

Flimmit baut aus: Größeres Angebot, Neues Layout, neuer Partner ORF

Utl.: Video-on-Demand-Feinkostladen startet mit 4.000 Filmen und
Serien =

Wien (OTS/LCG) - Flimmit, der österreichische Video-on-Demand-Spezialist, präsentiert sich in neuem Gewand und startet mit erweitertem Angebot, neuem Auftritt und dem ORF als neuem Partner. Mehr als 4.000 überwiegend deutschsprachige Titel erwarten die Seherinnen und Seher im digitalen Feinkostladen, der seinen Schwerpunkt auf österreichische Produktionen legt und damit auch eine innovative, zusätzliche Plattform für die heimische Filmwirtschaft bietet. Mit insgesamt 25,1 Prozent sind die ORF-Tochtergesellschaften ORF-Enterprise und ORS am erfolgreichen österreichischen Start-up beteiligt, das 2007 von Karin Haager, Walter Huber und Uli Müller-Uri gegründet und seither konsequent zum Spezialisten für nonlinearen Content aus Österreich ausgebaut wurde. Die Flimmit-Gründer, ORF-Generaldirektor Dr. Alexander Wrabetz und Mag. Richard Grasl, der kaufmännische Direktor des ORF, stellten die Neuerungen am Montag, dem 16. März 2015, in Wien im Rahmen des Flimmit-Launch-Events vor. Flimmit bietet u. a. auch Serien wie "The Team" oder "Vorstadtweiber", die ab 16. März 2015 ebenfalls im Abo inkludiert sind. "Altes Geld" steht Serienfans ab 27. März 2015 als Stream und Download zur Verfügung.

Zwtl.: Unverwechselbare österreichische Identität

"Der digitale Feinkostladen von Flimmit ist die perfekte Ergänzung zur ORF-Senderfamilie und unseren VoD-Angeboten. Der ORF ist der größte Auftraggeber der heimischen Filmwirtschaft. Österreichische Filme und Serien gehören zur programmlichen DNA des ORF und zu den vom Publikum am meisten geschätzten Produktionen. Da liegt eine Zusammenarbeit mit einer jungen heimischen Contentplattform wie Flimmit nahe", erklärt ORF Generaldirektor Dr. Alexander Wrabetz anlässlich der Flimmit-Präsentation: "Das klassische lineare Fernsehen erfreut sich ungebrochener Beliebtheit: 2014 ist die Tagesreichweite der ORF-Sendergruppe auf insgesamt 49,9 Prozent angestiegen, beim jungen Publikum auf 37 Prozent. Aber auch neue Formen des Fernsehkonsums gewinnen zunehmend an Bedeutung, wie der große Erfolg der ORF-TVthek zeigt. Mit unserer Beteiligung an Flimmit tun wir nun strategisch den nächsten Schritt: Wir schaffen eine

weitere innovative Plattform für österreichische Produktionen und leisten dadurch einen Beitrag zur Stärkung einer unverwechselbaren, österreichischen Identität in einem wachsenden Marktsegment!"

Zwtl.: Digitaler Zugang zu österreichischen Produktionen

"Flimmit ist unsere Antwort auf den sich verändernden Medienkonsum und die immer größer werdende Zahl an internationalen VoD-Anbietern, bei denen österreichische Inhalte nicht so sehr im Vordergrund stehen. Neben neuen Produktionen bringen wir auch Tausende Archivtitel auf die Plattform und stellen damit das größte VoD-Angebot heimischer Produktionen. Wir schaffen mit unserem Engagement für die erfolgreichen österreichischen Film- und Fernsehproduktionen einen digitalen Marktplatz und damit einen zusätzlichen Vertriebskanal. Allein das Beispiel 'The Team' zeigt, welches Potenzial im Zusammenspiel von ORF-Inhalten und den Möglichkeiten von Flimmit steckt", unterstreicht Richard Grasl, Kaufmännischer Direktor des ORF.

Zwtl.: Ein Herz für Qualität

"Die Partnerschaft mit dem ORF ist ein Meilenstein für Flimmit und ermöglicht den Ausbau des Portfolios, das in den letzten Monaten von rund 2.500 Filmen und Serien auf über 4.000 ausgeweitet wurde. Damit ist Flimmit die natürliche Heimat für österreichische, deutschsprachige und europäische Produktionen, durch die sich Flimmit klar als Boutique-Plattform positioniert und von den rein kommerziellen Anbietern abhebt", betont Flimmit-Mitgründerin Karin Haager.

"Wir sehen uns dem Qualitätsanspruch der Seherinnen und Seher verpflichtet. Über 20.000 bestehende Kundinnen und Kunden vor dem Relaunch sind ein Beweis für die hohe Nachfrage nach österreichischen Inhalten", ergänzt Flimmit-Mitgründer Uli Müller-Uri.

Die inhaltliche Ausrichtung wird ab sofort auch durch den neuen Markenauftritt unterstrichen, dessen Hauptelement ein als Filmklappe stilisiertes Herz ist. In unterschiedlichen Darstellungen symbolisiert es die Vielfalt der Genres, die auf der Plattform geboten werden. Der neue Markenauftritt soll Filmliebhaber ebenso ansprechen wie er die Liebe für Qualität zum Ausdruck bringen möchte.

Zwtl.: Beteiligung schafft Basis für Wachstum

Mit der Beteiligung des ORF über seine Tochtergesellschaften wird die Basis für das weitere Wachstum von Flimmit geschaffen. Als Experten für Technik und Vermarktung wird die Beteiligung im Ausmaß von derzeit 25,1 Prozent von ORF-Enterprise und ORS gehalten und soll nach entsprechender wettbewerbsrechtlicher Genehmigung auf 88 Prozent ausgebaut werden.

"Der international erfolgreichen Content-Vermarktung der ORF-Enterprise steht mit Flimmit nun ein weiterer Kanal offen, um ORF-Produktionen einem breiten Publikum zugänglich zu machen und den Produzenten additive Auswertungsmöglichkeiten zu bieten. Damit positioniert sich der ORF auch im nonlinearen Bereich als attraktiver und innovativer Partner für den Erfolg österreichischer Produktionen", kommentiert ORF-Enterprise-Geschäftsführerin Beatrice Cox-Riesenfelder.

"Mit unserer Beteiligung an Flimmit wollen wir neue Impulse in unserem Kerngeschäft setzen und die ORS weiterhin als innovatives Medienunternehmen in einem sehr dynamischen Markt positionieren", sagt ORS-Geschäftsführer Michael Wagenhofer.

"Es macht uns große Freude, dieses junge Unternehmen mit unserem Potenzial an Know-how, Erfahrung und Kontakten zu unterstützen", ergänzt ORS-Geschäftsführer Norbert Grill.

Walter Huber dazu ergänzend: "Mit der ORS als Partner stehen uns in technischer Hinsicht viele neue Möglichkeiten offen, das zeigt sich beispielsweise schon in unserem HbbTV-Use Case über Satellit."

Zwtl.: Das musst du sehen!

Getreu dem Motto "Das musst du sehen!" setzt Flimmit auf ein umfangreiches Angebot, das neben österreichischen Produktionen aus deutschsprachigen Blockbustern, TV-Events, beliebten Serien, ausgezeichneten Dokumentarfilmen, Highlights europäischer Filmfestivals, Film-Klassikern, Kinder-, Jugend- und Animationsfilmen, Kultfilmen sowie Theaterproduktionen besteht. Dieses wird um Exklusiv-Content wie aktuell "Altes Geld", "The Team" oder "Vorstadtweiber" ergänzt, die ab 16. März 2015 ebenfalls im Abo inkludiert sind. "Altes Geld" steht Serienfans ab 27. März 2015 als Stream und Download zur Verfügung.

Auf einen Klick finden sich auf Flimmit unter anderem Serien wie

"Braunschlag", "CopStories", "Echter Wiener", "Kottan ermittelt" oder "Vier Frauen und ein Todesfall". Auch große Kinoerfolge wie "Falco - verdammt wir leben noch!", "Bad Fucking" oder "Hinterholz 8" fehlen im Feinkostladen für deutschsprachigen Film nicht.

Ab sofort können sich Filmfans auch auf Highlights des europäischen Films wie "Monsieur Claude und seine Töchter", "The Lunchbox", "Türkisch für Anfänger" oder die bulgarische Serienproduktion "Undercover" freuen.

Mit Dokumentarfilmen wie beispielsweise "Food Inc.", das unter anderem für Oscar und Emmy nominiert wurde, "More than Honey" und die multinationale Produktion "Das Salz der Erde" lässt sich mit Flimmit die Welt entdecken.

Jüngste Filmfans erwartet unter anderem "Fix & Foxi", "Tom Turbo" oder "Sesamstraße Classics", während das Archiv die Herzen von Kulturfans mit Theaterproduktionen wie "Das Orgien Mysterien Theater" oder "Glaube an Heimat", den Balletten "Nussknacker" und "A Swan Lake" oder der Oper "Hänsel und Gretel" höher schlagen lässt.

Zwtl.: Flimmit jetzt auch als Abo

Zur Einführung macht Flimmit allen Filmfans ein attraktives Angebot: Das Jahresabo gibt es bereits ab 49,90 Euro pro Jahr statt der regulären 75 Euro pro Jahr. Das Ein-Monats-Abo beläuft sich auf 7,50 Euro und das Drei-Monats-Abo kostet 19,90 Euro. Filme und Serien können auch in der Leihvariante als Stream ab 1,99 Euro oder in der Kaufversion als Download ab 5,99 Euro erworben werden.

Die Bezahlung ist mittels Kreditkarte (Visa und MasterCard), PayPal oder Sofortüberweisung möglich. Künftig soll auch ein Lastschriftverfahren implementiert werden.

Zwtl.: Die Video-on-Demand-Plattform für alle Endgeräte

Neben Notebook und PC kann Flimmit auch über mobile Endgeräte wie Smartphones und Tablets sowie am Fernseher genutzt werden. Auf der aktuellen TV-Geräte-Generation von Samsung ist die Flimmit-App etwa schon vorinstalliert. Für die mobilen Betriebssysteme von Apple und Android stehen eigene Apps zur Verfügung, die in den jeweiligen Download-Stores heruntergeladen werden können. Am Fernseher kann Flimmit über die eigene Smart-TV-App beispielsweise auf Samsung, LG

und Philips empfangen werden.

Mittels HbbTV gibt es zusätzlich die Möglichkeit, sich auch via Satellit im Feinkostladen für deutschsprachigen und europäischen Film zu bedienen, wozu allerdings eine Internetanbindung des Fernseher Voraussetzung ist.

Google Chromecast und Apple AirPlay stellen weitere Möglichkeiten dar, Filme und Serien vom Endgerät aus am Fernseher abzuspielen.

Mehr als 1.000 Filme und Serien stehen zudem über das CableLink Portal der Salzburg AG zur Verfügung und können direkt im Infoportal abgerufen werden. Derzeit verhandelt Flimmit auch mit weiteren Kabelnetzbetreibern in Österreich, um das Angebot in andere Bundesländer auszuweiten.

Zwtl.: Vielfach ausgezeichnet

Seit der Gründung im Jahr 2007 wurde Flimmit mehrfach als innovatives Unternehmen in der Kreativwirtschaft ausgezeichnet: Unter anderem als "Next Generation Entrepreneur" bei den Audio Visual Media Days 2011 in München, mit dem zweiten Platz bei der European Semantic Technology Conference im Jahr 2009 in Wien oder mit dem ICT Finance Market Place Award 2010 in Brüssel von EU-Vizepräsidentin Neelie Kroes. 2010 wählte das österreichische Wirtschaftsmagazin "Gewinn" Flimmit unter die Top-10-Jungunternehmer und im gleichen Jahr reüssierte das Unternehmen auch beim Red Herring Top 100 Europe Award in Paris.

+++ BILDMATERIAL +++

Das Bildmaterial steht zur honorarfreien Veröffentlichung im Rahmen der redaktionellen Berichterstattung auf <http://presse.leisuregroup.at/flimmit> zur Verfügung. Weiteres Bild- und Informationsmaterial im Pressebereich unserer Website auf <http://www.leisure.at>. (Schluss)

~

Rückfragehinweis:

ORF-Unternehmenskommunikation
Alexander Horacek
Tel.: +43 1 87878-12953
<mailto:alexander.horacek@orf.at>
<http://presse.ORF.at>

trummer+team
Mag. Silke Ploderer
Tel.: +43 664 8292542
mailto:silke.ploderer@trummerundteam.at

leisure communications
Alexander Khaelss-Khaelssberg
Tel.: +43 664 8563001
mailto:akhaelss@leisure.at

Flimmit GmbH
Christian Tafart
Tel.: +43 1 892 24 63
mailto:presse@flimmit.com

~

Digitale Pressemappe: <http://www.ots.at/pressemappe/615/aom>

*** OTS-ORIGINALTEXT PRESSEAUSSENDUNG UNTER AUSSCHLISSLICHER
INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSENDERS - WWW.OTS.AT ***

OTS0197 2015-03-16/17:45

161745 Mär 15

Link zur Aussendung:

http://www.ots.at/presseaussendung/OTS_20150316_OTS0197