

Stress für Einzelne, Geld und Infos für alle

Werbebildschirme im öffentlichen Raum können für empfindliche Menschen belastend sein. ÖV-Unternehmen wollen aus wirtschaftlichen Gründen dennoch nicht auf sie verzichten.

Simon Preisig@simstimst 23.09.2017

Immer mehr Bildschirme

Auch beim Tanken unterhalten

Den ersten Werbebildschirm hat Livesystems 2007 bei der Berner Marzilibahn in Betrieb genommen. Heute bespielt das Unternehmen schon nur im Kanton Bern über 700 Monitore. So etwa in vielen Bussen von RBS und Postauto. Doch auch in die Lötschberger Züge der BLS werden zurzeit Infoscreens von Livesystems eingebaut. Der jüngste Clou der Firma: Auch an Zapfsäulen kann man sich künftig die News von Nau ansehen. Livesystems hat eine Firma gekauft, die an Tankstellen Screens betreibt. Bernmobil hingegen hat mit der Plakatfirma APG einen Vertrag abgeschlossen. Darin sind die Vermarktung der klassischen Plakatwerbung, aber auch die Bewirtschaftung der Werbebildschirme etwa mit Schlagzeilen des «Bund» eingeschlossen. Noch keine Werbemonitore haben die SBB in den Zügen. Das dereinst Züge mit Screens gekauft werden, wollen die SBB nicht ausschliessen – diese extra einzubauen, lohne sich aber nicht. (spr)

1 | 8 In immer mehr Bussen und Zügen hängen sie: Informationsbildschirme, auf denen News und Werbung angezeigt werden. Bild: Adrian Moser (8 Bilder)



Mehr und mehr ÖV-Unternehmen montieren in ihren Bussen und Zügen Bildschirme. Im Notfall werden auf den Monitoren Informationen über die ausserordentlichen Verkehrslage angezeigt, im Normalfall wird der Screen von einem Partner mit Werbung und News bespielt. Ein lukratives Geschäftsmodell, wie [das Beispiel der Werbefirma Livesystems zeigt \(Abo+ Artikel\)](#). Das Unternehmen leistet sich jetzt gar eine eigene Redaktion, um auf den Bildschirmen attraktivere Nachrichten anzeigen zu können.

Doch nicht alle Menschen sind über diese zusätzlichen Informationen glücklich: Wer auf solche Reize empfindlich reagiert, bei dem können solche Bildschirme Stress verursachen.

«Die Reaktion auf solche Belastungen ist sehr individuell», sagt Sven Goebel von der Gesundheitsförderung Schweiz. Er weist aber auch darauf hin, dass er die Stressbelastung durch Bildschirme im öffentlichen Raum zurzeit noch für gering hält. Und: Kurzfristige Reizüberflutungen würden in der Regel noch keine psychische Überforderung bewirken.

«Jeder Bildschirm einer zu viel»

Noch kritischer äussert sich die Linksaussen-Stadträtin Christa Ammann (AL) zu den Monitoren. «In einer von Rot-Grün dominierten Stadt ist jeder zusätzliche Werbebildschirm einer zu viel», sagt sie. Da Bernmobil der Stadt Bern gehört, erwartet sie, dass sich der Gemeinderat gegen «zusätzliche Energieverschwendung zwecks Berieselung mit Werbung und Infos ausspricht».

Werbebildschirme im öffentlichen Raum seien aber nicht nur aus gesundheitlichen und ökologischen Gründen problematisch, sagt Ammann. Bei einer Zeitung könne man sich zumindest entscheiden, diese gar nicht zu lesen. Bei einem öffentlichen Bus habe man keine Wahl. Im Berner Stadtparlament hat Ammann mit ihrer Forderung jedoch kürzlich Schiffbruch erlitten: Nur gut ein Drittel der Ratsmitglieder befürwortet einen Werbeverzicht im öffentlichen Raum.

Auch die Berner ÖV-Unternehmen sind überzeugt: Das Bedürfnis der Fahrgäste nach News und Informationen und die Möglichkeit, mit Werbung Geld zu verdienen, sei wichtiger als das Verlangen nach Ruhe. «Wir verstehen, dass sich Fahrgäste durch

die zusätzlichen Infoscreens gestört fühlen können», sagt etwa die BLS auf Anfrage. Weil das Bahnunternehmen aber mit den Steuergeldern «wirtschaftlich umgehen will und muss», setzt die BLS auf Monitore mit Werbung – und erhält dafür Geld von Livesystems.

Direkt werden die Zugtickets so zwar nicht billiger, diese Preise bestimmt der Staat alleine. Jedoch indirekt, indem die öffentliche Hand für ÖV-Leistungen weniger bezahlen muss. Wie viel Einnahmen mit den Monitoren erzielt werden, will aber weder die BLS, Postauto noch Bernmobil verraten. (Der Bund)

Erstellt: 23.09.2017, 08:15 Uhr

Ist dieser Artikel lesenswert?

Ja

Nein