



Essener Agentur TAS schärft seine Kompetenzbereiche und definiert sich neu

TAS Emotional Marketing stellt Weichen für die Zukunft – Digital. Emotional. Real.

Essen, 08. Juni 2021 – Seit mehr als 30 Jahren beraten die Experten der TAS Emotional Marketing aus Essen Kunden aus den unterschiedlichsten Bereichen und schaffen emotionale Markenkommunikation. Nun ist es an der Zeit für eine nachhaltige Weiterentwicklung. Dazu gehören ein neuer Markenauftritt und -claim sowie der Umzug in ein Industrieloft, das neben zahlreichen Co-Working-Bereichen auch ein perfekt ausgestattetes Aufnahmestudio für digitale und hybride Veranstaltungen bietet. Gleichzeitig schärft die Agentur ihre Kompetenzen und stellt sich mit den Bereichen „Brand & Impact“, „Content & Campaigning“ sowie „Live & Sales“ zukunftsfähig auf.

In der aktuellen Zeit verändern sich Anforderungen und Wünsche der Kunden kontinuierlich und Themen wie Digitalisierung oder Nachhaltigkeit rücken weiter in den Fokus. Mit einem komplett ausgestatteten digitalen Aufnahmestudio am neuen Standort in Essen reagiert die Agentur auf diese dynamische Marktsituation. Die TAS ist *digital, emotional und real* – und das ist gleichzeitig auch der neue Claim der Agentur. Die emotionale Ansprache ist der Kern, die kreative Art der Kommunikation die Botschaft – und das immer mit einem klaren Ziel vor Augen: pure und echte Emotionen bei den Zielgruppen, Kunden und Partnern auszulösen. Das Herz schlägt den Kopf – immer! Seit Jahrzehnten setzen die Essener reale Markenerlebnisse gekonnt um. Dies gelingt auch in der digitalen Welt – und das stets ideenreich, ein wenig verrückt, aber immer mit den Füßen auf dem Boden.

„Die Digitalisierung gewinnt in sämtlichen Bereichen immer mehr an Bedeutung, so natürlich auch in unserem Kerngeschäft. Das haben wir erkannt und in dieser sehr dynamischen Zeit entschieden, uns neu zu definieren und aufzustellen. Auch weiterhin werden wir auf den Markt entsprechend reagieren und für unsere Kunden Markenerlebnisse schaffen – digital, emotional und real. Weiterentwicklungen, eine Vision und eine Portion Kreativität gepaart mit Mut sind entscheidende Faktoren, die uns seit mehr als 30 Jahren begleiten. Und dies wird auch in Zukunft so sein“, so Thomas Siepmann, Gründer und Geschäftsführer der TAS Emotional Marketing GmbH.

Live & Sales

Die Digitalisierung im Bereich der Veranstaltungsbranche bringt viele Chancen mit sich. In der neuen Wirkungsstätte „CO66“, können die unterschiedlichsten digitalen und hybriden Anwendungen der Live- und Sales-Kommunikation realisiert werden. Mit den neuen Aufnahme- und Präsentationsmöglichkeiten des technisch perfekt ausgestatteten Studios samt 25m² Hochglanzbühne verschmelzen zuvor eigenständige Bereiche der Agentur nun zu einer Einheit. Hier konnten bereits erste Formate für die Bayer AG, die NRW.BANK, die Universität Duisburg-Essen und die Westenergie AG umgesetzt werden.

Content & Campaigning

Auch Inhalte und Zielrichtungen von Content Marketing und Kampagnen-Kommunikation verlagern sich zunehmend in die digitale Welt. Zielgruppen wünschen sich relevante Inhalte, die einen Mehrwert bieten und mit denen sie sich identifizieren können. Für Marken ist es enorm wichtig, solche Botschaften zu verankern und mit ihren Followern, Kunden und Fans zu interagieren. Mit dieser Herangehensweise entwickelt TAS kreative und aufmerksamkeitsstarke Ideen und Kommunikationslösungen. Audio-Formate sind ebenfalls ein digitaler Treiber. Mittlerweile setzt das Team vier Corporate Podcasting-Formate in gefragten Themenfeldern wie

Energie, Gesundheit und der Nachhaltigkeit des Wirtschaftens um, drei weitere sind in Planung. Als Neukunden konnten über den gesamten Bereich hinweg unter anderem die Edeka Handelsgesellschaft Rhein-Ruhr mbH, die Gelsenwasser AG, das Ministerium für Wirtschaft, Innovation, Digitalisierung und Energie des Landes Nordrhein-Westfalen sowie die opta data Gruppe gewonnen werden.

Brand & Impact

Den neuen Kompetenzbereich „Brand & Impact“ charakterisiert ein Wort wohl am treffendsten: Zukunftsfähigkeit. Und das gilt für Kunden wie Mitarbeiter gleichermaßen. Denn die richtungsweisende Gestaltung in Bezug auf nachhaltiges Wirken und Wirtschaften ist ein weitreichendes, aber allumfassendes Ziel, gerade auch für die interne Kommunikation. Zum Beispiel lassen sich der Landschaftsverband Rheinland und die RWE AG in internen Kommunikationsprozessen von den Spezialisten des Kompetenzbereichs durch co-kreative und kollaborative Projektarbeit begleiten.

Diese drei Bereiche zeichnen die neue Denk- und Arbeitsweise von TAS Emotional Marketing heute aus. Als eine der größten und bekanntesten inhabergeführten Agenturen des Ruhrgebiets schreibt das rund 50-köpfige Team seit mehr als 30 Jahren Erfolgsgeschichte.

„Mit der neuen inhaltlichen wie auch digitalen Aufstellung tragen wir den sich stetig entwickelnden Marktanforderungen auch in Zukunft Rechnung und können dadurch optimal und flexibel auf Kundenbedürfnisse eingehen. Von dieser Weiterentwicklung profitieren zudem nicht nur unsere Kunden, sondern selbstverständlich auch alle Teammitglieder unserer Agentur“, sagt Jan Milkereit, Managing Director.

Das aktuelle Führungsteam der Agentur mit Thomas Siepmann als Gründer und Geschäftsführer, Sandra Fechner (Human Resources & Finance Officer), Jan Milkereit (Managing Director Content & Campaigning sowie Brand & Impact) und Lukas Kuc (Creative Director), der mit Milkereit zusammen für den Bereich Content & Campaigning und damit auch für den Markenauftritt verantwortlich zeichnet, freut sich mit dem gesamten Team auf den weiteren Weg.

Mehr über die Agentur, die Entwicklung und das „CO66“ unter: www.tas-emotional.marketing

Weiteres Pressematerial steht Ihnen unter folgendem Link zur Verfügung:
<https://tas-emotional.marketing/2021/06/07/4185/>

Pressekontakt:

TAS Emotional Marketing GmbH
Martin Spicker (Pressesprecher)
Max-Keith-Str. 66
45136 Essen

Fon: 0201 / 84 224 – 276
Fax: 0201 / 84 224 – 395
Mobil: 0170 / 2626100
E-Mail: martin.spicker@tas-agentur.de