



## **TLGG gewinnt Mike Lukanz als Director New Business Agency**

**Berlin 07.04.2021 – Wachstum ist das Ziel, kontinuierliche Entwicklung das Mittel: Für den Ausbau ihrer Growth-Unit engagiert die Berliner Agentur für digitale Markenentwicklung TLGG den ehemaligen Wunder-Media-Geschäftsführer Mike Lukanz als Director New Business Agency.**

Als Teil der Growth-Unit wird Mike Lukanz die Outbound-Aktivitäten der Agentur vorantreiben und Prozesse entwickeln. Auch das allgemeine Business Development der Agentur inklusive der Weiterentwicklung bestehender und der Einführung neuer Geschäftsmodelle liegt in seiner Verantwortung. Er unterstützt zudem TLGGs Head of Growth Annabelle Jenisch beim Partnermanagement der Unternehmensfamilie TLGG.

### **Digital-, Führungs- und Prozessexpertise**

Ehe er für einige Monate als selbstständiger Berater tätig war, war Mike Lukanz Geschäftsführer der C3-Tochter Wunder Media. Dort führte Lukanz ein internationales Team von mehr als 100 Mitarbeiter\*innen aus 13 Nationen und war maßgeblich an der Restrukturierung und dem resultierenden Changemanagement im Unternehmen beteiligt. Im Auftrag des global agierenden Kunden Microsoft verantwortete Lukanz mit Wunder Media die Planung und Implementierung operativer Prozesse und Abläufe für den internationalen Newsroom. Unter seiner Leitung entwickelte Wunder Media den Berliner Newsroom mit 55 Millionen Nutzern pro Monat und agierte als Berater für Burda India beim Aufbau eines internationalen Redaktionsteams für Microsoft in Neu-Delhi.

### **Positionierung outbound, verbesserte Zusammenarbeit inbound**

Mike Lukanz beschäftigt sich seit mehr als zehn Jahren mit Veränderungsprozessen und Changemanagement im Rahmen des technologischen Wandels – zunächst als Journalist, dann in der Agenturwelt, zuletzt als freier Berater. Nun kehrt er erneut fest in die Agenturbranche zurück. „TLGG vereint alle Fähigkeiten, die eine moderne Agentur in der heutigen Zeit benötigt, um Kunden ganzheitlich zu beraten und zu betreuen“, sagt Mike Lukanz. „Meine Erfahrung in Führungspositionen und die Arbeit mit der Growth-Unit werden darüber hinaus die stärkere Verzahnung von Agentur und Consulting ermöglichen und vorantreiben. Diese Kombination von strategischer Beratungskompetenz und kreativer Agentur, beides basierend auf einer digitalen DNA, ist einzigartig. Ich bin stolz, Teil von TLGG sein zu dürfen.“

„Wir wollen den Kunden mit seinen Bedürfnissen in den Mittelpunkt unseres Neugeschäfts stellen“, ergänzt Stefanie Lüdecke, Geschäftsführerin von TLGG. „Dafür braucht es vor allem die Fähigkeit, Unternehmen und einzelne Akteure darin zu verstehen und empathisch und individuell auf Anforderungen und Herausforderungen zu reagieren. Seine umfassende Agenturerfahrung, aber auch seine Kenntnisse großer Unternehmensstrukturen und sein vielschichtiger Hintergrund

ermöglichen es Mike, für TLGG diese Ansprüche umzusetzen. Sein tiefer Einblick in Agentur- und Unternehmensprozesse wird uns als Agentur auch intern auf das nächste Level bringen.“

## 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 agierenden Agenturnetzwerks Omnicom und Mitglied des GWA.

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