

mcR&D GmbH
PRESSEINFORMATION

Amazon-Tochter wird Wetter-Sponsor in vier Fahrgast-Kanälen

Audible setzt voll auf Fahrgastfernsehen

Berlin, den 7.12.2016



Vier Städte, ein Millionen-Publikum: Audible weitet seine Werbe-Engagement in Fahrgastfernsehen deutlich aus. Der in Berlin ansässige Anbieter von Hörbüchern zum Download übernimmt 2017 das Wetter-Patronat bei den Fahrgast-TV-Kanälen in Berlin, München, Leipzig und Dresden. Alle vier TV-Sender gehören dem Netzwerk der mcR&D GmbH an.

Bereits im laufenden Jahr präsentiert Audible das Wetterformat im Berliner Fenster sowie im Fahrgast tv leipzig – mit Erfolg, denn 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. „Fahrgast-Fernsehen ist für die Präsentation unserer Marke und unseres Produktportfolios ideal“, erklärt Boris von Kürthy, Senior Manager Acquisition Marketing. „Das Medium bietet hervorragende Reichweiten bei einem ausgezeichneten Tausender-Kontakt-preis-Verhältnis“, so Kürthy weiter.

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 pro Woche fast 13 Millionen Werbemittelkontakte in der Woche. In dem im Ausbau befindlichen Münchner Fenster sind es im gleichen Zeitraum über 2,4 Millionen.

Das Layout der Sendung wird dem Corporate Design der Download-Plattform angepasst, über ein modulares System kann Audible täglich die Werbemotive sowie die vorgestellten Produkte aktualisieren. Boris von Kürthy: „Diese Flexibilität ermöglicht uns in vier hochattraktiven Städten einen täglich neuen und frischen Auftritt.“

Für Andreas Orth, Geschäftsführer der mcr&d GmbH, unterstreicht das dauerhafte Engagement eines namhaften Unternehmens wie Audible die Attraktivität von Digital out of Home (DooH), speziell von Fahrgastfernsehen. Wir bieten, was große Marken suchen: Reichweite, Emotionen, bewegte Bilder und durch die lange Verweildauer der Fahrgäste eine ideale Rezeptionssituation“, so der Manager. Anders als andere Medien, die gegen sinkende Reichweiten zu kämpfen haben, sieht Orth Fahrgastfernsehen weiter im Aufwind. „Metropolen wie Berlin, München, Dresden und Leipzig wachsen weiter. Außerdem verzichten gerade immer mehr junge Menschen auf ein Auto und nutzen den öffentlichen Nahverkehr.“

Dem Vermarktungsnetzwerk mcr&d GmbH gehören Leipzig, Dresden, Berlin, München sowie Hannover an. Das Sendernetz umfasst insgesamt 7574 Bildschirme, laut einer Studie der GfK generieren die Fahrgast-TV-Kanäle insgesamt über 40 Millionen Brutto-Werbemittelkontakte in der Woche.

Rita Burkert · Unternehmenskommunikation · mc R&D GmbH
Hauptstraße 3 · D- 10827 Berlin
Tel.: + 49 [0] 30-817 98 59 43 · rita.burkert@mcrud.de

mcR&D GmbH
PRESSEINFORMATION

Das Fahrgastfernsehen Münchner Fenster verdoppelt seine Reichweite

Doppelte Reichweite

München, 30.8.2016



Das Fahrgastfernsehen Münchner Fenster verdoppelt seine Reichweite: Das Infotainment-Programm wird ab dem 1. September 2016 nicht nur offiziell in der U-Bahn der bayerischen Landeshauptstadt ausgestrahlt, sondern auch in 50 Zügen der Trambahn.

Bislang wurde das Fahrgastfernsehen Münchner Fenster in 84 U-Bahnfahrzeugen (42 Doppeltriebwagen) auf 336 Screens ausgestrahlt. Jetzt ist der Schwestersender des erfolgreichen Fahrgastfernsehens Berliner Fenster auch überirdisch in 50 Trambahnen der Münchner Verkehrsgesellschaft (MVG) zu sehen. Damit wächst das Sendesystem, auf dem das Infotainment-Programm aus Nachrichten, Stadtinformation, Unterhaltung und Werbung ausgestrahlt wird, auf insgesamt 636 Screens. „Durch den Reichweitenausbau wird das Münchner Fenster zu einem wichtigen Player im Markt der digitalen Außenwerbung“, erläutert Andreas Orth, Geschäftsführer der Berliner Fenster GmbH und der Vermarktungsagentur mcR&D GmbH. „Mit unserem hochwertigen Programm erreichen wir bereits heute jede Woche Hunderttausende von Münchnern.“ Laut einer repräsentativen Untersuchung der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK), Wiesbaden, generiert das Münchner Fenster in U-Bahn und Tram jetzt über 7,3

Millionen Werbemittelkontakte in der Woche. Die Ausstrahlung in den 50 Trambahnen ist nur ein Reichweitenschritt, dem weitere folgen sollen. Die MVG plant den gesamten öffentlichen Nahverkehr, was U-Bahn und Trambahn angeht, mit Fahrgastfernsehen auszustatten. Am Ende des Ausbaus soll ein Sendernetz aus 5.500 Screens stehen, von denen die Hälfte dynamische Verkehrsinformationen der MVG überträgt und die andere Hälfte des Infotainment-Programms München Fenster.

Das München Fenster ging Ende 2013 in der Münchner U-Bahn an den Start und wird seitdem sukzessive ausgebaut. Zu den Medienpartnern, die Programm-Inhalte liefern, gehören Qualitätsmedien wie die Süddeutsche Zeitung, der BR und das Fußball-Magazin Kicker. Außerdem produziert das München Fenster im eigenen TV-Studio eigene Programmformate. Zu den Kunden, die bereits Werbung im Fahrgastfernsehen gebucht haben, gehören Unternehmen wie BMW, die Amazon-Tochter Audible, der Telekommunikationskonzern O² und Lotto Bayern, aber auch viele Kulturanbieter wie etwa die Münchner Pinakotheken oder die Staatsoper.

Das München Fenster gehört zum mcR&D-Netzwerk aus Fahrgast-TV-Sendern in den Städten Berlin, München, Leipzig, Dresden, Hannover und Hamburg. Insgesamt vermarktet die mcR&D aktuell 7.571 Screens in 2.175 Fahrzeugen. Die wöchentliche Zahl der Werbemittelkontakte liegt bei über 52 Millionen brutto. Damit ist die mcR&D der größte Vermarkter von Fahrgastfernsehen in Deutschland. Hauptsitz der GmbH ist Berlin, Geschäftsführer und alleiniger Gesellschafter ist Andreas Orth.

Pressekontakt:

Rita Burkert
Unternehmenskommunikation
mc R&D GmbH

Hauptstraße 3
D- 10827 Berlin

Tel.: + 49 [0] 30-817 98 59 43
rita.burkert@mcrod.de

mcR&D GmbH

PRESSEINFORMATION

Dritte Kooperation von Berliner Fenster mit der re:publica

re:publica fährt U-Bahn: Fahrgastfernsehen Berliner Fenster und re:publica informieren Millionen Fahrgäste

Berlin, 4.4.2016

Deutschlands größtes Fahrgastfernsehen und Deutschlands wichtigste Konferenz zur digitalen Gesellschaft kooperieren erneut: Wie in den beiden Vorjahren berichtet das Berliner Fenster ausführlich über die Jubiläums-re:publica (2. – 4. Mai).

Die 1,5 Millionen Fahrgäste, die täglich die Berliner U-Bahn nutzen, werden somit an die Themen der digitalen Gesellschaft herangeführt. Zur Berichterstattung über die Digital-Konferenz gehören u.a. Tipps und Tools zur Privatsphäre und Sicherheit im Netz, die jeden Fahrgast angehen.

Ab heute, dem 4. April, wird einen Monat lang der neue re:publica-Trailer auf allen 3.800 U-Bahn-Screens des Berliner Fensters zu sehen sein. Er weist auf die Konferenz im Mai in der STATION Berlin hin. Die Veranstaltung, die dieses Jahr zum zehnten Mal stattfindet, blickt auf Themen und Schwerpunkte vergangener Jahre zurück. Gemeinsam mit den BesucherInnen der re:publica werden Zukunftsvisionen entwickelt und Diskurse geführt, denn Partizipation und Engagement bleiben die Koordinaten in einer Gesellschaft im digitalen Zeitalter. TEN ist NET lautet 2016 das Motto der Konferenz.

Während der drei Veranstaltungstage füllt die re:publica die Sendeschleife des Berliner Fensters mit Inhalten der Konferenz und aus der digitalen Gesellschaft.

Die Redaktionen der re:publica und netzpolitik.org liefern in Zusammenarbeit mit den SchülerInnen der Deutschen Journalistenschule (DJS) in München Informationen zu den Speakern, Konferenz-Updates, Sicherheitstools & -tipps für jeden User und Userin, Buchempfehlungen zu Internet-Themen und Einiges mehr. Die Infos werden für jedermann leicht verständlich in Zusammenarbeit mit der Redaktion des Berliner Fensters in präzisen Kurz-Beiträgen aufbereitet. Auch die Kommunikation aus den sozialen Netzwerken kommt nicht zu kurz: Wie in den zwei Jahren zuvor, werden erneut Wort- und Bildbeiträge aus Twitter und Instagram über die Doppelscreens auf allen U-Bahn-Linien zu sehen sein.

Der #rpTEN-Trailer ab 4. April auf allen U-Bahn-Screens:

<https://www.youtube.com/watch?v=tQKY0GJfSic> (Online-Version)

„Wir freuen uns, unsere Zusammenarbeit mit re:publica auch im Jubiläumsjahr fortzusetzen und digitale Themen einem breiten Publikum nahebringen zu können. Der digitale Wandel der Alltags- und Berufswelt geht uns alle an. Mit der Berichterstattung über den Kongress „Ten ist Net“ trägt das Berliner Fenster dazu bei, eine Brücke zwischen digitaler Expertise und Alltagswelt zu schaffen und Aufklärung zu leisten“, erklärt Andreas Orth, Geschäftsführer und alleiniger Gesellschafter des Berliner Fensters.

Andreas Gebhard, Gründer und Geschäftsführer der re:publica, erklärt: „Die Kooperation mit

dem Berliner Fenster in den letzten zwei Jahren war ein großer Erfolg und hat erneut gezeigt, wie wichtig und relevant die re:publica-Inhalte für ein großes Publikum sind. Sowohl die Konferenz als auch Berlin werden immer internationaler und so wird es die Inhalte auch in diesem Jahr wieder auf Deutsch und Englisch geben. Damit erreichen wir täglich rund 1,5 Millionen Fahrgäste mit unseren Beiträgen und können so informieren und aufklären.“

Über das Berliner Fenster:

Das Berliner Fenster ist der größte Fahrgastfernsehsender Deutschlands und strahlt sein Infotainment-Programm seit 15 Jahren erfolgreich im gesamten Berliner U-Bahnnetz aus. Dafür stehen rund 3.800 Doppelmonitore in den U-Bahnwagen zur Verfügung. Mit seinem Programm aus Nachrichten, Magazinformaten und Werbung erreicht das Berliner Fenster laut einer repräsentativen Befragung der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) rund 1,5 Mio Fahrgäste täglich und generiert in der Woche über 40 Mio Brutto-Werbekontakte. Das Berliner Fenster wird von der Vermarktungsgesellschaft mcR&D vermarktet. Seit Ende 2013 baut die mcR&D mit dem Münchner Fenster auch in der bayerischen Landeshauptstadt einen Fahrgast- Fernsehkanal im U-Bahn- und Straßenbahnnetz auf. Am Ende des Rollouts wird das Sendernetz rund 5.500 Doppelmonitore umfassen.

Über die re:publica:

Die re:publica ist die größte Konferenz zu den Themen Internet und digitale Gesellschaft in Europa. Sie versammelt mehr als 7.000 TeilnehmerInnen, um über die Themen der vernetzten Gesellschaft zu diskutieren. BloggerInnen treffen auf PolitikerInnen, WissenschaftlerInnen auf UnternehmerInnen, KünstlerInnen auf Aktivistinnen. Die Gesellschafter der republica GmbH, newthinking communications und der Spreeblick Verlag, beschäftigen sich seit mehr als einem Jahrzehnt mit netzpolitischen Themen und digitaler Kultur und Gesellschaft. Sie betreiben zwei der bekanntesten Blogs in Deutschland: netzpolitik.org und spreeblick.com. Die zehnte re:publica findet vom 2. bis 4. Mai 2016 in der STATION-Berlin statt.

Rita Burkert
Unternehmenskommunikation
mc R&D GmbH

Hauptstraße 3
D- 10827 Berlin

Tel.: + 49 [0] 30-817 98 59 43
rita.burkert@mc crud.de