



Out-of-home Video
Advertising Bureau
Europe

OVAB Kooperationspartner Schweiz:



OVAB Kooperationspartner Italien:



invidis
CONSULTING

OVAB Europe

Digital Signage Business Climate Index November/Dezember 2013

Deutschland | Österreich | Schweiz | Italien

19. November 2013

- Zur Veröffentlichung freigegeben -

| | | |
|-------------|--|--------------|
| I. | Executive Summary | S. 3 |
| II. | Länder | S. 6 |
| i. | Deutschland | S. 7 |
| ii. | Österreich | S. 8 |
| iii. | Schweiz | S. 9 |
| iv. | Italien | S. 10 |
| III. | Segmente | S. 11 |
| i. | Displays | S. 12 |
| ii. | Integratoren | S. 13 |
| iii. | Software | S. 14 |
| iv. | Digital-out-of-Home | S. 15 |
| IV. | Zusatzfragen | S. 16 |
| i. | Distributoren Deutschland | S. 17 |
| ii. | Distributoren Österreich/Schweiz | S. 19 |
| iii. | Distributoren Leistungen | S. 20 |
| iv. | DooH Buchungen Media Agenturen (DE/AT) | S. 21 |
| v. | Content DooH Netzwerke (CH) | S. 22 |

DBCI November/Dezember 2013

EXECUTIVE SUMMARY

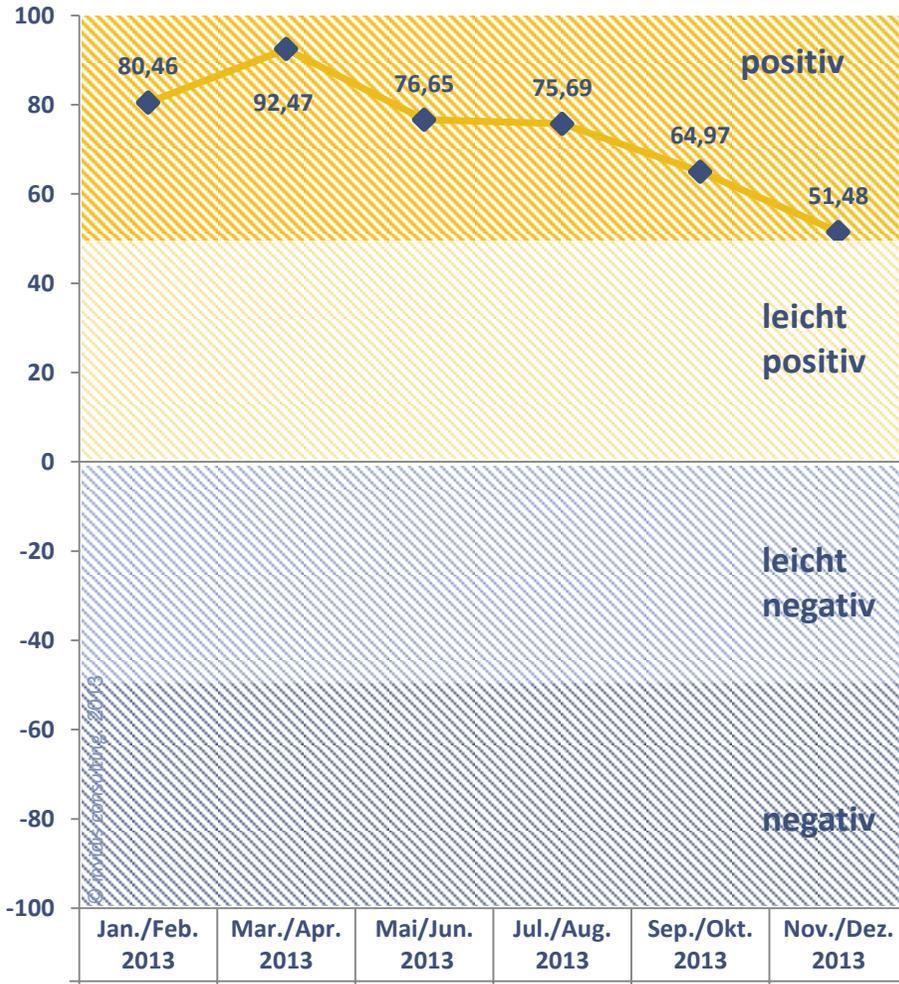


Abb. 1: DBCI November/Dezember 2013 „Index“, n=96

- Das Geschäftsklima im November und Dezember ist im Vergleich zu den Vormonaten gesunken, trotzdem hält es sich noch auf einem insgesamt hohen Niveau mit positiveren Erwartungen für die nächsten 6 Monate.
- Der DBCI ist seit dem Sommer um ca. 25 Basispunkte gefallen. Die Zunahme der neutralen Einschätzung zeigt hier deutlich, dass der Markt die Dynamik vom Jahresbeginn nicht in das zweite Halbjahr mitnehmen konnte.

Nachgefragt

- Die Top 3 Distributoren in Deutschland für das Thema Digital Signage: Ingram Micro, Delo und Also.
- In Österreich und der Schweiz haben dagegen nationale Distributoren wie SoLoIT respektive MobilePro die größte Bedeutung.

- Umfrageteilnehmer: n=96
- Region: DACH
- Erhebungszeitraum: 2013 KW 44-45

Geschäftslage | DE-AT-CH 2013 © invidis consulting, 2013

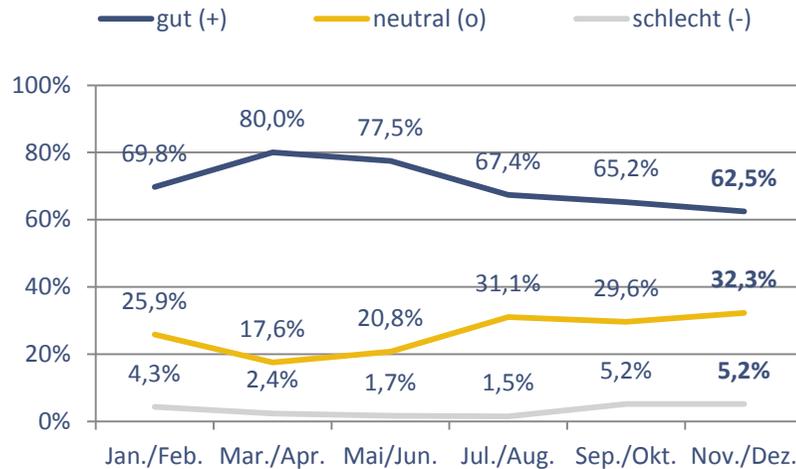


Abb. 2: DBCI November/Dezember 2013 „Geschäftslage“, n=96

„Wie schätzen Sie die gegenwärtige Geschäftslage für Ihre Digital Signage Produkte / Dienstleistungen ein?“

- Die Geschäftslage in der Digital Signage Branche in Deutschland, Österreich und der Schweiz bewegt sich seit März auf einem ähnlich gutem Niveau.
- Aktuell schätzen **62%** aller Befragten die Lage für Ihre Produkte und Dienstleistungen mit „gut“ ein.

Erwartungen | DE-AT-CH 2013 © invidis consulting, 2013

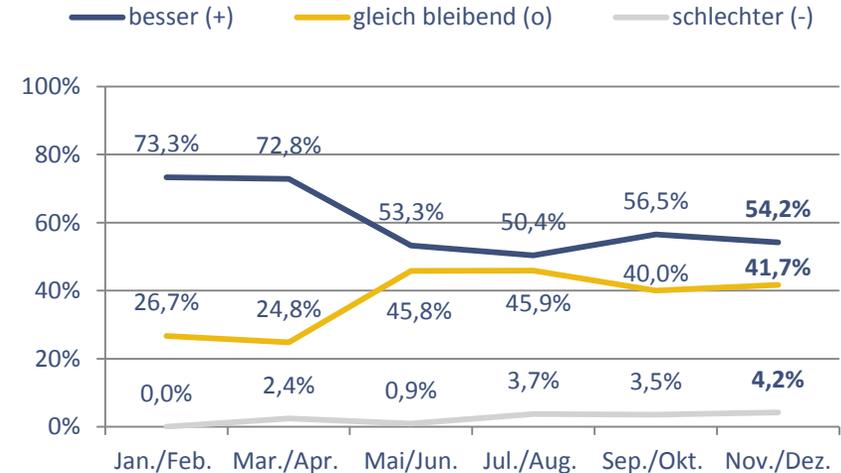


Abb. 3: DBCI November/Dezember 2013 „Erwartungen“, n=96

„Wie sind Ihre Geschäftserwartungen im Bereich Digital Signage für das kommende halbe Jahr?“

- Die Geschäftserwartungen für die nächsten sechs Monate sind weiterhin deutlich positiv und führen den optimistischen Trend in 2014 fort.
- 54%** der Befragten sind der Meinung, dass sich die gute Geschäftslage noch weiter **verbessern** wird.

DBCI November/Dezember 2013

LÄNDER

Deutschland | Rückläufige Geschäftslage – Verbesserung in 2014 erwartet

Geschäftslage 2013

© invidis consulting. 2013

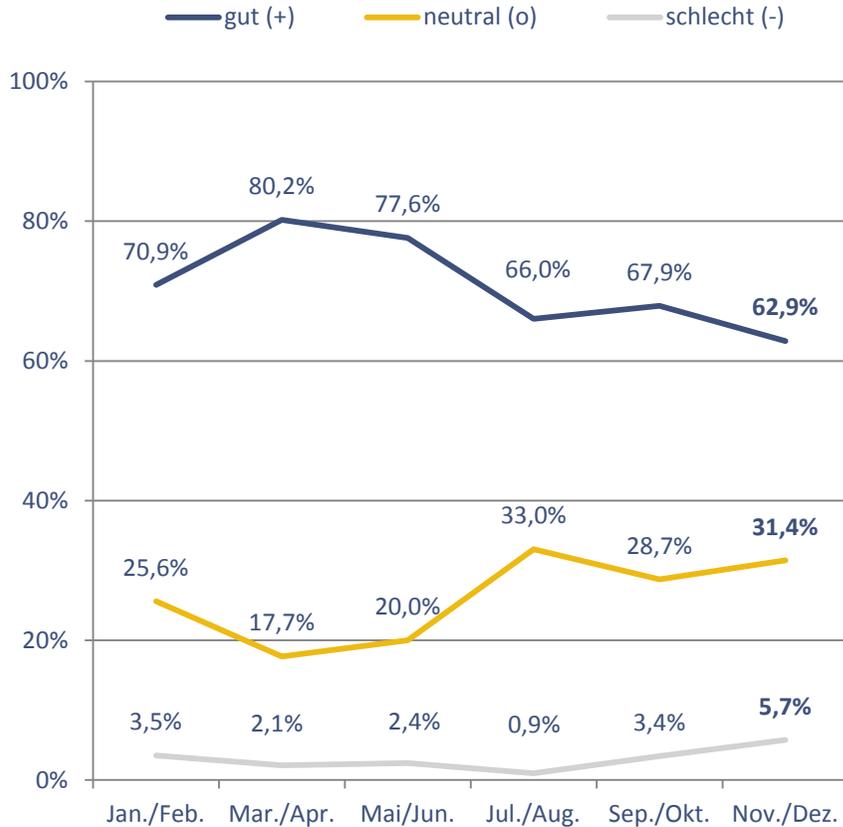


Abb. 4: DBCI November/Dezember 2013 „Geschäftslage“, n=70

Erwartungen 2013

© invidis consulting. 2013

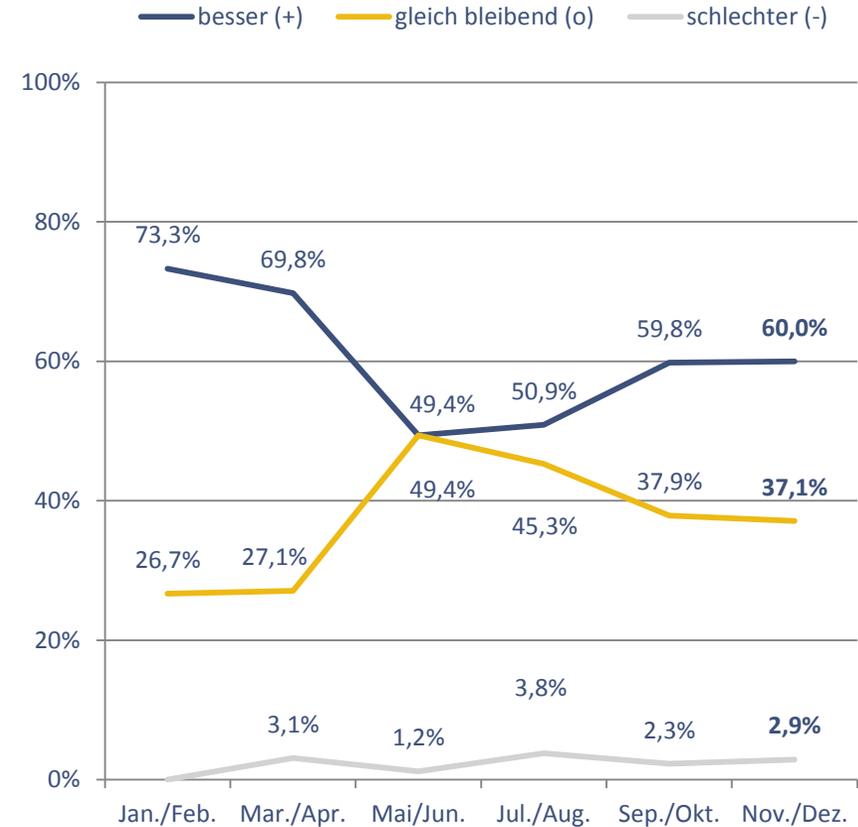


Abb. 5: DBCI November/Dezember 2013 „Erwartungen“, n=70

Geschäftslage 2013

© invidis consulting. 2013

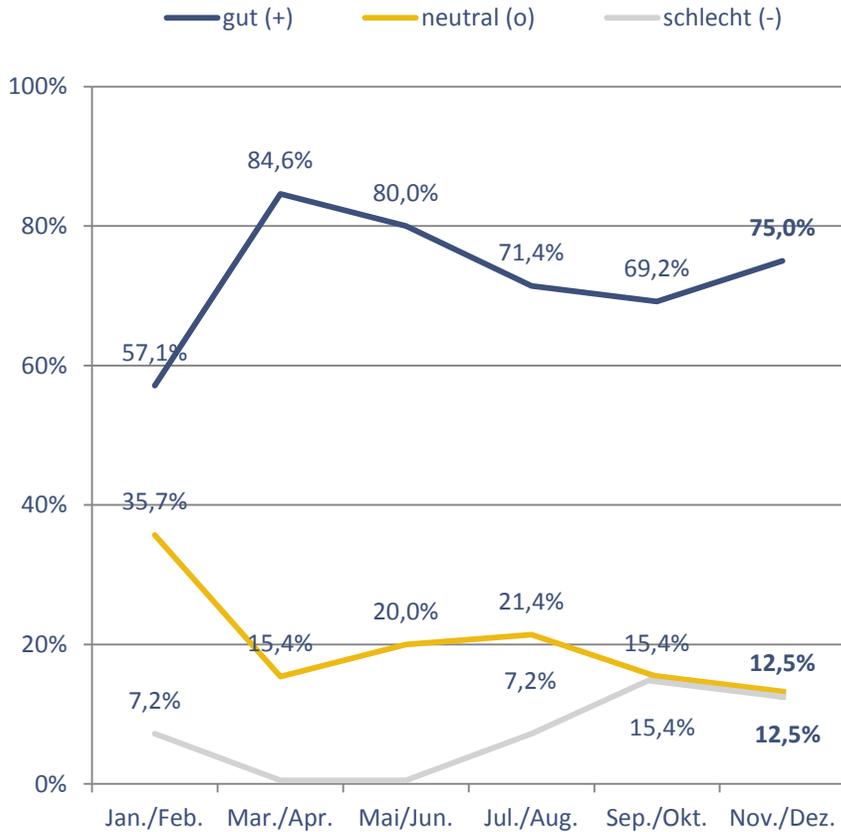


Abb. 6: DBCI November/Dezember 2013 „Geschäftslage“, n=8

Erwartungen 2013

© invidis consulting. 2013

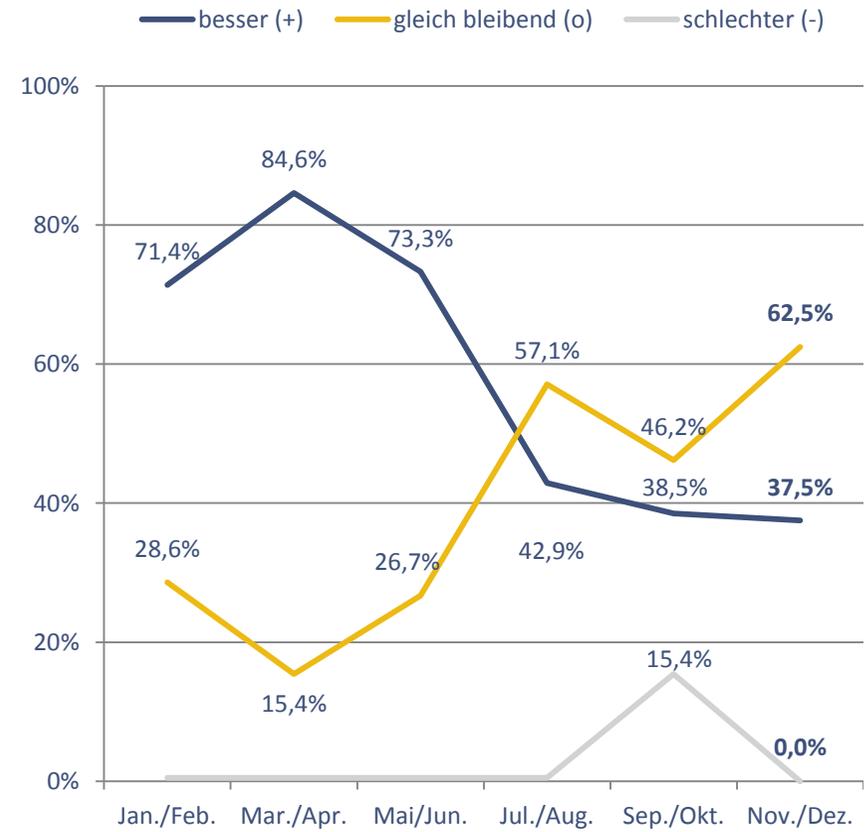


Abb. 7: DBCI November/Dezember 2013 „Erwartungen“, n=8

Geschäftslage 2013

© invidis consulting, 2013

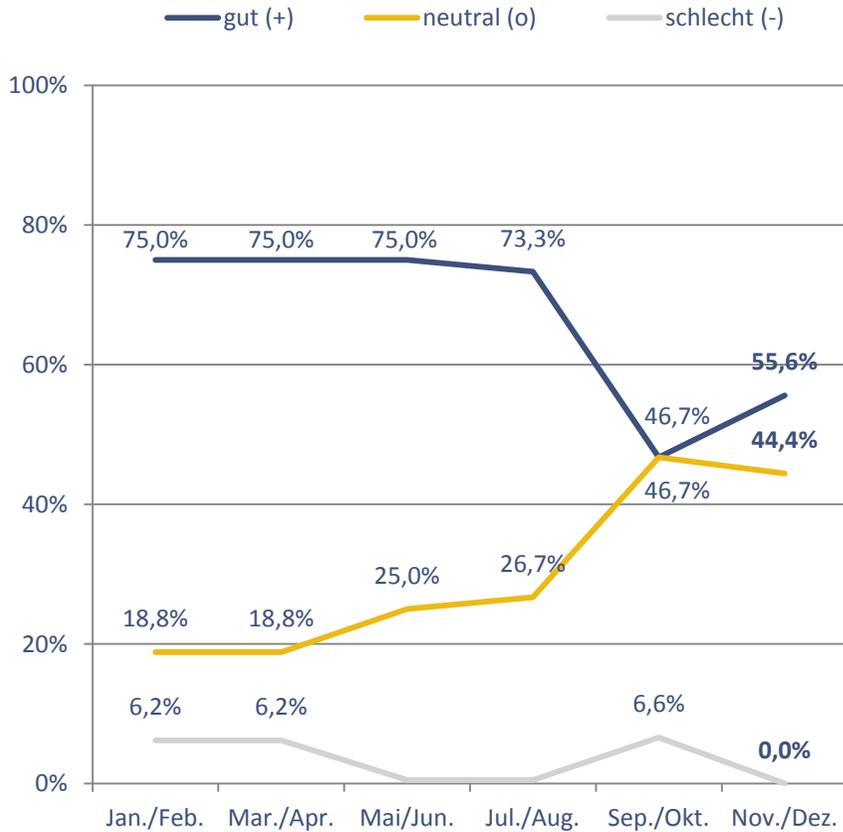


Abb. 8: DBCI November/Dezember 2013 „Geschäftslage“, n=18

Erwartungen 2013

© invidis consulting, 2013

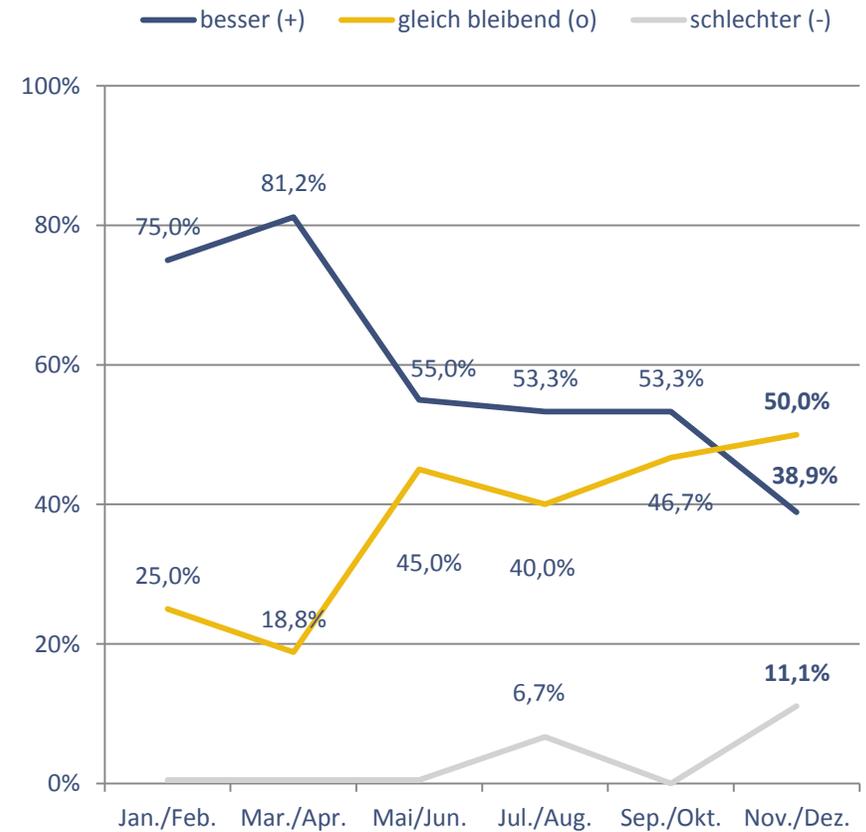


Abb. 9: DBCI November/Dezember 2013 „Erwartungen“, n=18



Geschäftslage 2013

© invidis consulting, 2013

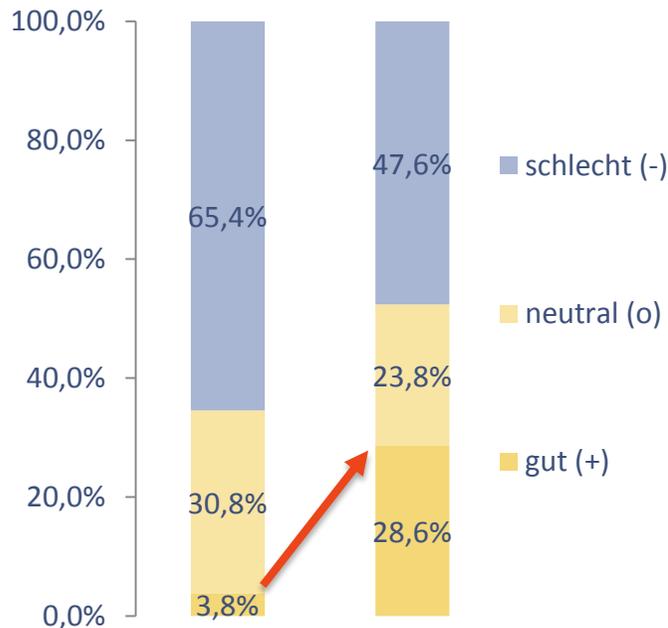


Abb. 10: DBCI November/Dezember 2013 „Geschäftslage Italien“, n=21

Erwartungen 2013

© invidis consulting, 2013

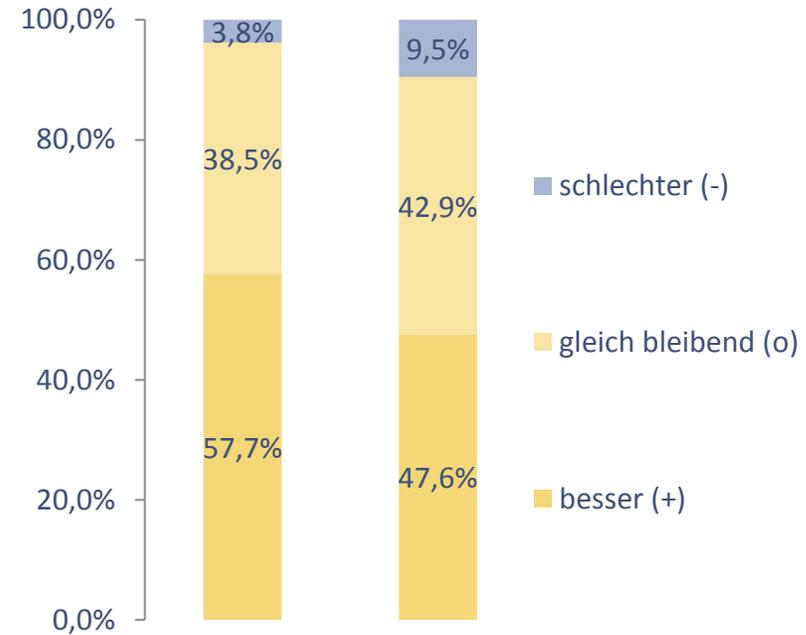


Abb. 11: DBCI November/Dezember 2013 „Erwartungen Italien“, n=21

- In Kooperation mit dem Branchenverband AssoDS wurde zum zweiten Mal der DBCI in Italien erhoben.
- Die italienische Digital Signage Branche steckt analog zur Gesamtwirtschaft noch tief in der Krise. 47,6% der befragten Unternehmen schätzen ihre aktuelle Geschäftslage als „schlecht (-)“ ein.
- Trotzdem ist zum Jahresende eine deutliche Verbesserung der aktuellen Geschäftslage zu beobachten. Die Angabe „gut (+)“ im Vergleich zu den Monaten September und Oktober um 24,8% gestiegen

DBCI November/Dezember 2013

SEGMENTE

Geschäftslage 2013

© invidis consulting, 2013

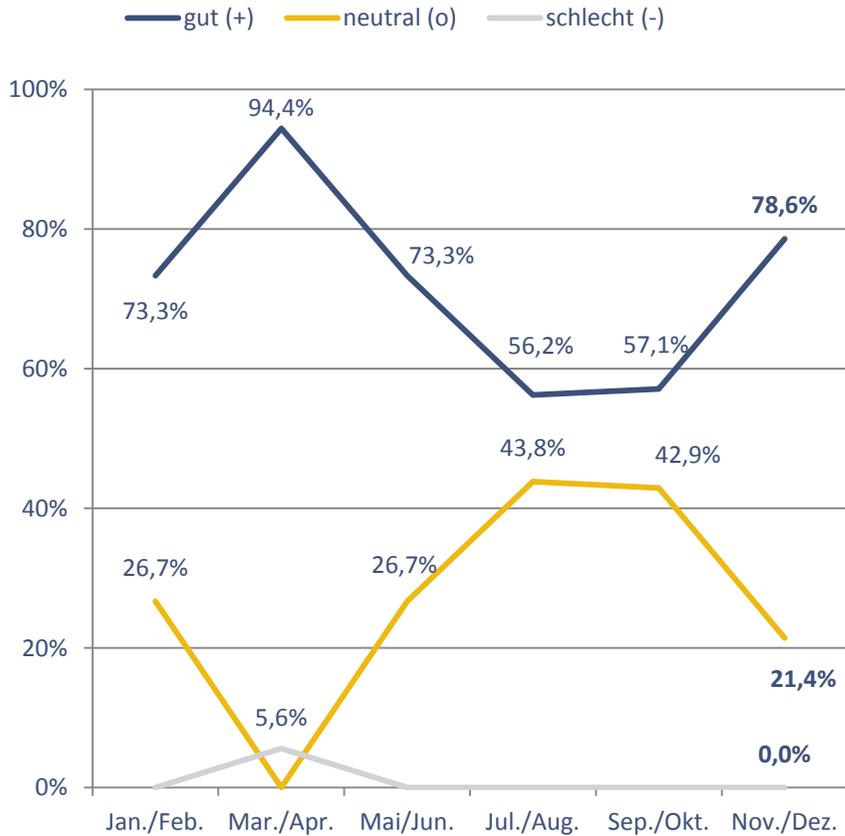


Abb. 12: DBCI November/Dezember 2013 „Geschäftslage Displays“, n=14

Erwartungen 2013

© invidis consulting, 2013

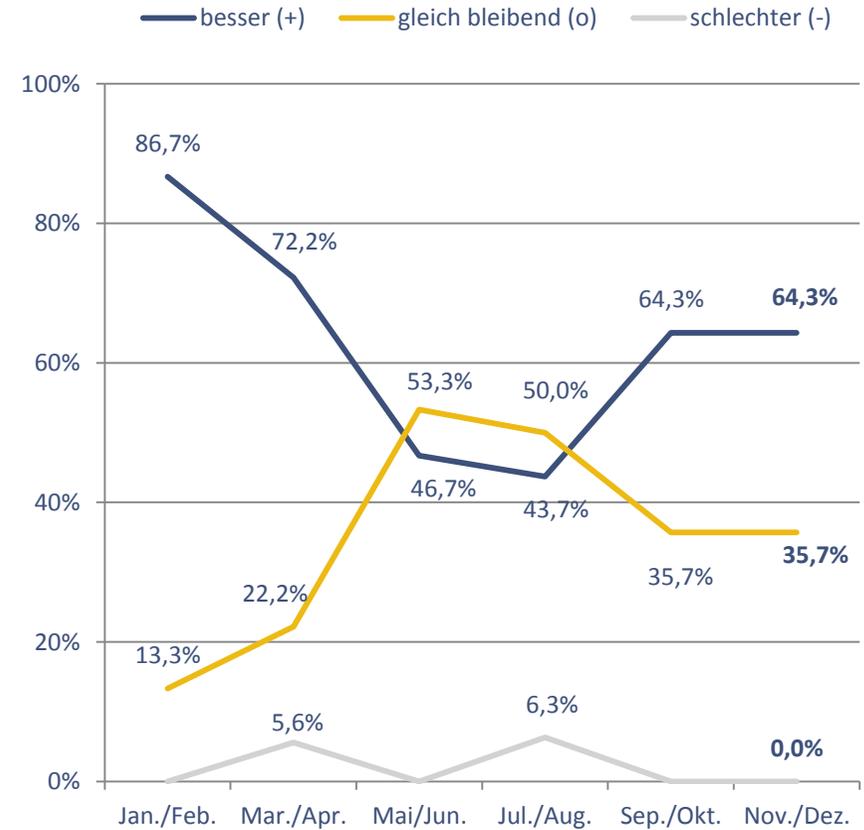


Abb. 13: DBCI November/Dezember 2013 „Erwartungen Displays“, n=14

Geschäftslage 2013

© invidis consulting. 2013



Abb. 14: DBCI November/Dezember 2013 „Geschäftslage Integratoren“, n=20

Erwartungen 2013

© invidis consulting. 2013

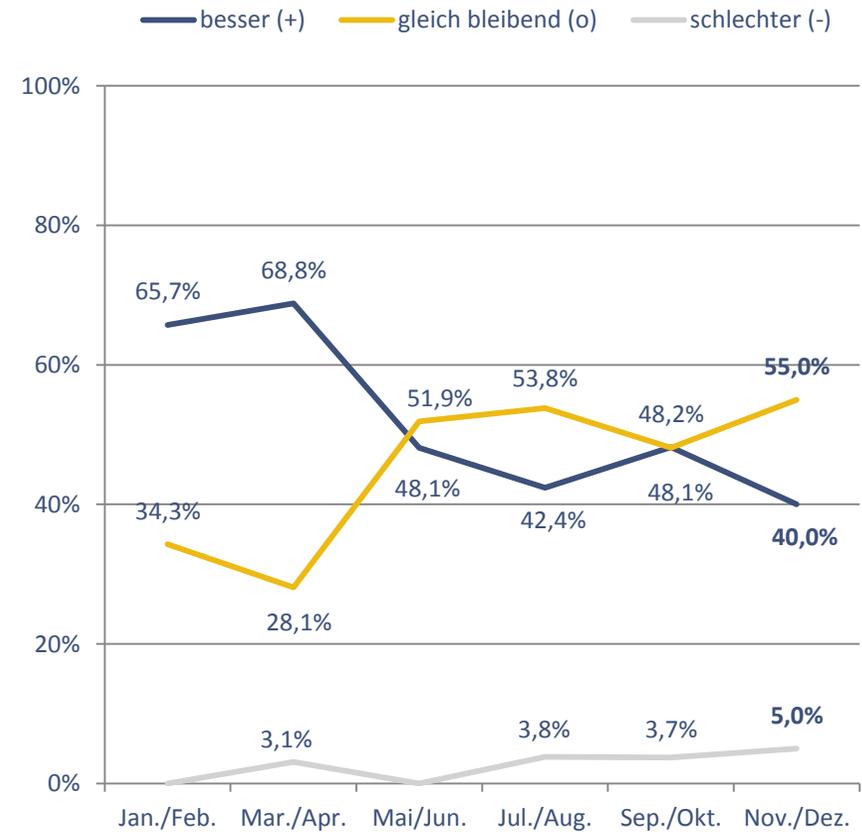


Abb. 15: DBCI November/Dezember 2013 „Erwartungen Integratoren“, n=20

Geschäftslage 2013

© invidis consulting, 2013

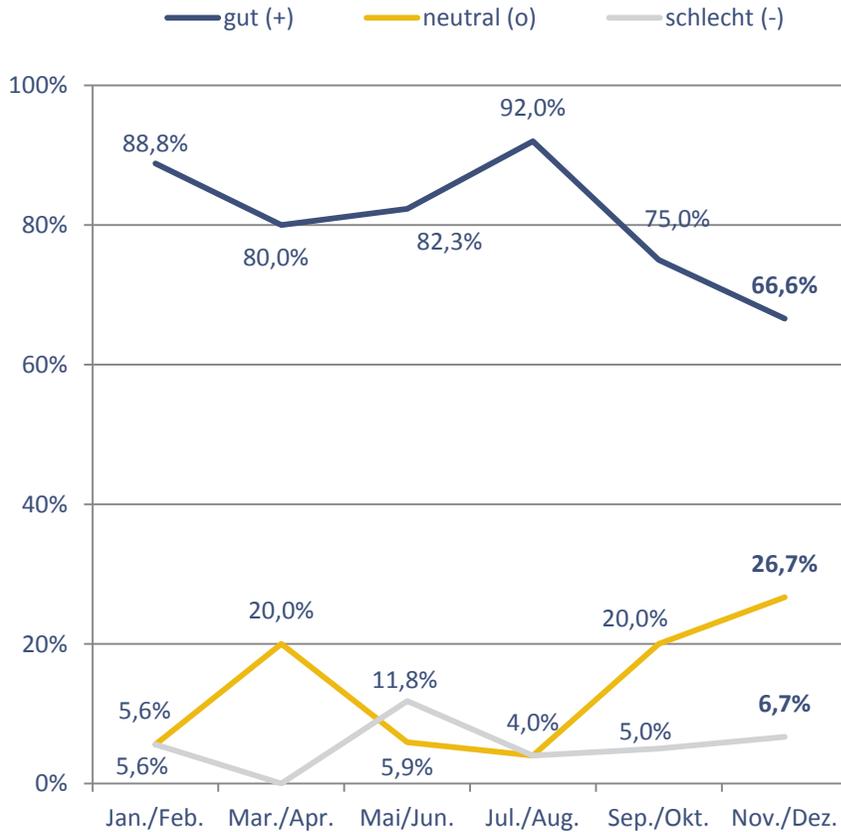


Abb. 16: DBCI November/Dezember 2013 „Geschäftslage Software“, n=15

Erwartungen 2013

© invidis consulting, 2013

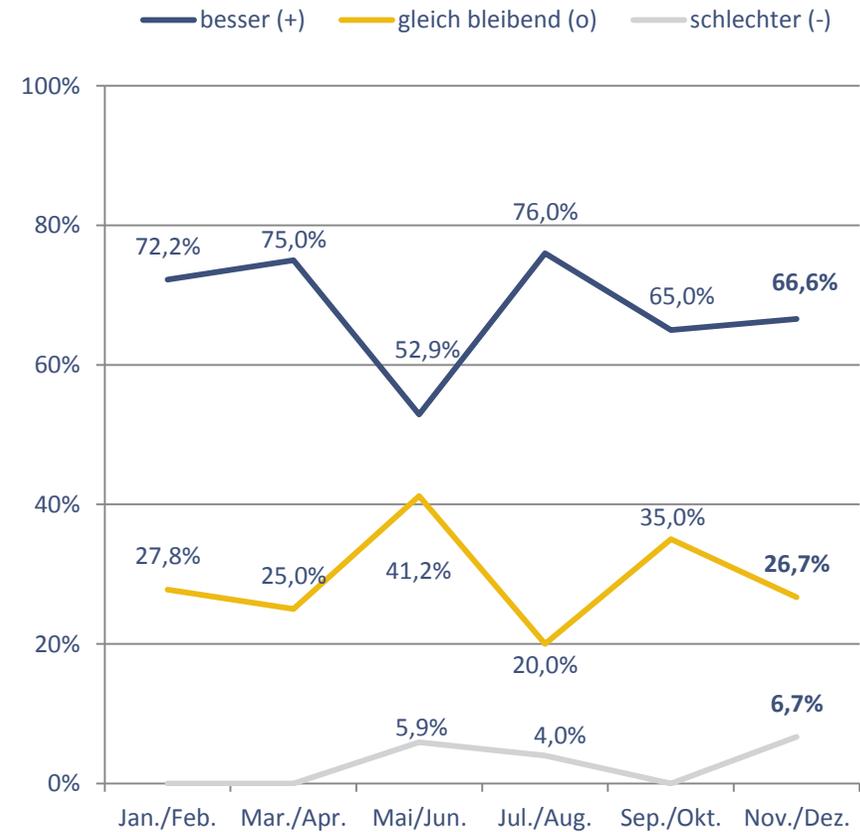


Abb. 17: DBCI November/Dezember 2013 „Erwartungen Software“, n=15

- Die Geschäftslage im Segment DooH hat sich deutlich **verbessert**. **71%** der Befragten Unternehmen antworteten mit „gut“.
- Die Erwartungen für die nächsten sechs Monate bleiben **stabil** im Vergleich zur letzten Erhebung im September.
- Die Umsätze ausgewählter Unternehmen aus dem Segment DooH sind in den ersten drei Quartalen 2013 stark gewachsen. Nielsen vermeldet über 30% Zuwachs im Vergleich mit der Vorjahresperiode¹⁾.
- Trotz eines guten zweistelligen Millionen-ergebnisses zieht sich die Telekom aus dem DooH Markt zurück. Die Netzwerke werden von der Cittadino GmbH übernommen (u.a. Airport, REWE, Mall, Lotto).
- JCDecaux baut sein DooH Geschäft in Deutschland aus. Neben LED Boards, dem Flughafen Frankfurt und dem Showcase U-Bahnhof Friedrichstraße wird in den Berliner U-Bahnhöfen ein DooH Netzwerk ausgerollt (75 Stelen).

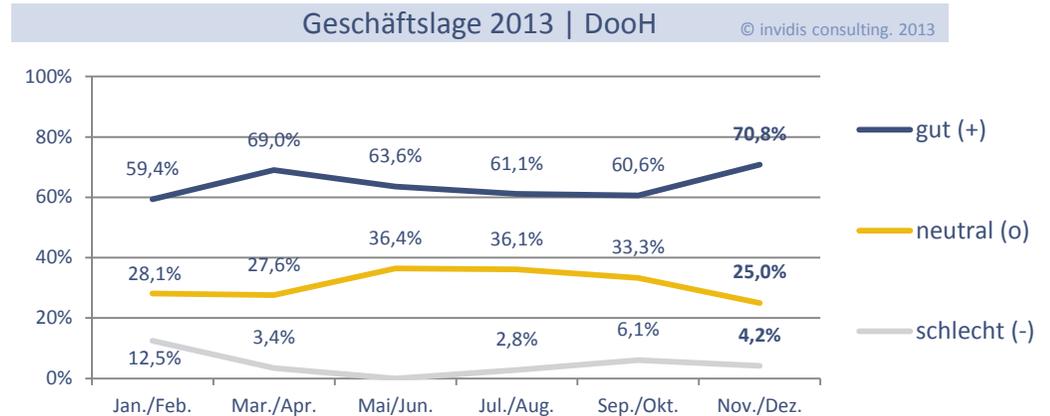


Abb. 18: DBCI November/Dezember 2013 "Geschäftslage DooH", n=24



Abb. 19: DBCI November/Dezember 2013 "Erwartungen DooH", n=24

1) Quelle: Nielsen

DBCI November/Dezember 2013

ZUSATZFRAGEN

Distributoren DE | Nach den Top 5 kommt lange nichts

„Mit welchen Distributoren arbeiten Sie zusammen?“

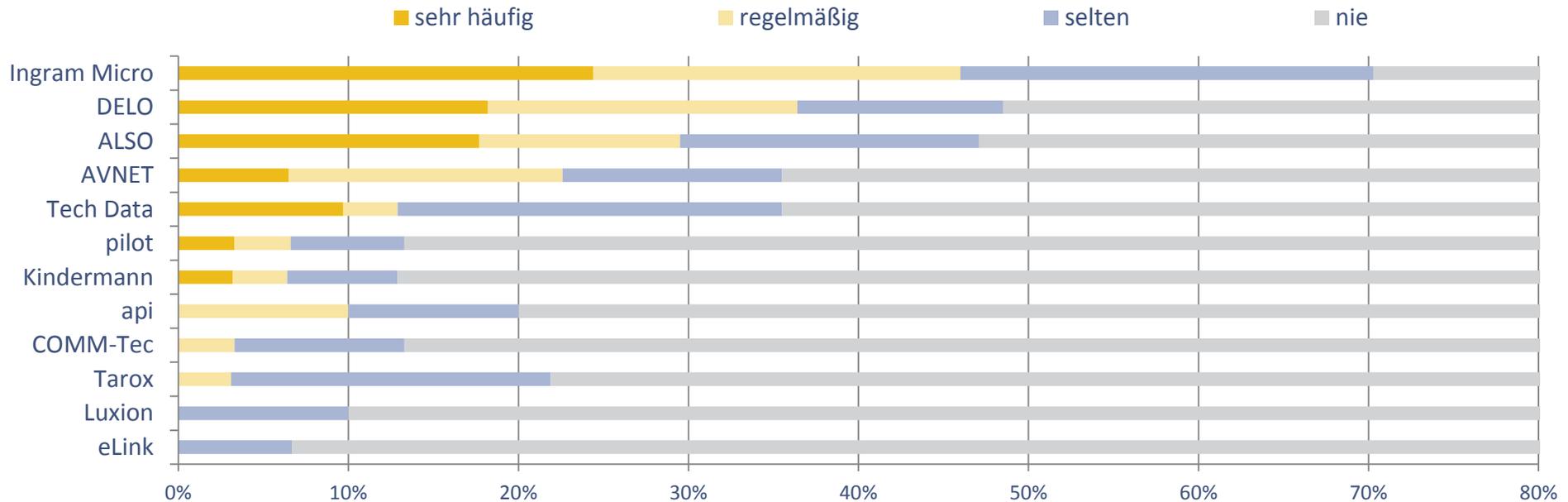


Abb. 20: DBCI November/Dezember 2013 "Ranking Distributoren DE", n=30-37

- Deutlicher Marktführer bei den Distributoren in Deutschland ist Ingram Micro. Über 70% aller befragten Unternehmen haben mindestens schon einmal mit dem Distributor zusammengearbeitet.
- Mit einigem Abstand folgen Delo, Also, AVNET und Tech Data, mit denen ca. 35%-45% aller befragten Unternehmen zusammengearbeitet haben.
- Alle weiteren Distributoren werden selten angefragt. Dies liegt an dem eingeschränkten Digital Signage Portfolio oder dem Fokus auf den AV-Markt.

„Wie bewerten Sie die Gesamtleistungen des Distributionspartners?“

(nach Anzahl der Beantwortungen)

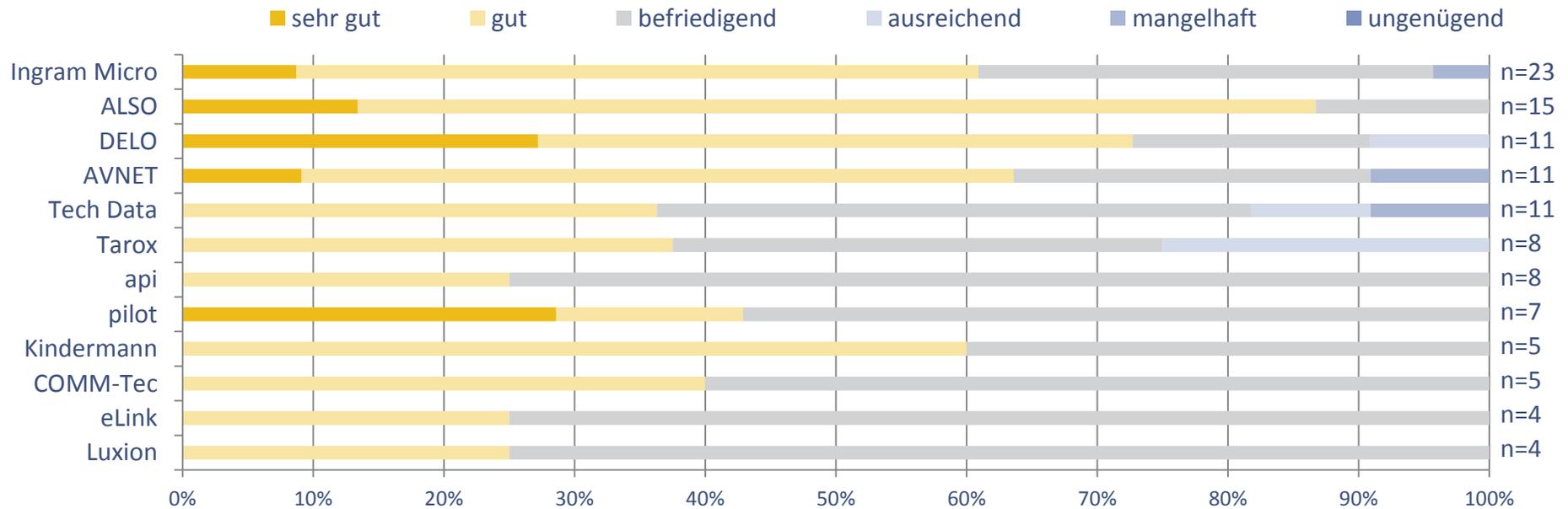


Abb. 21: DBCI November/Dezember 2013 "Qualität Distributoren DE", n=4-23

- Neben einer breiten Produktpalette sind für Distributionskunden – je nach Digital Signage Know-How – auch Projektunterstützende Maßnahmen wichtig. Während erfahrene Integratoren die Distribution eher für die Logistik nutzen, nehmen unerfahrenere Reseller auch Beratung, Configure-to-Order und Installations-Services in Anspruch.
- Finanzierungsangebote der Distributoren werden dagegen kaum in Anspruch genommen.

- In Österreich und der Schweiz wird der Markt für Distributoren von nationalen Anbietern dominiert.
- In Österreich sind die wichtigsten Unternehmen SoLoIT und Omega¹⁾.
- In der Schweiz wird der Distributoren Markt von MobilePro beherrscht. An zweiter Stelle folgt die Telion.
- Die international bzw. europaweit agierenden Unternehmen Ingram Micro, Also und Tech Data müssen sich in den beiden Märkten durch lokale Anbieter geschlagen geben.
- In der Schweiz herrscht eine hohe allgemeine Zufriedenheit mit den Leistungen der Distributoren.

1) In Österreich konnte aufgrund der geringen Anzahl an Antworten keine statistische Auswertung vorgenommen werden

„Mit welchen Distributoren arbeiten Sie zusammen?“ (CH)

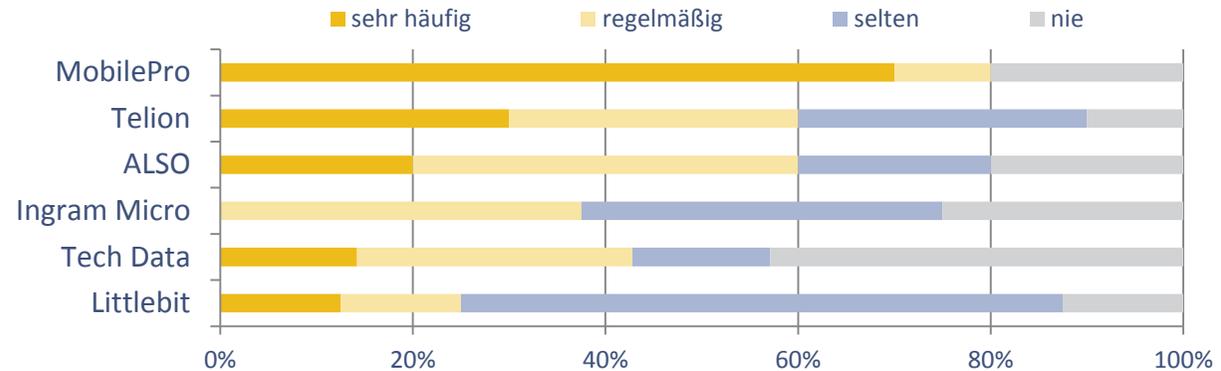


Abb. 22: DBCI November/Dezember 2013 "Ranking Distributoren CH", n=8-10

„Wie bewerten Sie die Gesamtleistungen des Distributionspartners?“ (nach Anzahl der Beantwortungen)

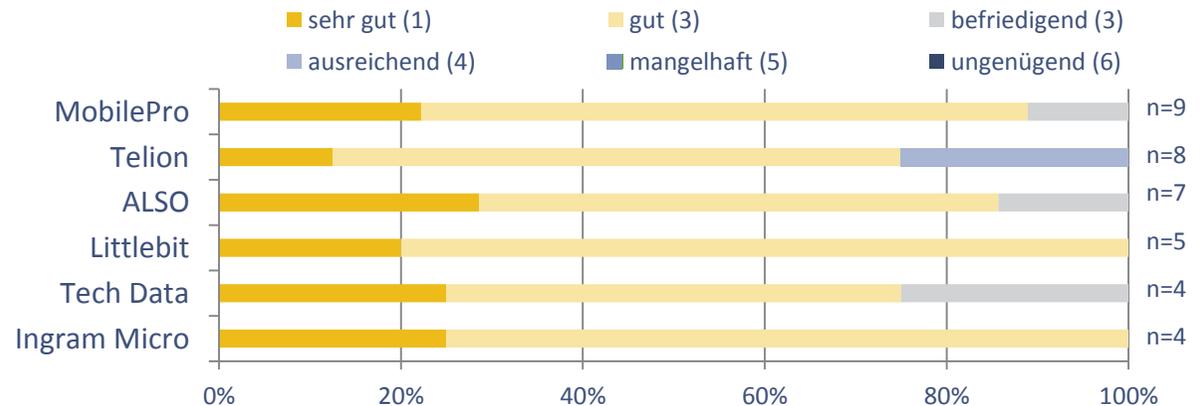


Abb. 23: DBCI November/Dezember 2013 "Ranking Distributoren CH", n=4-9

„Welche Dienstleistungen der Distribution nehmen Sie dabei in Anspruch?“

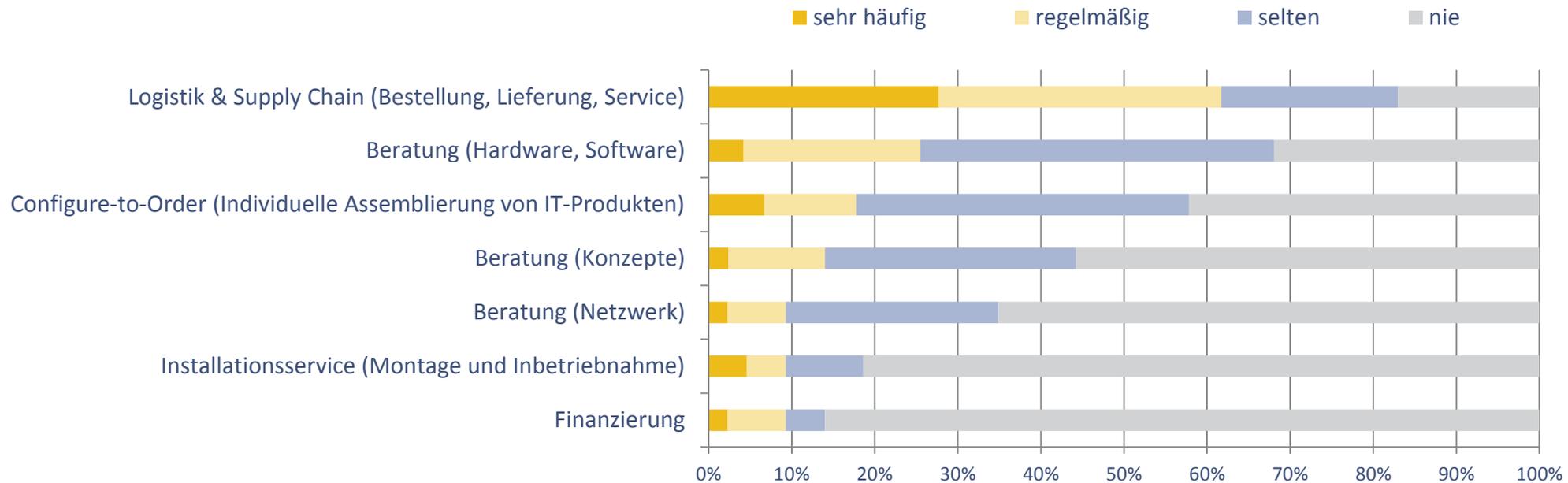


Abb. 24: DBCI November/Dezember 2013 „Leistungen Distributoren DE/AT/CH“, n=47

- Die Kernkompetenz der Distributoren „Logistik & Supply Chain“ wird am häufigsten in Anspruch genommen. Darüberhinaus wird noch verstärkt Beratung in Hardware und Software Fragen sowie die individuelle Assemblierung von IT-Produkten nachgefragt.
- Systemhäuser und Integratoren greifen selten auf Beratung und Installationservices zurück. Die Möglichkeiten der Finanzierung wird nur von ca. 15% aller befragten Unternehmen in Anspruch genommen.

DooH (DE/AT) | Nur wenige Buchungen durch Media Agenturen

- Buchungen in Digital-out-of-Home Netzwerke werden derzeit eher selten von Media Agenturen wahrgenommen. Die befragten Unternehmen geben an, dass lediglich **20-30%** des gesamten Buchungsaufkommens **von Media Agenturen** getätigt werden.
- Wie überall in der Werbewelt klafft auch in im DooH-Geschäft die Brutto-Netto-Schere weit auseinander. Hohe Rabatte sind an der Tagesordnung. Dennoch ist das Medium in der Wahrnehmung der Agenturen und Kunden noch stark unterrepräsentiert.
- Aufgrund fehlender Standards und den technischen Hürden bei der Kampagnen-Planung und –Buchung reagieren Media Planer in großen Agenturen noch sehr verhalten auf das Thema DooH.

Prozentualer Anteil der durch Media Agenturen getätigten Buchungen am Gesamtaufkommen der DooH-Buchungen.

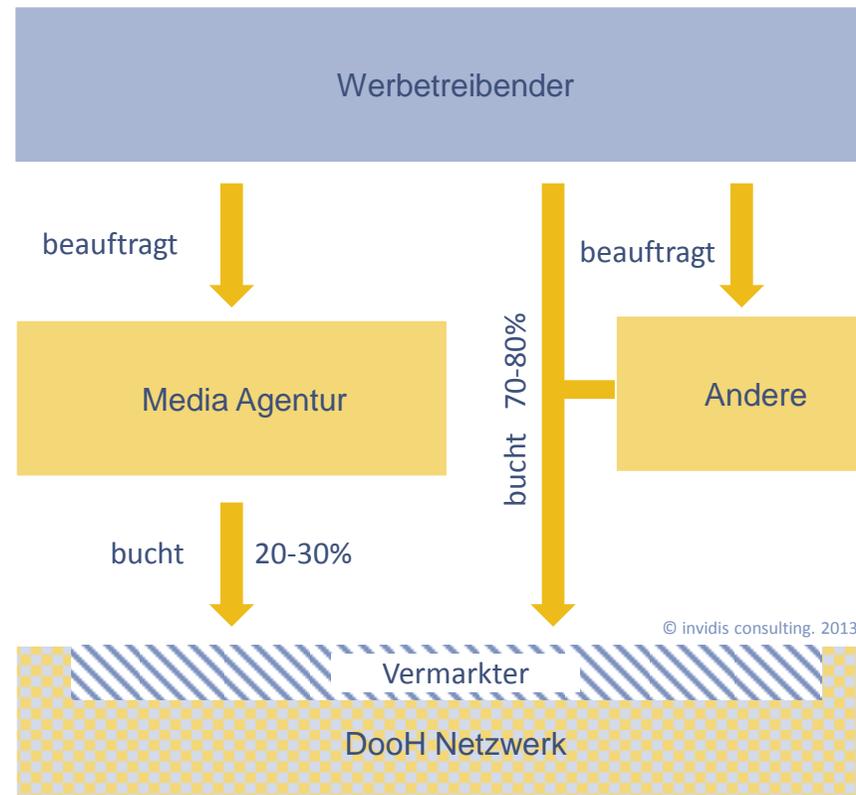


Abb. 25: DBCI November/Dezember 2013 „DooH Buchungen durch Media Agenturen“, n= 23

- Bewegung erzeugt Aufmerksamkeit. Dieser Grundsatz ist das USP von DooH. 75% des ausgespielten Contents enthält Bewegtbilder.
- Davon entfallen noch einmal fast 45% auf leicht zu produzierende, sogenannte Template-Animationen.
- Die Nachfrage nach dynamischen Content-Formaten fällt deutlich höher aus als die Nachfrage nach statischen Inhalte.

„Wie sieht die prozentuale Verteilung des Contents auf ihren DooH Netzwerken aus?“

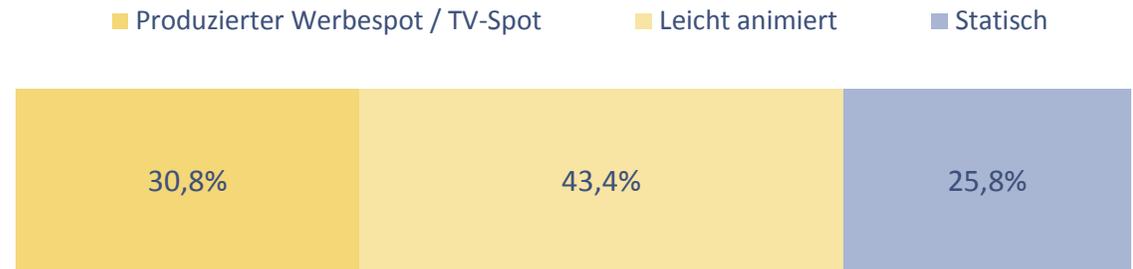


Abb. 26: DBCI November/Dezember 2013 „DooH Content Dynamic“, n=6

Nachfrage nach Content Dynamik 2012 (DE/AT)

Abb. 26: DBCI Juli/August 2013 „Content Dynamic“, n=46



| | |
|-------------|-----------------------------|
| 2014 | |
| Januar | ← Jan./Feb. 28.01. |
| Februar | |
| März | ← Mär./Apr. 24.03. |
| April | |
| Mai | ← Mai/Jun. 19.05. |
| Juni | |
| Juli | ← Jul./Aug. 21.07. |
| August | |
| September | ← Sep./Okt. 18.09. |
| Oktober | |
| November | ← Nov./Dez. 17.11. |
| Dezember | |

- Die Erhebung des DBCI November/September 2013 findet in den KW 3-4 statt.
- Der geplante Erstveröffentlichungstermin (EVT) ist der 27. Januar 2013.
- Wenn sie noch nicht Teil der DBCI Befragung sind, bewerben Sie sich bei invidis consulting.
- Der DBCI wird im Laufe 2014 um weitere Märkte erweitert. Für weitere Informationen wenden sie sich bitte an Daniel Russell.
- Der DBCI wird von invidis consulting erhoben und gemeinsam mit OVAB Europe veröffentlicht.

Kontakt

Daniel Russell | Junior Analyst
 invidis consulting GmbH
 Rosenheimer Str. 145e
 81671 München
Daniel.Russell@invidis.com
 Phone: +49 89 2000416-21
 Mobile: +49 151 62438503
 Fax: +49 1805 5224 301



Out-of-home Video
Advertising Bureau
Europe

OVAB Kooperationspartner Schweiz:



invidis
CONSULTING

invidis consulting GmbH
consulting , research & communications

Managing Director: Florian Rotberg
Register Court: Amtsgericht München
Register No: HRB 165816
VAT-ID: DE 253 622 672

www.invidis-consulting.de