

Medienmitteilung

Livesystems setzt Bildschirme nachts auf Standby und spart so 30 Prozent des Stroms

31.10.2022 – Anlässlich der Sorge um die Versorgungssicherheit im Energiebereich in der Schweiz hat Livesystems verschiedene interne und externe Sofortmassnahmen ergriffen. Damit unterstützt sie die Bemühungen und Ziele der Energiespar-Alliance des Bundes (UVEK und WBF) für die effiziente und sparsame Nutzung von Energie.

Livesystems engagiert sich aktiv für das Stromsparen. Die Digital out of Home Anbieterin will den grösstmöglichen Beitrag zum Stromsparen leisten und bekennt sich mit ihrer Unterschrift zur Energiespar-Alliance. Entsprechend wurden interne und externe Massnahmen definiert und seit dem 1. Oktober 2022 flächendeckend umgesetzt, um den Strom- und Wärmeverbrauch zu reduzieren.

Die Technologie der Bildschirme wie auch die Betriebslaufzeiten sind je nach Umgebung unterschiedlich. Anstelle einer flächendeckenden, einheitlichen Lösung wurde aus diesem Grund ein Energiekonzept entwickelt, welches die diversen Standortbedingungen berücksichtigt. Neu setzt Livesystems die Mehrheit der Bildschirme zwischen 22:00 – 23:00 Uhr auf Standby und aktiviert sie morgens zwischen 05:00 – 06:00 Uhr wieder. In den öffentlichen Verkehrsmitteln laufen sie nur während den Betriebszeiten.

«Wir freuen uns sehr, dass wir individuelle Lösungen für unsere Standorte gefunden haben, um die Betriebslaufzeiten konsequent zu reduzieren. Damit erzielen wir eine beachtliche Reduktion des Energieverbrauchs. Je nach Bildschirmformat beträgt diese monatlich bis zu 112 Kilowattstunden je Screen, also etwa 30 Prozent. Das Thema Ressourceneffizienz liegt uns sehr am Herzen, nicht allein in Bezug auf Strom und Energie. Wir wollen als Unternehmen unseren Teil beitragen und möglichst schnell handfeste Einsparungen generieren» sagt Antje Jurke, Leiterin Nachhaltigkeit.

Die umgesetzten Massnahmen reduzieren die Betriebszeiten der Bildschirme um rund 40 Prozent. Das Medium Digital out of Home geht einher mit Mobilität. Dementsprechend werden die definierten Massnahmen nur sehr geringe Auswirkungen auf die Werbetreibenden haben. Die Mehrheit der Werbetreibenden will tagsüber werben, um die mobile Bevölkerung zu erreichen.

Auch interne Massnahmen sind getroffen worden. Die Mitarbeitenden sind angehalten, elektronische Geräte, welche nicht notwendigerweise eingeschaltet bleiben müssen, beim Verlassen des Büros auszuschalten. Zudem wird keine leere Bürofläche beleuchtet und die Raumtemperatur bei 20 Grad gehalten.

Für Rückfragen bei der Livesystems
Mirjam Tschachtli, Leiterin Kommunikation
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 für Werbeflächen im öffentlichen Verkehr, präsent in über 60 ÖV-Unternehmen in der ganzen Schweiz, WEMF-beglaubigt 1,3 Mio. Zuschauer täglich.
- **Gas Station:** Seit 2017 Marktleaderin für Werbeflächen an den Zapfsäulen, präsent bei mehr als 480 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. 0,65 Mio. Kontakte täglich.
- **City & Rail:** Seit Sommer 2018 im Portfolio, hochformatige, digitale Informations- und Werbe-Bildschirme im öffentlichen Raum an und rund um Bahnhöfe sowie in Parkings. Tägliches Publikum aktuell bei 0,40 Millionen.
- **Retail:** Seit Januar 2021 Exklusiv-Vermarktung der digitalen Screens in insgesamt über 550 Standorten (Filialen der Schweizerischen Post und Migrolino Convenience-Standorte). Tägliche Reichweite von 0,46 Mio. Kontakte.
- **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% 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.