



Fokus auf Kreativität und digital integrierten Kampagnen: Annika Garn wird neue Business-Unit-Leiterin bei TLGG Agency

- Annika Garn heuert bei TLGG Agency als Business Unit Lead an
- Garn setzt den Fokus auf kreative Exzellenz
- Infrastruktur für 360-Grad-Etats soll ausgebaut und gestärkt werden

Berlin, 15.02.2023 – Die Agentur für digitale Markenentwicklung TLGG Agency setzt auf Annika Garn als neue Business-Unit-Leiterin für eine ihrer größten Units. Mit dem erfahrenen Neuzugang soll das gesamte Etatgeschäft aus der Unit heraus neugestaltet und mit Fokus auf kreative Leistung vor dem Hintergrund digitaler Innovationen und Transformation ausgebaut werden.

„In der Unit, die Annika Garn leitet, sind Kunden wie Leaps by Bayer und Montblanc angesiedelt, für die wir aufwändige und ganzheitliche Positionierungsstrategien entwickeln“, erläutert Annabelle Jenisch, Mitglied der Geschäftsleitung bei TLGG. „Unser Anspruch ist es, unseren Kund*innen die beste Beratung zu bieten und mit kreativer Exzellenz aufzuwarten. Wir setzen auf ein starkes Team von Kreativen, die selbst Early Adopter sind, was die neusten Trends und Innovationen angeht – wie beispielsweise Generative AI oder Web3-Technologien. So können wir für Marken digitale und zukunftsfähige Produkte entwickeln. Wir freuen uns, Annika Garn für uns gewonnen zu haben, denn sie bringt die nötige Erfahrung mit, um nicht nur diesen Anspruch mitzutragen, sondern auch Kund*innen zu akquirieren, die diese einfordern.“

Garn bringt sowohl Erfahrung in der komplexen und ganzheitlichen Kundenberatung mit als auch in der Leitung von großen Teams – beides Grundvoraussetzung für ihre neue Rolle bei TLGG Agency. Sie wechselt von Ogilvy, wo sie die Führung des deutschen und österreichischen Marktes für die Marke Milka innehatte. Zuvor war sie als Unit-Lead bei Heimat für Unternehmen wie Ferrero oder Nestlé zuständig, auch bei M&C Saatchi war sie in einer vergleichbaren Führungsposition tätig. Weitere Stationen waren Achtung in Hamburg und Serviceplan in Berlin.

Über TLGG

2008 in Berlin gegründet, war TLGG Agency die erste Digitalagentur, die Ausmaß und Tragweite des digitalen Umbruchs erfasste. So wurde TLGG Agency 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 260 Köpfe stark und unterhält Büros in Berlin und New York. Zu den Kunden der Agentur gehören unter anderem Swisscom, Gamescom und ONE. TLGG wird von CEO Christoph Bornschein geführt und ist Teil des global agierenden Agenturnetzwerks Omnicom sowie Mitglied des GWA.

Weitere Informationen unter: <https://tlgg.de>

Presse-Kontakt

Victoria Kuo

presse@tlgg.de

Telefon: [+49 30 992111397](tel:+4930992111397)