



Kampagne ORF-Onlinedirektor Thomas Prantner startete gestern mit der Werbeoffensive für die neue ORF Video-on-Demand-Plattform des Senders

Promis bewerben ORF-TVthek

Entwickelt wurde der Auftritt von der Agentur Peach.



Die neue ORF-Video-Plattform wird seit gestern in Print, TV und online unter <http://TVthek.ORF.at> beworben.

Wien. Gestern, am 16. November, schickte der ORF seine neue Testimonial-Kampagne mit fünf Persönlichkeiten aus Wirtschaft, Sport und Kultur, die von der Werbeagentur Peach entwickelt wurde, an den Start. Die Protagonisten: Der ehemalige Vizekanzler und Industrielle Hannes Androsch, Böhler-Uddeholm-Generaldirektor Claus Raidl, die Generaldirektorin des Kunsthistorischen Museums, Sabine Haag, die Schauspielerin Franziska Weisz und Fußball-Star Ivica Vastic – sie bewerben die neue Video-Plattform ORF-TVthek, die ebenfalls seit gestern mit mehr als 70 regelmäßig on demand abrufbaren Sendungen und rund 20 Livestreams online ist.

Immer & überall verfügbar

„Ein neues und besonderes Onlineangebot erfordert auch eine neue und besondere Marketingkampagne, um die neue ORF-TVthek optimal zu bewerben“, meint ORF-Onlinedirektor Thomas Prantner. „Ich danke den fünf Persönlichkeiten fürs Mitmachen bei dieser Kampagne, die einen wichtigen Beitrag zum Erfolg der neuen Video-on-Demand-Plattform leisten soll.“

Sabine Haag ist beispielsweise in ihrem Museum beim Abrufen von ORF-Kultur-Beiträgen über ihre eigenen und die neuesten Aus-

stellungen ihrer Museums-,Konkurrenten' zu sehen. Ivica Vastic surft im Linzer Lentosmuseum in der ORF-TVthek, Hannes Androsch nutzt sogar am Altausseeer See die Gelegenheit, Wirtschaftsnews am Laptop anzuschauen, während sich Claus Raidl in seinem Büro via ORF-TVthek über die Börsenkurse informiert. Filmschauspielerin Franziska Weisz wiederum freut sich darüber, dass sie sich auch im Ausland – in diesem Fall vor dem Berliner Brandenburger Tor – über das Geschehen in der Heimat auf dem Laufenden halten kann. Kommuniziert wird in Print, TV und Online. Das Ziel: Zu vermitteln, dass die ORF-TVthek für Menschen aus allen Bereichen der Gesellschaft interessante TV-Contents bereithält und diese zeitunabhängig im In- und Ausland nutzbar sind. (ps)

Credits:

Auftraggeber ORF/Onlinedirektor Thomas Prantner **Kampagnenleitung** Petra Höfer, ORF-E/Onlinevermarktung **Agentur** Peach **Beratung/CD/Text** Birgit Vollmeier **AD** Yudi Warsosumarto **Grafik** Gudrun Mittendrein **Fotos** Jork Weismann (Shotview) **Produktion** Blendwerk Filmmaschinenie/Viktor Schaidler (DOP) **Bildbearbeitung** Viennapaint