



© Infoscreen/Wolfgang Kern

Gerald Strehlow, Grafik-Chef, Stefanie Paffendorf, Programmchefin, und Timna Schmid, Projektleiterin, Infoscreen.

Nutzung der Infoscreens optimieren: Die Länge der auf den Screens gezeigten Beiträge ist nun an die Verkehrsmittel angepasst. Da beispielsweise die Wartezeiten in U-Bahn-Stationen generell kürzer sind als die Fahrzeiten in Bussen und Straßenbahnen, sind auch die Beiträge entsprechend kürzer. „Damit haben wir auf die unterschiedlichen Nutzungsgewohnheiten in den Verkehrsmitteln reagiert“, erklärt Programmchefin Stefanie Paffendorf.

Vielseitige Inspiration

Inspiriert wurde das neue, vollflächige und abwechslungsreiche Design der Infoscreens durch internationale Trends im Screendesign. Die neu gegründete Grazer Agentur Byway kombinierte diese mit Impulsen aus der Infoscreen-Grafik, woraus sich in den letzten Monaten Schritt für Schritt die Eckpfeiler für den Relaunch entwickelten. Großen Einfluss auf das Facelifting hatten natürlich auch die Zuseher. „Das Programm steht ständig am Prüfstand“, erklärt Paffendorf. Beliebte Formate wurden weiterentwickelt, neue kreiert. So erleben etwa die Formate „Social Media Tipps“ oder „Crowdfundgrube“ dieser Tage ihre Premieren. (ls)

Facelift in den Öffis

Infoscreen bringt mit neuem Design und angepassten Beitragslängen frischen Wind in U-Bahn, Bus und Co.

WIEN. Der Fahrgast-TV-Sender Infoscreen präsentiert Inhalte in öffentlichen Verkehrsmitteln seit 1. Oktober in einem neu gestalteten Screendesign. Das rundum erneuerte Layout soll Fahrgäste in Zukunft noch besser und effektiver ansprechen. „Infoscreen präsentiert jetzt größere Bilder, eine größere Schrift und ist insgesamt farbiger und deutlich moderner geworden“, beschreibt

Grafik-Chef Gerald Strehlow das neue Erscheinungsbild. Die gewohnten Ressortbalken weichen nun einem kurzen Intro, das danach den kompletten Screen freimacht. Das soll Bildern und Filmen zu mehr Raum verhelfen. Der strenge Farbcode für die Ressorts wurde aufgeweicht, Schattierungen und Farbverläufe werden durch klar abgestufte Farbbalken ersetzt. Die Schrift

wurde an das neue Design angepasst und ist nun um 20% größer als bisher. Zudem wurde die Infoscreen-Typo um etliche Varianten erweitert, und auch der Infoscreen-Schriftzug wurde einer Neuerung unterzogen und reduziert sich nun zu einem markanten „O“ als Cornerlogo am Bildschirm.

Neben dem neuen Design soll eine weitere Änderung die



© RHI Magnesita/Michaela Bruchberger

Stefan Rathausky, Senior VP Corporate Communications & Strategic Marketing.

Gold für RHI Magnesita

Auszeichnung „Best M&A Communications“.

WIEN/LONDON. RHI Magnesita, der internationale Lieferant von Feuerfestprodukten, -systemen und -dienstleistungen, wurde kürzlich im Rahmen der Corporate & Financial Awards 2018 in London ausgezeichnet.

Die Expertenjury würdigte die professionelle und transparente Kommunikation von RHI Magnesita mit allen Stakeholdern während des Zusammenschlusses

der beiden Unternehmen mit Gold in der Kategorie „Best M&A Communications“. „Die Auszeichnung ist eine wichtige Bestätigung dafür, dass unser ganzheitlicher Ansatz in der Kommunikation erfolgreich ist“, so Stefan Rathausky, Senior VP Corporate Communications & Strategic Marketing, erfreut über die internationale Auszeichnung für seinen Konzern. (ls)