



## Sven Dörenbächer ist neuer CEO von Interone

Sven Dörenbächer ist neuer CEO von Interone. Management der Agentur stellt sich neu auf / Matthias Schäfer wird Chief Digital Officer / Interone stärkt die Entwicklung innovativer Produkte und - Interone formiert sein Management neu und baut seine Stärken weiter aus. Der bisherige Geschäftsführer Sven Dörenbächer (40) ist ab sofort CEO der Agentur und wird zudem für die Bereiche Strategie, Beratung, Finanzen und Kultur zuständig sein. Matthias Schäfer (42), bislang Geschäftsführer Kreation am Standort München, ist nun als Chief Digital Officer standortübergreifend für die Bereiche Digital Campaigning und Plattformen verantwortlich. Zum Führungsquartett gehören wie bisher auch schon Michael Ohanian (40), der als Chief Creative Officer zuständig ist für die Kreation, sowie Christo Zonnev (36), der als Chief Technical Officer die Entwicklung von neuen Technologien, Produkten und Services sowie die Innovationsforschung verantwortet. Zur Strategie des neu formierten Managements gehört es, verstärkt innovative Produkte, Services und Plattformen zu entwickeln und marktfähig zu machen. Interone verfügt über eine der größten Technologieabteilungen in der deutschen Agenturbranche. "Diesen Vorteil wollen wir noch gezielter für unsere Kunden einsetzen", sagt Interone-CEO Sven Dörenbächer. Ziel ist es, die Bereiche Kreativität, Technologie sowie Services und Produkte noch enger miteinander zu verzahnen. Die vierköpfige Geschäftsführung spiegelt diese Kompetenzen und steht zugleich für personelle Kontinuität. "Wir sind ein eingespieltes Team, ergänzen uns sehr gut und können uns so noch intensiver auf unsere Stärken fokussieren", so Dörenbächer weiter. "Interone steht für innovative Markenführung, digitale Kompetenz und effiziente Lösungen", sagt Dörenbächer. Deshalb hat das Management im Zuge der Neuordnung auch beschlossen, sich auf die Kernstandorte München und Hamburg zu konzentrieren. Das kleine Düsseldorfer Interone-Büro wird zum Jahresende in den Agenturen BBDO Düsseldorf und Proximity Worldwide aufgehen. "Wir bündeln unsere Ressourcen in München und Hamburg, weil wir so unsere Schlagkraft erhöhen können", stellt Dörenbächer fest. "Wir stellen Interone noch optimaler auf. Ob Kampagnen, Services, Produkte oder digitale Plattformen: Unser Ziel ist es stets, für unsere Kunden neben Aufmerksamkeit auch maximales Involvement und nachhaltige Ergebnisse zu erreichen", so Dörenbächer. Für weitere Informationen Ulf Brychcy Director Corporate Communications BBDO Germany +49 211 1379-8430 ulf.brychcy@bbdo.de Über Interone - Interone ist eine Kreativ-Agentur mit digitaler DNA und steht für kreative Kampagnen, Services mit echtem Mehrwert, smarte Produkte und performante Plattformen. Mit anderen Worten: für involvierende Kommunikation mit nachhaltiger Wirkung. Interdisziplinäre Teams entwickeln kreative Lösungen für einen tiefer gehenden Dialog zwischen Menschen und Marken. Dabei ist die Mission klar: neue Impulse setzen, die das Geschäft von Kunden und Partnern voranbringen. Die Basis dafür sind Insights, Kreativität und Technologie - kombiniert in dem Claim "Engineering Ideas. Creating Involvement." Ob Kampagnen, Services - Produkte oder digitale Plattformen - durch die enge Zusammenarbeit von Kreativen, Entwicklern und Spezialisten bietet Interone nachhaltige Lösungen für Kunden verschiedenster Branchen. Und das aus einer Hand: von Strategie über Kreation, Produktion und Umsetzung bis hin zur Programmierung digitaler Anwendungen aller Art und zu technischem Consulting. Eine der größten Technologieabteilungen im deutschen Agenturumfeld steht dabei ganz im Dienst neuer Kundenerlebnisse. Interone ist Teil des internationalen und deutschen BBDO-Netzwerks. Die Standorte in Hamburg und München bedienen Kunden in Deutschland und weltweit. Dazu gehören unter anderem BMW, Munich Re, Schwegges, Payback und Telefónica o2. 

### Pressekontakt

BBDO Germany GmbH

40212 Düsseldorf

### Firmenkontakt

BBDO Germany GmbH

40212 Düsseldorf

BBDO Germany ist Deutschlands führende Unternehmensgruppe für marktorientierte Kommunikationslösungen. Die Agentur wurde 1956 in Düsseldorf gegründet und wird von Dr. Olaf Göttgens, CEO, geführt. Das Leistungsportfolio basiert dabei auf drei Säulen: innovativ, integrativ und international. BBDO Germany vernetzt das gesamte Kommunikations-Know-how: strategisches Markenmanagement, klassische Werbung, Direktmarketing, Public Relations, Verkaufsförderung, Sponsoring, Events und Design sowie die Bereiche Multimedia und eBusiness.