

## **Oliver Böhm ist neuer Sprecher von Screenforce Österreich – BILD**

ID: LCG26002 | 06.01.2026 | Kunde: SCREENFORCE | Ressort: Medien  
Österreich | Personalauswahl

**ORF-Enterprise-CEO folgt in dieser Funktion Walter Zingg nach, der neue Aufgaben als Berater annimmt und der Medienbranche mit seiner Expertise verbunden bleibt. Starke Allianzen, Nachwuchsförderung und Bewusstseinsbildung für Relevanz der Broadcaster und ihrer Vermarkter stehen auf der Agenda.**

Bilder zur Meldung in der [Mediendatenbank](#)

Wien (LCG) – Screenforce Österreich, die gemeinsame Initiative von ORF, ORF-Enterprise, ServusTV, ProSiebenSat.1 PULS 4, ATV und RTL AdAlliance, bekommt mit Jahresbeginn einen neuen Sprecher. ORF-Enterprise-CEO **Oliver Böhm** folgt **Walter Zingg** nach, der nach 45 Jahren in der Medien- und Kommunikationswirtschaft Beratungsmandate übernimmt und die operative Geschäftsführung von RTL AdAlliance nach erfolgreicher Transformation der ehemaligen IP Österreich abgibt. Böhm war schon bisher erster Obmann-Stellvertreter der Arbeitsgemeinschaft TELETEST, ist Vorstandsmitglied des Austrian Chapter der International Advertising Association, amtierender Präsident des Vereins Media Award und Vorsitzender des RADIOTEST. Seit 2013 ist er CEO der ORF-Enterprise und verantwortet die Werbezeitenvermarktung und internationale Content-Lizenzierung des ORF-Medienkonzerns.

„Screenforce ist ein Wegbereiter für die starke Zusammenarbeit der Bewegtbild-Marktteilnehmer, aus der bahnbrechende Innovationen entstehen. Die Bewegtbildnutzung steigt weiterhin stark an und Broadcaster und ihre Vermarkter gestalten die Zukunft effektiver Bewegtbildwerbung in einem unvergleichbaren Qualitätsumfeld. Mit starken Allianzen schaffen sie attraktive Programmvielfalt, verlässliche Reichweiten, wirkungsstarke Werbeumfelder und ein souveränes Medienangebot. Die Stärke des Miteinanders bündeln wir in Screenforce und feiern 2026 ein glanzvolles Total-Video-Jahr mit Highlights für Werbetreibende und das Publikum“, so Böhm.

„Broadcaster und ihre Vermarkter transformieren in ein neues Zeitalter. Ihre ökonomische Relevanz für die werbetreibende Wirtschaft wird ebenso zunehmen wie ihre demokratie- und gesellschaftspolitische Bedeutung. Das öffentliche Bewusstsein für den hohen Stellenwert nationaler Medien – allen voran der Broadcaster – nimmt weiter zu. Mit der wachsenden kollektiven Wertschätzung qualitativer Inhalte und dem Wissen um die Notwendigkeit eines souveränen Medienstandorts werden die Broadcaster und ihre Vermarkter mit Screenforce auch künftig die Triebfeder für gemeinschaftliche Entwicklungen und einen selbstbewussten Auftritt der heimischen Bewegtbildlandschaft sein“, sagt Zinggl zum Abschied von seinem aktiven Vorsitz von Screenforce Österreich.

## 2026 bringt die große Magie von Total Video

2026 steht mit den 25. Olympischen Winterspielen in Cortina d'Ampezzo und Mailand, dem 70. Eurovision Song Contest in Wien und der FIFA Fußballweltmeisterschaft, die seit langer Zeit wieder mit rot-weiß-roter Beteiligung in Kanada, Mexiko und den Vereinigten

Staaten stattfinden wird, ein außergewöhnliches Fernsehjahr bevor. Das zu erwartende sehr hohe Publikumsinteresse und die reichweiten-und aufmerksamkeitstarken Total-Video-Umfelder für Werbetreibende möchte Böhm mit Screenforce nutzen, um die kommerzielle und gesellschaftliche Bedeutung der Broadcaster und ihrer Vermarkter ins Rampenlicht zu stellen.

Die Faszination für die Programm-Highlights auf allen Verbreitungswegen und Devices nutzt Screenforce als Momentum, um den Nachwuchs für Karrieren bei Broadcastern und ihren Vermarktern zu begeistern. Kooperationen mit Bildungseinrichtung und die Weiterentwicklung des Screenforce Days im Herbst 2026 sollen dazu beitragen, die digitale Transformation der Broadcaster als attraktiven Zukunftsmarkt bei jungen Talenten zu verdeutlichen. Besonderes Augenmerk genießen dabei auch Pionierleistungen aus Österreich wie TV-LOAD und der TELETEST 2.0, die für internationales Interesse sorgen.

Offen zeigt sich Screenforce gegenüber allen Initiativen und Organisationen, die sich für die Stärkung und Entwicklung des souveränen Medienstandorts sowie die Schaffung fairer Wettbewerbsbedingungen mit den globalen Plattformen einsetzen.

Ausgebaut wird auch die Zusammenarbeit mit den deutschsprachigen Schwesterinitiativen in Deutschland und der Schweiz. Gemeinsame Projekte im Forschungs-und Wissenschaftsbereich sollen ebenso vorangetrieben werden wie multinational erfolgreiche Veranstaltungsformate wie die Screenforce Academy und das Screenforce Expertenforum oder auch das Weiterbildungsprogramm Screenforce Masterclasses. Die Aus-und Weiterbildungsplattformen bilden einen zentralen Teil der Nachwuchs-und Talenteförderung und werden Interessenten in Österreich noch leichter zugänglich gemacht.

## Über Screenforce

Screenforce ist die multinationale Gattungsinitiative der deutschen, österreichischen und schweizerischen TV-Vermarkter

für Fernsehen, Video und Bewegtbild. Die breite Allianz aus zwölf Partnern repräsentiert über 95 Prozent des TV-Werbemarkts in der DACH-Region. Österreich ist durch die Arbeitsgemeinschaft TELETEST (AGTT) vertreten. Sie repräsentiert ihre Mitglieder: ORF, ORF-Enterprise, ServusTV, ProSiebenSat.1 PULS 4, ATV und RTL AdAlliance. Mit wegweisenden Insights, aktuellen wissenschaftlichen Studien und inspirierenden Veranstaltungen bietet Screenforce Werbetreibenden und Agenturen brandaktuelle Informationen, um die beste Werbewirkung mit TV, Video und Bewegtbild zu erzielen. Weitere Informationen auf [screenforce.at](https://screenforce.at)

---

- **Oliver Böhm**, CEO der ORF-Enterprise, ist neuer Sprecher von Screenforce Österreich und folgt auf **Walter Zingg**, der künftig als Berater tätig ist.
- Im Fokus stehen starke Allianzen, Nachwuchsförderung und die Bewusstseinsbildung für die Bedeutung der Broadcaster und ihrer Vermarkter.
- 2026 wird als „Total-Video-Jahr“ mit Großereignissen wie Olympia, Eurovision Song Contest und Fußball-WM ein außergewöhnliches Fernsehjahr, das für Werbetreibende und Publikum viele Highlights bietet.
- Screenforce setzt verstärkt auf Nachwuchsgewinnung, Kooperationen mit Bildungseinrichtungen und internationale Zusammenarbeit, etwa durch gemeinsame Forschungsprojekte und Weiterbildungsprogramme.

#### **+ + + BILDMATERIAL + + +**

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

