



## **Starke Markenstrategie: TLGG gewinnt Peter John Mahrenholz als Executive Strategy Director**

- TLGG baut Führungs- und Produktstruktur im Agenturgeschäft weiter aus
- Neue Führung in der Strategie ergänzt das digitale Leistungsportfolio der Berliner Agentur um langjährige Marken- und Kampagnenerfahrung
- Mahrenholz: „Aus Wandel Wettbewerbsvorteile schaffen.“

**Berlin 15.09.2021 – Die Agentur für digitale Marktentwicklung TLGG besetzt die Spitze ihres Strategie-Departments neu. Peter John Mahrenholz, Koryphäe der deutschen Agenturszene, verantwortet bei TLGG zukünftig Entwicklung und Ausrichtung des Strategie-Teams und des Leistungsportfolios.**

„Technologischer und kultureller Wandel verändern die Bedeutung von Marken und Markenkommunikation“, erläutert TLGG-Geschäftsführerin Stefanie Lüdecke. „Markenwahrnehmung ist heute zunehmend granular, die Elemente ihres Mosaiks werden immer kleiner und in der Summe der Kundenerfahrungen definiert. Dieses digital geprägte Markenverständnis hat TLGG seit der Gründung der Agentur stets verfolgt, weiterentwickelt und raffiniert. Mit PJ Mahrenholz ergänzt ein mutiger und vorausdenkender Treiber der deutschen Agenturlandschaft unser Team und unsere Strategie moderner Markenentwicklung. Gemeinsam entwickeln wir die Leistungen, die Marken und Unternehmen heute und morgen brauchen.“

### **Digitale Expertise trifft langjährige Markenstrategieerfahrung**

Als Executive Strategy Director stellt Mahrenholz seine vielfältige Erfahrung in Agentur- und Kundenarbeit in den Dienst digital geprägter Markenentwicklung. Gemeinsam mit dem bestehenden Strategieteam und Head of Strategy Nils Diezemann richtet er das bestehende Angebot noch stärker auf Kundenbedürfnisse aus, gemeinsam mit der Growth-Unit der Agentur stellt er die Agentur für eine verbesserte Kundenakquise auf. Im Zusammenspiel mit dem Beratungsunternehmen TLGG Consulting wird es darüber hinaus darum gehen, Strategien der Markenführung und -entwicklung an veränderte Geschäfts- und Nutzungsmodelle anzupassen.

„TLGG ist besonders: Es ist ein Agentur- und Beratungshybrid, digital first' und mit leidenschaftlicher Nähe zum und zur Konsument\*in. Mit seiner strategischen und kulturellen Kompetenz schafft TLGG aus Wandel Wettbewerbsvorteile“, erklärt Mahrenholz. „Ich freue mich darauf, mit diesem einzigartigen Team Markenführung und -entwicklung für ambitionierte Unternehmen und Marken zu gestalten.“

### **Logische Folge einer langen Beziehung**

Vor seinem Einstieg bei TLGG war Mahrenholz als Strategieberater in der von ihm mitgegründeten Organisation Das 18te Kamel & Komplizen tätig. Zu den Agenturstationen

seiner Laufbahn gehören die Position des Chefstrategen bei Jung von Matt, des CEOs bei FCB Deutschland, oder die Arbeit bei DDB International in globaler Strategierolle. Mahrenholz engagierte sich in GWA, ZAW und apgd. Zuletzt veröffentlichte er Positionen zu Transformations- und Nachhaltigkeitsstrategien. Mit TLGG-CEO Christoph Bornschein verbindet ihn eine lange Zeit wohlwollender Konkurrenzen und zielführender Kooperationen.

Die Verpflichtung von Mahrenholz passt zur konsequenten Weiterentwicklung bei TLGG. Nach einer eigenen PR-Unit stellte TLGG zuletzt Eric Sobolewski als Data Director ein, der die datengetriebene Arbeit von TLGG noch stärker in konkrete Produkte und Nutzungsszenarien übersetzt.

## 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.

**Andrea Petzenhammer**

Paul-Lincke-Ufer 39/40  
10999 Berlin

presse@tlgg.de

+49 30 81 61 601 347