



Thomas Gronenthal, Jahrgang 1978, unterstützte bereits während seines Hochschulstudiums an der RWTH Aachen (Technische Redaktion/ Maschinenbau, Anglistik und Geschichte) verschiedene Unternehmen in Marketing und PR.

Für ein global operierendes US-amerikanisches Technologieunternehmen verantwortet er das Marketing für die zentraleuropäischen Märkte, bevor der endgültige Umstieg in die PR anstand.

Heute leitet er als Partner die seit 1979 bestehende PR-Agentur euro.marcom, gegründet von Andreas Dripke, und verantwortet hier Accounts wie Thalia oder Lufthansa time:matters ebenso wie Internet-

Startups verschiedenster Kategorien.

Als Autor und Redakteur ist Thomas Gronenthal zudem für Magazine wie das „Uhren-Magazin“ tätig, unterstützt ausgewählte Unternehmen als Business Angel in verschiedenen Investorenkreisen. Dank Kooperationen mit lokalen Industrie- und Handelskammern nutzt er quer durch Deutschland das Wissen und die Erfahrung aus dem aktiven Marketing- und PR-Leben, um Jungunternehmer und nachwachsende PR-Schaffende zu unterstützen.

Mehr Infos zur Agentur:

<http://www.dripke.de/euomarcom/>