

Presse- mitteilung

ORF-Enterprise vereinbart strategische Vermarktungspartnerschaft mit RTL AdAlliance

- Exklusive Zusammenarbeit: ORF-Enterprise erweitert gemeinsam mit RTL AdAlliance die internationale Vermarktung des ORF Total-Video-Angebots
- Internationale Agenturen und Werbekunden können ab sofort noch einfacher das lineare und digitale Werbeinventar rund um das Programmangebot des österreichischen Medienkonzerns, um News, Sport, Unterhaltung und Service buchen

Luxemburg / Wien, 27. Oktober 2025 – ORF-Enterprise, Vermarktungstochter des öffentlich-rechtlichen Medienunternehmens ORF, kooperiert ab sofort mit RTL AdAlliance. Im Rahmen der Partnerschaft ergänzt der internationale Vermarkter der RTL Group sein Portfolio für Werbekunden außerhalb Österreichs um das nationale Werbeangebot des größten Medienkonzerns im Land. Dazu gehören die reichweitenstarken TV Programme ORF 1, ORF 2, ORF III und ORF SPORT +, sowie die beliebten Radiosender Hitradio Ö3 und FM4. Zudem werden mit ORF ON und ORF Sound die meistgenutzten Streamingplattformen Österreichs, sowie das größte Nachrichtenangebot ORF.at auch im Portfolio der RTL AdAlliance verfügbar sein.

Das umfangreiche Medienportfolio des ORF umfasst preisgekrönte Programminhalte: erstklassige Informationsangebote wie Nachrichten und Analysen, sowie journalistische Reportagen, mittelführende Live-Sport-Berichterstattung, sowie hochwertige Dokumentationen, und viele exklusive Entertainmentangebote. Im ersten Halbjahr 2025 erreichte der in Österreich führende Fernsehsender ORF 2 in der Zielgruppe 12+ durchschnittlich 37,6% Tagesreichweite. Mit einer täglichen Nutzung von 55,8 Prozent liegt die ORF Radioflotte in der österreichischen Bevölkerung (10+) auf Platz 1. Hitradio Ö3 ist mit 30,1 Prozent Tagesreichweite der erfolgreichste nationale Radiosender Österreichs. Das ORF.at-Network ist mit einer Monatsreichweite von 72,92 Prozent das meistgenutzte Nachrichtenangebot des Landes.

Quellenangaben:

AGTT TELETEST 2.0, Evogenius M³; 1.1.-30.6.2025

Radiotest 2025_2 (2024/2025)

ÖWA Ø Monatsreichweite für Q1 und Q2/2025 (Basis: Österr. Internetnutzer:innen ab 14 Jahre)

Zitate

Oliver Böhm, CEO ORF-Enterprise:

„Der ORF steht für hochwertige, glaubwürdige sowie faktenorientierte Programminhalte, die auch durch einen lebendigen journalistischen Diskurs entstehen. Mit RTL AdAlliance haben wir einen globalen Partner an unserer Seite, der unsere internationalen Ambitionen im werbefinanzierten Medienmarkt hervorragend ergänzt und den es dieser Form vor zwei Jahren noch nicht gegeben hätte. Werbekunden im Ausland können jetzt sehr viel leichter auf unsere Werbeumfelder in den Bereichen TV, Digital Video, Radio/Audio und Online zugreifen.“

Heinz Mosser, CFO ORF-Enterprise:

„Die RTL AdAlliance ist eine Erfolgsstory – der ORF ist ein Erfolgsgarant für Vielfalt, Qualität und verlässlich objektiven Journalismus. Eine tolle und logische Kooperation, die auch internationalen Werbekunden eine Top-Alternative für deren Spendings bietet.“

Stéphane Coruble, CEO RTL AdAlliance:

„Unsere exklusive Partnerschaft mit ORF-Enterprise ist ein wichtiger Baustein unserer Wachstumsstrategie, Broadcaster-Allianzen auf europäischer Ebene kontinuierlich auszubauen. Der ORF steht für den renommierten, traditionsreichen öffentlich-rechtlichen Rundfunk und gilt als Synonym für Premium-Inhalte in Österreich. Unser interoperables europäisches Medienportfolio ist schon jetzt eine wettbewerbsfähige Alternative zu den großen globalen Digitalplattformen.“

Oliver Vesper, Deputy CEO & CDO RTL AdAlliance:

„Wir freuen uns sehr über die exklusive Zusammenarbeit mit ORF-Enterprise. Als RTL AdAlliance ist es uns ein zentrales Anliegen, die strategische Relevanz des ORF-Programms, des größten Medienunternehmens Österreichs, international zu unterstreichen und in unserem Portfolio sichtbar zu machen. Gemeinsam verfolgen wir das Ziel, die Bedeutung europäischer Medien im internationalen Wettbewerb nachhaltig zu stärken.“

Im umfangreichen europäischen Total Video-Angebot von RTL AdAlliance, das für internationale Werbekunden einheitlich, messbar und markensicher ist, sind neben dem neuen Inventar von ORF über ORF-Enterprise, auch die von RTL Deutschland, ITV (Großbritannien), RAI (Italien), Atresmedia (Spanien), DPG Media (Belgien und Niederlande), Groupe M6 sowie FranceTV Publicité (beide Frankreich) gebündelt.

Kontakt

**VP Communication & Brand
RTL AdAlliance**
Carine Jean-Jean
carine.jeanjean@rtl.com

+33 6 30 51 58 73

**PR Director
RTL AdAlliance**
Kathrin Müller
kathrin.mueller@rtl.com

+49 40 286 686 117

**B2B Communications
ORF-Enterprise**
Nadine Ungar
nadine.ungar@orf.at

+43 664 6278694

Über RTL AdAlliance

RTL AdAlliance – simplicity for advertisers and value for publishers.

Der internationale Werbevermarkter RTL AdAlliance, ein Tochterunternehmen der RTL Group, vereint Premium Content-Publisher unter einem gemeinsamen Dach mit dem Ziel, dass internationale Marken ihre europäischen Zielgruppen erreichen. Mit der Kombination aus den erfolgreichsten Broadcast-, Publishing- und Adtech-Unternehmen in Europa bietet RTL AdAlliance den Werbetreibenden Zugang zu mehr als 100 TV-Sendern, 350 Printmedien und 5.000 Premium-Websites mit über 150 Millionen täglichen TV-Zuschauern und mehr als 4 Milliarden Online-Ad-Impressions im Monat aus einer Hand - und damit eine konkurrenzlose Reichweite in und außerhalb Europas.

Weltweit garantieren 250 Vertriebsexperten einen engagierten Support für international erfolgreiche Werbekampagnen. Werbekunden erhalten Zugriff auf hochwertiges, markensicheres Inventar, das nur die aktivsten Zielgruppen erreicht. RTL AdAlliance stellt zudem aktuelle Erkenntnisse und innovative Studienergebnisse für die Medienwelt zur Verfügung.

Dank des Einsatzes intelligenter und einfacher Vermarktungsstrategien, Adtech-Lösungen und speziellem Know-how im Media Sales-Segment wird Publishern eine bessere Nutzung ihres Premium-Angebots ermöglicht. RTL AdAlliance hat ihre Hauptgeschäftssitze in Luxemburg und Hamburg und ist in ganz Europa und Nordamerika vertreten.

Um mehr zu erfahren, besuchen Sie rtl-adalliance.com oder folgen Sie uns auf LinkedIn und Instagram.



Über ORF-Enterprise

Als Vermarktungstochter des ORF zeichnet die ORF-Enterprise exklusiv für die Vermarktung sämtlicher überregionaler Medienangebote des führenden österreichischen Medienkonzerns verantwortlich. Das Portfolio umfasst unter anderem vier Fernsehsender (ORF 1, ORF 2, ORF III Kultur und Information, ORF SPORT +), drei nationale Radiosender (Ö1, Hitradio Ö3, radio FM4), das Printmagazin ORF nachlese, das gesamte Digital-Angebot auf ORF.at, ORF ON und den ORF TELE-TEXT. Im Geschäftsbereich Content Sales International und Licensing sowie Medienkooperationen werden Content und Marken des ORF weltweit lizenziert.

Die ORF-Enterprise betreibt auch den ORF-Enterprise Musikverlag sowie ein eigenes Plattenlabel. Das Unternehmen ist die nationale Repräsentanz führender internationaler Kreativfestivals wie Cannes Lions International Festival of Creativity und Veranstalter der nationalen Auszeichnung ORF-AWARDS.

Die Geschäftsführung setzt sich aus Oliver Böhm (CEO, Werbevermarktung, Contentverwertung) und Heinz Mosser (CFO, Finanzen und Administration, Musikverlag & Label, Sound & Vision, ORF nachlese) zusammen. Die ORF-Enterprise ist eine 100-prozentige Tochter des ORF-Medienkonzerns. Weitere Informationen auf <https://enterprise.ORF.at>