



Der Erfinder des U-Bahn-Fernsehens Hinter den Kulissen des „Berliner Fensters“

Wie kommt man auf die Idee, 3800 Fernseher an die U-Bahn-Decken zu schrauben? Wie funktioniert die Übertragung in Waggons, die mehrere Jahrzehnte alt sind? Eine Begegnung mit dem Erfinder.

Von Simon Schwarz
Stand: heute, 10:02 Uhr



KOMMENTAR



Andreas Orth ist der Mann, der Ende der 1990er-Jahre die Idee hatte, 3800 Fernseher an die Decken der Berliner U-Bahnen zu schrauben. Der Tagesspiegel soll seinerzeit gespottet haben, die BVG verwandele ihre Waggons in eine „blaue Grotte“. Es ist einer der ersten Sätze, die der junge Reporter der Zeitung zu hören bekommt, als Orth ihn in seinem Büro in Schöneberg empfängt.

Anlass des Besuchs ist eine Programmänderung: Seit dem 1. Oktober kuratiert der Tagesspiegel die überregionalen Nachrichten im „Berliner Fenster“. So werden die Monitore genannt, über die das „Fahrgastfernsehen“ läuft. Zuvor hatte die „Welt“ vom Axel-Springer-Verlag den überregionalen Bereich bespielt. Die „B.Z.“ vom gleichen Verlagshaus schaltet weiterhin die regionalen Nachrichten.

Das mit der „blauen Grotte“ wurmt Orth bis heute. Der studierte Kommunikationswirt sieht in seinem Infotainment-Programm keine Werbeschleuder. „Wir produzieren ein Programm mit ganz vielen unterschiedlichen Partnern in höchster journalistischer, informativer Qualität und bündeln das in einem durch Werbung refinanzierten Kanal. Das ist der Traum von all denen, die in den 80er-Jahren von einem Offenen Kanal geträumt haben.“

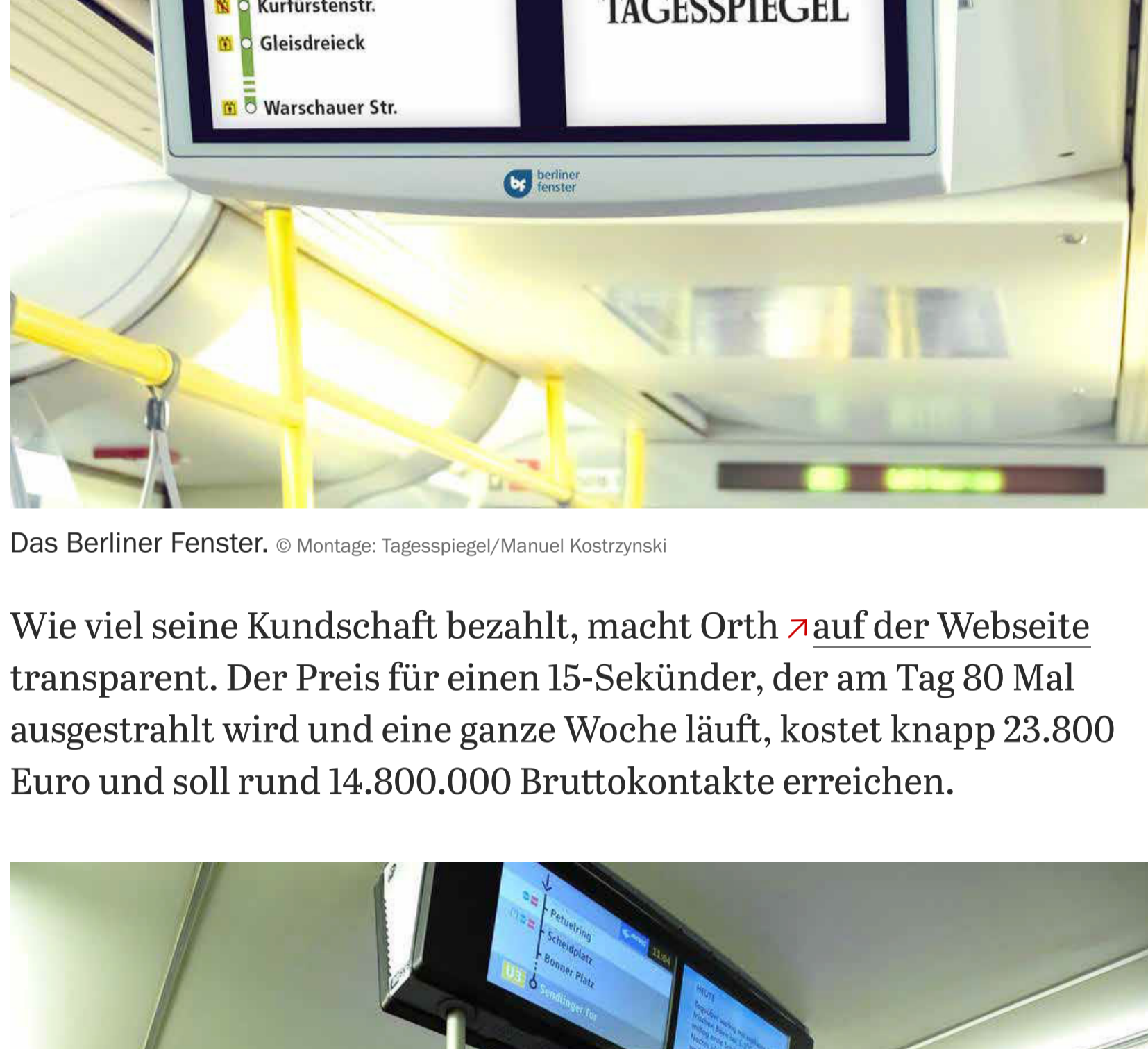


Andreas Orth, Chef des „Berliner Fensters“. © mc R&D GmbH

In der Tat ist sein Kanal keine Dauerwerbeseite. Orth beschäftigt eine eigene Redaktion, die die Inhalte überwacht und selber Content erstellt, unter anderem Quizze. Bis 2014 veranstaltete Orth über die Doppelmonitore auch ein eigenes Kurzfilmfestival parallel zur Berlinale. Zudem behält sich seine Firma vor, nicht jeden Werbekunden zu schalten, der sich einbuht. Sexismus oder Gewaltverherrlichung sind tabu. Ton war es von Beginn an: „Bildern können die Fahrgäste durch Wegsehen immerhin ausweichen.“

Die Erfindung des Fahrgastfernsehens

Aber Romantik hin oder her, die Währung von Orths Fahrgastfernsehen ist die der Werbebranche – und die bemisst sich an den Bruttokontakten. Pro Tag kommt das „Berliner Fenster“ auf rund 2,31 Millionen davon. Die Zahl ist so hoch, weil ein Fahrgast auch mal umsteigt und anschließend wieder fernsieht. Die beste Sendezeit ist die Rushhour. Dann fahren die meisten Menschen U-Bahn.



Das Berliner Fenster. © Montage: Tagesspiegel/Manuel Kostrzynski

Wie viel seine Kundschaft bezahlt, macht Orth auf der Webseite transparent. Der Preis für einen 15-Sekünder, der am Tag 80 Mal ausgestrahlt wird und eine ganze Woche läuft, kostet knapp 23.800 Euro und soll rund 14.800.000 Bruttokontakte erreichen.



Eröffnung des „Münchner Fensters“ im Jahr 2013. © mc R&D GmbH

Wie kam er eigentlich auf die Idee mit dem U-Bahn-Fernsehen? Die hatte ursprünglich ein Professor namens Siegle, sagt er. Siegle versorgte 1997 zum ersten Mal einen Zug auf der Strecke zwischen Frankfurt am Main und Saarbrücken mit Bewegtbild. Orth erkannte das Potenzial und verband die Technik mit dem Witz, das Ganze lautlos anzubieten. Ab dem Jahr 2000 fuhren in der U-Bahn die Fernseher mit.

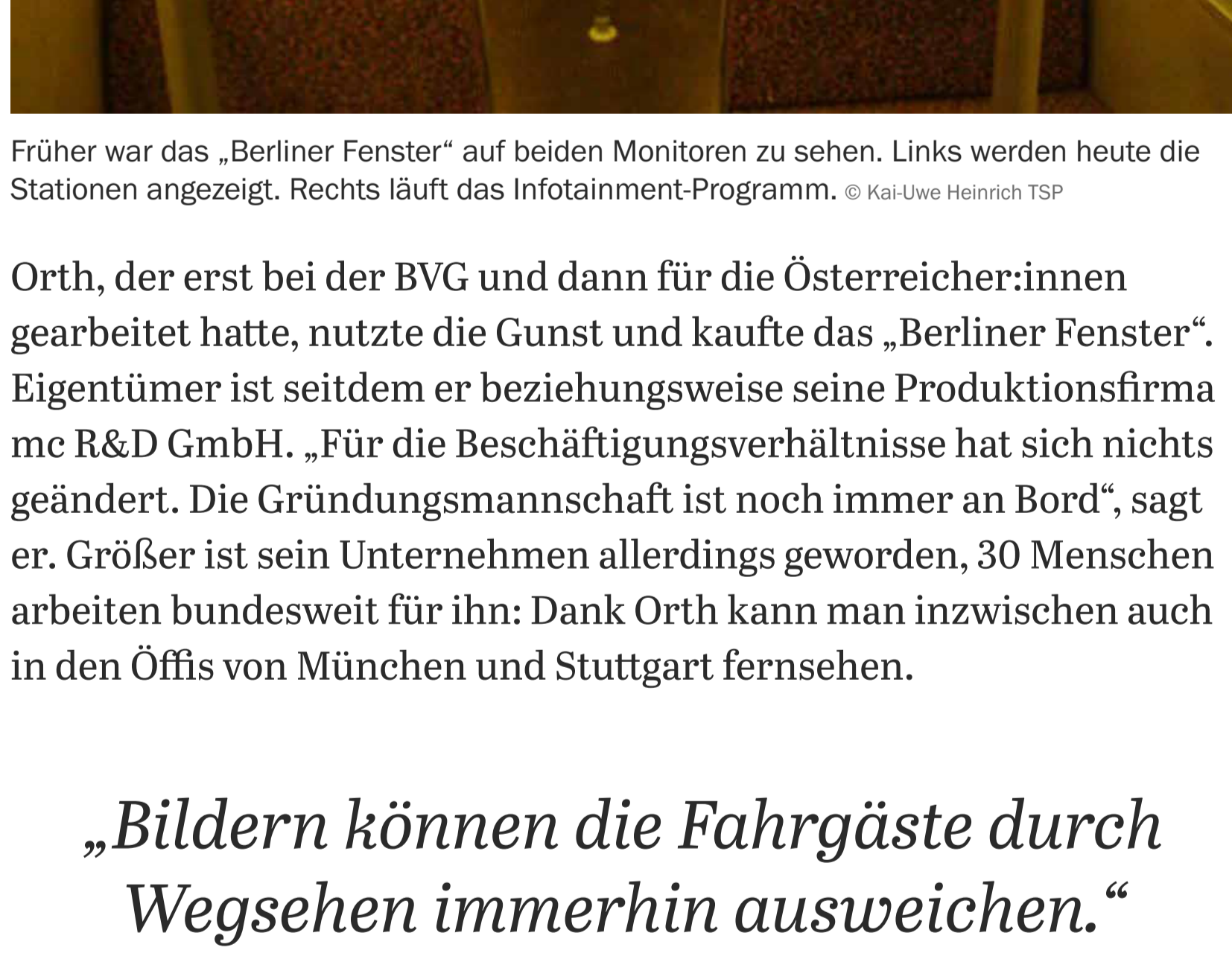
3204

Monitore des „Berliner Fensters“ fahren in Berlins U-Bahnen derzeit mit.

40 Millionen D-Mark habe die Anschaffung der Geräte damals gekostet, erinnert sich Orth. Heute hat die BVG weniger Fahrzeuge im Einsatz, deshalb ist die Zahl der Bildschirme etwas kleiner geworden. Sie sind in 992 von insgesamt 1200 U-Bahn-Zügen verbaut.

2005 hat die BVG sein Fenster verramscht

Zum Start war die BVG Gesellschafter des „Berliner Fensters“. 2005 verramschte es seine „Verlustbringer“, wie der Tagesspiegel seinerzeit schrieb: Fast 13 Millionen Euro Miese soll das Fahrgastfernsehen der BVG in den fünf Jahren zuvor eingebracht haben. Den Zuschlag erhielt der bisherige Partner, die österreichische Inova Holding GmbH, die ein paar Jahre später Insolvenz anmeldete.



Früher war das „Berliner Fenster“ auf beiden Monitoren zu sehen. Links werden heute die Stationen angezeigt. Rechts läuft das Infotainment-Programm. © Kai-Uwe Heinrich TSP

Orth, der erst bei der BVG und dann für die Österreicher:innen gearbeitet hatte, nutzte die Gunst und kaufte das „Berliner Fenster“. Eigentümer ist seitdem er beziehungsweise seine Produktionsfirma mc R&D GmbH. „Für die Beschäftigungsverhältnisse hat sich nichts geändert. Die Gründungsmannschaft ist noch immer an Bord“, sagt er. Größter ist sein Unternehmen allerdings geworden, 30 Menschen arbeiten bundesweit für ihn: Dank Orth kann man inzwischen auch in den Öffis von München und Stuttgart fernsehen.

„Bildern können die Fahrgäste durch Wegsehen immerhin ausweichen.“

Andreas Orth, Chef des „Berliner Fensters“

Heute floriere das Geschäft mit dem Fahrgastfernsehen, berichtet Orth, der mittlerweile 66 ist. Seit über zehn Jahren schreibe seine Firma schwarze Zahlen. Lange werde er nicht mehr schreiben. Einen seiner Mitarbeitenden habe er schon als künftigen Chef im Auge.

„Wir sind Technologieführer“

Der sollte ähnlich technikbegeistert sein wie der Seniorchef. Orth kommt beim Besuch immer wieder darauf zurück, dass seine Firma nicht nur Kanalbetreiber sei. „Wir sind Technologieführer.“ Allein der Einbau der Monitore und die Wartung seien knifflig, die BVG lässt auf den Schienen teilweise Züge fahren, die noch aus den 1960er und 1970er Jahren stammen. In den Bahnhöfen sind Bildschirme in Funksignale umgewandelt und an Server in den Zügen geschickt. Besonders knifflig ist die Anzeige der Haltestellen.



In den neuen U-Bahn-Wagen der Baureihe JK hängen die Monitore an den Seitenwänden. Dort findet das Programm des „Berliner Fensters“ nicht statt. Denn: In der Rushhour stehen die Menschen und verdecken die Sicht auf den Bildschirm. © dpa/Bernd von Jützzenka

Denn die BVG hat es bis heute nicht hinbekommen, alle Züge mit GPS auszustatten. Woher weiß das „Berliner Fenster“ also, an welcher Haltestelle der Zug hält? „Wir zählen die Türschließungen und kennen dadurch den Standort“, sagt Orth. Indem diese Info mit anderen Daten rückgekoppelt wird, erfahren die Fahrgäste seit einigen Jahren auf dem linken Monitor die nächsten Anschlüsse.

Mehr zum Thema:

→ **Von DDR-Relikten und Notlösungen** Wie Berlin zu seinen sechs U-Bahn-Modellen kam

→ **Das sind die Typen im Berliner Nahverkehr** Warum unsere S-Bahnen Coladose, Taucherbrille und Toaster heißen

→ **Berliner BVG-Mitarbeiter rettete Mädchen** Sener Piskin zu Deutschlands „Lieblingsbusfahrer“ gekürt

Und wann dürfen wir in der Ring- und S-Bahn auf TV-Bildschirme gucken? „Wir haben uns bei der S-Bahn beworben, leider wollten die das nicht umsetzen. Ich denke, eine Stadt wie Berlin braucht ein Medium, das so offen zugänglich ist wie das Berliner Fenster.“

Zur Startseite