

PRESSEINFORMATION

simpliTV setzt auf Österreichs auffälligsten Influencer Michael Buchinger

Mit dem österreichischen YouTuber Michael Buchinger will simpliTV sein Angebotsportfolio und dessen Vorteile mit viel Humor gezielt an junge Konsumenten kommunizieren – und diese sind nun einmal hauptsächlich online anzutreffen. Die Kostenvorteile des TV-Anbieters sollen die preisbewusste Zielgruppe überzeugen.

Wien, 26.11.2018 – Will man als Marke junge Menschen erreichen, muss man sich der digitalen Welt zuwenden. Das wichtigste Medium hinsichtlich der Meinungsbildung bei 14- bis 29-Jährigen ist laut MedienVielfaltsmonitor 2018 das Internet (53,6%)¹: 72% aller über 14-Jährigen geben an tägliche Internetnutzer zu sein und im Schnitt eine dreiviertel Stunde online zu verbringen (ARD/ZDF Onlinestudie 2017). Da in sozialen Netzwerken als auch in der humoristischen Kommunikationstonalität von simpliTV viel Wert auf unterhaltsamen Content gelegt wird, war die Zusammenarbeit mit YouTuber Michael Buchinger naheliegend: Seit 2009 amüsiert der Influencer ein immer größer werdendes Publikum. „Mit Michael Buchinger als simpliTV Testimonial eröffnen sich für uns als Unternehmen neue Dimensionen“, zeigt sich simpliTV-Experte Michael Weber begeistert. „Wir freuen uns, dass wir die Möglichkeit haben diesen zukunftsorientierten Schritt gemeinsam zu gehen“.

Michael Buchinger: Präsentester Influencer Österreichs als Testimonial

Als Sprachrohr für simpliTV soll Michael Buchinger agieren, der mit seiner vielfältigen Online-Präsenz auf Social Media über eine große Reichweite bei der relevanten Zielgruppe verfügt: Das Facebook Profil des 26-Jährigen Burgenländers zählt 38.272 Likes, auf der Fotoplattform Instagram verfolgen über 70.200 Abonnenten seine Postings und auch auf YouTube sehen 154.979 Menschen regelmäßig seine Videos. Erst im März 2018 wurde er mit dem MADONNA Blogger Award in der Kategorie „YouTube“ ausgezeichnet. Außerdem bloggt Buchinger auf michaelbuchinger.at, schreibt Kolumnen für Medien wie miss, The Gap oder auch Vice und hat vor kurzem sein zweites Buch „Lange Beine, kurze Lügen. Michi schenkt euch reinen Wein ein“ veröffentlicht. Auch der Schritt aus den sozialen Medien auf die Kabarettbühne ist dem YouTuber geglückt, aktuell feiert sein gleichnamiges Programm große Erfolge. Laut APA-DeFacto² verbuchte Michael Buchinger in den vergangenen sechs Monaten 178 Medienbeiträge und ist somit der medial präsenteste Influencer des Landes.

¹ <https://www.blm.de/aktivitaeten/forschung/medienvielfaltsmonitor.cfm>

² https://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20180927_OTSS0071/diese-influencer-kennt-man-nicht-nur-im-social-web

Hohe Lebenshaltungskosten machen junge Menschen preissensibel

Dass die kostengünstige digitale Antennenplattform simpliTV nun mit dem Influencer Buchinger gerade die junge Zielgruppe ansprechen möchte, liegt bei einem Blick auf das Konsumverhalten der ÖsterreicherInnen nahe. In Österreich lagen die Lebenshaltungskosten nach Angaben der europäischen Statistikbehörde Eurostat 2017 8% über dem EU-Durchschnitt. Unter anderem sind vor allem die laufenden Kosten für TV- und Internet für viele Haushalte zu einer relevanten Ausgabenposition geworden: 95,20 Euro gaben die Österreicher laut Statistik Austria 2015 im Schnitt monatlich für Internet, TV und Telefon aus. Gerade junge Menschen, die sich oftmals noch in Ausbildung befinden und somit nur über begrenzte finanzielle Mittel verfügen, entwickeln dadurch ein erhöhtes Preisbewusstsein. Diese Zielgruppe will simpliTV nun mit seinen preislich attraktiven Angeboten überzeugen. Im Rahmen der derzeitigen Weihnachtsaktion bekommen Neukunden beim Kauf eines Antenne Plus Pakets bis 31. Dezember 2018 einen Willkommensbonus von 100 Euro geschenkt.



YouTuber Michael Buchinger ist Social Media-Testimonial von simpliTV.

© Dominik Pichler

Rückfragehinweis

Michael Weber

simpliTV

Mobil: +43 664 627 89 06

E-Mail: michael.weber@ors.at

Web: www.simplityv.at

Über die ORS Gruppe

Die ORS Gruppe ist 2005 aus der Sendetechnik des ORF hervorgegangen und besteht aus der ORS (Österreichische Rundfunksender GmbH & Co KG) und ihrer Tochtergesellschaft ORS comm (ORS comm GmbH & Co KG).

Die Gruppe hat den digitalen Wandel genutzt und sich vom Sendernetzbetreiber zu einem „Digital Content Gateway“ weiterentwickelt. Sie garantiert mit ihren digitalen Infrastrukturen Content-Anbietern die Realisierung von modernen TV- und Radiolösungen via Terrestrik, Satellit, Kabel und IP.

Unter der Marke „simpliTV“ betreibt die ORS comm selbst eine TV-Plattform, die preisbewussten TV-Konsumenten via Antenne und SAT zur Verfügung steht. Der österreichische Video-on-Demand-Abrufdienst „Flimmit“ sowie der Software-Spezialist für die Auslieferung digitaler Werbemittel „adworx“ vervollständigen die ORS-Gruppe.

Für weitere Informationen: www.ors.at