

**Fahrgast-TV**

# **Fahrgast TV-Kanäle Berlin, München, Leipzig, Dresden - Amazon-Tochter Audible wird Sponsor**

**Großer Vertragsabschluss für Deutschlands größten Fahrgast TV-Anbieter mc R&D: In vier der wichtigsten - darunter den beiden größten - Fahrgast TV-Kanälen wird die Amazon-Tochter Audible künftig als Sponsor das Wetter präsentieren.**

8. Dezember 2016 von [Thomas Kletschke](#)



Screen des Berliner Fenster mit Wetter-Sponsoring von Audible (Foto: mc R&D)

- teilen\_
- twittern\_
- teilen\_
- E-Mail\_

Bereits im laufenden Jahr präsentiert Audible das Wetterformat im Berliner Fenster sowie im fahrgast tv leipzig. Ab dem 1. Januar 2017 wird die Tochter des Internet-Konzerns Amazon zusätzlich auch das Wetter-Patronat in München sowie in Sachsens Hauptstadt Dresden übernehmen.

Das Wetterformat gehört laut einer repräsentativen Umfrage der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) zu den beliebtesten und reichweitenstärksten Sendungen im Fahrgastfernsehen. Sowohl im Münchner als auch im Berliner Fenster ist es Bestandteil jeder Sendeschleife des jeweiligen Infotainment-Programms aus News, Stadtinformation, Unterhaltung und Werbung. Mit den 80 Wiederholungen am Tag generiert das Wetter für Audible allein im Berliner Fenster fast 13 Millionen Werbemittelkontakte in der Woche. In dem im Ausbau befindlichen Münchner Fenster sind es im gleichen Zeitraum über 2,4 Millionen.

Dem Vermarktungsnetzwerk der mcR&D GmbH gehören Leipzig, Dresden, Berlin, München sowie Hannover an. Das Sende-Netz umfasst insgesamt 7.574 Screens, laut einer Studie der GfK generieren die Fahrgast-TV-Kanäle insgesamt über 40 Millionen Brutto-Werbemittelkontakte in der Woche.

Ohne die Stadt an der Leine – also in der deutschen Bundeshauptstadt, der Hauptstadt des Freistaats Sachsen und der bayerischen Landeshauptstadt sowie in der Literatur- und Messe-Metropole Leipzig – vermarktet mc R&D insgesamt 5.829 Screens in Fahrzeugen des Nahverkehrs (Stand: Dezember 2016). Dabei handelt es sich – je nach Standort – teilweise um Doppel-Screens sowie einzelne Screens; gezählt wird also 1 Screen gleich 1 Screen und 1 Doppel-Screen gleich 1 Screen, um eine einheitliche Vergleichbarkeit zu haben. In

Hannover hat das dortige Fahrgast-TV demnach einen Umfang von 1.745 Screens – anlässlich des 20-jährigen Jubiläums hatte der Hannoveraner Nahverkehrsbetreiber üstra die Zahl 1.728 genannt. Dies war im März 2016, so dass die kleine Differenz durch Neu-Installationen erklärbar ist. In Hannover vermarktet mc R&D zudem die elf großen Screens, die die üstra in ihren am stärksten frequentierten U-Bahnstationen installiert hat. Sie können von Agenturen und Werbungtreibenden zu den reinen Fahrgast TV-Buchungen zu-gebucht werden.

Die wichtigsten Fahrgast TV-Angebote von mc R&D sind Berlin und München. Im Berliner Fenster sind etwa 3.800 Screens (Stand: April 2016) buchbar. Nach wie vor stellt das Netz in den Verkehrsmitteln der BVG damit das bislang größte und stärkste Standbein von mc R&D dar.

Doch auch das Münchner Fenster, der Schwestersender im Freistaat Bayern wird größer. Etwa Anfang September 2016 konnte man die [Verdoppelung der bisherigen Netzwerksgröße](#) vermelden: Zu diesem Zeitpunkt waren 636 Screens in U-Bahnen sowie auch in den ersten oberirdischen Trams in Betrieb. Damit entspricht Münchens Netzgröße momentan in etwa  $\frac{1}{6}$  der Größe des Berliner Fahrgast TV-Netzes. Am Ende des weiterhin laufenden Ausbaus in München soll eine Sendernetz aus 5.500 Screens stehen, von denen die Hälfte dynamische Verkehrsinformation der MVG überträgt und die andere Hälfte das Infotainment-Programm Münchner Fenster von mcR&D. Damit würde das Münchner Fenster dann über etwa 2.750 reine Werbe-Screens verfügen.