

Fahrgast-TV geht auf Sendung

Nach Corona-Ausfällen: MVG hofft auf Werbeeinnahmen

Hat der FC Bayern das Spiel eigentlich gewonnen? Wer das wissen will und gerade U-Bahn fährt, muss das Handy schon lange nicht mehr zücken. Das Ergebnis flimmert dort genauso wie Haltestellen, Anschlusszüge oder Verspätungen über die Bildschirme. Das „Fahrgast-Fernsehen“ der MVG hat aber auch Nachrichten, unnützes Wissen und Kulturtipps im Programm – und wird künftig auch im Bus laufen.

„Nach den U- und Trambahnen rüsten wir jetzt in den nächsten Wochen auch 650 Busse mit Bildschirmen

600 Busse werden nachgerüstet

aus“, sagt Ingo Wortmann, Vorsitzender der Geschäftsführung der MVG. „Wir können unsere Fahrgäste so ideal über Fahrplanänderungen informieren. Baustellen wird es immerhin auch 2022 wieder viele geben.“ Umfragen hätten gezeigt, dass bis zu 90 Prozent der Fahrgäste das Infotainment, also das Angebot aus Information und Unterhaltung, nutzen. „Eine Sendeschleife dauert 15 Minuten, und so lange bleibt ein Fahrgast im Durchschnitt auch an Bord“, sagt Wortmann.

880 000 Euro investiert die MVG in die neuen Bildschirme. Das Berliner Unternehmen mcr&d vermarktet sie unter dem Namen „Münch-



Links die Information, rechts die Unterhaltung: In Zukunft läuft das „Fahrgast-TV“ der MVG auch im Bus. FOTOS: SCHMIDT



Hofft auf Einnahmen: MVG-Chef Ingo Wortmann.

ner Fenster“ – immerhin können Firmen hier auch Werbung schalten. Am Umsatz wird die MVG beteiligt. „Nach den Ausfällen in der Corona-Zeit müssen wir jedem Euro hinterlaufen“, sagt Wortmann. „Durch die Werbeeinnahmen können wir die Bildschirme nicht nur refinanzieren, sondern auch daran verdienen.“

Das Bundesverkehrsministerium hat die Beschaffung der Hardware im Rahmen des Soforthilfeprogramms „Saubere Luft“ gefördert. „Ohne diesen Fallschirm hätten wir bestimmt nicht 650 Busse nachrüsten können“, so Wortmann. **C. SCHRAMM**