

Fahrgastinformationssysteme / Fahrgast-TV

Artikel vom 14. September 2019

Elektronische Fahrgastinformationssysteme



In der S3 des RER Vaud (Waadtland) werden eben die Wetterprognosen für Donnerstag bis Samstag angezeigt (passengertv).

Die passengertv AG ist Marktführerin beim Schweizer Fahrgast-TV und ist mit ihren Bildschirmen im öV praktisch flächendeckend. Die WEMF (AG für Werbemittelforschung) beglaubigt über eine Million Fahrgäste täglich. Zusammen mit dem neuen Schwesternprodukt gasstationtv bei Tankstellen sind es seit Januar 2017 täglich gut 1,5 Millionen Kontakte. Die passengertv AG und die gasstationtv AG sind Töchter der Berner Livesystems Holding AG. Bei der Livesystems Holding AG und ihren Töchtern arbeiten heute an 12 Standorten über 50 Mitarbeitende. Livesystems wurde im Jahr 2007 gegründet und gewann im Jahr 2012 mit ihrem Produkt passengertv den Swiss Economic Award. Es ist heute in Trams, Bussen und S-Bahnen von 23 Kantonen, in vier Sprachen und in über 50 öV-Unternehmen präsent. Das Angebot auf den

Bildschirmen umfasst News zu Sport, Politik, Wirtschaft, Wetter und Kultur, aber zunehmend auch Überraschendes wie Live ticker von Sportveranstaltungen, Foto-Mitmachaktionen sowie animierte Inhalte wie es beispielweise die Tipps und Tricks zu Alltagsproblemen der erfolgreichen Jugendonlineplattform tize sind. Die Bus- und Bahnunternehmen bespielen die Bildschirme mit Infos über Haltestellen, Routen, Anschlüsse in Echtzeit und allfällige Störungen – Informationen, die von den Fahrgästen geschätzt und zunehmend zum Standard in öffentlichen Verkehr werden. Die passengertv AG legt Wert auf ein abwechslungsreiches und qualitativ ansprechendes Programm. Im News-Mix kann maximal 25 Prozent Werbung geschaltet werden – exakt abgestimmt auf Tageszeit und Standort. Nationale Werbekunden erreichen hier einfach, gezielt, schnell und in hoher Qualität ein Millionenpublikum. passengertv eröffnet mit individualisierten orts- und zeitspezifischen Angeboten auch lokalen KMU eine ideale Plattform. Das Fahrgast-TV verfügt über einen hohen Wahrnehmungsgrad, die Werbewirkung ist laut einer WEMF-Studie vom Herbst 2016 hochsignifikant und genießt bei den Fahrgästen hohe Akzeptanz. Der News-, Unterhaltungs- und Werbemix auf den Bildschirmen wird positiv wahrgenommen und der Erinnerungswert ist beachtlich.

Hersteller aus dieser Kategorie
