

Media Server bescheinigt den von der ORF-Enterprise vermarkteten ORF-Medien Reichweiten-Spitzenplatz “ BILD

ID: LCG17012 | 17.01.2017 | Kunde: ORF-Enterprise | Ressort:
Medien Österreich | Medieninformation

Transparenter Überblick über den österreichischen Medienmarkt attestiert allen von der ORF-Enterprise vermarkteten ORF-Medien eine Reichweite von 6,51 Millionen Menschen (P 14+) .

Bilder zur Meldung auf <http://presse.leisuregroup.at/orf-enterprise/boehm>

Wien (LCG) – Der soeben erstmals veröffentlichte fusionierte Bestand der ersten Media Server-Hauptstudie zeigt eindrucksvoll die Reichweite der ORF-Medien auf (Quelle: Hauptstudie 2014/15; werbetragende Medien) . Alle von der ORF-Enterprise vermarkteten Medien wie unter anderem ORF eins, ORF 2, Hitradio Ö3, radio FM4, ORF nachlese oder das ORF.at-Network erreichen regelmäßig 6,51 Millionen Menschen (P14+) . Die Medien des ORF erzielen damit eine Reichweite von 89,4 Prozent der österreichischen Bevölkerung und belegen klar den Spitzenplatz in der Vergleichsstudie.

In der Aktivgruppe der 14-bis 49-Jährigen Mediennutzerinnen und -nutzer erreichen die Medien des ORF 85,6 Prozent der österreichischen Gesellschaft oder 3,49 Millionen Menschen . Auch in der jungen Altersgruppe der 14-bis 29-Jährigen glänzen die Medien des ORF als strahlender Sieger mit einer regelmäßigen Reichweite von 80,8 Prozent oder 1,32 Millionen erreichten Menschen .

„Der Media Server läutet ein neues Zeitalter in der Vergleichbarkeit und Transparenz der Medienforschung ein. Er liefert den kompakten Überblick über eine zusehends fragmentierte Medienlandschaft und den klaren Beweis, dass die Medien des ORF sowohl in Fernsehen, Digital, Radio als auch Print die richtige Entscheidung für effiziente Werbeerfolge sind. Das exzellente Ergebnis ist eine klare Botschaft an die werbetreibende Wirtschaft und ein Ansporn für die ORF-Enterprise, diese Erfolgszahlen gemeinsam mit unseren Kundinnen und Kunden in nachhaltige Werbeerfolge zu verwandeln“, freut sich ORF-Enterprise CEO **Oliver Böhm** über den Spitzenplatz für die von ihm vermarkteten Medien.

Insgesamt erreichen die ORF-Medien in Radio, Fernsehen und Online wöchentlich 98 Prozent der Österreicherinnen und Österreicher (ORF-Touchpoint-Studie, P14+, Herbst 2016).

Über die 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 TV-Sender (ORF eins, ORF 2, ORF III Kultur und Information, ORF SPORT +), drei nationale Radiosender (Österreich 1, Hitradio Ö3, radio FM4), das Printmagazin ORF nachlese, das gesamte Digital-Angebot auf ORF.at, die ORF TVthek sowie den ORF TELETEXT. Im Geschäftsbereich Content Sales International und Licensing und Medienkooperationen werden Content und Marken des ORF weltweit lizenziert. Die ORF-Enterprise betreibt auch den ORF-Musikverlag sowie ein eigenes Plattenlabel. Die ORF-Enterprise ist die nationale Repräsentanz führender internationaler Kreativ-Festivals wie Cannes Lions International Festival of Creativity und Veranstalter nationaler Werbepreise wie ORF-Top Spot, ORF-

Werbehahn und ORF-Onward. Die Geschäftsführung der ORF-Enterprise setzt sich aus **Oliver Böhm** (CEO, Werbevermarktung) und **Beatrice Cox-Riesenfelder** (CFO, Finanzen, Administration, Musik- und Contentverwertung, Programmservice) zusammen. Die ORF-Enterprise ist eine 100prozentige Tochter des ORF-Medienkonzerns und hält unter anderem Beteiligungen an der Video-on-Demand-Plattform Flimmit. Weitere Informationen auf <http://enterprise.ORF.at> , <http://contentsales.ORF.at> und <http://musikverlag.ORF.at> .

+ + + BILDMATERIAL + + +

Das Bildmaterial steht zur honorarfreien Veröffentlichung im Rahmen der redaktionellen Berichterstattung zur Verfügung. Weiteres Bild- und Informationsmaterial im Pressebereich auf <https://www.leisure.at> . (Schluss)