Zukunftsgerichtete neue Struktur im Sales der ORF-Enterprise â€“ BILD

ID: LCG22231 | 14.06.2022 | Kunde: ORF-Enterprise | Ressort: Medien Ã-sterreich | Medieninformation

Mit der neuen Aufstellung rüstet sich die ORF-Vermarktungstochter für die rasant wachsende Nachfrage nach linearer und digitaler Bewegtbildwerbung. Neue Teamleiter sorgen für noch besseres Kundenservice.

Bilder zur Meldung in der Mediendatenbank: © ORF-Enterprise

Wien (LCG) – Die ORF-Enterprise führt in ihrer Vermarktungsorganisation zusammen, was zusammengehört und vereinfacht die Buchung großer Werbeerfolge in den reichweitenstarken ORF-Medien. In der Medienvermarktung gibt es mit Sales Klassik und Sales Digital zwei zentrale Anlaufstellen mit vier neuen Teamleitern.

> „Unser starker Fokus auf digitales und lineares Bewegtbild spiegelt sich in der neuen Aufstellung der ORF-Enterprise wider. Wir bündeln Kompetenzen sinnvoll, damit unsere Kundinnen und Kunden noch schneller und müheloser von der Qualität der ORF-Medien profitieren können. Damit steigern wir nochmals unsere Effizienz und bieten Agenturen und Werbetreibenden einen noch einfacheren Zugang zu fantastischer Werbewirkung auf allen Screens!“, fasst ORF-Enterprise-CEO **Oliver Böhm** zusammen.

Sales Klassik und Sales Digital: Kürzere Wege und verbesserte Kommunikation in zwei Divisions

Die Aufteilung basiert auf der Logik der Verbreitungswege. In der von**Christopher Haberlehner** geführten Division Sales Klassik (TV | Radio) sind die linearen Angebote gesammelt, die ihre Seher beziehungsweise Hörer live erreichen. Werbeflächen von ORF 1, ORF 2, ORF III und ORF SPORT + sind hier ebenso einfach zu buchen wie starke Werbewirkung in den nationalen ORF-Radios Hitradio Ö3 oder FM4. Zur Verbesserung der Abläufe und kundenfreundlichen Optimierung der Workflows trägt die Integration der ehemaligen Abteilungen Airtime Management und Spot Management und die Implementierung der neugeschaffenen Unit Ad Operations in die Sales Division bei. Das Resultat sind kürzere Wege und verbesserte Kommunikation. Mit **Katharina Eder** und**Raffaela Brightwell** für den Bereich Sales und **Mario Floredo** für den Bereich Ad Operations stehen Haberlehner drei erfahrene Teamleiter zur Seite, um Fernseh-und Radiospots in den linearen ORF-Medien auf Sendung zu bringen und Kunden perfekt zu servicieren.

In der Division Sales Digital sind unter der Leitung von **Matthias Seiringer** alle digitalen Agenden der ORF-Enterprise gebündelt. Neben Displaywerbung im intensiv genutzten ORF.at-Network mit seinen 17 Channels, das mittlerweile an einem durchschnittlichen Tag von 1,899 Millionen Österreichern (ÖWA 2022-I) genutzt wird, sind in dieser Division auch die beliebten Streaming-Ads im Bereich Video und Audio buchbar. Neben bewährten Medien, wie dem ORF TELETEXT, der auch im Web und mittels App stark genutzt wird und rund 900.000 Menschen pro Woche als verlässliche Informationsquelle dient, fallen auch sämtliche neuen digitalen und technologischen Produktentwicklungen wie etwa das kürzlich vorgestellte TV-LOAD in Seiringers Verantwortungsbereich. Somit können alle digitalen Werbemöglichkeiten unkompliziert gebucht und beispielsweise Display-und Video-Kampagnen noch einfacher und effizienter kombiniert werden. Unterstützung bekommt Seiringer vom langjährigen ORF-Enterprise-Digitalexperten **Philipp Miro** , der zum Teamleiter Sales Digital avanciert. Mit seinem sechsköpfigen Sales-Team serviciert Miro alle Digital-Kunden der ORF-Enterprise und treibt das New-Business-Segment

voran. Er fungiert als Hauptansprechpartner etwa für die prominenteste Platzierung Österreichs auf der ORF.at-Startseite, beliebte Video-Schaltungen in der ORF-TVthek bis hin zu programmatischen Deals im ORF.at-Network.

Die aufmerksamkeitsstarken Sonderwerbeformen – von Off-Air-Kooperation bis Sponsoring, Ausstattung und Gewinnspiel – bleiben unter der bewährten Leitung von **Dorit Wolkenstein** .

Die neuen Sales-Teamleiter der ORF-Enterprise

Raffaela Brightwell wurde 1984 geboren und studierte Medienmanagement an der FH St. Pölten. Sie startete ihre berufliche Laufbahn im ORF-Medienkonzern 2008 bei ORF Online und TELETEXT als Account Manager Online und wechselte in Folge zur ORF-Enterprise. 2016 ging sie als Key Account Manager Sales für Amazon Media Sales zu ProSiebenSat.1 PULS 4. 2017 wechselte sie als Director The Exchange zu Mindshare auf Agenturseite, wo sie zuletzt als Director Client Leadership für Kunden wie Ferrero, Raiffeisen, Beam, Eckes-Granini, Too good to go und Vorwerk tätig war. Ende 2021 kehrte sie zur ORF-Enterprise zurück.

Katharina Eder , geboren 1985, studierte Theater Film und Medienwissenschaften an der Universität Wien, Schauspiel am Franz Schubert Konservatorium und berufsbegleitend Executive Management an der FH Wien. Von 2012 bis 2014 war sie in unterschiedlichen Positionen in der Mediengruppe Österreich sowohl in der Redaktion als auch im Vertrieb tätig und am Aufbau eines Gesundheitsportals beteiligt. Seit 2015 arbeitet sie bei der ORF-Enterprise, wo sie sich die ersten drei Jahre in der Taskforce Kultur engagierte und mit der Entwicklung von Sonderwerbeformen im Kulturbereich betraut war. 2018 avancierte sie zur Key Account Managerin mit Spezialisierung auf die Branchen Kultur, Pharma, LEH und FMCG.

Mario Floredo , Jahrgang 1982, sammelte seit 2002 bereits begleitend zu seinem Studium der Publizistik und Kommunikationswissenschaften Erfahrungen in der Finanzwelt bei

der UniCredit Bank Austria, für die er von 2006 bis 2008 schließlich in der Kundenberatung tätig war. 2008 stieg er im Bereich Sportmanagement bei der ORF-Enterprise ein und wechselte 2010 in das Airtime Management, dessen stellvertretende Abteilungsleitung er seit 2012 innehatte und für Sendungs-und Projektabwicklung sowie die Agenturbetreuung zuständig war.

Philip Miro studierte nach seiner Ausbildung bei der Raiffeisenlandesbank Oberösterreich Sozialwirtschaft an der Johannes Kepler Universität und arbeitete studienbegleitend bei der Elmo Movieworld, wo er ab 2010 die Leitung des Bereiches Marketing & Publicity übernahm. 2013 wechselte er als Sales Manager für Search Engine Marketing, Search Engine Optimization und Display-Produkte zum Google-Partner Reach Local. 2014 stieg er als Account Manager bei der ORF-Enterprise ein und erweiterte seinen Kompetenzbereich 2016 um Programmatic Advertising. 2020 avancierte er schließlich zum Senior Account Manager Digital & Programmatic Advertising. Seit 2019 ist Miro Vorstandsmitglied des interactive advertising bureau austria, der größten Interessenvertretung der Digitalwirtschaft.

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 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, die ORF-TVthek und ORF-Radiothek sowie den ORF TELETEXT. 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 nationaler Werbepreise wie ORF-TOP SPOT, ORF-WERBEHAHN und ORF-ONWARD. Die Geschäftsführung setzt sich aus **Oliver Böhm** (CEO, Werbevermarktung, Contentverwertung) und **Heinz Mosser** (Finanzen und Administration, Musikverlag & Label, Sound & Vision, ORF nachlese) zusammen. Die ORF-Enterprise ist eine 100-prozentige Tochter des ORF-Medienkonzerns. Weitere Informationen auf enterprise.ORF.at , contentsales.ORF.at und musikverlag.ORF.at

+ + + BILDMATERIAL + + +

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