



# digital signage jahrbuch 2014 | 15

IN KOOPERATION MIT:



Out-of-home Video  
Advertising Bureau  
Europe

# SHARP



ENGAGE YOUR AUDIENCE.  
OPTIMISE YOUR COMMUNICATION.

## Make a lasting **impression**

Meet the ultimate challenge and stimulate the audience every time.

It's what sets genuine visual display professionals apart. **/This is Why** we are confident our industry leading innovations and expertise always provide the best solutions to each and every challenge you face.

To find out how we can make a lasting impression on your business, visit us at [www.sharp.de/visual-solutions](http://www.sharp.de/visual-solutions) or email [europe-visualsolutions@sharp.eu](mailto:europe-visualsolutions@sharp.eu)

[www.sharp.de/visual-solutions](http://www.sharp.de/visual-solutions)

# Inhalt

Digital Signage-Markt EMEA	4
Inserentenverzeichnis	7
Infografik Markt EMEA	8
Trends & Drivers EMEA	10
Ausblick 2014 / 2015	12
Digital Signage-Markt DACH	16
Digital Signage Map DACH 2014	20
Digital Signage-Markt Deutschland	22
Grafik Digital Signage Displays	28
Digital Signage-Markt Österreich	30
Digital Signage-Markt Schweiz	34
Schwerpunktthema Content	38
Trendanalysen	42
OVAB Europe	46
OVAB Europe Standards	48
OVAB Europe DBCI	52
In eigener Sache: invidis consulting	54
Übersicht Unternehmensdarstellungen	58
Unternehmensdarstellungen	59

## Impressum

**Herausgeber:** invidis consulting GmbH  
Rosenheimer Str. 145e, 81671 München

**Geschäftsführer:** Florian Rotberg

**Chefredaktion:** Jörg Sailer, invidis consulting GmbH  
(verantwortlich)

**Redaktion:** Stefanie Schömann-Finck, Daniel Russell,  
Thomas Kletschke, Theresa Amann

**Lektorat:** Frauke Bollmann

**Layout:** Matthias Becher, fresh!Advertising

**Anzeigen:** Christine Koller, invidis consulting GmbH  
(verantwortlich)

**Titel:** Meike Hannig | Kommunikationsdesign

**Titelfoto:** Fotolia

© 2014 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 sowie auf Quellen, die die Redaktion für verlässlich hält. Eine Garantie für die Richtigkeit der Angaben kann nicht übernommen werden.

invidis consulting ist Gründungsmitglied des OVAB Europe.

**OVAB** | Out-of-home Video  
Advertising Bureau  
Europe



Liebe Leserinnen und Leser,

der Digital Signage-Markt 2013 konnte mit neuen Rekorden abschließen. Es gibt nicht viele Branchen, die zuverlässig zweistellige Wachstumsraten verzeichnen können. Die Kommunikationslösung Digital Signage liegt im Trend und wird im höherwertigen Handel, im Transportsektor und in vielen anderen Umgebungen unersetzlich.

invidis consulting präsentiert mit dem vorliegenden Jahrbuch 2014/15 erneut die umfassendste Analyse des Digital Signage-Marktes. Weiter-

führende Informationen, ausführliche Tabellen und Rankings, die es aufgrund von Platzmangel nicht ins Jahrbuch geschafft haben, veröffentlichen wir in den kommenden Wochen auf [invidis.de](http://invidis.de).

Seit acht Jahren analysiert das invidis Research-Team Trends und Drivers von Digital Signage und Digital-out-of-Home: zunächst ausschließlich für die deutschsprachigen Märkte (DACH), seit vier Jahren auch mit zusätzlichem Fokus auf die europäischen Nachbarländer.

Der DBCI Branchenindex misst nun bereits 75 Prozent des europäischen Marktes – gemeinsam mit dem OVAB Europe stellen wir der Industrie, Anwendern und Investoren diese Marktinformationen kostenlos zur Verfügung. Mehr als 150 Themen sind bereits veröffentlicht, und monatlich kommen neue dazu. Ein Besuch von [invidis.de/dbci](http://invidis.de/dbci) lohnt sich.

Die Analysen zum DooH-Markt präsentieren wir nun im bereits dritten Jahr im invidis DooH Jahrbuch 2014/15. Auch diese Übersicht hat sich zur Referenz in der DACH-Region entwickelt.

Wir wünschen Ihnen viel Spaß beim Lesen und danken allen Umfrageteilnehmern für die Unterstützung bei der diesjährigen Erhebung.

Herzlichst,

  
Florian Rotberg

## invidis - Home of Digital Signage

### invidis.de

Täglich aktuelle News:

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

» 669.637 Seitenaufrufe in 2013  
(IVW-geprüft)

### invidis Newsletter

Werktaglicher Newsletter:

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

» 1.350 Abonnenten, 30% Öffnungsrate  
(August 2014)

### invidis Magazine

Kostenloser PDF-Download des Jahrbuchs:

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



Bild: F. Rotberg / invidis

# Nach dem Dämpfer die große Hoffnung

**Viele Länder in EMEA litten 2013 unter der schlechten Wirtschaftslage. Aber viele erholen sich und das Digital Signage-Potential ist entsprechend groß.**

Parallel zur weltwirtschaftlichen Entwicklung erlitt auch die Digital Signage-Branche in Europa, Afrika und dem Nahen Osten (EMEA) einen Dämpfer. 2014 blickt der gesamte Markt optimistisch in die Zukunft. Die nach wie vor wichtigsten Länder innerhalb EMEA sind Großbritannien und Frankreich sowie Skandinavien. Der deutschsprachige Markt ist allerdings der größte und entsprechend bedeutend. Er wird deshalb separat betrachtet, dient aber im Folgenden als Bezugsgröße (100 Prozent). Was die Anzahl der verkauften professionellen Displays betrifft, sind Großbritannien und Irland Spitzenreiter: Sie erreichen zusammen 81 Prozent des DACH-Marktes. Digital Signage ist dort seit Langem etabliert; viele technologische und inhaltliche Trends kommen von der Insel, etwa die Nachfrage

nach großen Displays mit intelligenten Funktionen. Die britischen Softwareanbieter Signagelive und Onelan sind dort zu Hause und weltweit wichtige Player. Genauso wie das britische, stetig expandierende Unternehmen Amscreen. Marktführer in der digitalen Außenwerbung sind CBS Outdoor, JCDecaux und Ocean Outdoor.

#### **Lokalpatriot Frankreich**

JCDecaux dominiert seinen Heimatmarkt ebenfalls – wichtig sind zudem Clear Channel, das auf Einkaufszentren spezialisiert ist. Eine Besonderheit Frankreichs: Hier sind hauptsächlich nationale Unternehmen vertreten, die aber durchaus global agieren. So Quividi mit seinen Gesichtserkennungssystemen, die seit 2013 auch von Amscreen genutzt werden. Insgesamt kommt Frankreich auf 75 Prozent des Marktvolumens der DACH-Region.

Dänemark, Schweden, Norwegen und Finnland liegen mit 74 Prozent knapp dahinter, geprägt von einer sehr hohen Durchdringung und Akzeptanz. Besonders der Handel zeigt sich offen für interaktive und Multichannel-Konzepte. Relevante Softwareanbieter sind Scala und die dänische Mermaid, die sich kontinuierlich vergrößert und zusätzlich Integratorleistungen anbietet. Telekommunikationsanbieter wie Telenor unterhalten in ihren Filialen eigene Installationen und betätigen sich als Integratoren stark.

Der skandinavische und finnische Markt konzentrieren sich auf Indoorprojekte, da das Klima kaum Außeninstallationen zulässt. Entsprechend gering ist die Bedeutung von DooH.

#### **Die Niederlande bleiben stark, Belgien holt auf**

Die Beneluxstaaten erreichen 46 Prozent des DACH-Marktes. Die einzelnen Länder sind allerdings sehr unterschiedlich. Luxemburg als kleinsten Markt spielt kaum eine Rolle. Der wichtigste Markt ist die Niederlande, wo Digital Signage schon lange ein Thema ist, auch wenn sie 2013 einen großen Dämpfer hinnehmen musste. Viele Netzwerke entstehen derzeit im Wachstumsmarkt Belgien. Benelux insgesamt wuchs bereits Ende 2013 wieder und die Prognosen für 2014 sind sehr erfreulich. Viele dortigen Anbieter kommen aus den Nachbarländern, weswegen es nicht verwundert, dass die französischen Unternehmen Clear Channel und JCDecaux sowie Amscreen aus Großbritannien besonders stark sind. Lokale Spezialisten wie NarComm,

der Android-Spezialist Gocal Europe oder Distributor Sahara konnten sich aber ebenfalls durchsetzen.

#### **Italien und Spanien erholen sich**

Die von der Wirtschaftslage gebeutelten Länder im Süden Europas haben 2013 besonders gelitten. Sowohl in Italien als auch in Spanien gingen die Werbebudgets deutlich zurück, sodass der Digital Signage-Markt nur verhalten wuchs. Aber die Hoffnungen für das laufende und kommende Jahr sind groß: Netzwerke entstehen und die Werbeindustrie investiert wieder.

In beiden Ländern versucht man, das Wachstum professionell voranzutreiben. In Spanien zum Beispiel gründeten wichtige Player 2013 das Interactive Advertising Bureau (IAB), um gemeinsam die Interessen nach außen zu stärken.

#### **Entwicklungsland Türkei**

Nachholbedarf gibt es auch in der Türkei. Im Handel fehlen gute Installationen, in der Unternehmenskommunikation dagegen können sie mit westeuropäischen mithalten. Auffällig ist, dass selbst große und wirksame Projekte oft mit Consumer-Geräten realisiert werden.

Der mit Abstand größte Digital Signage-Player in der Türkei ist der Displayanbieter Koc, der die Marken Beko und Grundig vertreibt. Wichtigster Außenwerber ist Ströer, der in der Türkei auch sein digitales Geschäft ausbaut. Der öffentliche Sektor und Schulen sind die derzeit dynamischsten Wachstumsbranchen am Bosporus.

## **invidis Top 5 Facts**

- Die wichtigsten Märkte konzentrieren sich in West-, Mittel- und Nordeuropa.
- Neben DACH sind Großbritannien, Frankreich und Skandinavien weiterhin führend.
- Osteuropa und die Türkei wachsen. Südeuropa leidet unter der Wirtschaftslage.
- In der Golfregion herrschen Einzelinstallations vor, die aber sehr fortschrittlich sind.
- Russland kämpft wirtschaftlich am stärksten, aber hier gibt es noch viel Potential.



Bild: F. Rotberg / invidis

#### Osteuropa ist im Kommen

Ströer ist auch in Polen stark, dem wichtigsten ost-europäischen Markt. Relevant bleiben aber die Shopping Malls mit vielen westeuropäischen Handelsketten, deren Konzepte adaptiert werden, weswegen die Durchdringung in den polnischen Großstädten sehr hoch ist.

2013 war für Polen wirtschaftlich kein starkes Jahr, aber derzeit laufen viele Pilotprojekte; ältere Netzwerke müssen in naher Zukunft erneuert werden.

Zudem haben sich vergangenes Jahr neue Unternehmen an den Markt gewagt. Die Hoffnungen sind groß, dass sie Schwung bringen.

Ebenfalls dynamisch sind in Osteuropa Tschechien, Rumänien und mittlerweile Kroatien – Osteuropa wächst. Düster sieht es dagegen in Russland aus: Potential gibt es genügend, aber die Rahmenbedingungen sind momentan ungünstig. Wirtschaftlich geht es Russland sehr schlecht, der Rubel ist stark gefallen und die Banken waren 2013 angehalten, massiv in die Olympischen Winterspiele in Sotschi zu investieren. Die Digital Signage-Unternehmen zogen den Kürzeren: Kredite erhielten sie kaum und wegen des schlechten Währungskurses konnten sie nur eingeschränkt Hardware aus Asien oder Europa beschaffen.



aller Marktteilnehmer stellten eine gestiegene Nachfrage nach Videowall-Displays fest

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

#### Russlands Flächen bleiben ungenutzt

Der Anteil der Außenwerbung am russischen Gesamtwerbemarkt beträgt 15 Prozent – deutlich mehr als in den westlichen Märkten. Trotzdem ist Digital Signage nur eine Randerscheinung. Wie in der Türkei werden bei vielen Installationen Consumer-Geräte genutzt. LED-Boards machen einen großen Flächenanteil aus; vermehrt kommen aber Displays. Banken, Leitstellen, Behörden, Nahverkehr und gehobener Einzelhandel sowie Einkaufszentren sind oder wer-

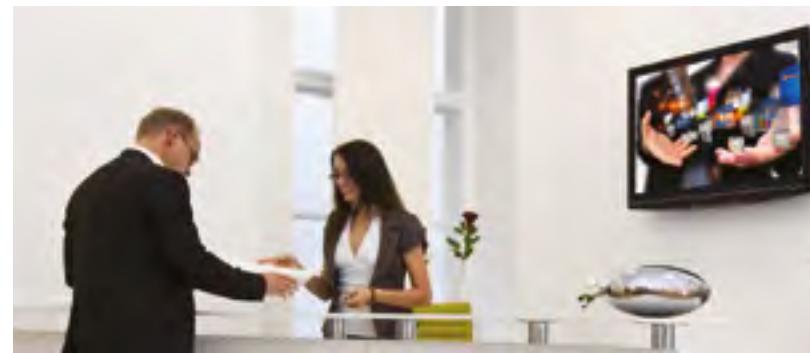


Simply Done  
Signage Solutions

den mit Bildschirmen und Wegeleitsystemen ausgestattet – konzentriert jedoch auf die großen Städte Moskau und St. Petersburg. Jenseits davon sind in dem Riesenstaat der Service und der Austausch von Komponenten eine Herkulesaufgabe. Hier gilt es, Technologien zu finden, die das erleichtern.

#### Blick in die Zukunft am Golf

Ebenfalls nur punktuell zu finden ist Digital Signage in den Golfstaaten und Afrika. In Afrika ist einzig Südafrika relevant, das vergleichbare Umsätze zu den Vereinigten Arabischen Emiraten (VAE) und Saudi-Arabien erzielt. In den VAE wiederum ist Dubai das Digital Signage-Zentrum, weil dort die wichtigsten Integratoren und Agenturen sitzen; viele Projekte in der Golfregion werden über Dubai abgewickelt. Kleine Netzwerke sind 2013 auch im Oman entstanden. Neben Einkaufszentren sind Flughäfen und die Unternehmenskommunikation wichtig. LED-Wände sind wie in Russland beliebt; Displays können aufgrund des Klimas nur drinnen genutzt werden. Meist werden beeindruckende, oft gigantische Landmark-Projekte realisiert. Sie zeigen, was Digital Signage auch in Europa künftig leisten muss: Multichannel und Interaktivität als fester Bestandteil sowie ein eindeutigen Mehrwert für den Kunden.



Kundenanforderungen im Signage-Bereich sind oft komplex.

Unsere Lösungen sind einfach zu verstehen, einfach zu verkaufen und einfach zu implementieren – eben „Simply Done“

#### Wie machen wir das?

- Wir erstellen aus abgestimmten Komponenten Komplettlösungen für Ihren konkreten Anwendungsfall.
- Wir unterstützen Sie durch kostenfreie Trainings, damit Sie Ihrem Kunden keine Antwort schuldig bleiben.
- Wir versorgen Sie laufend mit Informationen zu den verfügbaren Lösungspaketen.
- Wir stellen Ihnen Marketingmaterial zur Verfügung, das Sie individualisiert für Ihre Kundenansprache nutzen können.

Inserentenverzeichnis	
Unternehmen	Seite
ALSO Deutschland	25
Concept	23
Elo Touch Solutions	50
engram	45
Integrated Systems Europe	37
John Lay Solutions	17
Maverick Tech Data	7
NEC Display Solutions Europe	13
Neo Advertising	91
OVAB Europe	47
Pilot Computerhandel	15
PrintScreenMedia	19
Samsung Electronics	92
Seen Media	41
Sharp Electronics	2
spo-comm	39
WNP Verlag / wetec	33



» Kontaktieren Sie uns:  
089 / 4700-2818  
oder [www.simplydone.de](http://www.simplydone.de)

**T Maverick**  
Part of the Tech Data Group

# DIGITAL SIGNAGE IN EMEA

## INVIDIS TENDENZ 2014/15

- ↑ sehr positiv
- ↗ positiv
- ↔ leicht positiv
- ↔ neutral
- ↙ leicht negativ
- ↘ negativ
- ↓ sehr negativ

## WERTSCHÖPFUNG DER DIGITAL SIGNAGE-BRANCHE IN 2013

In % am Gesamtumsatz



Displays - Hardware

## Top 10 Märkte für professionelle Digital Signage Anwendungen



### DACH (DE, AT, CH)

Prozentualer Anteil an EMEA: 22%

Wachstum 2012-13 (in %) > 30%

Top 3 Zielmärkte: Retail, Corporate Communication, Production



### Großbritannien & Irland

Prozentualer Anteil an EMEA: 16%

Wachstum 2012-13 (in %) > 10%

Top 3 Zielmärkte:  
Retail, Shopping Malls,  
Corporate Communication



### Frankreich

Prozentualer Anteil an EMEA: 12%

Wachstum 2012-13 (in %) > 10%

Top 3 Zielmärkte:  
DooH, Shopping Malls, Retail



### Spanien & Portugal

Prozentualer Anteil an EMEA: 4%

Wachstum 2012-13 (in %) > 40%

Top 3 Zielmärkte:  
Transport, Corporate Communications,  
Shopping Malls

### Benelux (BE, NL, LU)

Prozentualer Anteil an EMEA: 8%

Wachstum 2012-13 (in %) > 5%

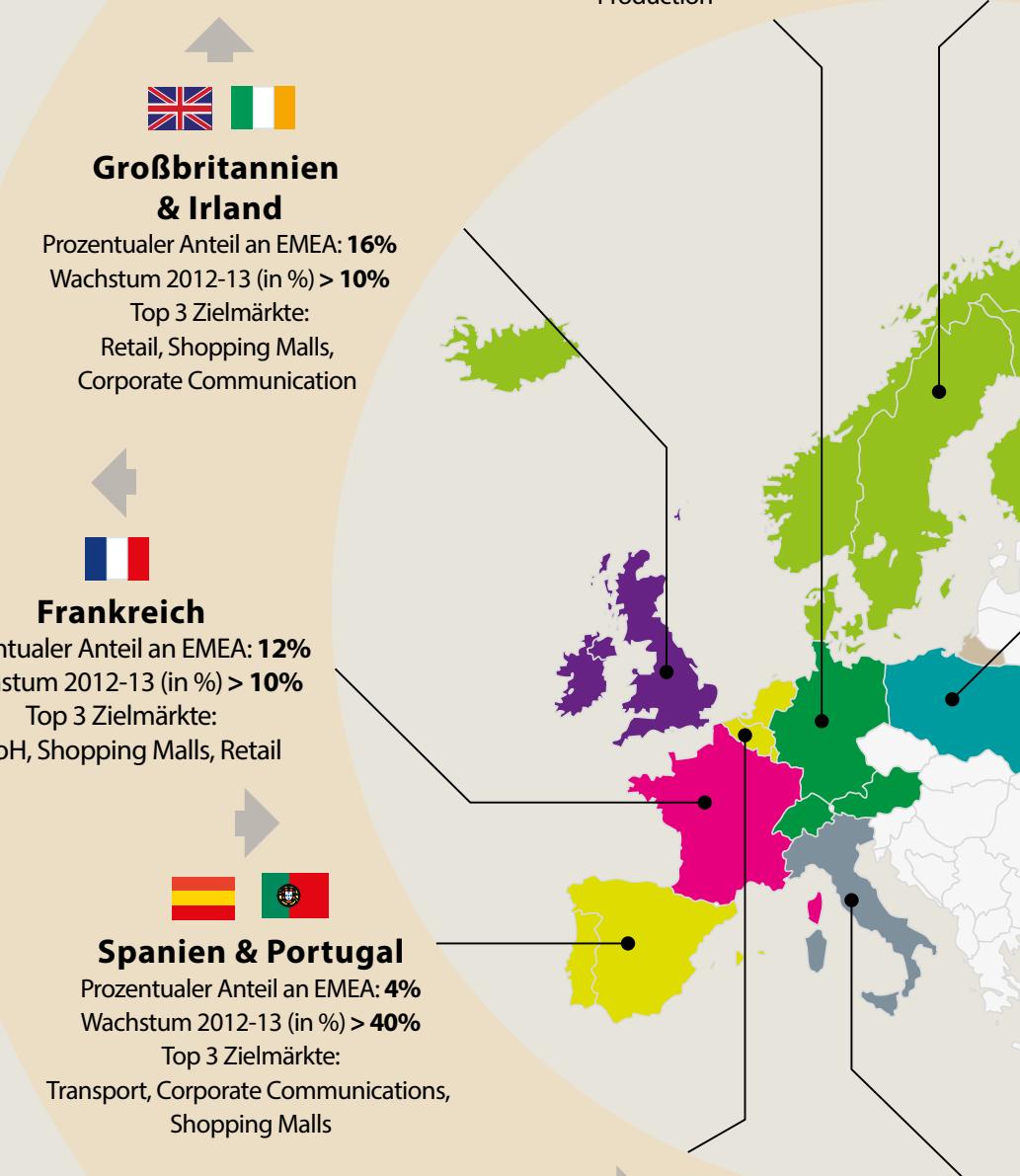
Top 3 Zielmärkte: Retail, Corporate Communication, Public

Installations-  
Material inklusive  
Netzwerk-IT

Mediaplayer  
Hardware

4%

13%



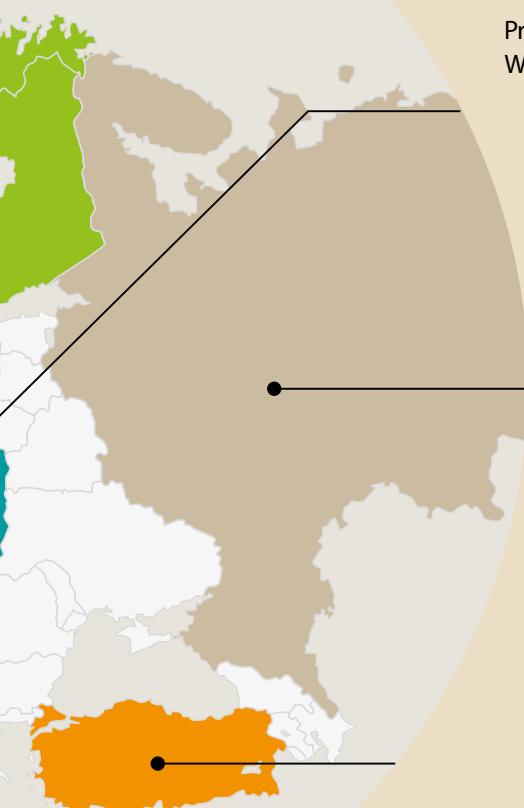


## Nordics (SE, DK, NO, FI, IS)

Prozentualer Anteil an EMEA: 10%

Wachstum 2012-13 (in %) > 20%

Top 3 Zielmärkte: Retail,  
Corporate Communication,  
Banking



## Polen

Prozentualer Anteil an EMEA: 5%

Wachstum 2012-13 (in %) > 50%

Top 3 Zielmärkte:  
Retail, Transportation,  
Corporate Communication



## Russland

Prozentualer Anteil an EMEA: 5%

Wachstum 2012-13 (in %) > 10%

Top 3 Zielmärkte:  
Public, Retail, Shopping Malls



## Türkei

Prozentualer Anteil an EMEA: 3%

Wachstum 2012-13 (in %) > 50%

Top 3 Zielmärkte:  
Retail, Public, Education



## Italien

Prozentualer Anteil an EMEA: 7%

Wachstum 2012-13 (in %) > 10%

3 Zielmärkte: Retail, Healthcare, Corporate Communication

In 2013 ist bei **64 %** aller Digital Signage-Projekte der **technische Anspruch** im Vergleich zum Vorjahr gestiegen

**89 %** aller Marktteilnehmer konnten eine gestiegene Nachfrage nach **Videowall-Displays** feststellen

Mit **73 %** stieg die Nachfrage nach **sonnenlicht-tauglichen Displays** deutlich

**8 von 10** Digital Signage Medioplayer laufen auf einem **Windows-Betriebssystem**

**50 %** aller Digital Signage-Installationen werden direkt **vom Kunden gehostet**

## LÄNDER MIT HOHEM POTENTIAL FÜR DIGITAL SIGNAGE AUSSERHALB EUROPAS



11%

5%

11%

6%

3%

13%

3%

Software

Planung,  
Projektierung,  
Beratung

Installation

Content-  
Erstellung/  
Bereitstellung

Software-  
Anpassung

Technischer  
Betrieb, Service,  
Wartung

Programm-  
betrieb



Bilder: F. Rotberg / invidis

# Viele Länder – identische Herausforderungen

Obwohl sich Märkte und Kunden stark unterscheiden, unterliegt EMEA ähnlichen Trends und alle wünschen sich endlich einheitliche Standards.

Die einzelnen Märkte in EMEA entwickeln sich unterschiedlich. Im Osten und Süden herrscht Nachholbedarf, in der Golfregion setzt man auf Klasse statt Masse, in Zentraleuropa ist Digital Signage eine etablierte Wirtschaftsbranche. Trotzdem gibt es überall Trends, die den Markt verändern werden. Die größten Themen derzeit sind interaktive und Multichannel-Konzepte. Die Möglichkeiten sind seit Jahren vorhanden: Touchdisplays, das Einbinden mobiler Geräte, Gestensteuerung und vieles mehr. In allen Ländern gibt es entsprechende Projekte. Bloß meist fehlt es an einem schlüssigen Konzept. Die Installation sieht toll aus, lenkt auch die Blicke

auf sich – aber viele Kunden wissen nichts damit anfangen.

## Aufmerksamkeit allein reicht nicht mehr

In Digital Signage-Projekten in den Golfstaaten sind immer mehr Social Media-Anwendungen, Touchtechnologien oder Couponing integriert. Die Affinität der Kunden zu solchen Angeboten mag in dieser Region höher sein als zum Beispiel in Westeuropa. Trotzdem sind sich Branchenvertreter einig, dass das die Zukunft ist; die ersten Marktteilnehmer gehen bereits diesen Weg.

Clear Channel zum Beispiel stattet Stelen in Einkaufs-

zentren mit NFC- und QR-Code-Technologie aus. Die Einbindung mobiler Geräte ist auch in anderen Ländern immer häufiger zu beobachten, zum Beispiel in Form von Tablets im Handel. Durch das Einbinden mehrerer Kanäle hoffen Werbekunden und Unternehmen, mehr Menschen gezielter zu erreichen. Gernade in Westeuropa, wo Digital Signage zum Straßenbild gehört, können solche Installationen die Chance auf Aufmerksamkeit erhöhen. Nicht zuletzt muss sich der Handel in Zeiten des zunehmenden Internetkonsums breiter aufstellen und seine Vertriebswege bündeln.

Aber die Kunden müssen das Konzept verstehen und einen Nutzen daraus ziehen können. Niemand möchte zum Beispiel ausschließlich über ein Display einkaufen, wenn er einen Laden betritt. Hier kann Digital Signage das Einkaufserlebnis ergänzen, aber nicht ersetzen.

#### **Netzwerke wachsen und der Betrieb wird immer komplexer**

Schon jetzt sichern Wegeleitsysteme einen Mehrwert und immer häufiger trifft man auf Digital Signage. Frankreich geht hier mit großen Schritten voran. Dort wie in den meisten anderen europäischen Ländern fällt aber auf, dass die Unterschiede zwischen den Digital Signage-Projekten im Allgemeinen groß sind: einerseits schicke, hochpreisige Projekte mit Large-Format-Displays oder Videowalls, andererseits große, flächendeckende Netzwerke, die auf günstige Hardware und Content setzen.

Der Preisverfall bei Displays, Mediaplayern und Software unterstützt diesen Trend. Denn die Anfangsinvestitionen in ein Netzwerk werden immer geringer, weswegen sich größere Netze schneller rentieren. Die Betriebskosten steigen allerdings: Das gesamte Systemmanagement und die Wartung werden deutlich aufwendiger und vor allem sind viel mehr Inhalte nötig. Das reine Anzeigen von Werbung und starren Bildern reicht nicht mehr. Mit den Konzepten werden auch der Content und die dahinterliegende Programmierung komplexer. Die Software muss zudem verschiedene Datenbanken einbinden können und möglichst viele Betriebssysteme und Medioplayer unterstützen.

#### **Keine Zukunft ohne Standards und Aufklärung**

In einigen EMEA-Ländern ist seit einiger Zeit zu beobachten, dass Digital Signage auch im Außenbereich häufiger eingesetzt wird; die Nachfrage

nach sonnenlichttauglichen Bildschirmen steigt. In Großbritannien, der Türkei oder Russland sind zumindest große LED-Walls bereits üblich und vor allem erlaubt. Andere Länder müssen gerade noch rechtliche Hürden überwinden.

In einem sind sich die EMEA-Staaten einig: Es braucht Standards und Leistungsnachweise. Die Wirkung eines Mediums zu messen, ist technologisch möglich, jedoch nicht üblich. In Polen sollen 2014 die Industriestandards des OVAB Europe übernommen und Zertifizierungen eingeführt werden. In Italien hat sich die Branche als oberstes Ziel für 2014 gesetzt, DooH-Netzwerke zu bündeln, um die Reichweite zu erhöhen. Auf der Expo ein Jahr später in Mailand möchte man vor allem den heimischen Unternehmen zeigen, wie attraktiv Digital Signage ist. Denn noch immer sind – in einigen Ländern mehr, in anderen weniger – viele Unternehmen skeptisch. Kundenberatung, und zwar während des gesamten Projektes, bleibt weiterhin essentiell. In krisengebeutelten Ländern wird man nur in Digital Signage investieren, wenn es 2014 und 2015 aufwärts geht.

## **invidis Top 5 Facts**

- Multichannel-Konzepte nehmen zu, sind aber nur erfolgreich, wenn sie einen klaren Mehrwert bieten.
- Interaktivität wird immer wichtiger. Auch hier braucht es schlüssige Konzepte.
- Netzwerke werden größer, Inhalte komplexer – Service und Software müssen sich anpassen.
- Outdoor-Anwendungen rücken in den Fokus.
- Größte Herausforderung 2014/15: einheitliche Standards und Leistungsnachweise.



Bild: F. Rotberg / invidis

# Dienstleistungen bringen Erfolg

**Nur wer Rundum-Service, individuell angepasste  
Produkte und gute Konzepte liefert, wird sich  
durchsetzen.**

Den Kinderschuhen entwachsen, muss sich der Digital Signage-Markt nun behaupten und auf neue Veränderungen reagieren, um sich weiter gesund entwickeln zu können. Einen positiven Weg gehen die IT- und AV-Systemhäuser. Sie nehmen sich Digital Signage langsam an und erreichen damit auch den Mittelstand, der bisher eher skeptisch war und vor allem die Kosten scheute. Egal ob Mittelstand oder Großunternehmen, die Kunden möchten volle Serviceleistungen. Lösungs-, Service- und Produktanbieter werden daher künftig ihre Digital Signage-Kompetenzen auf- und ausbauen und Dienstleistungen selbst anbieten. Auch steigt die Nachfrage nach erfahrenen Projektmanagern und Vertriebsexperten mit Lösungskompetenz aus vertikalen Industrien.

## Konzepte und Service werden komplexer

Reine Technikanbieter werden nicht bestehen können und selbst Full Service-Dienstleister haben nur Erfolg, wenn sie in der Lage sind, konzeptorientiert zu arbeiten und auch große Projekte zu stemmen. Um das zu erreichen, werden unter anderem internationale Partnerschaften geschlossen. Der Markt rückt enger zusammen, die Unternehmen binden Kunden durch ein größeres Angebot und verdienen selbst mehr daran. Neue Konkurrenz gibt es aber auch: Ladenbauer und Marketingagenturen sind vor allem im markttreibenden Handel aktiv und übernehmen schon kleinere Projekte komplett.

Sehr erfreulich ist der Trend, dass Ausschreibungen zunehmend den realen Gegebenheiten angepasst werden. Aber die Konzepte werden ausgereifter und der Service gestaltet sich aufgrund von Multichannel-Strategien und einer sehr heterogenen Technologielandschaft immer komplexer. Entsprechend steigt der Beratungsbedarf.

## Softwareanbieter müssen investieren

Besonders deutlich zeichnet sich ab, dass Digital Signage zwar zunehmend ein Marketingthema ist, aber ohne IT-Unterstützung nicht auskommt. Kundendaten, Auswertungen, geschäftsübergreifende Prozesse müssen immer häufiger eingebunden und vernetzt werden. Hier müssen nicht nur die Unternehmen intern umdenken, sondern auch die Digital Signage-Anbieter ihre Produkte entsprechend anpassen. Beispiel Softwareprodukte: Sie müssen nicht nur diese neuen Kundenanforderungen bedienen. Hinzu kommt, dass in Zeiten von Cloud-Computing, Mobilgeräten und Apps nicht ausschließlich die IT-Abteilungen über die Software bestimmen. Anbieter müssen also auf den Endnutzer eingehen und ihre Produkte weiterentwickeln und teilweise neu programmieren. Wer sich das nicht leisten kann, wird vom Markt gedrängt werden.

## Der Displaymarkt wächst weiter

Auch Verkauf, Vertrieb und Service müssen sich den Kunden anpassen. Statt des reinen Lizenzvertriebs werden Softwareanbieter ihre Produkte künftig öfter individuell anpassen müssen. Und auch wenn sich die Preise für Software weiter stabilisieren, ist der Druck enorm. Kunden sind kostengünstige Apps gewöhnt, die Softwareanbieter müssen hier weiterhin nachdrücklich ihre Vorteile deutlich machen.

Der Displaymarkt wird trotz sinkender Preise auch im kommenden Jahr profitieren und um rund 15



## Impulsstarke Verkaufsförderer

### FASZINATION – INFORMATION – KAUFENTScheidUNG – ERLEBNIS

Digital Signage verändert das Verhalten am PoS. Wo Innovation und Aktualität zählen, ist schnelle, zielgerichtete und starke Kommunikation der Schlüssel zum Erfolg. Umsatzsteigerung durch perfekte visuelle Lösungen: Von großformatigen LCD Displays bis hin zu Projektoren – NEC Display Solutions setzt Zeichen im Bereich Digital Signage.

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

Copyright 2014 NEC Display Solutions Europe GmbH. Sämtliche Rechte bleiben ihren jeweiligen Inhabern vorbehalten. Alle Angaben sind ohne Gewähr, weder ausdrücklich noch stillschweigend. Irrtum und Änderungen vorbehalten.



Bild: F. Rotberg / invidis

Prozent wachsen. Nicht nur die großformatigen Displays mit 70 Zoll und mehr, sondern auch solche mit kleinen Diagonalen werden noch stärker gefragt sein. Führende Hersteller werden nicht umhinkommen, kleinere Bildschirme in professioneller Qualität anzubieten. Weil sich Digital Signage

zunehmend in den Semioutdoor- und Outdoorbereich verlagert, wird auch die Nachfrage nach Highbrightness-Displays zunehmen. Gleiches gilt für LED-Videowalls mit kleinen Pixelabständen.

#### **Videowalls kommen Kunden näher**

Ebenfalls weiterhin bestimend ist der Trend, viele Bildschirme zu verbauen und zusätzlich Videowalls zu integrieren. Intelligente Bildschirme mit eingebauten Mediaplayern und schmale bis keine Rahmen werden deshalb auch in den kommenden Jahren immer wichtiger. Aufgrund der kostengünstigen Direct Backlights, also der vollflächigen LED-Hintergrundbeleuchtung, wird die Tiefe vieler Displays wieder zunehmen.

Gerade im Innenbereich können Videowalls zunehmend mit geringerem Abstand in den Kundenbereichen angebracht werden, da die Auflösung immer besser wird. Beste Bilder werden mit ultrahochauflösenden 4k-Displays erreicht, die nach wie vor ein Trend sind, der vor allem vom Endkundenmarkt getrieben wird. Für Digital Signage machen sie aber nur selten Sinn und werden daher auch künftig Bestandteil von Leuchtturm- und Prestigeobjekten bleiben.

## **invidis Top 5 Facts**

- **Der Markt wird sich stärker konsolidieren.**
- **Gefragt sind Full Service-Anbieter, erfahrene Projektmanager und Vertriebsexperten mit Lösungskompetenz aus vertikalen Märkten.**
- **Konzepte werden komplexer, Technologien heterogener – der Beratungsbedarf steigt.**
- **Marketing und IT verschmelzen und die Softwareanbieter müssen ihre Produkte und den Vertrieb anpassen. Auf dem Markt besteht, wer sich das leisten kann.**
- **Kleine und sonnenlichttaugliche Displays sind der Trend. UHD bleibt eine Randerscheinung.**



# Sie haben Botschaften?

Mit Samsung System on Chip (SoC) 2.0  
schnell und effizient verbreiten!



## Überblick der SoC 2.0 Funktionen:

- Neue Templates Vorlagen aus 8 verschiedenen Bereichen, davon 5 Branchen
- Integrierte WiFi-Funktionalität für einfaches Inhalts- und Screen Sharing vom kompatiblen Notebook, Tablet oder Smartphone aus
- Mobile Steuerung der Lösung (nur DH, DM und UED Serie sowie UD460D-P) über kompatible mobile Endgeräte (z.B. Verwaltung von Playlisten und Templates)
- Überarbeitetet Menüführung mit verbesserter Benutzerfreundlichkeit
- SD-Kartenslot
- Touch Funktion PC unabhängig
- Videowände ohne PC Einsatz (USB-Stick in das SoC 2.0 Display stecken und die Inhalte werden ohne zusätzliche PC-Module, Zuspieler oder Verkabelung auf die Videowand-Displays übertragen.

## Die startbereite Komplettlösung

Einfach aufstellen, einstecken und loslegen! So haben Samsung SMART Signage Produkte mit SoC einen leistungsstarken Medioplayer sowie die Samsung Magic-Info Software für das Inhalts- und Gerätemanagement bereits an Board. Externe Medioplayer oder zusätzliche PC-Module gehören damit der Vergangenheit an.

## SoC 2.0 – konsequent weitergedacht

Als konsequente Weiterentwicklung verfügen die neuen Samsung SMART Signage Produkte der Serien DB, DM, DH und UED sowie UD46D-P über SoC 2.0. Diese zweite Generation der SoC-Displays arbeitet mit dem weltweit ersten Quad Core Chip für professionelle großformatige Displays und verfügt über eine WiFi-Funktionalität\*.

\* Ausgenommen die DB-Serie

## Ihre Ansprechpartner für Digital Signage:

### Frank Radtke

Telefon: +49 40 - 709 737 - 198  
f.radtke@pilot-computer.de

### Mirco Viebranz

Telefon: +49 40 - 709 737 - 192  
m.viebranz@pilot-computer.de

Ihr Partner für starke Marken! [www.pilot-computer.de](http://www.pilot-computer.de)

# Wachstum an allen Fronten

Der Digital Signage-Markt wächst, nicht zuletzt aufgrund der steigenden Nachfrage nach großformatigen Displays und Videowalls.

Trotz ungünstiger Umstände verzeichneten die Digital Signage-Marktteilnehmer auch 2013 Steigerungen. Der Preisverfall bei Hard- und Software hielt an und die Gesamtwirtschaft schwächelte. Das Bruttoinlandsprodukt in den DACH-Ländern legte laut Internationalem Währungsfond nur verhalten zu: Deutschland wuchs um 0,5, Österreich nur um 0,4 Prozent. Die Schweiz verzeichnete immerhin 1,9 Prozentpunkte mehr als im Vorjahr. Für 2014 fallen die Prognosen aber deutlich optimistischer aus.

Der Digital Signage-Markt spürte diese Entwicklung: Investitionen wurden genau überlegt und gegebenenfalls verschoben. Das betraf 2013 vor allem Österreich. Die Schweizer lagerten teilweise sogar ihre Produktion nach Deutschland aus, um Kosten zu senken.

## Alte Hasen haben Erfolg

Trotzdem verzeichneten Display-, Softwareanbieter und Integratoren gestiegene Umsätze, wenn auch weniger als 2012. Besonders der deutsche Markt setzte seinen Wachstumskurs fort und rückte zunehmend in den Fokus ausländischer Unternehmen, die hier noch großes Potential sehen. Auch große IT- und Telekommunikationskonzerne versuchen sich immer wieder als Digital Signage-Anbieter oder ziehen dies in Erwägung. Prinzipiell ein logischer Schritt, verfügen sie doch über Ressourcen, Infrastruktur und Kontakte. Aber: Digital Signage-Projekte verlangen kurze Reaktionszeiten und flexible Lösungen – Großunter-

nehmen mit ihren oft starren Strukturen und Hierarchien tun sich damit schwer.

Erfolgreich sind jene Unternehmen, die von Beginn an am Markt agieren. Gerade bei den Softwareanbietern und Integratoren dominieren die Alteingesessenen, neue Firmen können den Vorsprung kaum aufholen.

## Videowalls bremsen Preisverfall

Was aber alle betrifft, ist der weiterhin anhaltende Preisverfall bei Hard- und Software. Bei den Displays etwa stieg der Verkauf zwar sehr deutlich, aber die Umsätze wuchsen im Verhältnis weniger gering. Denn die Preise sanken 2013 im Durchschnitt zwischen 5 und 20 Prozent. Grund ist, dass sich die Displayherstellung nicht der Kundennachfrage anpasst, sondern große Mengen produziert werden und es damit zu starken Preisschlüssen kommt.

Die Displayhersteller konnten das allerdings dadurch abfangen, dass sie vor allem hochpreisige Produkte wie Videowalls und großformatige Displays verkauften. Darin zeichnet sich ein Trend ab, der 2014 anhalten wird: Bildschirme ab 60 Zoll, möglichst rahmenlos, und Videowände sind gefragt wie nie zuvor. Grund ist vor allem der Handel, der seit vergangenem Jahr viele Projekte ins Rollen bringt. Weil Displays vermehrt verbaut werden, sind die OPS- und SoC-Lösung sowie Displays mit integrierten Medioplayern ein Thema. Allerdings konnte bei keinem solcher Produkte eine Steigerung der Nachfrage festgestellt werden, was si-

DIGITAL SIGNAGE-GESAMTMARKT DEUTSCHLAND, ÖSTERREICH UND SCHWEIZ 2009-2013 (IN MIO. EUR)

Jahr	Integratoren	Displays	Software	Medioplayer	DOOH	Andere*	Gesamt
2009	112 €	106 €	15 €	15 €	67 €	15 €	330 €
2010	135 €	100 €	18 €	19 €	96 €	21 €	389 €
2011	174 €	132 €	21 €	26 €	117 €	26 €	496 €
2012	186 €	157 €	24 €	30 €	145 €	31 €	573 €
2013	210 €	183 €	30 €	39 €	168 €	36 €	666 €

\* Beinhaltet Content, Hardware, Consulting, Media.

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

Quelle: Meko Ltd, invidis consulting GmbH "invidis Digital Signage Jahrbuch 2014/15"

# 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

cherlich daran liegt, dass der Bekanntheitsgrad und die Technologien ausgebaut werden müssen.

#### **Samsung unangefochtener Marktführer**

Im Gegensatz zu den Large-Format-Displays gibt es auch einen Trend in Richtung kleiner Bildschirme, die als Shelf-Displays oder als direkte Interaktionsmöglichkeit mit dem Kunden eingesetzt werden können. Gerade bei den kleinsten Displays war die Technologie bisher unausgereift oder die Preise zu hoch. Zur Interaktion werden momentan oft herkömmliche Tablet-PCs eingesetzt. Nur wenige Displayhersteller wollen hier professionelle und vor allem für den öffentlichen Gebrauch sichere Alternativen bieten, da diese momentan preislich nicht attraktiv wären. Lediglich Samsung und iyama Deutschland denken darüber nach.

Samsung bleibt der Marktführer in Deutschland, Österreich und der Schweiz – mit deutlichem Abstand vor NEC und LG. Möglich ist das durch das große und starke Vertriebssystem bei Samsung, das intensive Marketing, ein großes Produktpotfolio und eine aggressive Preispolitik. NEC litt 2013 unter Personalwechseln und hinkte vor allem bei der am Markt allgemein stattfindenden Umstellung auf LED-Technologie hinterher. Kunden wechselten deshalb nicht selten zur Konkurrenz. LG dagegen schafft es, seinen vorhandenen Kundenstamm zu pflegen; es fehlen aber die Ressourcen für den Aufbau neuer Kontakte.

#### **Software muss benutzerfreundlich sein**

Bei den Softwareanbietern ist die Rangfolge ebenfalls nahezu gleich geblieben. Unangefochtener Marktführer in Deutschland, Österreich und der Schweiz bleibt Scala, gefolgt von Grassfish. Scala hatte 2013 mit einigen Umstrukturierungen zu kämpfen und launchte seine neue Softwareversion recht spät. Grassfish konnte daher mit einem neu aufgestellten Management und neuer Software aufholen. Die Online Software AG tauschte ihren dritten Platz mit der mdt Medientechnik, die 2012 noch auf Platz vier rangierte.

Auch die Softwareanbieter spürten den Preisverfall, versuchten aber gleichzeitig, die Preise zu stabilisieren oder teilweise sogar anzuheben. In der DACH-Region bleibt Deutschland nach wie vor der stärkste Markt, gefolgt von der Schweiz. Insgesamt wuchs der Softwaremarkt von 24 auf 30 Millionen Euro 2013. Die verkauften Lizenzen sind zu 85 Prozent volle Enterprise-Lizenzen.

#### **Bei Mediaplayern zählen Preis und Qualität**

Noch immer dominiert als Betriebssystem Windows. Aber weil die Nachfrage nach kostengünstigen Playern steigt, nehmen auch Android-basierte Systeme zu. Neben dem Kostenfaktor ist die Benutzerfreundlichkeit der Software noch immer ein großes Thema. Gerade weil Digital Signage bei den Kunden häufig nicht mehr alleine von den IT-, sondern auch von den Marketingabteilungen betreut wird, muss die Software einfach zu handhaben sein und darf nicht wegen ihrer Komplexität abschrecken. Auch geht es bei den Projekten nicht mehr nur allein um die Ausspielung von Inhalten, sondern um das Einbinden verschiedenster, zum Teil bestehender Inhalte und Datenbanken. Um Inhalte auf unterschiedlichen Endgeräten anzuzeigen, setzen viele Softwareanbieter mittlerweile auf HTML5. Damit können, anders als mit Flash, zwar Videos auf Apple-Geräten angezeigt werden, aber bei HD-Inhalten gerät es noch an Grenzen. Essentiell ist, dass jede Software verschiedene Player ansteuern kann. Denn auch innerhalb einer Installation werden unterschiedliche Endgeräte und damit Mediaplayer eingesetzt. Zumeist sind es Mid-Range- oder High-End-Mediaplayer und die Kunden achten auf ein gewisses Maß an Qualität. Gerade bei den im Trend liegenden Videowalls sind leistungsstarke Player notwendig. Trotzdem spielt der Preis bei der Kaufentscheidung oft eine große Rolle. Intels NUC haben deshalb Erfolg und brachten einen gewissen Preisverfall mit sich – trotz aller Zweifel, ob sie sich für den Dauereinsatz wirklich eignen.

## **invidis Top 5 Facts**

- Bei Displays sind zunehmend große Formate ab 60 Zoll und Videowalls gefragt. Sie stabilisieren die Umsätze der Hersteller.
- Auch bei kleinen Displays ab 20 Zoll und kleiner steigt die Nachfrage. Aber noch ist die Produktion professioneller Geräte unattraktiv.
- Windows ist nach wie vor das meist gefragte Betriebssystem. Android holt aber auf, weil es kostengünstig ist.
- Software muss noch benutzerfreundlicher werden, da immer häufiger Marketingabteilungen Digital Signage-Projekte betreuen.
- Bei Mediaplayern wünschen die Kunden zwar Qualität, aber oft entscheidet der Preis. Kostengünstige Player sind deshalb häufig gefragt.

**TOP 10 ANBIETER VON PROFESSIONELLEN DISPLAYS  
DEUTSCHLAND, ÖSTERREICH UND SCHWEIZ 2013  
(NACH UMSÄTZEN)**

RANG	UNTERNEHMEN	MARKTANTEIL
1	Samsung	42,0 %
2	NEC Displays	18,0 %
3	LG	17,5 %
4	Conrac	4,5 %
5	Sharp	4,0 %
6	MMD (Philips)	3,5 %
7	Panasonic	1,5 %
8	Iiyama	1,0 %
9	AG Neovo	1,0 %
10	Sony	1,0 %
-	Others	6,0 %

Quelle: Meko Ltd, invidis consulting GmbH "invidis Digital Signage Jahrbuch 2014/15"

**TOP 30 DIGITAL SIGNAGE-SOFTWARE-ANBIETER  
DEUTSCHLAND, ÖSTERREICH UND SCHWEIZ 2013  
(NACH LIZENZEN)**

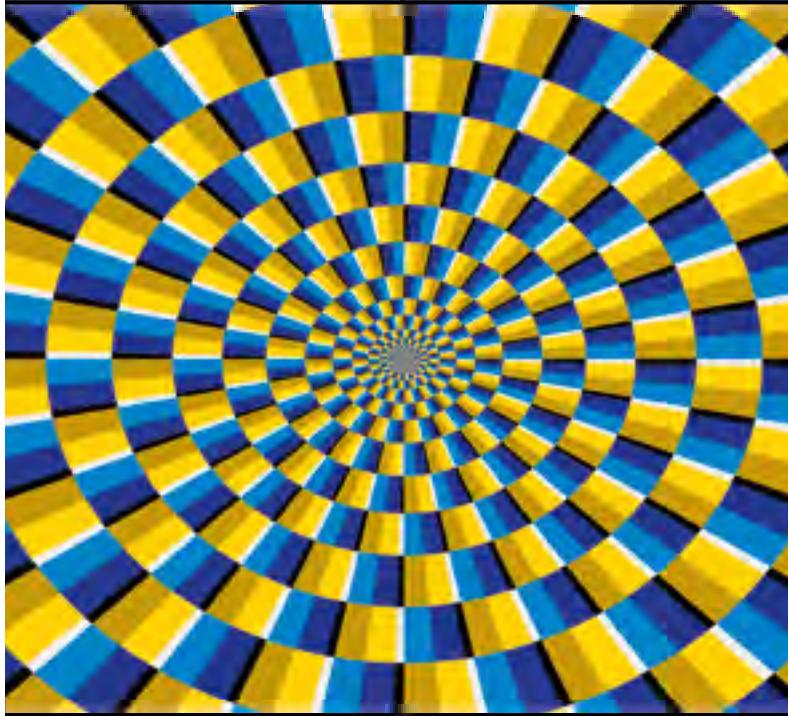
RANG	UNTERNEHMEN	LIZENZEN*
1	Scala	20.000 - 29.999
2	Grassfish	20.000 - 29.999
3	mdt Medientechnik	10.000 - 19.999
4	Online Software	10.000 - 19.999
5	Net Display Systems	10.000 - 19.999
6	screenFOOD	10.000 - 19.999
7	Pichler Medientechnik	10.000 - 19.999
8	~sedna	10.000 - 19.999
9	komma,tec redaction	5.000 - 9.999
10	BroadSign	5.000 - 9.999
11	heinekingmedia	5.000 - 9.999
12	Cittadino	5.000 - 9.999
13	dZine (Barco)	5.000 - 9.999
14	Stinova	5.000 - 9.999
15	Videro	5.000 - 9.999
16	Macnetix	2.500 - 4.999
17	dimedis	2.500 - 4.999
18	netvico	2.500 - 4.999
19	SalesTV	2.500 - 4.999
20	BrightSign	2.500 - 4.999
21	friendlyway	2.500 - 4.999
22	SpinetiX	1.000 - 2.499
23	AMX	1.000 - 2.499
24	Navori	1.000 - 2.499
25	Mood Media	1.000 - 2.499

\* Anzahl der aktiven Softwarelizenzen zum 31.12.2013

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

Quelle: invidis consulting GmbH "invidis Digital Signage Jahrbuch 2014/15"

© dimage - Fotolia.com



**Immer  
in Bewegung  
bleiben**

Digital Signage  
Kommunikationslösungen –  
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)

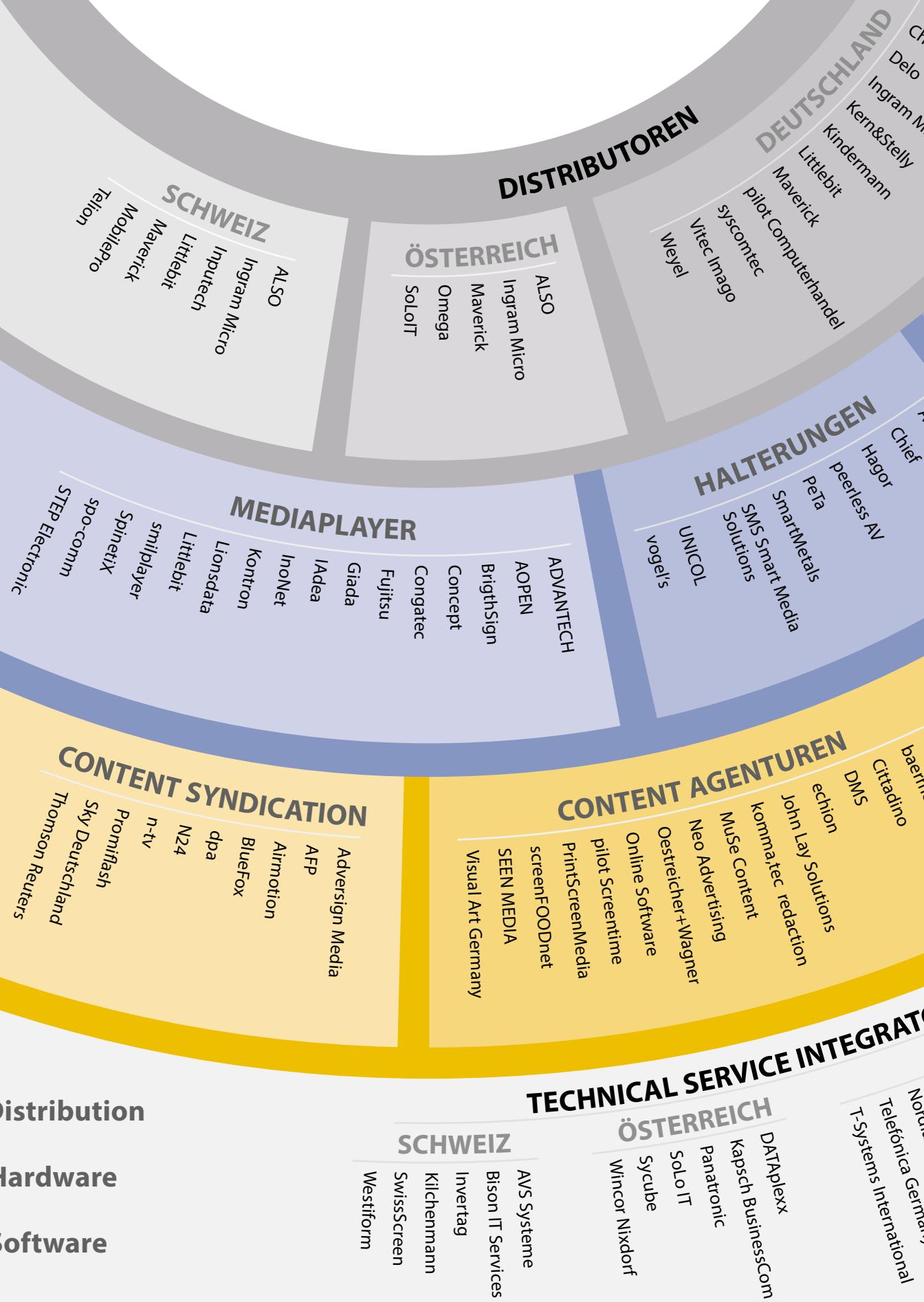






Bild: Home Retail Group

## Multichannel, aber wie?

**Der Handel ist der Wachstumstreiber für Digital Signage, aber oft fehlt ein Verantwortlicher, der Projekte übergreifend betreut.**

Nicht nur in der DACH-Region, sondern in ganz Europa ist und bleibt der deutsche Digital Signage-Markt einer der wichtigsten. Er wächst stetig, wenn auch verhaltener als noch vor zwei Jahren, und wird zunehmend auch für ausländische Unternehmen interessant.

Und das, obwohl die Gesamtwirtschaft im vergangenen Jahr so schwach gewachsen ist wie seit vier Jahren nicht mehr. Gerade einmal um rund 0,5 Prozent kletterte das Bruttoinlandsprodukt nach oben. Vor allem der Export litt, während dank des Beschäftigungsrekords die Binnennachfrage sehr stark war. Über den guten privaten Konsum konnte sich vor allem der Handel freuen, was auch die Digital Sign-

age-Branche spürte. Denn die Retail-Branche hat 2013 begonnen, massiv zu investieren: Videowalls in den Sichtachsen der Geschäfte, sonnenlichttaugliche Displays im Schaufenster oder großformatige Bildschirme als Eyecatcher finden sich mittlerweile in den meisten Läden. Sie sollen die Käufer hineinziehen und durch starke Bilder Emotionen und Käuferlebnisse erzeugen. Die Displayanbieter freut's, puffern diese hochpreisigen Large-Format-Displays doch die geringen Margen der kleineren Bildschirme ab.

**Kunden wissen immer mehr über Digital Signage**  
Auch die Unternehmenskommunikation, die Automobilbranche und Banken interessieren sich zuneh-

mend für Digital Signage, weswegen im vergangenen Jahr große Projekte neu aufgesetzt oder ausgeschrieben wurden – und zwar deutlich professioneller als noch 2012. Trotzdem dominieren kleine Installationen den Markt, bei denen günstige Displays in moderaten Größen eingesetzt werden. Demgegenüber stehen die High-End-Installationen, vor allem im Handel. Dazwischen ist kaum etwas zu finden.

Egal, bei welchen Projekten, die Kunden wissen mittlerweile deutlich besser über Digital Signage Bescheid. Immer häufiger wird das Thema nicht mehr von den IT-Abteilungen betreut, sondern vom Marketing. Der Abteilung also, die Digital Signage konzeptionell und finanziell verantwortet. Damit ist ein wichtiger Schritt getan, aber es reicht noch nicht aus. Denn die technische Betreuung wird oft noch der IT überlassen. Content, Konzept und Technik müssten aber von einer Stelle aus koordiniert werden. Solange es keinen übergreifenden Verantwortlichen auf Kundenseite gibt, wird sich eine Projektumsetzung immer schwierig gestalten.

### Größte Herausforderung:

#### Multichannel-Konzepte

Oft unterschätzen Kunden die Umsetzung von Digital Signage. Im Handel zum Beispiel möchten die meisten eine Multichannel-Strategie. Aber wie die genau aussehen soll und sich realisieren lässt, ist oft nicht klar. Auch hier fehlt oft ein Verantwortlicher auf Kundenseite. Bisherige Multichannel-Installationen waren oft nette, technische Spielereien, meist basierend auf reinen Touchsystemen. Das mag innovativ aussehen, hat für die Käufer aber häufig keinen Mehrwert. Und Touchbildschirme schrecken sogar einige Kunden ab, weil sie unhygienisch sind. Die Einbindung mobiler Endgeräte wird deshalb häufiger gefragt. Sowohl Digital Signage-Anbieter als auch der Handel tüfteln momentan an Lösungen, die intelligent sind und Vorteile für die Käufer bieten. Einige Pilotprojekte laufen derzeit bereits in diesem Bereich. Nicht nur konzeptionell sind solche Installationen schwierig, auch die technische Umsetzung ist eine Herausforderung. Sowohl die Software als auch die

**Lüfterloser  
Intel Core i5 Haswell**



**F300**  
Intel® Core i5 | 4te Gen. 4200U  
2x 1.6 GHz | Turbo: 2.6 GHz  
HD 4400 - Haswell; GSM/4G Option  
Barebone oder bestückt

**Ultra-Slim Mini-PC  
Intel Core i5 Haswell**



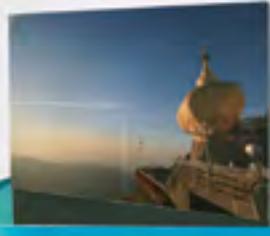
**i57B**  
Intel® Core i5 | 4te Gen. 4250U  
2x 1.3 GHz | Turbo 2.6 GHz  
HD 5000 - Haswell  
Barebone oder bestückt

**Einschub-PC für NEC,  
Samsung & Philips**



**P200**  
Intel® Core i3 oder i5 | 3te Gen.  
i3: 2x 2.4 GHz | i5: 2x 2.5 GHz/3.1 GHz  
HD 4000 - Ivy Bridge  
OPS Schnittstelle

**Video-Wall ohne  
schwarze Rahmen**



**VW55**  
Innovative transparente Rahmen-  
technologie ermöglicht günstige  
Video-Wall Installationen ohne  
störende schwarze Rahmenlinien.

**Display Schutzgehäuse  
Made in Germany**



**Panzerbox®**  
Schutz vor Diebstahl, Vandalismus,  
frontseitigem Spritzwasser  
Verschiedene Größen:  
32" - 57"

**100% lautlos & lüfterlos  
Intel Core i5**



**Silent-PC 526**  
Intel® Core i5 3317U (3. Generation)  
2x 1.7 GHz, Turbo: 2.6 GHz  
60 GB SSD, 4 GB RAM  
invidis-Special: 20% NACHLASS

089/961 60 85-0  
www.concept.biz

Zweibrückenstr. 5-7  
80331 München

**CONCEPT**  
INTERNATIONAL GMBH



## aller Befragten stellten eine steigende Nachfrage nach sonnenlicht-tauglichen Displays fest

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

Mediaplayer müssen in der Lage sein, verschiedene Endgeräte anzusteuern und Datenbanken und Schnittstellen einzubinden. Dabei sollen sie leistungsfähig, leicht zu bedienen, möglichst unsichtbar – und vor allem preiswert – sein. Im Standardgeschäft gehen deshalb die Margen zurück. Aber immerhin haben die Softwareanbieter 2013 endlich reagiert und bieten ihre Produkte zu gleichbleibenden oder gar höheren Preisen an als zuvor. Kostenlose Software verschwindet zunehmend vom Markt.

### Intelligente Displays brauchen noch Zeit

Die vor zwei Jahren als Zukunftstrend angesehenen Software-as-a-Service (SaaS)- und Cloud-Lösungen haben es schwer. Bei den SaaS-Angeboten fehlen oft rechtliche Grundlagen, was den Einsatz in Großunternehmen fast unmöglich macht. Ebenfalls rechtlich heikel sind Cloud-Lösungen, was die Insolvenz von mms mainstream media solutions Ende 2013 gezeigt hat. Große Unternehmen betreiben ihre Digital Signage-Server deshalb lieber selbst.

Auch System-on-a-Chip (SoC) hat sich in Deutschland bisher nicht durchsetzen können, da die Technologie reifen und das Marketing vorangetrieben werden muss. Solche und andere intelligente Displays, die sich zum Beispiel selbst kalibrieren, werden aber weiterentwickelt und sind immer gefragter. Genauso ultrahochauflösende Bildschirme, die gerade für die im Trend liegenden Videowalls interessant sind. Das klingt verheißend; aber oft ist fraglich, ob eine derart hohe Auflösung notwendig ist. Und: Die Contenterstellung und vor allem Ausspielung wird technisch immer anspruchsvoller und teurer. Hier muss genau abgewogen werden, ob sich die Investitionen lohnen.

### Android auf dem Vormarsch

Eine steigende Nachfrage gibt es auch bei Mediaplayern, die auf Android basieren, da keine Lizenzgebühren für das Betriebssystem anfallen und sie insgesamt kostengünstig sind. Die Player sind mittlerweile leistungsfähiger, aber es ist Vorsicht geboten: Denn es gibt unzählige Android-Versionen. Spezielle Anbieter für Digital Signage stellen sicher, dass alle Player über die identische Betriebsversion verfügen, um technische Probleme innerhalb eines Netzwerkes oder mit verschiedener Software zu vermeiden.

Wird heute ein Projekt umgesetzt, können Kunden in aller Regel sicher sein, dass es reibungslos verläuft. Denn 2013 hat sich der Markt weiter konsolidiert und gerade bei Großprojekten werden Unternehmen engagiert, die gute Referenzen haben und oft schon lange am Markt sind. Sie haben das nötige Know-how und Partnernetzwerk, um Rollouts durchzuführen. Kleine, neue Unternehmen haben es da natürlich schwer.

### Kunden wünschen Full Service

Nicht ganz einfach ist es auch für die Distributoren. Sah 2012 noch alles danach aus, als würden sie das Thema Digital Signage bei den AV-Systemhäusern vorantreiben, wurde vergangenes Jahr deutlich, dass dies nicht so eingetreten ist. Zwar bieten Distributoren immer häufiger auch zusätzliche Serviceleistungen an; ihr Kerngeschäft ist aber nach wie vor die Hardware. Ein Grund ist sicherlich, dass Digital Signage einen deutlichen höheren Vertriebsaufwand und vor allem viele Fortbildungsmaßnahmen bedeutet. Das zu leisten, sind viele Distributoren noch nicht bereit oder sie sehen bisher keinen Mehrwert.

Gewinner am Markt sind sicherlich die Integratoren: Denn wenn Kunden sich für Digital Signage-Installatationen entscheiden, möchten sie einen Ansprechpartner, der die gesamte oder große Teile der Umsetzung übernimmt.

Die Technical Service Integrators kümmern sich ausschließlich um die technischen Projektanforderungen. Das heißt, sie installieren die Hardware und integrieren die Software. Das macht sie zu Spezialisten auf ihrem Gebiet. Führend am Markt sind T-Systems, DIDAS und Nordland. Die Nachfrage nach Videowalls hat sich in 2013 besonders auf Spezialanbieter wie beispielsweise InoNet ausgewirkt.



## ALSO Deutschland GmbH – der ideale Partner für Ihre Digital Signage Projekte

Die ALSO Deutschland GmbH ist 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.

Display, Halterung, Medioplayer, Software, Content, Service, Rollout und Beratung – Digital Signage Lösungen sind oftmals komplex und setzen sich aus vielen verschiedenen Einzelkomponenten zusammen – mit der ALSO Deutschland GmbH haben Sie einen starken und erfahrenen Partner an Ihrer Seite, der Ihnen alles liefert, was Sie für Ihren Erfolg am Markt brauchen. Die Business Unit Digital Signage der ALSO Deutschland GmbH konzentriert sich ausschließlich darauf, die für Sie und Ihren Kunden ideal passende Lösung bereitstellen zu können, herstellerübergreifend und bedarfsorientiert. Erst nach eingehender Analyse aller Anforderungen empfehlen wir Ihnen die für Ihr Projekt perfekt passenden Bausteine. Wir begleiten Sie von der Projektanfrage bis zum fertigen Digital Signage Netzwerk mit unserer Hardware, Software und unserem Wissen, damit Sie Ihrem Kunden ein perfektes Produkt liefern können. Bündeln Sie Ihre und unsere Kompetenz für die erfolgreiche Abwicklung Ihrer Digital Signage Projektanfragen – egal ob Sie Digital Signage Profi oder Einsteiger sind.

Wenn Sie Digital Signage einmal live erleben wollen, besuchen Sie unseren Showroom in Soest.  
Für Termine kontaktieren Sie uns unter [digitalsignage@also.com](mailto:digitalsignage@also.com)

### Ihre Ansprechpartner bei der ALSO Deutschland GmbH

Name	Position	E-Mail	Telefon
Christoph Spahn	Head of Business Unit	christoph.spahn@also.com	02921 - 99 2796
Danny Weber	Product Manager Digital Signage	danny.weber@also.com	02921 - 99 2874
Philipp Grüter	Product Manager Digital Signage	philipp.grueter@also.com	02921 - 99 2794
Jörn Kellerhaus	Technical Consultant Digital Signage	joern.kellerhaus@also.com	02921 - 99 2318

Die Ansprechpartner der jeweiligen Hersteller finden Sie unter [www.also.de/digitalsignage](http://www.also.de/digitalsignage)

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



Bild: F. Rotberg / invidis

### Aufklärungsarbeit immer noch nötig

Für Kunden, die nicht nur die technische, sondern auch die kreative Umsetzung in einer Hand wissen wollen, sind die Full Service Integrators die richtigen Ansprechpartner. Die xplace, die ihr Wachstum dem Media-Saturn-Netzwerk verdankt, und die alt-eingesessene Seen Media sind die führenden Full Service-Anbieter am deutschen Markt. Sie haben aufgrund ihrer langjährigen Erfahrung das nötige Wissen, um Digital Signage-Projekte nicht nur umzusetzen, sondern auch um das Thema richtig bei Kunden zu präsentieren und Abschlüsse herbeizuführen. Den größten Teil ihres Umsatzes machen Integrato-

ren über die Displays, gefolgt von der Installation und dem technischen Betrieb. Software, Medioplayer und Content-Erstellung bringen die geringsten Umsätze. Die Integratoren spüren deutlich das bessere Wissen der Kunden um Digital Signage und die damit einhergehende steigende Nachfrage. Zu schaffen macht ihnen allerdings nach wie vor das fehlende Verständnis für die technische Umsetzung und die zahlreichen Möglichkeiten, die Digital Signage bietet. Hier besteht also weiterhin Aufklärungsbedarf, primär eine Aufgabe der Integratoren, die das aber bereits seit Jahren und erfolgreich vorantreiben – und diesen Kurs sicherlich auch 2014 fortsetzen werden.

## invidis Top 5 Facts

- 2013 wurden viele große Projekte neu aufgesetzt oder ausgeschrieben. Zum Zuge kommen langjährige Marktteilnehmer. Neue haben es schwer.
- In erster Linie ist der Handel Wachstumstreiber, aber auch Automobil, Banken und Unternehmenskommunikation sind dynamische Branchen.
- Multichannel ist ein wichtiges Thema, aber noch fehlen ideale Konzepte.
- Distributoren haben es bisher nicht geschafft, Digital Signage bei den AV-Systemhäusern zu etablieren.
- Kunden wünschen sich einen Ansprechpartner – Integratoren sind deshalb besonders gefragt.

**TOP 25 DIGITAL SIGNAGE-INTEGRATOREN DEUTSCHLAND 2013**  
(NACH UMSÄTZEN)

RANG	KATEGORIE*	UNTERNEHMEN	UMSATZ
1	TSI	T-Systems International	20-25 Mio.
2	TSI	DIDAS Business Services	5-10 Mio.
3	FSI	xplace	5-10 Mio.
4	FSI	SEEN MEDIA	5-10 Mio.
5	TSI	Nordland Systems	5-10 Mio.
6	TSI	heinekingmedia	5-10 Mio.
7	FSI	netvico	5-10 Mio.
8	TSI	Media-NEL	2-5 Mio.
9	TSI	InoNet Computer	2-5 Mio.
10	FSI	ipos 24 / Interactive Point of Sale	2-5 Mio.
11	FSI	MuSe Content	2-5 Mio.
12	FSI	komma,tec redaction	2-5 Mio.
13	FSI	ICT	2-5 Mio.
14	FSI	NEXGEN smart instore	2-5 Mio.
15	FSI	Radio P.O.S.	2-5 Mio.
16	FSI	echion Corporate Communication	2-5 Mio.
17	TSI	Intelligent Service Solutions	1-2 Mio.
18	FSI	Stüber Systems	1-2 Mio.
19	FSI	Cittadino	1-2 Mio.
20	FSI	Neo Advertising	1-2 Mio.
21	FSI	Mood Media	1-2 Mio.
22	TSI	Telefónica Germany	bis 1 Mio.
23	TSI	Diboss Deutschland	bis 1 Mio.
24	TSI	exempTec	bis 1 Mio.
25	TSI	AHA-Systeme	bis 1 Mio.

\* TSI: Technical Service Integrator; FSI: Full Solution Integrator

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

Quelle: invidis consulting GmbH "invidis Digital Signage Jahrbuch 2014/15"

100"

90"

80"

70"

60"

50"

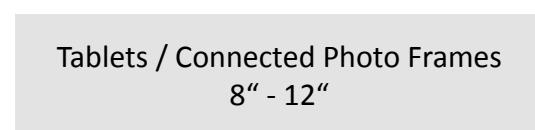
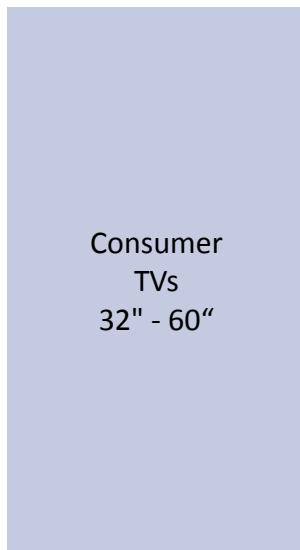
40"

30"

20"

10"

0"



Large Format  
32" - 95"

# IMAGE DISPLAYS

Displays  
5"

age  
"

Signage / IT Channel

Professional AV Channel

100"

90"

80"

70"

60"

50"

40"

Hotel TVs  
20" - 50"

30"

20"

10"

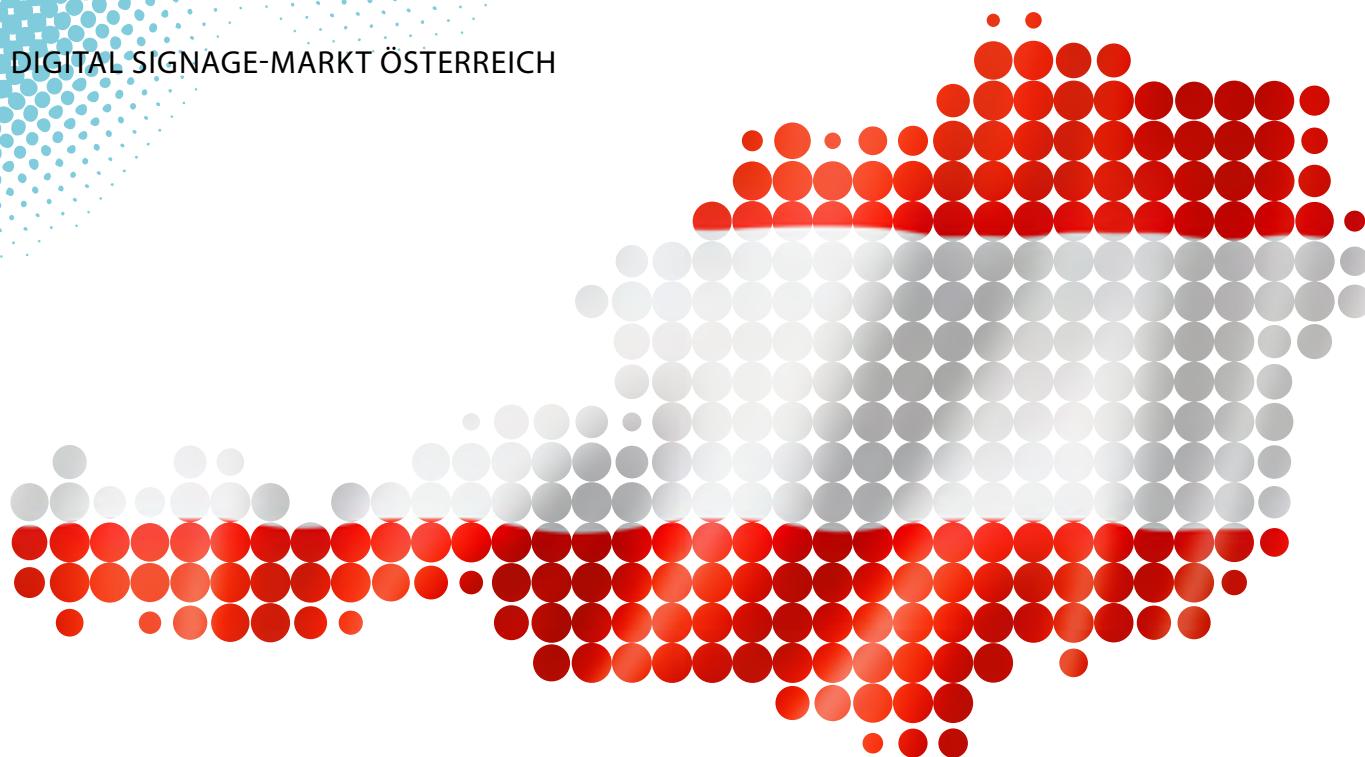
Electronic Shelf Labels  
>10"

0"

Projectors

LED Moduls

Professional Tablets  
8" - 12"



# Herber Rückschlag

**2013 war ein enttäuschendes Jahr für Österreich. In 2012 geplante Rollouts sorgten zum Glück doch noch für Wachstum.**

Für den deutschsprachigen Markt war es kein gutes Wirtschaftsjahr. Während Deutschland und die Schweiz vieles durch eine gute Binnennachfrage abpuffern konnten, traf es Österreich besonders hart. Die Wirtschaft wuchs nur geringfügig, hinzu kam ein kräftiger Anstieg der Arbeitslosenzahlen. Das wirkte sich auf den privaten Konsum aus, der stagnierte. Auch der Staat sparte lieber, als zu investieren.

Unter dieser Entwicklung litt auch die österreichische Digital Signage-Branche: Es wurden keine großen Projekte ins Rollen gebracht und viele Ausschreibungen gestoppt. Einzig die 2012 geplanten und 2013 realisierten Rollouts, zum Beispiel bei EP, der Barmer und am Flughafen Wien, sorgten dafür, dass der österreichische Digital Signage-Markt dennoch leicht wuchs.

## Verhaltenes Interesse an Digital Signage

Statt aus Großunternehmen oder der öffentlichen Hand kamen Investitionen eher noch aus dem Mittelstand. Schwerpunkte lagen im vergangenen Jahr auf der Erneuerung bestehender Installationen und Piloten. Im Bereich Unternehmenskommunikation

wurden zwar Projekte realisiert; aber aufgrund der Größe Österreichs sind diese oft sehr klein. Unternehmen haben meist nur sehr wenige Standorte, entsprechend begrenzt ist die Zahl der Installationen.

Im angeschlagenen Bankensektor hat sich überraschenderweise wie im gesamten deutschsprachigen Markt einiges getan. Filialen werden umgebaut, wobei Selbstbedienung eine große Rolle spielt. In diesem Zusammenhang wird auch häufig Digital Signage als Gestaltungs- und Interaktionselement integriert.

Entgegen dem Trend zum Beispiel in Deutschland spielt der Handel in Österreich keine herausragende Rolle. Das mag sicherlich am gesunkenen privaten Konsum in 2013 liegen, der sich natürlich auf das Investitionsverhalten der Handelsbranche ausgewirkt hat. Die Anschaffung neuer, innovativer Technologien stand auf der Agenda definitiv nicht oben. Zwar gab es Piloten bei den Lebensmitteleinzelhändlern Rewe und Spar, dennoch zeigen sie sich gegenüber dem Thema Digital Signage weiterhin verhalten. Im Shopping Center „City Süd“ in Wien ist ein geplantes Projekt sogar gänzlich gescheitert.



Bilder: F. Rotberg / invidis

### Keine Chance für Neue

Das laufende Jahr gibt aber glücklicherweise Anlass zur Hoffnung: Die gesamtwirtschaftliche Lage soll sich, wenn auch nicht übermäßig, aber doch leicht verbessern. Am Digital Signage-Markt sind bereits erste Besserungen spürbar: Ausschreibungen für Großprojekte gibt es wieder; es geht also aufwärts. Aber aus 2013 sollten die Unternehmen einiges gelernt haben. Zum Beispiel sollten sie sich künftig auch international aufstellen. Am heimischen Markt dominieren die österreichischen Player; ausländische Unternehmen spielen quasi keine Rolle. Auch neue, einheimische Anbieter haben kaum eine Chance, weil österreichische Kunden gerne auf die etablierten und eben lokalen Digital Signage-Anbieter zurückgreifen. Soviel Patriotismus ist gut, aber in Krisenjahren wie dem vergangenen rächt sich diese Abhängigkeit. Der Softwareanbieter Grassfish geht als Beispiel voran und weitet seine Tätigkeiten nun auch international aus.

### Österreicher bleiben unter sich

Das Wiener Unternehmen dominiert neben ease-screen den österreichischen Softwaremarkt. Scala, der Software-Marktführer in der DACH-Region, spielt in Österreich nur eine Nebenrolle. Sehr lokal begrenzt agieren auch kleinste Softwareanbieter, die aber quasi nicht zu Buche schlagen.

Gleiches gilt für die Integratoren. Dort bleibt auch 2013 die österreichische Kapsch BusinessCom Marktführer als technischer Integrator. Dominierender Full Service Integrator ist die Pichler Medien-

technik, die auch die Software easescreen vertreibt. Ebenfalls stark ist feratel, die sich hauptsächlich auf die Ausstattung von Skigebieten konzentriert – und damit ihr Wirkungsgebiet selbst auf den heimischen Markt einschränkt.

Mit der SoLo IT hat es ein Distributor geschafft, zum Technical Service Integrator aufzusteigen, indem er zusätzlichen Service wie die Konfiguration von Software und Hardware anbietet. Vor zwei Jahren waren die

## invidis Top 5 Facts

- **Wegen der schlechten Wirtschaftslage und des geringen privaten Konsums investierten weder Unternehmen noch der Staat in Digital Signage.**
- **Vorher geplante Rollouts retteten das Jahresergebnis 2013.**
- **Piloten, Ausschreibungen und kleinere Projekte im LEH, bei Banken und in der Unternehmenskommunikation machen Hoffnung.**
- **Der Markt in Österreich ist von lokalen Anbietern geprägt; ausländische Konkurrenz gibt es kaum.**
- **Kunden wünschen interaktive Systeme, die Einbindung mobiler Endgeräte und andere Betriebssysteme als Windows. Softwareentwickler und Hardwarehersteller müssen sich nun anpassen.**

Hoffnungen noch groß, dass auf diesem Wege Distributoren das Thema Digital Signage in den großen AV-Systemhäusern etablieren können. Bis heute ist das allerdings die große Ausnahme. Weitere wichtige Distributoren in Österreich sind neben der SoLo IT die Unternehmen ALSO, Ingram Micro und Tech-Data.

Was die Hard- und Software betrifft, zeichnen sich in Österreich ähnliche Trends ab wie in Deutschland und der Schweiz. Kunden wünschen kostengünstige Hardware, der Content basiert immer häufiger auf HTML5 und das Asset Management, also die Einbindung von Datenbanken und Strukturen, wird immer wichtiger und von Kunden häufiger gewünscht.

#### Eine Software für alle Fälle

Besonders auffällig ist die hohe Kundennachfrage nach interaktiven Systemen, besonders die Einbindung von Tablet-PCs. Hier wird sich zeigen, ob auch Digital Signage-spezifische Geräte gefragt und ob die Displayhersteller diese künftig anbieten werden. Denn Tablet-PCs, die eigentlich für den Privatgebrauch konzipiert sind, haben einige Nachteile: Die Displays sind nicht professionell und es mangelt

an Sicherheit. Beispielsweise können Bediener über den Home Button auf den Desktop gelangen und andere Programme, im Zweifelsfall auch das Internet, öffnen. Das gefährdet nicht nur die Sicherheit, sondern ermöglicht den Kunden, die eigentlich angedachte Botschaft einfach wegzuklicken.

Auch in Österreich ist das meist verwendete Betriebssystem Windows; aber der Wunsch der Kunden nach anderen Systemen wächst. Häufigste Gründe dafür sind die geringeren Kosten, die zum Beispiel bei Android anfallen, oder ein höheres Maß an Sicherheit, wie es Linux verspricht. Diese Veränderung macht es nötig, dass sich auch die Softwares anpassen. Sie müssen künftig eine homogene Plattform für eine heterogene Endgerätelandschaft darstellen – das bedeutet natürlich einen erheblichen Aufwand für die Softwareanbieter, den sie aber leisten müssen, wenn sie in Zukunft am Markt bestehen wollen.

#### TOP 10 DIGITAL SIGNAGE-INTEGRATOREN ÖSTERREICH 2013 (NACH UMSÄTZEN)

RANG	KATEGORIE*	UNTERNEHMEN	UMSATZ
1	TSI	Kapsch BusinessCom	2-5 Mio.
2	FSI	Pichler Medientechnik	2-5 Mio.
3	FSI	feratel media technologies	1-2 Mio.
4	TSI	Panatronic	1-2 Mio.
5	FSI	DMS Digitale Medien Systeme	1-2 Mio.
6	TSI	Wincor Nixdorf International	1-2 Mio.
7	FSI	NarComm DACH	bis 1 Mio.
8	TSI	DATAplexx	bis 1 Mio.
9	TSI	SoLo IT	bis 1 Mio.
10	TSI	Sycube	bis 1 Mio.

\* TSI: Technical Service Integrator; FSI: Full Solution Integrator

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

Quelle: invidis consulting GmbH "invidis Digital Signage Jahrbuch 2014/15"

# DIGITAL SIGNAGE AREA

4. BIS 6. FEBRUAR 2016  
MESSE STUTTGART

**Jetzt buchen  
und den besten  
Platz sichern!**

**EXPO  
4.0**

## DIGITAL SIGNAGE AREA auf der wetec 2016

### Die Sonderfläche für digitale Werbe- und Informationssysteme.

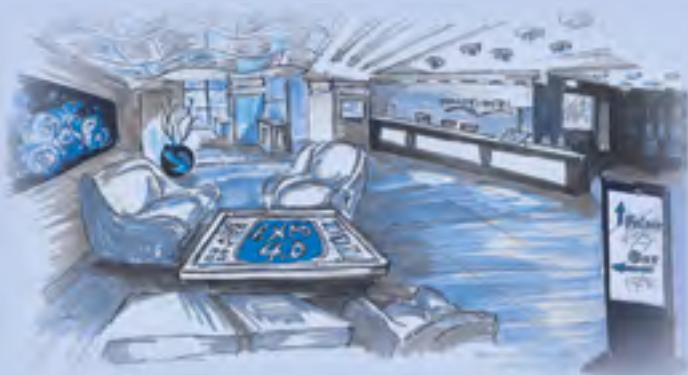
Mit der **Digital Signage Area** präsentiert sich die digitale Welt in Halle 8 auf der **wetec 2016**. Auf dieser Sonderfläche haben Aussteller die Chance, dem Werbetechniker zu zeigen, welche Möglichkeiten digitale Werbe- und Informationssysteme für die Branche der visuellen Kommunikation bieten und wie Digital Signage die analogen Orientierungs- und Leitsysteme in Hotels, an Bahnhöfen und Flughäfen sowie Plakate, Hinweis- und Preisangebotsschilder im Lebensmitteleinzelhandel und am POS perfekt ergänzen.

Wichtig dabei: Der Werbetechniker ist weniger an Einzelkomponenten interessiert, sondern mehr an DS-Komplettlösungen. Den Werbetechniker beziehungsweise Lichtwerber als Wiederverkäufer von DS-Produkten zu gewinnen, ist das Ziel der **wetec 2016**. Begleitende Vorträge von INVIDIS Consulting sollen Wissenslücken schließen und die Möglichkeiten von DS für die Werbetechnik aufzeigen. Somit liefert die DS AREA Ideen, wie die Fachbesucher ihr Produkt- und Serviceangebot erweitern können, um neue Geschäftsfelder hinzuzugewinnen.

Wer Werbetechniker, Messe-/Ladenbauer, Architekten und Werbeagenturen – und damit wichtige Multiplikatoren – erreichen will, muss kreativ sein. Auch, was die Standgestaltung angeht. (Er)schaffen Sie konkrete Umgebungen, in denen Digital Signage seine Stärken ausspielt!

Jeder Aussteller erhält einen Aktionscode, mit dem er eine unbegrenzte Zahl an Kunden zur **wetec 2016** einladen kann. Die Fachbesucher können sich mit diesem Code online registrieren, ihre Eintrittskarte ausdrucken und haben dadurch keine Wartezeit am Messeeingang. Die Eintrittskarte ist natürlich für alle 4 Fachmessen der EXPO 4.0 gültig. Die Synergieeffekte steigern die Attraktivität für die Besucher – sie erleben die gesamte Bandbreite der visuellen Kommuni-

kation in 4 Messehallen auf 35.000 Quadratmetern. Hinter den 4 Fachmessen der **EXPO 4.0** stehen 14 Verlage mit 21 Fachmagazinen, die von über 200.000 Unternehmen im In- und Ausland gelesen werden. Wer Fachmessen veranstaltet, muss die relevanten Zielgruppen erreichen. Die Medienpartner sind in ihren Fachbereichen Herausgeber der führenden Fachmagazine und Internetportale in Europa.



#### Die Besucherzielgruppen der wetec 2016:

- Werbeagenturen
- Werbetechniker
- Messe- und Ladenbauer
- Architekten
- Entscheider aus Industrie und Handel

#### Die Vorteile der wetec 2016 auf einen Blick:

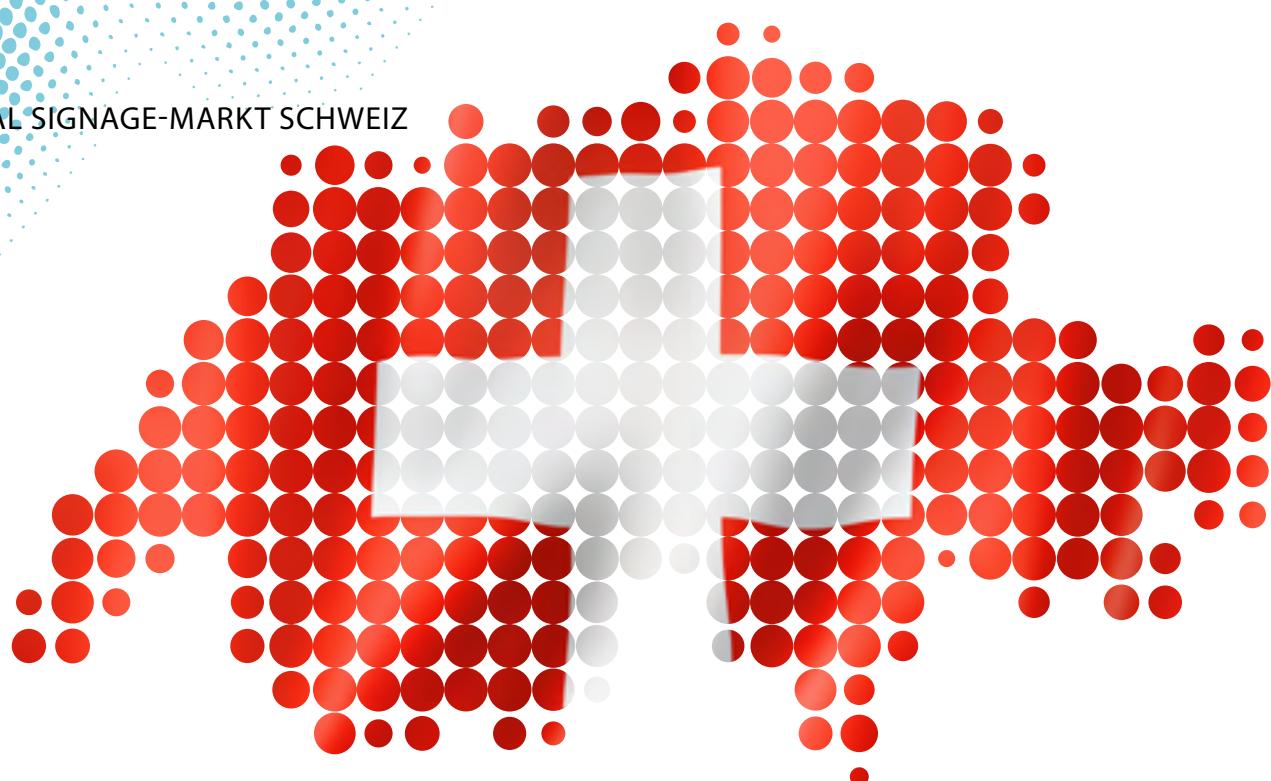
- eingebunden in den Fachmesseverbund EXPO 4.0
- günstige Standmieten und Nebenkosten
- moderner und wirtschaftlich starker Messestandort
- perfekte Verkehrsanbindung und Logistik
- starke Medienpartner erreichen die Besucherzielgruppen
- kostenfreies Einladungskontingent und Werbematerial
- das EXPO 4.0-Konzept schafft Synergieeffekte
- Rahmenveranstaltungen steigern die Attraktivität

#### Gerne beantworten wir Ihre Fragen:

**Wolfgang Plonner**  
Fon +49 (0)8178 / 86786-15  
plonner@wnp.de

**Annett Geuge-Metzler**  
Fon +49 (0)5194 / 584061  
geuge-metzler@wnp.de

**WNP Fachmessen GmbH**  
Eichendorffweg 1, D-82069 Hohenschäftlarn  
Fon +49 (0)8178 / 86786-0, Fax +49 (0)8178 / 86786-30



## Euphorisch in die Zukunft

**In der Schweiz werden jetzt viele geplante Projekte umgesetzt. Kunden schauen dabei zunehmend auf die Betriebswirtschaftlichkeit und wünschen einen Rundum-Service.**

Die Schweiz wird ihrem Ruf gerecht und nimmt auch 2013 eine Sonderrolle ein. Verglichen mit Österreich und Deutschland stieg das Bruttoinlandsprodukt um das Vierfache an. Auch der Digital Signage-Markt verzeichnete ein zufriedenstellendes Wachstum, viele Projekte wurden geplant, weswegen die Prognosen für 2014 geradezu rosig ausfallen. Vor allem kleine und mittlere Projekte bis 25 Displays und viele Piloten wurden 2012 umgesetzt; und auch einige große Netzwerke sind entstanden. Aber die gesamtwirtschaftliche Lage dämpfte das Wachstum ein wenig, genauso wie die noch immer geringe Investitionsbereitschaft der Unternehmen in Digital Signage. Der neuen Technologie stehen sie skeptisch gegenüber und sind deutlich zurückhaltender als etwa deutsche Firmen. Entsprechend länger gestaltet sich die Lead Time, die in der Schweiz oft zwei Jahre beträgt. In der gesamten DACH-Region sind es zwölf bis achtzehn Monate.

### Projekte müssen sich rechnen

Im laufenden Jahr, aber auch noch in den kommenden, werden solche lang geplanten Projekte aber umgesetzt, was für großen Optimismus am Schweizer Markt führt. Nur klar ist: Experimentiert

wird nicht mehr. Projekte und Installationen, die jetzt geplant oder umgesetzt werden, müssen sich rentieren und strenge Kriterien erfüllen. So überlegt zum Beispiel Zürich, Screens auf öffentlichem Grund künftig zu erlauben – sofern die Auswirkungen auf Ökologie, die Lichthemmungen und der Energieverbrauch akzeptabel sind. Für die Netzwerkbetreiber ist das neben der Akzeptanz der Bevölkerung ebenfalls wichtig. Netze dürfen innovativ und schick sein, aber sie müssen sich im Sinne des Kunden rechnen, genauso wie das bei anderen etablierten Produkten der Fall ist.

Tankstellen, Elektronikmärkte und Malls haben 2013 in der Schweiz Netzwerke aufgebaut oder erweitert. Aber auch Flagshipstores wie die von Victorinox sind entstanden. Die wichtigsten vertikalen Märkte in der Schweiz bleiben Banken, Handel, Transport und Unternehmenskommunikation, wobei gerade im Bereich Corporate Communication eine stetig steigende Nachfrage erkennbar ist.

### Kleiner Markt – große Konkurrenz

Erfreulicherweise steigt in der Schweiz auch das Bewusstsein der Kunden für Digital Signage. Sie wissen immer besser Bescheid und haben klarere



Bild: F. Rotberg / invidis

Vorstellungen. Trotzdem ist der Beratungsbedarf sehr hoch, weil das Wissen zwar breiter als noch vor ein paar Jahren ist, aber nicht tief. Neben Unternehmensberatungen spielen deshalb in der Schweiz, wie am gesamten DACH-Markt, die Integratoren eine wichtige Rolle.

Auf dem relativ kleinen Schweizer Markt drängen sich viele Integratoren; entsprechend hoch ist die Konkurrenzsituation. Führend sind die John Lay Solutions und Habegger als Full Solution Integrators. Invertag, Kilchenmann, Westiform, Bison IT Services und die ESAG gehören zu den wichtigsten Technical Service Integrators. Die meisten haben im vergangenen Jahr ihre Strukturen umgebaut, um durch personelle Veränderungen oder neue Standorte ihr Wachstum voranzutreiben.

Die Kunden selbst wünschen sich den Service aus einer Hand und einen Ansprechpartner für ihr gesamtes Projekt und das System. Gerade Full Solution Integrators profitieren davon. Denn trotz der weiterhin sinkenden Margen bei Hard- und Software können sie durch die zunehmende Nachfrage ihrer Beratung und ihres Service die Margen stabil halten.

#### **Großer Wunsch: einfach zu bedienende Software**

Zwar sind für 2014 und die Folgejahre mittlere und größere Projekte geplant, aber auch kleine Installationen mit ein bis zwei Displays werden häufiger gewünscht. Für große Integratoren sind sie dennoch

momentan nicht von Interesse, weil sie den Aufwand als zu hoch einschätzen.

Für die Kunden zählt bei allen Projekten vor allem eines: Benutzerfreundlichkeit. Sie möchten, egal wie komplex eine Installation ist, alles einfach steuern können. Wie in Österreich und Deutschland liegt das an der Tatsache, dass sich auf Kundenseite immer weniger die IT-Abteilungen, sondern verstärkt das Marketing um Digital Signage kümmert. Die Softwareanbieter müssen sich auf diesen Wunsch ein-

## **invidis Top 5 Facts**

- **Positive Aussichten:** 2014 und in den Folgejahren werden viele Projekte umgesetzt. Die Lead Time ist mit 24 Monaten sehr lang.
- **Corporate Communication** entwickelt sich zu einem immer wichtigeren Markt.
- Trotz besseren Wissens wünschen sich viele Kunden Beratung und Digital Signage aus einer Hand – Integratoren profitieren.
- Kosten und Nutzen von Projekten zählen, nicht mehr die reine Experimentierfreude.
- **4k-Content** lohnt sich vor allem für Schweizer Luxusartikel-Hersteller.

stellen und ihre Produkte entsprechend anpassen. In der Schweiz dominieren die heimische ScreenFood und Navori sowie das amerikanische Unternehmen Brightsign den Markt.

Zur leichten Bedienung gehört auch die Einbindung anderer, meist bereits bestehender Kundendatenbanken. Das ist zum Beispiel bei Multichannel- und interaktiven Systemen notwendig. Beides wird auch in der Schweiz verstärkt nachgefragt und streckenweise schon erfolgreich umgesetzt. So zum Beispiel ein Pilotprojekt von Coop am Hauptbahnhof Zürich. Dort konnten Kunden 2013 per QR-Code Waren von einer Plakatwand bestellen und sich nach Hause liefern lassen. Bei Google wurde ein ähnliches Projekt bereits realisiert.

#### Integration ist die größte Herausforderung

Gerade interaktive Lösungen aber sind nach wie vor eine Herausforderung. Sie müssen sinnvoll sein, ein klares Ziel verfolgen, einen Mehrwert bieten und leicht zu handhaben sein. Hier besteht noch einiger Nachhol- und Entwicklungsbedarf für die kommenden Jahre.

Aber nicht nur die Interaktion macht Projekte komplexer, sondern auch die Integration von Digital Signage in bereits bestehende Systeme. Auch hier müssen Datenbanken und Schnittstellen reibungs-

los eingebunden werden. Noch ein Grund für viele Kunden, auf Intergratoren zu vertrauen. Das Hosting allerdings geben nur wenige anschließend gerne aus der Hand – der Kunde will den direkten Zugriff.

#### Hochaufgelöster Content ist Luxus

Gerade bei kleineren Installationen oder eben der Integration von Digital Signage spielen Kosten eine große Rolle. System-on-a-Chip-Lösungen sind zwar in der Schweiz genauso wie im restlichen deutschsprachigen Raum noch wenig verbreitet, werden aber immer häufiger nachgefragt. Obwohl wichtig, setzen viele Kunden auf vollautomatisierten oder schon vorproduzierten Content, um Kosten zu sparen.

Demgegenüber steht der Trend nach teurem ultrahochauflöstem Inhalt, dessen Nachfrage durch entsprechende Displays erzeugt wurde. Für viele Installationen lohnen sich Produktion und Ausspielung kaum, aber bestimmte Kunden können den Trend für sich nutzen. Gerade bei qualitativ hochwertigen und hochpreisigen Produkten wie Schmuck und Uhren gibt es in der Schweiz Hersteller, die bereits Image- oder Produktfilme in höchster Auflösung vorliegen haben. Mit einer passenden Installation könnten sie die beste Wirkung erzielen und mit Digital Signage Luxuswelten schaffen.

#### TOP 10 DIGITAL SIGNAGE-INTEGRATOREN SCHWEIZ 2013 (NACH UMSÄTZEN)

RANG	KATEGORIE*	UNTERNEHMEN	UMSATZ
1	FSI	John Lay Solutions	10-15 Mio.
2	TSI	Invertag	10-15 Mio.**
3	FSI	Habegger	5-10 Mio.
4	TSI	Kilchenmann	2-5 Mio.
5	TSI	Westiform Holding	2-5 Mio.
6	TSI	Bison IT Services	2-5 Mio.
7	FSI	ESAG	1-2 Mio.
8	FSI	screenIMAGE Systems	1-2 Mio.
9	TSI	SwissScreen	bis 1 Mio.
10	TSI	AVS Systeme	bis 1 Mio.

\* TSI: Technical Service Integrator; FSI: Full Solution Integrator

\*\* Gesamtumsatz enthält auch Hardware-Umsätze

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

Quelle: invidis consulting GmbH "invidis Digital Signage Jahrbuch 2014/15"

# Integrated Systems Europe

10-12 February 2015  
Amsterdam RAI, NL

# ABSORBING.

**Erschaffen Sie Ihr Geschäft neu.** Entdecken Sie auf der ISE 2015 hunderte von neuen Multimedia-Technologien und finden Sie heraus, wie sich dadurch die Weise der Menschen zu leben, zu arbeiten, zu kommunizieren und zusammenzuarbeiten, verändert. Mehr Informationen unter:

[www.iseurope.org](http://www.iseurope.org)

A joint venture partnership of



**infoComm**  
INTERNATIONAL

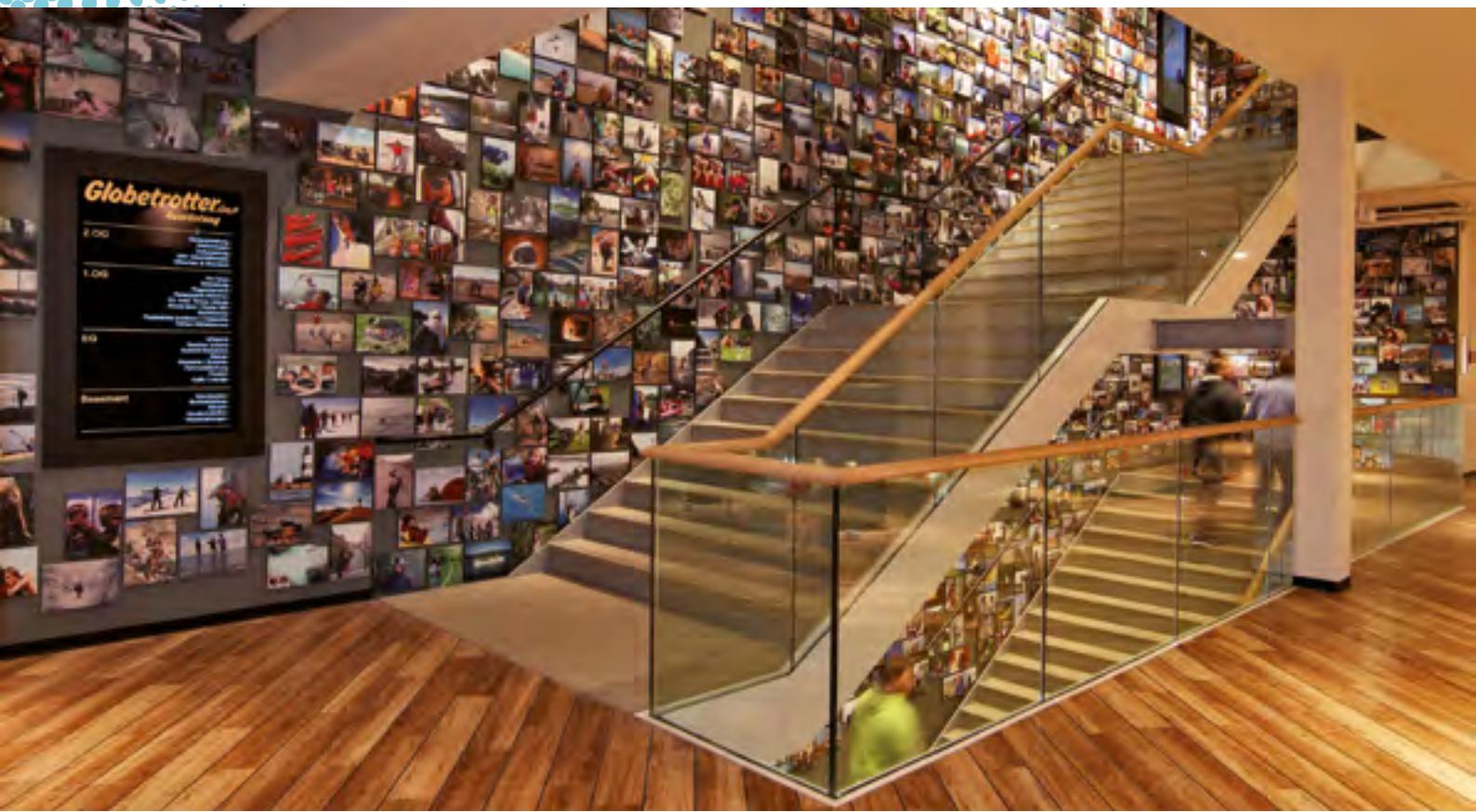


Bild: Globetrotter

## Viel für wenig Geld, bitte!

**Noch immer wollen Kunden kaum Geld für Inhalte zahlen; gleichzeitig steigen aber ihre Ansprüche an sie.**

Was und wen will ich erreichen? Diese Frage, die auf den Content abzielt, sollte am Beginn jedes Projektes stehen. Denn selbst die schickste und größte Videowand kann bei falschen Inhalten nichts retten. Kunden erkennen diese Notwendigkeit immer häufiger, aber zumeist sind sie noch nicht bereit, ausreichend in Content zu investieren. Bei Hard- und Software spielt der Preis zwar ebenfalls eine Rolle; aber hier sind die Kosten allen Kunden bewusst. Beim Inhalt dagegen hoffen viele, auf bestehendes oder sehr günstiges Material zurückgreifen zu können.

Kurz gedacht: Denn Digital Signage-Inhalte müssen abhängig vom Konzept gefertigt und vor allem während der Laufzeit immer wieder aktualisiert werden. Immer dasselbe zu zeigen, fällt negativ auf und bringt nicht den gewünschten Erfolg. In Inhalte zu investieren, zahlt sich aus.

### **Inhalte brauchen einen Verantwortlichen**

Bequem und preislich überschaubar sind vorproduzierte Inhalte von Spezialanbietern – aber auch von Bildagenturen, Fernsehsendern oder Verlagen. Allerdings lassen diese kaum oder keine individuellen Anpassungen zu. Maßgeschneiderte und deswegen teurere Inhalte können derzeit nur wenige Unternehmen bieten. Unabhängig von der Quelle braucht es einen Redaktionsverantwortlichen, der entscheidet, welche vorproduzierten Inhalte passen oder wie der individuelle Content aussehen muss.

Ein dritter Weg ist das automatische Erstellen von Inhalten aus vorhandenem Material. Dazu sind intelligente Templates nötig, aber auch genaues Wissen um die Software. Gerade Kreativagenturen sind damit meist überfordert, weil sie die speziellen Anforderungen an Digital Signage und die Software nicht gut genug kennen. Man sollte daher immer mit ei-

nem Integrator zusammenarbeiten, der sich um die Inhalte kümmert oder die Agentur zumindest schult.

#### Programmierung wird immer komplexer

Mit zunehmender Verbreitung und wachsendem Kundenwissen sind die Ansprüche an die Inhalte gestiegen. Zunehmend intelligent sollen sie sein. Etwa die sogenannten Wenn-Dann-Inhalte: Wird ein Wetterbericht regelmäßig aktualisiert, sollen sich die angezeigten Symbole anpassen. Statt einer Sonne muss bei vorhergesagtem Regen eine Wolke oder ein Regenschirm zu sehen sein. Die Erstellung des Contents ist dadurch komplexer; oft ist nicht die Produktion die Herausforderung, sondern die Programmierung. Gezeigt werden in aller Regel mehr nationale als regionale Inhalte. Aber die Kunden bestellen immer häufiger auch lokalen Content, mit dem sie auf Filialen oder Events vor Ort aufmerksam machen können. Lo-

kale Nachrichten schaffen zudem einen persönlichen Bezug zum Betrachter.

Die Inhalte sind zwar das bestimmende Element einer Installation, aber auch sie unterliegen technologischen Trends. Beispielsweise gibt es immer mehr ultrahochauflösende Displays, die dementsprechend angepassten Content fordern. Bei Videowalls mag das noch Sinn machen, da auf der großen Fläche tatsächlich Unterschiede erkennbar sind. In aller Regel müssen hier aber, wie auch bei Full-HD, Kosten und Nutzen abgewogen werden. Denn je höher die Auflösung ist, desto teurer werden Produktion und Auslieferung. Gerade bei Material, das nicht fertig gerendert angeliefert, sondern erst kurz vor oder gar während des Ausspielens gerechnet wird, sind hochauflöste Inhalte heikel, weil sie besonders leistungsfähige Mediaplayer erfordern.

**spo-comm**

**msi® ipc**



#### spo-book WINDBOX III+ MSI MS-9A55

**CPU:** Intel® Core i5 fanless

**RAM:** up to 16GB

**Dimensions:** 285 x 33 x 196 mm

**Displays:** up to 2



#### spo-book WINDBOX II+2 MSI MS-9A65

**CPU:** Intel® Celeron Quad Core fanless

**RAM:** up to 8 GB

**Dimensions:** 255 x 19 x 180 mm

**Displays:** up to 2



#### spo-book TURO HM76 MSI MS-9A68

**CPU:** Intel® Core up to i7

**RAM:** up to 16 GB

**Dimensions:** 180 x 44 x 180 mm

**Displays:** up to 3

**spo-comm GmbH**

Andernacher Straße 18  
90411 Nürnberg

Telefon: +49 (0) 911 / 23 98 37 - 0  
Telefax: +49 (0) 911 / 23 98 37 - 19

**E-Mail:** info@spo-comm.de  
**Web:** www.spo-comm.de

Mehr Info



- Konfiguration nach Bedarf
- Kurze Lieferzeiten
- Kostenfreie Teststellung
- Fünf Jahre Langzeitverfügbarkeit
- Bis zu 5 Jahre Garantielaufzeit



Bild: F. Rotberg / invidis

#### Interaktive Inhalte fordern heraus

Ebenfalls kostspielig ist die Interaktion, die gerade im Handel mit seinen Multichannel-Konzepten zunehmend gewünscht wird. Dafür reichen aber die standardisierten Softwarelizenzen meist nicht aus oder haben im Gegenteil zu viele Funktionen. Deshalb stellten 70 Prozent der DBCI-Befragten 2013 eine gestiegene Nachfrage nach projektspezifischen Softwareanwendungen und Applikationen fest. Aber auch hier ist es wichtig, schon bei der Konzeptionierung genau zu überlegen, ob und in welcher Form interaktive Inhalte Sinn machen.

Ein weiterer Trend, insbesondere im Handel, sind großformatige Displays und Videowalls. Beides stellt neue Herausforderungen an die Gestaltung des Contents, der auf solch großen Flächen völlig anders wirkt. Hier sind besonders die Kreativen gefragt. Und es stellt sich das erwähnte Problem, ob und wie hochauflöste Inhalte produziert und ausgestrahlt werden können.

Analog zur Entwicklung des DooH-Marktes ist Bewegtbild auf dem Vormarsch: Die Hälfte aller Inhalte sind Videoformate. Flash wird bald Vergangenheit sein; schon jetzt macht es nur noch ein Viertel des Contents aus. Die Zukunft liegt in HTML5, mit dem es möglich ist, denselben Inhalt auf unterschiedlichen Endgeräten abzuspielen. Aber es fehlen Standards und technologisch ist HTML5 noch nicht ausgereift. Zudem gibt es bisher zu wenige darauf spezialisierte Programmierer. Vermutlich wird es noch ein bis zwei Jahre dauern, bis sich HTML5 durchsetzt.

**DBCI** 50%  
OVAB Digital Signage Business Climate Index

aller Digital Signage-Installationen  
werden direkt vom Kunden  
gehostet

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

# SEEN

## MEDIA

### SICHTBAR

#### BESSER!

#### STÖRT SIE DAS

#### KLEINE UND GEDRUCKTE

#### AUCH SONSEHR WIE UNNS?

ZEIT FÜR EINEN DIGITALEN WEGHESSEL!

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



Bild: F. Rotberg / invidis

# Antriebsmotor Handel

**Neue Konzepte und Hardware erfordern  
Neuanpassungen aller Produkte und Unternehmen.**

Der Digital Signage-Markt hat sich nach den Jahren der Experimente, des wilden Wachstums und Ausprobierens nun gefestigt und etabliert. Auch wenn sich Industriestandards noch im Anfangsstadium befinden, geht der Trend zur Vereinheitlichung. Netzwerke, selbst die kleinsten, werden immer professioneller. Dass Consumer-Geräte genutzt werden, ist mittlerweile die Ausnahme. Definitiv der Treiber in 2013 und den kommenden zwei Jahren ist der Handel. Projekte und Konzepte, die dort entwickelt und umgesetzt werden, prägen den Markt. Großformatige Displays und Videowalls sind vor allem vom Retail im vergangenen Jahr vermehrt eingesetzt worden und werden nun insgesamt sehr stark nachgefragt. Selbst bei

kleinen Einzelprojekten achten Shopausstatter auf Qualität und setzen professionelle Displays ein.

## **Vor allem die Software muss sich anpassen**

Ebenfalls durch den Handel getrieben ist der Wunsch nach Multichannel- und interaktiven Installationen. Sie sollen Kunden binden, das Einkaufserlebnis stärken, geringe Ladenflächen kompensieren und möglichst viele Verkaufskanäle einbinden. Hier fehlt es oft noch an relevanten Gesamtkonzepten – eine Herausforderung für die nächsten Jahre. Aber schon jetzt verändern diese Entwicklungen den Gesamtmarkt. Denn große Displays oder Videowalls, gar ultrahochauflösend, benötigen andere Software, Medioplayer und Inhalte. Das bedeutet eine Umstellung für alle Marktteilnehmer.

Zudem verändert sich auch das Bewusstsein auf Kundenseite: Digital Signage ist längst nicht mehr Thema der IT-Abteilungen, sondern wird zunehmend vom Marketing betreut. Das technische Verständnis ist hier oft spürbar geringer, dafür aber ist das Wissen um die inhaltliche Umsetzung besser.

#### **Kunden wollen einen Ansprechpartner**

Weil aber oft beim Kunden ein hauptverantwortlicher Ansprechpartner fehlt, steigt die Relevanz der

Full Solution Integrators, die ein Projekt in einer Hand bündeln und zwischen allen Teilnehmern vermitteln. Sie sind es vor allem, die weiterhin Aufklärung und die Entwicklung schlüssiger Konzepte sicherstellen müssen. Digital Signage ist zwar angekommen, aber ohne Beratung geht es nicht weiter. Denn die Technologie, die Umsetzungsmöglichkeiten und die Ansprüche entwickeln sich stetig nach vorn. Nur wenn Kunden wissen, wie sie all das sinnvoll nutzen können, wird Digital Signage weiterhin wachsen.

## Displays

Bei den Displays sind zwei gegensätzliche Entwicklungen zu beobachten. Zum einen werden verstärkt großformatige Bildschirme ab 60 Zoll nachgefragt und in diesem Zuge auch Videowalls. Nicht nur im Handel, sondern auch an Flughäfen, Bahnhöfen, in Banken oder der Unternehmenskommunikation. Entsprechend werden die Rahmen der Displays immer schmäler, teilweise verschwinden sie fast ganz. Weil Bildschirme zunehmend in Möbeln oder als Videowalls verbaut werden, müssen die Medioplayer und Halterungen entsprechend angepasst werden.

Zum anderen wünschen viele Kunden kleine Displays ab 20 Zoll oder weniger. Hier allerdings fehlten bis vor Kurzem professionelle Angebote nahezu gänzlich. Die handelsüblichen Tablet-PCs bieten oft eine günstige Alternative, sind allerdings schon allein aus Sicherheitsgründen oft nicht für den Digital Signage-Einsatz geeignet. Shelf-Displays gibt es mittlerweile in professioneller Qualität, aber die Preise sind für einen großflächigen Einsatz noch zu hoch.

Insgesamt sinken aber die Preise für Displays nach wie vor. Die Hersteller können das durch die steigenden Verkaufszahlen der Large-Format-Displays ausgleichen.

## Software

Bei der Software ist die Entwicklung besonders rasant, weil sie sich allen Komponenten anpassen muss. Medioplayer, die verschiedene Betriebssysteme nutzen, Handy, Tablet oder Videowall – Installationen sind nicht mehr homogen. Das heißt, die genutzte Software muss in der Lage sein, alle Einsatzszenarien zu bedienen.

Hinzu kommt, dass immer häufiger HTML5 genutzt wird, da es gegenüber Flash viele Vorteile bietet. Aber noch fehlen Standards und die meisten Programmierer sind noch nicht darauf spezialisiert. Hier wird sich in den kommenden Jahren einiges tun, aber sicher ist: HTML5 wird sich durchsetzen.

Benutzerfreundlichkeit war für Softwareanbieter schon immer ein großes Thema. Aber weil nun verstärkt das Marketing Digital Signage auf Kundenseite verantwortet, muss die Software einfacher zu bedienen sein. Auch werden, gerade bei Multichannel-Konzepten, bestehende Datenbanken des Kunden mit einbezogen. Das muss nicht nur möglich, sondern auch leicht umsetzbar sein. Statt Insel- müssen vernetzte Lösungen entstehen.

## Mediaplayer

Die Displays werden größer, die Rahmen immer schmäler und oft werden die Bildschirme in Möbel integriert. Für Mediaplayer bedeutet das, dass sie möglichst kompakt und klein sein müssen, um keine zusätzliche Tiefe in Anspruch nehmen zu müssen. Auch steigt die Nachfrage nach Playern mit zwei Ausgängen, um die Anzahl der Geräte zu reduzieren. Die System-on-a-Chip- und ähnliche Technologien versuchen, externe Mediaplayer vollkommen zu vermeiden.

Gerade bei hochauflösten Inhalten und Videowalls sind besonders leistungsfähige Mediaplayer nötig und werden bei solchen Premiuminstallationen auch eingesetzt. Auf der anderen Seite sind die Player bei den meisten Netzwerken ein erheblicher Kostenfaktor. Deswegen werden auch Consumer-Geräte wie die NUCs von Intel genutzt, die nicht für einen dauerhaften Betrieb konzipiert sind. Ob sie also tatsächlich in Digital Signage-Installationen funktionieren, ist unklar. Ein anderer Trend ist der gestiegene Einsatz von Android als Betriebssystem, da auch hier Projektkosten gemindert werden können.

## Android

Zwar dominiert als Betriebssystem bei den Digital Signage-Mediaplayern noch immer Windows, aber Android ist auf dem Vormarsch. Dazu trägt sicherlich der Kostenfaktor bei, der für viele Kunden und gerade bei großen Netzwerken eine nicht unerhebliche Rolle spielt. Bei Android-basierten Mediaplayern entfallen nämlich im Gegensatz zu denen mit Windows die Lizenzgebühren.

Die Player haben sich auch gemausert: Sie sind deutlich robuster gebaut und leistungsfähiger. Dadurch ist ihr Einsatz für Digital Signage erheblich attraktiver. Allerdings kursieren auf dem Markt sehr verschiedene Android-Versionen, was gefährlich werden kann. Denn werden diese innerhalb eines Netzwerkes genutzt, kann dies zu technischen Problemen führen. Hier muss also bestens auf Einheitlichkeit geachtet werden. Mittlerweile gibt es Unternehmen, die sich darauf spezialisiert haben, Mediaplayer mit identischen Android-Versionen auszustatten. Wer also darauf achtet, spart sich Ärger. Da Android noch weit weniger verbreitet ist, sind viele Überwachungssysteme, Programme und Endgeräte nicht oder nur eingeschränkt kompatibel. Das wird sich mit zunehmender Verbreitung ändern, muss momentan aber beim Aufbau eines Netzwerkes berücksichtigt werden.

## Distribution

Die große Hoffnung an die Distributoren, das Thema Digital Signage in den großen AV-Systemhäusern zu etablieren, hat sich in 2013 nicht erfüllt. Trotzdem spielen sie eine große Rolle, weil Integratoren und Reseller sehr oft auf sie zurückgreifen.

Dabei sind sie aber weiterhin vor allem für die Hardware verantwortlich, das heißt für die Logistik, den Aufbau und die Installation. Insbesondere bei Großprojekten wird gerne auf die IT-Leistungen der Distributoren zurückgegriffen. Alles, was über das reine Aufstellen der Hardware hinausgeht, also Konfiguration oder individuelle Assemblierung der IT-Produkte, bringen den Distributoren einen zusätzlichen Wert und ein neues Geschäft. Vor allem Reseller, die im Bereich Digital Signage unerfahren sind, nutzen diese Serviceleistungen gerne.

Viele Distributoren bleiben dennoch ihrem Kerngeschäft treu, weil Digital Signage ein komplexes Geschäftsfeld ist und noch viele Fortbildungsmaßnahmen nötig sind. Auf Kundennachfrage sind allerdings fast alle Distributoren bereit, Zusatzservice anzubieten. Hier zeichnet sich ab, dass das in den kommenden Jahren zunehmen wird – wenn auch langsamer als erwartet.

# Digital Signage Technologie wirksam ausreizen.

## Mehr Aufmerksamkeit mit dem richtigen Content.

Im Digital Signage schlummern häufig ungeahnte und dehalb ungenutzte Möglichkeiten. Entscheidend ist der fachgerechte Einsatz mit einem stimmigen Konzept. Mit dem engram KampagnenManagementSystem (eKMS), der preisgekrönten Digital-Signage-Software, können Sie automatisiert und ereignisgesteuert Ihre Kampagnen ausspielen.

### engram KampagnenManagementSystem (eKMS)

ist die vertriebsorientierte Basislösung für effektives Multichannel-Marketing

verwaltet Endgeräte zentral und bespielt diese mit Inhalten inklusive Analyse und Auswertung

steuert gezielt, welche Inhalte wann und wo erscheinen  
- individuell anpassbar an Wochentage und Tageszeiten, Geräte und einzelne Filialstandorte

bietet dem Nutzer interaktive Rückkanäle wie z. B. On-Screen-Formulare, Call-to-Action-Buttons oder RFID

### Zusatzmodul Ereignissteuerung

Lassen Sie Ihre Digital-Signage-Kampagnen mit der eKMS-Ereignissteuerung auf aktuelle Ereignisse reagieren z. B.

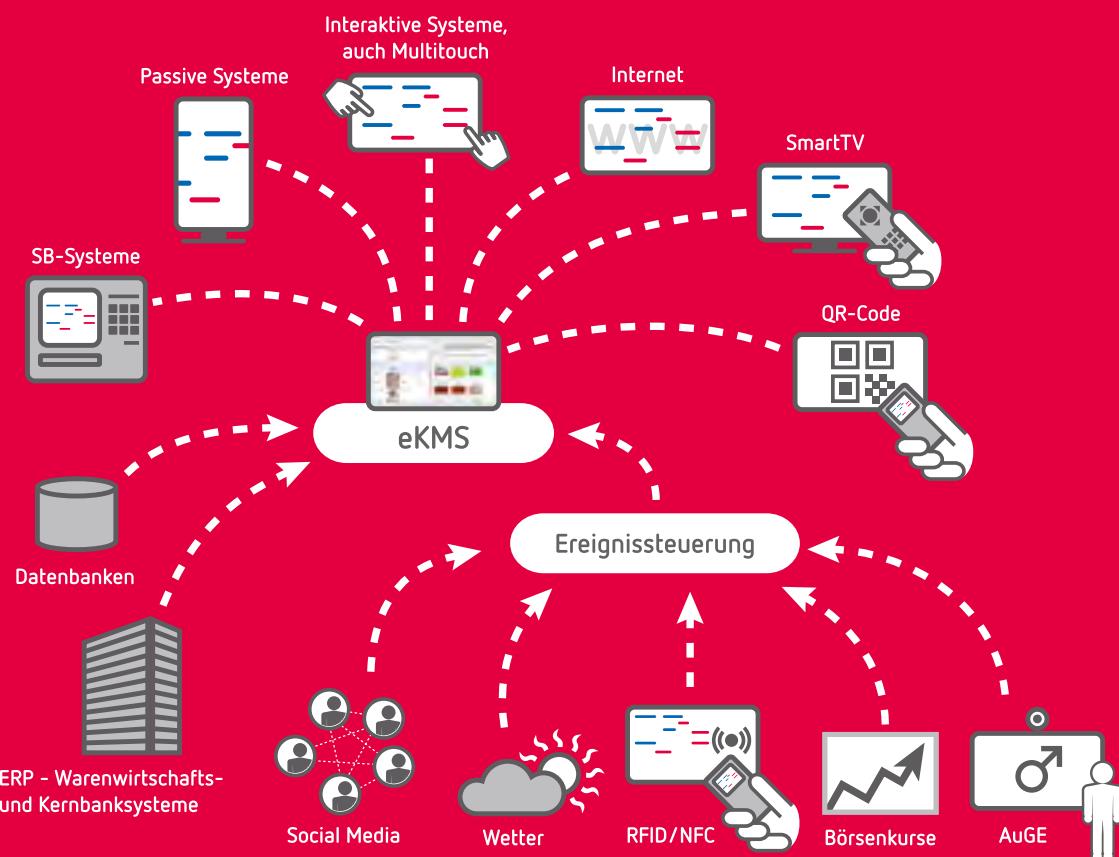
das aktuelle Wetter

regionale Fußball-Ergebnisse

Lifestyle-News

Börsenkurse

oder das Alter- und Geschlecht des Betrachters (AuGE)



# Eine Stimme für Europa: OVAB Europe

**Der OVAB Europe führt die Marktteilnehmer zusammen, vermittelt und schafft Standards. Eine kurze Vorstellung des wichtigsten Verbandes.**

Mit einem großen Ziel ist der OVAB Europe 2008 angetreten: Digital-out-of-Home sollte von einem Nischen- zu einem etablierten Markt werden. Das ist zweifelsohne gelungen, aber nicht der einzige Verdienst des europäischen Dachverbandes der Digital Signage- und DooH-Branche. Vor allem die Realisierung allgemeingültiger Standards, und zwar auf europäischer Ebene, wäre ohne den OVAB undenkbar. Der Verband fungiert als unabhängige Interessensvertretung der Branche gegenüber Öffentlichkeit, Wirtschaft und Politik. Als solche muss er die Marktteilnehmer nicht nur an einen Tisch bringen, sondern ihre Interessen, wirtschaftliche Situation und Bedürfnisse genauestens kennen. Das schafft der OVAB über den Digital Signage Business Climate



Florian Rotberg/OVAB Europe, Christian Vaglio-Giors/IG DooH (Schweiz)



Dirk Hülsermann/OVAB Europe, Mariusz Orzechowski/PDSA (Polen)

Index (DBCI), der im Zweimonatsrhythmus von invidis consulting erhoben wird und verlässliche Branchenzahlen liefert. Neu im DBCI sind Zusatzfragen zum Thema Standards. Sie bestärken den OVAB in seiner bisherigen Arbeit.

Denn Standards werden ohne Ausnahme von allen Marktteilnehmern gefordert und dringend gewünscht. Im vergangenen Jahr konnte der OVAB Europe einen Teilerfolg feiern: Die ersten vier allgemeingültigen Standards wurden verabschiedet. Weitere sollen baldmöglichst folgen und zusammen die Grundlage für die Zertifizierung von DooH-Netzwerken bilden. Ein langwieriger Prozess, da zwar über das Ziel Einigkeit herrscht, über den Weg aber noch nicht. Trotzdem zeigt sich der OVAB optimistisch, auch hier am Ende alle Interessen zu vereinen.

Mit Workshops und Veranstaltungen fördert der OVAB Europe die Digital Signage- und DooH-Branche. Wohl wichtigstes Ereignis ist die jährlich im Herbst stattfindende Digital Signage Conference Munich in Zusammenarbeit mit invidis consulting. Der OVAB baut zudem unerlässlich seine Position in Europa aus. Der DBCI wird bereits in acht Ländern erhoben. Und erst unlängst schloss der OVAB Kooperationsverträge mit dem Schweizer, italienischen und polnischen Dachverband. Weitere Zusammenarbeiten sollen in den kommenden Monaten folgen.



Luca Enea Spilimbergo/Gefen, Florian Rotberg/OVAB Europe, Beppe Andrianò/AssoDS, Roberto Vogliolo/dooh.it (Italien)



Out-of-home Video  
Advertising Bureau  
Europe

# 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)



Bild: ZINQ Stock - Fotolia

# Ohne Standards kein relevantes Wachstum

Im Zuge seiner anhaltenden Bemühungen zur Professionalisierung und Qualitätskontrolle der Digital Signage- und Digital-out-of-Home-Branche hat der europäische Dachverband OVAB Europe seit 2012 die ersten allgemeingültigen Standards verabschiedet.

Ziel der einheitlichen Standards ist es, eine allgemeine Vergleichbarkeit von technischen, kommerziellen und dienstleistungsbezogenen Details herzustellen, um folglich die gesamte Branche mit einer gemeinsamen „Währung“ auszustatten und Grundlagen für das weitere Wachstum zu schaffen.

Das Interesse an Standards ist sowohl von Seiten der Anbieter als auch bei Nutzern sehr groß. Die Ergebnisse des Geschäftsklimaindex Digital Signage Business Climate Index (DBCI) bestätigen dies. 84 Prozent der befragten Unternehmen begrüßen demnach eine Einführung von allgemein anerkannten und einheitlichen Standards und Bewertungsgrundlagen; sie prognostizieren, dass standardisierte Messmethoden im Bereich Digital-out-of-Home zu einer Steigerung

der Umsätze führen werden.

## OVAB bringt Licht ins Dunkel

Nach der Außenwerbung steht nun auch die Technik im Fokus. Die wichtigste Kampagne des OVAB Europe 2014 ist die Empfehlung, Ausschreibungen zu standardisieren. Hier ist es Ziel, die wichtigsten Module zu definieren und Anwendern eine Toolbox für Ausschreibungen zur Verfügung zu stellen. Eine weitere Herzensangelegenheit der OVAB-Mitglieder sind Content-Konzepte. Hier wird zurzeit mit der Industrie ein White Paper erstellt, das die Grundlagen von Content-Konzepten für Digital Signage erläutert und relevante Eckpunkte erklärt.

Neben LCD-Displays werden vermehrt auch LED-Mo-

dule für Digital Signage eingesetzt. Für diesen Bereich hat der OVAB Europe zwei White Paper zusammengestellt, die unter anderem die Messung des Blickwinkels (Qualitätsmerkmal der LED-Module) und die Abhängigkeit von Content und Stromverbrauch beschreiben.

Eine Lösungskomponente, die in der Regel im Hintergrund steht, sind Wandhalterungen und Befestigungen für Displays, Videowalls und LED-Wände. Hier hat der OVAB die wichtigsten Merkmale, rechtlichen Vorgaben und Features zusammengetragen und für potentielle Anwender und Integratoren zusammengefasst.

Für den DooH-Bereich wurden die Themen DooH Management Tools und die zukünftigen Herausforderungen für ein gemeinsames Datenaustauschformat vorangetrieben. Die aktuellen, neuen Projekte lauten:

- DooH Management Tools
- Common Industry Data Format (DooH)
- Content & Power Consumption (LED displays)
- Viewing Angle Measurement (LED displays)
- Professional Display Mountings
- How to Tender Digital Signage Projects
- Better understanding for Content Concepts

Die neuen Initiativen ergänzen die bestehenden Standards. Die ersten vier verabschiedeten OVAB Standards sowie mehrere White Paper und eine Shortlist weiterer Standards wurden in den vergangenen drei 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

## Roadmap 2014/2015

### Standards

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

### OVAB Recommendations

- DooH Management Tools
- Common Industry Data Format (DooH)
- Content & Power Consumption (LED displays)
- Viewing Angle Measurement (LED displays)
- Professional Display Mountings
- Digital Signage Tenders (Ausschreibungen)
- Digital Signage Content
- Digital Signage Templates

### In Bearbeitung

- Video Wall Solutions
- Integrated Player
- Professional Displays vs. Consumer Displays
- Display Monitoring

### Shortlist

- Streaming vs. Store and forward
- Connectivity (API) of Media Player/ CMS Software
- LCD vs. LED Displays
- Network Management and Monitoring
- Functionality of DooH booking
- HTML 5 vs. Android
- RSS-Feeds, Copyright and legal effects for use of content
- Media bookings
- Instore Radio

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](mailto:info@ovab.eu)

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. SLAs, eine Arbeitsgruppe des OVAB Europe, schaffte hierfür verbindliche Richtlinien, die durch eine Zertifizierung für DooH-Netzwerke überprüft werden und als Qualitätssiegel eine verlässliche Informationsquelle für Medioplaner darstellen. Die SLA-Standards betreffen die Bereiche Hosting, Betrieb, Vor-Ort-Fehlerbehebung sowie Content-Überprüfung und Fehlermeldungen.

## 3. DooH Commercial Standards (Buchungsparameter)

Gibt es regionale Buchungsmöglichkeiten? Wie lan-

ge darf der Spot sein? Gibt es die Möglichkeit, Zeitschienen zu buchen? Medioplaner 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, Spotrotation 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.

## Interactive Digital Signage: right to the point Professional touch built to last

Elo Touch Solutions Interactive Digital Signage touch displays are attractive and professional-grade, rugged enough to provide consistent performance in public environments.

- Built for use 24/7 with 3 year standard warranty
- Choose between single touch and multi touch
- Bright pure-glass touchscreens for crystal clear images



Sizes from 32" to 70"  
More to come!



Stylish and thin  
70" only 89mm in depth

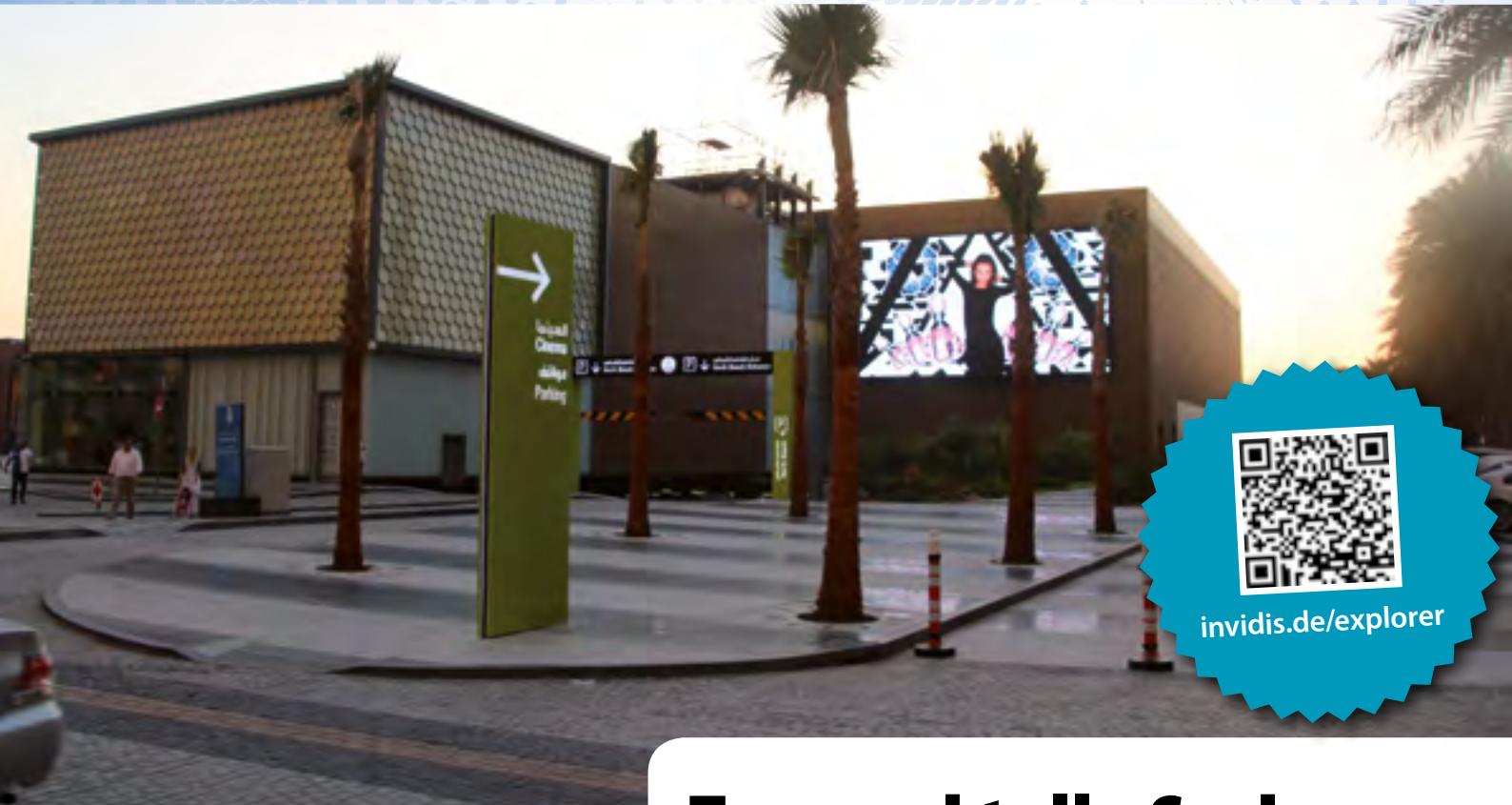
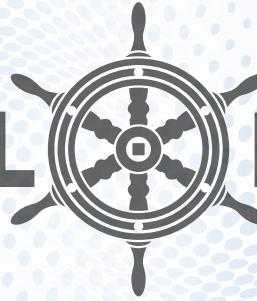


Optional computer modules, OPS  
kits and additional peripherals

To learn more about the Elo Touch Solutions Interactive Digital Signage family, visit  
[www.elotouch.com/IDS](http://www.elotouch.com/IDS)



Designed for touch  
[www.elotouch.com](http://www.elotouch.com)



[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 der Projektdatenbank *Digital Signage Explorer* erfasst und bewertet invidis consulting Digital Signage- und Digital-out-of-Home-Installationen rund um die Welt – von San Francisco über Dubai bis Singapur. Der aktuelle Schwerpunkt liegt auf Projekten in Europa, aktuell sind in der Projektdatenbank fast 350 Installationen erfasst (Stand September 2014).

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

Logistik | Gastronomie

Branche

Ein aussortieren

Display-Werbedaten

Ein aussortieren

Projektpartner

Ein aussortieren

Filter

Filter

Suche starten

Auswahl nach Branche

Branche	Titel
Reise- & Freizeit, Appareil	10
Reise- & Freizeit, Dienst.	21
Reise- & Reisen	21
Reise- & Kommunikation	11
Shopping Mall	13
Reise- & Reisebüro	23
Reisebüro - 234	7
Reisebüro - Kommunikation	7
Reise- & Tourismus	9
Reise- & Tourismus	4

Auswahl nach Stadt

Stadt	Titel
Wien	34
Universität	23
Paris	22
Frankfurt	11
Paris Flagship Store	9
Prinzenalle	9
sozialmedien@KfW	8
Unilever Köln	8
Das Neuer Kons.	8
Prozent@kosten	8
Conseil Mittelsta	8

Auswahl nach invidis Wertung

Wertung	Titel	Wertung
Ein Engel	10	
Küche Düsseldorf	10	
Ein Engel	9	
Paris Flagship Store	9	
Prinzenalle	9	
sozialmedien@KfW	8	
Unilever Köln	8	
Das Neuer Kons.	8	
Prozent@kosten	8	
Conseil Mittelsta	8	

# Kostbares Wissen

Der „OVAB Europe DBCI“ liefert ein genaues Stimmungsbild und mit den neuen Fokusthemen noch tiefere Einblicke in den Markt.

Welches Betriebssystem wird am häufigsten genutzt? Wie groß sind die umgesetzten Projekte? Welchen Umsatz erwarten die Marktteilnehmer im laufenden Jahr und stellen sie Personal ein? Antworten auf solche und viele weitere Fragen sind kostbar, weil sie einen genauen Einblick in den Markt geben und die Geschäftslage widerspiegeln. Der OVAB Europe Digital Signage Business Climate Index (DBCI) befragt regelmäßig die Marktteilnehmer und ist damit Frühindikator für die Branche.

Der DBCI wird bereits seit fünf Jahren von invidis consulting in Deutschland, Österreich und der Schweiz erhoben, zunächst vierteljährlich, seit vergangenem Jahr zweimonatlich. Neu seit 2013 sind auch die Zusatzfragen zu wechselnden Schwerpunktthemen. Seit dem Startschuss des DBCI hat sich dieser nicht nur inhaltlich weiterentwickelt, sondern auch geographisch. Befragt werden Marktteilnehmer aus der Digital Signage- und der Digital-out-of-Home-Branche in zahlreichen europäischen Ländern. Unterstützt wird der DBCI durch den OVAB Europe.

### Optimismus auch bei Flauten

Der DBCI funktioniert ähnlich wie der Geschäftsklimaindex des ifo Institutes in Deutschland und wird aus den Ergebnissen zu „Aktuelle Geschäftslage“ und „Geschäftserwartungen“ berechnet. Allein in Deutschland, Österreich und der Schweiz erreichen invidis consulting bei jeder Erhebung rund 150 Meldungen ausgewählter Unternehmen – vom Displayhersteller über den Systemintegrator bis hin zum Netzwerkbetreiber. Die Ergebnisse und die Zusatzfragen werden von den Branchenexperten von invidis consulting bewertet und interpretiert. Dadurch ergibt sich ein genaues Stimmungsbild des Marktes.

Im Frühjahr 2013 erreichte der DBCI mit 92,47 Zählerpunkten seinen bisherigen Rekordwert. Zwischenzeitlich flautete er etwas ab, bedingt durch die schlechte gesamtwirtschaftliche Lage. Trotzdem war und ist die Branche durchweg optimistisch: Die Ergebnisse des DBCI 2013 zeigen, dass selbst in schwierigen Zeiten niemand an einen Abschwung glaubt.

### Alle DACH-Länder wachsen

Im Gegenteil, der Digital Signage-Markt wächst und konsolidiert sich. Im vergangenen Jahr wurden neue Großprojekte ausgeschrieben, bestehende Projekte auf den neuesten Stand gebracht und viele kleine Installationen durchgeführt. Das liegt nicht nur an der guten Arbeit mit den Kunden und dem gewachsenen Verständnis für Digital Signage, sondern auch an sinkenden Projektkosten durch neue Technologien. Dadurch verringert sich auch die Einstiegshürde für Kunden.

Erfreulich ist, dass sich die gesamte DACH-Region positiv entwickelt. In Österreich kommen die Investitionen hauptsächlich aus den Bereichen Tourismus, Verkehr und öffentliche Hand; und fast alles konzentriert sich um die Hauptstadt Wien. In der Schweiz dagegen sind Banking und Transport die wichtigsten Treiber. Mit solchen Informationen zeigt der DBCI regionale Unterschiede auf, die für alle Marktteilnehmer bei ihrer Arbeit wichtig sind.

### Detailliertes Marktbild dank Zusatzfragen

Über die seit vergangenem Jahr erhobenen Zusatz-

## DooH industry

### OVAB Europe DBCI | Erfasste Länder



Grafik: invidis consulting

fragen lassen sich spezifische Themen genauer abfragen. Die Experten bei invidis consulting ordnen diese in einen Gesamtkontext ein und können auf diese Weise ein detailliertes Bild des Digital Signage-Marktes und seiner Teilnehmer liefern. Deswegen ist es nun endlich möglich, die eingangs gestellten Fragen zu beantworten. Der DBCI hat 2013 verraten, dass Windows das meist genutzte Betriebssystem ist, dass primär kleinere Projekte das Marktwachstum vorantreiben, dass die Umsatzerwartungen aller Unternehmen steigen und dass Personal eingestellt wird. Informationen, die ohne die umfassenden und regelmäßigen Erhebungen nur erahnt, aber nicht fundiert belegt werden könnten.

Der DBCI ist zur wichtigsten Markterhebung geworden. Denn er deckt neben der Digital Signage-Branche auch den Digital-out-of-Home-Markt ab. Schnitt-

stellen können so ermittelt und analysiert werden. Der DBCI ist zudem ein Index, der es ermöglicht, die verschiedenen Länder in Europa miteinander zu vergleichen. Er liefert damit regelmäßig ein gesamteuropäisches Stimmungsbild und wichtige Hinweise darauf, wie sich Digital Signage entwickeln wird.

**Weitere Informationen finden Sie hier:**  
[invidis.de/dbci](http://invidis.de/dbci)



# Kompetente Beratung

**invidis consulting unterstützt bei allen Fragen rund um Digital Signage und Digital-out-of-Home.**

Die invidis consulting GmbH mit Sitz in München ist eines der führenden europäischen Beratungsunternehmen für Digital Signage und Digital-out-of-Home. Dies liegt vor allem an den Mitarbeitern, die den Markt genauestens kennen. Als invidis consulting 2006 von Florian Rotberg und Oliver Schwede gegründet wurde, stand der Digital Signage-Markt noch ganz am Anfang. Die Unternehmensberatung erkannte das Potential frühzeitig und spezialisierte sich bald von einer IT-Beratung hin auf das Thema Digital Signage.

Seit nun mehr acht Jahren ist invidis consulting am Markt tätig. Anders als viele IT-Berater definiert das Unternehmen Digital Signage als Kommunikationsmedium. In dieser Betrachtungsweise benötigt Digital Signage eine Kommunikationsstrategie, ein Konzept und die dazu passende Technik. Das Medium wird also ganzheitlich betrachtet.

Mittlerweile hat invidis consulting einen festen Stamm von insgesamt sieben Mitarbeitern aufgebaut und wird durch freie Berater, Redakteure, Grafiker, Programmierer und Partner unterstützt.

Das Kernteam setzt sich aus Beratern, Analysten, Marktforschern, Ingenieuren, System-Architekten, Projektmanagern sowie Marketing- und Kommunikationsspezialisten zusammen, die über unterschiedliche Beratungsschwerpunkte und Qualifikationen verfügen und je nach Kunden projektbezogen in Teams zusammengestellt werden.

Die Mitarbeiter von invidis consulting kennen den Digital Signage- und Digital-out-of-Home-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 im vergangenen Jahr erfolgreich eingeführt wurden.



invidis consulting 2014: Daniel Russell, Thomas Kletschke, Theresa Amann, Oliver Schwede, Jörg Sailer, Christine Koller, Florian Rotberg (v.l.n.r.)  
(Bild: Anette Mayerhofer)




## invidis Digital Signage & Digital-out-of-Home

**invidis**  
Consulting

**invidis**  
Research

**invidis**  
Communication

invidis consulting ist ein renommiertes europäisches Beratungs- und Kommunikationsunternehmen für Digital Signage und digitale Außenwerbung (Digital-out-of-Home).

**Fakten invidis consulting GmbH:**

- Gründer: Florian Rotberg und Oliver Schwede
- Gründungsjahr: 2006
- Firmensitz: München
- Mitarbeiter: sieben feste Mitarbeiter plus freie Berater, Analysten, Redakteure, Grafiker und Programmierer

**invidis consulting teilt sich auf in die Säulen Consulting, Research sowie Communication & Events.**

**invidis Consulting**

- Markteintrittsstrategien
- Strategische Positionierung
- Vertriebsstrategien
- Markt- und Wettbewerbsanalysen
- SWOT-Analysen

**invidis Research**

- Single- und Multi-Client-Studien zu Produkten und Märkten
- Branchenstudien
- Entwicklung und Erhebung des Digital Signage & DooH Business Climate Index (DBCI)
- Erhebung des jährlichen Digital Signage Anbieter Performance-Ranking
- Erhebung des jährlichen DooH-Netzwerkverzeichnisses

**invidis Communication & Events**

- News-Portal invidis.de
- invidis Newsletter
- Magazine für Digital Signage und Digital-out-of-Home
- OVAB Digital Signage Conference Munich
- Konzeption von und Mitarbeit an Messen und Konferenzen, u.a. in Amsterdam, Moskau und Dubai
- Marketingkampagnen

# invidis Digital Signage & Digital-out-of-Home ANBIETERVERZEICHNIS

Im „invidis Digital Signage & Digital-out-of-Home Anbieterverzeichnis“ finden Auftraggeber, Entscheider und Planer die richtigen Partner für ihre Digital Signage- und Digital-out-of-Home (DooH)-Projekte.

**invidis consulting GmbH**

Rosenheimerstrasse 185  
81671 München  
Deutschland

Christine Koller  
+49 89 2000 416 17  
christine.koller@invidis.com

[www.invidis.de/invidis-consulting/](http://www.invidis.de/invidis-consulting/)





Mit frühzeitigem und umfassendem Engagement auf dem schnell wachsenden Digital-Signage- und Digital-out-of-Home (DooH)-Markt hat sich invidis consulting ein breites und umfangreiches Know-how aufgebaut. Die Branchenspezialisten beraten europaweit Anbieter aber auch Anwender digitaler Informationskästen. Das Beratungsspektrum reicht von der Konzeption, über Ausschreibungen und Projektmanagement bis zur strategischen Management-Beratung.

Kategorie: [Beratung](#)

Beispiel Premiumeintrag

LEISTUNG	KOSTENLOSSER EINTRAG	PREMIUMEINTRAG - 590 € pro Jahr -
Firmenname	✓	✓
Logo (150 x 150 px, min. 72 dpi)		✓
Adresse (Straße, PLZ, Stadt, Land)		✓
Kontaktdaten (Name, Telefon, Fax, E-Mail)		✓
Links (Webseite, Facebook, Twitter, Google+, YouTube)		✓
Firmen- oder Produkttext (max. 400 Zeichen, inkl. Leerzeichen)		✓
Automatische Verlinkung (Firmenname wird automatisch in redaktionellen Artikeln auf invidis.de verlinkt)		✓
Auswahl von maximal drei Kategorien		✓
Widget auf invidis.de (Logos aller Anbieter nach Zufallsprinzip rotierend)		✓
1 Posting auf invidis.de*		✓
1 Posting im invidis Newsletter**		✓

Bei Interesse an einer Buchung oder bei Fragen wenden Sie sich bitte an:

## Christine Koller

invidis consulting GmbH

E-Mail: [Christine.Koller@invidis.com](mailto:Christine.Koller@invidis.com)

Telefon: +49 89 2000 416-17

\* invidis.de: 669.637 Page Impressions (IVW-geprüft), 168.252 Unique Visitors in 2013

\*\* invidis Newsletter: 1.350 Abonnenten (wörtiglich), 30% Öffnungsrate

# 8th MUNICH CONFERENCE

# digital signage

17 – 18 September 2014  
Kempinski Hotel Airport Munich

**SAVE THE DATE!**  
**16./17. September  
2015**

**Vielen Dank an die Sponsoren und Partner der  
OVAB Digital Signage Conference Munich 2014!**

**PLATINUM SPONSOR**



**GOLD SPONSORS**



**SILVER SPONSOR**



**BRONZE SPONSORS**



**CONFERENCE SPONSORS**



**TECHNOLOGY & CONTENT PARTNERS**



**MEDIA PARTNERS**



**COOPERATION PARTNERS**

# 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	
engram	S. 67
PrintScreenMedia	S. 82

DISPLAYS	
Advantech	S. 60
Elo Touch Solutions	S. 66
iiyama	S. 70
Inputech	S. 72
Kern & Stelly Medientechnik	S. 74
LG Electronics	S. 76
NEC	S. 78
Pilot	S. 81
Samsung	S. 84
Sharp	S. 86
Sonus	S. 87

DISTRIBUTOREN	
Christiansen	S. 62
CONCEPT International	S. 63
Kern & Stelly Medientechnik	S. 74
Littlebit Technology	S. 77
Pilot	S. 81
Tech Data Maverick	S. 88

FULL SERVICE AGENTUREN	
~sedna	S. 59
komma,tec redaction	S. 75
Videro	S. 89

HALTERUNGEN	
Hagor	S. 69
Peerless AV	S. 80

INTEGRATOREN	
Cancom Didas	S. 61
Kapsch	S. 73
netvico	S. 79
PrintScreenMedia	S. 82
Westiform	S. 90

MEDIAPLAYER	
Advantech	S. 60
Christiansen	S. 62
CONCEPT International	S. 63
Elo Touch Solutions	S. 66

	ZUBEHÖR
Christiansen	Hagor
CONCEPT International	Peerless AV
Kern & Stelly Medientechnik	Sharp
Littlebit Technology	Sonus
NEC	
PrintScreenMedia	
PROVISIO	
Samsung	
SCALA	
Videro	
Westiform	

SERVICES	
Cancom Didas	S. 61
dimedis	S. 64
easescreen	S. 65
Grassfish	S. 68
InoNet	S. 71
Kapsch	S. 73
SCALA	S. 85
Westiform	S. 90

SOFTWARE	
~sedna	S. 59
dimedis	S. 64
easescreen	S. 65
engram	S. 67
Grassfish	S. 68
komma,tec redaction	S. 75
netvico	S. 79
PROVISIO	S. 83
Samsung	S. 84
SCALA	S. 85
Videro	S. 89

ZUBEHÖR	
Hagor	S. 69
Peerless AV	S. 80
Sharp	S. 86
Sonus	S. 87



## ~sedna GmbH

~sedna gmbh

Die ~sedna GmbH entwickelt digitale Lösungen für den Einsatz in den Bereichen Digital Signage und Multi-Touch. Die Mac-basierte und preisgekrönte Softwarelösung ~sedna presenter® stellt das Herzstück unserer Entwicklungen dar und verfolgt einen einfachen und intuitiven, aber enorm flexiblen, leistungsfähigen und professionellen Ansatz.

Getrieben von Innovation, einem hohen Qualitätsstandard, Benutzer-zentriertem Design und größtmöglicher Flexibilität wird ~sedna presenter® weltweit für hochwertige und professionelle Installationen eingesetzt.

Egal ob Inhalte auf einem kleinen iPad oder iPhone-Display oder gigantischen LED-Wänden angezeigt werden sollen- mit ~sedna presenter® werden die Möglichkeiten nur noch durch die eigene Kreativität begrenzt.

Sie sind auf der Suche nach dem ultimativen Kreativ-Werkzeug für die bestmögliche Umsetzung Ihrer Kundenprojekte? Kontaktieren Sie uns noch heute.

~sedna presenter®. Digital Signage-Done Right.

~SEDNA GMBH

ANSGAR BÜTTNER

SALZUFER 13F

D-10587 BERLIN

TELEFON +49 (0)30 390489 300

INFO@SEDNA.DE

WWW.SEDNA.DE/INVIDIS



# Advantech

## All-in-One Service Touch Computers from 15" to 32"

**Advantech's** Ubiquitous Touch Computers (UTC) offer several solutions for digital media signage, self-service kiosk and interactive interfaces. These products feature all-in-one computers with wide format and multi-touch TFT LCD panels. UTC ensures successful delivery of dynamic content. With scalability, key peripherals are available, such as NFC, RFID, barcode, smart card reader, and a camera module. Advantech UTC series help display a diverse range of apps, like self-service kiosk, digital media signage, and promotional applications. Remote control and cloud computing of panel kiosks are critical for remote network interactions. The industrial reliability of the fanless UTC with wall mount or stand, also creates a solid base for an all-in-one computer kiosk and interactive interface for users.

**ADVANTECH**

*Enabling an Intelligent Planet*

**ADVANTECH EUROPE B.V.**

BIJSTER 20A

NL-4817 HX BREDA

PHONE +31 76 5233100

ISERVICE@CUSTOMERCARE.EU

WWW.ADVANTECH.EU

Anzeige



## CANCOM DIDAS

**CANCOM**

Ob digitale Verkaufsförderung am Point of Sale, Wegeleitsysteme, Video Walls oder Konferenzraumtechnik – für alles ist sowohl detaillierte Kenntnis im Bereich Medientechnik als auch in der IT-Netzwerktechnik notwendig.

Bei **CANCOM DIDAS** bekommen Sie das gesamte Paket – von der Beratung und Planung über Installation und Schulung bis hin zum Betrieb. Und bei speziellen Wünschen greifen wir auf ein weites Netzwerk an Partnern zurück, egal ob Architekten oder Kreativagenturen für die Content-Erstellung. Profitieren Sie von reibungsloser digitaler Kommunikation mit Ihren Kunden und Mitarbeitern.

**CANCOM DIDAS** ist deutschlandweit mit ca. 270 Mitarbeitern vertreten und betreibt im Kundenauftrag Warenwirtschafts-, In-Store-Radio- und Digital-Signage-Installationen an über 2.000 Points of Sale.

Seit Juli 2014 gehören wir dem Unternehmensverbund der renommierten CANCOM SE an.

**CANCOM DIDAS GMBH**

ELISABETH-SELBERT-STR. 4A

D-40764 LANGENFELD

TELEFON +49 (0)2173 59660

MEDIENTECHNIK@CANCOM.DE

WWW.CANCOM-DIDAS.DE



# Christiansen

**IAdea** ist ein weltweit führender Hersteller von Digital-Signage-Mediaplayern und Signboards. Über 100.000 Geräte sind bereits im Einsatz und liefern aufregende Live-Inhalte. Die Geräte passen dank ihrer kompakten Größe auch in räumlich begrenzte Bereiche, sind einfach zu installieren, zuverlässig im Dauerbetrieb und flexibel für sämtliche standardkonforme CMS-Softwarelösungen.

Die Content-Darstellung von **IAdea** wird für ihre Projekte mit einfachen Standards wie SMIL und HTML5 leicht gemacht. Die Systeme können via Internet gesteuert und konfiguriert werden.

Smart-Control-Technologie für Bildschirme verschiedenster Größen! Aktuell werden Projekte mit 10"-Signboards in 7.500 Lotto-Annahmestellen eingesetzt, von denen jedes über das eingebaute HDMI ein zweites, externes Display ansteuert – insgesamt 15.000 Bildschirme. Die **IAdea**-Systemlösung steht für Zuverlässigkeit, Einfachheit, Flexibilität und Skalierbarkeit und ist in Europa über die **Christiansen GmbH** erhältlich.



[digitalsignage.de](http://digitalsignage.de)



CHRISTIANSEN

## CHRISTIANSEN GMBH

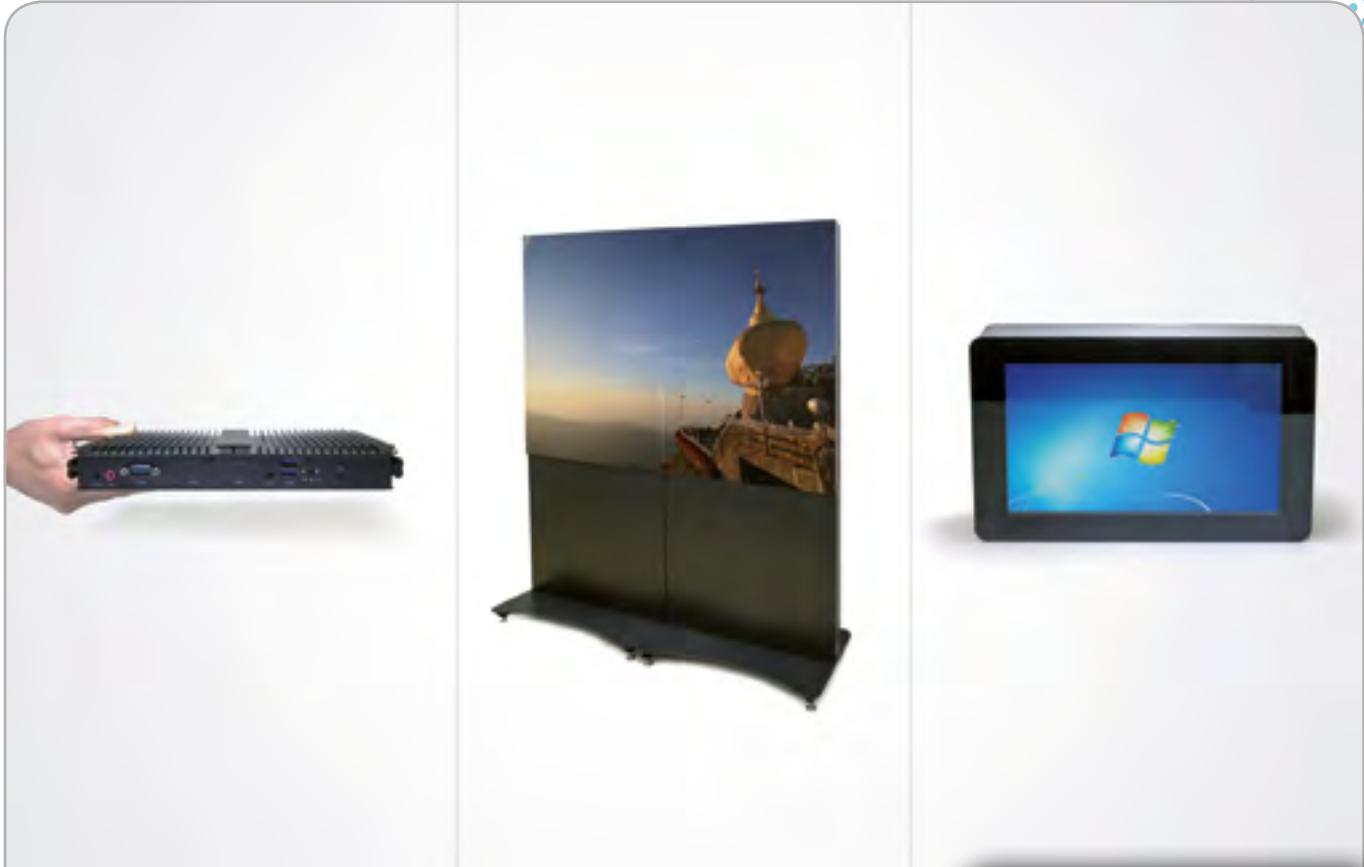
WERFTBAHNSTR. 8

D-24143 KIEL

TELEFON +49 (0)431 66 870 23

OFFICE@CHRISTIANSEN-GMBH.DE

WWW.DIGITALSIGNAGE.DE



# Concept International

**Concept International** ist ein führender Value Added Distributor für Digital Signage Hardware und vertritt die Marken Giada, DT Research, Shimian, Pallas und Panzerbox. Zum Portfolio gehören u.a. Mini-PCs, steglose Videowall-Displays, Android Displays sowie Display-Schutzgehäuse und Kiosksysteme „Made in Germany“.

Aktuelle Highlights im Angebot:

- **Mini-PC Giada F300:** Das nur 35 Millimeter dünne Gerät wird ohne Lüfter gekühlt und hat keine beweglichen Teile. Zu den wichtigsten Ausstattungsmerkmalen gehört der Prozessor Intel Core i5 4200U mit der Grafikeinheit HD4400 (4. Generation „Haswell“).
- **Randlose Large-Format-Displays** Concept VW47 und Concept VW55. Bei diesen Bildschirmen für Video-Walls sind die Rahmen aus transparentem Material gefertigt und sind schon aus wenigen Metern Entfernung kaum noch zu sehen.
- **Schutzgehäuse „Panzerbox“** für Large-Format-Displays. Das in Deutschland gefertigte Alugehäuse mit durchgehender Sicherheitsglasfront bietet eine sichere Aufnahme für Flachbildschirme inklusive Heizung, Lüftung und Mini-PC.

Systemintegratoren und Wiederverkäufern bietet **Concept International** Projektunterstützung sowie sehr attraktive Konditionen.

**CONCEPT**  
INTERNATIONAL GMBH

**CONCEPT INTERNATIONAL GMBH**

MICHAEL EDER

ZWEIBRÜCKENSTR. 5-7

D-80331 MÜNCHEN

TELEFON +49 (0)89 9616085-20

SALES@CONCEPT.BIZ

WWW.CONCEPT.BIZ



## dimedis

Das 1996 in Köln gegründete Software-Unternehmen **dimedis** hat sich auf Messe- und Digital Signage-Lösungen spezialisiert. Zum Kundenkreis der **dimedis GmbH** zählen u.a. die Messen Düsseldorf, Stockholm, Köln und Stuttgart, die Westfalenhallen Dortmund, Reed Exhibitions Deutschland, BVB, British American Tobacco, Sparkasse Essen und Gebr. Jäger TTC sowie die Shopping Center Arcaden Shopping, ECE und SEC.

### 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 5.000 Playern in ganz Europa genutzt. **kompas** steuert eines der größten Digital Signage Netzwerke Deutschlands. Die **kompas** Software basiert vollständig auf HTML5. Zur **kompas** Produktfamilie gehört die preisgekrönte Wegeleitung **kompas wayfinding**. **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), [www.kompas-wayfinding.de](http://www.kompas-wayfinding.de)

**kompas**  
Digital Signage Software

## dimedis

**DIMEDIS GMBH**

DILLENBURGER STR. 83

D-51105 KÖLN

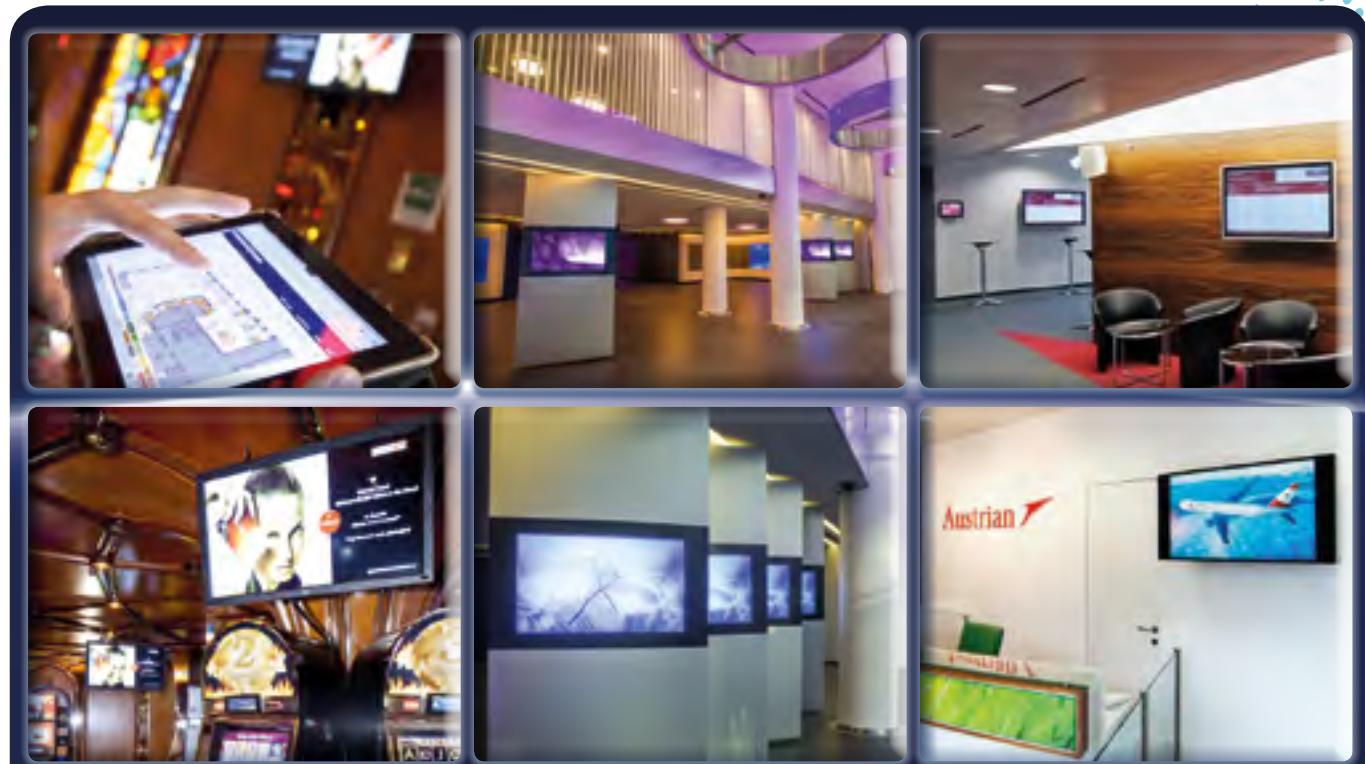
TELEFON +49 (0)221 92 12 60 0

CONTACT@DIMEDIS.DE

WWW.DIMEDIS.DE

WWW.KOMPAS-SOFTWARE.DE

Anzeige



© Christian Husar/ Rita Newman/ Pichler Medientechnik

SIMPLE USAGE, STRIKING EFFECT!

## easescreen

**eas****screen**  
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 MEDIENTECHNIK 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



## Elo Touch Solutions

**Elo Touch Solutions, weltweit führender Anbieter von Touchscreen-Technologien**

**Elo Touch Solutions** produziert ein umfassendes Produktangebot von Touch-Lösungen, welche die Schnittstelle zwischen Mensch und Computer vereinfachen. Unsere Lösungen wurden für die hohen Anforderungen verschiedener Märkte und Anwendungen für den weltweiten Einsatz entwickelt. Zum **Elo**-Portfolio gehört die breiteste Auswahl an Touchscreenkomponenten, Touchmonitoren, Touchcomputern und Interactive Digital Signage Displays.

Die **Elo** Interactive Digital Signage Displays kombinieren einen Vielzahl von Produkteigenschaften, die eine konstante Leistung in anspruchsvollen, öffentlichen Umgebungen ermöglichen. Das IDS System ist mit einem robusten Panel ausgestattet, welches speziell für kommerzielle Umgebungen entwickelt wurde, erhältlich in den Versionen 32", 42", 55" und 70" mit einer nachgewiesenen Lebensdauer von 50.000 Stunden (MTBF). Die IDS Geräte sind mit optionalen Computermodulen erhältlich. Sie bieten eine vollständig integrierte, kabellose Komplettlösung.

**elo** TOUCH  
SOLUTIONS

**ELO TOUCH SOLUTIONS**

KOLONEL BEGAULTLAAN 1C11

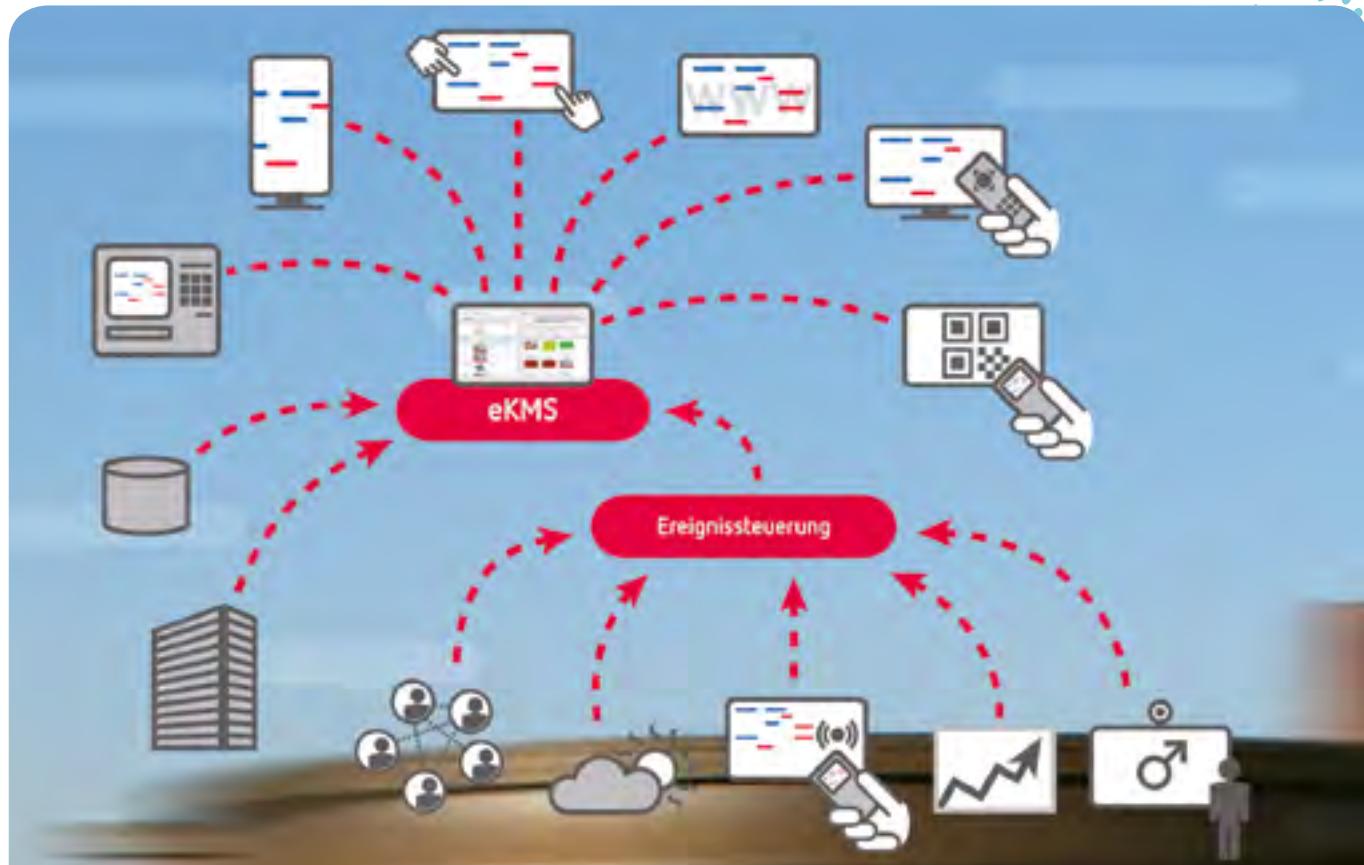
B-3012 LEUVEN

TELEFON +32 (0)16 704 500

ELOSALES@ELOTOUCH.COM

WWW.ELOTOUCH.DE

Anzeige



# 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 „Ereignissesteuerung“ 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 ausgesteuert, 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 Kleidungsstücks spielt das **eKMS** so beispielsweise die genau darauf abgestimmten Accessoires ein.

Mehr zielgerichtete und interaktive Ansprache am PoS – mehr Vertriebserfolge 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 620298-0

THOMAS.SIEVERS@ENGRAM.DE

WWW.ENGRAM.DE



# Grassfish

Turning information into excitement!

**Grassfish** hat sich als Europas führender Softwarehersteller bei der Realisierung digitaler Mediennetzwerke etabliert und ist auf **umfangreiche Multi-Channel-Projekte** im Handel, Automotive, Banking und in der Unternehmenskommunikation spezialisiert.

Unser Softwareportfolio deckt eine homogene Steuerung eines umfassenden Endgeräte-Netzwerks ab: von **Digital Signage- und Videowall-Lösungen** über **interaktive Shop-Solutions** bis hin zu **Tablets** sowie **digitalen Tür- und Preisschildern**. Die umfangreiche Unterstützung unternehmensinterner Abläufe und Strukturen ermöglicht unseren Kunden, das volle Potenzial ganzheitlicher digitaler Markenführung optimal auszuschöpfen und ihre Marketing- und Vertriebsstrategien über alle Kanäle und Plattformen hinweg einfach und effektiv umzusetzen.

Mit unserem internationalen Partnernetzwerk garantieren wir **State-of-the-Art IT-Lösungen** und professionelle Beratung bei der Umsetzung Ihrer Crossmedia-Strategie!



**GRASSFISH MARKETING  
TECHNOLOGIES GMBH**

HEILIGENSTÄDTER STRASSE 31/1/601

A-1190 WIEN

TELEFON +43 (1)522 02 70

SALES@GRASSFISH.COM

WWW.GRASSFISH.COM

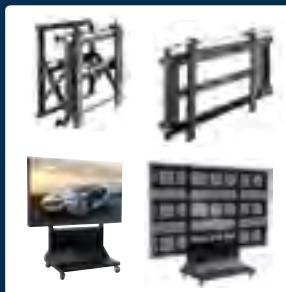


## PROFESSIONELLE HALTERUNGSSYSTEME

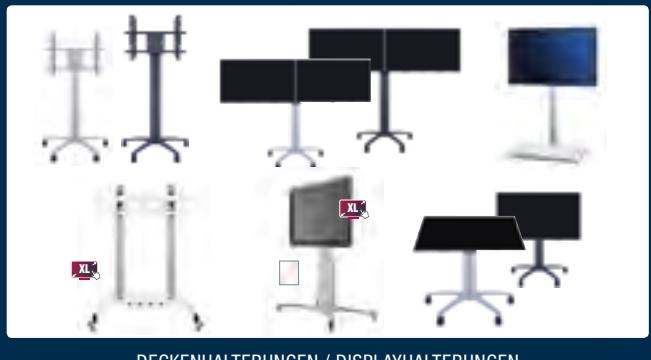
WANDHALTERUNGEN



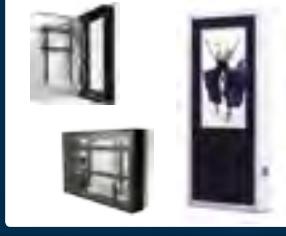
VIDEOWALL-HALTERUNGEN



STANDSYSTEME



OUTDOOR-GEHÄUSE / STELEN



INDOOR-STELEN



DECKENHALTERUNGEN / DISPLAYHALTERUNGEN



# HAGOR Products

## VIELSEITIG – FLEXIBEL – PROFESSIONELL

„Alles aus einer Hand“, das Motto des **Hagor Products** verfolgt und als einer der wenigen Halterungshersteller in Deutschland so auch verwirklichen kann.

TV-Installationen, ob einfach oder komplex, die passende Halterung für die benötigten Anforderungen zu finden ist nicht immer einfach. Durch unsere langjährige Erfahrung stehen wir Ihnen bei Beratungen oder der Begleitung Ihrer Projekte umfassend zur Seite.

Als starker Partner können wir Ihnen Installationsbeispiele anhand von 3D-Programmen aufzeigen, mögliche Risiken vorab einschätzen und somit Problemen bei Installationen vor Ort vorbeugen.

Videowallsysteme, Outdoorschutzgehäuse, Standsysteme und Stelen sind nur ein kurzer Auszug aus unserem Produktpotfolio und zeigen wie vielfältig wir Ihnen bei Ihrer Installation zur Seite stehen können.

Durch unsere Produktion vor Ort, können wir auch jeder Zeit Sonderlösungen gemeinsam mit Ihnen realisieren. Dies und noch vieles mehr zeichnet **Hagor Products** aus und macht uns zu Ihrem Partner im Halterungsbereich!

Für gesamtes Portfolio:



## HAGOR PRODUCTS GMBH

OBERBECKSENER STR. 97

32547 BAD OEYNHAUSEN

TELEFON +49 (0)5731 75507-0

HAGOR@HAGOR.DE

WWW.HAGOR.DE



# iiyama

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

Das Produktpotfolio reicht vom Einsteigermonitor bis hin zu hochwertigen Business Geräten für den professionellen Einsatz. Ein klarer Fokus liegt auf (Multi-)Touchscreens und Large Format Displays (LFD) für unterschiedlichste Einsatzbereiche. So bietet **iiyama** eine breite Produktpalette von über 20 Touch-Monitoren mit Bildschirmdiagonalen zwischen 15 und 65 Zoll sowie modernsten (Multi-) Touch-Technologien mit bis zu 30 Touchpunkten an. Darunter sind besonders widerstandsfähige und extrem ausfallsichere Geräte für Infopoints oder Kassensysteme ebenso vertreten wie LFDs für Digital Signage und interaktive Anwendungen, beispielsweise als Infoterminal im öffentlichen Raum, am POS / POI oder auf Messen. Nischenprodukte zur professionellen Videoüberwachung (CCTV) sowie mit Protection Glass runden das Angebot ab.

# iiyama

**IIYAMA DEUTSCHLAND GMBH**

WERNER-VON-SIEMENS STR. 4

D-85296 ROHRBACH/ILM

TELEFON +49 (0)8442-9629 0

SERVICE.DE@IIYAMA.COM

WWW.IIYAMA.DE



# InoNet

Die **InoNet Computer GmbH** steht Ihnen als kompetenter Lösungsanbieter bei der Realisierung Ihres Digital Signage-Projekts zur Seite. Seit 1998 konzentriert sich der Computerhersteller auf schlüsselfertige Digital Signage-Anwendungen, die genau auf den Bedarf des jeweiligen Projekts zugeschnitten sind. InoNet versteht die Anforderungen ihrer Kunden und kann so eine Lösung erarbeiten, die deren Erwartungen nicht nur abdeckt, sondern übertrifft.

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 Portfolio wird so ein bedarfsgerechtes und wirtschaftliches Gesamtpaket für jede Anforderung geschnürt.



**DIGITAL SIGNAGE**

**INONET COMPUTER GMBH**

**SUSANNE GOMEZ**

**WETTERSTEINSTR. 18**

**D-82024 TAUFKIRCHEN**

**TELEFON +49 (0)89 666096-0**

**SALES@INONET.COM**

**WWW.INONET.COM/DE/DIGITAL-SIGNAGE**



# Inputech

## knoXbox® – professionelle Outdoor Lösungen mit individueller Bildschirmbestückung

Mehr als 20 Jahre Erfahrung in der Entwicklung und Fertigung von Outdoor-Medien und das Know-how aus zahlreichen Projekten in nahezu allen Klimaregionen ließen dieses High-End Produkt der **Inputech GmbH** aus dem Deutschen Klettgau-Buehl entstehen. Nur ausgewählte, hochwertige und sehr robuste Materialien kommen bei der Fertigung zum Einsatz. Eine von uns spezielle entwickelte Systembautechnik, ausfeilte Steuertechnik und hochwertige Oberflächenfinishes sorgen für maximale Sicherheit und ein edles Erscheinungsbild. Das System kann beliebig an unterschiedliche Montagesituationen (Freistehende-, Wand- oder Pultmontage) und individuelle Gestaltungswünsche angepasst werden.



**INPUTECH GMBH**

**VITO PUNTILLO**

**REITERWEG 1**

**D-79771 KLETTGAU-BUEHL**

**TELEFON +41 (0)44 879 20 20**

**VITO.PUNTILLO@INPUTECH.CH**

**WWW.KNOXBOX.EU**

Anzeige



# 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 auch McDonald's Österreich.

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

**KAPSCH BUSINESSCOM AG**

WIENERBERGSTR. 53

A-1121 WIEN

TELEFON +43 (0)50 811 5427

ANTONIO.DEVALL@KAPSCH.NET

WWW.KAPSCH.NET/KBC/SOLUTIONS/  
MULTIMEDIA



**100 %  
Willkommen**

## Kern & Stelly Medientechnik

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

Im Jahr 2004 gegründet, zählt **Kern & Stelly** heute zu den wichtigsten Distributoren für Flachbildschirme, Projektoren, Visualizern und interaktiven Whiteboards in Deutschland.

Als offizieller Distributionspartner von Samsung, NEC, Sharp und Hitachi 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. Dabei ist unser Geschäftsmodell voll und ganz auf den Fachhandel ausgerichtet.

Der Kunde steht bei uns stets im Mittelpunkt. So waren, laut **Kern & Stelly** Kundenumfrage im November 2013, 95,6% unserer Kunden zufrieden oder sehr zufrieden mit unseren Leistungen. Neben einer schnellen Auftragsabwicklung legen wir besonderen Wert auf die Kompetenz, Freundlichkeit und gute Erreichbarkeit unserer Mitarbeiter. Darüber hinaus sind in unserem passwordgeschützten Fachhandelsportal unter [www.kern-stelly.de](http://www.kern-stelly.de) Produktinformationen, Lagerbestände, die Sendungsverfolgung von Bestellungen, Verkaufsaktionen und mehr rund um die Uhr abrufbar.



**KERN & STELLY MEDIENTECHNIK GMBH**

PAPENREYE 61

D-22453 HAMBURG

TELEFON +49 (0)40 572014 - 0

INFO@KERN-STELLY.DE

WWW.KERN-STELLY.DE

# Besuchen Sie uns im



## komma, tec redaction

**komma, tec**  
redaction GmbH

### komma, tec redaction GmbH – Ihr Spezialist für Digital Signage

Angefangen als Softwareunternehmen hat sich die **komma, tec redaction** in kürzester Zeit zu einem der größten Digital Signage Full Solution Integratoren im DACH-Markt entwickelt.

Das Hamburger Unternehmen hat es sich zur Aufgabe gemacht, seinen Kunden ganzheitliche Digital Signage Lösungen zu bieten, deren Mehrwert ersichtlich und deren Effekt spürbar ist.

### Digital Signage richtig verstehen – das ist der 1. Schritt zum Erfolg

Diesen Schritt ermöglicht die **komma, tec redaction** interessierten Unternehmen und Agenturen im hauseigenen Digital Signage Innovation Center. Inmitten der spektakulären Kulisse der Hamburger Speicherstadt bietet die **komma, tec redaction** auf einer Fläche von 400m<sup>2</sup> die exklusive Gelegenheit, einen Einblick in die Möglichkeiten digitaler Kommunikation zu erlangen und diese live zu erleben.

Transparente Displays, touch-sensitive Info-Terminals sowie interaktive Schaufenster und Bodenprojektionen sind nur ein kleiner Vorgeschmack auf das, was einen im Digital Signage Innovation Center der **komma, tec redaction** erwartet.

Überzeugen Sie sich selbst und schauen Sie auf einen Besuch vorbei!

### 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: 066570.KS) ist ein global führender Anbieter und technologischer Impulsgeber in den Bereichen Unterhaltungselektronik, Mobilkommunikation und Haushaltsgeräte. Mit weltweit 119 Niederlassungen und 86.000 Mitarbeitern erzielte **LG** im Geschäftsjahr 2013 einen Konzernumsatz von 53,10 Milliarden US-Dollar. **LG** ist einer der international führenden Hersteller von Flachbildfernsehern, Displays, Mobilgeräten, Klimageräten, Waschmaschinen und Kühlschränken. **LG Electronics** ist ENERGY STAR-Partner des Jahres 2014.

Das **LG** Geschäftskunden Team steht für langjährige Erfahrung im B2B-Umfeld und befasst sich mit den Anforderungen von Unternehmen jeder Größe. Die Märkte Deutschland, Österreich und Schweiz bilden eine gemeinsame Organisation. Mit Displays für Digital Signage, Hotel- und Krankenhaus-TV, bietet **LG** energieeffiziente und zuverlässige Produkte. Ein Qualitätsmerkmal ist das hochwertige S-IPS Panel.

In den vergangenen Jahren konnte der Innovationstreiber immer wieder Preise und Auszeichnungen für seine richtungsweisenden Produkte entgegennehmen. Wichtige Neuerungen wie flexible Displays oder gebogene Batterien gehen dabei aus der Zusammenarbeit spezialisierter Unternehmen innerhalb der **LG**-Gruppe hervor. Mehr Informationen unter: [www.lg.de/b2b](http://www.lg.de/b2b)



**LG ELECTRONICS DEUTSCHLAND GMBH**

INGO KRAUSE

BERLINER STR. 93

D-40880 RATINGEN

TELEFON +49 (0)2102 7008 404

B2B@LGE.DE

WWW.LG.DE/B2B

Anzeige



# Littlebit Technology

**Professionelle und massgeschneiderte Digital Signage Komplettlösungen von der Idee bis zum Content Management.**

Als **Produzent** der Computerlinie axxiv bauen wir die gewünschten Player & Systeme, beschaffen als IT-Distributor jegliche Hardware und Displays und kombinieren über unsere **Partnerschaften mit Software-Anbietern** die passende Applikation dazu.

Mit unserem Partnernetzwerk garantieren wir ein **optimal koordiniertes Roll-out und fachgerechte Installation.**

Dazu schnüren wir **individuelle Servicepakete** bis zum Hosting im eigenen Rechencenter.

In unserer topmodernen Schulungs-Infrastruktur bieten wir **spezifische Schulungen, Workshops oder Live-Trainings** für IT-Fachhändler aber auch für Endanwender an.

In Zusammenarbeit mit dem IT-Leasing Spezialisten GRENKE bieten wir abgestimmte Leasing- und Mietmodelle zur optimalen **Finanzierungslösung**, die bei dieser Neuanschaffung auch mehr Flexibilität ermöglicht.

**littlebit**  
TECHNOLOGY

**LITTLEBIT TECHNOLOGY AG**

BÖSCH 83

CH-6331 HÜNENBERG

TELEFON +41 (0)41 785 11 11

INFO@LITTLEBIT.CH

WWW.LITTLEBIT.CH



# NEC Display Solutions

## NEC Display Solutions: Marktführende Digital-Signage-Lösungen

**NEC Display Solutions Europe** ist Marktführer im Bereich Digital-Signage-Lösungen. Das Unternehmen mit Sitz in München hat neben leistungssstarker und zuverlässiger Hardware wie Public Displays oder Installationsprojektoren auch innovative Softwarelösungen wie die Adservicing-Plattform VUKUNET im Portfolio. **NEC** verfügt damit über das breiteste Digital-Signage-Angebot im Markt.

Neben den Produkten und Lösungen legt **NEC** auch großen Wert auf Beratung und Servicequalität. Gemeinsam mit seinen Partnern hat **NEC** ein einzigartiges Kompetenz-Netzwerk im Bereich Digital Signage aufgebaut. So ist es möglich, von der Netzwerk-Infrastruktur über die verwendete Hard- und Software bis hin zu den Inhalten, Komplettsysteme aus einer Hand zu liefern. Das Ergebnis ist ein einzigartiges Portfolio visueller Lösungskonzepte. Dadurch können Kunden neue, effektive Wege erschließen, um ihre Umsätze zu steigern.

Weitere Informationen sind unter [www.nec-display-solutions.com](http://www.nec-display-solutions.com) abrufbar.



**NEC DISPLAY SOLUTIONS EUROPE GMBH**

RALF BROKINKEL

LANDSHUTER ALLEE 12 – 14

D-80637 MÜNCHEN

TELEFON +49 (0)89 996990

[RALF.BROKINKEL@NEC-DISPLAYS.COM](mailto:RALF.BROKINKEL@NEC-DISPLAYS.COM)

[WWW.NEC-DISPLAY-SOLUTIONS.COM](http://WWW.NEC-DISPLAY-SOLUTIONS.COM)

Anzeige



# 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 Full-Service-Anbieter 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**  
architects of digital communication

**NETVICO GMBH**

TALSTR. 41

D-70188 STUTTGART

TELEFON +49 (0)711 220094-30

INFO@NETVICO.COM

WWW.NETVICO.COM



## Peerless AV

**peerless-AV®**

**Peerless AV** Peerless-AV ist führend in der Herstellung innovativer Montage-lösungen für die heutigen AV Anforderungen. Alle Produkte, voll mit installations-freundlichen Funktionen, sind dazu bestimmt, jedes Digital Signage Projekt zu unterstützen. Ob Multi-Bildschirm-Videowand, die ohne Messen oder Berechnungen installiert werden kann und dennoch eine völlig nahtlose Darstellung liefert, oder eine einzelne Bildschirmhalterung, die das Anpassen nach der Montage für eine optimale Nivellierung ermöglicht, **Peerless-AV** ist bemüht, jede Installation schnell und einfach zu gestalten.

Neu im Sortiment für 2014 sind:

- **Quick release:** Videowandhalterungen mit einer Schnelllösevorrichtung für Bildschirme bis zu 95" mit Druck-Löse-Mechanismus. Ideal für leichten Zugriff bei vertieften Anwendungen.
- **Modular Serie:** Die Komponenten dieser Serie können kombiniert werden, um mehrere Anforderungen zu erfüllen. Ob einzelne Bildschirm-Deckenhalterung oder unbegrenzte „Boden bis zur Decke“ Videowand-Anordnung.
- **Peerless Xtreme:** Branchenweit der einzige vollständig versiegelte Schau-kasten, der allen Wetterbedingungen auch bei grössten Temperaturunter-schieden widerstehen kann. Eine Universallösung für den Aussenbereich.
- **PeerCare:** Halterungen speziell für den Gesundheitsbereich. Die antimikro-bielle Oberfläche kontrolliert die Ausbreitung von Infektionen.

**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

Anzeige



# pilot

## Jederzeit im Einsatz für unsere Partner – fachkundig, kundennah, engagiert

Wir, die **pilot Computerhandels GmbH**, wurden als klassisches Distributions Unternehmen im Jahre 2003 in Seevetal bei Hamburg gegründet. Seitdem beliefern wir den nationalen und internationalen Fachhandel mit Produkten namhafter Hersteller. Eine flache Firmenhierarchie ermöglicht es uns, flexibel auf Marktgegebenheiten zu reagieren. So gründeten wir ein speziell ausgebildetes Kompetenzteam, nachdem wir das Potential des schnell wachsenden DS Markt erkannten. Mittlerweile umfasst der DS-Bereich einen großen Anteil unseres Produktpportfolios.

Von der Projektanfrage bis über den Roll-Out hinaus gewährleisten wir immer einen kompetenten Ansprechpartner. Oft beraten unsere Experten auch die Endkunden persönlich, wenn dies vom Projektpartner gewünscht ist. In unserem Schulungszentrum kann sich jeder Interessierte die innovativen und modernen Technologien live und vor Ort ansehen. Hier stehen unsere Mitarbeiter des DS-Kompetenzteams oder auch Spezialisten von den Herstellern für Sie bereit.

Jederzeit im Einsatz für unsere Partner – fachkundig, kundennah, engagiert. Nehmen Sie uns gern beim Wort.

**pilot**  
Computerhandels GmbH

**PILOT COMPUTERHANDELS GMBH**

**FRANK RADTKE**

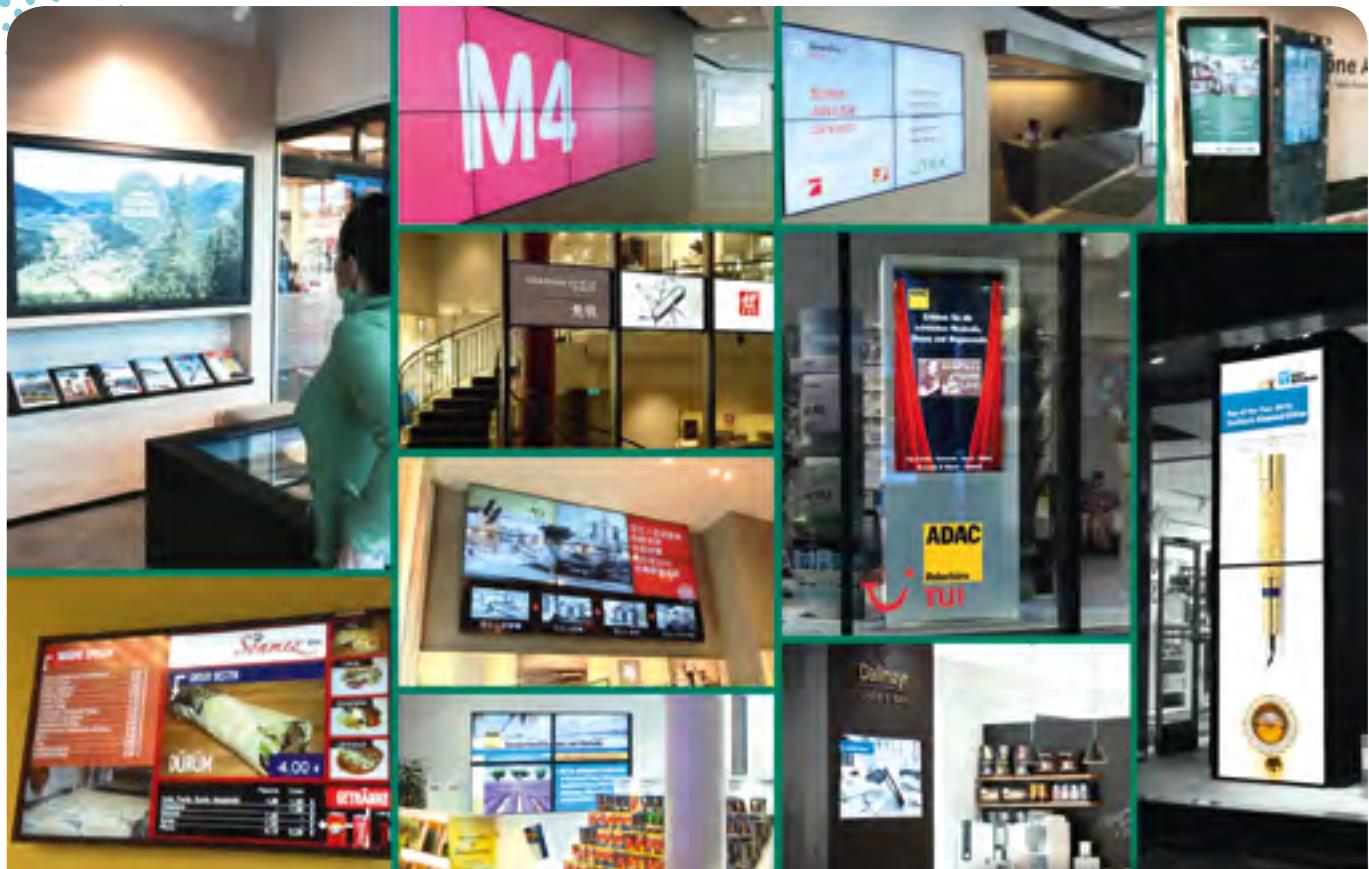
**APPENSTEDTER WEG 59A**

**D-21217 SEEVETAL**

**TELEFON +49 (0)40 709737 533**

**LFD@PILOT-COMPUTER.DE**

**WWW.PILOT-COMPUTER.DE**



# 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



# PROVISIO

**PROVISIO®**  
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

## Digital Zeichen setzen – mit Samsung SMART Signage.

Immer mehr Unternehmen entdecken die schier unendlichen Möglichkeiten digitaler Werbe- und Informationssysteme für ihre Kommunikation. Und setzen dabei auf SMART Signage Produkte von **Samsung**. Dank der Verbindung aus führender Displaytechnologie und der passenden Software für das Inhalts- und Gerätemanagement bietet **Samsung SMART Signage** die ideale Basis für professionelles Digital Signage. Zur Auswahl steht eine breites Portfolio an hochwertigen Displays, die für den Einsatz in den unterschiedlichsten Anwendungsszenarien optimiert wurden – überzeugen Sie sich selbst!

### Viele Gründe sprechen für Samsung SMART Signage:

1. **Samsung** verfügt über langjährige Erfahrung im Display-Bereich.
2. Das umfangreiche **Samsung** Produktpotfolio bietet das passende Produkt für nahezu alle Anforderungen – von startbereiten Standalone-Lösungen bis hin zu aufsehenerregenden Videowänden.
3. Die bewährte **Samsung** Display-Qualität gewährleistet einen einwandfreien Betrieb und eine lange Lebensdauer.
4. **Samsung SMART Signage** Produkte überzeugen mit innovativen und einfach zu bedienenden Lösungen wie SoC 2.0.
5. Die MagicInfo Softwarefamilie ermöglicht ein professionelles Inhalts- und Gerätemanagement.
6. Das ansprechende **Samsung** Design sorgt für einen repräsentativen Auftritt.
7. Der zuverlässige und schnelle **Samsung** Vor-Ort-Service hilft im „Fall der Fälle“.



**SAMSUNG ELECTRONICS GMBH**

AM KRONBERGER HANG 6

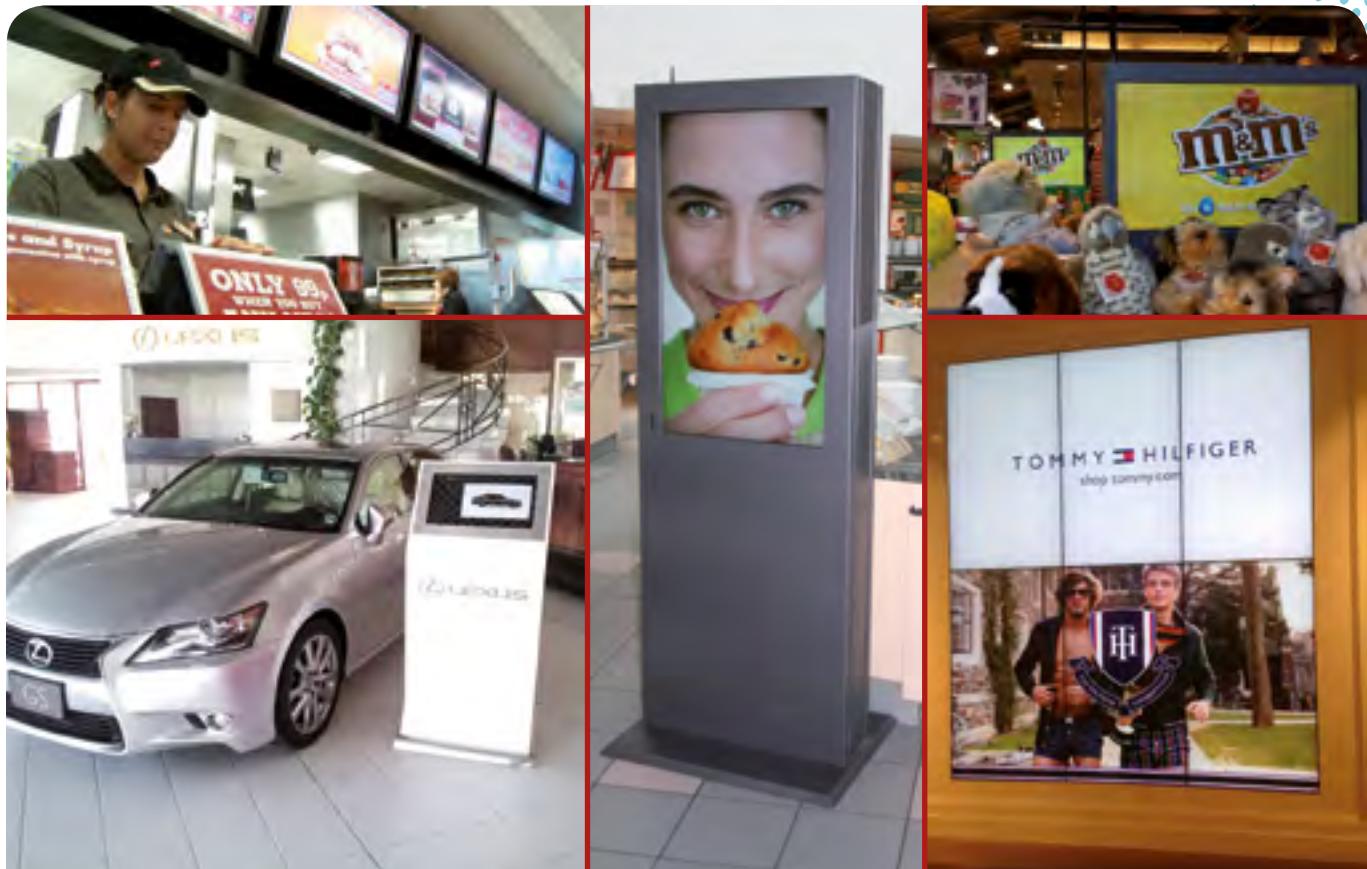
D-65824 SCHWALBACH

TELEFON +49 (0)6196 661063

IT-SOLUTIONS-POWERPARTNER@SAMSUNG.DE

[HTTP://SMARTSIGNAGE.SAMSUNG.DE](http://SMARTSIGNAGE.SAMSUNG.DE)

Anzeige



## SCALA

**Scala** entwickelt intelligente Digital Signage Lösungen die sich an den jeweiligen Anforderungen seiner Kunden orientieren.

Weltweit sind mehr als 500.000 Displays im Einsatz, die mit Hilfe unserer Lösungen den Absatz von Produkten ankurbeln, das Vertrauen in die Marke stärken, die Kundenzufriedenheit erhöhen und die strategischen Geschäftsziele unterstützen.

**Scala** ist bekannt für seine innovative, äußerst zuverlässige, hochmoderne und skalierbare Technologie die zum Beispiel mobile Endgeräte integrieren lässt und auch die Big Data Analyse unterstützt. All dies gibt **Scala** die Möglichkeiten zukunftssichernde und benutzerfreundliche Lösungen zu entwickeln, die mit den Bedürfnissen der Kunden wachsen und entsprechend den Anforderungen sichere und stabile Anwendungen zulassen.

Unsere Lösungen finden Sie weltweit und in allen Industriezweigen, so wie beispielsweise bei Banken, in der Unterhaltungsbranche, im Bildungssektor, in der Hotellerie, im Gesundheitswesen, in staatlichen Einrichtungen, im öffentlichen Nahverkehr und im Handel.

Die Softwareplattform wird als digitale Kommunikationslösung in Unternehmen wie Tank & Rast, Audi, IKEA, Tommy Hilfiger, Burger King, T-Mobile, Disneyland, McDonald's, Shell, Giorgio Armani, Warner Bros., Ericsson und Esso eingesetzt.

**Scala** ist weltweit präsent und arbeitet eng mit über 500 Partnern in mehr als 90 Ländern zusammen.

**SCALA**   
COMMAND ATTENTION.

**SCALA BV**

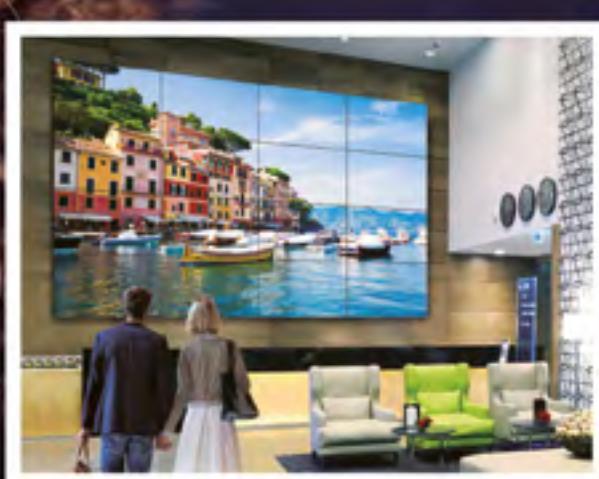
AMERIKALAAN 70B

NL-6199 AE MAASTRICHT- AIRPORT

TELEFON +31 (0)43 3588300

KLAUS.HOFMEIER@SCALA.COM

WWW.SCALA.COM



MAKE A LASTING IMPRESSION

# 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 Visual Solutions  
Make a lasting impression

**SHARP**

**SHARP ELECTRONICS GMBH**

**FREISINGER STR. 9**

**D-85716 UNTERSCHLEISHEIM**

**TELEFON: +49 (0)89 546842-0**

**EUROPE-VISUALSOLUTIONS@SHARP.EU**

**WWW.SHARP.DE/VISUAL-SOLUTIONS**

Anzeige



# SONUS

**SONUS**  
VISION. EXPERIENCE. SOLUTIONS.

... tauchen Sie ein in die faszinierende Welt der akustischen  
Markenkommunikation...

#### **SONUS® Soundbuoy®**

Designmöbel mit integrierten Schallwandlern für fokussierte und ambiente Beschallung

#### **XONO ELEMENTS®**

Individualisierbare Module für Medienkommunikation: Acoustic, Sound & Signage

- Private Klanggerlebnisse im offenen Raum ohne Störung angrenzender Bereiche
- audioFocus® Technologie für fokussierte Beschallung
- Vielfältige textile Bezüge und Farben
- Integration von Lichttechnik

**SONUS** entwickelt, produziert und vertreibt Produkte für akustische Aufgabenstellungen an POI und POS. Soundduschen, unsichtbare Lautsprecher und Retail Sound Systeme für Audiobranding und Retail Spaces unseres Portfolios sind in vielen Anwendungen zum Standard geworden. Seit 20 Jahren engagieren wir uns mit Know-how und Herzblut für innovative und einzigartige Kommunikationslösungen unserer Kunden.

#### **SONUS GMBH**

JOACHIM KISTNER

IM KATZENTACH 3

D-76275 ETTLINGEN

TELEFON +49 (0)7243 20059 0

INFO@SOUNDBUOY.COM

INFO@SONUS.DE

WWW.SOUNDBUOY.COM

WWW.SONUS.DE



## TD Maverick

**TD Maverick**  
Part of the Tech Data Group

### TD Maverick – Ihr AV Spezial-Distributor

**TD Maverick** ist der Spezial-Distributor für Audio/Video-Produkte und Lösungen innerhalb der Tech Data. Wir unterstützen unsere Kunden durch das Fachwissen und die Expertise unseres engagierten AV-Teams. Als Spezialist innerhalb der Tech Data bieten wir unseren Kunden logistische Leistungen und eine Finanzstärke, wie es sie in der AV-Industrie kein zweites Mal gibt. Darüber hinaus sind wir in der Lage Anforderungen hinsichtlich IT Integration, Netzwerk und Mobility durch die weiteren Distributionsbereiche der Tech Data abzudecken.

Als größter AV-Distributor in Europa führen wir eine breite Palette von Herstellern, die uns in die Lage versetzen eine unschlagbare Produkttiefe sowie eine Reihe exklusiver Themen anzubieten. Unter der Überschrift „Simply Done“ konzentrieren wir uns auf Lösungen in den Bereichen Digital Signage und Besprechungsräume. Dabei geht es keineswegs um simple Lösungen. Vielmehr stellen wir komplexe Lösungen zur Verfügung, die einfach zu verkaufen und einfach zu implementieren sind.

**TECH DATA GMBH & CO. OHG,  
GESCHÄFTSBEREICH MAVERICK**

**REINHOLD EGENTER, DIRECTOR MAVERICK**

**KISTLERHOFSTR. 75**

**D-81379 MÜNCHEN**

**TELEFON +49 (0)89 4700 1219**

**REINHOLD.EGENTER@TDMAVERRICK.DE**

**WWW.TDMAVERRICK.DE**

**WWW.SIMPLYDONE.DE**



# Videro

## Mit VIDERO® Verkaufen neu inszenieren.

Wenn die Umsätze auf klassischen Verkaufsflächen sinken, sind die Schuldigen meistens schnell gefunden: das Internet und die immer anspruchsvoller werdenden Kunden. Die ganze Wahrheit: Sie haben selbst in der Hand, was zur Verbesserung der Umsatzsituation beiträgt. Sie wissen durch eine perfekte Warenwirtschaft immer ganz genau, wann was produziert und verkauft wurde. Ihre Agentur zaubert Ihnen tolle Imagekampagnen und Produktwerbung.

**VIDERO®** umfasst alles, was Sie zum digitalen Publizieren im Rahmen des Verkaufs brauchen: ein leistungsfähiges Tool für die Gestaltung Ihrer Inhalte, die Cloud für die blitzschnelle Verbindung zwischen Ihnen und Ihren Filialen. MediaPlayer, die alle Formate annehmen und abspielen. Und natürlich ein Team, das Sie rund um die Uhr unterstützt.

**VIDERO® – the brand experience platform.**

Ihre Geschäfte sind schön eingerichtet. Ihr Verkaufspersonal wird gut geschult. Und was fehlt den Kunden? Das immer wieder neu inszenierte Erlebnis, mit Ihrer Marke und Ihren Produkten in Kontakt zu kommen!

Was Photoshop® für Bildgestalter ist, ist **VIDERO®** für die digitale Inszenierung von Verkaufsräumen und das Informationsmanagement: Benchmark bei der Zusammenführung, Gestaltung und Ausstrahlung von digitalen Inhalten jeglicher Formate.

**VIDERO®**  
your ideas on screen

**VIDERO AG**

PFARRER-REUKES-STR. 7

D-48599 GRONAU

TELEFON +49 (0)2562 93980

A.BRINKMOELLER@VIDERO.COM

WWW.VIDERO.COM



# Westiform



## Westiform – Wir machen Marken sichtbar

Bereits seit 1959 macht das Familienunternehmen Marken sichtbar. Von der klassischen Lichtwerbung über Wegeleitsysteme und analoger POS-Werbung bis hin zu innovativen Digital Signage Lösungen bietet **Westiform** als Generalunternehmer alles aus einer Hand.

### Leistungen von Westiform im Projekt:

**Beratung/Konzeption** – Prototypen-Bau, Pilotinstallationen, Erfolgsmessungen, Design

**Hardware** – Auswahl der Hardware unter Betrachtung der projektspezifischen Rahmenbedingungen

**Software** – Prüfung der Anforderungen an die Content-Management-Software und die Auswahl des passenden Systems

**Integration** – Integration von Hardware und Software in die bestehende oder als neue Infrastruktur

**Installation** – Vor-Ort-Installation mit Survey und Dokumentation über ein „On-Site-Information and Documentation-Tool“

**Betrieb** – Betrieb, Service und Monitoring des Systems sowie Betreuung des Content-Managements

### SCHWEIZ:

**WESTIFORM AG**  
FREIBURGSTRASSE 596  
CH-3172 NIEDERWANGEN  
TELEFON +41 (0)31 980 22 22  
DIGITALSIGNAGE@WESTIFORM.CH

### DEUTSCHLAND:

**WESTIFORM GMBH & CO. KG**  
KINZIGTALSTRASSE 2  
D-77799 ORTENBERG  
TELEFON +49 (0)781 489 0  
DIGITALSIGNAGE@WESTIFORM.DE

[WWW.WESTIFORM.COM](http://WWW.WESTIFORM.COM)



ZEIT FÜR EIN  
BESSERES PROGRAMM

Wir gestalten Digital Signage & Digital out of Home

neo content

## Bio-Week Angebote



BIO 2,99 €



BIO 3,99 €



BIO 2,99 €



BIO 4,99 €



BIO 5,99 €



BIO 2,99 €



BIO 2,99 €



BIO 3,99 €

## Bio-Week Angebote



## Die digitalen Verkaufshelfer.

Die neuen Samsung SMART Signage Displays der D-Serie, mit 22 bis 75 Zoll Bildschirmdiagonale.

### So einfach kann Digital Signage sein.

Für individuelle Werbebotschaften direkt am PoS, für Angebote im Gastronomiebereich oder für beeindruckende Präsentationen in Meeting- und Konferenzräumen: Mit den neuen SMART Signage Displays der D-Serie (DHD, DMD und DBD) macht Samsung den Einstieg ins professionelle Digital Signage jetzt einfach. Die neu gestaltete Benutzeroberfläche und die integrierte SoC-2.0-Lösung sorgen dafür, dass die Erstellung, Änderung und Verwaltung von Inhalten leicht von der Hand gehen. Die schlanken Displays mit dem schmalen Rahmen zeigen außerdem Ausdauer: Die DBD-Modelle können im 16/7-Einsatz betrieben werden, die DHD- und DMD-Modelle sind sogar für einen 24/7-Einsatz konzipiert.

### Verbindung aus Leistung und Komfort.

Als zweite Generation der SoC-Displays verfügt die D-Serie über den weltweit ersten 1-GHz-Quad-Core-Prozessor für professionelle großformatige Displays. Dies ermöglicht u. a. eine starke Performance beim Abspielen komplexer Inhalte. Für noch mehr Komfort sorgen Funktionen wie integriertes WiFi oder die Übertragung von Inhalten und die Steuerung der Displays per kompatiblem Smartphone oder Tablet\*. Mit dem optional erhältlichen Touch-Overlay lassen sich die Displays um eine interaktive Komponente erweitern – ganz ohne den Einsatz eines zusätzlichen PC. Eine breite Auswahl an Modellen stellt sicher, dass für nahezu jede Anforderung das passende Display zur Verfügung steht.

### Modellübersicht

Für nahezu jede Anforderung das passende Display.



Serie/Displaygröße	22"	32"	40"	48"	55"	65"	75"
DHD-Serie (High)				•	•	•	
DMD-Serie (Medium)		•	•	•	•	•	•
DBD-Serie (Basic)	•	•	•	•	•		

Mehr Informationen finden Sie unter:  
[smartsignage.samsung.de](http://smartsignage.samsung.de)

\* Nur DHD- und DMD-Serie.

