



**invidis**  
CONSULTING

# digital signage jahrbuch 2013

IN KOOPERATION MIT:



Out-of-home Video  
Advertising Bureau  
Europe



## Videowall-Lösungen von NEC Viel mehr als nur ein großartiges Display

Die bewährte NEC Qualität verspricht Leistung und Zuverlässigkeit für eindrucksvolle Videowalls. Doch nicht nur die überlegenen Displays machen diese Lösung aus – die NEC Qualität umfasst auch alles, was dahinter liegt: Integrierte OPS Option Slot-Technologie mit Slot-in PCs, Mediaplayer und HD-SDI-Boards für grenzenlose Kreativität, umfangreiche Montage-Optionen, Interaktivität durch Touchscreen und Software für hochentwickeltes Content Management mit Hiperwall – Vertrauen Sie auf NEC für eine umfassende Lösung.

Weitere Informationen

[www.nec-display-solutions.com](http://www.nec-display-solutions.com)



# Inhalt

Gesamtmarkt Update 2012	4
Infografik Digital Signage-Märkte Europa	8
Gesamtmarkt 2009 - 2012	10
Digital Signage Business Climate Index (DBCI)	12
Infografik Digital Signage-Markt 2012	14
Digital Signage-Anwendungsbeispiele	16
Integratoren	20
invidis digital signage explorer	23
Displays	24
Displaytechniken	28
Software	32
Distributoren	36
Halterungen	38
Agenturen/Content	40
Special Mediaplayer	42
Statements	50
Digital Signage-Markt Österreich	52
Digital Signage-Markt Schweiz	54
OVAB Europe	56
OVAB Standards	57
Ausblick 2013/2014	60
invidis consulting	64
Übersicht Unternehmensdarstellungen	69

## Impressum

**Herausgeber:** invidis consulting GmbH  
Rosenheimer Str. 145e, 81671 München  
**Geschäftsführer:** Florian Rotberg  
**Chefredaktion:** Jörg Sailer, invidis consulting GmbH  
(verantwortlich)  
**Redaktion:** Florian Rotberg, Oliver Schwede, Julia Mederle,  
Stefanie Schömann-Finck, Thomas Kletschke  
**Layout:** Anja Schmidt-kunz, WNP Verlag GmbH  
**Anzeigen:** Jörg Sailer (verantwortlich)  
**Titel:** Meike Hannig  
**Titelfoto:** Sharp

© 2013 invidis consulting GmbH München  
Alle Rechte vorbehalten. Ohne schriftliche Genehmigung der  
invidis consulting GmbH ist es nicht gestattet, diese Ausgabe  
oder Teile davon zu vervielfältigen oder zu vertreiben. Die in  
diesem Jahrbuch enthaltenen Artikel, Grafiken und Tabellen  
basieren auf dem invidis Digital Signage Ranking 2012. Eine Gar-  
antie für die Richtigkeit der Angaben kann nicht übernommen  
werden.

**invidis consulting ist Gründungsmitglied des OVAB Europe**



Liebe Leserinnen und Leser,

Digital Signage ist erwachsen. Endlich. Und die Aussichten sind sehr erfreulich: Auch in den kommenden zwei Jahren erwarten wir weiterhin eine positive und stabile Entwicklung. Zwar sind die Phasen extremen Wachstums vorbei, trotzdem wird der Markt weiterhin auf hohem, zweistelligem Niveau wach-

sen. Die Abhängigkeit von Großprojekten verringert sich, ein Grundrauschen von kleinen und mittleren Projekten hilft die 2012 noch spürbare Volatilität von Großprojekten auszugleichen.

Besonders in der DACH-Region entwickelt sich der Digital Signage-Markt sehr gut. So wurden beispielsweise in 2012 fast 500 neue Stellen in der Branche geschaffen – und der Bedarf an qualifiziertem Personal bleibt weiterhin hoch. Es bleibt spannend, wie sich die Branche weiter entwickeln wird. Alle Anzeichen sprechen aber dafür, dass wir auch 2014 erfreuliche Zahlen vermelden können. Wir sind stolz, Ihnen die dritte Ausgabe unseres Digital Signage Jahrbuchs zu präsentieren. In den Händen halten sie nun 100 Seiten Analysen, Rankings und Themenbeiträge rund um das Thema Digital Signage; das Jahrbuch hat sich damit zum ausführlichsten Nachschlagewerk der noch jungen Digital Signage-Branche entwickelt.

Unser Dank geht an alle Unternehmen, die uns bei der Arbeit für dieses Jahrbuch mit Daten und Informationen unterstützt haben.

Wir wünschen Ihnen viel Spaß beim Lesen.

Herzlichst,

Florian Rotberg

Wenn Sie regelmäßig informiert bleiben möchten, abonnieren Sie doch unseren kostenlosen, werktäglichen Newsletter unter [invidis.de/newsletter](http://invidis.de/newsletter)

Das Jahrbuch ist auch digital als PDF-Dokument erhältlich, unter [invidis.de/magazine](http://invidis.de/magazine)

# Kleine Verschnaufpause

**Der Markt wächst gesünder und die Unternehmen rüsten sich mit Fachkräften für die Zukunft.**

Einmal tief durchatmen, kurz innehalten und dann durchstarten, so lässt sich die aktuelle Situation am deutschen Digital Signage-Markt beschreiben. Im Vergleich zum Vorjahr hat er um vierzehn Prozent zugelegt und damit deutlich weniger als im Boomjahr 2011. Der Gesamtumsatz betrug 559 Millionen Euro; das sind 70 Millionen Euro mehr als in 2011. Eine durchaus normale Entwicklung. Beachtlich jedoch für eine noch sehr junge Branche, bei der einige wenige Großprojekte einen Großteil der Umsätze erzielen. Und die wirtschaftlichen Rahmenbedingungen in der EU haben insbesondere bei länderübergreifenden Projekten einen Einfluss. Die Abhängigkeit von Großprojekten hat sich in den ersten beiden Quartalen 2013 bereits spürbar verringert – ein Grundrauschen von 20 bis 30 Prozent des Umsatzes erfolgt durch kleine Projekte.

Besonders erfreulich ist die Tatsache, dass die Digital Signage-Unternehmen Personal einstellen. Im DBCI vom Januar/Februar 2013 gaben 69 Prozent der Firmen an, dass sie 2012 neue Arbeitskräfte eingestellt haben. Insgesamt wurden am deutschsprachigen Digital Signage-Markt zwischen 400 und 500 neue Arbeitsplätze geschaffen.

Der Bedarf an qualifiziertem Personal ist sehr hoch, da die Vertikalisierung zunimmt und Fachkräfte auf

bestimmte Industriezweige spezialisiert sein müssen. Neue Wachstumsstrategien und Umstrukturierungen innerhalb der Unternehmen erfordern auch neue und qualifizierte Mitarbeiter im Management. Nach wie vor erzielen Digital Signage-Unternehmen den größten Umsatz in den Bereichen Retail, Banking und Transportation. Im Einzelhandel machen das Internet und der verstärkte Wunsch nach Präsentation der eigenen Marke das Medium attraktiver. Gerade

Quelle: Samsung





## Top Facts

Bekleidungsunternehmen setzen immer häufiger digitale Kommunikation am Point-of-Sale ein. Das Segment Banking ist vor allem in der Schweiz relevant, da dort viele Banken seit einigen Jahren ihre gesamte Filialkommunikation digitalisieren.

Nach außen hin am eindrucksvollsten, weil besonders sichtbar, ist Digital-out-of-Home. Die Anzahl der im Bereich DooH installierten Displays ist allerdings vergleichsweise gering und auch die dort generier-

- Das Marktwachstum verlangsamt sich
- 2012 wurden viele neue Stellen geschaffen
- Vor allem Fachkräfte werden dringend benötigt
- Kleinere und mittlere Projekte bestimmen den Markt
- 2013 werden Großprojekte zunehmen

ten Umsätze machen nur einen kleinen Anteil am Gesamtumsatz aus.

Das Jahr 2012 war geprägt von kleineren und mittleren Projekten mit bis zu 100 installierten Displays. Auch wenn Pilotierungen von Großprojekten zugezogen haben und von den Kunden immer häufiger bezahlt werden, fallen auch diese in die Kategorie der mittelgroßen Projekte. Das zunehmende Angebot an leicht zu installierenden und Out-of-the-Box-Lösungen macht Digital Signage auch für kleinere Endkunden attraktiv, die dann eben auch nur kleinere Netzwerke installieren lassen.

Kleinere Projektgrößen sind allerdings nicht nachteilig, haben sie doch deutlich bessere Margen als Großprojekte. Ohnehin können nur wenige Marktteilnehmer Projekte mit mehr als hundert Displays stemmen. In aller Regel dienen die Großprojekte mehr dem Prestige als dem Gewinn. Da aber, wie erwähnt, Kunden häufiger große Projekte anfragen und Pilotierungen zunehmen, ist mit Sicherheit ein Anstieg bei den großen Projekten im laufenden und kommenden Jahr zu erwarten.

## Das Ranking im Überblick

invidis befragt seit 2010 regelmäßig die Marktteilnehmer in Deutschland, Österreich und der Schweiz nach ihren Umsätzen und kann somit die Marktentwicklung seit 2009 abbilden. In diesem Jahr nahmen 60 Unternehmen teil, darunter die Top 3-Integratoren und die wichtigsten Distributoren, Software- und Displayanbieter.

Erstmals wurden 2013 Zusatzfragen gestellt, mit denen sich Trends und Treiber des Marktes ermitteln lassen. Um eine statistische Vergleichbarkeit und Korrektur zu erhalten, wurden die Fragen teilweise auch im DBCI gestellt.

Bei der Bewertung der Marktzahlen wird invidis von einem Expertenbeirat unterstützt, dem Stefan Knoke (Seen Media), Roland Grassberger (Grassfish) und Philipp Jäggli (Bison IT) angehören.

Weitere Informationen und Grafiken stehen auf [invidis.de](http://invidis.de) zum Download bereit.

**DIGITAL SIGNAGE-GESAMTMARKT DEUTSCHLAND, ÖSTERREICH UND SCHWEIZ 2009-2012**  
(IN MIO. EUR)

JAHR	DISPLAYS	INTEGRATOREN	SOFTWARE	DOOH	MEDIA PLAYER	ANDERE <sup>1)</sup>	GESAMT
2009	106 €	112 €	15 €	67 €	15 €	15 €	330 €
2010	100 €	135 €	18 €	92 €	19 €	21 €	385 €
2011	132 €	174 €	21 €	110 €	26 €	26 €	489 €
2012	157 €	186 €	24 €	131 €	30 €	31 €	559 €

Quelle: invidis consulting GmbH „invidis Digital Signage Jahrbuch 2012“

1) Beinhaltet Content, Hardware, Consulting, Media.

Anmerkung: Alle Angaben beruhen auf Meldungen der Unternehmen oder auf Schätzungen durch einen Fachbeirat.

Weitere Informationen und erweiterte Tabellen finden Sie unter [invidis.de](http://invidis.de)

Hands in the air  
head in the Cloud  
Move  
and your world  
moves with you



See the world's largest gesture-active display at SEGA® in Yokohama, Japan. And step into the brilliant nature experience created by the video game entertainment leader and a world-renowned broadcast partner — powered by VIDERO.

Create your own magic with VIDERO®, the Brand Experience Platform with Cloud-based interactive display technology for in-store & on-location digital storytelling. Come visit us at [www.videro.com](http://www.videro.com)

**VIDERO**®   
the brand experience platform.

48599 Gronau | Germany  
Fon: +49 2562 939890 | [info@videro.com](mailto:info@videro.com)

# Top 5 Digital Signage-Märkte Europa 2012

## 2 GB&IE

Die angelsächsischen Märkte Großbritannien und Irland zählen weiterhin als Vorreiter in Digital Signage und DooH in Europa. Die Marktreife zeigt insbesondere bei DooH den Trend hin zu Qualität auf Kosten von der Anzahl der verbauten Displays.

81 %

## 4 Nordics

Die vier skandinavischen Märkte gelten als sehr innovativ – Retailer sind offen für interaktive Projekte. DooH ist aufgrund der vergleichsweise kleinen Teilmärkte und den klimatischen Bedingungen unterentwickelt.

74 %

## 5 BENELUX

In den Niederlanden, Belgien und Luxemburg ist Digital Signage – hier auch Narrow Casting genannt – überdurchschnittlich gut vertreten. Die kleinen Märkte und die Mehrsprachigkeitsanforderung in Belgien sind ideal für dynamische Informationen.

46 %

## 3 FR

Frankreich nimmt auch als Digital Signage-Markt eine Sonderrolle ein – nationale Anbieter und Lösungen sind stark positioniert. DooH ist verhältnismäßig gut entwickelt und wird von den Außenwerbern JCDecaux und Clearchannel aktiv betrieben.

75 %

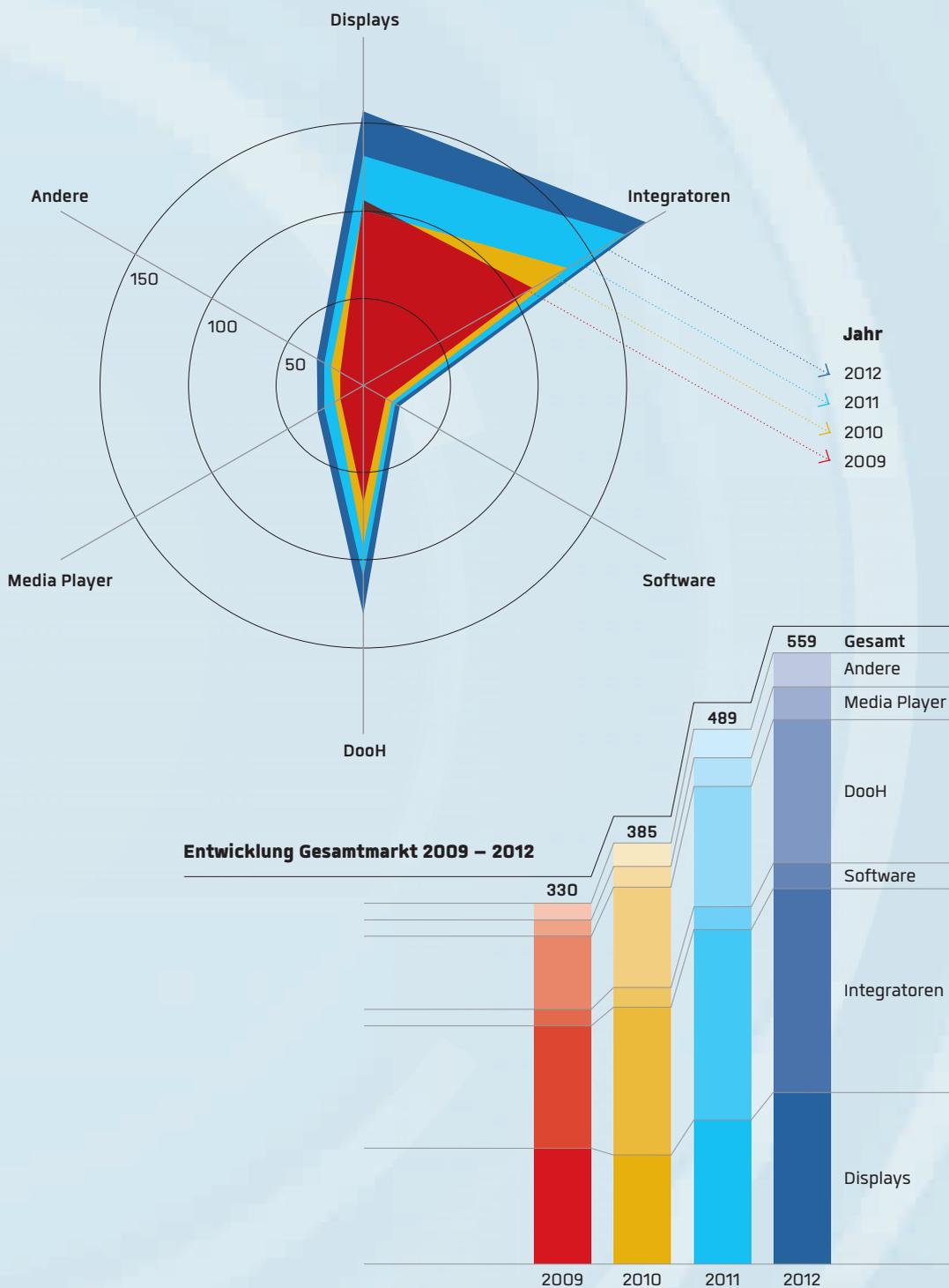
## 1 DACH

Die DACH-Region ist Europas führender Digital Signage-Markt, aufgrund der Größe und föderalistischen Struktur aber nicht First to Market. DooH befindet sich im soliden Aufbau mit guter Marktdurchdringung im Transportsektor und Shopping Malls.

100 %

# Digital Signage-Gesamtmarkt Deutschland, Österreich und Schweiz 2009-2012

(in Mio. EUR)



# Vom Kind zum jungen Erwachsenen

Invidis begleitet den Markt seit Beginn und wirft einen Blick zurück auf turbulente Zeiten.

Von Kinderschuhen und Nischenmarkt war am Anfang die Rede und als invidis die ersten Marktzahlen für 2009 erhob, war der Blick darauf noch weniger schön. Es war eine schwierige Zeit, aber sowohl die Unternehmensberatung als auch Marktteilnehmer und Branchenkenner glaubten an das Produkt Digital Signage.

Und 2010 war es dann geschafft: Mit 21 Prozent Wachstum und fast 400 Millionen Euro Umsatz war eine kritische Marktgröße erreicht. Seither wächst der Markt jährlich im zweistelligen Bereich. Insgesamt ist er heute mehr als doppelt so groß wie noch vor fünf Jahren. Mit dem einsetzenden Boom kamen aber auch die Schwierigkeiten.

Eine riesige Zahl an Unternehmen tummelte sich am Markt und versuchte in das scheinbar lukrative Geschäft einzusteigen. Besonders der Softwaremarkt wurde geradezu überschwemmt. Bereits 2010 war den meisten klar, dass das nicht lange gut gehen kann. Schnell setzte eine Konsolidierung ein und sorgte für die notwendige und gesunde Marktberingung. Heute ist die Zahl der Marktteilnehmer auf einem normalen Niveau angelangt, nur im Softwarebereich kämpfen nach wie vor einige Unternehmen ums Überleben.

Konkurrenzdruck herrscht dennoch und die meisten Marktteilnehmer bilden deshalb Ecosysteme, die bereits 2010 von den Unternehmen als dringlich für die Zukunft angesehen wurden. Heute kann man wohl ohne Zweifel behaupten, dass Markt und Marktteilnehmer erwachsen geworden sind. Die Krise ist überwunden, der Hype aber auch: Das Wachstum ist noch immer zweistellig, aber gesund und normal.

Interessant ist, dass noch 2010 und 2011 Großprojekte eine wichtige Rolle gespielt haben, in 2012 aber eher kleinere und mittlere Projekte. Für 2013 und 2014 wird sich dieser Trend wieder umkehren.



Einfache Lösungen und der Servicegedanke haben sich bereits vor drei Jahren etabliert. OPS wurde 2010 eingeführt, konnte sich aber noch nicht durchsetzen. Stattdessen ist nun System on Chip der neue Hoffnungsträger, der Mediaplayer und Display vereint sowie Installation und Wartung vereinfachen soll. Was sich 2010 bereits abzeichnete, war der Wunsch nach transparenten Softwarelizenzen und Managementservices. Heute eine Selbstverständlichkeit, die mit funktionierenden Cloud-Modellen bald noch einmal einen großen Schritt nach vorn machen wird. Doch nicht alles hat sich geändert, es gibt erfreulicherweise auch viele Konstanten. Da wären die Displayhersteller, die seit eh und je den Markt beherrschen und für Umsatz sorgen. Sie haben anfangs dazu beigetragen, Digital Signage in größeren Unter-



Quelle: Samsung

nehmen als Thema zu etablieren; heute fällt diese Rolle vor allem den Integratoren und Distributoren zu. Gerade die Integratoren nehmen eine immer entscheidendere Rolle am Markt ein, sind sie doch eine wichtige Schnittstelle.

Auch die Zielmärkte haben sich kaum verändert. Schnell wurde der einstige Hoffungsmarkt Lebensmittel Einzelhandel aufgegeben; aber Transportation, Banking und Retail waren von Beginn an und sind heute noch die wichtigsten Absatzbereiche für Digital Signage. Aber auch andere Märkte und kleine Unternehmen zeigen zunehmend Interesse.

Für die meisten Endkunden ist Digital Signage kein unbekanntes, technisches Produkt mehr, sondern sie wissen mittlerweile sehr genau, was sie erwarten. Deshalb wird es für die Anbieter immer wichtiger,

sich neu aufzustellen. Um möglichst breit gefächert aufgestellt zu sein und Gesamtlösungen anbieten zu können, sind besagte Ecosysteme entscheidend. Andererseits müssen die Unternehmen auch immer öfter auf spezialisierte Fachkräfte setzen, die die Märkte und Anforderungen genau kennen. Die Branche hat darauf vergangenes Jahr erfreulicherweise reagiert und in großer Zahl Fachkräfte eingestellt.

Es bleibt spannend, wie sich der Markt in den kommenden Jahren entwickelt. Die Vergangenheit und der momentane Zustand allerdings stimmen höchst positiv, dass die Strategien und Produkte die richtigen waren und sind, und invidis auch 2014 erfreuliche Zahlen vermelden kann.

# DBCI: Relaunch für Branchenbarometer

Neuer Look, umfangreiche Zusatzfragen, zweimonatlicher Rhythmus – der Digital Signage Business Climate Index – kurz DBCI – präsentiert sich 2013 im neuen Kleid.

Verlässliche Marktzahlen gepaart mit einer Interpretation durch die Experten von invidis consulting – das ist das Erfolgsrezept des seit 2009 erhobenen Digital Signage Business Climate Index – kurz DBCI. Der Geschäftsklimaindex für die Digital Signage- und DooH-Branche spiegelt die aktuelle Geschäftslage

der Branche wider und gibt einen Ausblick auf die Entwicklung in den nächsten sechs Monaten. Unterstützt wird er durch den europäischen Digital Signage- und Digital-out-of-Home-Verband OVAB Europe. 2013 wurde die Erhebung von vierteljährlich auf zweimonatlich umgestellt und um wechselnde Zusatzfragen erweitert.

## Ausgewählte Ergebnisse aus den Zusatzfragen 2013

- 2012 wurden **fast 500 neue Stellen** im DACH-Markt geschaffen
- **DooH konnte in der Schweiz als einziges Segment ein Wachstum** in einem sinkenden Gesamtwerbemarkt gewinnen (50 Prozent laut Goldbach Index)
- Microsoft verteidigt Poleposition bei den für Digital Signage eingesetzten Betriebssystemen
- Stark fragmentierte DooH-Landschaft weckt **den Wunsch nach vereinfachten Buchungsprozessen** auf Seiten der Agenturen. **Buchungsplattformen** sollen Abhilfe leisten
- **Nur 13 Prozent** der Netzwerke setzen Fokus auf **Regionalwerbung**
- Plakat und DooH werden selten kombiniert, der **Bruch zwischen analogen und digitalen Medien scheint zu groß**
- **Kleine Projekte (1 bis 49 Displays) dominieren** mit 66 Prozent Anteil am Gesamtumsatz den Markt
- 84 Prozent der DooH-Anbieter erwarten von einer **vergleichbaren Messung und Bewertung von DooH-Netzwerken** steigende Werbeumsätze
- Mit 21 Prozent Nachfrage ist „**Wetter**“ **das populärste Infotainment-Format**
- **68 Prozent aller Werbeformate**, die für Digital-out-of-Home Netzwerke produziert beziehungsweise ausgestrahlt werden, sind **Produktsots und Angebote**

### Viel beachteter Frühindikator der DACH-Region

Der DBCI wird – ähnlich dem großen Bruder vom ifo Institut – als geometrischer Mittelwert aus den Ergebnissen zu den Fragen „Aktuelle Geschäftslage“ und „Geschäftserwartungen“ berechnet. In der Regel werden rund 150 Meldungen von ausgewählten Unternehmen aus sämtlichen Bereichen der Wertschöpfungskette der DACH-Region ausgewertet. Ergänzt durch aktuelle und wechselnde Zusatzfragen und die Experteninterpretation von invidis consulting hat sich der Geschäftsklimaindex zum viel beachteten Frühindikator für die Branche entwickelt.

### Entwicklung 2013: eine Branche im Höhenflug

Höher, schneller, weiter – mit 92,47 Zählerpunkten erlangte der DBCI im März 2013 sein bisheriges Allzeithoch seit seiner Einführung 2009. Das Beste daran: An Abschwung glaubt aktuell noch keiner. Zwar haben sich bei den letzten beiden Erhebungen im Mai und Juli die Erwartungen um rund 20 Prozent weg von steigenden hin zu gleichbleibenden Erwartungen verschoben. Über 50 Prozent erwarten jedoch immer noch eine weitere Steigerung der guten Geschäftslage.

Diese Dynamik beruht auf der harten und steten Arbeit aller Marktteilnehmer der letzten Jahre. Der erhoffte Big Bang blieb aus, aber die kontinuierliche

# Der Motor für große Video Walls

InoNet Video Wall Controller der 2. Generation

Magnius<sub>2</sub>®

Lumina<sub>2</sub>®

**MIT 92,47 ZÄHLERPUNKTEN ERLANGTE DER DBCI IM MÄRZ 2013 SEIN BISHERIGES ALLZEITHOCH SEIT SEINER EINFÜHRUNG 2009.**

Arbeit mit den Kunden zahlt sich letztendlich aus. 2013 wurden neue Großprojekte ausgeschrieben, Bestandsprojekte in die nächste Generation überführt und unzählige Klein- und Kleininstallationen durchgeführt. Der Markt konsolidiert sich weiterhin und neue Technologien senken die Projektkosten und damit die finanzielle Einstiegshürde für den Kunden. „Die bisherigen Ergebnisse in 2013 bestätigen auch meine ganz persönliche Einschätzung und ich freue mich sehr, dass die Branchenstimmung derart positiv ausfällt. Die Branche zeigt sich professioneller und überzeugt mit immer ausgereifteren Lösungen, das zahlt sich aus. Deutschland ist und bleibt dabei der Triebmotor für die Branche“, kommentiert Florian Rotberg, Managing Director von invidis consulting.

## **Österreich und Schweiz halten mit dem rasanten Tempo Schritt**

Die positiven Entwicklungen lassen sich gleichermaßen für Deutschland, Österreich und die Schweiz beobachten, die in jeder Erhebung auch einzeln ausgewertet werden. In Österreich kommen die Investitionen hauptsächlich aus den Bereichen Tourismus, Verkehr und der öffentlichen Hand. Aufgrund der demografischen Strukturen wird dabei zumeist im Umfeld der Hauptstadt Wien in Digital Signage investiert. Die größten Treiber in der Schweiz finden sich in den Bereichen Banking und Transport. Besonders die Retailbanken stellen 2013 ihre Instore-Kommunikation auf digital um und der Schweizer Verkehrsverbund SBB investiert in Displays für Nahverkehrszüge.

## **Neu in 2013: Zusatzfragen liefern interessante Einblicke**

Neben dem Geschäftsklimaindex erhält jeder DBCI ausgewählte Zusatzfragen zu wechselnden Themen. Für die Zusatzfragen in der Schweiz wird mit dem Schweizer Industrieverband IG adscreen kooperiert.



**16 Full HD Ausgänge und Daisy Chaining**  
Steuerung von bis zu 144 Displays

### **Performance**

Leistungsstarke XEON® Prozessoren

### **Ausfallsicherheit**

Zuverlässiger 24/7-Dauerbetrieb

### **Architektur**

Neueste Intel®-Technologie, basierend auf 22 nm

### **Effizienz**

Stromsparend - Verbrauch unter 200W

**INONET**  
DIGITAL SIGNAGE

InoNet Computer GmbH

[www.inonet.com/ds](http://www.inonet.com/ds)  
[sales@inonet.com](mailto:sales@inonet.com)

Tel. +49 (0)89 / 666 096-0

# Der Digital Signage-Markt 2012

## Jobmaschine Digital Signage

450+

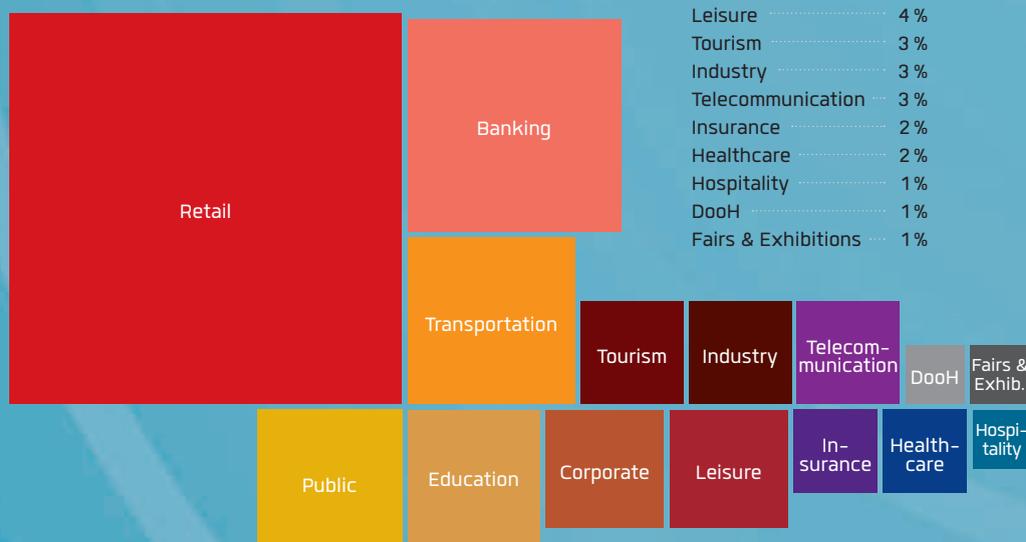
Im Jahr 2012 wurden 450+ neue Stellen im Digital Signage-Markt in D-A-CH geschaffen.

## Die Top 3 Herausforderungen bei Digital Signage-Projekten

- 1 Usability der Software durch Kunden/Agentur
- 2 Integration der Software
- 3 Vor-Ort-Service-Qualität

## Digital Signage-Umsätze in vertikalen Märkten

Der Handel ist mit großem Abstand der wichtigste vertikale Markt für Digital Signage.



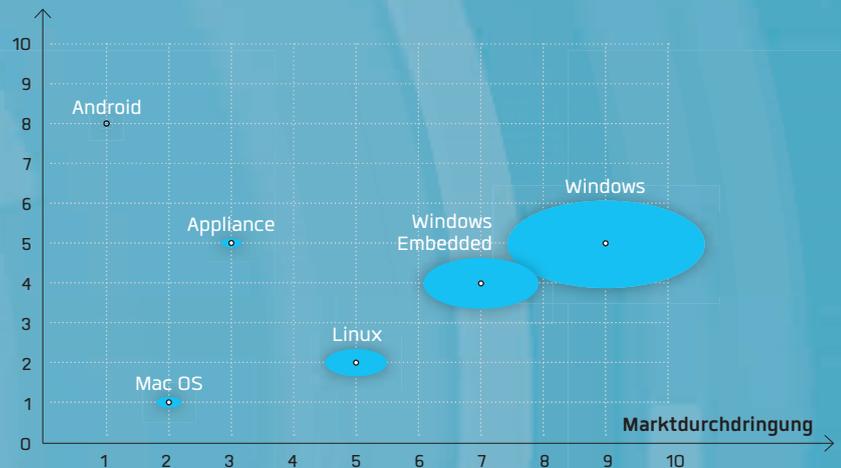
## Kleine Projekte dominieren den Markt



**89 %** aller Digital Signage-Installationen sind Projekte mit bis zu 100 Displays.

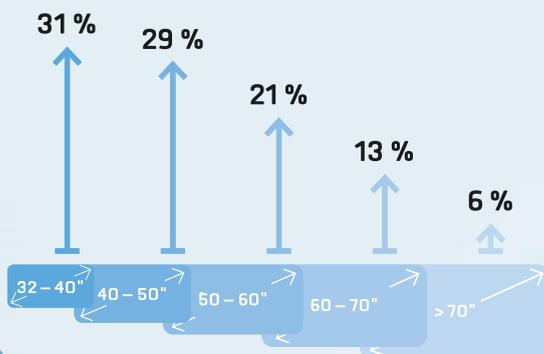
## Betriebssysteme in Digital Signage-Installationen

Nachfragedynamik



Windows dominiert in Digital Signage-Projekten.

## Die populärsten Display-Größen



**1/5** aller Displays sind größer als 60".

## Schlösserland Sachsen setzt auf moderne Technik

Normalerweise gilt: Je neuer ein Objekt ist, umso mehr Technik wird verbaut. Dass auch alte Gemäuer und Displays gut zueinander passen, beweist die Staatliche Schlösser, Burgen und Gärten Sachsen gemeinnützige GmbH.

Insgesamt zwölf Burgen und Schlösser in Sachsen wurden bis Spätsommer 2013 mit digitalen Informa-

tionssystemen ausgestattet – weitere sollen folgen. Das Schlösserland Sachsen aktualisiert die Inhalte mithilfe der Digital Signage-Software easescreen von der Dresdner Zentrale aus. Wichtig war für die Installation, dass die Infos für die Besucherinnen und Besucher kontinuierlich und ohne großen Aufwand aktualisiert werden können.

Zuletzt wurde das Schloss Rochlitz ans Netz genommen. Hier wird eine neue Dauerausstellung umgesetzt. Im Jahr 2014 startet zum 500. Jahrestag der Reformation die Sonderausstellung „eine STARKE FRAUENGeschichte“, die sich der Rolle der Frau in der Reformation widmet. Digitale Besucherterminals informieren dann etwa über Elisabeth von Rochlitz, die in der Sonderchau besonders berücksichtigt wird.

**Im Schloss Rochlitz wurden neue Terminals installiert. An den Stelen wird im Jahr 2014 im Rahmen einer Sonderausstellung auch über die Rolle der Frauen in der Reformation informiert.**



Quelle: Staatliche Schlösser, Burgen und Gärten Sachsen gGmbH

## Neo Advertising startet den Food Channel

Unter dem Label „Food Channel“ startete Neo im ersten Halbjahr 2013 das größte PoS-TV-Netzwerk im deutschen Lebensmitteleinzelhandel. Der Channel rekrutiert sich aus Installationen bei den Handelsketten Real, Edeka, Kaufland und Rewe.

Über diesen Kanal werden wöchentlich mehr als 23 Millionen Kontakte am Point of Sale im Lebensmitteleinzelhandel erreicht. In über 1.300 Outlets mit nahezu 6.000 Displays wird ein flächendeckendes, digitales Medium präsentiert. Werbetreibende haben die Qual der Wahl: Allein an 513 Rewe-Standorten können sie an 2.550 Displays die Kunden erreichen. Edeka folgt mit 1.469 Displays in 298 Filialen. Bei Real wird das Netz bis Anfang 2014 auf 300 Standorte mit 1.200 Displays ausgebaut. Bei Kaufland kann auf 491 Displays in 186 Märkten gebucht werden.

Für die Marketeer ein großes Plus: die Wirtschaftlichkeit der Werbeform. Der TKP beim Food Channel beträgt 1,60 Euro (10 Sekunden, eine Woche). Zum Vergleich: Print- und TV-Kontakte können bis zu 8,5-Mal so teuer sein. Ein weiterer großer Vorteil: die Selektion der Ausstrahlungsstandorte. Sie reicht von Nielsen-Gebieten bis hin zur Belegung eines einzelnen Marktes.

**Der Food Channel bei vier Handelsketten bietet Buchungen nach Nielsen-Gebieten bis hin zur Belegung eines einzelnen Marktes.**



Quelle: Edeka / Neo Advertising

### Showroom für die Makler – Dahler & Company

Es muss nicht gleich ein Schloss in Sachsen sein – aber Interessenten für hochwertige Immobilien achten schon auf die Präsenz des Immobilienmaklers vor Ort. Deshalb hat der Luxusimmobilienmakler Dahler & Company sein Shopkonzept modernisiert. Zunächst wurden in der Testfiliale Buchholz Displays in verschiedenen Größen und edlen Materialien installiert. Touchscreen und Tablets gehören ebenfalls zum neuen Erscheinungsbild. Seit Mitte 2013 werden weitere Standorte modernisiert. Insgesamt ist Dahler & Company mit 39 Büros an 24 Orten präsent, von Sylt und Föhr über Berlin bis nach Mallorca. LFDs, Multitouch sowie iPads gehören zur Ausstattung. Die ISS Intelligent Service Solutions GmbH entwarf das technische Konzept und führte die Umsetzung der Installation durch. Das Medienunternehmen Visual Art war neben dem Gesamtkonzept und der Projektleitung auch für die Software und die Gestaltung der digitalen Oberflächen verantwortlich. Flow4 sorgte für die Umsetzung der Touchdisplay-Oberflächen und die Einbindung der iPads.

Quelle: Visual Art Germany



Im Testshop in Buchholz sorgen 14 Displays, ein großer Multitouch sowie Tablets für moderne, hochwertige und ansprechende Informationen.

### Geringer Aufwand – SoC im Shopping Center Vennehof

Auch ohne große Investitionen in Hardware, Software und Mitarbeiterschulung können Betriebe mit Digital Signage ihre Kunden erreichen. Dazu eignen sich All-in-one-Lösungen, die den Aufwand gering halten. Samsungs System on Chip (SoC)-Lösung etwa enthält einen Chip, der sowohl Mediaplayer als auch Content Management Software integriert und das Display so in eine ganzheitliche Lösung verwandelt. Adversign Media setzte eine umfangreiche Installation im Shopping Center Vennehof in Borken um. Der Eigentümer ITG Immobilien Treuhand Gesellschaft gab den Auftrag für die Installation der zwölf Samsung Large Format Displays (LFDs) der ME-Serie. Die SoC-Displays können über die Content Management Systeme der MagicInfo-Familie von Samsung bespielt werden, sind aber auch offen für Software von Partnerunternehmen wie Adversign Media. Deren Software wird cloudbasiert als Software as a Service (SaaS) angeboten, zusätzlicher Content inklusive. Im Rahmen des „Mieterservice“ können die Einzelhändler im Shopping Center – Bäckereien, Frisöre, Mode-, Schmuck- und Sportgeschäfte – auf den dort installierten Monitoren auf aktuelle Sonderangebote hinweisen. Günstig, und mit geringem Aufwand.

Quelle: Adversign Media



Klassisches Digital Signage: Einzelhändler erreichen im Shopping Center Vennehof die Kunden über eine SoC-Lösung.

## Weltgrößte Jeansabteilung bei Selfridges setzt auf SSD

Seit Sommer 2013 haben Jeansfreunde eine neue Anlaufstelle. Die britische Kaufhausgruppe Selfridges eröffnet in der Londoner Oxford Street ihr Denim Studio mit fast 2.500 Quadratmetern Fläche. Insgesamt

60 Marken und ein Beratungsteam aus 50 Spezialisten sind am ultimativen Einkaufsmekka für Jeansliebhaber vertreten. Es bietet Tausende unterschiedlicher Stile und Hunderte von Exklusivmodellen für 11 bis 11.000 Pfund. Die Aktion Denim Exclusives im Rahmen der Studioeröffnung wird im Juni und Juli 2013 auf Displays in vier der Topschaufenster in der Oxford Street beworben und unterstützt.

Die vom UK-Distributor Pixels gelieferten BrightSign Solid State-Player steuern alle Displays der Denim Exclusives Eventaktion. Das markanteste Schaufenster Oxford Ecke Orchard Street verwandelte sich in ein Fotostudio mit acht BrightSign-gelenkten Displays. Zwei weitere Auslagen zeigen auf hoch- und querformatigen Screens Kunden in ihren persönlichen Lieblingsjeans via Live Feeds von Instagram. Im vierten Fenster schließlich wird ein Zeitraffervideo gelooped.



Selfridges: Durch Einbindung von Social Media ist der Content der Kunden auch im digital veredelten Schaufenster zu sehen.

## Big auf der Bauma 2013 – LK-AG baggert für Caterpillar

In den vergangenen Monaten gab es exakt geplante Großprojekte, wie die 12.000 Quadratmeter große Messepräsenz für den US-Hersteller Caterpillar und den Vertriebspartner Zeppelin auf der Fachmesse Bauma 2013, die in München stattgefunden hat.

Baumaschinenspezialist Caterpillar hatte in München fast die komplette Halle B6 gebucht. Allein vier Wochen Aufbauzeit waren eingeplant; über 95 Tonnen Veranstaltungstechnik und 34.000 Meter Kabel sowie 3.900 Meter Traverse wurden verlegt. Die Atelier Seitz GmbH aus Niederneuching verantwortete den Messeauftritt, technischer Full Service-Dienstleister war die Essener LK-AG.

Ein Highlight: Vor Caterpillars neuem Hybridbagger 336E H befand sich eine vier Meter hohe Konstruktion aus Steglos-Plasmas. Diese ließ sich über eine spezielle Kinetik auf einem Schienensystem per Fingertipp verschieben. Auf den resistiven Touchdisplays wurden Elemente im Innern der Maschine dargestellt. Die Interaktion erfolgte über eine Glasscheibe. Wurden bestimmte Stellen des Baggers berührt, wurde eine Kamerafahrt zum gewählten Bauteil ausgelöst. Hier öffnete sich ein Menü, über das Bild- und Filminformationen abgerufen werden konnten.

Caterpillar kaufte die Präsentationslösungen, um sie weltweit einzusetzen – etwa auf Messen in Frankreich, der Schweiz und in den USA.



Quelle: Atelier Seitz

Das Innenleben konnte wie auf einem Röntgenbild genau unter die Lupe genommen werden.

# SHARP



IN IHRER KLASSE  
FÜHRENDE  
PROFESSIONELLE  
LCD DISPLAYS

## This is Why

Sharp kennt die Anforderungen im kommerziellen, öffentlichen und Einzelhandels-Bereich, denn es sind die Details die wirklich zählen /**This is Why**: Darum bieten wir eine Vielzahl führender, professioneller LCD Displays mit einer großen Bandbreite von Applikationen an.

Kontaktieren Sie uns unter [europe-visualsolutions@sharp.eu](mailto:europe-visualsolutions@sharp.eu) oder informieren Sie sich auf unserer Website unter [www.sharp.de](http://www.sharp.de) über Visual Solutions von Sharp.

[www.sharp.de](http://www.sharp.de)



Quelle: Seen Media

## Neu aufgestellt

**Integratoren spüren die Veränderungen am Markt deutlich: Projekte werden komplexer und der Kostendruck steigt.**

Der gesamte Digital Signage-Markt ist in Bewegung und sehr deutlich wird das bei den Integratoren: hier haben in den vergangenen Jahren Spezialisierungen stattgefunden. Den typischen Integrator gibt es nicht mehr. Stattdessen lassen sich alle Integratoren in zwei Kategorien einordnen, wie beim diesjährigen Ranking erstmals geschehen.

Der Technical Service Integrator setzt alle technischen Projektanforderungen um. Er konfiguriert und installiert Hardware und integriert die Software. Mit ihrer rein technischen Ausrichtung sind die Technical

Service Integratoren wahre Spezialisten, die gut als Ergänzung zu anderen Integratoren und Kreativagenturen eingesetzt werden können. Auf dieses Modell setzt zurzeit der Softwareanbieter Scala, der sich ein Netzwerk aus Agenturen und technischen Integratoren aufgebaut hat, um so möglichst alle Anforderungen abzudecken.

Dem gegenüber stehen die Full Solution Integratoren. Sie sind in der Lage, alle Projektanforderungen umzusetzen. Neben den technischen Lösungen bieten sie ein Gesamtkonzept und die Erstellung von Inhalten an.

Egal welcher Kategorie ein Integrator zuzuordnen ist, er war und ist auf Ecosysteme, also strategische Partnerschaften, Kooperationen und Netzwerke, angewiesen, um am Markt erfolgreich agieren zu können. Dass Integratoren sich breit aufstellen oder als Spezialisten in einem Netzwerk fungieren, ist im vergangenen Jahr sogar noch wichtiger geworden. Denn 55 Prozent der im Ranking Befragten gaben an, dass die Projekte 2012 komplexer geworden sind. Video-wall-Lösungen, große Projekte und Installationen, die Anbindung an Datenbanken und Software Dritter

### Top Facts

- Integratoren lassen sich in zwei Kategorien aufteilen: Technical Service Integrator und Full Solution Integrator
- Die Projekte werden immer komplexer, aber Kunden bezahlen zunehmend für Piloten
- Roll-out und Betrieb sind unproblematisch
- Multichannel-Vertrieb wird immer wichtiger

sowie die Integration von Workflows in bestehende Systeme sind dabei die größten Herausforderungen. Interessant ist, dass 45 Prozent der Meinung sind, dass sich die Qualität der Ausschreibungen nicht verbessert hat, obwohl die Vorstellungen der Kunden genauer geworden sind. Hier scheint also noch immer großes Beratungspotenzial zu bestehen, um Ausschreibungen präziser zu gestalten. Erfreulich ist immerhin, dass immer mehr Kunden bereit sind, für die Pilotierungsphase zu bezahlen. Umgedreht verweigern Digital Signage-Anbieter auch immer häufiger die kostenlose Durchführung. Bis es allerdings zur Umsetzung kommt, vergeht oft viel Zeit, denn die Lead-Time ist noch immer sehr lang.

Sorgen macht den Integratoren der Kostendruck. Die Hälfte der Befragten gab an, dass dieser spürbar sei. Grund seien eine erhöhte Konkurrenz durch zunehmende Markttransparenz, der Markteinstieg von IT-Dienstleistern und fallende Listenpreise für die Hardware.

Immerhin beim Roll-out und dem Betrieb der Systeme sieht rund die Hälfte aller Integratoren keine großen Probleme. Gerade eine enge Zusammenarbeit mit Distributoren erleichtert die Umsetzung von Großprojekten. Beim Betrieb der Systeme werden das Monitoring und Managing immer wichtiger.

Die Integratoren sind für den Markt unerlässlich und sie haben den besten Überblick über die Entwicklungen. Ihrer Einschätzung nach werden künftig Digital Signage-Leitsysteme in größeren Geschäftsgebäuden zum Standard. Der Vertrieb auf mehreren Kanälen, der sich bereits abzeichnet, werde zunehmen und Mobile eine immer wichtigere Rolle spielen.



# Business on Screen

**Full-Service-Lösungen  
von Konzept und  
Content bis zur  
technischen Integration.**



**PRINTSCREENMEDIA**

Digital Signage Solutions

PrintScreenMedia GmbH  
Dieselstraße 24  
85748 Garching bei München  
Tel. +49-89-2306959-00  
[www.printscreenmedia.com](http://www.printscreenmedia.com)

**STEFAN KNOKE,  
GESCHÄFTSFÜHRENDER  
GESELLSCHAFTER, SEEN MEDIA**



Das Fazit der letzten Monate lautet: stark anziehende Nachfrage aus diversen Branchen mit den Schwerpunkten Banken, Verkehr, Versicherungen und Einzelhandel. Dabei werden häufiger interaktive Lösungen sowie großflächige LED-Installationen nachgefragt. Im Handel reflektiert das, neben dem Klassiker Wegeleitsystem, die zunehmende Verzahnung von Online und stationärem Geschäft, weil sich in dieser Kombination neue Möglichkeiten einer erweiterten Sortimentspräsentation realisieren lassen. Zunehmend werden auch Schaufensterkonzepte in die Überlegungen mit einbezogen.

Neben multiplizierbaren Lösungen im Rahmen von Filial-Organisationen haben wir auch aufwendige Einzellösungen als „Leuchtturmprojekt“ umgesetzt. So zum Beispiel einen digitalen, interaktiven Showroom für einen der weltweit führenden Recycling- und Umweltdienstleister aus Berlin.

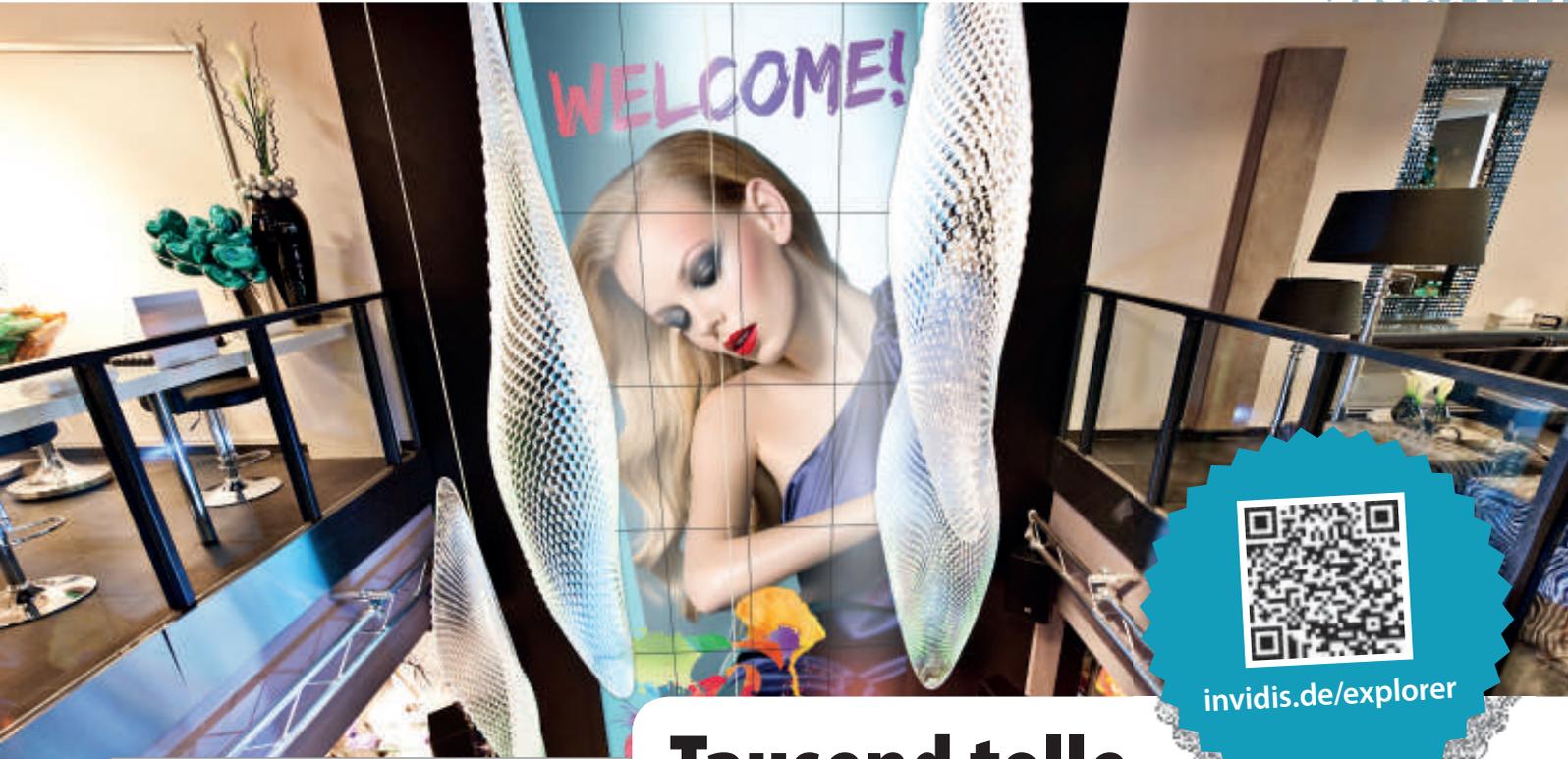
Mit den jetzigen Projektaussichten erwarten wir für 2013 ein akzeptables, und auf 2014 bezogen, eine sehr gute Geschäftsentwicklung.

**TOP 25 DIGITAL SIGNAGE-INTEGRATOREN  
DEUTSCHLAND 2012 (NACH UMSÄTZEN)**

	KATEGORIE <sup>*)</sup>	UNTERNEHMEN	UMSATZ
1	TSI	T-Systems International GmbH	15-20 Mio.
2	TSI	DIDAS Business Services GmbH	5-10 Mio.
3	TSI	Nordland Systems GmbH	5-10 Mio.
4	FSI	xplace GmbH	5-10 Mio.
5	FSI	SEEN MEDIA GmbH	5-10 Mio.
6	FSI	heinekingmedia GmbH	5-10 Mio.
7	FSI	ICT AG	2-5 Mio.
8	FSI	netvico GmbH	2-5 Mio.
9	TSI	InoNet Computer GmbH	2-5 Mio.
10	TSI	MultiVision GmbH	2-5 Mio.
11	FSI	ipos 24 / Interactive Point of Sale GmbH	2-5 Mio.
12	FSI	Stüber Systems GmbH	2-5 Mio.
13	FSI	VIEWENTO GmbH	2-5 Mio.
14	FSI	Cittadino GmbH	2-5 Mio.
15	TSI	Pyramid Computer GmbH	2-5 Mio.
16	TSI	Intelligent Service Solutions GmbH	1-2 Mio.
17	FSI	Neo Solutions (Advertising) GmbH	1-2 Mio.
18	TSI	NEXGEN smart instore GmbH	1-2 Mio.
19	FSI	komma,tec redaction GmbH	1-2 Mio.
20	TSI	Computacenter AG & Co. oHG	1-2 Mio.
21	FSI	Radio P.O.S. GmbH	1-2 Mio.
22	FSI	echion Corporate Communication AG	1-2 Mio.
23	FSI	Mood Media GmbH	1-2 Mio.
24	TSI	Telefónica Germany GmbH & Co. OHG	bis 1 Mio.
25	TSI	Wedeko GmbH	bis 1 Mio.

Quelle: invidis consulting GmbH „invidis Digital Signage Jahrbuch 2013“

<sup>\*)</sup> TSI: Technical Service Integrator; FSI: Full Solution Integrator  
Anmerkung: Alle Angaben beruhen auf Meldungen der Unternehmen oder auf Schätzungen durch einen Fachbeirat. Weitere Informationen und erweiterte Tabellen finden Sie unter [invidis.de](http://invidis.de)



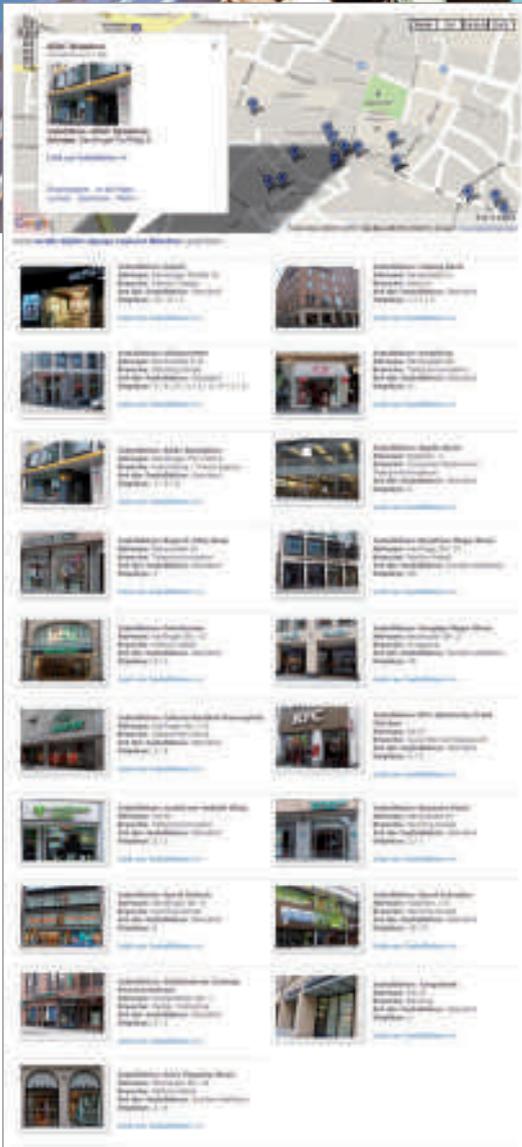
[invidis.de/explorer](http://invidis.de/explorer)

## Tausend tolle Sachen, die gibt es überall zu sehen

**Wo kann man Digital Signage-Installationen sehen? Was macht eine gute Installation aus? Auf was kommt es an? Der „invidis digital signage explorer“ gibt Antworten auf diese Fragen.**

Im Rahmen des invidis digital signage explorer erfasst und bewertet invidis consulting Digital Signage- und Digital-out-of-Home-Installationen. Den Anfang machen Installationen in der Münchner Innenstadt. Der Explorer wird in Zukunft mit Digital Signage- und Digital-out-of-Home-Installationen aus anderen Städten in Deutschland, Österreich und der Schweiz sowie ausgewählten EMEA-Ländern ergänzt werden.

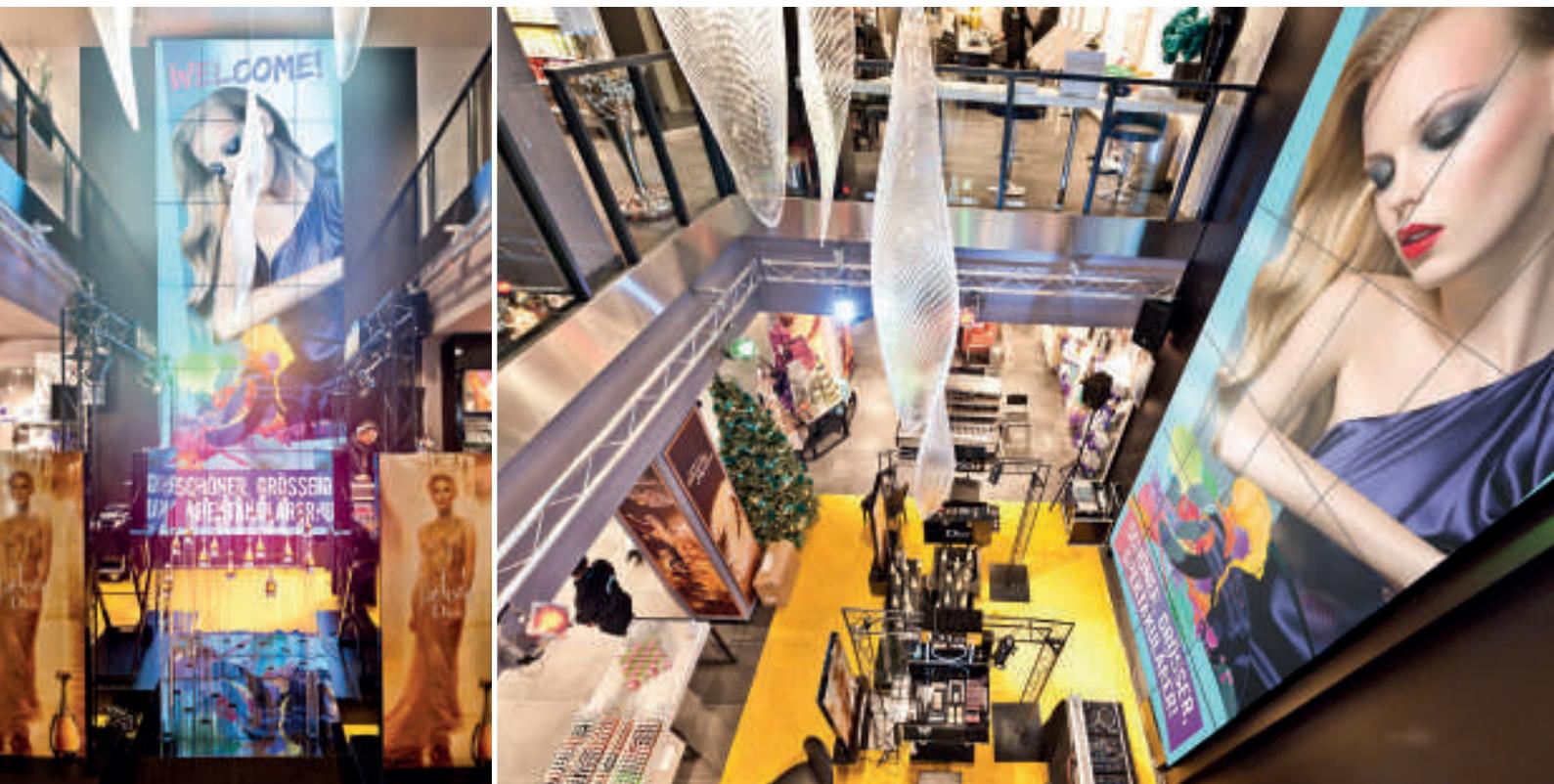
Das Ziel des Explorers ist es, einen möglichst guten Überblick über unterschiedlichste Installationen zu geben. Aus diesem Grund sind Ergänzungen wie auch Vorschläge für zusätzliche Projekte gerne willkommen: [explorer@invidis.de](mailto:explorer@invidis.de)



**invidis digital signage explorer**

PRÄSENTIERT VON:

**NEC**



Quelle: mms mainstream media solutions

## Schmalere Rahmen, weniger Wartung

Die Nachfrage nach Videowalls nimmt zu und die Wartung der Displays muss immer leichter und kostengünstiger werden.

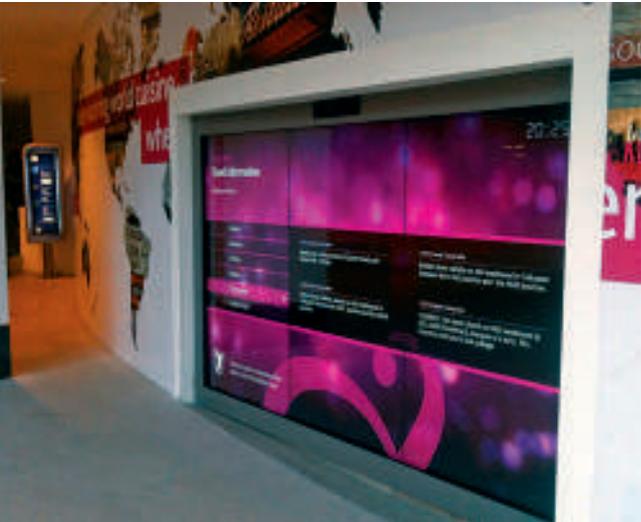
Ohne Displays kein Digital Signage. Aber so wichtig sie auch sein mögen, der Markt ist hart umkämpft und die Preise fallen, wie für sämtliche Hardware, stetig. Kleinere Anbieter profitieren von den Nischen, aber an der Spitze regt sich nicht viel. Auch 2012 dominieren Samsung und NEC den Markt und sind für 58 Prozent der Umsätze verantwortlich. Dahinter folgt LG.

Noch immer werden Displays kleinerer und mittlerer Größe am häufigsten verkauft, aber Bildschirme mit Diagonalen von 60 Zoll und mehr werden für Kunden immer attraktiver, da die Preise sinken. Gerade rund um die ISE übertreffen sich die Meldungen der Her-

steller, wer nun das größte Display am Markt hat. Und so sind Diagonalen jenseits der 80 Zoll auf Messen und Ausstellungen keine Seltenheit mehr – in Projekten werden die noch sehr teuren Stücke derzeit faktisch aber nicht eingesetzt.

Weiterhin besteht bleibt der Trend Videowalls. Die dazugehörigen Displays haben immer schmalere Rahmen und zwei Drittel der Befragten gaben an, dass die Nachfrage in 2012 zugenommen hat, mehr als die Hälfte der Marktteilnehmer verzeichnet sogar eine signifikante Steigerung.

Wie auch die Hersteller von Halterungen müssen sich die Displayhersteller immer bessere Lösungen über-



Quelle: Trinity Leeds / NEC

## Anbieter von Sonderlösungen

- BMG GmbH
- iiyama Deutschland GmbH
- DynaScan Technology, Inc.
- Follow Me GmbH
- m2c Electronic Technology GmbH
- ad notam AG
- Christie Digital Systems, Inc.
- CONRAC GmbH
- Display Solution AG
- Data Display GmbH

### TOP 10 DISPLAY-HERSTELLER DACH 2012 (NACH UMSÄTZEN)

UNTERNEHMEN	2012
Samsung	1
NEC	2
LG	3
Philips	4
Sharp	5
Conrac	6
Panasonic + Sanyo	7
Sony	8
Hyundai	9
Mitsubishi	10

Quelle: invidis consulting GmbH „invidis Digital Signage Jahrbuch 2012“

legen, die sich leicht integrieren, installieren und warten lassen und damit Kosten sparen. Denn die Bildschirme werden bei Neuplanungen bereits in das Design integriert, also in Möbel oder Wände verbaut, oder es entstehen Videowände. Für beide Fälle gilt: Die Wartung muss ohne größere Eingriffe in die Installation geschehen können.

Während die Halterungen so konstruiert werden, dass sich die Displays herausfahren lassen, tüfteln die Displayhersteller an Lösungen, die weniger Hardware benötigen und damit weniger Fehlerquellen bieten und bei denen bei Ausfällen so wenig Hardware wie möglich ausgetauscht werden muss. NEC

hat zu diesem Zweck OPS eingeführt, das sich aber bisher nicht wirklich am Markt durchsetzen konnte. Gründe sind sicherlich die geringe Auswahl an Endgeräten, der fehlende Preisvorteil für den Kunden und vor allem die mangelnde Kompatibilität. Denn während zwar die Schnittstelle formatiert ist, ist es der Formfaktor nicht.

Ein neuer Ansatz ist System on Chip, kurz SoC, das sich bereits 2012 angekündigt hat. Es ist zu erwarten, dass in diesem Jahr der Durchbruch erfolgen wird. SoC ist eine Weiterentwicklung der Built-in-Media-player und ermöglicht leistungsstarke Geräte zu geringen Preisen. Bereits 2012 konnte die Hälfte der

## Top Facts

- Samsung und NEC dominieren den Markt
- Videowalls bleiben gefragt
- System on Chip (SoC) wird Built-in-Mediaplayer und OPS verdrängen
- Verstärkte Nachfrage nach sonnenlichttauglichen Displays, diese werden aber hauptsächlich von Spezialisten angeboten

befragten Unternehmen eine gestiegene Nachfrage verzeichnen. Bei den Softwareanbietern gehen 70 Prozent sogar davon aus, dass SoC im laufenden Jahr Digital Signage-Projekte vorantreiben wird. Neben Lösungen wie SoC, so die Befragten des Rankings, müssen Displayhersteller verstärkt Serviceleistungen mit anbieten, um sich gegen die Konkurrenz zu behaupten.

Das Anbieten von Touchlösungen und die Umstel-

lung aller Produktlinien auf LED sind 2012 selbstverständlich geworden. Touchmonitore werden immer häufiger eingesetzt und auch im Bildungsbereich zunehmend nachgefragt. Denn die Displays mit 65-Zoll-Diagonale können digitale Whiteboards oder Projektorlösungen ersetzen.

Anders sieht es bei der Entwicklung sonnenlichttauglicher Displays aus. Hier hinken die drei großen Hersteller hinterher, obwohl 89 Prozent der Marktteilnehmer im vergangenen Jahr eine gestiegene Nachfrage verzeichnet haben. Grund dafür ist vor allem die häufigere Nutzung von Displays im Schaufenster im Einzelhandel. Da sonnenlichttaugliche Bildschirme nach wie vor kostspielig sind und der Markt dafür noch relativ klein, gibt es in diesem Bereich vor allem Spezialanbieter wie etwa die US-amerikanische Dynascan. Mittlerweile lassen sich die Displays problemlos einsetzen, aber gerade an Plätzen mit sehr starker Sonneneinstrahlung bleibt die dadurch entstehende Hitze ein Problem, an dem die Hersteller künftig arbeiten müssen.



Quelle: Sharp

# Nur was sich bewegt - bewegt!

John Lay Solutions erstellt für seine Kunden massgeschneiderte POS-Kommunikationskonzepte, installiert die wirksamsten Medienträger und garantiert deren sorglosen Betrieb. Parallel kreieren wir als Content-Agentur individuell abgestimmte Inhalte und bewirtschaften diese im daily business - alles aus einer Hand.

John Lay Solutions

EXCELLENCE IN DIGITAL MARKETING & MULTIMEDIA



John Lay Solutions AG    Telefon +41 259 80 00  
Littauerboden 1        Fax        +41 259 80 01  
6014 Luzern            info@jls.ch  
Switzerland            www.jls.ch



**John Lay Solutions**

EXCELLENCE IN DIGITAL MARKETING & MULTIMEDIA

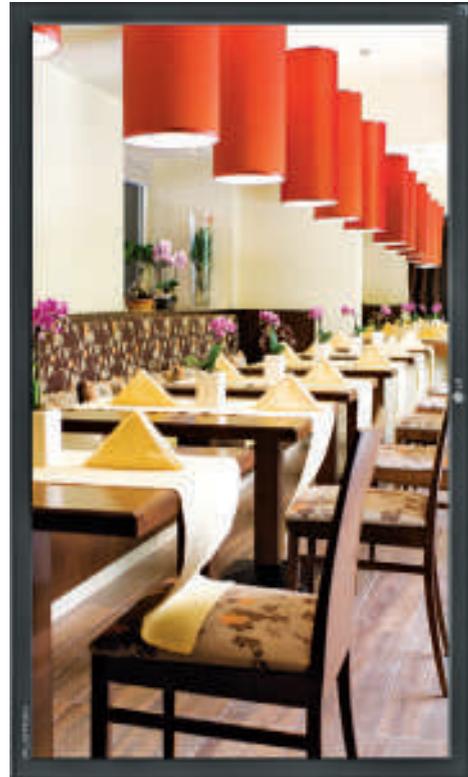
# Eine breite Palette

**Monitor ist nicht gleich Monitor: Verschiedene Techniken haben sich ihren Platz am Digital Signage-Markt erobert oder sind auf dem Weg dahin.**

Alle reden wie selbstverständlich von LCD, Plasma und mittlerweile auch OLED. Doch was genau technisch dahintersteckt, wofür sich welche Displayvariante am besten eignet und wofür weniger, ist nicht immer allen Projektteilnehmern klar.

## LCD – bewährter Klassiker

LCD (Liquid Crystal Display)-Bildschirme haben Digital Signage von der Wiege bis jetzt begleitet und werden heute am häufigsten eingesetzt: Während im Jahr 2009 noch 36.314 Plasmascreens und 194.429 LCD-Bildschirme in der EU verkauft wurden, waren es vor zwei Jahren 21.312 Plasmas und 326.794 LCDs. In Prozentzahlen ausgedrückt lag der LCD-Bildschirm-Verkauf 2011 bei 94 Prozent. Das Marktforschungsunternehmen iSuppli geht davon aus, dass



LCD ist die Standardtechnik für Digital Signage-Bildschirme und in unzähligen Ausführungen erhältlich.

## Die LCD-Technik

Die Basis eines LCD-Bildschirms ist die Flüssigkristallschicht, die von zwei Polarisationsfiltern und zwei Glasscheiben umgeben ist. Das Backlight schickt seine Strahlen von hinten nach vorn durch diese Schichten hindurch. Sie passieren zuerst den hinteren Polarisationsfilter, der nur senkrechte Lichtwellen durchlässt und waagerechte herausfiltert. Dieses nun polarisierte Licht trifft auf die Flüssigkristalle. Sie drehen aufgrund ihrer chemischen Struktur die Polarisationsrichtung des Lichts um 90 Grad. Die Lichtwellen, die sie passieren, sind entsprechend waagrecht. Somit können sie den äußeren Polarisationsfilter, der nur waagerechte Wellen durchlässt, passieren. Der Bildpunkt leuchtet hell. Legt man ein elektrisches Feld an die Kristalle an, verändern sie ihre Struktur und drehen das polarisierte Licht nicht mehr. Dadurch kann es den zweiten Polarisationsfilter nicht passieren und der Punkt bleibt dunkel. Bei einem farbigen Panel besteht jeder Bildpunkt aus drei Zellen; einer mit rotem, einer mit grünem und einer mit blauem Filter. Das Licht der drei Zellen ergibt die sichtbare Mischfarbe.

der Anteil der LCD-Screens weiter steigt, und prognostiziert, dass zum Beispiel 2014 in der EU nur noch wenige Hundert Plasmascreens verkauft werden. Der Grund dafür liegt in erster Linie in der hohen Leuchtdichte und der daraus resultierenden Flexibilität bei der Aufstellung. In hellen Umgebungen ist das Bild besser sichtbar als bei den Plasmas. Der Vorteil, eine hohe mögliche Leuchtdichte, zieht bei der LCD-Technik den Nachteil mit sich, dass der Kontrast geringer ist als bei Plasmapanels. Dies kommt durch die relativ helle Schwarzdarstellung zustande. Dieses Problem haben die Hersteller jedoch in den vergangenen Jahren stetig besser im Griff. Außerdem ist dies für Digital Signage nicht ausschlaggebend, weil die Bildschirme oft in hellen Umgebungen stehen. Zu den weiteren Vorteilen gehören, dass sie weniger wiegen, weil sie meist aus Kunststoff bestehen, eine tendenziell höhere Auflösung haben, nicht einbrennen und weniger Strom verbrauchen.

Es gibt drei Varianten der Hintergrundbeleuchtung für LCD-Panels: Leuchtstoffröhren, direkte LED-Beleuchtung und LED-Kanteneinspeisung. Die Leuchtstoffröhren-Variante ist die günstigste, verbraucht

aber mehr Strom und wird in den nächsten zwölf Monaten zum größten Teil vom Markt verschwinden und durch Geräte mit LED-Technik ersetzt werden. Das direkte LED-Backlight ist am teuersten. Hier besteht der Vorteil darin, dass es je nach Anzahl der LEDs sehr hell ist und man die LEDs einzeln dimmen kann, was den Kontrast verbessert. Die indirekte LED-Beleuchtung ist im Vergleich dazu günstiger und die Version, die am wenigsten Leistung benötigt sowie besonders wenig Abwärme erzeugt.

Die Hersteller haben nicht nur immer größere LCD-Monitore – aktuell bis zu 90 Zoll – sondern auch viele Modelle für spezielle Anforderungen entwickelt. Für Videowände gibt es Displays mit besonders schmalen Rahmen. Eine weitere typische Anpassung sind sehr helle Hintergrundbeleuchtungen (1.500 bis 2.000 Nits im Gegensatz zu circa 700 Nits bei regulären LCDs) für den Einsatz zum Beispiel in Schaufenstern. Dies ist unter anderem mit besonders leistungsstarken, flächig angeordneten LEDs möglich. Alternativ gibt es transreflektive Panels, die einfallendes Licht reflektieren und zur Verstärkung des Backlights nutzen. Diese beiden Techniken finden sich ebenfalls in Outdoordisplays, die zusätzlich vor Regen, Schnee, Staub und Hitze geschützt sind. Dafür statten die Hersteller sie mit einem IP-geschützten Gehäuse, Temperatursensoren und einer Klimaanlage aus.

Für Sonderwünsche bieten einige Hersteller besondere Displayformen an: etwa quadratische, dreieckige oder längliche. Auch transparente LCDs, ohne Backlight, gibt es am Markt.

## Die OLED-Technik

Die Basis der organischen Leuchtdioden bilden langkettige, organische, halbleitende Polymere oder ebenfalls organische „Small Molecules“. Diese Leuchtschicht erzeugt gleichzeitig Bild und Licht, weshalb keine separate Hintergrundbeleuchtung benötigt wird. Ihre Dicke liegt im Nanometerbereich.

Die Schicht wird zwischen eine Anoden- und eine Kathodenschicht gebracht und in diesem Sandwich auf ein Substrat aufgetragen. Legt man eine Spannung an, fließt Strom durch die organischen Schichten und sie leuchten in ihrer spezifischen Farbe.

## Die Plasma-Technik

Ein Plasmabildschirm besteht aus zwei Glasplatten, zwischen denen viele kleine Zellen angeordnet sind. Drei Zellen zusammen, jeweils eine für Rot, Grün und Blau, ergeben einen Bildpunkt. In den Zellen befinden sich ein Neon-Xenon-Gemisch sowie eine Schicht eines Phosphor-Leuchtstoffs der entsprechenden Farbe. Ein Transistor entzündet das in der Kammer befindliche Gasgemisch, das dadurch ionisiert und somit zum Plasma wird. Als Plasma bezeichnet man ionisiertes Gas, das ganz oder teilweise aus geladenen Teilchen besteht. Dieses angeregte Gas sendet UV-Strahlen aus, die wiederum die Leuchtstoffe anregen. Sie wandeln das UV-Licht in sichtbares Licht der jeweiligen Farbe um. Das Auge nimmt die drei Zellen eines Bildpunktes der Primärfarben Rot, Grün und Blau als die gewünschte Mischfarbe wahr.

### Plasma – im Schatten von LCD

Plasmadisplays stellten vor einigen Jahren eine wichtige Alternative zu LCD-Bildschirmen dar, werden aber mittlerweile nur noch in Ausnahmefällen verwendet und daher kaum noch angeboten. Heute setzt man sie vor allem dort ein, wo besonders große Bild diagonale gefordert sind – zum Beispiel von 103 Zoll – oder besondere Ansprüche an die Bildqualität gestellt werden, beispielsweise wenn ein extremer Blickwinkel oder spezielle Farbstimmungen erforderlich sind.



Seit Frühjahr 2012 gibt es hochauflösende OLED-Displays für den Konsumenten-TV-Markt. Sie bieten sich auch als Hotel-Fernseher an.

Ein Vorteil von Plasmascreens ist, dass sie besonders dunkles Schwarz darstellen können, weil schwarze Bildpunkte nicht gezündet werden und somit ausgeschaltet bleiben. Dadurch ist ihr Kontrastverhältnis höher als das von LCD-Screens. Auch bei Brillanz, Betrachtungswinkel und Reaktionszeit haben Plasmascreens Vorteile. Dafür eignen sie sich weniger gut für helle Umgebungen, da ihre Oberfläche Licht stärker reflektiert. Sie sind, weil sie zu einem Teil aus Glas bestehen, schwerer als LCDs, verbrauchen mehr Strom und haben eine niedrigere Auflösung im Vergleich zur Größe. Professionelle Plasmabildschirme sind im Moment noch günstiger als LCD-Screens. Hicham Zoultaoui von iSuppli erwartet jedoch, dass die Preise der LCDs im Verhältnis stärker sinken wer-

den und sich der Preisvorteil der Plasmadisplays bald aufheben wird. „Außerdem wird die Qualität der LCD-Technik weiter steigen“, sagt er. „Deshalb wird sie die Plasmatechnik in Kürze wahrscheinlich komplett verdrängen.“

### **OLED – Zukunftsmusik**

OLEDs sind in aller Munde und die Hoffnungsträger der nächsten Jahre. Denn sie bieten einige Vorteile: Sie erzeugen ein sehr kontrastreiches und brillantes Bild, haben eine kürzere Reaktionsgeschwindigkeit als andere Techniken und sind sehr dünn. Aktuell gibt es allerdings nur CE-Varianten als TV-Sets von LG und Samsung zu kaufen. Dafür aber schon mit einer Größe von 55 Zoll. Da es noch keine Erfahrungswerte im Langzeitbetrieb gibt und Experten davon ausgehen, dass die Lebensdauer der OLEDs recht kurz ist, bieten sie sich noch nicht für den Einsatz bei Digital Signage an. Außerdem eignen sie sich aufgrund ihrer geringen Lichtausbeute bisher nur für den Indoor-Einsatz und sind noch sehr teuer. Allerdings wird sich die Technik hinsichtlich der Lebensdauer voraussichtlich bald verbessern und günstiger werden. Deshalb schätzt Hicham Zoultaoui, dass sie frühestens 2014 im professionellen Bereich eingesetzt wird.

Den einen Trend, an dem sich alles orientiert, gibt es bei Public Displays nicht. Die Entwicklung bringt stattdessen eine immer größere Vielfalt an digitalen Anzeigen mit sich, die man serienmäßig kaufen kann. Ein gutes Zeichen!



**SEEN**

**MEDIA**

**SICHTBAR**

**BESSEER!**

**STÖRT SIE DAS**

**KLEINE UND GEDRUCKTE**

**AUCH SO SEHR WIE UNS?**

**ZEIT FÜR EINEN DIGITALEN WECHSEL!**

SEEN MEDIA macht Qualität sichtbar. Die Full Service Agentur bietet ein komplettes Portfolio von der Konzeption, Planung und Umsetzung bis hin zu internationalen Rollouts, Service- und Supportleistungen Ihrer Digital Signage Lösung.

Wir machen es möglich, dass Ihre Produkte gesehen werden und bringen das umfassende Know-how mit, um Kunden ganzheitlich strategisch zu beraten und die passenden Partner mit der dazu notwendigen Technik einzubinden.

**SEEN MEDIA®**  
FULL SERVICE DIGITAL SIGNAGE AGENCY

Kackertstr. 20  
52072 Aachen  
Tel.: +49-241-99 007-0  
info@seen-media.com  
www.seen-media.com



Quelle: Samsung

## Kompliziert war gestern

Bei den Lizenzmodellen und der technischen Kompatibilität haben Softwareunternehmen viel vereinfacht, doch die Bedienbarkeit bleibt ein großes Manko.

Der Softwaremarkt hat sich 2012 zwar wieder stark verändert, aber nur auf den hinteren Plätzen. Die großen und etablierten Unternehmen haben sich am Markt behauptet und ihre Position ausbauen können, trotz fortsetzender Konsolidierung. Von den befragten Softwareunternehmen waren 79 Prozent der Meinung, die Konsolidierung sei schneller voran geschritten als erwartet. Betroffen sind allerdings nur kleine Unternehmen.

Der Softwaremarkt ist noch immer sehr national geprägt. Außer BroadSign und Scala gibt es keine An-

bieter, die wirklich global agieren. Wenn, dann höchstens weil ein Kunde weltweit präsent ist und die Software daher auch dort eingesetzt wird. Hier bleibt abzuwarten, ob die Softwarehersteller 2013 ihr Expansionsverhalten ändern werden.

Obwohl die Software ein wichtiger Bestandteil einer Digital Signage-Lösung ist, bleibt sie leider für die meisten Kunden ein Buch mit sieben Siegeln. Denn die sehen bei der Nutzerfreundlichkeit große Defizite, die Softwareunternehmen dagegen finden ihre Produkte gut bedienbar. Hier gilt es auch weiterhin, auf



## Top Facts

- Klassische Lizenzmodelle werden zugunsten von Servicemodellen umgestellt
- Softwareunternehmen stellen auf HTML5 um und treiben die Betriebssystemunabhängigkeit voran
- Nahezu alle Softwarehersteller sind nur national tätig

Kundenwünsche einzugehen und nachzubessern, um Digital Signage-Lösungen attraktiver zu gestalten. Immerhin: Die Softwarehersteller haben erkannt, dass sie betriebssystemunabhängig arbeiten müssen und stellen ihre Produkte zunehmend um. Trotzdem sind sich 92 Prozent sicher, dass Android eine immer wichtigere Rolle spielen wird. Gerade bei kleinen Installationen mit geringer Rechenleistung kann Android den Zugriff auf günstige Player-Systeme erleichtern. Einfache und kostengünstige Lösungen würden laut der Befragten in Zukunft verstärkt nachgefragt.

Nicht nur die Einbindung verschiedenster Betriebssysteme schreitet voran. Auch der Wechsel von Flash zu HTML5, der sich seit einigen Jahren ankündigt, wird gerade vollzogen. Eigentlich alle Unternehmen stellen ihre Software derzeit um.

Eine deutliche Änderung ist bei den Lizenzmodellen zu spüren. Gut 72 Prozent der befragten Softwareunternehmen gaben an, dass die Kosten für Lizenzen auch in den kommenden zwei Jahren sinken werden. Grund sei die noch immer große Zahl an Unternehmen am Markt, die für reichlich Kostendruck sorgen.

**TOP 20 DIGITAL SIGNAGE-SOFTWAREANBIETER DEUTSCHLAND,  
ÖSTERREICH UND SCHWEIZ 2012 (NACH LIZENZEN)**

	UNTERNEHMEN	LIZENZEN <sup>*)</sup>
1	Scala BV	20.000-29.999
2	Grassfish Marketing Technologies GmbH	10.000-19.999
3	Online Software AG	10.000-19.999
4	mdt Medientechnik GmbH	10.000-19.999
5	screenFOOD AG	5.000-9.999
6	Cittadino GmbH	5.000-9.999
7	komma,tec redaction GmbH	5.000-9.999
8	dZine (Barco, Inc.)	5.000-9.999
9	easescreen (Pichler Medientechnik e.U.)	5.000-9.999
10	BroadSign International LLC	5.000-9.999
11	heinekingmedia GmbH	5.000-9.999
12	~sedna GmbH	5.000-9.999
13	Stinova Ltd.	2.500-4.999
14	Macnetix GmbH	2.500-4.999
15	dimedis GmbH	2.500-4.999
16	Net Display Systems (Deutschland) GmbH	2.500-4.999
17	SalesTV GmbH	2.500-4.999
18	m2c Electronic Technology GmbH	2.500-4.999
19	netvico GmbH	2.500-4.999
20	BrightSign, LLC	2.500-4.999

Quelle: invidis consulting GmbH „invidis Digital Signage Jahrbuch 2013“

<sup>\*)</sup> Anzahl der aktiven Softwarelizenzen zum 31.12. des Jahres  
Anmerkung: Alle Angaben beruhen auf Meldungen der Unternehmen oder auf Schätzungen durch einen Fachbeirat. Weitere Informationen und erweiterte Tabellen finden Sie unter [invidis.de](http://invidis.de)



Über Lizenzen lässt sich heute kaum noch verdienen, Servicemodelle sind auf dem Vormarsch. 57 Prozent gaben an, dass bei einer Projektlaufzeit von fünf Jahren die Serviceumsätze die Lizenzkosten übersteigen. Ohnehin lohnen sich einmalige Lizenzkosten für die Softwareunternehmen erst ab einer großen Menge. Immer mehr steigen daher auf neue Modelle um: Statt einmaliger Lizenzgebühren erheben sie zusätzlich jährliche Servicegebühren, über die der Umsatz generiert wird. Zudem werden die Modelle vereinfacht, so arbeiten faktisch alle Softwareunternehmen derzeit an Cloud-Lösungen.

Für die kommenden zwei Jahre erwarten alle Marktteilnehmer Bewegung und vor allem Veränderungen am Markt. Bei den kleineren Einzelhändlern, so das Fazit der Befragung, werde der Bedarf an Low-Cost-Lösungen zunehmen. Zur Darstellung von Marken, also bei größeren Händlern, werde sich dagegen die Nachfrage nach High-End-Lösungen verstärken. Noch wichtiger werden künftig Schnittstellen, die die Befüllung mit Inhalten aus unterschiedlichsten Quellen ermöglichen. Und nach wie vor ungebrochen ist der Trend zur Interaktivität und die Einbindung mobiler Endgeräte. Darauf werden die Softwareunternehmen also auch 2013 und 2014 einen starken Fokus haben.



## Digital Signage @ ALSO Deutschland GmbH Lösungen aus einer Hand!

Wir, die ALSO Deutschland GmbH, sind ein deutsches Tochterunternehmen der ALSO Holding AG. Gemessen am Umsatz zählen wir zu den größten deutschen Großhandelsunternehmen für Produkte, Lösungen und Dienstleistungen in der Unterhaltungselektronik, Telekommunikation und Informationstechnologie.

Rund 1.000 Mitarbeiter sind in unseren Standorten Soest, Straubing und Osnabrück sowie in unseren Logistikzentren tätig, um unseren Kunden einen umfassenden Service mit flexibler Auftragsannahme und kurzen Lieferzeiten zu bieten. Zu unseren Kunden zählen kleine und mittelständische Fachbetriebe, Mobilfunkhändler, Systemanbieter sowie Zulieferer von Großunternehmen.

Mit der Gründung einer eigenen Business Unit haben wir das Thema Digital Signage bewusst vom klassischen Volumengeschäft getrennt. Organisationsübergreifend konzentriert sich dieses neue Team ausschließlich auf das Digital Signage Lösungsgeschäft und baut dieses gezielt aus. Wir bieten eine bedarfsorientierte Beratung zu einem abgestimmten Produktportfolio, die Kompetenz zur vertrieblichen und technischen Konzeption sowie die notwendige Erfahrung beim Rollout – **unabhängig von Größe oder Komplexität**. Das Zusammenspiel dieser entscheidenden Erfolgsfaktoren ist die Voraussetzung für eine **professionelle Umsetzung** von Digital Signage Projekten. Wir freuen uns auf Ihren Kontakt!

### Ihre Ansprechpartner



**Tobias Nagel**  
Head of Business Unit  
Telefon +49 2921 99 2311  
tobias.nagel@also.com



**Danny Weber**  
Product Manager  
Telefon +49 2921 99 2874  
danny.weber@also.com



**Philipp Grüter**  
Product Manager  
Telefon +49 2921 99 2794  
philipp.grueter@also.com



**Jörn Kellerhaus**  
Technical Consultant  
Telefon +49 2921 99 2318  
joern.kellerhaus@also.com



**Christian Landgraf**  
Focus Sales Manager LG Electronics  
Telefon +49 2921 99 2313  
christian.landgraf@also.com



**Monika Göckede**  
Focus Sales Manager Samsung  
Telefon +49 2921 99 2746  
monika.goekede@also.com

ALSO Deutschland GmbH | Lange Wende 43 | 59494 Soest | Tel. +49 2921 99 0  
Ernst-Heinkel-Straße 4 | 94315 Straubing | Tel. +49 9421 93 3000  
NT plus – Die Telekommunikationsmarke. | Leyer Straße 24, 49076 Osnabrück | Tel. +49 541 9143 01



## Bewegung im Channel

Quelle: fotolia

### Distributoren bauen ihr Angebot aus und setzen auf Service.

Distributoren als reine Zwischenhändler – das trifft nicht mehr zu. Denn die Rolle der Distributoren verändert sich zunehmend und sie werden für den Digital Signage-Markt immer wichtiger. Nach wie vor wird der deutsche Markt von den drei Großen domi-

niert: Ingram Micro, Delo Computer und Also, die zum Teil auch in Österreich und der Schweiz aktiv sind. Noch immer konzentrieren sich die meisten Distributoren auf ihr Kerngeschäft und bewegen vor allem Displays und Hardware wie Mediaplayer und Halterungen. Aber die Distributoren treiben das Thema Digital Signage bei den konservativen AV-Systemhäusern gehörig voran. Neben dem reinem Box-Moving-Geschäft treten Serviceleistungen immer mehr in den Vordergrund.

Viele Distributoren haben eigene Digital Signage-Units gegründet und neben den Hardwareherstellern nutzen auch andere Marktteilnehmer zunehmend den Channel. Cittadino zum Beispiel versucht, seine hauseigene Software aktiv auf diesem Weg zu vertreiben.

TOP 3 DISTRIBUTOREN DEUTSCHLAND 2012  
(NACH DIGITAL SIGNAGE-UMSÄTZEN)

DISTRIBUTOR	
1	Ingram Micro
2	DELO Computer
3	ALSO

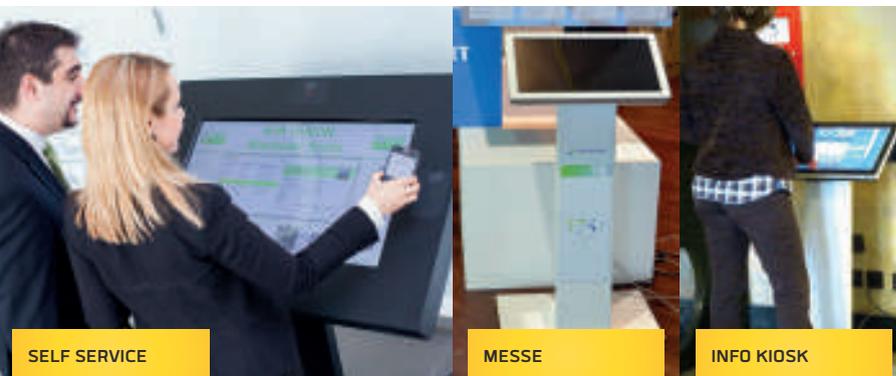
Quelle: invidis consulting GmbH „invidis Digital Signage Jahrbuch 2013“

Distributoren bieten zusätzliche Services an, bauen diese aus und nähern sich so den Integratoren an. Zum Beispiel liefern Distributoren mittlerweile auch Content, konfigurieren Mediaplayer vor und leisten Support. Ein Trend, der sich 2013 fortsetzen und verstärken wird.

**SPEZIALISIERTE DIGITAL SIGNAGE-DISTRIBUTOREN DEUTSCHLAND, ÖSTERREICH UND SCHWEIZ 2012 (NACH LÄNDERN)**

DISTRIBUTOR	DE	AT	CH
ALSO	X	X	X
DELO Computer	X		
Ingram Micro	X	X	X
Kindermann	X		
Littlebit			X
MobilePro			X
Omega		X	
SoLoIT		X	
Tech Data	X	X	X
Telion			X

Quelle: invidis consulting GmbH „invidis Digital Signage Jahrbuch 2013“



SELF SERVICE

MESSE

INFO KIOSK

info@signtouch.de  
www.signtouch.de

PULT      STELE      TISCH      TISCHPULT



POS SYSTEM



MUSEUM

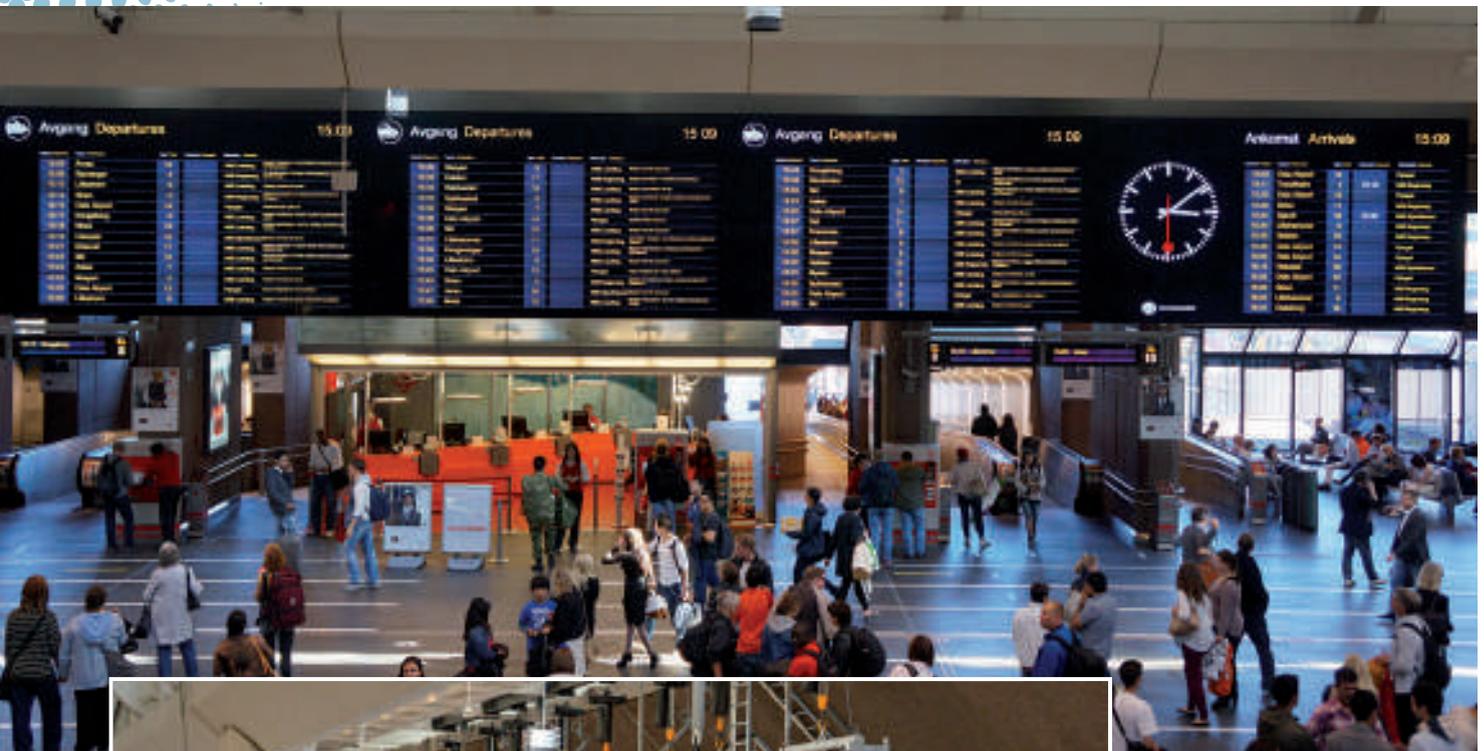


SHOWROOM

**sign touch**

DIGITAL SIGNAGE - WEGELEITSYSTEME - WERBETECHNIK

von der **SIGN POINT GMBH**  
Christian-Pommer-Str. 58  
38112 Braunschweig



Quelle: GDS / Global Display Solutions Spa

## Gut gehängt hält länger

**Mit dem Erfolg der Branche steigen die Anforderungen an Halterungen und Stelen.**

Der Trend ist ungebrochen: Videowalls werden immer beliebter, auch weil Soft- und Hardware die Installation erleichtern. Dazu gehören auch spezielle Halterungen, die die spezifischen Anforderungen erfüllen.

Große Videowände sind schwer, die Statik der Halterungen muss ausgeklügelt sein, genauso wie die Wartungsoptionen. Mittlerweile ist es Standard, dass einzelne Displays für Serviceeinsätze herausgefahren oder entnommen werden können. Das Einsparpotenzial bei Wartungsarbeiten ist dadurch enorm.

Egal ob für Videowalls oder einzelne Displays gilt: Die Halterungen müssen sich gut integrieren lassen. Mittlerweile werden Digital Signage-Installationen bereits bei Neu- oder Umbauten mit eingeplant. Die Displays und somit auch die Halterungen müssen sich nahtlos in die gesamte Innenarchitektur einfügen. Was bei Geschäften oft problemlos funktioniert, ist bei Museen oder alten Gebäuden, die zum Beispiel unter Denkmalschutz stehen, Säulen oder Winkel haben, oft eine Herausforderung. Die Anbieter für Halterungen haben aber bereits vie-

le Standardlösungen und daher ein breit gefächertes Sortiment. Am meisten verkaufen sie nach wie vor standardisierte Wandhalterungen, gefolgt von Decken- und Standhalterungen, die in großen Mengen etwa für Hotelfernseher eingesetzt werden. Individuelle Lösungen und Halterungen für Videowalls werden demgegenüber natürlich weitaus weniger abgesetzt, aber die Nachfrage steigt.

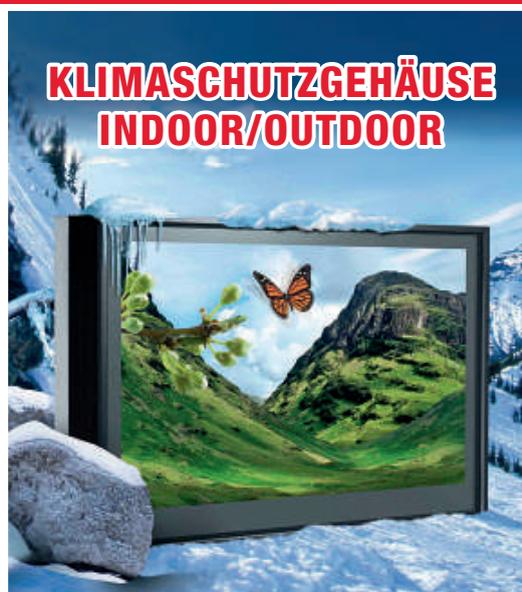
Während bei den Halterungen Individualität kaum eine Rolle spielt, werden Stelen nahezu immer individuell gefertigt. Die Stelen sollen etwas hermachen und auf den Kunden angepasst sein. Sie sind mit Displays unterschiedlichster Art oder Tablets ausgestattet, variieren in Höhe, Breite und Farbe. Sie müssen meist vandalismussicher sein und gute Belüftungsmöglichkeiten bieten. Aus diesem Grund kommen immer mehr Unternehmen aus dem Metallbau auf den Markt, die die Stelen je nach Kunde und Anspruch individuell fertigen.

## Anbieter von Halterungslösungen

- peerless AV (Hagor Products GmbH)
- PeTa GmbH
- SMS Smart Media Solutions AB
- UNICOL Deutschland GmbH
- vogel's (Schnepel GmbH & Co. KG)



**...der Zubehör-Hersteller für Präsentationstechnik**



**Sonderlösungen – Wir produzieren für Sie!**

HAGOR Products GmbH · Oberbecksener Str. 97 · 32547 Bad Oeynhausen  
Fon 05731-94 07 08 · Fax -94 07 09 · [www.hagor.de](http://www.hagor.de)

# Individuell, bewegt, legal

**Kunden erkennen die Relevanz von guten Inhalten und nutzen die technischen Möglichkeiten.**

Ein Bildschirm im Schaufenster oder an der Kasse sieht zwar modern aus, zeigt aber seine volle Wirkung erst mit dem richtigen Content. Erfreulicherweise setzt sich diese Ansicht zunehmend durch. Immerhin 80 Prozent der Befragten gab an, dass die Kundennachfrage nach individuell gestalteten Templates im vergangenen Jahr gestiegen ist. Für den Betrachter sind die Inhalte entscheidend und Kunden reagieren darauf immer häufiger mit individuellen Designs.

## Online Content Shops/ Newsfeeds

- Adversign Media GmbH
- Airmotion GmbH
- BlueFox SA
- Cittadino GmbH
- N24 GmbH
- n-tv GmbH
- Sky Deutschland AG



Quelle: Flughafen Wien AG / Roman Bönsch

Starre, plakative Darstellungen werden kaum noch gefragt, stattdessen haben Agenturen und Kunden die Vorteile des Mediums erkannt und nutzen sie nun auch. Auf deutschen Digital Signage-Bildschirmen sind vor allem kurze Clips, Bewegtbilder und Filme zu sehen.

Aber nicht nur die Gestaltung wandelt sich, sondern auch der Anspruch an die Inhalte. Standards wie News und Wetter gehören zwar dazu, aber zuneh-

mend setzen Kunden auf Inhalt mit Mehrwert. Vor allem die Präsentation des eigenen Unternehmens wird wichtiger. Und lokaler Content. Gerade bei eng gefassten Zielgruppen gilt: je lokaler der Inhalt, desto relevanter.

Marken- und Produktpots, also Image- und Abverkaufswerbung, sind die häufigsten Werbeformate bei Digital Signage-Installationen. Bei den Infotainment-Inhalten dominieren zwar nach wie vor die Standards Wetter und nationale beziehungsweise internationale Nachrichten, direkt darauf folgen aber die lokalen Nachrichten.

In Anbetracht des allgemeinen Trends überrascht nicht, dass 16:9 mittlerweile das dominierende Bildformat ist, 4:3 dagegen kaum noch nachgefragt wird.

Allerdings werden die meisten Displays noch klassisch, also horizontal installiert; vertikale Inhalte im Portraitformat waren 2012 in der Minderheit.

Die technischen Möglichkeiten der Hard- und Software werden ausgenutzt und HD-Content dominiert. Die am häufigsten genutzten

Dateiformate sind die gängigen Video- und Bildformate, HTML5 und Flash.

Im Prinzip gibt es drei Anbietertypen für Content. Am häufigsten arbeiten Spezialagenturen mit der Leadagentur eines Kunden zusammen. Sie passen die bereits bestehenden Inhalte einer Kampagne an die Anforderungen einer Digital Signage-Installation an. Sie sind zwar auf das Medium spezialisiert, arbeiten in aller Regel aber nicht kreativ.

Daneben gibt es Verlage oder TV-Sender, die ihre eigenen Inhalte zweitverwerten, wie zum Beispiel N24 oder n-tv. Scheinbar wird dieses Modell immer beliebter. In der aktuellen Umfrage gaben 60 Prozent der Befragten an, dass das Interesse von Verlagen und Redaktionen an einer Zweitverwertung von Inhalten 2012 gestiegen sei. Ebenfalls fertige, aber nicht ausschließlich für Digital Signage erstellte Inhalte verkaufen Zwischenhändler wie BlueFox. Sie kaufen Content ein und verbreiten ihn.

Nur ganz wenige Unternehmen stellen ausschließlich Digital Signage-Inhalte her. Dazu gehört die airmotion, eine ehemalige Tochtergesellschaft der Nachrichtenagentur dapd. Der Anteil solcher Unternehmen, die spezifisch für die Digital Signage-Branche Inhalte erstellen, wächst. Doch egal, wer die Inhalte schafft, eine höchst erfreuliche Entwicklung in 2012 ist, dass immer mehr Kunden legalen Content nutzen und nachfragen.

## Individuelle Contenterstellung

- 3Sixty:TV GmbH
- baermedia GmbH & Co. KG
- DMS Digitale Medien Systeme GmbH
- echion Corporate Communication AG
- John Lay Solutions AG
- komma,tec redaction GmbH
- MuSe Content GmbH
- Neo Advertising GmbH
- Online Software AG
- pilot Screentime GmbH
- screenFOOD AG
- SEEN MEDIA GmbH
- Visual Art Germany GmbH



## AV-SOLUTION PARTNER

PROFESSIONALS IN AUDIO AND VIDEO

**Orientierungssysteme**  
**Ankündigungen**  
**Hotel-TV**  
**Zeit- und Menüplan**  
**Werbung**  
**Praxisinformation ...**

### Digitale Informationssysteme von den Spezialisten

Schnell, gezielt und wirksam kommunizieren. Abwechslungsreich informieren und unterhalten. Aktuelle Nachrichten integrieren.

- Einzelhandel
- Gastronomie
- Industrieunternehmen
- Behörden, Institutionen
- Ärzte- und Technologiezentren

[www.av-solutionpartner.de](http://www.av-solutionpartner.de)

Perfekt integriert. Perfekt geleitet. **Perfekt informiert.**

# Mediaplayer: Malocher im Hintergrund

Ohne den richtigen Mediaplayer bleibt das schönste Display schwarz. Denn der Zuspielder ist neben dem CMS die wichtigste Komponente im Netzwerk. Das A und O lautet deshalb: Augen auf bei der Auswahl.

## Was ist ein Mediaplayer und was macht ihn aus?

Der Mediaplayer besteht aus einer Hardwareplattform und einer Software, die für die Steuerung der Medieninhalte zuständig ist. Zwei unterschiedliche Philosophien haben sich im Laufe der Zeit herausgebildet: PC-basierte Player und Appliance-Systeme. An dieser Weggabelung sollte man sich vor dem Kauf mit ihren Vor- und Nachteilen beschäftigen.

PC-basierte Systeme arbeiten zumeist mit einem Windows oder Linux-OS. Appliances bestehen aus deutlich spezialisierten Chips sowie einer darauf angepassten Software. Dabei kommen oftmals neben der eigentlichen CPU noch Field Programmable Gate Arrays (FPGAs) zum Einsatz, besondere integrierte Schaltkreise, die den eigentlichen Prozessor stark entlasten.

## Universell einsetzbare Generalisten: PC-basierte Player

In den letzten Jahren wurden zumeist PCs als Zuspielder verwendet. Die meisten dieser Systeme basieren auf Windows, aber auch Linux- und Mac-OS-Systeme sind am Markt erhältlich.

Es gibt gute Gründe für diese Zuspieldersysteme. Gemeinsam ist ihnen etwa eine hohe Verfügbarkeit. Zudem sind PC-basierte Systeme universell einsetzbar und stehen für einen einfachen Integrationsaufwand

in bestehende Netzwerkinfrastrukturen. Ihre verwandte Hardware ist bekannt, die Treiber können stetig aktualisiert werden. An die spezifischen Projekterfordernisse sind die PC-basierten Mediaplayer anpassbar – von günstig bis teuer, von leistungsfähig bis schwach.

Nachteil: Mögliche Stabilitätsprobleme durch das eingesetzte Betriebssystem und Sicherheitsprobleme. Eine universelle Plattform leistet zudem meist mehr, als für den Digital Signage-Einsatz erforderlich ist. Das wird dann mit einer hohen Leistungsaufnahme erkaufte.

## Langlebige Spezialisten: Appliances

Umgekehrt punkten Appliances durch ihren in der Regel geringeren Energieverbrauch. Die speziellen Prozessoren machen sie zudem deutlich unempfindlicher gegenüber Viren und Malware. Längere Produktlebenszyklen sowie eine kompaktere Bauweise zählen ebenfalls zu den Vorteilen dieser Geräteklasse.

Allerdings sind Appliances weniger etwas für wechselwillige Naturen, denn sie sind nur bedingt mit anderen CMS nutzbar. Bei speziellen Problemen ist eine Anpassung durch den Anbieter notwendig. Zudem kann die jeweils erworbene Hardwaregeneration auch die Funktionen limitieren.

Appliances, die auf alternativen Chipsets laufen, gibt es von IAdea, Spinetix, BrightSign und anderen Anbietern. Hier sollten Sie sich vor dem Erwerb stets nach den unterstützten Medienformaten und dem CMS erkundigen.

## Was benötigt ein DS-Player?

Wofür Sie sich auch entscheiden: Einige Eigenschaften muss das gewählte System schon mitbringen. Ei-



Quelle: Advantech



Quelle: BrightSign

ne 24/7-Laufzeit sollte gewährleistet sein. Achten Sie auf einen Player mit möglichst wenigen beweglichen Teilen – so erhöhen Sie die Ausfallsicherheit der Installation. Auch eine Appliance benötigt Ansprache, also eine Software, mit der sich der Digital Signage-Player kontrollieren, steuern und fernwarten lässt. Ein erster Blick ins Datenblatt hilft, die Spreu vom Weizen zu trennen. Was das Gerät an In/Out-Buchsen bietet, unterstützt beim „Rausschmiss“ ungeeigneter Lösungen. Eine RS232-Schnittstelle zum Auslesen der Bildschirmdaten und der Steuerung des Displays sollte vorhanden sein. Digitale Ausgänge wie HDMI oder DVI für eine optimale Bildqualität müssen sein – sonst benötigen Sie auch kein hochwertiges HD-Display. Des Weiteren sind USB-Ports wichtig für den Einsatz von Touch-Displays.

#### Wie wähle ich den richtigen Mediaplayer aus?

Die Auswahl des Mediaplayers erfolgt immer nach dem Festlegen eines Programmkonzepts. Erst dann sind die Anforderungen an die Performance durch die Auswahl der Inhalte festgelegt.

Darüber hinaus werden die Mediaplayer nach den technischen Anforderungen der Netzwerke ausgewählt. Hier entscheidet die IT-Architektur zumeist, ob ein PC-basierter Mediaplayer oder eine Appliance gewählt wird.

Die CPU oder auch der ARM-Prozessor sind entscheidend für die Gesamtleistung des Zuspielers. Dies ist für Formate wichtig, die nicht direkt durch einen Video-Prozessor beschleunigt werden, wie beispielsweise Flash-Animationen.

Bei PCs stellen ATOM-CPU's das unterste Ende der Performance-Skala dar. An der Spitze stehen Intel Core-i-Prozessoren. Es werden aber auch viele Chips verbaut, die für Notebooks gedacht sind, da diese

einen guten Kompromiss zwischen Leistung und Leistungsaufnahme bieten.

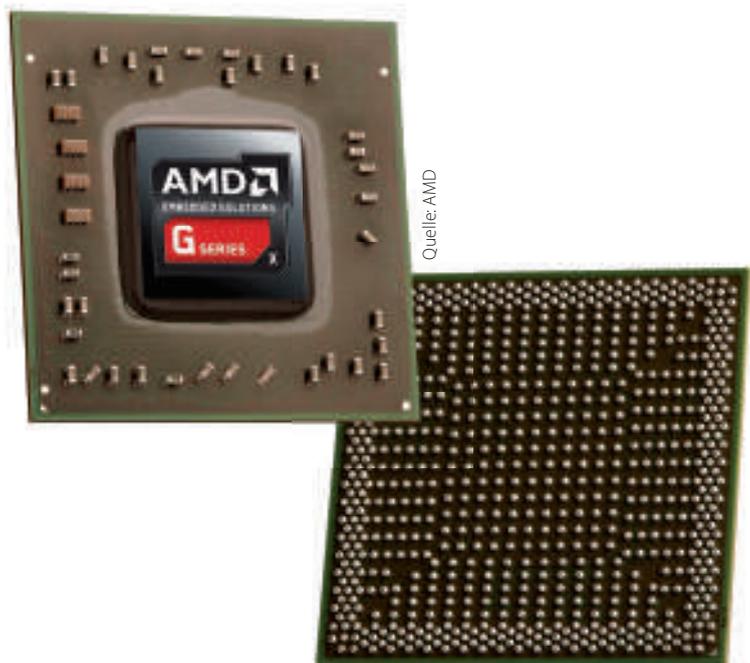
Als Faustregel gilt: Wenn mehr Bilder in Echtzeit gerendert oder komplex berechnet werden müssen, muss die Leistung der CPU steigen und/oder dedizierte Grafikleistung zur Verfügung stehen. Werden nur Videos dekodiert, darf die CPU schwächer ausfallen und eine im Chipsatz integrierte Grafikkarte kann genutzt werden.

Sofern eine Appliance eingesetzt wird, muss im Vorfeld geprüft werden, welche Medienformate unterstützt werden.

Per se sollte mit den Inhalten eine Überprüfung der ausgewählten Mediaplayer erfolgen, um die Leistung zu prüfen.

#### Welcher Speicher wird benötigt?

Mittlerweile werden in den meisten, auf X86 basierenden Mediaplayern zwischen 4 und 8 GB RAM ver-



Quelle: AMD



Quelle: Spinetix

baut. Wenn im Player ein reguläres Windows-OS zum Einsatz kommt, sollten 4 GB RAM als unterste Grenze gesehen werden.

#### HTML5

Inzwischen haben eine Reihe von Herstellern ihre Geräte HTML5-fähig gemacht. Der neue Standard bietet einen entscheidenden Vorteil: Videoinhalte, Audio sowie zweidimensionale und 3D-Grafiken müssen nun nicht mehr über Plug-ins beziehungsweise den Umweg über Adobes Flash eingebunden werden. Das führt dazu, dass in den meisten Fällen der Prozessor entlastet werden dürfte. Zudem ist HTML5 ein offener Standard, während Flash eine Plattform von Adobe ist.

#### Platte der Wahl: SSD oder HDD

Eine SSD (Flash-Speicher) besitzt im Gegensatz zur herkömmlichen Festplatte keine beweglichen Teile. Dieser Plattentyp ist empfehlenswert, wenn der Mediaplayer in Umgebungen eingesetzt wird, in denen es zu Erschütterungen und Verschmutzung kommt. Denn starke mechanische Belastungen werden von guten SSDs zumeist besser verkraftet. Seit Anfang 2013 haben sich die Preise – auch für qualitativ hochwertige – SSDs deutlich nach unten bewegt. In der Tendenz sind SSDs allerdings – noch – etwas teurer als HDD-Platten. Wenn Sie sich für einen Player mit Solid State-Platte entscheiden: Erwarten Sie hier bitte keine Wunder! Denn auch diese Festplatten sind keinesfalls komplett ausfallsicher. Schnellere Schreib- und Lesezugriffe machen SSDs zwar zur „schnellen Platte“. Bei der Leistungsaufnahme gibt es aber unterm Strich nur geringe Vorteile gegenüber einer HDD, da bei der SSD die CPU mehr belastet wird. Des Weiteren ist die Anzahl der Schreib-

zugriffe für die Lebensdauer entscheidend, hier sollte man genau hinsehen.

#### Intel-Standard OPS

Das Kürzel steht für Open Pluggable Specification. Dieser von Intel entwickelte und propagierte Standard legt die Bauform und die Anschlüsse eines Mediaplayers fest, der in der Rückwand des Bildschirms eingeschoben wird. OPS ist vergleichbar mit dem Radio-Schacht. Vorteil: Sie können als Distributor oder Kunde die Displays und OPS-Mediaplayer von unterschiedlichen Anbietern ohne besonderen Aufwand kombinieren. Trotz des guten Ansatzes konnte sich dieses Konzept bisher nicht durchsetzen.

#### Android, Linux-Welt und SoC

Abseits der x86-basierten Mediaplayer tummeln sich die auf dem Android-OS oder allgemein auf dem freien Betriebssystem Linux basierenden Mediaplayer, die auf speziellen RISC-Prozessoren von ARM laufen. Seit dem Siegeszug von Android in der Mobil- und Tablet-Welt gibt es immer mehr B2B-Anwendungen, die auf dem Linux-Abkömmling laufen. Obwohl erst seit Oktober 2008 als mobiles Betriebssystem verfügbar, hat sich das auf Anregung von Google im weltweiten Konsortium Open Handset Alliance entwickelte Android allein bis Mitte 2013 einen Marktanteil von beinahe 80 Prozent bei mobilen Geräten erobert. Auch in der Digital Signage-Welt ist spätestens seit letztem Jahr ein Trend hin zu mehr Android-basierten Mediaplayern zu beobachten. Philips/MMD und NoviSign machten den Anfang. Mittlerweile gibt es eine große Anzahl unterschiedlicher Android-Zuspieler und eine stetige Zunahme an europaweiten Installationen. Mit Android-Architekturen hat man Zu-

gang zu einem offenen Standard. Für sich genommen hat das System einige Vorteile, vor allem auf der Kostenseite. Allerdings sind gewollte oder geplante Einbindungen in Netzwerke, die etwa mit einem Windows-System arbeiten, vorher festzulegen – und mit der hauseigenen IT abzusprechen.

#### SoC: System on Chip

Diese Mediaplayer werden zumeist zu sehr günstigen Preisen angeboten und bilden auch die Basis für Samsungs System on Chip (SoC). Hierbei handelt es sich um einen im Display integrierten Mediaplayer, der mittels kompatiblen CMS angesteuert wird. Für dieses Ein-Chip-System sind seit dem Marktstart verschiedene Umsetzungen verfügbar, sodass für die Samsung-SoC-Welt eine weiterhin steigende Anzahl auch an spezialisierten Umsetzungen erwartet werden kann. Dazu zählt viewneo von Adversign Media, eine cloudbasierte Software, die oft in Einkaufszentren eingesetzt wird. Seit Spätsommer 2013 ist viewneo auch als kostenlose App für Android-basierte Tablet-PCs von 4 bis 10 Zoll und für HDMI-Sticks erhältlich, und damit auch unabhängig von den Displays des koreanischen Herstellers einsetzbar. Auch eine Reihe anderer Firmen hat für Samsungs SoC spezielle CMS und Programme verfasst: Softwarespezialist NorCom etwa hat ein Redaktionssystem für hierarchie- und länderübergreifende Informationssteuerung im Angebot. Anbieter Netscreens bietet eine maßgeschneiderte Software mit einem zusätzlichen Web-to-print-Modul, mit dem man Flyer aus Digital Signage-Content erstellen kann. Auch die auf Lösungen für Hospitality, Healthcare und Retail spezialisierte Macnetix bietet SoC-Software an.

#### Giada F300

#### Fanless Haswell-PC | Core i5, 4. Generation

- Intel® Core i5 4250U (4. Generation/Haswell)
- 2x 1,3 GHz (Turbo: 2,6 GHz)
- Intel® HD5000 Grafik (5x schneller als HD4000)
- 4x USB 3.0, 2x USB 2.0, 2x COM
- Display Port und DVI



#### Giada i53B

#### Ivy-Bridge Kleinst-PC | Core i5, 3. Generation

- Intel® Core i5 3317U (3. Generation)
- 2x 1,7 GHz (Turbo: 2,6 GHz)
- Intel® HD4000 (Ivy Bridge) Grafik
- USB 3.0
- Kompakt (0,7 Liter)



#### OPS-PC P200

#### Für NEC, Samsung & Phillips | Core i5, 3. Generation

- Intel® Core i5 3337U (3. Generation)
- 2x 1,8 GHz (Turbo: 2,7 GHz)
- Intel® HD4000 (Ivy Bridge) Grafikkarte
- OPS Schnittstelle
- HDMI und VGA
- 2x USB 3.0



#### PanzerBox®

#### Schutz für Public Displays

- Schutz vor Spritzwasser
- Diebstahlschutz (abschließbar)
- Verbundsicherheitsglas (6mm)
- Schutz vor extremen Temperaturen
- Wandhalterung enthalten
- Halterung für Giada Mini-PCs (optional)
- Deckenhalterung (optional)
- Made in Germany



## P200 OPS PLAYER

	<b>Hersteller</b>	CONCEPT International GmbH
	<b>Produktbezeichnung</b>	P200 OPS Player
	<b>Prozessor</b>	Intel® Core i5-3337U, 1,8 GHz (Turbo 2,7 GHz)
	<b>Grafik</b>	Intel® HD4000 (Ivy Bridge)
	<b>RAM</b>	4 – 8 GB
	<b>Festplatte</b>	2,5" SATA / 256 GB – 1 TB
	<b>Maße</b>	200 x 119 x 30 mm
	<b>Anschlüsse</b>	1x OPS (USB3.0, Display Port, DVI), 1x VGA, 1x HDMI, 1x Audio in/out, 1 GB-LAN, SIM Card Slot, 2x USB3.0
	<b>Kühlung</b>	aktiv
	<b>Bewegliche Teile</b>	ja
	<b>Leistungsaufnahme</b>	Betrieb max. 25 W / Standby 1,5 W
	<b>Kontakt</b>	CONCEPT International GmbH Zweibrückenstr. 5–7 · 80331 München Telefon +49 (89) 9616085-0 info@concept.biz · www.concept.biz

Die Open Pluggable Specification (OPS) ist die erste branchenweite Standard-Schnittstelle für Digital Signage und ermöglicht eine noch professionellere Planung und Entwicklung von Digital Signage Konzepten. Der Slot-in Signage-PC ist ideal für alle anspruchsvollen Digital Signage Applikationen in Kombination mit Monitoren von Samsung, Phillips und NEC. Er ist mit Intels schnellem & leistungsstarken Core i5 Prozessor der 3ten Generation mit max. 2,7 GHz ausgestattet. Unterstützung erhält er durch Intels performanten Ivy Bridge (HD4000) Grafikchip, womit mehrere Full-HD Videos, Laufschriften, Diashows etc. unterschiedlichen Contents spielend dargestellt und lebendige Multimedia Präsentationen umgesetzt werden.

## GIADA F300

	<b>Hersteller</b>	CONCEPT International GmbH
	<b>Produktbezeichnung</b>	Giada F300
	<b>Prozessor</b>	Intel® Core i5-4250U, 1,3 GHz (Turbo 2,6 GHz)
	<b>Grafik</b>	Intel® HD5000
	<b>RAM</b>	4 – 8 GB
	<b>Festplatte</b>	2,5" SATA / 500 GB – 1 TB
	<b>Maße</b>	260 x 175 x 35 mm
	<b>Anschlüsse</b>	3x Audio Jack, 2x COM, 4x USB3.0, 2x USB2.0, DisplayPort (HDMI), DVI, 1 GB-LAN, SIM Card Slot, DC-IN
	<b>Kühlung</b>	passiv
	<b>Bewegliche Teile</b>	nein
	<b>Leistungsaufnahme</b>	Betrieb 15 W / Standby 1 W
	<b>Kontakt</b>	CONCEPT International GmbH Zweibrückenstr. 5–7 · 80331 München Telefon +49 (89) 9616085-0 info@concept.biz · www.concept.biz

Auf den ersten Blick lässt der lüfterlose Giada F300 kaum vermuten, dass hinter dem flachen Winzling modernste PC-Technologie für höchste Anforderungen steckt. Ausgestattet mit Intels „Haswell“ Core i5 Prozessor der vierten (!) Generation (4250U) und HD5000 Grafikkomponente ist der Mini-PC mit aktuellster Technologie ausgestattet wie sie sonst nur in High-End Notebooks zu finden sind. Der Giada gehört zu den leistungsstärksten Mini-PCs, die sich heute auf dem Digital Signage Markt finden lassen und dass zu einem sehr ansprechenden Preis-/Leistungsverhältnis.

Anzeige

**INONET ARK-DS762 – KOMPAKTER DIGITAL SIGNAGE-PLAYER**



<b>Hersteller</b>	InoNet Computer GmbH
<b>Produktbezeichnung</b>	InoNet ARK-DS762
<b>Prozessor</b>	Intel® Core™ i3/i5/i7 (3rd Gen.) bis 45 W
<b>Grafik</b>	3x HDMI, unterstützt 1920 x 1080 p @ 60 Hz
<b>RAM</b>	max. 16 GB DDR3
<b>Festplatte</b>	2.5" SATA HDD
<b>Maße</b>	249,6 x 190 x 35 mm
<b>Anschlüsse</b>	3x HDMI, 1x Gbit LAN, 1x USB 3.0, 2x USB 2.0, 1 x COM (RS-232), 1x Audio Line-Out
<b>Kühlung</b>	aktiv
<b>Bewegliche Teile</b>	ja
<b>Leistungsaufnahme</b>	Betrieb 90 W
<b>Kontakt</b>	InoNet Computer GmbH Wettersteinstraße 18 · 82024 Taufkirchen Telefon +49 89 / 666 096-0 sales@inonet.com · www.inonet.com



Der Mediaplayer ARK-DS762 von InoNet ist ein Digital Signage-Alleskönner. In einem kompakten Gehäuse bietet er hohe Rechenleistung und zahlreiche Anschlüsse, u.a. drei HDMI-Anschlüsse, einen USB 3.0 Port und eine serielle Schnittstelle.

In dem flachen Player kommen Intel® Core™-Prozessoren der dritten Generation zum Einsatz – in der stärksten Konfiguration ein i7 mit 45W TDP. Über drei HDMI-Anschlüsse können so drei Displays unabhängig voneinander mit Full HD-Inhalten versorgt werden.

Bei einem Gehäusevolumen von nur 1,7l und einem Gewicht von 2 kg ist der Player dabei überaus platzsparend und kann flexibel montiert werden

**MASSANFERTIGUNG**



<b>Hersteller</b>	Littlebit Technology AG
<b>Produktbezeichnung</b>	axxiv SVELT DQ8700 MD
<b>Prozessor</b>	Intel Core i7 4770 3.4 GHz, 4. Gen.
<b>Grafik</b>	PNY Quadro NVS 420 PCIe x16 DVI, 512 MB
<b>RAM</b>	Corsair Vengeance LP DDR3-1600 2x 4 GB LV
<b>Festplatte</b>	Samsung SSD 840 120 GB Basic
<b>Maße</b>	300 x 326 x 90 mm
<b>Anschlüsse</b>	1x Parallel, 1x PS/2, 1x Serial, 2x USB2.0, 6x USB3.0, 1x RJ45, 1x DVI, 1x DisplayPort, 1x VGA
<b>Kühlung</b>	aktiv
<b>Bewegliche Teile</b>	nein
<b>Leistungsaufnahme</b>	k. A.
<b>Kontakt</b>	Littlebit Technology AG Bösch 83 · CH-6331 Hünenberg Telefon +41 (0)41 7851111 sales@littlebit.ch · www.littlebit.ch · www.axxiv.ch



Die Anforderungen an Player variieren stark. Abhängig von Platzverhältnissen, Geräuschsensibilität, Betriebszeiten, Ausgabeeinheiten und Content sind komplett verschiedene Player gefragt. Littlebit Technology produzieren deshalb nach Mass – vom kompakten Mini-Player bis zur aufwendigen Steuereinheit für riesige Videowalls.

Der Player axxiv SVELT DQ8700 MD beispielsweise steuert trotz kompakter Abmessungen bis zu vier Full-HD Displays direkt an. Über den DisplayPort gibt der geräuscharme Rechner eine native Auflösung von 3840 x 2160 Bildpunkten aus.

## SPO-BOOK WINDBOX III PLUS // MSI MS-9A55



<b>Hersteller</b>	spo-comm GmbH // Micro Star International
<b>Produktbezeichnung</b>	spo-book WINDBOX III Plus // MSI MS-9A55
<b>Prozessor</b>	Intel® Core i5 3337U / 2x 1.8 GHz (max. 2x 2.7 GHz)
<b>Grafik</b>	Intel® HD4000 / DVI-I (VGA via Adapter), HDMI
<b>RAM</b>	up to 16384 MB SO-DDRIII
<b>Festplatte</b>	320 GB und 500 GB HDD / 60, 120 und 240 GB SSD
<b>Maße</b>	285 x 33 x 196 mm
<b>Anschlüsse</b>	2x Gigabit LAN, 4x USB 2.0, 2x USB 3.0, 2x COM, W-LAN, 3,5 G optional
<b>Kühlung</b>	passiv
<b>Bewegliche Teile</b>	ja / nein
<b>Leistungsaufnahme</b>	Betrieb 17 W / Standby 3 W / Aus <1 W
<b>Kontakt</b>	spo-comm GmbH Andernacher Straße 18 · 90411 Nürnberg Telefon +49 911 23 98 37 0 vertrieb@spo-comm.de · www.spo-comm.de  MSI IPC Headquater ipcsales@msi.com · www.msi.com/ipc

Das passiv gekühlte Mini-PC System mit einer Bauhöhe von nur 33mm, verfügt über die neueste Intel Ivy Bridge Technologie und bietet brillante Grafikleistungen. Die leistungsfähige Core i5 CPU ist eine Ultra-Low Power Variante, so dass das Gesamtsystem auch unter Höchstlast nur maximal 20 Watt benötigt. Das System kann in zahlreichen Ausstattungsvarianten bestellt werden und bietet auch W-LAN, Bluetooth und optional Anschluss an Mobilfunknetze. Es ist baugleich zu seinen Vorgängern. Weitere Informationen unter: [www.spo-comm.de/products/de/mini-pcs/windbox-iii-plus-fanless-ivy.html](http://www.spo-comm.de/products/de/mini-pcs/windbox-iii-plus-fanless-ivy.html)

## SPO-BOOK TURO HM76 / MSI MS-9A68



<b>Hersteller</b>	spo-comm GmbH // Micro Star International
<b>Produktbezeichnung</b>	spo-book TURO HM76 // MSI MS-9A68
<b>Prozessor</b>	Intel® Core i3 3120M / 2x 2.5 GHz, Intel® Core i5 3340M / 2x 2.7 GHz (max. 2x 3.4 GHz), Intel® Core i7 3540M / 2x 3.0 GHz (max. 2x 3.7 GHz)
<b>Grafik</b>	Intel® HD4600 / 2x Display Port, 1x DVI-I (VGA via Adapter) / Triple Display Output
<b>RAM</b>	up to 16384 MB SO-DDRIII
<b>Festplatte</b>	320 GB und 500 GB HDD / 60, 120 und 240 GB SSD
<b>Maße</b>	180 x 42 x 190 mm
<b>Anschlüsse</b>	2x Gigabit LAN, 6x USB 2.0, 2x USB 3.0, 4x COM, W-LAN, 3,5 G optional, 3x Audio
<b>Kühlung</b>	aktiv
<b>Bewegliche Teile</b>	ja
<b>Leistungsaufnahme</b>	Betrieb 38 W / Standby 3 W / Aus <1 W
<b>Kontakt</b>	spo-comm GmbH Andernacher Straße 18 · 90411 Nürnberg Telefon +49 911 23 98 37 0 vertrieb@spo-comm.de · www.spo-comm.de  MSI IPC Headquater ipcsales@msi.com · www.msi.com/ipc

Das leistungsfähige spo-book TURO HM76 verfügt über die neueste Intel IvyBridge Technologie und kann drei Displays gleichzeitig mit unterschiedlichen Inhalten ansteuern, sofern zwei Monitore über einen Display-Port verfügen. Das System lässt sich passend zu den jeweiligen Anforderungen ausstatten, so kann z.B. wahlweise eine Core i3, i5 oder sogar eine i7 CPU von Intel integriert werden. Weitere Informationen unter: [www.spo-comm.de/products/de/mini-pcs/spo-book-turo-hm76.html](http://www.spo-comm.de/products/de/mini-pcs/spo-book-turo-hm76.html)



# DIGITAL SIGNAGE FACHMESSE

13. BIS 15. FEBRUAR 2014  
MESSE STUTTGART



## DS TEC 2014

Die Fachmesse für digitale Werbe- und Informationssysteme

Im Rahmen des Fachmesseverbundes EXPO 4.0 lädt die DS TEC vom 13. bis 15. Februar 2014 in die Halle 8 der Messe Stuttgart ein. Erfahren Sie mehr über die DS TEC, das Konzept und die Konditionen auf [www.dstec-messe.de](http://www.dstec-messe.de).

### Ihre Ansprechpartner bei Fragen zur DS TEC 2014:

Wolfgang Plonner

Fon +49-(0)8178 / 86786-15

plonner@wnp.de

Iriet Yusuf

Fon +49-(0)8178 / 86786-24

yusuf@wnp.de

[www.EXPO-4-0.com](http://www.EXPO-4-0.com)



## MARKUS EISEMANN, SALES MANAGER LARGE FORMAT DISPLAYS, SAMSUNG ELECTRONICS

Digital Signage ist für Samsung ein äußerst wichtiger Markt mit hohem Wachstumspotenzial. Die Nachfrage steigt stetig und entsprechend investieren wir in den Bereich Large Format Displays. Die Zahl der Mitarbeiter, zum Beispiel in der Kundenbetreuung, wurde im Jahr 2013 verdoppelt, um dem hohen Bedarf an großformatigen Displays gerecht zu werden. Auch die Entwicklung neuer Produkte ist ein zentraler Bestandteil unseres Handelns. Rund 25 Prozent aller 230.000 Beschäftigten von Samsung weltweit arbeiten im Bereich Forschung und Entwicklung. Als ein Ergebnis dieser Anstrengungen konnten wir im Mai dieses Jahres mit System on Chip eine All-in-one-Lösung vorstellen, die Digital Signage vereinfacht und für neue Zielgruppen attraktiv macht. Vor allem kleine und mittlere Unternehmen, die bisher noch keine

digitalen Werbesysteme nutzen, finden mit System on Chip einen unkomplizierten Einstieg. Um Fachhändler vor Ort mit dem neuen System vertraut zu machen, bietet Samsung regelmäßig kostenlose Trainings an. Alle Termine sind auf <https://solutioncenter.samsung.de> einsehbar. Mit einem starken Team aus Mitarbeitern, Fachhändlern und Partnern sehen wir dem nächsten Jahr selbstbewusst entgegen – denn auch für 2014 erwarten wir ein Wachstum des Digital Signage-Markts. Die digitale Werbetafel ist auf dem Vormarsch.



## STEPHAN PETERS, GENERAL MANAGER DACH, NEC DISPLAY SOLUTIONS EUROPE

Der Digital Signage-Markt wächst: höhere Ansprüche, stärkere Segmentierung, neue Herausforderungen. Die Anforderungen im Markt für Digital Signage haben sich stark verändert: Kunden schauen inzwischen ganz genau, welche Features die Wunschlösung mitbringen muss und wie sich Investitionen einsparen lassen. So zählt zum Beispiel Full HD mit LED-Hintergrundbeleuchtung längst zum Standard. Um das passende Produkt zu finden, sind die Ausschreibungen deshalb mittlerweile oft international. Auch die Segmentierung im Markt nimmt weiter zu: Während Digital Signage vor ein paar Jahren vor allem Thema in größeren Ladenketten und öffentlichen Einrichtungen war, rücken mittlerweile immer

mehr einzelne Installationen in den Fokus. Dabei müssen die Lösungen durch zwei Vorteile glänzen: Platz- und Stromersparnis. Unternehmen, die auch in Zukunft die Bedürfnisse ihrer Kunden umfassend erfüllen wollen, müssen diesen Anforderungen Folge leisten und passende Geräte für jedes Segment liefern, NEC Display Solutions Europe deckt mit seiner P-/X-, V- und der neuen E-Serie bereits das gesamte Spektrum ab.



## FRANK SANDER, HEAD OF MARKETING INFORMATION SYSTEM PRODUCTS, LG ELECTRONICS

Die Zeichen stehen in unseren B2B-Geschäftsfeldern klar auf Wachstum. Die Vorjahreszahlen haben uns dazu ermutigt, mit mehr Nachdruck und höheren Zielen in das aktuelle Geschäftsjahr zu starten, und nach einem sehr zufriedenstellenden ersten Halbjahr sind wir auf einem guten Kurs. Auch für die zweite Jahreshälfte haben wieder eine gut gefüllte Pipeline und freuen uns über größere Projekte mit längeren Roll-out-Phasen. Die Perspektive für 2014 ist vielversprechend und wir haben den Grundstein gelegt, uns bereits jetzt auf das neue Geschäftsjahr zu konzentrieren. Wichtig wird für uns in den kommenden 12 Monaten der

Zuwachs beim nicht-projektbasierten Geschäft sein. Hier sehen wir für LG noch immer großes Potenzial, das wir nicht ungenutzt lassen möchten. Maßnahmen dazu sind bereits in der Umsetzung und werden zum Schlussquartal 2013 im Channel sichtbar sein. Für das kommende Jahr rechnen wir mit einer stabilen Auftragslage und werden weiterhin den Wachstumskurs beibehalten.



**PATRICK SCHRÖDER, BEREICHSLEITER DIGITAL SIGNAGE, DIMEDIS**

Digital Signage wird interaktiver und ist weit mehr als ein Werbemedium: Es ist elementarer Bestandteil des Kommunikations- und Verkaufsprozesses. Das stellt die Branche vor neue Herausforderungen. Digital Signage wird erwachsen, muss seine Wirksamkeit unter Beweis stellen, Reporting-Tools zur Verfügung stellen und den Betrachter aktiv einbinden. Interaktive Schnittstellen sind ein Muss, gerade vor dem Hintergrund der Integration von Social Media am PoI und PoS. Wir entwickeln unsere Digital Signage-Software kompas daher konsequent weiter und setzen auf HTML5 und ein Mehr an Interaktivität. Am PoS kann Digital Signage den Vertrieb effektiv unterstützen und Kosten sparen,

indem das Online-Sortiment am Standort sinnvoll integriert wird. Das konnten wir mit unserer Lösung für HappyBaby unter Beweis stellen. Großes Interesse im Markt findet auch unsere Smartphone-Integration kompas smart.remote, mit der interessierte User am Schaufenster Digital Signage-Inhalte per Smartphone eigenständig steuern können. Damit setzen wir einen Trend, Mobile wird den Einsatz von Digital Signage am PoS revolutionieren.

**CHRISTIAN MARKTHALER, GESCHÄFTSFÜHRER, SERVICEPLAN SOLUTIONS**

Was ist eigentlich Digital Signage? Als Screen, Videowand oder Projektion findet es sich inzwischen überall im öffentlichen Raum, an PoS und PoI. Es informiert, navigiert und interagiert mit dem Betrachter oder gestaltet Räume. Es kommuniziert mit Datenbanken und Mobile Devices – und am besten alles zusammen. Der Begriff Digital Signage bietet in diesem (noch) technisch getriebenen Markt wenig Orientierung. Das erinnert an die Anfänge des Internets. Aus der Technik kommend dauerte es einige Zeit, bis das Thema Internet auf dem Agenturradar wahrgenommen wurde. Von Kunden wie Agenturen ist Digital Signage inzwischen als Megatrend identifiziert worden. Kunden werden zukünftig Digital Signage

von ihrer IT ins Marketing übergeben. In den Agenturen werden sich Kommunikationsprofis auf Digital Signage spezialisieren und genau wie für das Internet Spezialagenturen gründen. So wird aus dem Technikspielplatz Digital Signage das werden, was es wirklich ist: ein neuer hocheffektiver Kommunikationskanal in einem zukunfts-trächtigen Wachstumsmarkt. Serviceplan digitalsignage+ ist seit 2011 am Start!

**TOBIAS NAGEL, HEAD OF BUSINESS UNIT DIGITAL SIGNAGE, ALSO DEUTSCHLAND**

Die stabilen Erwartungen für die nächsten Monate und die nach wie vor gute Stimmung am Digital Signage-Markt unterstreichen die fortwährend zunehmende Verbreitung von DS-Lösungen in Deutschland. Mit Erkenntnis der offensichtlichen Mehrwerte steigt die Bereitschaft auf Endkundenseite, sich diesem Geschäftsfeld intensiver zu widmen und dort gezielt zu investieren. Die Entwicklung von Digital Signage hat zudem einen neuen Grad der Professionalität erreicht – die individuelle Anforderungen an Hard- und Software sowie strategisch ausgerichtetes Content Management sorgen für mehr Intelligenz und vor

allem Messbarkeit bei den Ergebnissen. Interessant ist und bleibt der technologische Fortschritt auf Seiten der Hard- und Softwarehersteller. Die zunehmende Nachfrage nach hochauflösenden Displays mit Zollgrößen jenseits der 65 Zoll, der verstärkte Trend zur Interaktivität, der erleichterte Markteintritt mithilfe der System on Chip-Technologie und viele weitere Innovationen werden Digital Signage auch in 2014 vorantreiben.





## Der kleine Bruder

Der österreichische Markt ist noch immer sehr klein und sehr stark von Deutschland abhängig.

TOP 10 DIGITAL SIGNAGE-INTEGRATOREN ÖSTERREICH 2012  
(NACH UMSÄTZEN)

	KATEGORIE <sup>*)</sup>	UNTERNEHMEN	UMSATZ
1	TSI	Panatronic GmbH	2-5 Mio.
2	FSI	feratel media technologies AG	2-5 Mio.
3	TSI	Kapsch BusinessCom AG	1-2 Mio.
4	FSI	Pichler Medientechnik e.U.	1-2 Mio.
5	TSI	NarComm DACH GmbH	1-2 Mio.
6	FSI	DMS Digitale Medien Systeme GmbH	1-2 Mio.
7	TSI	Wincor Nixdorf International GmbH	1-2 Mio.
8	TSI	DATAplexx GmbH	1-2 Mio.
9	TSI	SoLo IT Solutions & Consulting GmbH	bis 1 Mio.
10	TSI	Sycube Informationstechnologie GmbH	bis 1 Mio.

Quelle: invisid consulting GmbH, „invidis Digital Signage Jahrbuch 2013“

<sup>\*)</sup> TSI: Technical Service Integrator; FSI: Full Solution Integrator

Anmerkung: Alle Angaben beruhen auf Meldungen der Unternehmen oder auf Schätzungen durch einen Fachbeirat. Weitere Informationen und erweiterte Tabellen finden Sie unter [invidis.de](http://invidis.de)

Der nach wie vor kleinste Markt im deutschsprachigen Raum ist der österreichische. Und das, obwohl sich dort viel tut. Skigebiete erhalten digitale Informations- und Werbemedien, die öffentlichen Verkehrsmittel, Bahnhöfe und Flughäfen werden digitalisiert und Unternehmen nutzen zur Kunden- und Mitarbeiterinformation digitale Medien. Aber Österreich setzte lange Zeit gerade im Out-of-Home-Segment auf klassische Medien und hinkt daher noch hinterher.

Besonders wichtige Märkte für Digital Signage sind hier der Lebensmitteleinzelhandel, Banken und Gastronomie. Gerade der Bereich Quick Service Restaurants hat in Österreich durch die Einführung von digitalen Menuboards und Tablet-PCs bei McDonalds einen kräftigen An Schub bekommen.

Interessant ist, dass vieles, was den österreichischen Markt bewegt, von Deutschland ausgeht. Denn gerade im Handel mit seinen großen Ketten wird der Auf-

bau von Digital Signage-Netzwerken von Deutschland aus vorangetrieben und gesteuert. Die Umsätze werden somit dem deutschen Markt zugeordnet, was zusätzlich den Eindruck eines schwachen österreichischen Marktes erweckt. Hinzu kommt, dass die Hardwarepreise in Österreich höher liegen als in Deutschland. Entsprechend kaufen Integratoren im Nachbarland ein, für die österreichischen Distributoren bedeutet das einen harten Kampf. Wohl wichtigster Player ist der Softwareanbieter Grassfish. Das Wiener Unternehmen ist zwar in Österreich selbst kaum aktiv, dafür aber europaweit sehr erfolgreich. Grassfish hat insbesondere auf die Nach-

frage nach einfacher Handhabung, Integration, Effizienz und Kompatibilität mit verschiedenen Plattformen reagiert und nutzt nun auch Raspberry Pi. Der kleine, leistungsstarke, aber energieeffiziente Computer eignet sich zum Beispiel für Displays an Regalen.

Sehr aktiv in Österreich sind Kapsch BusinessCom und DMS – Digitale Medien Systeme. Beide Unternehmen treiben den Markt und die Konsolidierung voran und sorgen dafür, dass Digital Signage in Österreich ins Bewusstsein der Endkunden gelangt und sich weiter durchsetzen wird.

## Any Glass wird Realität!

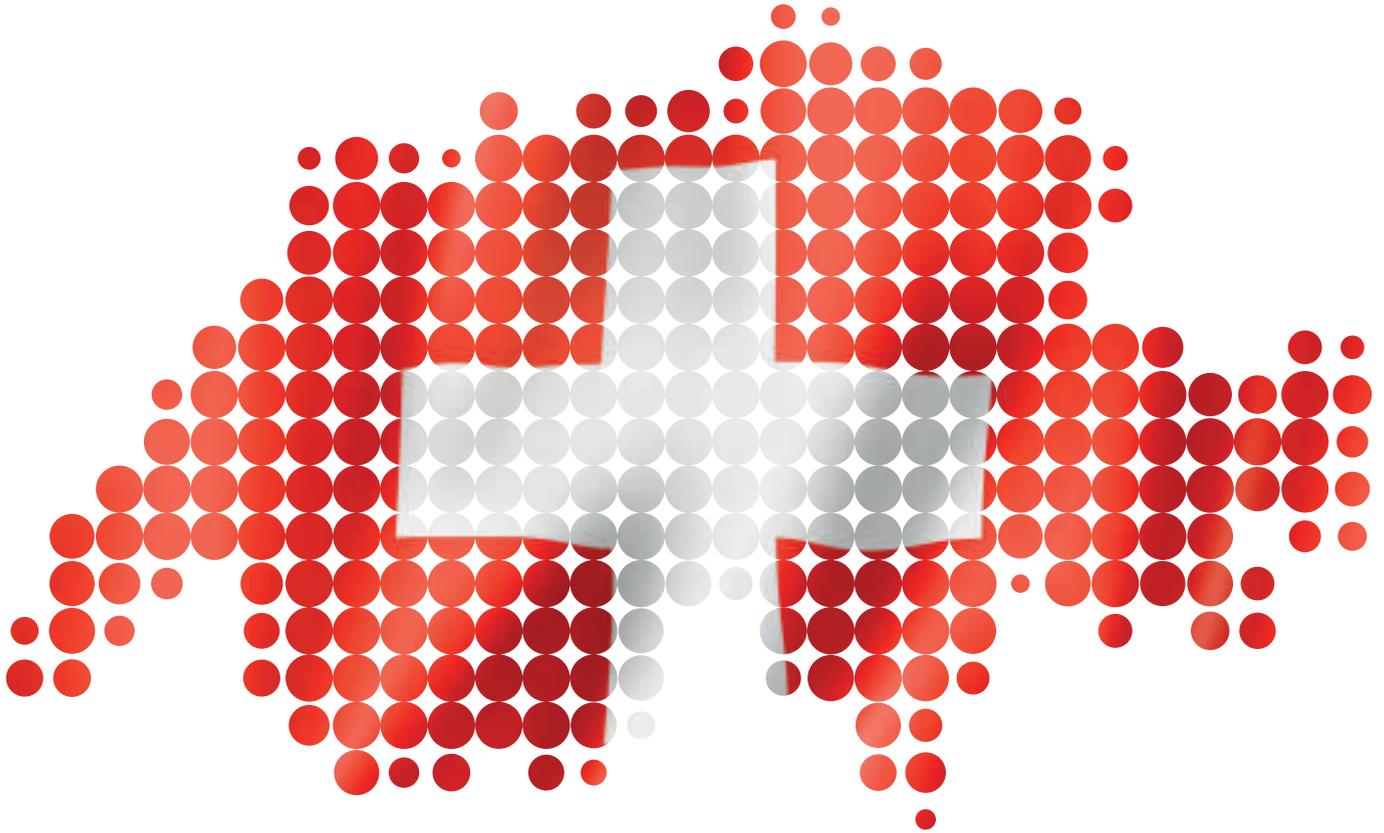
**ROLAND GRASSBERGER, CEO, GRASSFISH MARKETING TECHNOLOGIES**

2013 hat sich ein seit zwei Jahren sichtbarer Trend beschleunigt – die Forderung nach Multi-Device Support in Digital Signage- und Digital Media-Netzwerken. Einfach nur einen Windows-PC als Mediaplayer anzubieten, reicht längst nicht mehr aus. Kunden fordern die Integration unterschiedlicher Betriebssysteme und Devices: Unterstützung von Android-, iOS- und Windows 8 Tablets, von Linux-Systemen und Mediaplayer wie von Cisco oder BrightSign. Das Ziel ist eine optimale Unterstützung unterschiedlichster Einsatzszenarien mit neuen, kostengünstigen Technologien. Dieser Wandel

bringt neue technologische Herausforderungen hinsichtlich Mediensteuerung und Datenintegration mit sich. In diesem heterogenen Umfeld kann eine einheitliche und transparente Verwaltung von Videos, dynamischen Medien und interaktiven Anwendungen nur durch die Unterstützung allgemeiner Standards wie HTML5 und der automatisierten Umsetzung von Formaten und Inhalten, zum Beispiel intelligente Templates, funktionieren.



Quelle: Maria Noisternig



## Experten unter sich

Schweizer Anbieter bedienen hauptsächlich den einheimischen Markt und kennen ihn deshalb bestens.

So wie die Schweiz politisch schon immer eine Sonderrolle eingenommen hat, tut sie das auch im Digital Signage-Markt. Eigentlich ist der in der Schweiz recht gut entwickelt, nur: Außenstehenden bleibt der Zutritt verwehrt. Denn fast alle Projekte und Netzwerke werden von einheimischen Anbietern realisiert, man bleibt unter sich. Einzig internationale Marken ziehen natürlich auch internationale Lösungen und Unternehmen auf den Markt.

Dass man in der Schweiz auf einheimische Digital Signage-Anbieter setzt, hat verschiedene Gründe. Sicherlich spielt eine große Rolle, dass sich die

TOP 10 DIGITAL SIGNAGE-INTEGRATOREN SCHWEIZ 2012 (NACH UMSÄTZEN)

	KATEGORIE <sup>1)</sup>	UNTERNEHMEN	UMSATZ
1	FSI	John Lay Solutions AG	10-15 Mio.
2	TSI	Invertag AG	5-10 Mio. <sup>2)</sup>
3	FSI	Habegger AG	5-10 Mio.
4	TSI	Kilchenmann AG	2-5 Mio.
5	TSI	Bison IT Services AG	2-5 Mio.
6	FSI	ESAG AG	1-2 Mio.
7	FSI	screenIMAGE Systems AG	1-2 Mio.
8	TSI	Westiform Holding AG	bis 1 Mio.
9	TSI	AVS Systeme AG	bis 1 Mio.
10	FSI	Ruf Multimedia AG	bis 1 Mio.

Quelle: invidis consulting GmbH „invidis Digital Signage Jahrbuch 2013“

1) TSI: Technical Service Integrator; FSI: Full Solution Integrator

2) Gesamtumsatz enthält auch Hardware-Umsätze

Anmerkung: Alle Angaben beruhen auf Meldungen der Unternehmen oder auf Schätzungen durch einen Fachbeirat. Weitere Informationen und erweiterte Tabellen finden Sie unter [invidis.de](http://invidis.de)

Schweiz durch ihre verschiedenen Sprachräume in drei Märkte aufteilt, die wiederum jeder spezielles Know-how und Erfahrungen verlangen. Hinzu kommt, dass die Produktions- und Lohnkosten in der Schweiz weit höher liegen als in anderen europäischen oder deutschen Ländern. Somit haben es Schweizer Unternehmen schwer, im Ausland zu bestehen und bleiben eben auf ihrem eigenen Markt aktiv.

Was bieder anmuten mag, hat den Vorteil, dass die Kompetenz und die Erfahrung der Digital Signage-Unternehmen sehr detailliert und einzigartig ist. Die Qualität der angebotenen Produkte und Lösungen bewegt sich auf einem sehr hohen, den speziellen Kundenbedürfnissen angepassten Niveau. Davon profitieren natürlich die Endkunden. Andererseits be-

deutet das, dass es Anbieter außerhalb der Schweiz schwer haben, den Markt zu betreten. Denn sie können unmöglich über das notwendige Know-how verfügen und haben es schwer, sich gegen die einheimischen Unternehmen durchzusetzen.

Ballungsraum für Digital Signage-Anbieter in der Schweiz ist Luzern, wo Bison IT Services, John Lay Solutions und Screenfood ihren Sitz haben. Neben Invertag und Habegger sind sie ohne Frage die wichtigsten Marktteilnehmer. Bei den vertikalen Märkten dominieren Banken und Handel.

Die Schweiz ist und bleibt ein in sich relativ geschlossener Markt, der sich aber analog zu Deutschland sehr gut entwickelt und auch in den kommenden Jahren weiterhin Erfolge feiern wird.

## Best Practices, insbesondere bei Banken

**GUIDO STILLHARD, CEO, JOHN LAY SOLUTIONS**

Auf der Europakarte ist der Markt Schweiz scheinbar unbedeutend klein. Gemessen an der Menge an stationären Point of Sales, also an Verkaufsläden des Einzelhandels oder an Geschäftsstellen im Bankenbereich, liegt die Schweiz im Verhältnis zu den europäischen Nachbarn aber ganz vorn. Insbesondere im Bankenbereich verfügt die Schweiz über eine sehr hohe Dichte an Geschäftsstellen. Diese Konkurrenzdichte hat dazu geführt, dass die Kommunikation im Retailbanking sehr früh auf neue, wirksame Medienträger wie Digital Signage gesetzt hat. Der Schweizer Digital Signage-Marktführer John Lay Solutions bewirtschaftet nur im Bankensegment bereits über 2.100 Bewegtbildanzeigen. Zahlreiche internationale

Retailbanken orientieren sich denn auch an den Best Practice-Projekten der UBS, der Credit Suisse oder auch der Raiffeisengruppe. Um Unterschied dazu orientiert sich der Schweizer Einzelhandel (Detailhandel) viel mehr an ausländischen Vorbildern und deren Digital Media-Umsetzung am PoS. Dieser, in der Schweiz noch etwas zurückhaltende Markt, wird durch die internationalen Retailer, vornehmlich aus dem Mode-Einzelhandel, immer mehr provoziert. Es ist eine reine Frage der Zeit, bis die spannenden Digital-PoS-Konzepte, zum Beispiel jene von der Inditex-Gruppe (Zara, Bershka etc.), auch den Einzelhandel hierzulande zur Modernisierung der Kommunikation am PoS bewegen.



# Standards, Marktforschung und paneuropäischer Dialog

## Der OVAB Europe stellt sich vor.

DooH aus seiner Nische zu befreien und fit für die großen Budgets zu machen – mit diesem Ziel ist der europäische Dachverband der Digital Signage- und Digital-out-of-Home-Branche OVAB Europe vor fünf Jahren angetreten. Der OVAB nimmt dafür die Rolle der neutralen und unabhängigen Interessensvertretung der europäischen DooH- und Digital Signage-Branche gegenüber Öffentlichkeit, Wirtschaft und Politik ein. Darüber hinaus übernimmt der Verband den paneuropäischen Dialog und Wissenstransfer mit wichtigen Stakeholdern.

Vieles wurde bis heute erreicht, noch mehr steht auf der Agenda. In den letzten zwei Jahren wurde intensiv an allgemeingültigen Standards für die DooH- und Digital Signage-Branche gearbeitet. Die ersten vier sind verabschiedet, 14 weitere folgen bis Ende 2014. Die allgemeingültigen Branchenstandards bil-



den die Grundlage für die angestrebten Zertifizierungen von DooH-Netzwerken, die ebenfalls noch in diesem Jahr mit namhaften Vertretern der Branche starten sollen.

Im Bereich Marktforschung liefert der OVAB Europe mit dem Digital Signage Business Climate Index (DBCI) verlässliche Branchenzahlen im zweimonatlichen Rhythmus. Der DBCI wird von *invidis consulting* erhoben und spiegelt die aktuelle Geschäftslage der Branche wider und gibt einen Ausblick auf die Entwicklung in den nächsten sechs Monaten.

Darüber hinaus fördert der OVAB Europe die Digital Signage- und Digital-out-of-Home-Branche durch verschiedene Veranstaltungen, Workshops und einer kontinuierlichen internen wie externen Kommunikation.

Mit dem schweizerischen Dachverband *IG adscreen* wurde im Juni 2013 ein Kooperationsvertrag unterzeichnet und eine stärkere Verzahnung der beiden wichtigen europäischen Verbände vorangetrieben. Dies ist der Beginn einer Reihe bilateraler Abkommen mit europäischen Verbänden, die in den nächsten Monaten auf der Agenda stehen.



Florian Rotberg/OVAB Europe und Christian Vaglio-Giors/IG Adsreen bei der Unterzeichnung des Kooperationsvertrages

# Ohne Standards kein Wachstum

Mit der Verabschiedung der ersten allgemeingültigen Standards für die DooH- und Digital Signage-Branche gelingt dem OVAB Europe 2013 ein wichtiger Schritt in Richtung Vereinheitlichung der Netzwerkgestaltung.

Im Zuge seiner anhaltenden Bemühungen zur Professionalisierung und Qualitätskontrolle der Digital-out-of-Home- und Digital Signage-Branche hat der europäische Dachverband OVAB Europe dieses Jahr die ersten allgemeingültigen Standards für die Branche verabschiedet. Ziel der einheitlichen Standards ist es, eine Vergleichbarkeit von DooH-Netzwerken gegenüber anderen Werbeformen herzustellen, um folglich die gesamte Branche mit einer gemeinsamen „Währung“ auszustatten und Grundlagen für das weitere Wachstum zu schaffen.

## OVAB bringt Licht ins Dunkel

Keine Frage, DooH ist in den Köpfen der Mediaplaner längst angekommen und erfolgreich am Markt etabliert. Mit fast zehn Prozent Anteil am Außenwerbemarkt ist das Potenzial aber noch lange nicht ausgeschöpft. „Ein großes Problem für viele Mediaplaner stellt nach wie vor der sehr undurchsichtige Netzwerkdschungel mit seinen unterschiedlichen technischen und gestalterischen Vorgaben dar“, sagt Verbandspräsident Dirk Hülsermann. „Dies erschwert den Agenturen eine optimierte Planung von digitalen Kampagnen und folglich deren Akzeptanz. Als europäischer Dachverband wollen wir dem entgegenwirken und endlich Licht ins Dunkel bringen. Wir sind davon überzeugt, dass wir mit allgemeingültigen Standards und branchenrelevanten Zertifizierungen diese Werbeform entscheidend pushen können“, erläutert Hülsermann weiter.

Dies bestätigen auch die jüngsten Ergebnisse des Geschäftsklimaindex Digital Signage Business Climate Index (DBCI). 84 Prozent der befragten Unternehmen begrüßen demnach eine Einführung von allgemein anerkannten und einheitlichen Standards und Be-

wertungsgrundlagen und prognostizieren, dass standardisierte Messmethoden zu einer Steigerung der Werbeumsätze führen werden.

Die ersten vier verabschiedeten OVAB Standards sowie eine Shortlist weiterer Standards wurden in den letzten zwei Jahren in zahlreichen Meetings und Workshops erarbeitet und bilden die Grundlage für die geplanten Zertifizierungen von Netzwerken. Sie beziehen sich auf die allgemein anerkannten ISO-Normen 9000/9001.

## 1. DooH Audience Measurement (Reichweitenmessung)

Der Mediaplaner bucht die Werbung in einem der zahlreichen DooH-Netzwerke – und dann? Wie sieht das Kampagnen-Reporting aus, welche Nachweise gibt es, dass die Kampagne auch im gebuchten Umfang ausgestrahlt wurde? Die Audience Measurement-Standards beschäftigen sich genau mit diesen Fragen rund um Reichweitenmessung und maximale Sendequote. Für den schwierigen Prozess, einheitliche Standards für die Messung von Kontakt- und Anzeigenqualität zu erarbeiten, wurde mit dem deutschen Marktforschungsunternehmen GfK Enigma zusammengearbeitet. Das Ergebnis ist eine mehrstufige Studie mit Face-to-Face-Interviews, einer repräsentativen Studie und externen Datenquellen.

## 2. DooH Service Level Agreements and Technical Standards

Schwarze Bildschirme, sichtbare Fehlermeldungen, Bildstörungen und alter Content – nur einige der Folgen mangelhafter Überwachung und Fehlerbeseitigung in DooH-Netzwerken. Die OVAB Europe Arbeitsgruppe SLAs schaffte hierfür verbindliche Richt-



linien, die durch eine Zertifizierung für DooH-Netzwerke überprüft werden und als Qualitätssiegel eine verlässliche Informationsquelle für Mediaplaner darstellen. Die SLA-Standards betreffen die Bereiche Hosting, Betrieb, Vor-Ort-Fehlerbehebung sowie Contentüberprüfung und Fehlermeldungen.

### **3. DooH Commercial Standards (Buchungsparameter)**

Gibt es regionale Buchungsmöglichkeiten? Wie lange darf der Spot sein? Gibt es die Möglichkeit, Zeitschienen zu buchen? Mediaplaner müssen sich für DooH-Buchungen mit einer Menge Fragen beschäftigen, die bei anderen Werbeformen schon längst standardisiert sind. Die DooH Commercial Standards beschäftigen sich mit diesen Buchungsparametern rund um Spotlänge, Spottotation und Sendezeitraum. Darüber hinaus wurden grundlegende Standards in Sachen Reporting und Rechnungsstellung festgelegt.

### **4. Digital Signage Service Level Agreements**

Fußgängerzonen, Einkaufspassagen, Bürogebäude und Flughäfen – Digital Signage ist aus vielen Bereichen nicht mehr wegzudenken. Die erfolgreiche Integration etwaiger Systeme hängt von vielen Faktoren ab und bedarf Spezialwissen. Um Risiken wie mangelhafte Installation oder schlechten Support zu minimieren, wurden allgemeingültige Minimalstandards für die Bereiche Hosting, Betrieb, Vor-Ort-Service sowie Content-/Tech-Support festgelegt.

### **Die ersten Zertifizierungen werden durchgeführt**

Auf Grundlage der vier verabschiedeten Standards werden derzeit die ersten Zertifizierungen durch die OVAB-Arbeitsgruppe Standards von Frank Goldberg und Florian Rotberg vorbereitet. Das Zertifikat gilt für drei Jahre und beinhaltet eine jährliche Wiederholungsprüfung. Fünf große deutsche Netzwerke werden als erstes am Verfahren teilnehmen.

## Roadmap 2013/2014

### Verabschiedet 2013

1. DooH Audience Measurement
2. DooH Service Level Agreements and Technical Standards
3. DooH Commercial Standards
4. Digital Signage Service Level Agreements

### In Bearbeitung

5. Video Wall Solutions
6. Integrated Player
7. Professional Displays vs. Consumer Displays
8. Display Monitoring
9. AdServing vs. Trading Platform

### Shortlist

10. Streaming vs. Store and forward
11. Connectivity (API) of Media Player/CMS Software
12. LCD vs. LED Displays
13. Network Management and Monitoring
14. Functionality of DooH booking
15. HTML5 vs. Android
16. Differences between Content/Video/Templates
17. RSS-Feeds, Copyright and legal effects for use of content
18. Media bookings

Die Shortlist wird regelmäßig aktualisiert und ergänzt. OVAB-Mitglieder können sich für ein Sponsorship der Standards bewerben. Für weitere Informationen kontaktieren Sie bitte:

OVAB Europe e.V. | +49 89 2000 426 80 |  
info@ovab.eu

# Harmony on screen.



**Perfektes Zusammenspiel  
in heterogenen Digital  
Signage-Netzwerken.**



*Die neue easescreen Software Applikation für BrightSign Mediaplayer erleichtert das Screen-Management und ermöglicht den Betrieb heterogener Digital Signage-Netzwerke.*

*Kombinieren Sie die Vorteile von Mediaplayern und PC-Systemen unter einer Bedieneroberfläche:*

- anforderungs- und kostenoptimierte, heterogene Netzwerke
- Erstellung von Abspielplänen über Screen-Manager
- Vorschaufunktion
- intuitive Bedieneroberfläche
- einfache Bearbeitung, Ablaufplanung und Verteilung multimedialer Inhalte
- einfache und schnelle Änderungen in Echtzeit
- flexible Benutzer- und Rechteverwaltung

*Erhältlich nur im Bundle, bestehend aus BrightSign Player und easescreen Software.*

*Mehr Information unter [www.syscomtec.com/brightsign](http://www.syscomtec.com/brightsign)*

**SYS COM TEC**  
Distribution AG  
Voraus denken. Entschlossen handeln.

syscomtec Distribution AG  
Raiffeisenallee 8  
82041 Oberhaching  
Tel. +49-89-666 109 330  
[www.syscomtec.com](http://www.syscomtec.com)



# Weiterhin positive Entwicklung

Digital Signage setzt sich immer mehr durch, weil die Anbieter auf Kundenbedürfnisse eingehen



**Florian Rotberg**  
Managing Director  
invidis consulting



**Oliver Schwede**  
Senior Analyst  
invidis consulting

Es ist ein erfreulicher Ausblick: In den kommenden zwei Jahren wird sich der Markt weiterhin positiv und stabil entwickeln. Vorbei sind die turbulenten Zeiten und die Phasen extremen Wachstums. Der Digital Signage-Markt ist der Nische entwachsen und endlich erwachsen. Nachdem das Wachstum sich verlangsamt hat, aber auf hohem Niveau geblieben ist, wird es in diesem und im Folgejahr gesund weitergehen. Der Markt wird wachsen, aber im normalen Maß.



Es gibt viele Treiber, die dafür sorgen, dass Digital Signage ein anerkanntes und erfolgreiches Produkt ist. Beispiel IT-Systemhäuser: Was sich bereits 2012 angekündigt hat, wird sich auch weiter fortsetzen. Die Systemhäuser haben eigene Digital Signage-Abteilungen gebildet und sorgen so für Akzeptanz und Verbreitung am Markt.

Besonders wichtig bleiben aber die Integratoren, die seit einigen Jahren ihre Stellung in der Wertschöpfungskette immer weiter ausgebaut haben. Zum

größten Teil ist es ihr Verdienst, dass Digital Signage derart erfolgreich im deutschsprachigen Raum ist. Die Integratoren haben frühzeitig erkannt, dass Kunden Gesamtlösungen wünschen und darauf reagiert. Sie haben sich breit aufgestellt, Partnernetzwerke gebildet und holen zunehmend auch die Kreativen mit ins Boot. Damit decken die Integratoren immer mehr alle Bedürfnisse ab und werden auch in den kommenden Jahren ihre starke Stellung am Markt behaupten und sicherlich weiter ausbauen.



Ein besonders wichtiges Feld für Digital Signage wird der Handel bleiben. Dort werden digitale Kommunikationsmedien mittlerweile von Beginn an in Ladenkonzepten eingeplant, vor allem in den prestigeträchtigen Flagshipstores. Für die Anbieter bedeutet der Ausbau der Digital Signage-Netzwerke im Handel eine Zunahme an großen Projekten. Aber auch bestimmte Produkte müssen aus diesem Grund Digital Signage integrieren. Waagen an Kassen oder Frischetheken etwa werden zunehmend mit kundenseitigen Displays und verschiedenen Informations- und Werbemöglichkeiten ausgerüstet und ebenfalls in die Ladenkonzepte integriert.

Besonders wichtig im Retailsektor sind die Analysemöglichkeiten. Also, wer kauft wann was wo? Wird der Spot ausgestrahlt, gesehen und funktioniert die Technik einwandfrei? Um sowohl inhaltliche als auch technische Auswertungen, Analysen und Kontrollen zu gewährleisten, sind alle Hardwarehersteller in der Pflicht.

Ebenfalls vom Handel in den vergangenen zwei Jahren vorangetrieben wurde das Thema Multichannel. Es wird sich in den kommenden Jahren noch verstärken und zu einer Selbstverständlichkeit werden. Das bedeutet nicht nur die Verbindung von stationärem und Onlinehandel, wie das bisher meist war. Digital

Signage am Point of Sale muss alle Endgeräte mit einbinden, nur so kann ein Käufer oder Interessent das viel beschworene Einkaufserlebnis erhalten. Das heißt: Mobile Endgeräte, Tablet-PCs oder stationäre PCs – alle Geräte müssen künftig in ein Digital Signage-System eingebunden werden können. Auch hier beginnen die Anbieter zu reagieren, indem Software Plattform- und Geräte-unabhängig wird. Dieser Trend muss und wird sich fortsetzen.

Gerade auf die Softwareanbieter kommen große Veränderungen zu. Während sich der gesamte Digital Signage-Markt stabilisiert, hat dieses Teilsegment noch immer mit Konsolidierung zu kämpfen, die sich erst in den kommenden Jahren abschließen wird. Trotz der Einbindung verschiedenster Plattformen, Betriebssysteme und Endgeräte fordern Endkunden einfache Softwareprogramme. Noch immer bemängeln sie die Handhabung, die oft technische Kenntnisse voraussetzt. Da neben den Großprojekten im Handel auch die mittelständischen Unternehmen Digital Signage entdecken, werden auch kleinere Netzwerke und Projekte immer häufiger. Kunden aus diesem Bereich wünschen einfache Out-of-the-Box-Lösungen. Softwareanbieter, die auf dieses Bedürfnis reagieren, werden sich durchsetzen. Dazu gehört auch das Anbieten von technischen Dienstleistungen und die Einbindung echter Cloud-Services.

Die Hardwareanbieter stehen weiterhin zwei großen Themen gegenüber: Energieeffizienz und Reduktion der Technik. Das steigende Umweltbewusstsein im deutschsprachigen Markt zwingt die Hersteller dazu, stromsparende Geräte weiterzuentwickeln. Im Displaybereich wurde dazu mit der Umstellung aller Produkte auf LED ein wichtiger Schritt vollzogen. Aber um die Wartung und die Installation zu erleichtern, müssen Displays und Mediaplayer immer mehr Technik integrieren. Die Player werden leichter, kleiner und kompatibler und die Displayhersteller versuchen mit System on Chip sämtliche Technik in einem Gerät zu vereinen. Auch hier zeigt sich: Gesamtlösungen, die für den Endkunden nachvollziehbar, einfach zu bedienen und zu warten sind, setzen sich immer mehr durch und werden auch in den kommenden Jahren den Erfolg garantieren.

# Integrated Systems Europe

4 - 6 February 2014  
Amsterdam RAI, NL

A joint venture partnership of



CUSTOM  
ELECTRONIC  
DESIGN &  
INSTALLATION  
ASSOCIATION

*infoComm*  
INTERNATIONAL

# INSPIRING.

Keep heading in the right direction. Grow your business by discovering new technologies, making new partnerships and embracing new ways of working. No other AV tradeshow offers so many opportunities under one roof. Save the dates in your diary for ISE 2014!

Find out more. [www.iseurope.org](http://www.iseurope.org)



# Von Anfang an gut beraten

Die invidis consulting GmbH unterstützt bei allen Fragen rund um Digital Signage.

Seit nun mehr sieben Jahren ist invidis consulting am Markt tätig. Anders als zum Beispiel IT-Berater betrachten die Experten von invidis Digital Signage als Kommunikationslösung. In dieser Betrachtungsweise benötigt Digital Signage eine Kommunikationsstrategie, ein Konzept und die dazu passende IT-/AV-Technik. Die Lösung wird also ganzheitlich betrachtet.

Der Kommunikationskanal Digital Signage umfasst ein Programm und eine technische Übertragungsplattform. Abhängig vom Einsatzgebiet und Zweck unterscheiden sich die Anforderungen an das Sendekonzept und die technische Umsetzung sehr stark. Die große Anzahl an Anbietern am Markt erschwert die richtige Wahl der Projektpartner. Aus diesem Grund ist eine unabhängige Beratung wichtig und sollte ein Projekt von Anfang an begleiten.

Um ihren Kunden die bestmögliche Beratung liefern zu können, befinden sich die Mitarbeiter in ständigem Kontakt mit den wichtigsten Marktteilnehmern, analysieren Trends und neue Technologien und beschäftigen sich mit den verschiedenen vertikalen

Märkten. Invidis consulting arbeitet dabei stets anbieterunabhängig. Die Beratung des Münchner Unternehmens spricht zwei Zielgruppen an: Nutzer und Anbieter von Digital Signage-Lösungen und das weltweit.

Da der Digital Signage-Markt sehr dynamisch ist und einem harten Wettbewerb unterliegt, sind immer mehr Marktteilnehmer oder diejenigen, die es auf den Markt zieht, auf unabhängige Beratung angewiesen. Invidis consulting unterstützt beim Definieren von Markteintritts- und Vertriebsstrategien und der strategischen Positionierung am Markt und erstellt Markt- und Wettbewerbsanalysen. Die anschließende Beratung erfolgt immer individuell und nach Bedarf, zum Beispiel in Workshops oder Audits.

Die Mitarbeiter von invidis consulting kennen den Digital Signage-Markt bestens und gestalten ihn aktiv mit. Das Unternehmen gehört zu den Gründungsmitgliedern des Branchenverbandes OVAB Europe und setzt sich seit einigen Jahren für die Standards ein, die in diesem Jahr erfolgreich eingeführt wurden.



Florian Rotberg  
Managing Director  
florian.rotberg@invidis.com  
Tel.: +49 89 2000 416-17



Oliver Schwede  
Senior Analyst  
oliver.schwede@invidis.com  
Tel.: +49 89 2000 416-13



# Einzigartige Markttransparenz

**Marktstudien und persönliche Kontakte: Keiner kennt den Markt so gut wie invidis consulting.**

Als die invidis consulting GmbH 2006 gegründet wurde, stand der Digital Signage-Markt ganz am Anfang. Die Unternehmensberatung allerdings erkannte das Potenzial frühzeitig und spezialisierte sich bald auf dieses Thema. Dass invidis consulting heute eines der führenden europäischen Beratungsunternehmen im Bereich Digital Signage ist, liegt vor allem daran, dass die Mitarbeiter den Markt genauestens kennen. Aufgrund der frühzeitigen Fokussierung hat das Team von Beginn an enge Kontakte in der Branche geknüpft und gepflegt, ist dabei aber immer anbieterunabhängig gewesen und geblieben. Durch die eigenen zahlreichen Events und Kommunikationsplattformen schafft es invidis, Marktteilnehmer zusammenzuführen, und sichert einen regen Austausch innerhalb der Branche sowie kurze Informations- und Dienstwege. Im Markt wird das Unternehmen für seine persönlichen und auf Erfahrung basierenden Beurteilungen sehr geschätzt.

Neben diesen Grundlagen sorgt die Unternehmensberatung aber auch dafür, dass der Markt systematisch und regelmäßig erfasst wird. Dazu gehört zum Beispiel das Digital Signage-Ranking, das seit 2009 jährlich durchgeführt wird genauso wie die Erhebung des Digital-out-of-Home-Marktes. Über das Jahr hinweg liefern die Ergebnisse des für den OVAB Europe erfassten Digital Signage Business Climate Index (DBCI) stets aktuelle Marktzahlen, Trends und Stimmungen. Invidis erstellt zudem Studien zu verschiedenen Produkten und Märkten.

Die Erhebungen sind zum einen objektive Grundlage für die Beratung. Zum anderen dienen sie allen Marktteilnehmern oder jenen, die am Markt interessiert sind, als Orientierung. Invidis veröffentlicht die wichtigsten Ergebnisse seiner Studien und Rankings und stellt auf die Weise eine einzigartige Markttransparenz her.



Daniel Russell  
Junior Analyst  
daniel.russell@invidis.com  
Tel.: +49 89 2000 416-21



# invidis vernetzt und informiert

**Mit seiner Konferenz und seinem Nachrichtenportal bringt invidis consulting die Branche näher zusammen**

Ohne Netzwerke geht nichts mehr, das haben mittlerweile alle Marktteilnehmer erkannt. Denn nur, wer mit Partnern zusammenarbeitet, egal ob dauerhaft oder projektbezogen, kann sich am Markt breit aufstellen und gegen die Konkurrenz behaupten. Invidis consulting unterstützt seit seiner Gründung Netzwerke und Partnerschaften in der Digital Signage-Branche. Am ehesten gelingt das durch persönliche Treffen.

Seit 2006 veranstaltet invidis consulting die OVAB Digital Signage Conference Munich, die seitdem stetig wächst. Im vergangenen Jahr kamen 450 Besucher aus allen Teilbereichen – vom Hardwarehersteller bis hin zum Agenturvertreter. Denn die Konferenz bietet mit ihren Vorträgen nicht nur einen Überblick über den aktuellen Stand, die Entwicklungen und Trends in der Branche, sondern sie ist vor allem ein Networking-Event. Keine andere Veranstaltung ist derart auf das Thema Digital Signage spezialisiert. Wer hierher kommt, trifft auf Gleichgesinnte. Anders als auf Messen geht es bei der Konferenz nicht darum, Produkte oder Dienstleistungen zu verkaufen, sondern die Marktteilnehmer einander vorzustellen und ihnen

einen aktuellen Einblick über die Branche zu geben. Neben der OVAB Digital Signage Conference Munich nutzt invidis consulting zahlreiche andere Kommunikationsmittel, um die Marktteilnehmer einander näherzubringen, über den Markt zu informieren und vor allem die notwendige Transparenz zu schaffen. Wohl wichtigstes Medium dafür ist das Online-Nachrichtenportal invidis.de, das die Unternehmensberatung seit ihrer Gründung 2006 betreibt.

Invidis.de informiert über alles, was die deutschsprachige Branche gerade bewegt, also über Produktneuheiten, Projekte, Personalien oder Veranstaltungen. Im Vordergrund stehen die unabhängige Berichterstattung und das Ziel, selbst komplizierte, technische Sachverhalte verständlich aufzubereiten. Denn invidis.de soll kein Informationsmedium nur für Brancheninsider sein; das Portal spricht auch Marketingexperten, Kreativ- und Kommunikationsagenturen und Marktneulinge an.

invidis.de verzeichnet monatlich über 50.000 Page Impressions (IVW-geprüft). Den dazugehörigen täglichen Newsletter lesen derzeit mehr als 1.200 Abonnenten – Tendenz steigend.



Jörg Sailer  
Senior Project Manager  
joerg.sailer@invidis.com  
Tel.: +49 89 2000 416-15



Christine Koller  
Marketing  
christine.koller@invidis.com  
Tel.: +49 89 2000 416-17

# Shape the future of Digital Signage & DooH

**Werden Sie OVAB-Mitglied und nutzen Sie die Chance branchenweite Industriestandards inhaltlich mitzugestalten.**

## **Digital-out-of-Home (DooH)**

Ziel der einheitlichen Standards ist es, eine Vergleichbarkeit von DooH-Netzwerken gegenüber anderen Werbeformen herzustellen, die gesamte Branche mit einer gemeinsamen „Währung“ auszustatten und Grundlagen für das weitere Wachstum zu schaffen.

## **Digital Signage**

Die erfolgreiche Integration komplexer Digital Signage-Systeme hängt von vielen Faktoren ab und bedarf Spezialwissen. Um Risiken wie mangelhafte Installation oder schlechten Support zu minimieren wurden allgemeingültige Minimalstandards für die Bereiche Hosting, Betrieb, Vor-Ort-Service sowie Content-/Tech-Support festgelegt.



OVAB Europe ist der neutrale und unabhängige Dachverband für die europäische Digital-out-of-Home und Digital Signage-Industrie. Es ist unsere Mission, das Bewusstsein zu schärfen und die digitale Out-of-Home-Kommunikation als unabhängige und anerkannte Gattung innerhalb der Medienlandschaft zu etablieren.

Für weitere Informationen kontaktieren Sie bitte:

OVAB Europe e. V. | +49 89 2000 416 80 | [info@ovab.eu](mailto:info@ovab.eu)

# digital signage 7th MUNICH CONFERENCE

**SAVE THE DATE!**  
**17./ 18. September 2014**

Vielen Dank an die Sponsoren und Partner der OVAB Digital Signage Conference Munich 2013!

**Sponsoren**



**Medienpartner**



**Kooperationspartner**



# Die Branche im Überblick

Auf den folgenden Seiten finden Sie Unternehmen aus der Digital-Signage- und Digital-out-of-Home-Branche sortiert nach Kategorien.

CONTENT	
airmotion	S. 71
komma,tec redaction	S. 85
PrintScreenMedia	S. 92

DISPLAYS	
Advantech	S. 70
eyefactive	S. 79
iiyama	S. 81
Kern & Stelly Medientechnik	S. 84
LG Electronics	S. 86
Samsung	S. 94
Sharp	S. 97

DISTRIBUTOREN	
airmotion	S. 71
Kern & Stelly Medientechnik	S. 84
Littlebit Technology	S. 87

FULL SERVICE AGENTUREN	
engram	S. 78
netvico	S. 89
NEXGEN smart instore	S. 90
SEDLBAUER	S. 96

HALTERUNGEN	
Peerless AV	S. 91

INTEGRATOREN	
airportmedia germany	S. 72
AV-Solution Partner	S. 73
Bison	S. 74
DIDAS Business Services	S. 75
Kapsch	S. 83
NEXGEN smart instore	S. 90
PrintScreenMedia	S. 92
SEDLBAUER	S. 96

MEDIAPLAYER	
Advantech	S. 70
InoNet	S. 82
Littlebit Technology	S. 87
PROVISIO	S. 93
syscomtec Distribution	S. 98

SERVICES	
AV-Solution Partner	S. 73
Bison	S. 74
DIDAS Business Services	S. 75
dimedis	S. 76
easescreen	S. 77
Grassfish	S. 80
Kapsch	S. 83

SOFTWARE	
dimedis	S. 76
easescreen	S. 77
engram	S. 78
eyefactive	S. 79
Grassfish	S. 80
komma,tec redaction	S. 85
PROVISIO	S. 93
Samsung	S. 94
SCALA	S. 95
syscomtec Distribution	S. 98

VERMARKTUNG	
airportmedia germany	S. 72

ZUBEHÖR	
Matrox Graphics	S. 88
Sharp	S. 97



# Advantech

**ADVANTECH**

*Enabling an Intelligent Planet*

**Advantech** has powered thousands of digital signage applications across retail, hospitality and food service organizations, making us one of the leading platform providers in the market. These professional hardware solutions are backed by local technical support teams to ensure an efficient rollout of digital signage networks. Through close collaboration with our partners we provide complete solutions to meet all signage demands. Key values:

- 24/7 operation, robust design and longevity support
- Rich I/O features for video and audio output
- Mini PCIe slots for flexible expansion
- Customized BIOS and OS
- Compact design for easy integration with display
- Value-added accessories

Advantech's latest digital signage products:

**DS-060:** Ultra-slim Digital Signage Platform

**ARK-DS762:** 3rd Generation Intel® Core™ i7/i5/i3 Processor-based Digital Signage Platform

**ARK-DS262:** 3rd Generation Intel® Core™ i7 Processor-based OPS Digital Signage Platform

**UTC-532C:** Intel® Core™ i7 Ubiquitous Touch Computer 32"

## ADVANTECH EUROPE BV

EKKERSRIJT 5708

NL-5692 ER SON

PHONE 00800-2426-8080

ISERVICES.EU@ADVANTECH.EU

WWW.ADVANTECH.EU

Anzeige



# airmotion



Täglich attraktive News, bestes Entertainment – **Airmotion News und Entertainment** ist die erste Adresse in Deutschland für die Erstellung und Aufbereitung von digitalem Content.

Seit über zehn Jahren ist das international ausgerichtete Unternehmen mit Sitz in München am Markt erfolgreich und gestaltet die virtuelle Medien- und Markenwelt maßgeblich mit. Das über 40-köpfige Team bietet Expertise für die Konzeption, Produktion und Auslieferung von Inhalten, die speziell für die Nutzung im Web und Digital Signage Bereich zugeschnitten sind.

Um die Nutzer auch unterwegs immer auf dem Laufenden zu halten, verbinden die Mobile-Experten tagesaktuelle Top-News mit Sport, VIP- und Entertainment-Meldungen oder regionalem Wetter in Text- und Bildform. So entsteht ein idealer Infotainment-Service für Instore-TV und Out-of-Home Media – eine optimale Plattform für vielfältige und abwechslungsreiche Marketingmaßnahmen.

Weitere Informationen unter [www.airmotion.de](http://www.airmotion.de)



**AIRMOTION NEWS UND ENTERTAINMENT GMBH**

MANFRED BODMEIER

TASSILOPLATZ 7

D-81541 MÜNCHEN

TELEFON +49 (0)89 856327 -77

MANFRED.BODMEIER@AIMOTION.DE

WWW.AIRMOTION.DE



## airportmedia germany



**airportmedia germany GmbH** das innovative DOOH Medienunternehmen befindet sich im Rollout mit travel service lounges und travel service terminals an hochfrequentierten Standorten auf Flughäfen.

Das travel service network (TSN) bietet digitale Informationen für Reisende in Form von großformatigen Displays mit hoher Wahrnehmungsqualität in einem kommunikativen Ambiente.

Im Juli 2013 ist airportmedia VUKUNET (AdServing-Plattform für DOOH Medien von NEC Display Solutions) beigetreten. Damit können Werbekampagnen

auf fast 60 Millionen Gäste p.a. auf 18 deutschen Flughäfen (u.a. Köln, Hannover) ausgestrahlt werden.

„**airportmedia germany** liefert wertvolle Inhalte an Reisende und Besucher deutscher Flughäfen und ist somit ideal für Werbetreibende, die genau diesen Markt erreichen wollen. Mit VUKUNET wird es nun möglich, eine hoch attraktive Zielgruppe direkt und in Echtzeit anzusprechen, somit wird die Dynamik und Flexibilität von DOOH-Medien optimal genutzt“, erklärt Dirk Hülsermann, Manager DOOH Solutions in der NEC-Pressemitteilung vom 25.07.2013.

**AIRPORTMEDIA GERMANY GMBH**

BLARERSTRASSE 56

D-78462 KONSTANZ

TELEFON +49 (0)7531 891598-0

INFO@AIRPORTMEDIA-GERMANY.COM

WWW.AIRPORTMEDIA-GERMANY.COM



# AV-Solution Partner

**AV-Solution Partner**, Professionals in Audio and Video e.V. – der Name steht für ein kompetentes Netzwerk von Unternehmen der professionellen audiovisuellen Medientechnik. Seit 14 Jahren betreuen wir anspruchsvolle Projekte in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Unser Angebot reicht von der umfassenden Beratung, Konzeption und Planung über die Realisierung bis zu Service, Wartung und Support.

Die **AV-Solution Partner** sind die richtigen Partner für:

- Digitale Informationssysteme
- Veranstaltungstechnik
- Präsentations- und Beschallungssysteme
- Überwachungstechnik
- Videokonferenzsysteme
- Signalmanagement
- Mediensteuerungen
- Haussteuerungen für den gehobenen Wohnungsbau (Intelligent Home)

Wir arbeiten seit vielen Jahren mit den führenden Herstellern hochwertiger technischer Audio- und Video-Produkte zusammen. Das bedeutet für unseren Kunden einen hohen Qualitätsstandard, Innovation und Sicherheit. Über 1.000 Kunden aus Industrie und Handel, Behörden, Bildungseinrichtungen, öffentlichen Institutionen, Museen sowie Kongress- und Messegesellschaften profitieren von Synergieeffekten, Effizienz und Flexibilität des Verbunds.



**AV-SOLUTION PARTNER E.V.**

MAXHOFSTRASSE 64A

D-81475 MÜNCHEN

TELEFON (D) +49 800 0776225

TELEFON (A) +43 316 6728520

TELEFON (CH) +41 44 8781078

OFFICE@AV-SOLUTIONPARTNER.DE

WWW.AV-SOLUTIONPARTNER.DE



## Bison

Unter der Dachmarke **Bison** treten in der IT-Branche verschiedene Unternehmen auf, welche rund 600 Mitarbeitende beschäftigen. Als ein führendes Schweizer IT-Unternehmen trägt **Bison** mit einer Markterfahrung von über 30 Jahren zuverlässig und sicher zum Erfolg ihrer Kunden bei. Jeder Kunde wird umfassend betreut und langfristig begleitet. Gegenseitiges Vertrauen und der Schutz der Investitionen des Kunden stehen dabei im Vordergrund.

Das Digital Signage Team von **Bison IT Services AG** begleitet Kunden während allen Projekt-Phasen und tritt im Markt als Generalunternehmer auf. Gemeinsam mit dem Kunden erarbeitet **Bison** das optimale Konzept und berät hinsichtlich der passenden Lösung, vom einfachen Begrüssungsdisplay bis hin zum geografisch verteilten Anzeigennetzwerk mit zentralem Management. Diese wird als Cloud-Infrastruktur oder dediziert beim Kunden integriert. Danach unterstützt eine kompetente Support-Organisation den reibungslosen Betrieb und steht im Bedarfsfall schnell zur Seite.



### **BISON IT SERVICES AG**

DANIEL REMPFER

ALLEE 1A

CH-6210 SURSEE

TELEFON +41 (0)58 226 01 50

DIGITAL-SIGNAGE@BISON-ITS.CH

WWW.BISON-ITS.CH/DIGITAL-SIGNAGE



## DIDAS Business Services

Die **DIDAS Business Services GmbH** hat ihr klassisches IT-Dienstleistungsangebot um Lösungen rund um **digitale Medien am POS/POI**, innovative **Kunden- und Mitarbeiterkommunikation** sowie den Bereich **Medientechnik** erweitert.

Als lösungsorientierter IT-Dienstleister können wir unseren Kunden durch die Verzahnung von IT und Medientechnik einen klaren Mehrwert bieten – und das von der Beratung und Konzeption über die Umsetzung bis hin zum Betrieb.

**DIDAS Business Services** ist deutschlandweit mit rund 250 Mitarbeitern vertreten. Seit November 2009 gehören wir dem Unternehmensverbund der renommierten Allgeier SE an, die über 4.000 angestellte Mitarbeiter und rund 1.500 freiberufliche IT-Experten beschäftigt. Profitieren Sie von der Flexibilität, Schnelligkeit und Kundennähe eines mittelständischen Unternehmens gepaart mit der Leistungsstärke einer dynamisch wachsenden, internationalen IT-Gruppe.



**DIDAS BUSINESS SERVICES GMBH**

ELISABETH-SELBERT-STR. 4A

D-40764 LANGENFELD

TELEFON +49 (0)2173 59660

MEDIATECHNIK@DIDAS.DE

WWW.DIDAS.DE



# dimedis

# dimedis

Das 1996 in Köln gegründete Software-Unternehmen **dimedis** hat sich auf Messe- und Digital Signage-Lösungen spezialisiert. Zum Kundenkreis der **dimedis GmbH** zählen die Messen Düsseldorf, Stockholm, Köln und Stuttgart, die Westfalenhallen Dortmund, Reed Expo, INFOX, BVB, Die Continentale, British American Tobacco sowie die Shopping Center-Betreiber ECE, SEC und mfi.

### Digital Signage Software kompas von dimedis

**kompas**® ist eines der leistungsfähigsten und flexibelsten Digital Signage-Systeme am Markt. Die intuitive und vielfältige Software wird auf mehr als 4.500 Player in ganz Deutschland genutzt. **kompas** steuert eines der größten Werbenetzwerke Deutschlands. Es kombiniert höchste Stabilität mit kosteneffizienter Mobilfunktechnologie. Zur **kompas** Produktfamilie gehört die preisgekrönte Wegeleitung.

**kompas** ist mehrfach ausgezeichnet: VISCOM DS Best Practice Award 2008 & 2011, POPAI Digital Award Gold 2011. [www.kompas-software.de](http://www.kompas-software.de)

**kompas**

Digital Signage Software

### DIMEDIS GMBH

DILLENBURGER STR. 83

D-51105 KÖLN

TELEFON +49 (0)221 92 12 60 0

CONTACT@DIMEDIS.DE

WWW.DIMEDIS.DE

WWW.KOMPAS-SOFTWARE.DE



## easescreen

**easescreen**  
DIGITAL SIGNAGE SOLUTION

**Pichler Medientechnik e.U.**, mit Sitz in Graz und Wien, entwickelt und begleitet seit 1996 weltweit medientechnische Projekte mit Fokus auf Digital Signage. Als österreichischer Hersteller der Digital Signage Software **easescreen** liefern wir für unsere nationalen und internationalen Vertriebs- und Integrationspartner maßgeschneiderte Lösungen für jeden Anspruch.

Mit **easescreen** erfolgen Gestaltung, Planung und Verteilung multimedialer Inhalte in einer einzigen Applikation – intuitiv bedienbar und direkt vom Arbeitsplatz aus. Verfügbar in verschiedenen Versionen und Sprachen bietet die modulare Software-Struktur von **easescreen** grenzenlose Möglichkeiten: Diese reichen vom automatisch aktualisierten elektronischen Plakat in allen Größen über interaktive Terminals bis hin zur Verwaltung von großen überregionalen Netzwerken.

Unabhängig davon, ob im Handel, in der Industrie, im Transport-, Gesundheits- und Bildungswesen, als Wegeleitung oder digitale Türschilder eingesetzt – mit **easescreen** branchenunabhängig jede Herausforderung realisieren.

### PICHLER MEDIEN-TECHNIK E.U.

STANDORT GRAZ:  
WIENER STR. 287 · 8051 GRAZ

STANDORT WIEN:  
PACASSISTR. 85/18-19 · 1130 WIEN

TELEFON +43 316 672852

INFO@EASESCREEN.COM

WWW.EASESCREEN.COM



# engram

## Ein Digital-Signage-System ist immer nur so gut, wie sein Content relevant ist.

Unsere preisgekrönte Softwarelösung **engram KampagnenManagementSystem** (eKMS) ist die erste Digital-Signage-Software, die intelligent Inhalte nach Ereignissen aussteuert. Das innovative Zusatzmodul „Ereignissteuerung“ setzt die digitalen Werbeinhalte nach Ereignissen wie dem aktuellen Wetter, Börsenkursen, RFID oder dem Alter und Geschlecht des Betrachters in Szene. Mit **eKMS** wird Cabriowerbung bei Sonnenschein und nicht bei Regen angesteuert, Handtaschenwerbung nur für Frauen angezeigt. Um exakt die Menschen zu erreichen, für die die Botschaften relevant sind.

Die Verknüpfung mit bestehender RFID-Technologie macht zudem passgenaues Cross-Selling möglich: bei Wahl eines Kleides spielt das **eKMS** so beispielsweise die genau darauf abgestimmten Accessoires ein.

Mehr zielgerichtete und interaktive Ansprache am PoS – mehr Vertriebsfolge für Sie. Seit über 20 Jahren ist engram der Lösungsanbieter mit mehr Kreativität.

**ENGRAM GMBH**

KONSUL-SMIDT-STR. 8R

D-28217 BREMEN

TELEFON +49 (0)421 620298-828

THOMAS.SIEVERS@ENGRAM.DE

WWW.ENGRAM.DE



## eyefactive



**eyefactive** ist führender Anbieter für interaktive MultiTOUCH Technologie im Großformat, vielfach ausgezeichnet und in der Industrie bewährt.

- MultiTOUCH Displays, Tische und Wände in XXXL
- Digital Signage AppStore mit interaktiven Apps
- Entwicklungs-Framework für Touch Software

Kunden kombinieren mit **eyefactive's** OMEGA MultiTOUCH System ihre interaktive Wunsch-Installation als Tisch, Bar Tresen oder Wand in beliebiger Größe – sogar runde Formen sind möglich. Der nahtlose Bildschirm ist dabei extrem robust und geschützt vor Flüssigkeiten. Auch bei hellem Umgebungslicht werden unbegrenzt viele Berührungen von Fingern und reale Objekte erkannt.

Im ersten AppStore für professionelle Touchscreens stehen MultiUSER Apps für vielfältige Einsatzmöglichkeiten zur Auswahl. Über ein integriertes CMS können Kunden die Apps individuell an ihr eigenes Design anpassen sowie multimediale Inhalte integrieren.

Jetzt kostenlos testen unter [www.multitouch-appstore.com](http://www.multitouch-appstore.com)

### EYEFACTIVE GMBH

FELDSTRASSE 128

D-22880 WEDEL

TELEFON +49 (0)4103 90380 0

INFO@EYEFACTIVE.COM

WWW.EYEFACTIVE.COM



## Grassfish

Von Digital Signage- und Videowall-Lösungen über intelligente Shop-Solutions bis zur zentralen Verwaltung von Android-Tablets und digitalen Türschildern – **Grassfish** hat sich mit seiner umfangreichen Produktpalette als Europas führender Softwarehersteller zur Steuerung digitaler Mediennetzwerke etabliert.

**Grassfish Produkte** sind durchgehend webbasiert und setzen auf modernste Standards. Wir bieten SaaS- und Lizenzmodelle an und setzen beim Serverhosting wahlweise auf europäische Rechenzentren sowie auf Microsoft Azure-Cloudlösungen.

Unterschiedliche Endgeräte (Cisco IEC, Windows-, Linux-, Android-Systeme, Mediaplayer) können für den jeweiligen Einsatzzweck optimiert und in einem Netzwerk gemischt genutzt werden. Die konsequente Unterstützung Ihrer Daten garantiert eine reibungslose Integration Ihres Medien- und Kommunikations-Mix in Ihre ERP-Welt.

Kontaktieren Sie uns oder einen Partner unseres internationalen Netzwerks.  
**Wir unterstützen die Umsetzung Ihrer digitalen Crossmedia-Strategie!**

Foto: © EVISCO AG



**GRASSFISH MARKETING  
TECHNOLOGIES GMBH**

HEILIGENSTÄDTER STRASSE 31/STG.1/601

A-1190 WIEN

TELEFON +43 (1)522 02 70

OFFICE@GRASSFISH.COM

WWW.GRASSFISH.COM



# iiyama

Seit seiner Gründung 1973 hat sich **iiyama** mit Hauptsitz in Japan vor allem als Hersteller von preis-/leistungsstarken Displays und Computermonitoren einen Namen gemacht. In Deutschland ist das Unternehmen seit 1993 präsent.

Das Portfolio reicht vom Einsteigermonitor bis zum hochwertigen Business Gerät für den professionellen Einsatz. Ein Fokus des Produktportfolios liegt auf Touchscreens und Large Format Displays (LFD) für unterschiedlichste Einsatzbereiche.

**iiyama** bietet hier eine breite Produktpalette von über 20 Touch-Monitoren mit Bildschirmdiagonalen zwischen 15 und 65 Zoll und modernsten (Multi-) Touch-Technologien an. Darunter sind besonders widerstandsfähige und extrem ausfallsichere Geräte für Infopoints oder Kassensysteme ebenso vertreten wie LFDs für Digital Signage und interaktive Anwendungen, beispielsweise in Schulen, Konferenzen, am POS / POI oder auf Messen. Nischenprodukte zur professionellen Videoüberwachung (CCTV) sowie mit Protection Glass runden das Angebot ab.

**IIYAMA DEUTSCHLAND GMBH**

WERNER-VON-SIEMENS STR. 4

D-85296 ROHRBACH/ILM

TELEFON +49 (0)8442-9629 0

OLIVER.SEEGER@IIYAMA.COM

WWW.IIYAMA.DE



## InoNet

Die DIN ISO-9001 zertifizierte **InoNet Computer GmbH** steht Ihnen als kompetenter Lösungsanbieter bei der Realisierung Ihres Digital Signage-Projekts zur Seite. Seit 1998 konzentriert sich der Computerhersteller auf Hardware-Lösungen und schlüsselfertige Digital Signage-Anwendungen, die genau auf den Bedarf des jeweiligen Kundenprojekts zugeschnitten sind.

Zu den Produkten und Leistungen der **InoNet** zählen kompakte Media Player, leistungsstarke Videowall-Controller, flache Displays und Multitouch Panel PCs für interaktive Digital Signage-Applikationen. Dank langjähriger Erfahrung im Markt und einem breiten Partnernetzwerk für Software und Content hat der Digital Signage-Spezialist die passende Lösung für jede Anforderung. Diese ergänzt er um kundenspezifische Anpassungen oder entwickelt ein eigenständiges DS-Konzept.

Bei jedem Schritt bis zur Fertigstellung des Projektes begleitet **InoNet** Sie als zentraler Ansprechpartner in allen Fragen. Mit tiefem Know-How und einem breiten Partnernetzwerk wird so ein bedarfsgerechtes und wirtschaftliches Gesamtpaket für jede Anforderung geschnürt.



**INONET COMPUTER GMBH**

WETTERSTEINSTR. 18

D-82024 TAUFKIRCHEN

TELEFON +49 (0)89 666096-0

SALES@INONET.COM

WWW.INONET.COM/DE/DIGITAL-SIGNAGE



## Kapsch

**kapsch** >>>

**Kapsch BusinessCom**, der führende österreichische Systemintegrator für innovative Kommunikations-, Netzwerk und IT-Lösungen, bietet in Kombination mit Digital Signage auch multimediale Gesamtlösungen. Zentral gesteuert und verwaltet bieten diese Unterhaltungs- und Informationssysteme zielgerichteten Content direkt bei der Zielgruppe. Aktuelle Informationen stehen zum gleichen Zeitpunkt an verschiedenen Standorten zur Verfügung. Digital Signage Lösungen von **Kapsch** fügen sich mit IPTV, Medientechnik und Customer Flow Management zu einem Gesamterlebnis zusammen. In Kombination mit Videoüberwachung und Customer-Monitoring bekommt Digital Signage eine neue Dimension, weil es zielgruppengesteuert Content punktgenau platziert.

Auf die langjährige Expertise von **Kapsch** setzen Unternehmen wie zum Beispiel Casinos Austria, Uni Wien, SBER Bank Austria, Eurest und seit neuestem auch McDonald's Österreich.

Mit über 1.400 Mitarbeitern und einem Umsatz von knapp 300 Millionen Euro ist **Kapsch** einer der führenden herstellerunabhängigen ICT-Servicepartner in Österreich und CEE und übernimmt auch den vollständigen Betrieb seiner Multimedia Lösungen.

Foto: © McDonald's Österreich

**KAPSCH BUSINESSCOM AG**

WIENERBERGSTR. 53

A-1121 WIEN

TELEFON +43 (0)50 811 5647

CHRISTIAN.KOLLER@KAPSCH.NET

WWW.KAPSCH.NET/KBC/SOLUTIONS/  
MULTIMEDIA



**100 %  
Willkommen**

## Kern & Stelly Medientechnik



### **Kern & Stelly – der kompetente Ansprechpartner für den Fachhandel!**

Im Jahr 2007 gegründet, zählt **Kern & Stelly** heute zu einem der größten Distributoren für Flachbildschirme, Projektoren, Visualizern und interaktiven Whiteboards in Deutschland.

Als offizieller Distributionspartner von Samsung, Sharp und NEC bieten wir kompetente Beratung mit starken Marken, nicht nur im Digital-Signage-Bereich sondern auch für die Anwendung professioneller Monitore in Konferenz- und Schulungsräumen. Unsere Stärke ist es, aktuelle Trends aufzuzeigen und individuelle Lösungen zusammenzustellen.

Unser Geschäftsmodell ist zu 100% auf den Fachhandel ausgerichtet. Wichtig ist uns, dass sich unsere Kunden durch wettbewerbsfähige Preise und eine hohe Produktqualität erfolgreich im Markt durchsetzen können. Die langfristige und partnerschaftliche Zusammenarbeit mit unseren Fachhandelskunden steht dabei für uns im Fokus. Neben einer schnellen Auftragsabwicklung legen wir besonderen Wert auf die Kompetenz, Freundlichkeit und gute Erreichbarkeit unserer Mitarbeiter. Darüber hinaus sind in unserem passwortgeschützten Fachhandelsportal unter [www.kern-stelly.de](http://www.kern-stelly.de) Produktinformationen, Lagerbestände, Verkaufsaktionen und vieles mehr rund um die Uhr abrufbar.

**KERN & STELLY MEDIENTECHNIK GMBH**

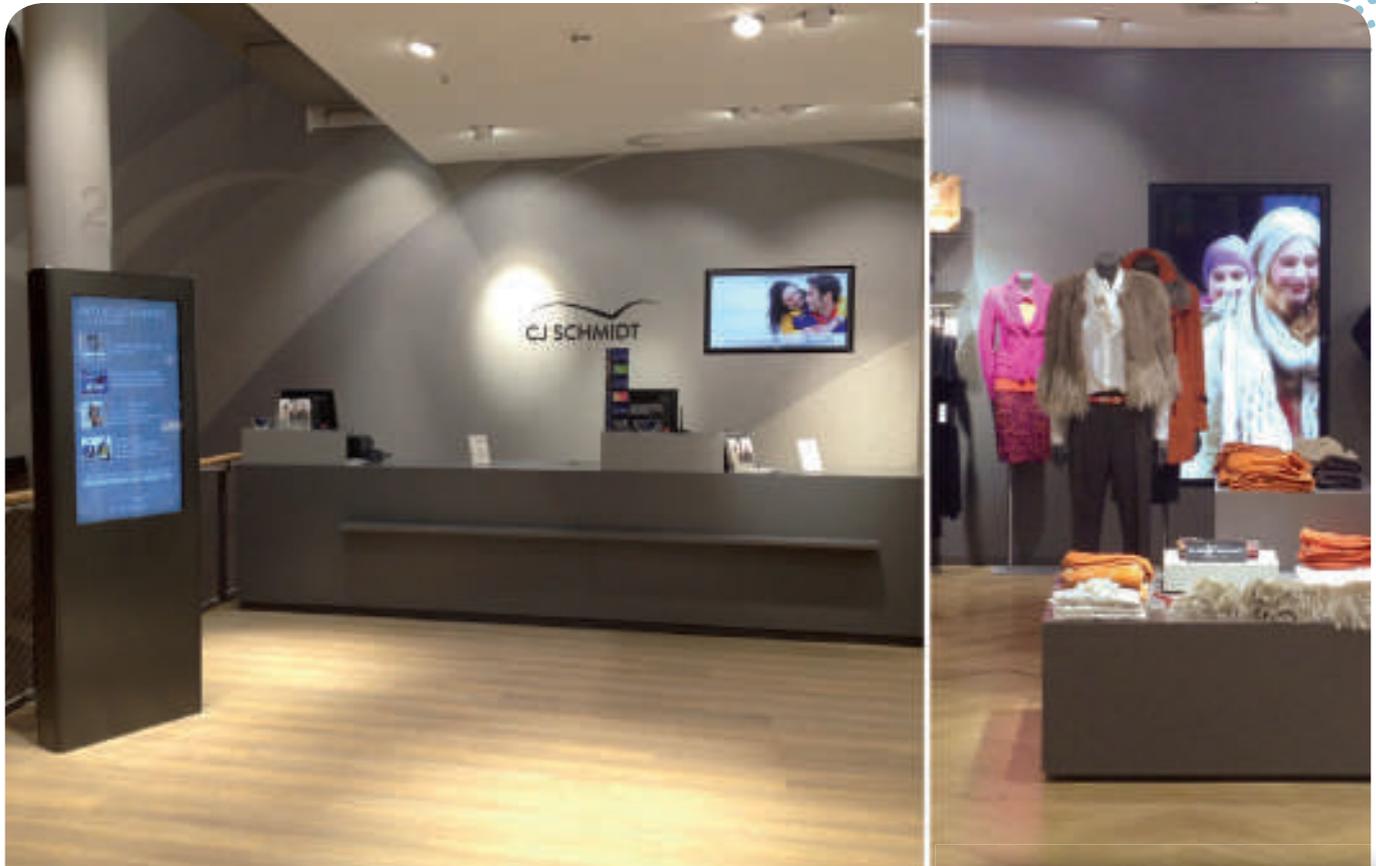
PAPENREYE 61

D-22453 HAMBURG

TELEFON +49 (0)40 572014 - 0

INFO@KERN-STEELLY.DE

WWW.KERN-STEELLY.DE



## komma,tec redaction

**komma,tec**  
redaction GmbH

Die **komma,tec redaction** ist eine 2005 gegründete Fachagentur für digitale Kommunikation mit eigenen Abteilungen für Softwareentwicklung und Content-Produktion. Zudem ist die Hamburger Agentur Anbieter und Integrator von Digital Signage-Hardware.

Fünf Bausteine zeichnen die gesamte Expertise von **komma,tec redaction** aus, welche Ihnen das Rund-um-Digital-Signage-Sorglos-Paket aus einer Hand ermöglichen:

- Software
- Hardware
- Content
- Consulting
- Service

Neben den Produkten legt **komma,tec redaction** größten Wert auf anwendungsfreundliche Beratung. Beginnend mit der Frage nach Ihren individuellen Zielen wird ein Konzept für eine zu Ihnen passende Lösung erstellt. Dabei werden nicht nur Software- und Hardware-Empfehlungen ausgesprochen sondern auch Content-Empfehlungen, die auf jahrelanger Erfahrung beruhen.

Sie sind herzlich eingeladen, die Digital Signage-Welt im Digital Signage Innovation Center von **komma,tec redaction** in Hamburg live zu erleben.

### KOMMA,TEC REDACTION GMBH

ALTER WANDRAHM 8

D-20457 HAMBURG

TELEFON +49 (0)40 3037518-0

INFO@KOMMATEC-RED.DE

WWW.KOMMATEC-RED.DE



## LG Electronics



**LG Electronics** Inc. (KSE: 06657.KS) ist ein weltweit führendes Technologie-Unternehmen in den Produktbereichen Consumer Electronics, Haushaltsgeräte, Mobiltelefone und IT-Produkte, mit ca. 72.000 Mitarbeitern in 120 Niederlassungen verteilt auf 80 Länder rund um die Welt.

LG ist der weltgrößte Hersteller von CDMA Handsets, Heimklimageräten, Displays, Laufwerken zu optischen Datensicherung, DVD Playern und Heimkinosystemen und seit vielen Jahren auf den Märkten der Welt etabliert. Das Unternehmen kann dabei auf eine lange Tradition zurückgreifen und steht seit Unternehmensgründung für Innovation und Fortschritt.

Das Geschäftskunden Team bei **LG Electronics** Deutschland GmbH steht für langjährige Erfahrung im B2B-Umfeld und befasst sich mit den Anforderungen von Unternehmen jeder Größe. Mit passenden Displays für Digital Signage, Hotel- und Krankenhaus-TV, bietet das Sortiment eine umfassende Auswahl an energieeffizienten und zuverlässigen Produkten. Ein Qualitätsmerkmal der LG Displays ist die hochwertige und technisch fortschrittliche S-IPS Panel-Technologie.

### LG ELECTRONICS DEUTSCHLAND GMBH

INGO KRAUSE

BERLINER STR. 93

D-40880 RATINGEN

TELEFON +49 (0)2102 7008 404

INGO.KRAUSE@LGE.COM

WWW.LG.DE/B2B



# Littlebit Technology

littlebit  
TECHNOLOGY

## Breites Kompetenzspektrum für Digital Signage Projekte

**Konzeptionierung und technische Detailplanung** – wir erarbeiten mit Ihnen das individuelle Konzept und übernehmen die Planung für die Umsetzung.

**Link zu Software-Partner** – wir pflegen kooperative Partnerschaften mit verschiedenen Digital Signage Software-Anbietern und helfen Ihnen bei der Wahl der passenden Applikation.

**Hardware Entwicklung, Evaluation & Beschaffung** – als Produzent der Computerlinie axxiv bauen wir massgeschneiderte Player & Systeme. Als IT-Distributor sind wir an der Quelle für die weltweite Beschaffung von Hardware, wie Displays etc.

**Integration** – mit unserem spezialisierten Partnernetzwerk garantieren wir ein optimal koordiniertes Roll-out und fachgerechte Installation.

**Content-Produktion & Management** – wir erstellen Ihre Inhalte und organisieren die Distribution auf die Screens.

**Services** – wir schnüren individuelle Servicepakete für Hardware-Bewirtschaftung, -Monitoring, -Wartung bis zum Hosting im eigenen Rechencenter.

LITTLEBIT TECHNOLOGY AG

BÖSCH 83

CH-6331 HÜNENBERG

TELEFON +41 (0)41 785 11 11

INFO@LITTLEBIT.CH

WWW.LITTLEBIT.CH



# Matrox Graphics

**matrox**<sup>®</sup>  
Graphics for Professionals

## Die Schlüsselkomponenten für Digital Signage Systeme

**Matrox Mura MPX:** Einfach zu kombinierende und erweiterbare Videowand-Controller-Boards mit z.B. 4 Ausgängen und 4 Eingängen auf nur einer einzelnen Single-Slot PCI Express x16 Karte.

**Matrox Maevox Encoder und Decoder:** Erfassen, Streamen, Anzeigen und Verteilen von H.264-1080p60-Video und Audio über IP (LAN) in exzellenter Qualität.

**Matrox M-Serie:** Single-Slot PCI Express Grafikkarten für bis zu 16 Displays pro PC.

**Matrox GXM (Graphics eXpansion Modules):** Externe Multi-Display-Upgrades für Laptops und PCs. Z.B. **DualHead2Go Digital SE:** Wandelt verlustfrei DisplayPort mit 3840 x 1080 in 2 x DVI à 1920 x 1080 inkl. HDCP.

**Matrox Graphics** ist ein führender Hersteller von Grafiklösungen für professionelle Märkte.

**MATROX  
ELECTRONIC SYSTEMS GMBH**

INSELKAMMERSTR. 8

D-82008 UNTERHACHING

TELEFON +49 (0)89 62170-444

INFO-CENTRALEUROPE@MATROX.COM

WWW.MATROX.COM/GRAPHICS

Anzeige



**netvico**

**netvico**

Seit 2001 ist **netvico GmbH** – das nach ISO 9001 zertifizierte Digital Signage Unternehmen – Pionier der ersten Stunde.

Wir bieten die ganze Bandbreite an digitalen Medien:  
 Von interaktiven Mediensystemen über Digital Signage, mobilen Lösungen bis hin zu Aufrufsystemen mit Analysefunktion. Eingesetzt werden die digitalen Medien für Wegeleitung, interaktive Applikationen, für die Vermittlung von Informationen, Werbung oder als Verkaufsförderungstool.

**netvico GmbH** ist Komplettanbieter und sorgt für ein reibungsloses, perfektes Ganzes:

Von Konzeption bis Hardware-Design, Content-Erstellung, Entwicklung der Softwaretechnologie „PlayEverywhere“, Service, Montage und Support. Ein Kundenkreis aus unterschiedlichsten Branchen profitiert von unseren Systemlösungen, darunter SportScheck, die Deutsche Bahn oder Kaiser’s Tengelmann.

Der Name ist Programm:

**netvico** – architects of digital communication.

**NETVICO GMBH**

TALSTR. 41

D-70188 STUTTGART

TELEFON +49 (0)711 220094-30

INFO@NETVICO.COM

WWW.NETVICO.COM



## NEXGEN smart instore



### Sie wollen hoch hinaus? Wir bringen Digital Signage in höhere Dimensionen.

Ob verkaufsfördernde Bildschirmsysteme, atmosphärische Videowände oder interaktive Beratungsterminals – **NEXGEN smart instore** bietet Ihnen die maximale Lösung für Ihre digitale Kommunikation.

Sie planen eine Digital Signage-Anwendung, Shop-TV oder Smartphone-gesteuerte Verkaufsförderer? Sie wollen Ihr ERP-System, PIM-Datenbanken, Mobile Marketing oder Ihren Online-Shop anbinden? **NEXGEN smart instore** ist Ihr Partner für eine Gesamtlösung, mit der Sie mehr erreichen.

### All-in-One-Lösung für Digital Signage-Systeme

Beginnend bei der Beratung mit Konzepten zur Verkaufssteigerung, planen und organisieren wir Ihren maßgeschneiderten Bedarf an Hard- und Software.

Mit unseren erfahrenen Projektmanagern führen wir Sie zum Erfolg. Wir unterstützen Sie bei der Einrichtung aller Systeme, dem Content Management und den Prozessabläufen. Unsere erfahrenen Servicetechniker sind vor Ort für Sie da – bei Installationen, Serviceeinsätzen und Schulungen. Immer die passende Antwort: 24/7 Support durch unser Call-Center.

**Digital Signage-Anwendungen für alle, die hoch hinaus wollen.**

### NEXGEN SMART INSTORE GMBH

GRESCHBACHSTRASSE 2-4

D-76229 KARLSRUHE

TELEFON +49 (0)721 91567107

MARC.MASURATH@NEXGEN-SI.DE

WWW.NEXGEN-SI.DE



## Peerless AV

**Peerless AV** wurde 1941 gegründet und ist einer der weltweit führenden Entwickler und Hersteller von innovativen AV Lösungen – „Made in the USA“ – mit einer umfangreichen in-house Produktion von mehr als 3.600 Produkten. Wir sind Experten für Digital Signage Lösungen und Entwickler von Produkten, die Zuverlässigkeit, Funktionalität und einfachen Einbau vor Ort gewährleisten. Unsere Produkte sind TÜV/GS geprüft und haben bis zu 5 Jahre Garantie. Unser preisgekröntes Sortiment umfasst:

- **DS-VW765:** Mehrfach preisgekrönte „Full-Service“-Video Wandhalterung. Werkzeuglose Einstellbarkeit an acht Punkten, erlauben die nahtlose Feinausrichtung mehrerer Bildschirme.
- **Menu Board:** Unendliche Möglichkeiten, maßgeschneiderte Konfigurationen für atemberaubende Montage mehrerer Bildschirme ohne komplizierte Messungen.
- **Video Wand Trolleys:** Mobile Lösungen in 2x2 und 3x3-Konfigurationen, perfekt für Vermietung, Ausstellungen und Präsentationen.
- **Outdoor-Gehäuse:** Mit Schutzart IP56 – Fenster aus bruchsicherem Hartglas. Dreifacher Korrosionsschutz und einstellbarer Klimaregelung.
- **Wireless:** Übertragen Sie HD-Inhalte für bis zu 4 Displays von einem einzigen Sender.
- **Modular Serie:** Flexibles Bausatz-System für Display und Projektor-Installationen.

Kontaktieren Sie **Peerless-AV** um zu erfahren, wie wir all Ihre Montageprobleme lösen können.

**peerless-AV**<sup>®</sup>

### PEERLESS-AV

UNIT 3, WATFORD INTERCHANGE

COLONIAL WAY, WATFORD,

HERTS, WD24 4WP, UK

TELEFON +49 (0)69170 776611

JHAMANN@PEERLESS-AV.EU.COM

WWW.PEERLESS-AV.COM



# PrintScreenMedia



**PrintScreenMedia** ist Markenagentur, Content-Produzent und Systemhaus in einem. Mit unseren Digital Signage Anwendungen erstellen und verteilen unsere Kunden Information, Werbung und Entertainment-Inhalte wirkungsvoll über Einzelmonitore oder Monitornetzwerke.

Fundierte Beratung und die Konzeption strategisch ausgerichteter Lösungen bilden die Basis für die kreative Entwicklung geeigneter Inhalte, das Erstellen von Content-Konzepten und Playlisten sowie die Realisierung und Integration vernetzter Digital Signage Systemkonzepte. Bundesweit, inklusive Update-Service und technischem Support.

Unser Leistungsspektrum ist modular und frei kombinierbar:

- Analyse und vorbereitende Workshops
- Beratung, Konzeption und Projektleitung
- Planung und Bereitstellung der technischen Lösung
- Kommunikations- und Kreativkonzept sowie Visualisierung
- Content-Entwicklung nach CI/CD
- Contentplanung-, produktion und -verteilung
- Digital Signage Software und Schulung
- Redaktions- und Update-Service

**PRINTSCREENMEDIA GMBH**

DIESELSTRASSE 24

D-85748 GARCHING BEI MÜNCHEN

JHOLTZ@PRINTSCREENMEDIA.COM

WWW.PRINTSCREENMEDIA.COM

Anzeige



# PROVISIO

**PROVISIO**<sup>®</sup>  
software engineering

Seit 1996 entwickelt die PROVISIO GmbH aus Münster (Westf.) Softwarelösungen für öffentlich zugängliche Rechner. Die Kiosk Browser Software „**SiteKiosk**“ ist in dem Segment „abgesicherter Kiosk“ mit mehr als 4.000 Firmenkunden weltweit ganz klarer Marktführer.

Die Besonderheit: **SiteKiosk** ist wesentlich mehr als nur ein einfacher Digital Signage Player, denn die Software erlaubt Benutzerinteraktionen mit Webinhalten und Anwendungen. Auch Drucker, Scanner, Bewegungsmelder, Webcams und Bezahlgeräte werden von **SiteKiosk** unterstützt.

Ergänzt wird die Client-Lösung durch die Kiosk Management und Fernwartungssoftware „**SiteRemote**“.

Über diese Cloud-Lösung können Sie bequem per Webbrowser Medien-Inhalte verteilen, Benutzer verwalten, Geräte überwachen und fernwarten, sowie umfangreiche Nutzungsstatistiken erstellen. **SiteRemote** kann auch auf dem eigenen Server im Firmennetzwerk installiert werden.

Neben einer Windowsversion bietet PROVISIO auch eine Lösung für Google Android an. Diese bietet die Möglichkeit, handelsübliche Android-Tablets bzw. Android USB Sticks für browserbasierte Kiosk- Anwendungen und/oder Digital Signage zu verwenden. Kostenlose Testversionen zum Herunterladen und ausprobieren finden Sie auf unserer Homepage unter [www.sitekiosk.com](http://www.sitekiosk.com)

**PROVISIO GMBH**

WILHELM-SCHICKARD-STR. 1

D-48149 MÜNSTER

TELEFON +49 (0)251 846924 0

CONTACT-EUROPE@PROVISIO.COM

WWW.PROVISIO.COM



## Samsung

Ob für den Innen- oder Außenbereich, als Einzeldisplay oder Teil einer Videowand: Im **Samsung** Portfolio findet sich für nahezu jeden Einsatzort und -zweck das passende Modell.

### Acht gute Gründe für Samsung Large Format Displays:

1. **Samsung** bietet mit SoC die All-in-one Lösung für digitale Werbebotschaften.
2. **Samsung** ist ein starker Partner mit langjähriger Erfahrung im Display-Bereich.
3. Das umfangreiche Samsung Produktportfolio bietet das passende Produkt für nahezu alle Anforderungen.
4. Die bewährte **Samsung** Display-Qualität gewährleistet einen einwandfreien Betrieb und eine lange Lebensdauer.
5. **Samsung** Large Format Displays sind flexibel und vielseitig einsetzbar.
6. Das ansprechende **Samsung** Design sorgt für einen repräsentativen Auftritt.
7. **Samsung** bietet umweltfreundliche und energieeffiziente Lösungen mit niedrigen Betriebskosten.
8. Der zuverlässige und schnelle **Samsung** Vor-Ort-Service hilft im „Fall der Fälle“.

Neben der Vielseitigkeit und Flexibilität ist es auch die Qualität und Zuverlässigkeit, die **Samsung** Large Format Displays so besonders macht. In Kombination mit der passenden Software wird daraus eine professionelle All-in-One-Lösung, die den heutigen Ansprüchen an Digital Signage gerecht wird.



**SAMSUNG ELECTRONICS GMBH**

AM KRONBERGER HANG 6

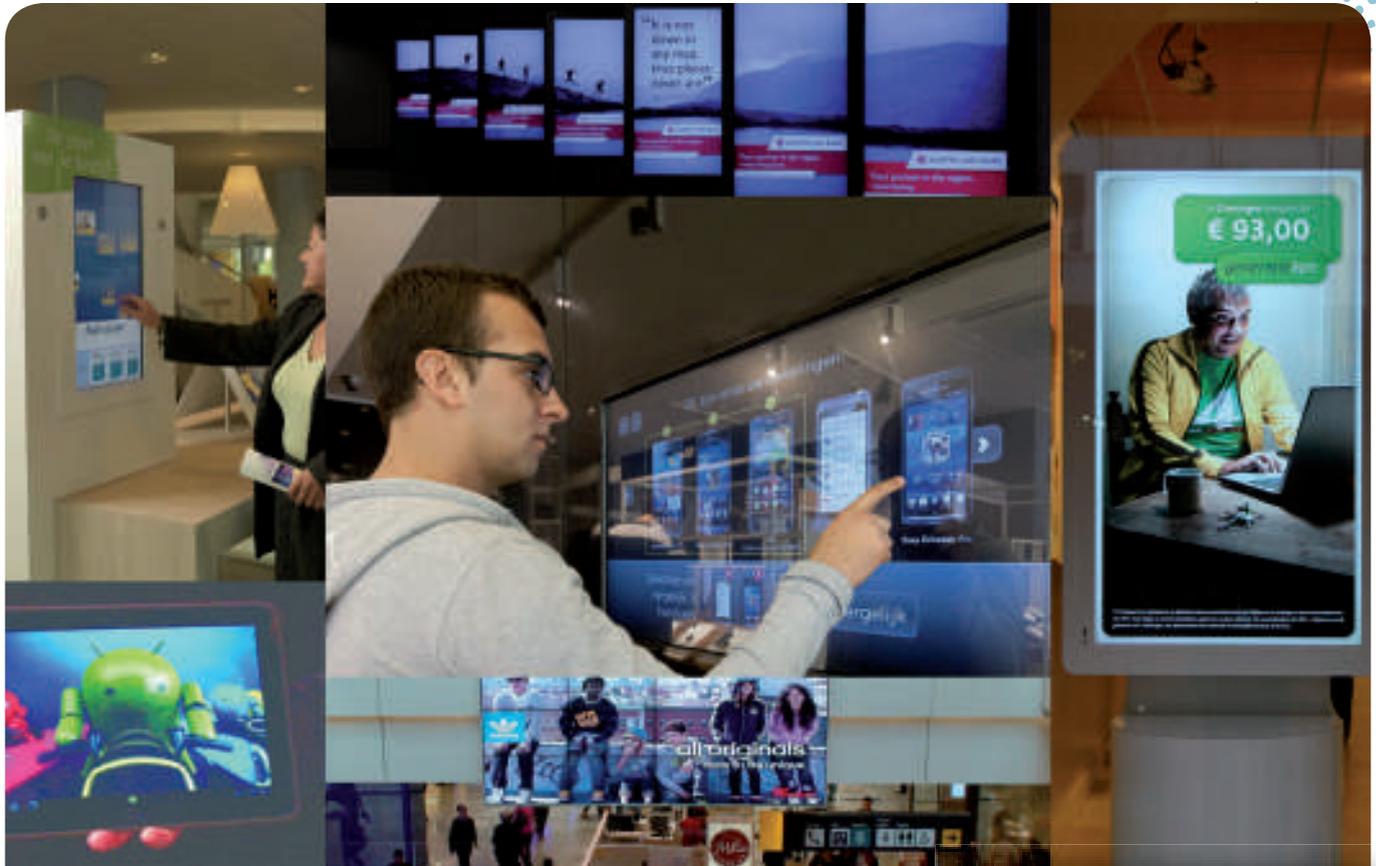
D-65824 SCHWALBACH

TELEFON +49 (0)6196 661063

IT-SOLUTIONS-POWERPARTNER@SAMSUNG.DE

LFD.SAMSUNG.DE

Verpassen Sie nicht den zweiten  
Samsung LFD Networking & Solutions Day  
am 10.10.2013 in Frankfurt!



# SCALA



**SCALA**  
COMMAND ATTENTION.

## How to win the Digital Communication race

**Retailers often ask themselves:** *What is the ROI of a digital POP customer interaction tool? And how does this fit into my multi-channel communication strategy? These are only two of the questions that Scala can help your company to find answers for.*

Scala understand that brands and retailers are challenged to renew themselves continuously to **attract** and **secure** the **loyalty** of their existing clients and attract new customers. Trends that have transitioned Digital In-Store Communication from a "Special Projects" budget to an absolute requirement in the store planning phase.

More and more retail businesses around the globe – who understand that **communication** is the **key to success** – realize that digital in-store communication solutions truly command attention and **deliver results**. Digital communication is incredibly successful at the point of purchase (POP) and that is crucial.

Consumer behavior nowadays is interlinked across **multiple channels** and shoppers are seeking for immediacy. This has a big effect on the importance and role of your point of purchase communication. Understanding **shopping patterns, analyzing behavior** and **buying habits** and, most importantly, **connecting the dots** between these factors have become key drivers for messaging to the right audience at the right time at the right spot.

**SCALA BV**

AMERIKALAAN 70B

NL-6199 AE MAASTRICHT- AIRPORT

TELEFON +31 (0)43 3588300

HELGE.HAARIG@SCALA.COM

WWW.SCALA.NL



# SEDLBAUER

**SEDLBAUER AG**   
 Electromechanics • Device Engineering • Electronics • Telecommunications  
 EDWANZ group

Sie suchen einen virtuellen Pförtner zur interaktiven Begrüßung Ihrer Kunden, ein modernes Indoor-Navigations-System, ein Informationsportal für Ihren Messeauftritt oder vielleicht ein virtuelles Werbeplakat? Dann sind Sie bei uns richtig: Von der Hardware über die Software bis hin zu Beratung und Service - von uns bekommen Sie die Komplettlösung!

Unsere energieeffizienten Systeme, die wir auf Basis langjähriger Erfahrung und in Zusammenarbeit mit verifizierten Partnern entwickeln und produzieren, können je nach Einsatzort unterschiedlich ausgestattet werden. Dadurch können wir Ihnen ein auf Sie maßgeschneidertes Angebot erstellen und die Kosten minimieren. Sollten Sie dennoch andere Vorstellungen haben, erstellen wir für Sie gern ein kundenspezifisches Modell.

Wie gewohnt steht der Name **SEDLBAUER** auch im Bereich Kiosksysteme und Digital Signage für marktgerechte Lösungen, höchste Qualität und edles Design.

## SEDLBAUER AG

WILHELM-SEDLBAUER-STR. 2

D-94481 GRAFENAU

TELEFON +49 (0)8552 41-0

TERMINAL@SEDLBAUER.DE

WWW.S-TERM.COM



# Sharp

# SHARP

Als Pionier und weltweit führender Hersteller im Bereich Display-Technologie bietet **Sharp** eine umfangreiche Palette an Displays und Lösungen für jede Art von professionellen Anwendungen. Bildschirme mit einer Größe bis zu 90 Zoll und hoher Bildqualität, -helligkeit, niedrigem Energieverbrauch, 24/7 Betrieb und erweiterten Funktionen, inklusive Video-Wall-Funktion, Interaktivität und Ultrahochauflösung sind derzeit verfügbar.

- Unsere Digital Signage Lösungen verschaffen Ihnen nachhaltige Aufmerksamkeit, um Geschäftsvorteile zu generieren.
- Für Anforderungen bei denen es auf das noch so kleinste Detail ankommt, bieten wir Ihnen unsere ultrahochauflösenden Monitore.
- Unsere neuesten Technologien erhöhen die Effizienz bei Besprechungen, indem Sie Teilnehmer über verschiedene Standorte verbinden und Arbeitsabläufe vereinfachen.

Die Produkte von **Sharp** fördern die Kommunikation, Zusammenarbeit und Informationsverbreitung. /This is Why: Darum ist **Sharp** die perfekte Lösung für jeden Anspruch an professionelle Displays.

**SHARP ELECTRONICS GMBH**

FREISINGER STR. 9

D-85716 UNTERSCHLEISSHEIM

TELEFON: +49 (0)89 546842-0

EUROPE-VISUALSOLUTIONS@SHARP.EU

WWW.SHARP.DE



www.syscomtec.com

Starke Marken



Voraus denken.  
Entschlossen handeln.

## syscomtec Distribution



### syscomtec der Distributor für Digital Signage Hard- und Software

Als Distributor arbeitet die **syscomtec Distribution AG** zusammen mit Fachhandels- und Systemhausplanern in Deutschland und im deutschsprachigen Ausland an der Planung, Realisierung und Inbetriebnahme Ihrer Projekte.

Fachlich kompetent und lösungsorientiert unterstützen wir und unsere Partner Ihre Organisation bei der Auswahl der richtigen Digital Signage-Lösung. Bei uns bekommen Sie alles aus einer Hand:

- Mediaplayer vom Marktführer BrightSign mit kostenloser Software BrightAuthor
- Digital Signage Soft- und Hardware von easescreen, eine der Top 5 Digital Signage Softwares und die einzige, die Mediaplayer (BrightSign) und PCs in einem Netzwerk verwalten kann.
- IPTV Streaming Lösungen von Exterity – für digital Signage ausgezeichnet geeignet
- HDBaseT Übertragungssysteme von CYP, HDMI mit Ethernet bis zu 100m
- Glasfaser-Übertragungssysteme von CSI, für alle Signale von HD-SDI, HDMI, DVI bis Audio

Realisiert wurden mit Produkten von **syscomtec** Lösungen unter anderem bei: ADAC, Audi, BMW, Brainlab, Deutsches Museum München, Gezeitenmuseum in Bremerhaven, Pro7.SAT1.Media AG, UNO und ZDF.

### SYSCOMTEC DISTRIBUTION AG

RAIFFEISENALLEE 8

D-82041 OBERHACHING BEI MÜNCHEN

TELEFON +49 (0)89 666 109 330

POST@SYSCOMTEC.COM

WWW.SYSCOMTEC.COM

Für Einsteiger.  
Für Fortgeschrittene.  
Für Experten.



  **LG 55WV70**

Energieeffizientes Direct LED Backlight mit bis zu 800 cd/m<sup>2</sup> machen die professionelle 55 Zoll Videowall Serie WV70 zu einem wahren Meisterwerk der Technik. Varianten mit 500 cd/m<sup>2</sup> für niedrigen Stromverbrauch (55WV70BS), mit LG Shine-Out Technologie für das Schaufenster (55WV70MS) und sogar eine 3D-Ausführung (55WV70MD) stehen Ihnen zur Auswahl.

[www.lg.de/signage](http://www.lg.de/signage)

**It's All Possible.**



Restroom Technik  
Shops  
Restaurant  
Park-Deck  
Mercedes-Benz Center

# Mit wenig Aufwand viele Kunden begeistern.



Samsung LFD

## Entdecken Sie die innovative Samsung Smart Signage Platform für Ihr Unternehmen.

### Unschlagbare Gesamtkosten

Samsung bietet als erster Hersteller Large-Format-Displays mit integriertem Mediaplayer an. Die sofort einsatzfähige All-in-one-Lösung wird vom Anwender eigenständig mit nur zwei Kabeln installiert. Dank der Plug-&-Play-Funktion ist das System intuitiv bedienbar und Werbebotschaften lassen sich bequem verwalten. Durch die integrierte Systemarchitektur reduzieren sich die Kosten für Anschaffung, Installation und laufenden Betrieb.<sup>1</sup>

### Vielseitige Anwendungsmöglichkeiten

Die innovativen Displays von Samsung sind flexibel und problemlos für verschiedenste Aufgaben nutzbar. Ob im Handel, in der Gastronomie oder in Hotels, im Transportwesen oder in Unternehmen: Die Samsung Smart Signage Platform ermöglicht es allen Anwendern, dynamische und zielgruppen-gerechte Werbebotschaften zu präsentieren – und auf diese Weise neue Kaufanreize und Kundenerlebnisse zu schaffen. Erfahren Sie jetzt mehr unter [lfd.samsung.de](http://lfd.samsung.de)

<sup>1</sup> Entfall der Kosten für einen externen Mediaplayer. Geringerer Aufwand bei der Installation am POS, da nur ein Gerät zum Einsatz kommt. Durch die ideale Abstimmung von Display und integriertem Mediaplayer arbeitet die All-in-one-Lösung effizienter als wenn externe Medienzuspielgeräte zum Einsatz kommen.