

Internationale Aufmerksamkeit für Pionierarbeit am Medienstandort Österreich: Medienvermarkter aus der ganzen Welt zu Gast in Wien – BILD

ID: LCG26122 | 30.05.2026 | Kunde: ORF-Enterprise | Ressort:
Medien Österreich | APA-OTS-Meldung

ORF-Enterprise und RTL AdAlliance waren Gastgeber des globalen CEO Summit der egta. Globaler Verband bündelt 180 Medienvermarkter aus 40 Märkten mit einem Umsatzvolumen von rund 200 Milliarden Euro. Großes Interesse an Welt-Innovation TV-LOAD aus Österreich.

Bilder zur Meldung in der [Mediendatenbank](#)

Wien (LCG) – Auf Einladung von ORF-Enterprise und RTL AdAlliance und in Zusammenarbeit mit ProSiebenSat.1 PULS 4, Red Bull Media House und RMS Austria trafen, am 28. und 29. Mai 2026, zum ersten Mal seit 2014 rund 250 Top-Führungskräfte der führenden Medienvermarkter von fünf Kontinenten wieder in Wien zusammen, um sich aktuellen Fragen des Medienmarkts zu widmen und gemeinsame Strategien zu entwickeln. Kurz nach dem 70. Eurovision Song Contest mit rund 160 Millionen Zuschauern rückte Wien damit erneut in den Fokus der internationalen Medienlandschaft. Österreich gilt aufgrund der gelebten starken Zusammenarbeit zwischen privaten und öffentlich-rechtlichen Medien – beispielsweise durch die Kooperation beim Erwerb von Sportrechten oder gemeinsamen Live-Event-Formaten – als Vorzeigemarkt. Besonderes Interesse weckte jedoch die Welt-Neuheit TV-LOAD, die von den heimischen Broadcastern und ihren Vermarktern lanciert wurde. Sie ermöglicht die dynamische Komposition der Werbeblöcke und Ausspielung von TV-Spots auf Basis von Echtzeitdaten, die von über 1,1 Millionen HbbTVs übermittelt werden. Mit dieser Pionierleistung entwickeln sich Fernsehkampagnen nach Logiken des Digitalmarkts weiter.

Bei der hochkarätig besetzten Veranstaltung, die letztes Jahr in Paris stattfand, herrschte große Einigkeit über die Notwendigkeit enger Kollaboration zwischen etablierten Medienmarken, um sich im

globalen Wettbewerb gegen die Übermacht der Big-Tech-Firmen zu behaupten. Innovationen wie TV-LOAD sind beispielgebend für Erfolgsmodelle, die aus der Zusammenarbeit von Medienhäusern und Vermarktern entstehen können und deren Erlösmodelle in die Zukunft führen.

„Nicht nur in Europa sind etablierte Medienmarken mit der Marktdominanz der globalen Plattformen konfrontiert. Rund um den Globus braucht es starke Allianzen zwischen Medienhäusern und ihren Vermarktern, um die Souveränität der Medienstandorte und das hohe journalistische Qualitätsniveau zu sichern. Als führender Zusammenschluss der Medienvermarkter bietet die egta die Möglichkeit, zukunftsweisende Projekte über die Landesgrenzen hinaus zu entwickeln und gemeinsame Stärken durch Zusammenarbeit zu fördern“, betont **Heinz Mosser** (ORF-Enterprise), Vizepräsident und Vorstandsmitglied der egta.

„Die tektonischen Verschiebungen in der Medienlandschaft fordern die gesamte Branche. Der CEO-Summit der egta ist die geeignete Plattform, um zukunftsweisende Strategien zu entwickeln und durch den internationalen Austausch voneinander zu lernen. Starke Allianzen zwischen Medienhäusern und ihren Vermarktern schaffen neue Möglichkeiten für Werbetreibende und Mehrwert für das Publikum. Sie tragen zur Finanzierung von Qualitätsjournalismus, Medienvielfalt und demokratischen Diskurs bei“, sagt **Elisabeth Frank** (RTL AdAlliance).

Zepter-Übergabe in Wien

Wien wurde im Rahmen des CEO-Summit auch zum Schauplatz der Hofübergabe: **Stéphane Coruble**, CEO der RTL AdAlliance, übernimmt die Präsidentschaft der globalen Interessenvertretung vom Franzosen **Laurent Bliaut** (TF1 Pub).

Themen, die die (Medien-) Welt bewegen

Über die Bedeutung der etablierten und journalistisch hochwertigen Medienmarke für Demokratie und Gesellschaft und Strategien für ihre Zukunft diskutieren auf Einladung von ORF-Enterprise und RTL-AdAlliance beim zweitägigen CEO-Summit der egta im DC Tower unter anderem: **John Block** (Syllepsis), **Johan Boserup** (Omnicom Media), **Cécile Chambaudrie** (NRJ Global), **Andreas Cieslar** (Donau Versicherung), **Nigel Clarkson** (Adwanted UK), **Frederik Doms** (Makai), **Anne-Laure Dreyfus-Coutinho** (egta), **Corinna Drumm** (Verband Österreichischer Privatsender), **Mikael Ekelöf** (TV4 Media), **Jacqueline Freeman** (Think TV New Zealand), **Mario Frühauf** (RMS Austria), **Philippe Generali** (Media Monitors), **Ingrid Gogl** (Austrian Airlines), **Thomas Gruber** (ProSiebenSat.1 PULS 4), **Rune Hafskjær** (Viaplay Group), **Simon Kilby** (Bauer Media Group), **Lukás Kubát** (Prima Group), **Rüdiger Landgraf** (Kronehit), **Justin Lebbot** (The Other Lot), **Thierry Mars** (egta), **Benjamin Masse** (Agentic Advertising), **Guido Modenbach** (Seven.One Media), **Fabrice Mollier** (Canal + Brand Solution), **Valerie Morfitis** (Ads &Data), **Simon Peel** (The Other Lot), **Luca Poggi** (RAI Pubblicità), **Marion Ranchet** (Streaming Made Easy), **Charlotte Scaddan** (Vereinte Nationen), **Christian Schalt** (RTL Radio Deutschland), **Lukas Schrambacher** (Servus Media), **Matthias Seiringer** (ORF-Enterprise), **Jason Spencer** (ITV), **Alex Thore** (VAR), **Jorsi van der Pol** (Talpa Media), **Fernando Pino Velázquez** (Atresmedia Publicidad) und **Stefanie Winkler-Schloffer** (A1).

Über egta

egta ist der internationale Verband der Multiplattform-TV- und Audiobranche. Er vertritt mehr als 180 Mitglieder in über 40 Märkten mit einem kumulierten Umsatzvolumen von rund 200

Milliarden Euro. Zu den Mitgliedern zählen Multiplattform-Fernseh- und -Audiounternehmen, die sich an der Schnittstelle zwischen traditionellem Fernsehen und Radio und digitalen Video- und Audioplattformen befinden. Multiplattform-TV und -Audio vereinen lineare und On-Demand-Dienste auf allen Bildschirmen und Plattformen. Weitere Informationen auf egta.com

Über RTL AdAlliance

Der internationale Werbevermarkter RTL AdAlliance, ein Tochterunternehmen der RTL Group, vereint Premium Content-Publisher unter einem gemeinsamen Dach mit dem Ziel, dass internationale Marken ihre europäischen Zielgruppen erreichen. Mit der Kombination aus den erfolgreichsten Broadcast-, Publishing- und Adtech-Unternehmen in Europa bietet RTL AdAlliance den Werbetreibenden Zugang zu mehr als 100 TV-Sendern, 350 Printmedien und 5.000 Premium-Websites mit über 150 Millionen täglichen TV-Zuschauern und mehr als vier Milliarden Online-Ad-Impressions im Monat aus einer Hand – und damit eine konkurrenzlose Reichweite in und außerhalb Europas. Weltweit garantieren 250 Vertriebsexperten einen engagierten Support für international erfolgreiche Werbekampagnen. Werbekunden erhalten Zugriff auf hochwertiges, markensicheres Inventar, das nur die aktivsten Zielgruppen erreicht. RTL AdAlliance stellt zudem aktuelle Erkenntnisse und innovative Studienergebnisse für die Medienwelt zur Verfügung. Dank des Einsatzes intelligenter und einfacher Vermarktungsstrategien, Adtech-Lösungen und speziellem Know-how im Media Sales-Segment wird Publishern eine bessere Nutzung ihres Premium-Angebots ermöglicht. RTL AdAlliance hat ihre Hauptgeschäftssitze in Luxemburg und Hamburg und ist in ganz Europa und Nordamerika vertreten. Um mehr zu erfahren, besuchen Sie rtl-adalliance.com oder folgen Sie uns auf [LinkedIn](#) und [Instagram](#).

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

+ + + BILDMATERIAL + + +

Das Bildmaterial steht zur honorarfreien Verwendung im Rahmen der redaktionellen Berichterstattung zur Verfügung. Hiermit wird ausdrücklich bestätigt, dass an den von uns zur Verfügung gestellten Bildern keinerlei Manipulationen vorgenommen wurden und es sich nicht um Bildmaterial handelt, das mittels eines Bildgenerators oder anderer Systeme unter Einsatz von künstlicher Intelligenz (KI) erzeugt oder modifiziert wurde. Weiteres Bild- und Informationsmaterial im Pressebereich auf leisure.at
(Schluss)

