

## DIGITAL

**10% TV-Konsum  
auf YouTube**

WIEN. 91% der Österreicher betrachten täglich bewegte Bilder, ob lineares Fernsehen, Streams oder DVD. Für die Jungen (14–29 Jahre) spielt klassisches TV aber eine geringere Rolle als in der Gesamtbevölkerung. Fast 10% der Reichweite gehen dort auf das Konto von YouTube; auch andere Plattformen sind im Vormarsch, zeigt die neue Bewegtbildstudie. GfK befragte im Auftrag der Arbeitsgemeinschaft Teletest (AGTT) und Rundfunk und Telekom-Regulierungs GmbH (RTR) 4.000 Österreicher (Zeitraum Februar 2017). (APA)

## SERIE

**Frank Stronach  
auf YouTube**

© APA/Hans Punz

WIEN. Frank Stronach und die Medien – das ist eine schwierige Geschichte. Um seine Version „ungekürzt“ unters Volk zu bringen, startet das Team Stronach nun eine YouTube-Serie mit dem Parteigründer. „Bei Medieninterviews ist die Zeit streng limitiert, und so konnte Frank Stronach oftmals seine Gedanken nicht wirklich ausführen. Dadurch kam es zu Missverständnissen und zu ungerechtfertigter Kritik.“ (APA)



© Screenshot youtube.com/BibiBeautyPalace

**Lollipop** Das Video von Bibi zu ihrem Song „How it is (wap bap ...)“ erntete 22 Mio. Views – und eine Mio. Dislikes.

# How it really is ... wap bap ...

Beauty-Bloggerin Bibi H. kommt mit einem Song um die Ecke und erntet Häme und Dislikes.

••• Von Gianna Schöneich

KÖLN/WIEN. Bibis Beauty Palace – der Name erinnert an ein schlecht geführtes Nagel-design-Studio. Doch von einem schlechtem Job kann bei Bianca Heinicke, alias Bibi, nicht die Rede sein. Angeblich finden sich auf dem Konto der YouTuberin monatlich 100.000 € ein.

Letzten Freitag erschien ihr erster Song – „How it is (wap bap ...)“ verzeichnete mehr als 22 Mio. Views auf YouTube; gleichzeitig erntete Bibi damit auch mehr als eine Mio. Dislikes.

Den Traffic erzeugten nicht zuletzt zahlreiche Parodien des Videos oder öffentliche Kritiken – Bibis Videoclip ist derzeit der Aufreger im Web.

So erklärt der YouTuber Es-Kay in einem seiner Videos: „Die Gute kriegt es einfach hin, wirklich mit allem Geld zu machen.“ Und damit trifft er den Nagel auf den Kopf. 200

€-Uhren, Beauty-Produkte ohne Ende – vor Bibis Kamera kommt einfach alles.

**Aufmerksamkeit ist alles**

Der österreichische Blogger Christoph Teufel erklärte auf Nachfrage von medianet: „Ihrer Karriere als Bloggerin bzw. Influencerin wird das bestimmt nicht schaden. Denn so viel Aufmerksamkeit zu bekommen – etwas Besseres kann einem Influencer nicht passieren, egal ob positiv oder negativ. Aufmerksamkeit ist Aufmerksamkeit, die Leute reden drüber. Und die jüngere Gefolgschaft, die sie anhimelt, wird der Song, ob gut oder schlecht, sowieso nicht stören.“

Damit dürfte er wohl recht behalten.

Hinter Bibis Beauty Palace steckt eine eingetragene GbR mit auf YouTube einsehbarem Impressum. Koordiniert werden Bibis Aktivitäten von der Check One Two Perfect GmbH

– diese gehört dem „Gute Zeiten Schlechte Zeiten“-Schauspieler Tom Beck. Als an einem Abend ein Song der Band „SomeKindaWonderful“ in der Serie zu hören ist, wird diese am Tag darauf von Bibi in einem Twitter-Kommentar erwähnt: „Hey, ich hab eine super coole amerikanische Band entdeckt! Schaut doch mal bei SomeKindaWonderful vorbei!“ Zufälle soll es ja geben.

Doch zurück zum Video: „Das Video selbst wirkt auf mich wie ‚ich muss jetzt unbedingt auch Singer/Songwriter sein, als YouTuber werde ich das doch schaffen‘. Aber die Geschmäcker sind bekanntlich verschieden – auch die Auffassungen, wenns darum geht, was gutes und schlechtes Marketing ist“, so Teufel abschließend. Und auch in diesem Fall muss man ihm recht geben.

Ein weiterer interessanter Fakt: Bibis Lied erinnert sehr stark an das Lied „The Show“ von Sängerin Lenka. Zufall.