

Infoscreen beschenkt sich und seine Seher

Zum 20jährigen Bestehen verpasste sich der Fahrgast-TV-Sender ein komplett neu gestaltetes Screen-Design inklusive künftig längerer Texte.

WIEN. Das Jubiläumsjahr von Infoscreen war von vielen Glückwünschen und Feierlichkeiten geprägt.

Das schönste Geschenk zum 20-jährigen Bestehen hat sich der 1998 gegründete Fahrgast-TV-Sender allerdings selbst gemacht: Am 1. Oktober ging ein

”

Infoscreen ist – genauso wie Ottakringer – schon lange gelernter Teil des Wiener Stadtlebens. Dieses Leben besteht aus Bewegung und Vorwärtsdenken. Mit dem neuen Screen-Design hat man für eine spürbare Modernisierung gesorgt.

Jan Gorfer

“

komplett neu gestaltetes Screen-Design on air: Die gewohnten Ressortbalken weichen einem kurzen Intro, das danach den kompletten Screen freimacht. Das verhilft Bildern und Filmen zu mehr Raum.

Eine weitere Neuerung: Die Länge der Beiträge ist ab so-



© Wolfgang Kern

fort an die Verkehrsmittel angepasst.

Darauf reagieren nicht nur die Zuseher äußerst positiv, auch Kunden wie China Airlines, Ottakringer oder T-Mobile loben das Facelifting.

Kevin Chao, Marketing and Sales Austria & CEE, China Airlines: „Infoscreen ist nach dem Facelifting klarer und übersichtlicher. Das bringt dem gesamten Programm automatisch mehr Aufmerksamkeit. Je höher die Aufmerksamkeit der Zuseher, desto höher ist auch der Nutzen für uns und unsere Leistungen.“

Teil des Wiener Stadtlebens
Jan Gorfer, Head of Marketing, Ottakringer Brauerei, über das Jubiläum: „Infoscreen ist – genauso wie Ottakringer – schon lange gelernter Teil des Wiener

Im neuen Gewand

Grafikleiter Gerald Strehlow, Projektleiterin Timna Schmid und Programmchefin Stefanie Paffendorf haben den Relaunch vorgenommen.

Jan Gorfer

Der Head of Marketing bei Ottakringer streut dem Geburtstagskind Rosen.



© Philipp Lipianski

Stadtlebens. Dieses Leben besteht aus Bewegung und Vorwärtsdenken. Infoscreen hat mit dem neuen Screen-Design für eine spürbare Modernisierung gesorgt, die Bedürfnisse der Menschen weiter ins Zentrum gerückt und so mehr Aufmerksamkeit und Relevanz erzeugt. Das schafft einen Rahmen, in dem auch Ottakringer seine Produkte weiterhin gern inszeniert.“

Vollflächiges Screen-Design

Und Martina Eisler, Gruppenleiterin Brand Communications, T-Mobile Austria meint: „Durch das neue Screen-Design ist das gesamte Programm vollflächiger geworden. Mehr Farbe, größere Bilder und eine größere Schrift sorgen für ein modernes, jugendliches Look & Feel. Wir freuen uns über den Infoscreen-Relaunch und setzen unsere langjährige Partnerschaft mit neuem Schwung fort.“ (red)