

Doppelt runde Sache: ORF-Enterprise Bowling Cup 2022 â€“ BILD

ID: LCG22389 | 19.09.2022 | Kunde: ORF-Enterprise | Ressort:
Medien Ã–sterreich | Medieninformation

Zwei Abende lang sorgte die ORF-Enterprise für Bewegung und ließ Agenturen und Auftraggeber ihr Können auf der Lane im Wiener „Kugeltanz“ unter Beweis stellen.

Bilder zur Meldung in der [Mediendatenbank](#) : © leisure communications/ Christian Jobst

Wien (LCG) – Das sportliche Miteinander in der Branche ist nicht nur bei den ORF-AWARDS und großen Werbeerfolgen in den reichweitenstarken ORF-Medien gefragt, sondern auch, wenn es um den perfekten Strike beim Bowling geht. Vergangene Woche begab sich die ORF-Enterprise gleich zweimal auf die glatte Lane und ließ jeweils Agenturen und Auftraggeber gegeneinander antreten und miteinander feiern. Beim ORF-Enterprise Bowling Cup zeigten sich die Kommunikationsexperten auf Einladung des ORF-Enterprise-Managements rund um **Oliver Böhm , Heinz Mosser , Christopher Haberlehner , Matthias Seiringer und Dorit Wolkenstein** von ihrer sportlichen Seite und landeten jede Menge Strikes mitten auf das Pindeck. Gefeierte wurde anschließend mit kühlen Drinks und heißen Sounds von Hitradio 3, um auf die Gewinner anzustoßen. Durch die Abende führte Moderator **Ronny Leber**, der die Teams charmant anfeuerte und die Matches fachkundig kommentierte.

„Wir haben alle Freude an gemeinsamen großen Werbeerfolgen in den ORF-Medien. Beim Bowling geht die Branche vielleicht mit etwas weniger Expertise als im Mediageschäft aber mit mindestens genau so viel Ehrgeiz und Motivation an die Sache. Den Spaß an der Zusammenarbeit und fairem Teamplay verlängern wir gerne in die Abendstunden und tauschen die Büros gegen die Bowlinghalle. Auch hier geht es um Präzision, Treffsicherheit, Performance und das beste Ergebnis gemeinsam im Team“, sagt ORF-Enterprise-CEO **Oliver Böhm**.

Erfolgreiche Teams

Am Agenturabend entschied das Team „Strike Lions“ das Match für sich. Die meisten Strikes erzielten **Maria Bierbaumer , Oliver Ellinger** und **Andrea Freiheim** von Publicis Media gemeinsam mit **Christopher Haberlehner** und **Oliver Trapp** von der ORF-Enterprise. Den zweiten Platz holten sich „Die da Bowlen“ mit den Dentsu-Stars **Alexander Hellingloh , Manuel Puchinger** und **Christine Vierthaler** , Carat-Spielerin **Larissa Kaiser** und **Barbara Krebs** von der ORF-Enterprise. Als „Smec that“ belegten **Stefanie Gruber , Markus Harant , Maria Schäfer** und **Stefan Stopper** von Smarter Ecommerce gemeinsam mit **Andreas Miksik** von der ORF-Enterprise den dritten Platz.

Beim Match der Werbetreibenden Wirtschaft am zweiten Abend hat das „Team ELK – sorglos bowlen“ mit **Marina Halmenschlager, Lisa Kurz, Andreas Negrel, Vanessa Prickler** und **Raphael Vörösmarty** von Elk Prime mit **Dominic Pechlaner** von der ORF-Enterprise die Nase vorne. Sie verweisen das „Team Hornbach“ auf den zweiten Platz. Baumarkt gegen Bowlingbahn tauschten **Johannes Friewald, Julia Gabler, Sontka Romaneessen** und **Nadine Siwatz** und bekamen Unterstützung von **Philipp Stein** von der ORF-Enterprise. Als „simpli strikers“ trat das Team der ORS an. Den dritten Platz holten sich **Elina Kress, Julia Krammer, Patrick Preissl, Hannes Schalko** und **Nicola Trometer**.

Im Bewerb der Agenturen traten Teams von Adverserve, Artworx, Brückl, Carat, Dentsu, DigitalSunray Media, Havas Village Vienna, IPG Mediabrands, iProspect, Media 1, Mediacom, Mediaplus, Merkle, Mindshare, Netzeffekt, OMD Mediaagentur, Publicis Media, Smarter Ecommerce, UM Panmedia, Wavemaker und Wirz mit Gastspielern von der ORF-Enterprise gegeneinander an.

Am Wettkampf der werbetreibenden Wirtschaft beteiligten sich Teams von A1, AD Werbe Design Atelier, American Express, Elk Prime, Erste Bank und Sparkasse, Ford Motor Company, Hornbach, Iglo, Ikea, Illes Digital, Kaufhaus Steffl, Makita, Marx Tonkombinat Arbeitergasse, Mondelez, ORS, Österreichische Lotterien, Österreichische Post, Österreichische Sporthilfe, Österreichisches Verkehrsbüro, Ottakringer Brauerei, Pubbles Film, Rudy Bohrer High Resolution Communication, Satisfiction Media, Verkehrsbüro Hotellerie und Wiesbauer Österreichische Wurstspezialitäten, deren Teams jeweils auch von der ORF-Enterprise verstärkt wurden.

Pro Abend standen rund 180 Spieler auf den Bahnen im Wiener „Kugeltanz“ und bewiesen, dass sie auch nach Büroschluss Volltreffer landen.

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, 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)

