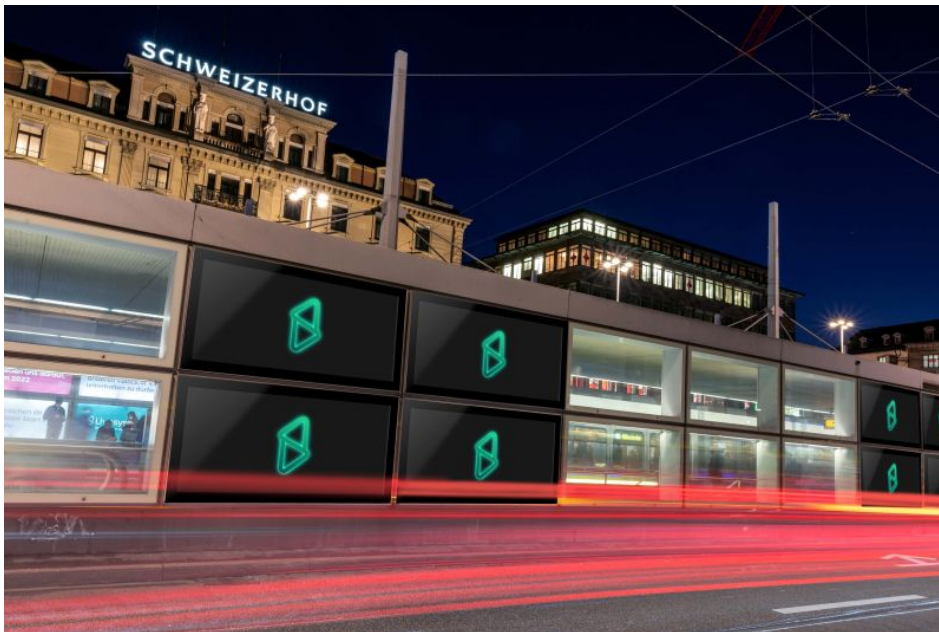


Digitale Werbeflächen im »F12«-Format

Artikel vom **8. September 2022**

Service und Dienstleistungen

[Livesystems](#) digitalisiert das »F12-Plakat«. Der Startschuss fällt an einem der attraktivsten Werbepfätzen der Schweiz – nämlich am Zürcher Hauptbahnhof. Mit den Plakatstellen der Verkehrsbetriebe Zürich wird schweizweit die erste Digitalisierung in diesem Format umgesetzt.



LED-Plakate im »F12-Format« am Zürcher Hauptbahnhof (Bild: Livesystems).

Vor rund einem Jahr hat Livesystems die Vermarktung der analogen Plakatflächen (»F12L«) der Verkehrsbetriebe Zürich am Hauptbahnhof gewonnen. »Wir haben an dieser Ausschreibung teilgenommen, weil das Potenzial für die Digitalisierung vorhanden und Bestandteil der Ausschreibung war. Wir haben uns sehr über die zukunftsorientierte Haltung der Verkehrsbetriebe Zürich und das kooperative Zusammenspiel mit den Behörden während dem Bewilligungsprozess gefreut«, sagt Christian Imhof, Chief Operations Officer der Livesystems. Mit der Baubewilligung für den Umbau am Hauptbahnhof ist für Livesystems der Startschuss eines nationalen

Digitalisierungsprojektes gefallen.

Zukunftsorientierte Technologie für wirkungsvolle Werbung

Es handelt sich schweizweit um die ersten analogen Plakatstellen im »F12«-Format, welche mit der zukunftsorientierten LED-Lösung von Livesystems ersetzt werden. Livesystems leistet damit Pionierarbeit im Bereich der digitalen Außenwerbung. Bei dem neuen Produkt setzt das Unternehmen bewusst auf die energieeffiziente LED-Technologie, welche gegenüber den meistverbreiteten LCD-Screens deutlich weniger Strom verbraucht. Dank integrierten Sensoren wird die Helligkeit und Lichtsteuerung stets reguliert. Um die Lichtverschmutzung zu vermeiden, strahlt das neue Produkt gleich stark wie die herkömmlichen beleuchteten »F12L«. Digitale Werbeflächen geben den Werbetreibenden mehr Flexibilität bei den Werbeinhalten. So sind tägliche oder sogar noch regelmäßige Wechsel von Sujets möglich. Auch können Werbetreibende in einer Außenwerbekampagne unterschiedliche Sujets gleichzeitig ausspielen, womit die Wirkung einer Kampagne gesteigert werden kann.

Interesse an digitalen LED-Plakaten ist groß

Der Ausbau weiterer Standorte ist bereits in Planung. Das Interesse an den LED-Plakaten ist groß: »Wir stehen mit mehreren Standortpartnern in Kontakt. Weitere umfangreiche digitale Umsetzungen sind geplant«, fährt Imhof fort. Standortpartner partizipieren dabei an den Werbeeinnahmen.

Hersteller aus dieser Kategorie
