

Erfolg auf allen Devices

ORF-Enterprise punktet mit exzellenten Reichweiten und absoluter Brand Safety.

WIEN. Dieser Tage bescheren Highlights wie der alpine Wintersport oder die FIFA Fußball WM dem ORF wieder Reichweiten-Hochs auf allen Bildschirmen. Sport ist jedoch nur eine der vier Programmsäulen neben Information, Kultur und Unterhaltung, auf denen die Reichweiterefolge in Fernsehen, Radio und Digital fußen, von denen Werbetreibende bei der ORF-Enterprise profitieren.

Viele Neuigkeiten

Im Fernsehen wartet der ORF im kommenden Jahr mit zahlreichen Neuerungen auf, die nicht nur vom Publikum, sondern auch von der Werbewirtschaft mit großer Vorfreude erwartet werden. ORF 1 – die erste Liga für Unterhaltung, Sport und Service für jüngere Zuschauer – wird noch spannender, frecher, kultiger und österreichischer. ORF 2 zeigt in der Nähe zu Österreich und seinen Menschen sowie der anerkannten Informationskompetenz seine Stärken. Mit einem Marktanteil von 22 Prozent



© zVg

(P 12+) im Teletest für Oktober 2022 für ORF 2 und 8,4 Prozent für ORF 1 belegen die ORF-Sender die klaren und verdienten Spitzenplätze in der heimischen TV-Landschaft, die sie in jedem erfolgreichen Mediaplan unverzichtbar machen. Über 900.000

Zuschauer täglich zeugen vom kontinuierlichen Wachstum von ORF III, dem erfolgreichsten Kulturspartensender Europas. Mitreißende Spannung und ein besonders sportliches Preis-Leistungs-Verhältnis bietet ORF Sport+ mit seinem Mix aus Breiten- und Nischensport. Die perfekte Ergänzung zu TV-Kampagnen ist die ORF-TVthek, mit der Werbebot-

schaften die Menschen in Österreich zu jeder Zeit, in allen Nutzungssituationen und auf allen Devices im Umfeld des qualitativ hochwertigen und beliebten ORF-Programms erreichen.

Starker Sound

Das Orchester aus drei nationalen und neun regionalen Radiosendern spielt lautstark und in bester Zusammensetzung auf. Im aktuellen Radiotest kommen die ORF-Radios auf einen Marktanteil von 69 Prozent in der Gesamtbevölkerung – allen voran Hitradio Ö3 mit seinen über 2,4 Millionen Hörern täglich. Das vielfältige Audio-Angebot des ORF hat kürzlich eine neue digitale Heimat bekommen und bietet auf sound.ORF.at die gesamte Vielfalt aus Live-Programm, Podcasts und On-demand-Abwurf.

Digitale Power

Das reichweitenstarke ORF.at-Network ist die erste Adresse für klickbare Werbeerfolge. Aufmerksamkeitsstarke Single-Platzierungen sorgen gemeinsam mit absoluter Brand Safety im journalistisch fundierten und vertrauenswürdigen Umfeld so-

wie überdurchschnittlich hoher Viewability für fantastische Werbewirkung. Hohe Usability gibt es seit Kurzem auch für Werbetreibende: Das neue Buchungstool für die beliebte ORF.at-Startseite macht es noch einfacher, die gewünschte Zielgruppe im ORF.at-Network effektiv zu erreichen.

Bestens etabliert und intensiv genutzt sind auch der ORF Teletext mit seinen 1.500 Seiten, die am TV-Bildschirm ebenso wie in der App und online abzurufen sind, sowie die *ORF nachlese* mit ihren 400.000 Lesern pro Ausgabe. Wer noch mehr kreative Ideen für außergewöhnliche Werbeerfolge sucht, wird bei aufmerksamkeitstarken Special Advertising Tools oder impactstarken Off-Air-Inszenierungen im Rahmen von Mega-Events wie der „ORF-Lange Nacht der Museen“ fündig.

„Die ORF-Enterprise bietet den multimedialen Zugang zu allen Zielgruppen auf allen Devices. Als verlässlicher Partner der österreichischen Wirtschaft machen wir auch aus kleineren Budgets fantastische Werbeerfolge“, betont ORF-Enterprise-CEO Oliver Böhm.

Für alle da

Oliver Böhm bietet mit dem breiten Portfolio der ORF-Enterprise Zugang zu allen Zielgruppen – auch für kleine Budgets.

