

## PRESSEMITTEILUNG

---

### **JOM Group: Neues Office in München setzt Fokus auf Performance-Marketing**

*Nadja Vernimb und Benjamin Gröning leiten den dritten Standort*

**München, 24. Oktober 2019.** Die inhabergeführte JOM Group feierte gestern Abend die Eröffnung der neuen Dependence in der Auenstraße in München. Die Party fand mit rund 100 Gästen, darunter Kunden und Partner, im Bayerischen Hof in München statt. Neben dem Hauptsitz in Hamburg und dem Büro in Düsseldorf ist die bayerische Landeshauptstadt der dritte JOM-Standort in Deutschland.

Die Leitung übernehmen die beiden Managing Directors Nadja Vernimb und Benjamin Gröning. Das Leistungsspektrum am neuen Standort München bietet Performance-Marketing über alle Media-Kanäle mit einer Spezialisierung auf die stark performance-orientierte Ausrichtung von Bewegtbild-Kampagnen.

Nadja Vernimbs JOM-Karriere startete bereits vor 19 Jahren in Hamburg. Die 40-jährige Marketing-Expertin ist seit 2013 Mitglied der Geschäftsführung und ebenfalls am Standort Düsseldorf Teil des Managements. Benjamin Gröning (40) ist seit 2018 bei JOM, zunächst als Mitglied der Geschäftsleitung und nun als geschäftsführender Gesellschafter des neuen Standorts in München. Zuvor war er in Führungspositionen u.a. bei Mediaplus und Arvato Bertelsmann tätig.

#### **Warum ein weiterer Standort und warum München?**

„Die Zeit ist mehr denn je reif, Performance-Marketing über alle Media-Kanäle zu setzen, und das bieten wir nun auch am Standort München. Wir gründen also quasi eine Performance-Agentur, die in diesem Fall mit Performance-TV noch eine Spezialisierung aufweist. Darüber hinaus konnten wir mit Benjamin Gröning einen Manager gewinnen, der wertvolle Inhalte zur JOM Group addiert und menschlich hervorragend in das bestehende Team passt,“ so Michael Jäschke, Founder und Shareholder der JOM Group.

„Das kontinuierliche Wachstum von JOM, die steigenden Kundenanfragen und die große Medienpräsenz in München gaben zusätzliche Impulse zur Erweiterung unseres Wirkungskreises“, sagt Benjamin Gröning, geschäftsführender Gesellschafter von JOM München.

„Der neue Standort ermöglicht uns eine enge und partnerschaftliche Zusammenarbeit mit unseren Kunden im Süden des Landes,“ ergänzt Nadja Vernimb, Managing Director JOM München. „Zusätzlich erweitern wir den Radius, neue Talente für die JOM Group zu gewinnen. Der Mensch ist am Ende des Tages der wichtigste Erfolgsfaktor für unser Business Modell.“

**Pressekontakt JOM Group:**

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

**Hamburg:**

JOM Jäschke Operational Media GmbH, JOM com GmbH  
Am Kaiserkai 10, 20457 Hamburg

**München:**

JOM München GmbH  
Auenstraße 100, 80469 München

**Düsseldorf:**

JOM Düsseldorf GmbH  
Schanzenstraße 20a, 40549 Düsseldorf

**Philadelphia (USA) :**

JOM Philadelphia Inc.  
1608 Walnut Street, 12th Floor, Philadelphia, PA 19103

**Über das Unternehmen:**

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.