DATEN & FAKTEN

Fahrgastfernsehen im mc R&D-Netz



KURZPORTRÄT FAHRGASTFERNSEHEN
Hohe Reichweiten, hohe Werbewirkung

Das Medium Fahrgastfernsehen erreicht mit seinen zahlreichen Touchpoints auf der Customer Journey sein Publikum ohne große Streuverluste.

Die Metropolensender Berliner Fenster, Münchner Fenster und Stuttgarter Fenster strahlen jeden Tag 20 Stunden (4–24 Uhr) ein Infotainment-programm im öffentlichen Nahverkehr aus. Der Mix aus News, Unterhaltung, Stadtinformation und Werbung ist der tägliche Begleiter von Millionen Fahrgästen.

Auf der Basis zertifizierter Daten und zeitlich flexibler Werbemöglichkeiten ist eine genaue Ziel-gruppen-Segmentierung möglich. So erreicht Ihre Botschaft in einem Qualitätsprogramm punkt-genau Ihr Publikum.

Mediadaten Berliner Fenster

- 3070 Screens in 858 U-Bahnwagen
- Reichweite:
  2,31 Mio Bruttokontakte/Tag*
  14,83 Mio Bruttokontakte/Woche**

Mediadaten Münchner Fenster

- 2664 Screens in 666 U-Bahnwagen
  1054 Screens in 152 Trambahnwagen
  1261 Screens in 731 Bussen
- Reichweite:
  1,22 Mio Bruttokontakte/Tag*
  7,89 Mio Bruttokontakte/Woche**

Mediadaten Stuttgarter Fenster

- 558 Screens in 227 Stadtbahnwagen
  270 Screens in 270 Bussen
- Fahrgastanzahl:
  617.000 Fahrgäste pro Tag***

* 8 Ausspielungen in 2-Stunden-Slots, 20 Stunden/Tag.
** 8 Ausspielungen in 2-Stunden-Slots, 20 Stunden/Tag, eine Woche lang
Quelle: Digital Media Institute (DMI), Stand: 10/2022,
auf Basis DMI Reichweitenmessung für DOOH Q4.2022
*** Quelle: SSB AG



© Alexander von Spreti, Courtesy National Gallery of Art, Washington; Gestaltung: Flo Wöhler (Screen)

KUNDEN-BENEFITS
Brand-Awareness für Millionen

- Marken-Profilierung mit Millionen-Reichweiten in einem hochrelevanten Content-Umfeld
- Buchung in Zwei-Stunden-Slots (z. B. 8–10 Uhr), wahlweise 8, 16 oder 24 Wiederholungen
- Datengestützte Selektion der Zielgruppen nach Tageszeiten: morgens und nachmittags die Berufstätigen, mittags Familien und Senioren, nachts das Partyvolk
- Freie Gestaltung des Mediaplans (Spotlänge, Laufzeit, Sendefrequenz, keine Mindest-buchungsfrequenzen). Mindestbuchung: 2 Std.
- Kampagnen on-the-fly steuerbar, kurzfristige Motivwechsel möglich
- Verlässlicher Reichweitenaufbau durch täglich wiederkehrende Nutzer
- Dauerhafte Unterstützung bei Werbegestaltung durch eigenes TV-Studio
- Kompetente Beratung bei Mediaplanung und Buchung durch den Verkauf
- Realisierung von Kampagnen ohne Vorlauf innerhalb von wenigen Tagen (Angebot, Spot-produktion, Ausstrahlung)

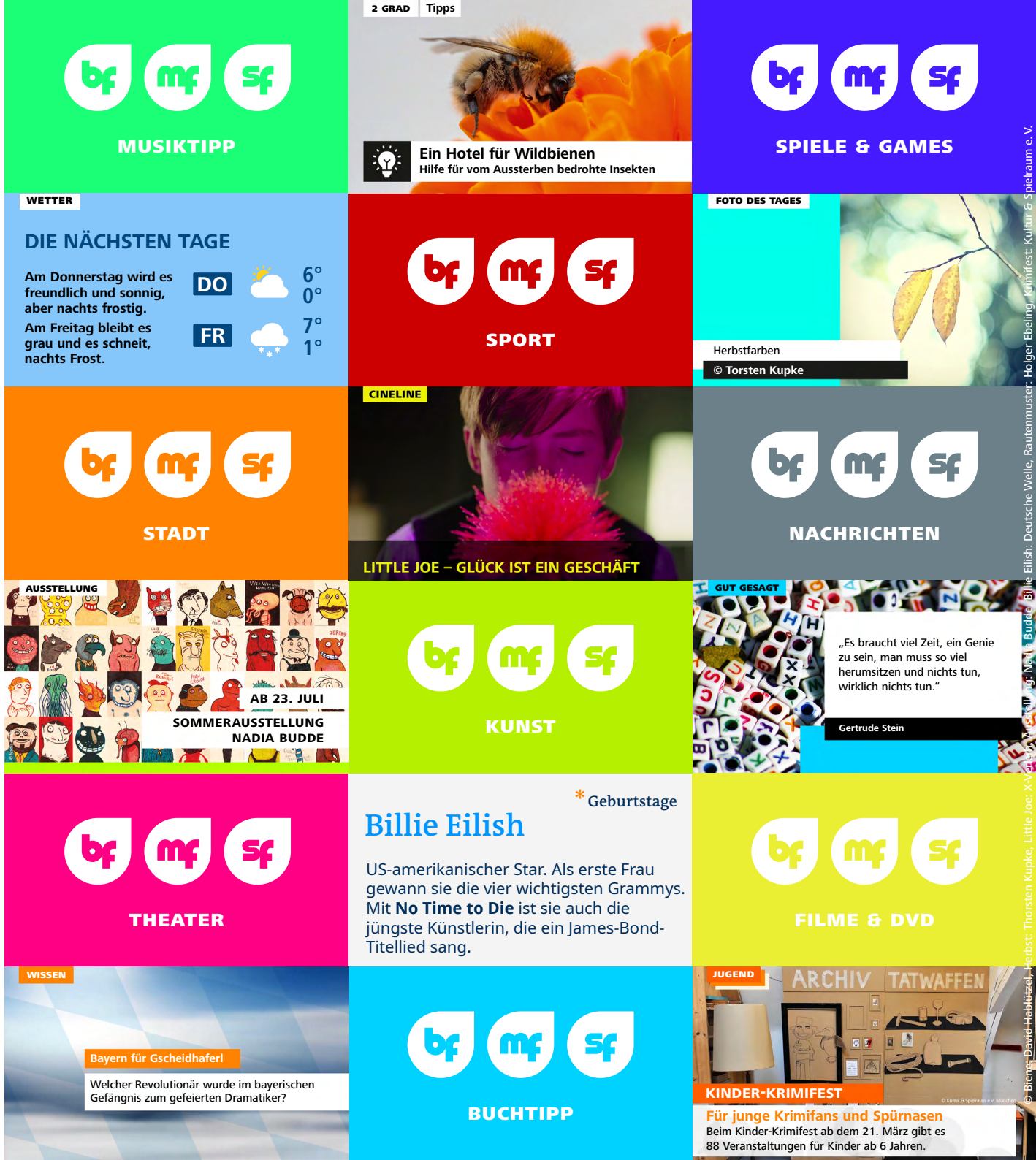


PROGRAMM
Infotainment at its best

Politik, Entertainment, Kultur, Sport, Stadtleben, Werbung – das regelmäßig aktualisierte Infotainmentprogramm der Metropolensender Berliner Fenster, Münchner Fenster und Stuttgarter Fenster bietet beste Unterhaltung.

Neben hochwertigen Eigenproduktionen liefern prominente Medienpartner – wie die Süddeutsche Zeitung, der Tagesspiegel, die Welt, der Kicker, der Bayerische Rundfunk, die Deutsche Welle, die B.Z., der SWR oder die Stuttgarter Zeitung – Programminhalte zu.

Dieses seriöse Umfeld garantiert nicht nur Brand Safety, Werbekunden können ihre Botschaften auch gezielt in bestimmten Umfeldern (Sport, News, Unterhaltung) platzieren oder Sponsorships von Formaten übernehmen.



TARIFE UND BUCHUNG
Einfach online planen

Ob in den frühen Morgenstunden, spät nachts oder zur Rush Hour – die Metropolensender Berliner Fenster, Münchner Fenster und Stuttgarter Fenster erreichen zu jeder Zeit Hunderttausende von Fahrgästen.

Das flexible Buchungssystem des Mediums Fahrgastfernsehen gibt dem Kunden folgende Wahlmöglichkeiten:

- den Ort (München, Berlin, Stuttgart – als Einzel- oder Kombinationsbuchung sowie das gesamte mcrud-Netz mit Leipzig, Dresden, Chemnitz und Bremen)
- die Laufzeit (ab einem Tag unbegrenzt)
- die Sendefrequenz (Spotwiederholung 8, 16, 24 mal im 2-Stunden-Time-Slot)
- die Uhrzeit (20 Stunden am Tag, 7 Tage die Woche)
- die Spotlänge (ab 10 Sekunden)
- das Programm-Umfeld (Cineline, Buchtipp etc.)

Hier finden Sie unseren Mediaplaner:
https://mcrud.de/mediaplaner



© Shutterstock/Rido

PATRONATSFORMATE UND SPONSORSHIPS
Plattformen für Marken-Botschaften

Brand-Awareness für Millionen bieten die Patronate und Sponsorships der Premiumformate von Berliner Fenster, Münchner Fenster und Stuttgarter Fenster:

- **DAS WETTER** – das Format mit der aktuellen Wetterlage und der Preview für die kommenden Tage genießt die höchste Awareness bei den Zuschauern. Grafisch den Sehgewohnheiten des Publikums angepasst und in hoher Frequenz gesendet, transportiert das Format eine Botschaft, die jeden interessiert.

- Einmal sein Foto einem Millionen-Publikum präsentieren – diese Möglichkeit bietet das user-generated-Format **FOTO DES TAGES**. Täglich überrascht die Sendung die Fahrgäste mit einem neuen Motiv. Ein echter Hingucker mit hohen Sympathiewerten.

- Reisen, Wohnen, Konsumieren – das Thema Nachhaltigkeit durchdringt alle Lebensbereiche. Das Öko-Magazin **2 GRAD** gibt Tipps für ein Leben, das auch morgen noch lebenswert ist – kompakt, verständlich, alltagstauglich. *

So können Sie Ihre Marke und Produkte mit einem Patronat kombinieren und vom universellen Content der Formate profitieren:

- Presenting von Marke und Produkten im Intro und Outro der Patronate

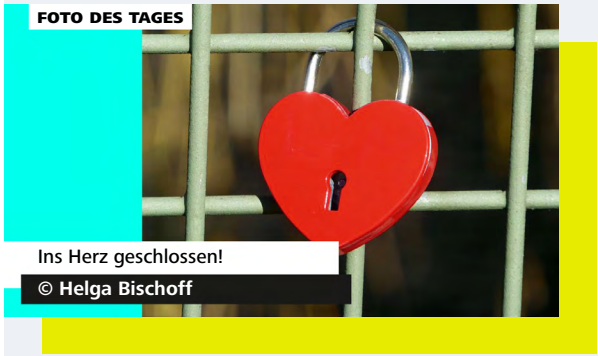
- Eigenes Wording und Corporate Design

- Möglichkeit des regelmäßigen Updates von Auftritt und Botschaft (Tag, Woche, Monat)

- Freie Auswahl bei Laufzeit (Monat, Quartal, Jahr), Sendefrequenz und Spotlänge

- Automatisierte Aktualisierung dank CMS







* Zu jedem Patronatsformat ist bei unserem Vertrieb auf Anfrage ein detailliertes Factsheet erhältlich mit Reichweitenangaben, Tarifen …

© Herz: Helga Bischoff, Baum: pixabay/Felix Mittermeier

BERATUNG VON ANFANG AN
Expertise für hochwertige Werbung

Bei der Gestaltung einer Werbekampagne im Fahrgastfernsehen werden unsere Kunden von Beginn an von einem qualifizierten Team aus Technikern, Grafikern sowie Media- und Verkaufsexperten umfassend betreut. Anschließend wird sie, fokussiert auf die jeweilige Zielgruppe, von einem TV-Studio im Herzen Berlins in den Metropolsendern Berliner Fenster, Münchner Fenster und Stuttgarter Fenster per WLAN und LTE in U-Bahn, Trambahn und Bus ausgespielt – minutenschnell aktualisiert und in bestechender High-Definition-Qualität (HD).

- Spotproduktion in allen visuellen Formaten (Video, Standbild, Slide-Show etc.)
- Preisgünstige Produktion auf der Grundlage bestehender Werbematerialien (Video, Bilder, Plakat, Flyer etc.)
- Dauerhafte Beratung während des gesamten Kreativprozesses
- Schnelle und unkomplizierte Produktions- und Freigabeprozesse
- Realisierung von Werbekampagnen von Materialanlieferung, Spotproduktion und Freischaltung ohne Vorlauf innerhalb weniger Tage



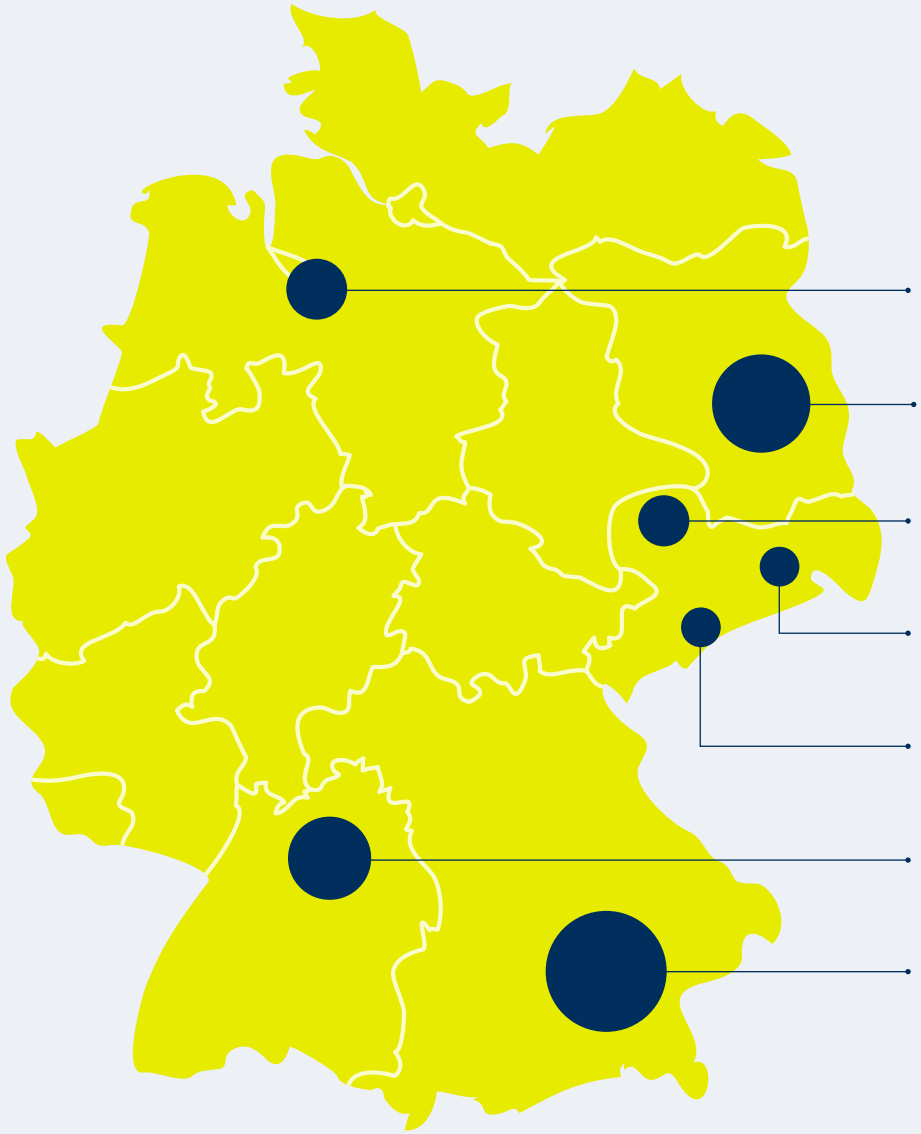
© Somer Abbass Yacoub

mcrud-GESAMTNETZ
Sieben Städte, eine Buchung

Neben den Metropolensendern Berliner Fenster, Münchner Fenster und Stuttgarter Fenster umfasst das Netzwerk der mcrud GmbH, Deutschlands größtem Vermarkter von Fahrgastfernsehen, noch die Städte Leipzig, Dresden, Chemnitz und Bremen.

Nach dem Prinzip One-Face-to-the-Customer können alle Städte in beliebiger Kombination über das Vertriebsteam von Berliner, Münchner und Stuttgarter Fenster gebucht werden.

FAHRGASTFERNSEHEN IN DEN VERKEHRSMITTELN
Anzahl der Fahrzeuge und Screens



Bremen Tram BUS
219 Fahrzeuge, 967 Screens

Berlin U
858 Fahrzeuge, 3070 Screens

Leipzig Tram BUS
470 Fahrzeuge, 1819 Screens

Dresden Tram BUS
210 Fahrzeuge, 860 Screens

Chemnitz BUS
59 Fahrzeuge, 167 Screens

Stuttgart U BUS ZACKE
497 Fahrzeuge, 828 Screens

München U Tram BUS
1549 Fahrzeuge, 4979 Screens

mcrud-REICHWEITEN
Die Zahlen auf einen Blick

Als One-to-Many-Medium generiert Fahrgastfernsehen sehr hohe Reichweiten und wird zu jeder Tageszeit von Hunderttausenden von Fahrgästen auf ihren Wegen im ÖPNV gesehen.

Dank einer gemeinsam mit dem Institute for Digital Out of Home (IDOOH) aus München durchgeführten repräsentativen Studie sind die hohen Reichweiten der Metropolsender der mcrud GmbH mit entsprechenden Kontaktdaten qualifiziert.
So ist jede in den Fahrgast-TV-Kanälen Berliner, Münchner und Stuttgarter Fenster ausgestrahlte Kampagne mit demografischen Daten der jeweiligen Zielgruppe hinterlegt. Streuverluste können auf dieser Datenbasis mit Hilfe eines intelligenten Mediaplans konsequent vermieden bzw. minimiert werden.

Die Kombination aus zertifizierten Kontaktdaten und hervorragender Programmqualität macht aus Fahrgastfernsehen damit ein Medium, dessen herausragende Werbepower innerhalb der digitalen Außenwerbung (DOOH) ihresgleichen sucht.

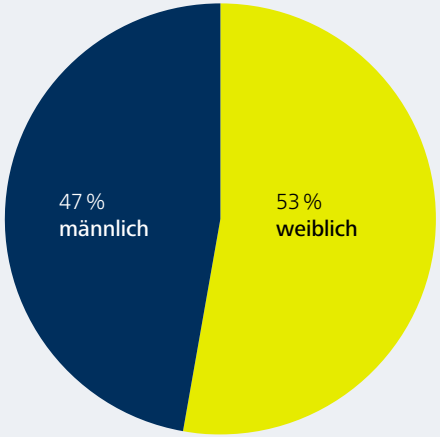
*** Quelle:**
Public & Private Screens 3.0 Studie, Institute for Digital Out of Home Media GmbH (IDOOH), Stand 12/2025

WERBETRÄGER-BRUTTOKONTAKTE MO BIS SO*
Qualifizierte Reichweiten und demografische Bevölkerungsdaten

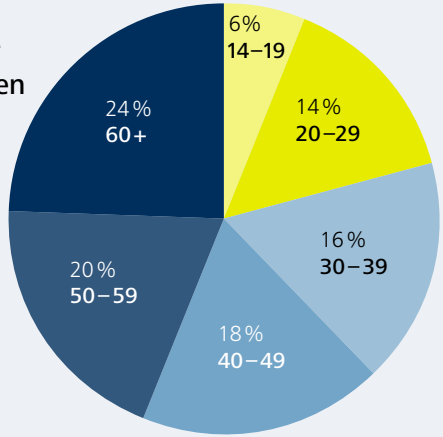
Werbemittelkontakte in der Gesamtbevölkerung über 14 Jahre

34,2 Mio

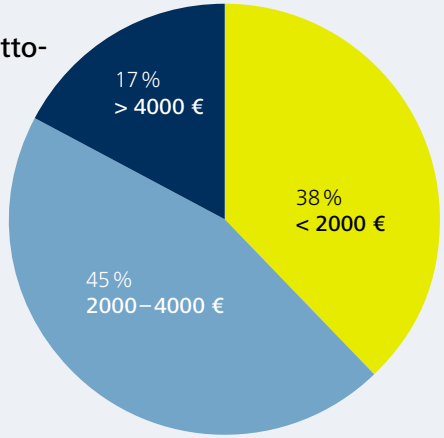
Geschlecht



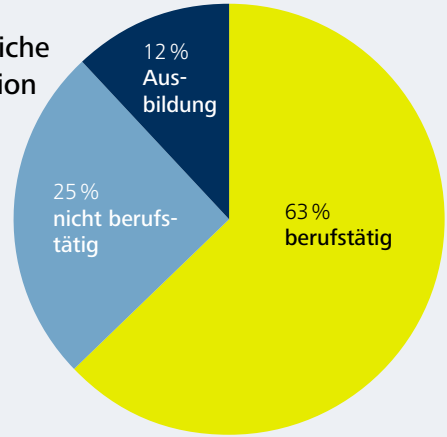
Alters-gruppen



Haushaltsnetto-einkommen



Berufliche Situation



REZEPTION FAHRGAST-TV
Studiendaten

Bei repräsentativen Befragungen der Verkehrsbetriebe erhält das Medium Fahrgastfernsehen stets herausragende Bewertungen. Der Erfolg bei den Fahrgästen resultiert aus der genauen Anpassung des Infotainmentprogramms an die Rezeptionssituation im öffentlichen Nahverkehr. So ist die Dramaturgie der Programmabfolge und die Länge der einzelnen Beiträge auf ein in hoher Frequenz wechselndes Publikum abgestimmt. Das eigens für das Fahrgastfernsehen entwickelte Programmdesign sowie modernste Übertragungstechnik (WLAN, DAB etc.) sorgen für hervorragende Bildqualität und einen gleichbleibend hohen Aktualisierungsgrad.

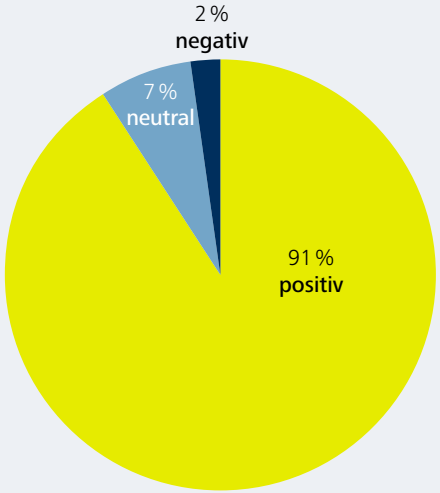
Vor allem während der größten Nutzungszeiten (Rush hour) sorgt ein massentaugliches Mainstream-Programm dafür, dass alle Teile des Publikums erreicht werden, wobei die Inhalte dem Tagesrhythmus und der Interessenlage der Zuschauenden während der 20-stündigen Sendedauer folgen: Morgens mehr Nachrichten und Stadtinformation, abends mehr Unterhaltung, Lifestyle etc. Ein solch technisch und inhaltlich ausgereiftes, breit akzeptiertes Programm bietet das ideale Umfeld für die werbungstreibende Wirtschaft.

*** Quelle:**
SWM/MVG Mehrthemenbefragung 2023, SINUS

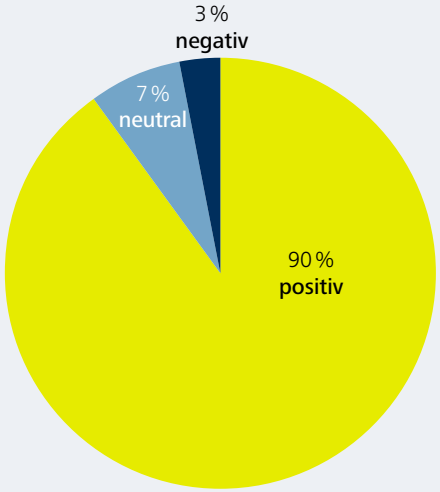
FAHRGÄSTE MÖGEN FAHRGASTFERNSEHEN*
Daten aus den U-Bahnen, Bussen und Trambahnen

Bewertung des Vorhandenseins der Bildschirme

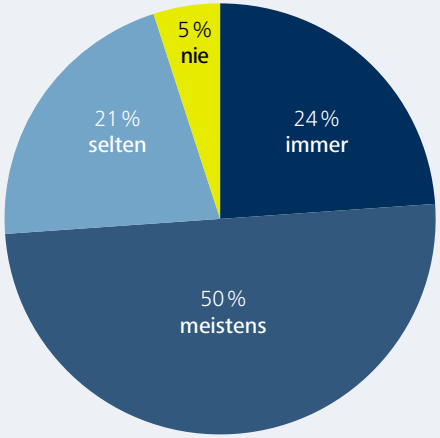
U-Bahnen

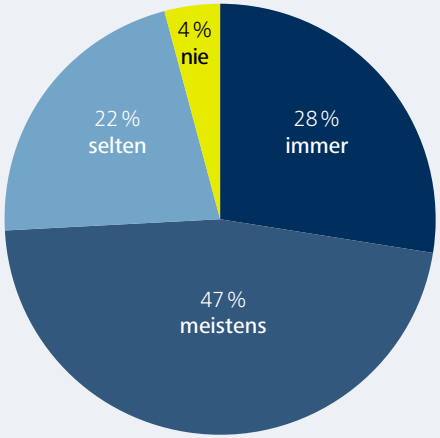


Busse und Trambahnen



Nutzung Fahrgastfernsehen





KONTAKT
Ihr Draht zu uns

Standort Berlin

Thomas Kalwait
Vertriebsleitung
T +49 [0]30 817 98 59 23
thomas.kalwait@mcrud.de

Katharina Warning
Vertrieb
T +49 [0]30 817 98 59 42
katharina.warning@mcrud.de

Fred Kuhaupt
Studioleiter
T +49 [0]30 817 98 59 10
fred.kuhaupt@mcrud.de

Rita Burkert
Leitung Unternehmenskommunikation
T +49 [0]30 817 98 59 43
rita.burkert@mcrud.de

Standort München

Klaus Wieking
Niederlassungsleiter Süd
T +49 [0]89 45 21 31 77
klaus.wieking@mcrud.de

Petra Reinheimer
Key Account Managerin
T +49 [0]89 45 21 31 78
petra.reinheimer@mcrud.de

Timur Akhmedov
Vertrieb Stuttgart
T +49 [0]89 45 21 68 79
timur.akhmedov@mcrud.de

Standort Berlin
mc R&D GmbH
Hauptstraße 3
10827 Berlin

Standort München
mc R&D GmbH
Claude-Lorrain-Straße 7
81543 München

Website
https://mcrud.de

Stand 2026