



© APA/Eva Manhart

Bonität Auch heuer fällt die Bewertung für das öffentlich-rechtliche Unternehmen positiv aus.

Sehr gute Noten für den ORF

Die Agentur Scope bewertet den österreichischen Rundfunk mit einem stabilen Ausblick und einem AA–.

WIEN. Seit 2014 besteht für den ORF eine Rating-Notation. Nun ist die aktuelle Bewertung da und sie fällt für den ORF erfreulich aus: Die Agentur Scope Ratings hat ihren aktuellen Bericht zum ORF veröffentlicht und bewertet den Österreichischen Rundfunk mit einer hervorragenden Bonität von AA– und der Ausblick wurde auf „stabil“ gesetzt.

Hohe Relevanz zählt

„Zentrale Faktoren der positiven Bewertung waren unter anderem die hohe strategische Relevanz des ORF aufgrund seines öffentlich-rechtlichen Auftrags, positive Kennzahlen, das Finanzierungsmodell über ORF-Beiträge seit 2024 sowie die aktualisierte Strategie zur konsequenten Bearbeitung der bestehenden Herausforderungen“, so der ORF in einer Aussendung.

ORF-Generaldirektor Roland Weißmann ist entsprechend zufrieden: „Ich freue mich über diese sehr gute Bewertung, die zeigt, dass der ORF wirtschaftlich auf stabilem Kurs ist. Das ist die finanzielle Basis auf unserem Weg zu einem ‚ORF für

alle‘.“ Eva Schindlauer, kaufm. Direktorin des ORF, ergänzt: „Mit unserer Finanzstrategie bis 2026 begegnen wir den Herausforderungen der Zukunft – ein nachhaltiger Weg, der vor der internationalen Rating-Agentur anerkannt wurde.“ (red)



© ORF/Alex Gotter



© ORF/Roman Zach-Kiesling

Generaldirektor Roland Weißmann und Eva Schindlauer (kaufm. Direktorin).

INTERSPORT AUSTRIA Internationaler Award

BERLIN/WIEN. Intersport Austria hat Grund zum Feiern: Die Kampagne „Servus die Wadln!“ wurde beim renommierten German Brand Award in der Kategorie „Sports Outdoor Goods“ mit Gold ausgezeichnet. Es ist einer der wichtigsten Preise für vorbildliche Markenführung und nachhaltige Kampagnen im deutschsprachigen Raum.

Für das Lebensgefühl

„Wir sind stolz, dass unsere Leidenschaft für Sport und lebendige Kommunikation mit diesem prestigeträchtigen Award gewürdigt wurde. ‚Servus die Wadln!‘ ist *mehr* als nur eine Kampagne – es ist ein Lebensgefühl, das wir mit unseren Kunden teilen und mit dem sich unsere regionalen Händler vom Bodensee bis zum Neusiedlersee perfekt identifizieren können“, bekräftigt Thorsten Schmitz, Geschäftsführer von Intersport Austria.

„Die Idee, für die neue Marketing-Kampagne die Saisonen in Wort und Bild zu personifizieren und mit dem bereits 2003 verwendeten Mundart-Gruß ‚Servus die Wadln!‘ zu verbinden, ist originell und schafft ein hohes Maß an Aufmerksamkeit und Emotion“, so die Jury-Begründung. (red)



© Intersport Austria