Umbruch bei antoni: Stefanie Wurst übernimmt Leitung von Dörrenbächer!

Stefanie Wurst wird ab Juli 2025 neue CEO der antoni Agentur. Sven Dörrenbächer tritt nach zehn Jahren zurück.

Hamburg, Deutschland - In einem wichtigen Wechsel an der Spitze der antoni Holding verlässt Sven Dörrenbächer, der Gründungspartner und CEO, nach zehn Jahren die Agentur. Seine Nachfolgerin ist Stefanie Wurst, die am 1. Juli 2025 ihr Amt antreten wird. Diese Entscheidung markiert einen bedeutenden Umbruch für die kreative Agentur, die 2015 gegründet wurde und ursprünglich als Kreativagentur für Mercedes-Benz ins Leben gerufen wurde. Dörrenbächer spielte eine wesentliche Rolle im Aufbau der Agentur und leitete sie seit 2023 gemeinsam mit Jörg Schultheis.

Wurst bringt umfassende Erfahrung in der Automobil- und Kommunikationsbranche mit. Zuvor war sie CEO der BMW Group

Niederlande sowie CEO der Marke Mini. Unter ihrer Führung wird sie die Agentur nun gemeinsam mit Jörg Schultheis leiten. Dr. Tonio Kröger, Gründer und Beirat von antoni, würdigte den Beitrag Dörrenbächers zur Agentur und dessen erfolgreiche Leitung in den letzten Jahren.

Ein Künftiger Fokus auf Neue Abenteuer

Sven Dörrenbächer hat angekündigt, eine Auszeit zu nehmen, um Zeit für Familie und neue Abenteuer zu gewinnen. Seine Abkehr von der Agentur stellt nicht nur einen Führungswechsel dar, sondern auch eine Möglichkeit für neue kreative Ansätze unter Wursts Leitung.

Die antoni Agentur hat sich unter Dörrenbächer als bedeutender Akteur in der Werbung etabliert, wobei zuletzt stark in digitale Medien investiert wurde. Die Herausforderungen der Branche, insbesondere hinsichtlich der Anpassung an sich verändernde Marktbedingungen und Kundenbedürfnisse, werden auch die neue Führung unter Wurst begleiten.

Einsatz gegen Rechtsextremismus

Ein Thema, das gerade in der Werbebranche zunehmend an Bedeutung gewinnt, ist das Vorgehen gegen rechtsextreme Symbolik. In diesem Zusammenhang ist der Hamburger Verein „Laut gegen Nazis“ aktiv geworden. Gemeinsam mit der Werbeagentur Jung von Matt haben sie die Aktion „Recht gegen Rechts“ ins Leben gerufen. Ziel ist es, Markenrechte an rechtsextremen Parolen zu sichern, um rechtliche Schritte gegen deren Verwendung einzuleiten.

Rechtsextreme nutzen Codes auf Kleidung als Erkennungszeichen, wobei bekannte Marken wie New Balance und Helly Hansen involviert sind. Der Verein hat bereits das Markenrecht an „enness“ (NS) erfolgreich eingetragen, was dazu führt, dass Betreiber von faschistischen Online-Stores Abmahnungen erhalten und deren Merchandise nicht mehr verkauft werden darf. Bei Nichteinhaltung dieser Regelungen drohen Geldstrafen und Ordnungshaft.

Die Maßnahme zeigt, wie wichtig es ist, symbolische Angriffe auf die Gesellschaft zu verhindern. Die Einnahmen aus Schadensersatz sollen in die Sicherung weiterer Markenrechte fließen. Insbesondere auch über die Appelle an die Öffentlichkeit zur Spendenbereitschaft wird versucht, mehr rechtsextreme Parolen aus dem öffentlichen Raum zu entfernen. Laut Schätzungen kostet der Eintrag eines Markenrechts etwa 1600 Euro.

Die Agentur antoni könnte in der Zukunft ebenfalls in diese Themen involviert werden, insbesondere unter der neuen Leitung von Stefanie Wurst, die mit ihrem breiten Erfahrungshorizont frische Ideen und Impulse in die Agentur einbringen könnte.

Details	
Ort	Hamburg, Deutschland
Quellen	• www.leadersnet.de • www.focus.de

Besuchen Sie uns auf: eine-reise.de