

Medienmitteilung

## **Livesystems digitalisiert über 200 Shops und erschafft einen nationalen Touchpoint direkt am POS**

**30.03.2022 – Gemeinsam mit migrolino digitalisiert Livesystems schweizweit die migrolino Convenience-Standorte. Bis zum 31.03.2022 werden über 200 Standorte komplett ausgerüstet sein.**

Livesystems begleitet und informiert den Besucher digital und zu jeder Zeit in seinem Shopperlebnis. Egal wo sich der Kunde aufhält – mit dem Ansatz der 360-Grad-Digitalisierung von Livesystems wird der Kunde zu jeder Zeit live und situationsbezogen erreicht. Sei es mit den Bildschirmen an den Zapfsäulen (Gas Station), den hochformatigen 75-Zoll-Outdoor-Displays vor dem Eingang oder mit den neuen, grossen Screens im Kassensbereich direkt am Point of Sale. Diese verschiedenen Kontaktpunkte rund um die Tankstellen und Convenience-Standorte versprechen einen flächendeckenden und ansprechenden Auftritt.

Das Potenzial ist immens und noch nicht ausgeschöpft

«Der Kunde wird nicht nur in seinem Kaufentscheid ganzheitlich begleitet – die Technologie von Livesystems ist darauf ausgelegt, externe Daten, zum Beispiel aus dem Kassensystem, in Echtzeit zu verbinden und dem Kunden auszuspielen. Erreicht ein Produkt die Verkaufsziele nicht, kann dies in real-time durch Kommunikation unterstützt werden. So bieten wir unseren Standortpartnern zukünftig eine essenzielle Verkaufsförderungsoption und bringen Angebot und Nachfrage zusammen», sagt Christian Imhof, COO der Livesystems Group AG.

Fakt ist, die Schweiz verfügt über das dichteste Shop- und Tankstellennetz in ganz Europa. Das hat positive Auswirkungen sowohl auf die Erreichbarkeit der Zielgruppe als auch auf die Frequenz. Als schöner Nebeneffekt ist die Kommunikation rund um Convenience-Standorte generell sehr krisenresistent, nicht zuletzt dank langer Öffnungszeiten.

Tim Zwiesigk, Leiter Product Management Near-/Non-Food / Services bei migrolino AG, meint dazu: «Unser primäres Ziel ist, das Einkaufserlebnis unserer Besucher zu perfektionieren. Dazu gehört eine zeitgemässe, digitale Ansprache. Wir setzen dabei auf relevante Informationen, hochqualitative Serviceleistungen, ein attraktives Warenangebot und moderne Shops. Mit Livesystems haben wir den richtigen Partner für eine langfristige Zusammenarbeit gefunden, um unsere Strategie erfolgreich umsetzen zu können.»

Das Set-Up der Bildschirme an den Convenience-Standorten erlaubt, die Zielgruppen während den Wartezeiten zu erreichen.

«Wir sind sehr zufrieden mit der stabilen Businessentwicklung. Dies ist erst der Startschuss der Instore-Kommunikation direkt am Point of Sale. Wir konnten einen zusätzlichen, vielversprechenden Touchpoint schaffen und werden so einen signifikanten Mehrwert für unsere Kunden generieren können. So viel kann ich schon verraten: Es finden bereits Gespräche mit weiteren Interessenten statt», sagt Christian Imhof.

Für Rückfragen bei der Livesystems  
Mirjam Tschachtli, Leiterin Kommunikation  
[media@livesystems.ch](mailto:media@livesystems.ch)

## Livesystems – Screens für die aktive und mobile Bevölkerung

Unter dem Dach der Livesystems Group AG sind Digital-out-of-Home-Produkte für die immer mobilere Bevölkerung angesiedelt. Die Produktpalette ist in folgende Environments aufgeteilt:

- **Public Transport:** Seit 2008 Marktleaderin beim Schweizer Fahrgast-TV im öffentlichen Verkehr, präsent in über 60 ÖV-Unternehmen in der ganzen Schweiz, WEMF-beglaubigt 1,6 Mio. Zuschauer täglich.
- **Gas Station:** Seit 2017 Marktleaderin beim Tankstellen-TV an den Zapfsäulen, präsent bei mehr als 380 Tankstellen von Migrol, migrolino, Piccadilly, Tamoil, Regionalgesellschaften von Avia und Agrola, von Oelpool, Hess, Shell, SOCAR, Ruedi Rüssel, Miniprix, Oeltrans sowie bei mehreren Erdgas-Tankstellen. 0,42 Mio. Kontakte täglich (Axinova-Studie).
- **City & Rail:** Seit Sommer 2018 im Portfolio, hochformatige, digitale Info- und Werbe-Bildschirme im öffentlichen Raum an und rund um Bahnhöfe sowie in Parkings. Tägliches Publikum aktuell bei 0,35 Mio.
- **Retail:** Seit Januar 2021 Exklusivvermarktung der digitalen Screens in über 300 Filialen der Schweizerischen Post. Tägliche Reichweite von 0,25 Mio. Kontakten.
- **Analog OOH:** Vermarktung und Vermittlung der analogen Medien (Innen- und Aussenwerbung der Fahrzeugflotte) der Verkehrsbetriebe Zürich VBZ. Werktags über 1 Mio. Kontakte.

Content-Lieferant für die Screens ist seit Oktober 2017 das Online Newsportal [Nau.ch](https://www.nau.ch). Durch den Verkauf der Livesystems an die Schweizerische Post per 1. Juli 2021 agiert die Nau media AG als 100%ig eigenständiges Unternehmen. Das Vermarktungsmandat von Nau.ch obliegt weiterhin der Livesystems.

Die Betreuung der Werbekunden aus der gesamten Schweiz ist bei Livesystems auf ein über 30-köpfiges Sales-Team verteilt.