



Mit mutigen Ideen erfolgreich am Markt und das seit 15 Jahren

Werbeagentur tma pure feiert 15-jähriges Bestehen und setzt weiterhin auf kreative und „verrückte“ Ideen abseits des Mainstreams

(Lautertal) Am Anfang standen die Affinität zur Webentwicklung und die Vision, interessierten Unternehmen einen guten Internetauftritt mit tollen Websites zu ermöglichen. Das war im Jahr 2000. Jetzt, 15 Jahre später, ist aus den Ideen von Firmeninhaber Thomas Margraf-Angotti schon längst eine erfolgreiche und breit aufgestellte Internet- und Werbeagentur gewachsen. Zeit und Gelegenheit, auf 15 Jahre tma pure zurückzublicken und sich in neuer Gesellschaftsform als GmbH für die Zukunft aufzustellen.



Die Full-Service-Werbeagentur mit Sitz in Lautertal setzt sich aktuell aus 21 kreativen Köpfen zusammen. Im Kleinen sind sie alle Spezialisten auf den Gebieten (Online-)Marketing und Werbung, Corporate Identity, Internet, Film oder 3D-Animationen. Im Großen arbeiten sie als perfekt aufeinander abgestimmtes Team eng zusammen. Auf diese Weise setzt tma pure für die unterschiedlichsten Kunden Werbekonzepte um und versteht es sowohl klassische Medien zu bedienen als auch „verrückte“ Ideen „below-the-line“ zu realisieren. Warum das so gut funktioniert, kann laut Agenturchef Thomas Margraf-Angotti jedoch nicht mit einem pauschalen Erfolgsrezept beschrieben werden. Aber: „Für uns ist es Pflicht, sich mit dem Produkt, das wir bewerben, zu identifizieren. Andernfalls kannst du kein Marketing machen, es funktioniert einfach nicht. Da kriegst du kein Gefühl dafür.“ Weitere Zutaten seien das



Talent, im richtigen Moment der Kreativität freien Lauf lassen zu können sowie der Mut, seine Visionen auch wirklich in die Tat umzusetzen.

Die Pflicht zur Identifikation mit dem (potentiellen) Kunden beginnt bei tma pure passenderweise dann auch schon bei der Akquise. Da werden Produkte gekauft, T-Shirts bedruckt und auch gerne mal außergewöhnliche Ideen präsentiert, die nicht für den Mainstream gedacht sind und gerade dadurch viel besser beim Endkunden ankommen können. Ohnehin müsse eine Werbeagentur immer auch Mediaberater und Trendscout sein, so Margraf-Angotti. „Was für den einen Kunden eine tolle und wirkungsvolle Kampagne ist, ist für den anderen vertane Liebesmüh. Um das zu unterscheiden, prüfen und analysieren wir Trends bei uns im Team, bewerten sie und diskutieren, inwieweit sie sich in Zukunft durchsetzen und relevant für unsere Kunden werden.“



So liest sich das besagte Erfolgsrezept von tma pure wohl am ehesten zwischen den Zeilen, genau dort, wo ein wirklicher Mehrwert entsteht und Werbung gemacht wird, die alles andere als 08/15 ist. In diese Richtung soll es in den nächsten 15 Jahren weitergehen, wenn auch in neuer Gesellschaftsform als GmbH. Mit diesem Schritt könne man den Kunden noch mehr Sicherheit bieten und als gestandenes Unternehmen auftreten.

Doch auch inhaltlich bleibe es spannend, gerade beim Thema „Below-the-line-“ und Online-Marketing, da ist sich Thomas Margraf-Angotti sicher. „Die Verschmelzung von Internet, TV und anderen Medien wird noch intensiver werden. Die Herausforderung wird es sein, die großen Entwicklungen zu erkennen, richtig einzuordnen und perfekt zielgruppengerichtet Marketing und Werbung zu machen“.

15 Jahre tma pure - das Interview: www.tma-pure.de/15-jahre

Pressekontakt:

tma pure GmbH

Vero Dieck

Nibelungenstraße 351

D-64686 Lautertal

Tel.: +49 6254 95 960 10

www.tma-pure.de