



## **Digitaler Saisonstart: TLGG stürmt für das Simulationsspiel Football Manager 2021**

- Berliner Digitalagentur TLGG entwickelt übergreifende Kanal- und Contentstrategie für Spielentwickler Sports Interactive
- Fokus auf Community-Entwicklung und Influencer Relations

**Berlin 25.11.2020 – Seit dem 24. November ist das Simulationsspiel Football Manager 2021 für verschiedene Gaming-Plattformen erhältlich. TLGG verantwortet die Kommunikation in den sozialen Kanälen und die Interaktion mit der deutschen Community.**

Das Thema Fußball ist im deutschen Markt in all seinen Spielarten von hoher Relevanz. Zur Veröffentlichung des Football Managers 2021 möchten TLGG und Sports Interactive dieses Potenzial gemeinsam erschließen. Dafür setzte die Berliner Agentur die Kanal- und Contentstrategie neu auf und entwickelte Formate und Maßnahmen zum weiteren Aufbau und Pflege der Community.

Yannick Lott, Leiter der TLGG-Unit Goldgelb, erläutert: „Auch in dieser ganz besonderen Saison bleibt Fußball wichtig. Mit relevanten Inhalten und klug aufgebauten Content Creators verwandeln wir die Liebe zum Sport in konkretes Engagement und Reichweite für ein erstklassiges Managementspiel. Wir haben, wie der Fußballprofi sagt, vom Feeling her ein gutes Gefühl.“

### **Mit Bundesligalizenz optimal kommunizieren**

Seit fast 30 Jahren entwickelt und verfeinert Sports Interactive das Konzept des Football Managers, seit der Ausgabe 2019 ist die Bundesliga mit offizieller Lizenz Bestandteil des Spiels. Das Spiel setzt auf einen kompromisslosen Realismus. „Wir bilden die realen Umstände ab“, ergänzt Tom Davidson, PR Manager bei Sports Interactive. „Deshalb ist es nur sinnvoll, mit exzellenten Leuten vor Ort zusammenzuarbeiten, die ein Gefühl für die deutsche Community und ein Händchen für guten Content sowie effektive Partnerschaften haben.“

Die ersten Ergebnisse der Zusammenarbeit sind bereits auf Instagram und Twitter zu verfolgen. Die gemeinsame Saison läuft bis Juli 2021.

### **Über Sports Interactive**

Sports Interactive (SI) ist der weltweit führende Entwickler von Sportmanagement-Simulationen. SI wurde 1994 gegründet und ist seit 2006 eine hundertprozentige Tochtergesellschaft von SEGA. Das SI-Team mit Sitz in Stratford, Ost-London, umfasst mehr als 170 Vollzeitangestellte, die von einem Netzwerk von rund 1.000 Teilzeit-Forschern auf der ganzen Welt unterstützt werden. SI ist offizieller Partner vieler großer Fußballligen und -organisationen, unter anderem

der Bundesliga, der LFP, der EFL und der League Managers Association, sowie zahlreicher Wohltätigkeitsorganisationen und gemeinnütziger Organisationen. Weitere Informationen über das Studio und seine Arbeit finden Sie unter [www.sigames.com](http://www.sigames.com).

## **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 200 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 zweitgrößten Agenturnetzwerks Omnicom und Mitglied des GWA.