



Ausbau der PR-Expertise: TLGG gewinnt Julie Spielmann als Senior PR Consultant

- Die Berliner Agentur TLGG treibt die Entwicklung ihres integrierten Angebots für digitale Kommunikation konsequent voran.
- Spielmann bringt langjährige Erfahrung in den Bereichen Technologie- und B2B-PR in das Team ein.

Berlin 16.12.2021 – Die Agentur für digitale Markenentwicklung TLGG baut ihre PR-Expertise weiter aus und engagiert Julie Spielmann als Senior PR Consultant. Spielmanns Fokus liegt auf der strategischen PR-Beratung sowie in der Marken- und Expert*innenpositionierung, klassischen Media Relations und redaktioneller Arbeit. Ihr Leitbild: eine integrierte und ganzheitliche Digital-First-Kommunikation.

„Digitale Markenkommunikation erfordert Lösungen über sämtliche Disziplinen hinweg. Mit dem Ausbau des Teams reagieren wir nicht nur auf die steigende Nachfrage nach Positionierungsleistungen, sondern bauen intern die Schnittstellen zu Brand Strategy, Design, Content Creation und Brand Performance aus. Damit stärken wir die Synergien zwischen den Gewerken und schaffen passgenaue und effiziente Angebote für die Business-Fragen unserer Kund*innen“, sagt Andrea Petzenhammer, Head of PR bei TLGG.

„TLGG atmet digitale Transformation und digitale Kommunikation. Ich freue mich, gemeinsam mit dem PR-Team diese digitale Denkweise auf die PR zu übertragen“, ergänzt Spielmann. Vor TLGG war sie als Seniorberaterin PR am Berliner Standort der PR-Agentur Frische Fische tätig und betreute insbesondere B2B-Kund*innen und Start-ups aus dem Bereich Onlinemarketing, E-Commerce und Mobility. Davor sammelte Spielmann als Marketing- und Kommunikationsverantwortliche des Hardware-Start-ups Panono internationale Erfahrungen im Bereich Markenpositionierung.

Über TLGG

2008 in Berlin gegründet, war TLGG die erste Digitalagentur, die Ausmaß und Tragweite des digitalen Umbruchs erfasste. So wurde TLGG schnell ein renommierter Treiber digitaler Markenkommunikation und Kundenerfahrung, der die Stärken einer Kreativagentur und eines digitalen Beratungsunternehmens unter einen Hut und auf die Straße brachte.

Im Laufe der Jahre leitete TLGG die globalen sozialen Kommunikationsaktivitäten von Lufthansa und BMW, beriet E.ON bei der digitalen Transformation und schuf redaktionelle Exzellenz für Versicherungs-, Finanz-, FMCG-, Event-, Lifestyle- und Technologiemarken.

Heute ist TLGG 250 Köpfe stark und unterhält Büros in Berlin und New York. Zu den Kunden der Agentur gehören Montblanc, Swisscom, fritz-kola und Starbucks at Home. Seit Januar 2020 wird das Unternehmen von Christoph Bornschein und Stefanie Lüdecke geführt. TLGG ist Teil des global agierenden Agenturnetzwerks Omnicom und Mitglied des GWA.

