ORF-AWARDS: 75 Juroren bewerten 185 Einreichungen â€“ BILD

ID: LCG25173 | 24.06.2025 | Kunde: ORF-Enterprise | Ressort: Medien Ã-sterreich | Medieninformation

Bis Anfang Juli 2025 entscheidet die Jury in den Kategorien „GESEHEN", „GEHÖRT" und „GEKLICKT" über knapp 200 eingereichte Arbeiten. Die Shortlists für die ORF-AWARDS stehen im August 2025 fest.

Bilder zur Meldung in der Mediendatenbank

Wien (LCG) – „Bewegt wie nie zuvor" präsentieren sich die ORF-AWARDS in diesem Jahr. Als einziger Award der Kommunikationsbranche zeichnen sie das herausragende Zusammenspiel von Auftraggebern, Kreativ-und Mediaagenturen sowie Produktionsfirmen aus. Insgesamt 185 Arbeiten gehen heuer in das Rennen um die Auszeichnung für beispielgebende Teamplayer mit Vorbildwirkung. Mehr als die Hälfte der Einreichungen entfällt auf die im letzten Jahr im Zuge der Neuaufstellung der ORF-AWARDS eingeführte Kategorie „GESEHEN". Sie prämiert Bewegtbildwerbung im ORF-Fernsehen, dem digitalen Schaufenster ORF ON sowie im ORF.at-Network, dem größten Nachrichtennetzwerk des Landes. 52 Arbeiten wurden in der Kategorie „GEHÖRT" eingereicht, die unüberhörbare Werbeerfolge in den nationalen ORF-Radios Hitradio Ö3 und FM4, die auch über ORF SOUND zu hören sind, auszeichnet. Wirkungsstarke Display-Kampagnen im ORF.at-Network werden in der Kategorie „GEKLICKT" auf das Siegerpodest gehoben. 36 Arbeiten hat die hochkarätig besetzte Expertenjury in dieser Kategorie in den nächsten Wochen zu sichten und zu bewerten.

„Mit den ORF-AWARDS rollen wir Teams aus Auftraggeberinnen und Auftraggebern, Kreativ-und Mediaagenturen sowie Produktionsfirmen den roten Teppich aus, die mit ihrer gemeinsamen Arbeit beispielgebende Werbeerfolge in den Qualitätsmedien des ORF schaffen. Knapp 200 Einreichungen unterstreichen die Relevanz der ORF-AWARDS für die Branche als Auszeichnung für gemeinsame Leistungen. Die ORF-Enterprise dankt der Jury, die sich aus Repräsentantinnen und Repräsentanten von Werbetreibenden, Agenturen und Produktionsfirmen zusammensetzt, für ihre Expertise und ihren Einsatz, die größten Werbeerfolge in den ORF-Medien auszuzeichnen", sagt ORF-Enterprise-CEO **Oliver Böhm** .

ORF-Medien sind starker Partner für fantastische Werbeerfolge

Zu starken Teams, die von der ORF-Enterprise mit den ORF-AWARDS ausgezeichnet werden, gehören die reichweitenstarken, öffentlich-rechtlichen ORF-Medien als verlässlicher Partner für große Werbeerfolge. Im Mai 2025 erreichte die ORF-Sendergruppe im Fernsehen einen Marktanteil von 33,4 Prozent und damit einen neuen Monatsrekord seit 2016. Die Tagesreichweite des ORF-Fernsehens liegt bei 3,485 Millionen Sehern und entspricht damit 46,2 Prozent der österreichischen TV-Bevölkerung. Erst kürzlich feierte die zukunftsweisende Streamingplattform ORF ON mit Rekordbilanz ihren ersten Geburtstag. Mit durchschnittlich 436 Millionen Nutzungsminuten pro Monat und 95 Millionen Bruttoviews ist der digitale Flagshipstore des ORF eine Erfolgsgeschichte, die Werbetreibenden attraktive und innovative Möglichkeiten der Bewegtbildwerbung bietet. 60 Prozent Marktanteil (Radiotest 2024_4) in der Gesamtbevölkerung und über 4,5 Millionen Hörer machen die ORF-Radios zum starken Partner für unüberhörbare Werbewirkung. Das ORF.at-Network ist mit 5,351 Millionen Unique User die erste Adresse für digitale Werbeerfolge und Österreichs größtes Nachrichtennetzwerk.

„GESEHEN“ – Bewegt wie nie zuvor

Beispielgebende Bewegtbildwerbung in den ORF-Medien beurteilen **Ursula Arnold** (Mindshare), **Charlotte Braunstorfer** (Eduscho), **Inez Czerny** (Media 1), **Jana David-Wiedemann** (BBDO Wien), **Thomas Diesenberger** (Porsche), **Barbara Eisner** (Billa), **Katharina Fröhlich** (Magenta Telekom), **Michael Göls** (Havas Village Vienna), **Leopold Hamidi-Grübl** (Mindshare), **Daniela Hollerer** (Dentsu), **Joana Jarosz** (XXXLutz), **Bernhard Kletzmair** (Heidi Chocolat), **Barbara Klinser-Kammerzelt** (Magenta Telekom), **Maja Kölich** (Erste Bank und Sparkasse), **Thomas Mayer** (PPM Next), **Natalie Neumüller** (A1), **John Oakley** (Ikea), **Judith Porstner** (Opel), **Michael Rittmansberger** (Österreichische Lotterien), **Antonia Schnaderbek** (Group M), **Andreas Spielvogel** (DDB Wien), **Rita-Maria Spielvogel** (BBDO Wien), **Thomas Tatzl** (DDB Wien), **Markus Wagner** (UniCredit Bank Austria), **Michael Wallner** (Brau Union), **Günther Weninger** (Uniqa), **Stefanie Winkler-Schloffer** (A1) und **Fritz Wutscher** (Wutscher Optik).

„GEKLICKT“ – Digital wie nie zuvor

Display-Kampagnen im reichweitenstarken ORF.at-Network, dem größten Nachrichtennetzwerk des Landes, bewerten **Lena Artes** (Mediaplus Austria), **Nicole Artner** (UM Pan Media), **Bettina Bauer** (Ikea), **Diego del Pozo** (Tunnel 23), **Maria Laubreiter** (Maresi), **Jürgen Lenzeder** (Porsche), **Katharina Lin** (Magenta Telekom), **Nina Mack** (Magenta Telekom), **Alina Punz** (OMD), **Ramin Rahimi** (Media 1), **Elisabeth Römer-Russwurm** (Österreichische Lotterien), **Linda Saric** (OMD), **Christoph Schwarzlmüller** (Thor), **Elisabeth Spenger** (Erste Bank und Sparkasse), **Gudrun Zeilinger** (Porsche) und **Viktoria Zischka** (REWE).

„GEHÖRT“ – Eingängig wie nie zuvor

Ihr Urteil über die besten Spots in den nationalen Radiosendern Hitradio Ö3 und FM4, die auch auf ORF SOUND zu hören sind, fällen **Thomas Bokesz** (IPG Mediabrands), **Andreas Cieslar** (Donau Versicherung), **Mariusz Jan Demner** (DMB.), **Gertrude Gugerell** (Hervis), **Ronald Hochmayer** (Mediaplus Austria), **Clemens Kloss** (Tic-Music), **Clemens Marx** (Marx Tonkombinat Arbeitergasse), **Rene Petzner** (CCI Car), **Katrin Pirker** (Magenta Telekom), **Thomas Saliger** (XXXLutz), **Ines Schiemann** (Blautöne), **Lukas Spielvogel** (Cosmix Media), **Aniela Sulej** (Austrian Airlines), **Bernhard Thaller** (Essence Mediacom) und **Matthias Wondrak** (Soundfeiler).

Awardshow im Rahmen der ORF-Programmpräsentation

Die ORF-AWARDS werden im Herbst 2025 im Rahmen der ORF-Programmpräsentation verliehen werden. Die Shortlists für die Kategorien „GESEHEN", „GEHÖRT" und „GEKLICKT" werden im August 2025 publiziert werden.

In der Kategorie „GESEHEN" holten sich letztes Jahr McDonald's, DDB Wien und Mel P Filmproductions für „Sorry Mum" Gold. Mömax sicherte sich mit DMB., Media 1 und Tic-Music Gold für „Entschuldigungsbrief" in der Kategorie „GEHÖRT". Die Kategorie „GEKLICKT" entschieden Erste Bank und Sparkasse mit Jung von Matt Donau, Wavemaker, Zauberberg Productions und Blautöne mit „George Business" für sich.

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 Streamingplattform ORF ON und 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 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 enterprise.ORF.at ,contentsales.ORF.at und musikverlag.ORF.at

---

- ORF-AWARDS 2025: 185 Einreichungen werden von 75 Juroren in den Kategorien „GESEHEN", „GEHÖRT" und „GEKLICKT" bewertet.
- Die ORF-AWARDS werden im Herbst 2025 im Rahmen der ORF-Programmpräsentation verliehen.
- Die Awards zeichnen das Zusammenspiel von Auftraggebern, Kreativ-und Mediaagenturen sowie Produktionsfirmen aus.

+ + + BILDMATERIAL + + +

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