

Große Werbewirkung aus kleinen Budgettöpfen: PARTLHEWSON inszeniert neue Kampagne der ORF-Enterprise â€“ BILD

ID: LCG17264 | 28.06.2017 | Kunde: ORF-Enterprise | Ressort:
Medien Ã–sterreich | Medieninformation

Das PARTLHEWSON KreativbÃ¼ro zeigt, was die ORF-Enterprise aus kleinen Budgettöpfen herausholen kann.

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

Video zur Meldung auf <https://enterprise.orf.at/budgettopf>

Wien (LCG) – Die ORF-Enterprise engagiert mit PARTLHEWSON ein neues KreativbÃ¼ro, das den werblichen Auftritt der ORF-Vermarktungstochter inszeniert. Zum Auftakt der Zusammenarbeit setzt das Team von **Phil Hewson** und **Patrik Partl** eine Kampagne um, die unterhaltsam darstellt, wie viel die ORF-Enterprise fÃ¼r ihre Kunden auch aus kleinen Budgettöpfen herausholen kann. Kernelement der Kampagne ist ein Kurzvideo, in dem ORF-Enterprise CEO **Oliver BÃ¶hm** und die Verkaufsleiter **Petra Silbermair**, **Peter Strutz**, **Matthias Seiringer** und **Dorit Wolkenstein** die magischen Werbeerfolge aus dem kleinen Budgettopf demonstrieren. Neben unschlagbarer Ã–sterreichweite bieten die Medien des ORF vor allem QualitÃ¤t und damit das optimale Umfeld, von dem auch kleinere Budgets profitieren. Die Kampagne wird von Direct Marketing-MaÃnahmen begleitet und sowohl online als auch im Print geschaltet. Mit dem „kleinen Budgettopf“ sollen vor allem kleinere und mittlere Unternehmen angesprochen werden, die bisher noch nicht bei der ORF-Enterprise geworben haben.

„PARTLHEWSON hat uns mit einem außergewöhnlichen, frischen und unkonventionellen Zugang überzeugt, der maßgeschneidert die Strategie der ORF-Enterprise unterstützt. Der Approach ist charmant und mit Augenzwinkern“, kommentiert **Kathrin Feher**, Leiterin B2B-Communications bei der ORF-Enterprise.

„Die ORF-Enterprise ist als Medienvermarkter eine sehr reizvolle Aufgabe. Wir setzen verstärkt auf Bewegtbild und kreative Digitalkommunikation, um die weitreichenden Möglichkeiten der ORF-Medien für die werbetreibende Wirtschaft darzustellen. Es macht Spaß die Kundennähe und Begeisterung des großartigen Teams der ORF-Enterprise werblich darzustellen und den positiven Spirit zu kommunizieren“, so Partl und Hewson zum Etatgewinn.

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)

