausgebaut werden.

"Die letzten Jahre haben gezeigt, dass wir auf dem richtigen Weg sind und unsere Grundidee, Tierhaltern die beste Beratung und eine große Produktvielfalt zu bieten, ankommt", sagt **Tino Behrens, Leitung Marketing bei DAS FUTTERHAUS**. "Mit JOM haben wir einen Partner an unserer Seite, der kanalübergreifend plant und am Ende in wertschöpfungsrelevanten Dimensionen denkt. Und genau das brauchen wir, wenn wir die Präsenz der Marke DAS FUTTERHAUS auch hinsichtlich des wachsenden Wettbewerbs weiter ausbauen wollen. Die gemeinsame Projektarbeit und das nun ausgearbeitete Konzept haben uns absolut überzeugt."

"DAS FUTTERHAUS befindet sich in einem sehr interessanten und wie die Zahlen beweisen wachsenden Marktsegment, das insbesondere durch die Corona-Pandemie nochmals befeuert wurde", ergänzt **Volker Neumann, Managing Director JOM Group**. "Gleichzeitig steht DAS FUTTERHAUS als rein stationärer Händler vor der Herausforderung, sich gegen den E-Commerce-Markt durchzusetzen. Wir freuen uns daher sehr, die Unternehmensgruppe hierbei unterstützen zu dürfen und mit innovativen Maßnahmen wie zum Beispiel der Werbeausspielung in YouTube Audio, die Rotation im Handel zu steigern."

Pressekontakt:

Frau Shari Lüning
Tel: 040-27822-0
Email: shari.luening@jom-group.com
Web: <http://www.jom-group.com>